Be Social!

EL MUNDO SÚBETE A SEGURA Y LA TECTA LAS CATANATURAL SÚBETE A SEGURA Y LA TECTA LA TEC

DIGITAL CHAMPIONS, NUESTROS COMPAÑEROS DE VIAJE EN DIGITAL WORKPLACE

ALIANZA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA FRENTE A LAS CATÁSTROFES NATURALES

SÚBETE A LA MOVILIDAD SEGURA Y SOSTENIBLE

COMPARTE BLICACIONES MAPFRE **JESTROS MAPFRE** DRTA tu COMENTARIO



En MAPFRE cuidamos de las personas y del medioambiente hoy, para asegurar el futuro mañana.

#lapartequenostoca

Descubre qué estamos haciendo para asumir la parte que nos toca en MAPFRE.com



Tu aseguradora global de confianza



Fallece Julio Castelo Matrán, presidente de honor de MAPFRE

Al cierre de la edición de este número de *El Mundo de MAPFRE*, se ha producido el triste fallecimiento de Julio Castelo Matrán, presidente de honor de la compañía. Castelo estuvo más de 40 años vinculado a MAPFRE desempeñando a lo largo de su exitosa trayectoria diferentes responsabilidades hasta que alcanzó la presidencia del Sistema MAPFRE en 1990, tomando el relevo de Ignacio Hernando de Larramendi.

Julio Castelo, padre de nuestro compañero Alfredo Castelo Marín, actual director general de Negocios y Clientes, se incorporó a MAPFRE en 1961 y, con apenas 28 años, en 1970, ya fue nombrado director general de Editorial MAPFRE, la entidad que se constituyó para difundir la cultura aseguradora en Latinoamérica, y que impulsó enormemente los inicios de la internacionalización de la compañía.

En nombre de todos los profesionales que pertenecieron o pertenecen a MAPFRE, el presidente Antonio Huertas ha destacado que "Julio Castelo ha sido una figura, personal y profesionalmente, imprescindible para la MAPFRE global que hoy conocemos. Sus valores, sus conocimientos, su enorme capacidad de trabajo y su extraordinaria generosidad dejan una huella inolvidable para todos los que tuvimos la suerte de conocerle y trabajar con él."

FIGURA IMPRESCINDIBLE PARA LA MAPFRE GLOBAL
QUE HOY CONOCEMOS. SUS VALORES, SUS
CONOCIMIENTOS, SU ENORME CAPACIDAD DE TRABAJO
Y SU EXTRAORDINARIA GENEROSIDAD DEJAN UNA
HUELLA INOLVIDABLE PARA TODOS LOS QUE TUVIMOS
LA SUERTE DE CONOCERLE Y TRABAJAR CON ÉL

Entre otros hitos, Julio Castelo promovió la creación del Baremo de Valoración de Daños Personales, sentó las bases de la primera alianza de bancaseguros en España, y creó la Comisión de Defensa del Asegurado, figuras pioneras que después se han generalizado contribuyendo a la modernización del sector asegurador en España. Sus contribuciones fueron reconocidas con la concesión de la Medalla de Oro al Mérito en el Seguro.

En MAPFRE también impulsó la creación, y posterior internacionalización de CESVIMAP, promovió el Instituto de Seguridad Vial de Fundación MAPFRE y creó el Centro Internacional de Formación de Directivos y el Código de Buen Gobierno de MAPFRE.

Bajo su presidencia, que se extendió hasta el año 2001, siendo sustituido por José Manuel Martínez, actualmente también presidente de honor, se produjo la intensa internacionalización de la empresa, iniciada ya a mediados de los años 80 y que han impulsado notablemente el proceso de globalización de la compañía conseguido en los últimos 40 años.

La aportación de Julio Castelo a la compañía en la que trabajó toda su vida ha sido determinante para entender la empresa global actual y, sin duda, tanto en lo personal como en lo profesional, ha sido también un referente para todos los profesionales que le conocieron y para todos los que vinimos después a MAPFRE.

D.E.P.

STAFF

Presidente del Consejo Editorial Ignacio Baeza

Director

Javier Fernández González

Han colaborado en este número Ana Gutiérrez, Sara Elena Torres Hortal, Raúl González Beneyto, Alberto Quilez Haering, Neus Martínez, Nuria del Olmo y Violeta Mateo

Edición

Violeta Mateo Román

Edita

Dirección de Comunicación de MAPFRE

Diseño y maquetación **Moonbook**

Imagen de portada **Dibujario**

Distribuye Editorial MAPFRE, s.a. Ctra. Pozuelo, 52

28222 Majadahonda, Madrid Tel: 91 581 53 59 comunicacion@mapfre.com

Imprime

Gráficas Monterreina

Depósito Legal M.1.017-1993

ISSN 1132-9068

VALORA NUESTROS ARTÍCULOS EN www.elmundodemapfre.com

ESPERAMOS TUS COMENTARIOS EN NUESTRA EDICIÓN DIGITAL



06 SOY MAPFRE

Programa empleados en redes sociales

Te contamos cómo participar en nuestro proyecto global de embajadores de marca.

16

Súmate al rosa. Volvemos a participar en el Día Internacional contra el cáncer de mama.

17

Juego del conocimiento.-

Celebramos una nueva edición del Día del Conocimiento.

18

Día del voluntariado.

Reconocemos el esfuerzo de nuestros voluntarios para crear un mundo mejor.





MIXTO

Papel procedente de fuentes responsables FSC® C014381



20 DESCUBRE

A vueltas con la transformación digital.

El Digital Workplace potencia los cambios que los empleados precisan para implementar una correcta digitalización.

24 **PROTAGONISTAS**

Digital Champion.

Te presentamos a nuestros compañeros de viaje en Digital Workplace.



32 INNOVACIÓN

Catástrofes naturales.

Nos aliamos con la tecnología para la gestión del riesgo.



SOSTENIBILIDAD

Mónica Zuleta. Hablamos con la directora corporativa de Sostenibilidad de MAPFRE sobre la Agenda 2030 y lo que puede y debe contribuir a cambiar el mundo.



ESTAR BIEN

Movilidad. Las empresas necesitan trabajar para lograr, entre todos los agentes sociales, una movilidad más segura y sostenible.



TU FUNDACIÓN

Mapa de talento sénior 2021.

Este estudio ofrece una radiografía de la situación laboral en España de los mayores de 55 años.

SOY MAPFRE

Pásate a la acción.

4 de cada 10 empleados en España se han pasado a la acción.



AMPLÍA INFORMACIÓN EN NUESTRA EDICIÓN DIGITAL



Ayúdanos a TRANSMITIR al mundo el COMPROMISO de MAPFRE con la Sociedad. imagina hasta dónde podemos BE Somos llegar más de 33000 SOCIAI

TEXTO ANA GUTIÉRREZ Y SARA ELENA TORRES HORTAL IMÁGENES **DIBUJARIO**

Acabas de asistir a un evento y has tomado unas fotografías de tu compañero ponente. "¿Qué hago? ¿cuento en LinkedIn que hemos venido a participar en este foro? ¿O será mejor en Twitter? Uy, a ver si meto la pata, mejor me las guardo y no hago nada..." ¿Te ha pasado esto alguna vez? O quizás has visto un artículo sobre sostenibilidad en mapfre.com que te ha parecido interesantísimo. ¿Sabrías con qué hashtag podrías compartirlo en redes sociales? Sigue leyendo, porque te vamos a proponer cómo "ser social".



Tener empleados embajadores de marca significa multiplicar la difusión de los mensajes de una marca de manera exponencial. Los mensajes de marca tienen un alcance muy superior cuando son compartidos o generados por los empleados en sus propias redes sociales



que cuando se hace a través de los canales sociales corporativos. Te presentamos Be Social, el plan con el que nos gustaría ser una de las comunidades digitales más grandes a nivel global.

Hablar de empleados embajadores de marca se lleva haciendo desde hace mucho tiempo: pero ¿a qué se debe el impulso actual por parte de las marcas? Sin duda, a la multitud de posibilidades y canales sociales convertidos en un multiplicador de posibilidades para una marca como MAPFRE.

Seguro que te sientes identificado con esta afirmación: "Los usuarios confían más en las personas que en las marcas y reaccionan mejor al contenido y a las recomendaciones de amigos y familiares." Así es, los mensajes de las marcas son compartidos 24 veces más cuando son publicados por personas. En definitiva, el contenido compartido por los empleados genera mayor interacción.

Eso sí, sabemos que, a veces, nos puede producir algo de vértigo no saber si se puede o no publicar una información, en otras ocasiones dudamos sobre dónde es mejor publicar el contenido que nos gustaría compartir. Otras veces, incluso puede que te plantees: "¿para qué voy a publicarlo? Van a pensar que me quiero lucir." Bueno, pues capacitar y empoderar a los empleados para que compartan contenidos de las empresas es fundamental para garantizar

el desarrollo e impulsar el negocio. Hoy, los empleados sois los mejores influencers.

Desde MAPFRE se han dado muchos pasos en la digitalización de todos nuestros procesos y la COVID-19 ha impactado al mundo en todos los sentidos, por lo que los

desafíos que está presentando esta crisis brindan una oportunidad para que las organizaciones evolucionen a una nueva realidad donde predomina lo digital.

La intranet global, las redes sociales, mapfre.com o la App Personas se convirtieron en verdaderos canales de comunicación internos y externos mientras estuvimos confinados. Los principales representantes de la compañía fueron los primeros que aprovecharon la oportunidad de estos medios, propios de la empresa, para entablar conversación con todos los empleados del mundo a nivel global. El hashtag #EnMAPFREmásUnidosQueNunca se convirtió en el más utilizado, alcanzando 3.300 menciones.

Y no sólo se debe analizar esto desde una óptica laboral, pues para la mayoría de nosotros sería muy complicado, ahora, relacionarnos con los demás sin WhatsApp o sin videoconferencias. Es difícil pensar en adquirir un producto sin antes buscar en internet y ver opiniones, información de la empresa, etc.

LA COMUNIDAD DE MAPFRE EN REDES **SOCIALES ALCANZÓ A CIERRE DE 2021** 3.105.901 SEGUIDORES EN EL MUNDO

Somos más de 33.000 empleados en el mundo, ¿te has parado a pensar el potencial como marca y comunidad que tendríamos si todos y cada uno de

nosotros siguiéramos a MAPFRE en sus canales, así como a cada uno de los compañeros del mundo?

SI CADA UNO DE
NOSOTROS SIGUIÉRAMOS
LAS CUENTAS DE MAPFRE
Y A COMPAÑEROS
Y DIRECTIVOS DEL GRUPO,
SE TENDRÍAN MUCHOS
MÁS SEGUIDORES QUE
ALGUNAS PÁGINAS MUY
POPULARES



Contar con empleados embajadores de marca, no sólo da impulso al negocio, sino que potencia nuestra cultura de empresa y el potencial como marca, así como la empleabilidad de cada uno de nosotros.

Y MAPFRE tiene un plan: muy pronto, y a través de la Intranet, encontrarás una invitación para participar en Be Social, nuestro proyecto global de embajadores de marca. Tranquilo, no estarás solo, será un proyecto en el que estarás acompañado desde el principio. Por eso, contarás con un espacio en la Intranet donde se explicará la estrategia de MAPFRE en redes sociales y que servirá para entender perfectamente la información que se puede encontrar en cada red social y por cada tipo de canal. Además, en las páginas puedes ver a través de las guías visuales del artista gráfico Dibujario los mejores consejos para:

- Estar presentes en redes sociales
- Mantener las redes sociales seguras
- Ser embajador de marca

Con esto, se podría empezar, pero queremos ir más allá y dar la vuelta a la pirámide actual. Hasta el momento, son muchos los empleados que no utilizan las redes sociales para compartir mensajes de la empresa, unos pocos se atreven a compartir e interactuar con las cuentas oficiales y todavía es un número mínimo aquellos que se lanzan a crear contenido.

Por eso, compartiremos temas, lanzaremos campañas y te diremos cuáles son los hashtags que te propone MAPFRE para estar unidos en la conversación y que pueden

ser utilizados. Formarás parte de nuestro Social Marathon y verás reconocida y recompensada tu participación en redes sociales. ¿Y sabes por qué?

PORQUE NOS GUSTARÍA CONTAR CONTIGO EN BE SOCIAL

SACA TU LADO MÁS SOCIAL TAMBIÉN A TRAVÉS DE LOS CANALES INTERNOS

Para que vayas calentando motores, te recordamos que, a través de nuestros canales internos -la intranet y la App Personas-, tienes la posibilidad de colaborar, interactuar y compartir tus opiniones y conocimientos dentro de la comunidad MAPFRE. Si lo haces, ayudarás a la mejora y crecimiento de nuestra compañía y tú mismo lograrás:

- Saber lo que está pasando en la empresa
- Expresarse y participar en las decisiones y en la vida de la empresa
- Mejorar tus resultados y colaborar para que otros compañeros también los obtengan

PORQUE TODOS FORMAMOS PARTE DE UN PROYECTO COMÚN

¿CÓMO PUEDES **COLABORAR** EN LOS **CANALES INTERNOS** DF MAPERE?

A través de la intranet global, disponible para todos los empleados, tienes distintas fórmulas para hacerlo:

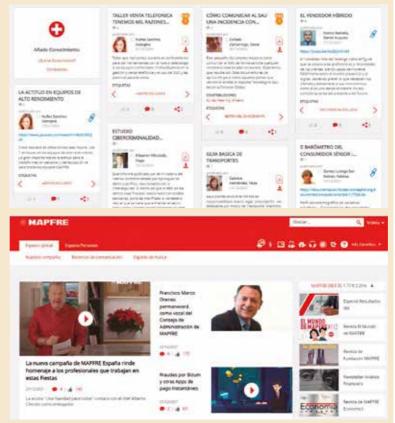
1. DESDE **TU PERFIL**



- · Puedes mostrar quién eres, qué es lo que sabes y cuáles son tus intereses, que son los que tú previamente has contribuido en tu perfil de Success Factors.
- · Recomendar a un compañero. Puedes escribir hasta 3 recomendaciones al mes de una misma persona sin límite de personas.
- Valorar sus conocimientos, tanto skills como herramientas.

Con todo ello, otros compañeros puedan localizar o localizarte por esos conocimientos validados. Esto ayuda a detectar personas dentro de la organización expertas en distintos temas.

- Mostrar tus contribuciones en Eureka.
- · Ver tu grado de participación en las comunidades, Eureka o si eres Digital Champion. Es lo que se ha denominado el "Hall of fame" del perfil.
- Seguir al resto de tus compañeros.



2. A TRAVÉS DF LAS **NOTICIAS**

En este caso puedes Comentar y dar a Me gusta.

Con tu gesto, nos ayudas a saber el interés que tienen esas comunicaciones y, de ese modo, seguir ofreciéndote información valiosa para ti como empleado.

3. DESDE EUREKA

Eureka es nuestro almacén de conocimiento. Ese espacio se construye gracias a las aportaciones de todos los compañeros de MAPFRE en el mundo, muchas de ellas sobre los contenidos estratégicos de MAPFRE. ¿Cómo?

Desde Eureka también puedes conectar con profesionales referentes en distintas materias y países.

4. DESDE LA APP **PERSONAS**

Desde la App Personas, que está lanzada por el momento en Alemania, Brasil, España, México, Perú, Puerto Rico y Turquía puedes indicar si te gusta o no algún contenido, así como quardarlo en tus favoritos

Como en el caso de la intranet, tu valoración nos avuda a meiorar la información que trasladamos a través de la App Personas.











Tenemos portavoces y canales OFICIALES para hacerlo

en camisetas o Vasos Café

Y Sobre Todo...*Habla* de lo que te gusta Sé amable y respetuoso.



COMPARTE 65 BUENOS MOMENTOS



ENTRE todos hacemos de MAPFRE una GRAN EMPRESA PARA TRABAJAR

Ayúdanos a TRANSMITIR ae mundo el COMPROMISO de MAPFRE con la Sociedad.



8€LEBRA los éxitos Publicaciones de NUESTROS

contribuir a la

desde tos

do RRSS. 8

de tus COMPAÑEROS

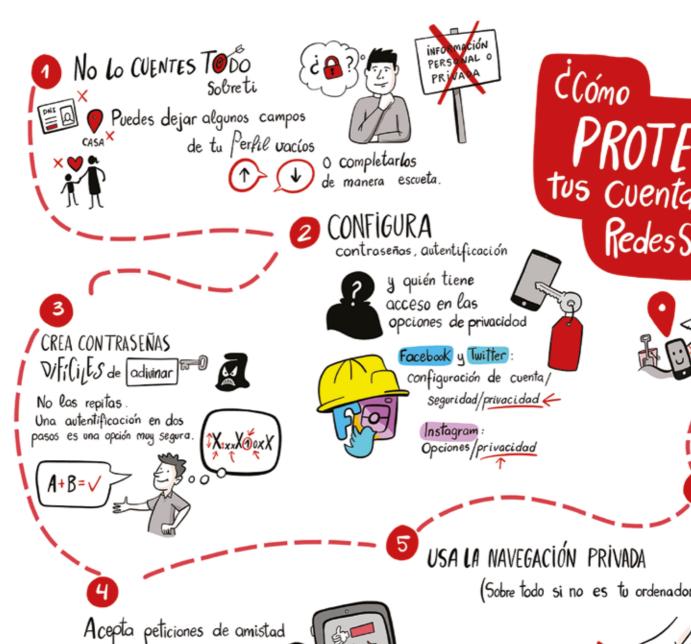


ORTA tu COMENTARIO

y da Lyke

i CONTAMOS contigo!





Así no

(Sinoes así,

revisa antes

de PERSONAS que CONOZCAS

su perfil) Evitarás

bots

estafadores

gente que se ha confundido







VOLVEMOS A PARTICIPAR EN EL DÍA INTERNACIONAL CONTRA EL CÁNCER DE MAMA

El pasado mes de octubre, con ocasión de la celebración del Día Internacional contra el Cáncer de Mama, en MAPFRE organizamos la campaña de sensibilización **Súmate al Rosa 2021** con dos objetivos:

- Informar de que el cáncer de mama no es patrimonio exclusivo de las mujeres, sino que los hombres lo pueden padecer también, aunque su incidencia es muy baja.
- Insistir en la importancia de la revisión periódica entre las mujeres porque, debido a los efectos derivados de la COVID-19, hay personas que están dejando de realizar sus revisiones y éstas son fundamentales para una detección precoz de esta enfermedad.









ESPAÑA; BRASIL; EURASIA:
ALEMANIA, BÉLGICA, FILIPINAS,
HUNGRÍA, ITALIA, MALTA, TURQUÍA;
IBERIA: PORTUGAL; LATAM NORTE:
COSTA RICA, EL SALVADOR,
GUATEMALA, HONDURAS, MÉXICO,
NICARAGUA, REPÚBLICA
DOMINICANA; LATAM SUR:
ARGENTINA, CHILE, COLOMBIA,
ECUADOR, PARAGUAY, PERÚ,
URUGUAY, VENEZUELA;
NORTEAMERICA: ESTADOS UNIDOS,
PUERTO RICO.

En la campaña de este año, hemos realizado una serie de acciones de comunicación globales y, en muchos casos, también locales, para sensibilizar e informar sobre este tipo de cáncer. Además, el día 19 de octubre animamos a los empleados a que compartieran a través de las redes y nos enviaran sus fotografías vestidos con algo de color rosa, con el objetivo de promover un movimiento rosa, símbolo de la lucha contra esta enfermedad.

HAN PARTICIPADO
EN ESTA CAMPAÑA UN TOTAL
DE **27 PAÍSES,**LO QUE SUPONE UN
ALCANCE DEL **89,4 %**DE LA PLANTILLA,
LOGRANDO UNO DE LOS MÁS
DESTACADOS RESULTADOS
DE ESTA INICIATIVA EN SUS **12 FDICIONES.**





CELEBRAMOS UNA NUEVA EDICIÓN DEL **DÍA DEL CONOCIMIENTO**

El Día del Conocimiento es una propuesta con la que los empleados descubren las ventajas que tiene el conocimiento que MAPFRE pone a nuestro alcance, compartirlo y utilizar Eureka, a través de un dinámico juego de preguntas y respuestas.

Este evento ha celebrado su segunda edición del 16 al 26 de noviembre en varios países. El juego consistía en responder correctamente a las cuestiones relacionadas con cinco materias, concretamente: actuarial, comercial-vida. negocio digital, operaciones y técnica, y cuyas respuestas estaban en los vídeos que habían grabado los referentes en conocimiento y que estaban disponibles en el Espacio Personas de la intranet y en la App Personas.

Con esta propuesta, MAPFRE sigue avanzando en extender su modelo de gestión del conocimiento, que beneficia hoy ya a todos los empleados del mundo. La gestión del conocimiento es uno de los escenarios de productividad de Digital Workplace. El potencial de una empresa está en las personas que forman parte de ella. Sus conocimientos y la forma de compartirlos pueden marcar la diferencia en el camino hacia el éxito.

iDisfruta al máximo la experiencia de compartir tu conocimiento a través de Eureka!



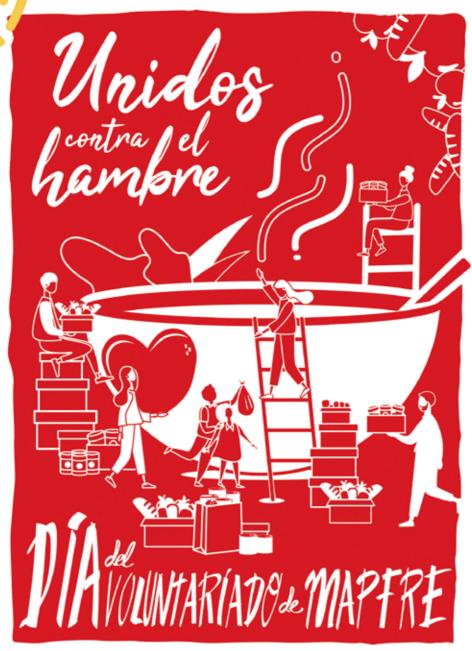
EL MODELO DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO DE MAPERE BENEFICIA HOY A MÁS DE 23.000 EMPLEADOS DE TODO EL MUNDO.

LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO ES UNO DE LOS ESCENARIOS DE PRODUCTIVIDAD DE DIGITAL WORKPLACE.



[DW] Digital Workplace











MAPFRE supports the Sustainable Development Goals



DIA INTERNACIONAL DEL **VOLUNTARIO**, PARA RECONOCER SU ESFUERZO Y SU CONTRIBUCION PARA CREAR UN MUNDO MEJOR

Este día, que se celebra el 5 de diciembre, es una oportunidad única para agradecer todos los esfuerzos realizados por los voluntarios de MAPFRE. Con su trabajo, que es sinónimo de compromiso, equidad, solidaridad, empatía y respeto por los demás, convierten nuestro mundo en un lugar mejor.

En 2021, más de 4.240 voluntarios de MAPFRE han participado en alguna de las cerca de 1.400 actividades que ha organizado el Voluntariado Corporativo de MAPFRE, una cifra que pone de manifiesto que, a pesar de todo, la vocación de servicio sigue muy viva en nuestra empresa.

Nuevamente nos hemos volcado en ayudar a los más vulnerables: los mayores, los niños y adolescentes, las personas con discapacidad... Más de 73.000 personas se han beneficiado directamente de las actividades realizadas por los voluntarios de MAPFRE.

El voluntariado es clave para la transformación social. ambiental y económica. Es capaz de cambiar las mentalidades, actitudes y comportamientos de las personas. Así que, sea cual sea la forma en que hayas participado, imuchas gracias!

El Día Internacional de los Voluntarios es una oportunidad para recordar el lema que representa a todos los voluntarios MAPFRE: Personas MAPFRE dispuestas a ayudar.

El programa de Voluntariado Corporativo de MAPFRE, que se desarrolla a través de Fundación MAPFRE, está integrado en las estrategias de Recursos Humanos y de Sostenibilidad de MAPFRE y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y#LaPartequenosToca.

Personas MAPERE dispuestas a ayudar

iSUPERADO EL RETO DEL DIA GLOBAL DEL **VOLUNTARIADO** MAPERFI

En la V edición del Día Global del Voluntariado MAPFRE os propusimos un reto global, jalcanzar los 10.000 kilos de alimentos donados entre todos los empleados de MAPFRE!

No solo lo hemos logrado sino que lo hemos superado enormemente, ihemos sumado más de 23.000 kilos de alimentos!

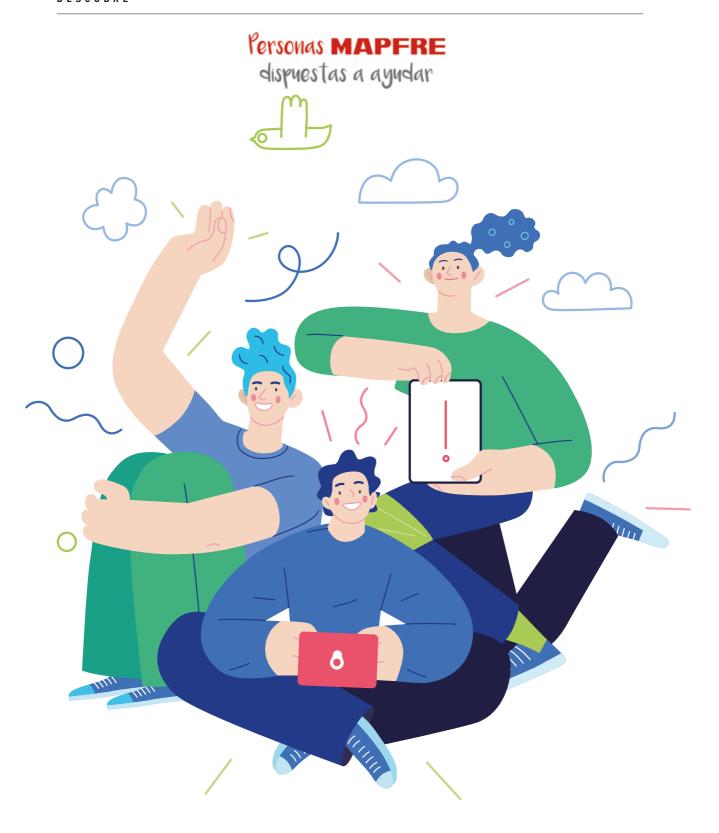
Gracias a todos. Sin vosotros no lo hubiéramos conseguido.

Con esta enorme satisfacción cerramos una nueva edición de nuestro Día Global del Voluntariado MAPFRE —2 de octubre—, que lleva ya cinco años en marcha v con la que hemos conseguido contribuir de forma muy activa a varios de los ODS de la Agenda 2030, entre otros los ODS 1 "Fin de la Pobreza" y ODS 2 "Hambre cero".

En este año, en el que seguimos viviendo bajo la pandemia del COVID-19, la vocación de servicio sigue muy viva en nuestra empresa y el Voluntariado Corporativo de MAPFRE nuevamente se ha volcado en ayudar a los más vulnerables: los mayores, los niños y adolescentes, las personas con discapacidad...

¡GRACIAS POR UNIRTE Y AYUDARNOS A SUMAR EN NUESTRO RETO EN EL DÍA GLOBAL DEL VOLUNTARIADO MAPFRF!







NUEVAS FORMAS DE TRABAJAR: A VUELTAS CON LA TRANSFORMACIÓN **DIGITAL Y LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO**

TEXTO RAÚL GONZALEZ BENEYTO, ALBERTO QUILEZ HAERING | IMAGEN ISTOCK

El concepto de transformación digital puede resultar confuso para algunas personas, e incluso puede generar inquietud o miedo para otras. Pero nada más lejos de la realidad: la transformación digital tiene muchas bondades y se puede definir como la integración de las nuevas tecnologías a procesos y productos en todas las áreas de una empresa para cambiar su forma de funcionar y de ofrecer mejores servicios a sus clientes, optimizando los procesos, mejorando la competitividad y ofreciendo un nuevo valor añadido.

Existe una gran diferencia entre digitalizarse y transformarse digitalmente, ya que lo primero es dar herramientas digitales a una organización, es decir, adquirir un software potente para digitalizar la empresa, mientras que lo segundo implica trabajar de forma distinta, sabiendo usar el nuevo software y disfrutando con ello.

Por tanto, no se trata solamente de comprar ordenadores más potentes, almacenar datos en la nube o instalar un nuevo programa que haga "todo". La transformación digital implica un cambio en la mentalidad de

TRANSFORMARSE DIGITALMENTE

IMPLICA TRABAJAR DE FORMA DISTINTA, SABIENDO USAR EL NUEVO SOFTWARE Y DISFRUTANDO CON FLLO

los directivos y los empleados de las organizaciones. Es una nueva forma de trabajar, una nueva forma de entender la comunicación, las relaciones profesionales y el producto que se ofrece. En definitiva, es apostar por un futuro con nuevos métodos de trabajo que aprovechen todo el potencial que la digitalización aporta.

Las organizaciones, como MAPFRE, que entienden bien la transformación digital y que son visionarias de lo que hay y de lo que está por venir saben que deben ocuparse no solamente de la tecnología sino de aspectos tan importantes como las capacidades de los empleados, la gestión del cambio, la cultura de empresa, la agilidad o reorganización de equipos.

Es por ello por lo que se puso en marcha en MAPFRE el [DW] Digital Workplace, para potenciar los cambios que los empleados precisan para implementar una correcta digitalización. Este es un proyecto que ofrece, a través de herramientas de colaboración digital, la oportunidad de adquirir nuevos hábitos de trabajo que harán más ágiles y colaborativos a los empleados, y se incluyeron en este proyecto aspectos tan importantes como la gestión del tiempo, las reuniones eficaces, los equipos efectivos y por supuesto la colaboración documental y la gestión del conocimiento.

En este entorno altamente digital y tecnológico el **Centro de Documentación de Fundación MAPFRE (CDOC-FM)** lleva trabajando desde hace 30 años para que los usuarios tengan acceso a la documentación de la forma más eficiente y adaptada a las tendencias que el mercado requiere.

En cuanto a la digitalización, el CDOC-FM está totalmente adaptado tecnológicamente a las tendencias actuales del mercado, desde sus comienzos en 1990, cuando ya contaba con un sistema automatizado online, pasando por la incorporación

TODO EL MUNDO ESTÁ DE ACUERDO EN QUE **LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO ES.**

PROBABLEMENTE, LA PRINCIPAL
FUENTE DE VENTAJA COMPETITIVA
EN LA NUEVA ECONOMÍA DIGITAL
EN LA QUE ESTAMOS INMERSOS.

ESTA ES LA RAZÓN POR LA CUAL CADA VEZ MÁS EMPRESAS INVIERTEN RECURSOS EN LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO DE SUS EMPLEADOS, Y MAPFRE ES UN CLARO EJEMPLO DE ELLO



en 1997 de la base de datos del centro a internet, hasta la actualidad, cuando ya dispone de un potente sistema integrado de gestión documental adaptado a todos los estándares internacionales y que ofrece un catálogo web completo con más de 150.000 referencias.

Casi todo el mundo, por no decir todo el mundo, está de acuerdo en que la gestión del conocimiento es, probablemente, la principal fuente de ventaja competitiva en la nueva economía digital en la que estamos inmersos. Esta es la razón por la cual cada vez más empresas invierten recursos en la gestión del conocimiento de sus empleados, y MAPFRE es un claro ejemplo de ello.

Por esto, en el mes de diciembre de 2019, enmarcado dentro de la iniciativa estratégica Reto Digital, arrancó el proyecto de gestión del conocimiento en MAPFRE con un gran hito "eureka", el primer repositorio global de compartición de conocimiento de MAPFRE, en el que se busca que los empleados participen y compartan conocimientos y buenas prácticas y en el que participa también el Centro de Documentación de Fundación MAPFRE, como contribuidor de este gran proyecto.

La definición de conocimiento que MAPFRE busca compartir en su almacén de conocimiento es la siguiente: "el conjunto de saberes y experiencias, tanto internos de MAPFRE como externos, que los empleados pueden compartir", agrupado en las 15 materias de conocimiento identificadas:

MATERIAS DE NEGOCIO

COMERCIAL
NEGOCIO DIGITAL
OPERACIONES
TÉCNICA
ACTUARIAL

MATERIAS TRANSVERSALES

ESTRATEGIA
FINANZAS
SOLVENCIA
SOSTENIBILIDAD
RECURSOS HUMANOS
LEGAL
SEGURIDAD
COMUNICACIÓN
TRANSFORMACION/INNOVACION
TECNOLOGÍA Y PROCESOS

Este modelo nos permite:

- Identificar aquellos empleados que son referentes en conocimiento.
- Acceder al conocimiento compartido de MAPFRE en un espacio global en la Intranet (denominado Eureka).
- Fomentar la interactuación entre los empleados.

Actualmente cualquier empleado de MAPFRE en el mundo puede acceder a Eureka, para localizar, contribuir y compartir conocimiento, así como localizar a los referentes en conocimiento de las distintas materias de MAPFRE a nivel mundial.

ALGUNAS CLAVES PARA UTILIZAR EUREKA:



AL COMENZAR UNA NUEVA ACTIVIDAD / PROYECTO CONSULTA EUREKA

Utiliza los filtros para que el resultado de la búsqueda se ajuste al máximo a tus necesidades.





MANTÉN DESPIERTA TU CURIOSIDAD CUANDO NECESITES LOCALIZAR A ALGÚN REFERENTE



Los principales beneficios que la gestión del conocimiento en MAPFRE nos proporciona son:

- Mantiene el conocimiento de los empleados y de MAPFRE ordenado y accesible.
- Promueve la colaboración y permite compartir conocimiento.
- Difunde el conocimiento particular, el de cada área o país y por supuesto el de MAPFRE.
- Comparte la experiencia de cada uno por lo que da visibilidad.
- Es un referente en conocimiento y permite la ayuda entre compañeros.
 Añadir dos bullets más:
- Permite a los empleados compartir su experiencia, lo que les da visibilidad.
- Identifica a los referentes en conocimiento de MAPFRE, de cara a ayudar a otros profesionales de MAPFRE

Queda claro que, para poder ser partícipe de la transformación digital es preciso disponer de agentes que ayuden en ese reto. Este es el caso del Centro de Documentación de Fundación MAPFRE, que se encarga de velar por la búsqueda, adquisición y selección de información fiable para poner a disposición del público que lo desee información de calidad en temas como el seguro, la gerencia de riesgos, la previsión social, el medio ambiente y la economía, entre las más destacadas. Su lema lo dice todo: "Comprometidos con el conocimiento"

DIGITAL CHAMPIONS, NUESTROS COMPANEROS DE VIAJE EN DIGITAL WORKPLACE

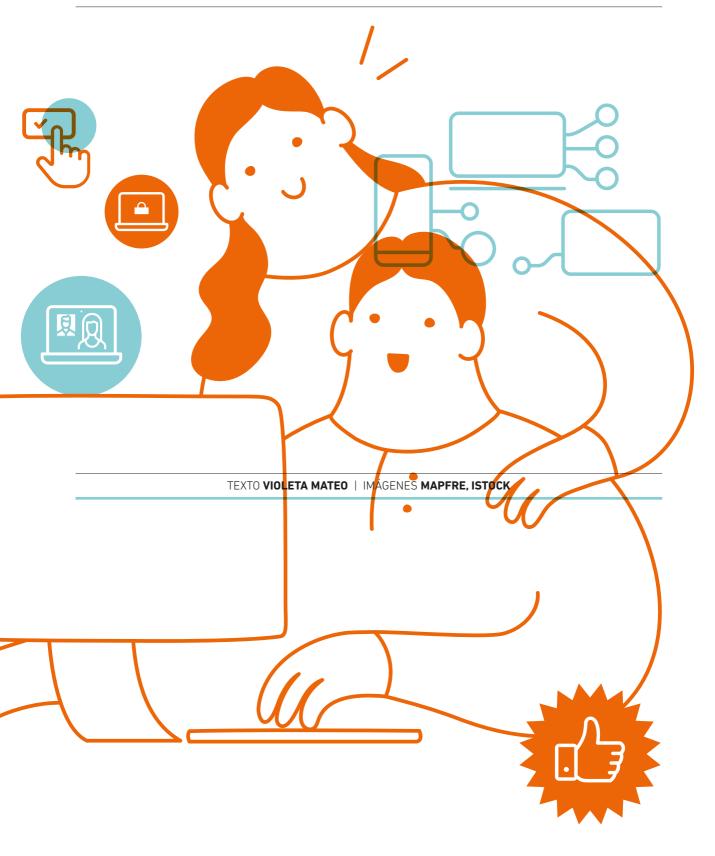




Cuando nos enfrentamos a un cambio, por muchas ganas que le pongamos, no podemos evitar tener cierto miedo y preocupación, "Si esto siempre lo he hecho así ¿para qué cambiar ahora?" Digital Workplace nos invita a adoptar nuevos hábitos de trabajo en nuestro día a día y a hacer un mejor uso de las herramientas colaborativas, todo para ser más productivos. Para ayudarnos en este cambio, es imprescindible contar con una cara amiga, alguien cercano que nos acompañe, genere confianza y nos ayude a superar las barreras que nos encontraremos por el camino. Como parte de la estrategia de gestión del cambio de Digital Workplace se ha desplegado a nivel mundial una red de agentes del cambio, los Digital Champions, que son esa cara amiga que se adapta a nuestro nivel y ritmo de aprendizaje para ayudarnos con la adopción de las nuevas formas de trabajo en el nuevo entorno digital.

En este artículo te presentamos a algunos de estos agentes del cambio que nos hablan de su experiencia en los últimos meses.





PEDRO TAVARES DO ESPÍRITU SANTO SILVA

SUBDIRECTOR DE TRANSFORMACIÓN GLOBAL DE INFRAESTRUCTURAS. ÁREAS CORPORATIVAS

«La transformación digital es como un viaje hacia el futuro del trabajo»

Mucho está cambiando en nuestra forma de trabajar. No solo en relación a las herramientas, que evolucionan prácticamente a diario, sino también en las actividades que hacemos, que requieren más agilidad y capacidad para colaborar. Y para eso debemos cambiar, porque la transformación digital no se logra si usamos las nuevas herramientas para hacer lo de siempre.

Solemos ser nuestro peor enemigo: no dedicamos tiempo a aprender a usar las herramientas que tenemos, más allá de lo básico, ni a probar formas alternativas de organizarnos, y terminamos quejándonos de que no tenemos tiempo. Si conseguimos descubrir nuestros ladrones de tiempo y llevarlos "a la cárcel" recuperamos tiempo.

El proyecto Digital Workplace nos dio una oportunidad para hacer esa pausa, para aprender, probar y compartir lo que funciona para unos y puede funcionar para algunos otros. El punto de partida fueron los puntos de dolor que todos vivimos de algún modo: ¿esta reunión es para qué?, ¿dónde está el documento?, ¿quién iba a hacer eso? Por eso había mucha empatía desde el primer minuto. Me encantó ver tantos compañer@s ilusionad@s, probando cómo hacer cosas de forma distinta y descubriendo cómo ser más eficientes. Más que un proyecto, Digital Workplace creó una comunidad de personas que siguen compartiendo las soluciones que van encontrando. La transformación digital no terminará y es como un viaje hacia el futuro del trabajo...Y los viajes se hacen mejor cuando estamos acompañados por gente ilusionada.



LUIS CASES BERBEL

TÉCNICO DE INNOVACIÓN MAPERE ESPAÑA

«El Digital Workplace nos está avudando a dar el verdadero salto a empresa del siglo XXI»

El hecho de haber sido designado como "Digital Champion" y unirme a la comunidad creada, lo percibo como un reconocimiento personal que me satisface mucho. Me hace sentir que pertenezco a una "avanzadilla" para ayudar a construir la forma en la que debemos trabajar en MAPFRE en el futuro o, mejor dicho, ya desde el presente: una forma mucho más ágil, colaborativa y compartida en la cual fluye el conocimiento y experiencia de las personas. Algo que echaba mucho en falta hasta el momento. Percibo incluso una responsabilidad como "pionero", para que esta forma de trabajar cale y se extienda en la empresa. Por labores propias de mi departamento he tenido relación con otras empresas importantes y he visto que se mueven de forma análoga a la nuestra. Esta preparación en competencias digitales permite una interacción mucho mejor internamente pero también con el mundo fuera de MAPFRE. Cuando desde otras empresas trabajan con nosotros, llegan a valorar incluso aún más a nuestra compañía y a nosotros como empleados gracias a nuestras habilidades y conocimiento. Ganamos indudablemente en valor.

A mí personalmente me ayuda a trabajar mejor y más cómodamente, aligerando mucho trabajo pesado que me impide concentrarme en lo verdaderamente valioso y además satisface mi curiosidad. Me hace conocer mejor a la compañía, pudiendo enterarme y entender muchas de las cosas que ocurren y lo que hacen mis compañeros. El conocimiento compartido es una puerta abierta: entender y comprender la labor de muchos departamentos desconocidos hasta el momento y ver cómo impacta en mi propio trabajo.

El Digital Workplace está ayudando a MAPFRE y a los empleados a dar el verdadero salto a empresa del siglo XXI. El Digital Workplace ayuda a ser mejor profesional.

DANIEL AUGUSTO RAMOS RAMELLA

EXPERTO DE PERSONAS Y ORGANIZACIÓN MAPFRE PERÚ

«Si mis compañeros están felices, vo también lo estoy»

Es una grata experiencia, estoy disfrutando mucho de ser Digital Champion, pues hago lo que me gusta en la vida: formar, ayudar a otros para que puedan optimizar su trabajo y por lo tanto ser más felices. Somos impulsores del cambio, pues en las formaciones impartidas los grupos han encontrado, con los hábitos digitales, formas más agiles de trabajar.

El valor que nos aporta es que tanto yo como los compañeros somos más felices, pues al interiorizar los hábitos digitales, el trabajo se hace mucho más ágil. Si mis compañeros están felices, yo también lo

Para MAPFRE, Digital Workplace es una aportación a ser una compañía alineada a su visión, pues entornos más agiles, trabajos colaborativos, contar con información y respuestas inmediatas, son aspectos que generan más confianza entre las áreas y trabajadores.



ESTELA DE FRUTOS SANCHO

ACTUARIA. MODELOS DE CAPITAL Y REPORTE FINANCIERO. ÁREAS CORPORATIVAS

«Se trata de reforzar una mentalidad más digital»

Para mí está siendo una experiencia muy enriquecedora que me brinda la oportunidad de participar en foros con compañeros de otras áreas donde compartir experiencias y seguir formándonos. Esto hace más sencillo que se realice una formación continua para todos.

A mis compañeros creo que les resulta muy útil poder contar con una persona de referencia que se encargue de ayudarles en las dudas que surgen con el manejo de las herramientas, haciendo de trasmisor de la información y ayudando a la gestión del cambio del equipo para adaptarse a los nuevos requerimientos digitales.

En mi caso, mi papel de Digital Champion me permite seguir desarrollando mis habilidades digitales.

Estamos aprendiendo a tener un mejor manejo de las herramientas que nos ayudan a trabajar de una forma más eficiente y nos van a permitir incrementar la productividad, la agilidad organizativa y el conocimiento. Además, no se trata sólo de adaptarnos al uso de las herramientas sino de reforzar una mentalidad más digital.



MARÍA PEDRAZA MEDINA

JEFA TERRITORIAL DE TECNOLOGÍA DGT SUR MAPFRE ESPAÑA

«Un verdadero lujo»

Estoy viviendo el hecho de ser Digital Champion como cualquier experiencia nueva que supone un cambio, como una oportunidad. Sin duda, hay que aprovecharla al máximo y estar alineados con todas las iniciativas que surgen del Reto Digital que MAPFRE está materializando en su importante estrategia de digitalización. Es un placer acompañar a todos/as los usuarios en este proceso de desarrollo y cambio. Un verdadero lujo.

Nuestro papel está ligado a la Gestión del Cambio y a la Transformación Digital, por lo que nos toca abordar este proceso facilitando al máximo la implantación de herramientas de colaboración que ayuden a optimizar nuestro tiempo de trabajo y el de todos los usuarios. Para ello, usamos un método formativo disruptivo con novedosas clases de refuerzo llamadas CONECTA-2 que se centran en conceptos fundamentales (sin rodeos ni eternas introducciones), con libertad de asistencia y una duración de 30 minutos como máximo (a primera hora de la mañana para no interferir en la actividad diaria de los usuarios) que están teniendo muy buena acogida en nuestra DGT y me consta que en otras también. Sin duda, la implantación de herramientas es fundamental, y se ha convertido en uno de los puntales de nuestro trabajo en esta etapa.

La aceleración de los procesos de digitalización y, en general, de todos los aspectos de nuestro día a día se traduce en la necesidad de inmediatez en la gestión. Las herramientas de colaboración nos proporcionan valores como la gestión eficaz de equipos, realización de reuniones y, sobre todo, organización de nuestro tiempo que, gracias a ellas, distribuimos de una forma más eficaz.

Sería un error pensar que las circunstancias que estamos viviendo no nos ofrecen la posibilidad de innovar. Todos, en estos últimos tiempos, hemos aprendido a un ritmo frenético sobre las nuevas tecnologías y es algo que ha llegado para quedarse. Nosotros no podemos quedarnos atrás, es más, tenemos que despuntar. Es esa la aportación que Digital Workplace está dando a MAPFRE para conseguir posicionarnos en el lugar que nos merecemos.

ERIKA BAHENA BELTRÁN

ESPECIALISTA DE FORMACIÓN MAPERE MÉXICO

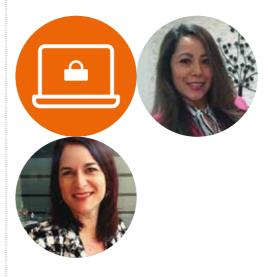
«iEs un gran compromiso!»

Vivo esta experiencia como una gran oportunidad de colaborar, compartir prácticas, experiencias e ideas de forma activa entre compañeros. Es todo un reto ser parte de un proyecto que requiere dedicación, cercanía entre las personas y empatía.

Para mis compañeros es un gran valor tener a disposición recursos y herramientas que generan un valor agregado en la realización de nuestras funciones diarias, de esta forma podemos lograr una mejor administración de tiempo y sobre todo conseguimos comunicarnos de manera oportuna.

Para mí, sin duda, esta experiencia me ha servido para comprender que ponerme al servicio de otras personas ies un gran compromiso!

Considero que Digital Workplace ha puesto de manifiesto las necesidades de flexibilidad, autonomía, beneficios personales y beneficios para la empresa tras la eficiencia de los recursos tecnológicos que MAPFRE pone a nuestro alcance, los mismos que reducen la brecha de comunicación. En MAPFRE nos encontramos en un importante momento de TRANSFORMACIÓN, y parte fundamental de ella es la digitalización.



¡TOMA NOTA! AQUÍ VAN LOS **TRUCOS FAVORITOS** DF ALGUNOS DF **NUESTROS DIGITAL CHAMPIONS**



Trabajar en documentos compartidos. La facilidad de poder trabajar y construir un documento al mismo tiempo es fantástica. El proceso creativo fluve mucho. No se necesita esperar a que la otra persona termine y cierre el documento para ir después e incluir tus cambios. Así, construimos y validamos juntos. Rosemeire R.L. dos Santos



Tres aplicaciones fundamentales: OneDrive para disponer de espacio infinito y acceder desde cualquier lugar y momento. El programa EUREKA, que es una fuente de sorpresas continuas gracias a las contribuciones que se hacen por parte de los compañeros. Y el Teams, que para las reuniones nos ha liberado de espacios físicos, nos ayuda a conectar mejor que las llamadas telefónicas, nos permite

disponer de espacios de almacenaje comunes donde trabaiar en documentos de forma colaborativa... El Teams nos ha dado alas, casi como en los anuncios de la bebida energética... Luis Cases



Tener un grupo de Teams con otros Digital Champions donde puedo contar con su ayuda siempre. Estela de Frutos



Utilizar las herramientas de videoconferencia como Microsoft Teams para crear cercanía y vinculación con nuestra red. Además, OneNotes y OneDrive nos aportan mucha agilidad en el trabajo en equipo y nos ahorran tiempo en la entrega de las minutas y reportes. Luis Miguel **Borges Ortega**



¿Vas hacer un evento y quieres que las personas se puedan apuntar, pero no quieres convocarles como si fuera una reunión? En Outlook puedes crear una cita de reunión y usar la opción «Reenviar como iCalendar»

TRUCOS

para generar un fichero que puedes publicar donde anuncies ese evento. Si abren ese fichero y aceptan, tú serás informado que participarán y la cita aparecerá en su calendario. Si no lo aceptan... amigos como antes. **Pedro Tavares**



Ser empáticos, amables, colaborativos y curiosos para buscar conocimiento siempre. En la universidad corporativa se pueden realizar diversos cursos para conocer mejor las herramientas que MAPFRE pone a nuestra disposición, convirtiéndonos así en más resueltos y productivos. Juliana Casemiro

[DW] Digital Workplace

Encuentra muchos otros consejos prácticos para adaptarte cuanto antes a las nuevas formas de trabajo, en el site de Digital Workplace en el espacio Personas de la Intranet

LUIS MIGUEL BORGES ORTEGA

ESPECIALISTA DE FORMACIÓN MAPFRE MÉXICO

"Digital Workplace me hace sentir muy cercano a todos nuestros intermediarios"

Me enorgullece formar parte de este proyecto, fue una gran experiencia ser el Champion del primer grupo en transición en México y sobre todo porque mi equipo de trabajo está formado por los principales líderes comerciales de la compañía.

Más que un rol de formador mi papel fue el de acompañar a mis compañeros y asesorarlos en el uso diario de las herramientas digitales que nos otorga MAPFRE. Digital Workplace nos brinda un nuevo panorama de cómo podemos ser más eficaces en nuestro trabajo mediante las nuevas herramientas colaborativas.

Me gusta mucho ser la referencia al cambio digital en mi equipo de trabajo, me siento muy entusiasmado cada vez que apoyo a un compañero y va ejecutando en su día a día las nuevas herramientas digitales.

El Digital Workplace en definitiva mejora la gestión diaria de todos los colaboradores en MAPFRE y a mí me hace seguir muy cercano con todos nuestros intermediarios de manera digital. Además, aporta una imagen más novedosa, moderna y digital a la compañía y mejora la manera de trabajar de los colaboradores, logrando procesos más eficientes mediante las nuevas herramientas digitales.

SHALIMAR VÁZQUEZ HERNÁNDEZ

COORDINADORA DE RECURSOS HUMANOS MAPFRE PUERTO RICO

«Comenzar a ver el fruto me ha hecho sentir que soy parte de la transformación que MAPFRE desea»

La experiencia de ser parte de los Digital
Champion ha sido gratificante. Me ha encantado
ser partícipe de este proyecto, ya que he podido
aportar mis conocimientos a los empleados
sobre las herramientas digitales. Además, he
visto cómo mi contribución ha hecho que los
empleados cambien o adquieran nuevos hábitos
de trabajo para ser más productivos y ágiles. El
poder asesorarlos y comenzar a ver el fruto es lo
que me ha hecho sentir que estoy siendo parte de
ayudar en la transformación que MAPFRE desea.
Definitivamente, este proyecto es un pilar para que
MAPFRE continúe apostando hacia la tecnología y
digitalización para el beneficio de sus empleados y
clientes.

DIGITAL CHAMPIONS







ROSEMEIRE R.L. DOS SANTOS

FORMACIÓN Y CULTURA. MAPFRE BRASIL

«iMándamelo por Teams!»

Yo tengo organizado el día a día en cada tarea que me propongo hacer. Siempre pienso en qué recurso, herramienta o comportamiento digital puedo apoyarme.

Estoy siempre sugiriendo, más bien incentivando a mis compañeros de trabajo, no solo a mi equipo sino también con las interacciones que tengo con otras áreas, les sugiero utilizar esos recursos. Siempre que alguien me dice que me va a enviar algo por email, ya me adelanto: «¡No, mándamelo por Teams!»

Y tenemos un equipo en Teams formado por los compañeros cuya función es mejorar el uso de las herramientas.

Creo que el uso de Digital Workplace ha traído enormes posibilidades para el trabajo colaborativo y la agilidad. Sin embargo, debemos estar pendientes para no volver al modelo antiguo.



JULIANA CASEMIRO CARBONI

ESPECIALISTA DE PROCESSOS E PROJETOS. MAPFRE BRASIL

> «Si conseguimos gestionar mejor nuestro tiempo y tener la cabeza más "fresca", nos podemos concentrar en nuevas estrategias para el negocio.»

Siempre escuchamos la frase: «Conocimiento guardado es conocimiento perdido» y de hecho iasí es! Compartir mi conocimiento sobre Digital Workplace no solo consiste en repartir y revisar la información, es una forma de abrir un espacio para el intercambio, para el crecimiento, tanto personal como profesional, me permite conocer nuevas personas, percibir nuevas perspectivas. Además, para mí es un estímulo, pues para poder transmitir este conocimiento, primero tengo que prepararme, buscar más informaciones, nuevos desafíos y esto evidentemente hace que yo evolucione.

En abril me cambié de área y, conversando sobre los retos del equipo, identificamos la necesidad de tener un control más estricto y colaborativo de ciertos casos que presentaban irregularidades. Entonces les presenté la herramienta Planner, que yo ya utilizaba para la planificación y gestión de mis actividades, y la implantamos en nuestro día a día. Para mí, situaciones como esta, donde me siento necesaria, son el combustible que me mueve, pues lo cierto es que nuestro crecimiento profesional está articulado en torno a lo que estemos dispuestos a ofrecer para contribuir al crecimiento de los demás.

Con el avance de la tecnología y el aumento de la velocidad de las informaciones, el mundo se volvió inmediato e impaciente, lo que muchas veces nos sobrecarga. Aprender a usar la tecnología a nuestro favor y haciendo uso de los recursos de Office365 nos hace ganar eficiencia y agilidad. Conseguimos gestionar mejor nuestro tiempo y así pasamos a ser más productivos, con la cabeza más «fresca», nos podemos concentrar en la creación de nuevas estrategias para el negocio.





CATÁSTROFES NATURALES: NOS ALIAMOS CON LA TECNOLOGÍA PARA LA GESTIÓN DEL RIESGO

TEXTO **NEUS MARTÍNEZ** FOTOGRAFÍAS **ISTOCK** Los desastres relacionados con el medioambiente provocan un enorme retroceso económico y social, además de poner en riesgo a las personas. Hasta hace pocos años se creía que era posible prevenir los riesgos basándose en datos recopilados de catástrofes naturales del pasado. Hoy, jugamos con ventaja. La evolución de la tecnología predictiva es la gran aliada para alertar, prepararnos y tomar decisiones ante incendios, inundaciones y otros fenómenos climáticos que aún no han ocurrido.



LOS SISTEMAS DE ALERTA Y GESTIÓN ADQUIEREN UN ROL IMPORTANTE EN LA PREVISIÓN QUE HA MEJORADO **EXPONENCIALMENTE GRACIAS AL USO DE LA TECNOLOGÍA**

EL HISTORIAL DE LA TECNOLOGÍA APLICADA A LOS DESASTRES NATURALES AVANZA A PASOS DE **GIGANTE Y LOS ACTUALES MODELOS PREDICTIVOS SON UN ARMA PODEROSA PARA PREVENIR Y GESTIONAR RIESGOS**

Los desastres naturales siempre han formado parte de la evolución de nuestro planeta, pero en las últimas décadas vivimos un aumento de estas catástrofes fruto de una meteorología cada vez más extrema.

Los sistemas de alerta y gestión adquieren un rol importante en la previsión que ha mejorado exponencialmente gracias al uso de la tecnología, lo que lleva a atenuar las consecuencias de estos eventos. Entre 1970 y 2019 el número de fallecimientos en las catástrofes naturales se ha reducido notablemente, de unas 50.000 personas en los años setenta a menos de 10.000 en la década de 2010.

A estos estragos se suman las pérdidas económicas generales. Solo en los incendios de California (Estados Unidos) de 2020 los daños totales ascendieron a 11.000 millones de dólares. Y, ese mismo año, los costes derivados de los desastres naturales a nivel mundial alcanzaron los 210.000 millones de dólares. En España, la gota fría de 1983 en el norte del país (uno de los peores eventos) costó casi 1.000 millones de dólares y se llevó la vida de 42 personas.

Para evaluar los riesgos, los expertos dividen la naturaleza de los fenómenos naturales en cuatro grupos: climatológicos (sequías, incendios, etc.), geofísicos (terremotos, actividad volcánica, etc.), hidrológicos (inundaciones, desprendimientos, etc.) y meteorológicos (tormentas, temperaturas extremas, etc.). Todos con un denominador común: enfrentarse a ellos como un reto que hay que medir y valorar adecuadamente, buscando medidas para menguar el impacto en las personas y la economía.

Modelos predictivos:

la tecnología como una rotunda aliada

Después del terremoto y tsunami en el Océano Índico en 2004, uno de los desastres más mortales con más de 220.000 fallecidos, 168 países firmaron el Marco de Acción de Hyogo. El plan, que se extendía hasta 2015, trazó como objetivo reducir la amenaza de desastres y favorecer la resiliencia ante ellos. El relevo para seguir trabajando en esa meta se recoge en el Marco de Sendai para la Reducción del Riesgo de Desastres 2015-2030, en el que los países adheridos se comprometen a aplicar medidas tecnológicas, económicas, estructurales, ambientales, etc., para prevenir los

riesgos asociados a los desastres naturales, incrementar la preparación para la respuesta y minimizar la recuperación.

Si el cambio climático (con sus consecuencias) es innegable, también es cierto que los datos, la investigación y la tecnología juegan a nuestro favor. No hace tantos años, los métodos de predicción analizaban variables simples como, por ejemplo, la velocidad del viento, la intensidad de la lluvia, los niveles de precipitaciones, entre otros indicadores, para anticipar el comportamiento de los huracanes. El resultado de ese «análisis de regresión lineal» era poco preciso.

El historial de la tecnología aplicada a los desastres naturales avanza a pasos de gigante y los actuales **modelos predictivos** son un arma poderosa para prevenir y gestionar riesgos.

Microchips, sensores, *big data*, IA: cómo es la tecnología predictiva

El número de teléfonos inteligentes supera actualmente los 3.000 millones en todo el mundo y las alarmas recibidas por esa vía a nivel individual suponen un salvavidas en muchas ocasiones. Corporaciones gigantes como Google cuentan con un servicio público de alertas para sus usuarios que cubren fenómenos como terremotos y huracanes advertidos por las agencias gubernamentales de diferentes países.

El caso reciente de la **erupción del volcán de La Palma** es un ejemplo de cómo los modelos matemáticos y el *software* de simulación calculan y predicen con anticipación las localizaciones de los ríos de lava. Con el mismo propósito, la vista



En un entorno en el que aumenta el coste de eventos extremos y catástrofes, en parte influidos por el cambio climático, MAPFRE sigue con interés estos avances tecnológicos que aspiran a una mejor gestión del riesgo catastrófico. Los proyectos presentados tienen diferentes perspectivas; desde el comportamiento de los peligros naturales, incluyendo predicciones de cambio climático, hasta la mejora en la información de los bienes expuestos. Incorporan tecnología predictiva o inteligencia artificial y son proyectos pioneros en sus respectivas materias, que, aunque pueden venir acompañados de incertidumbre en sus resultados, también pueden ser grandes aliados para una gestión más sofisticada y precisa del riesgo de catástrofe."

JOSÉ ÁNGEL CAÑIZARES técnico del Área de Riesgos de la Naturaleza de MAPFRE RE por satélite es fundamental para gestionar los riesgos posteriores a la erupción; la pareja de satélites Sentinel 2 (que forman parte del sistema Copernicus EMS pilotado por la Unión Europea) son los encargados de proporcionar los datos geoespaciales para estudiar la evolución del volcán.

La tecnología predictiva se extiende desde el uso de microchips con sensores y antenas emisoras de rayos infrarrojos que detectan cambios bruscos de temperatura, un método implantado en uno de los parques metropolitanos más grandes del mundo ubicado en Barcelona; hasta modelos más sofisticados que usan el big data para analizar factores climáticos y crear sistemas de alerta temprana.

La inteligencia artificial, protagonista de los sistemas de predicción, maneja y clasifica datos masivos y complejos y encuentra las conexiones que las personas difícilmente podrían calcular.

Startups contra los riesgos por desastres naturales

En el ecosistema **insurtech** hay ejemplos relevantes de *startup*s que trabajan sobre el impacto de los riesgos climáticos para desarrollar productos aseguradores que maximicen la protección de personas y negocios.

ZESTY.

cuidar de las personas y de sus viviendas.

Estados Unidos suele estar expuesto a huracanes, inundaciones o incendios. En California, siete de los diez incendios forestales más graves han

DIVISIÓN DE LA NATURALEZA DE LOS FENÓMENOS NATURALES

CLIMATOLÓGICOS



Debidos a la variabilidad del clima, con métricas que pueden alcanzar valores extremos.

- ► Temperaturas extremas
- ► Sequías
- ▶ Deshielos

GEOFÍSICOS



Tienen que ver con el movimiento de las placas tectónicas y otros procesos internos de la superficie o las entrañas del planeta.

- ► Terremotos
- ► Actividad volcánica
- ► Avalanchas

HIDROLÓGICOS



Relacionados con el agua en distintos lugares o recorridos.

- ► Inundaciones
- ► Tsunamis
- ▶ Desprendimientos

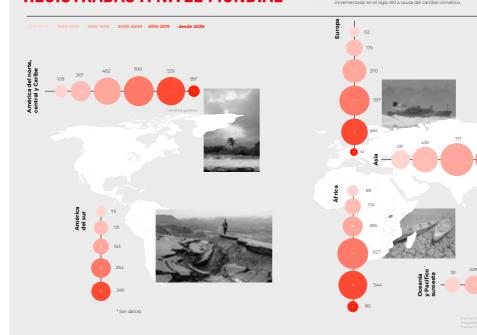
METEOROLÓGICOS

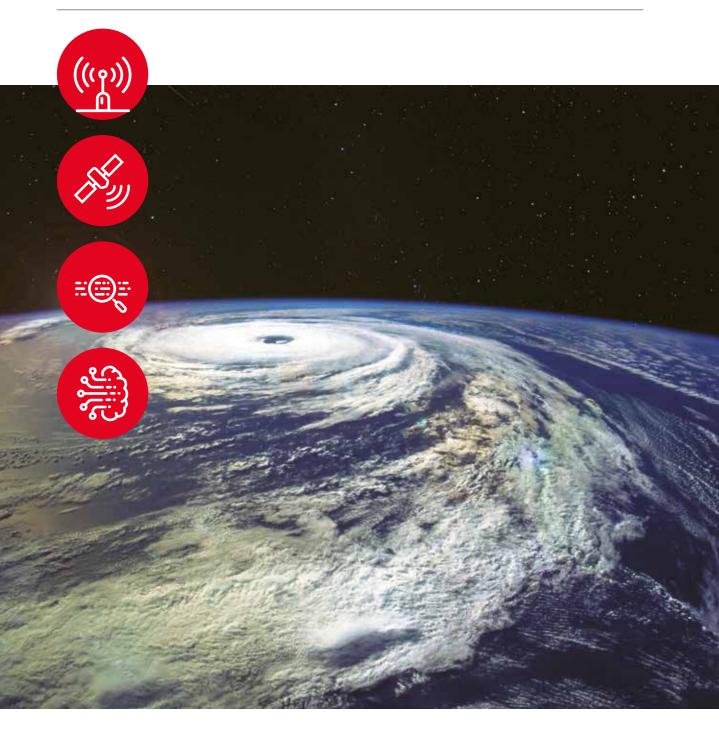


Los eventos pueden ser variados y guardan relación con el comportamiento del clima.

- ► Tormentas
- ► Huracanes
- ► Nevadas

CATÁSTROFES NATURALES REGISTRADAS A NIVEL MUNDIAL





ocurrido en la última década. Para dar respuesta a esta tendencia, Zesty utiliza la IA y analiza el impacto del riesgo forestal en las propiedades de las personas. Su tecnología se nutre de imágenes de alta resolución, datos de viviendas y edificios y factores meteorológicos para valorar el nivel de peligro de incendio forestal en el área y sirve para desarrollar productos aseguradores innovadores que protejan los hogares y negocios y, en consecuencia, apoyen el bienestar de las comunidades.

DESCARTES.

una única base de datos para una nueva generación de seguros. Un equipo de expertos en seguros y científicos integran en un modelo predictivo innovador, la suma de IA, Internet de las cosas (IoT), sensores remotos y otras fuentes de datos. El resultado es dar acceso a sus clientes (a través de corredurías de todo el mundo) a productos de seguros basados en la tecnología y que ofrecen protección a clientes corporativos y gobiernos frente a las catástrofes naturales y los riesgos emergentes.

CLOUD TO STREET,

seguimiento de inundaciones desde el espacio. Esta empresa utiliza satélites e IA para rastrear inundaciones en cualquier punto del planeta sin utilizar equipos. La plataforma de teledetección, presente en más de 160 países, está creada para cartografiar las zonas inundadas casi en tiempo real. Es un valioso recurso para monitorizar personas y bienes en riesgo que permite tomar las mejores decisiones en situaciones que evolucionan rápidamente. Además, facilita a las aseguradoras de catástrofes, las comunidades y los gestores de las cuencas hidrográficas a entender, prevenir y prepararse ante eventuales riesgos.

CAPE ANALYTICS,

evaluación en remoto de datos de la propiedad. La plataforma tecnológica de Cape se nutre de imágenes geoespaciales, visión por ordenador y el aprendizaje automático de un sistema de IA para valorar automáticamente y de forma instantánea los datos de una propiedad. Esta funcionalidad permite seleccionar a aseguradoras e inversores los inmuebles óptimos. Adicionalmente, es posible monitorizar para evaluar los riesgos y peligros de algunos fenómenos naturales como incendios, vientos o granizo.

PLANET IQ.

vigilancia del clima desde el espacio. Este proveedor de servicios de vigilancia y previsión meteorológica utiliza un sistema de sensores espaciales para analizar de forma muy precisa el clima, de lado a lado de la Tierra, con el fin de predecir eventos regionales y globales. Su tecnología impacta en una mejora de la seguridad al rebajar los riesgos meteorológicos en sectores como la agricultura, la industria, etc.

JUPITER,

protección de activos en peligro por el cambio medioambiental. Cuantificar el impacto climático en las propiedades es la actividad central de esta *startup*. Su plataforma tecnológica se sirve de la nube para ejecutar diversos modelos predictivos que trabajan con sensores terrestres y por satélite para calcular las futuras condiciones medioambientales y prevenir desastres meteorológicos. Su solución es idónea para estudiar el riesgo en industrias clave y como recurso para las aseguradores que ofrecen análisis de riesgo climático en su cartera de activos.

La investigación, la innovación y los datos son incuestionables. La evolución de la tecnología acelera el desarrollo de predicciones cada vez más precisas y fiables. Aumenta la capacidad de fundir modelos predictivos y combinar metodologías, todo para estar preparados ante la realidad medioambiental, para mitigar el riesgo y proteger a las personas.



#LaParteQueNosToca





MÓNICA ZULETA: "NECESITAMOS MÁS AGENDA 2030 QUE NUNCA"

TEXTO NURIA DEL OLMO | FOTOGRAFÍAS MAPFRE

Hablamos del pacto global más ambicioso de nuestro tiempo para transformar el presente y asegurar un mundo más justo, más igualitario, más próspero y más seguro para todos. Así lo cree Mónica Zuleta, directora corporativa de Sostenibilidad de MAPFRE, quien considera que la Agenda 2030 puede y debe contribuir a cambiar el mundo. Desde la aprobación de la Agenda 2030, en 2015, MAPFRE ha incluido en su plan de sostenibilidad proyectos y compromisos concretos para contribuir a cada uno de los objetivos, que son en definitiva un compromiso de sumas, y en este momento trabaja en siete ODS de acción prioritaria, lo que le permite cumplir con #LaParteQueNosToca.

¿Qué es la Agenda 2030 y cómo crees que repercute en el mundo?

La definiría como la gran hoja de ruta de la comunidad internacional para el futuro de la sociedad y del planeta y creo que es nuestra mejor apuesta para lograr una verdadera transformación social y económica, algo que en este momento es más que necesario para hacer frente a los desafíos actuales y futuros que se nos presentan, especialmente a raíz de la pandemia.

Los 17 objetivos de desarrollo sostenible hablan precisamente de estos importantes desafíos, que están presentes en ámbitos como la diversidad, la justicia, la salud, la educación, el medio ambiente y el crecimiento económico. Creo que es importante tener en cuenta también que todos estos objetivos están conectados entre sí y que es necesario el trabajo conjunto para alcanzar las distintas metas que se proponen.

¿Qué destacarías de la Agenda 2030?

Creo que la Agenda 2030 representa un hito, porque por primera vez se ha logrado un acuerdo general en la comunidad internacional para erradicar la pobreza, reducir las desigualdades y actuar por la emergencia climática. Creo que esto es reflejo de la necesidad y la urgencia de esta agenda.

La pandemia ha hecho más visibles las desigualdades y ha acrecentado muchos de los problemas que ya estaban encima de la mesa, por lo que creo que necesitamos más agenda 2030 que nunca y que solo vamos a poder salir de esta crisis si cumplimos con los objetivos.

El Pacto Mundial tiene el mandato de Naciones Unidas de trabajar todos estos objetivos con el sector privado. ¿Qué papel crees que desempeñan las empresas en la Agenda 2030? ¿En qué consiste la acción de

MAPFRE para sumar a esta ambiciosa agenda?

Este pacto nos invita a mirar a lo global sin perder de vista la perspectiva local, que es donde tenemos un efecto más visible. Por eso creo que ninguna empresa puede ser relevante a largo plazo si no se ocupa del bienestar de las personas que viven en su entorno, en su comunidad. Es algo que siempre hemos tenido claro y que nos ha hecho considerar la sostenibilidad como un ámbito de gestión prioritario del negocio. Creemos que la Agenda 2030 puede y debe contribuir a cambiar el mundo y estamos plenamente comprometidos con sus objetivos, que son en definitiva un compromiso de sumas.



"LA AGENDA 2030 HACE
UN LLAMAMIENTO AL SECTOR
PRIVADO PORQUE NOS
CONSIDERA AGENTES DEL
DESARROLLO ECONÓMICO
Y SOCIAL"

carbono, con objetivos cada vez más ambiciosos en materia de suscripción e inversión, con proyectos de energías renovables, y con una estrategia clara para proteger a las personas en caso de desastres medioambientales.

¿Cuáles crees que son los principales retos del sector empresarial relacionados con la Década de Acción? ¿Cómo está actuando MAPFRE?

Sin duda, la Agenda 2030 hace un llamamiento al sector privado porque nos considera agentes del desarrollo económico y social. Las empresas innovan, transforman

y crean riqueza, aspectos que sin duda suman en favor de la Agenda 2030. Representa, además, una oportunidad clara para todas ellas, ya que pueden encontrar en los ODS la vía para alinear sus estrategias con el desarrollo sostenible, encontrar nuevas oportunidades de negocio y desarrollar productos y servicios sostenibles con los que generar valor competitivo. También es una oportunidad clara para responder a las necesidades sociales, demostrar la rentabilidad de los mismos y asegurar que las actuaciones de la compañía tienen significado para todos los grupos de interés, sin dejar a nadie atrás.

Desde la aprobación de la Agenda 2030, en 2015, hemos incluido en nuestro plan de sostenibilidad proyectos y compromisos concretos para contribuir a cada uno de los objetivos con los que estamos más involucrados. También formamos parte de distintos foros y contamos con varios grupos de trabajo con el objetivo de analizar mejor nuestro impacto en los ODS e informar con transparencia a los grupos de interés.

¿En qué ODS estáis trabajando actualmente?

En este momento, tenemos puesto el foco en siete ODS de acción prioritaria, que son: Fin de la pobreza (ODS 1), Salud y Bienestar (ODS 3), Trabajo Decente y Crecimiento Económico (ODS 8), Ciudades y Comunidades Sostenibles (ODS 11), Acción por el clima (ODS 13), Paz, Justicia e Instituciones sólidas (ODS 16) y Alianzas para lograr los Objetivos (ODS 17).

Con el ODS 1, por ejemplo, buscamos generar impacto económico y social positivo en los más de 30 países donde estamos presentes y creamos oportunidades de empleo inclusivas. Del ODS 3 destacaría nuestro compromiso para proteger la salud y el bienestar de nuestros clientes y empleados, fomentando entornos de trabajo saludables y contribuyendo a la prevención de accidentes. Del ODS 13 subrayaría nuestro compromiso hacia una economía neutra en

La situación que estamos viviendo nos tiene que hacer reflexionar necesariamente sobre las prioridades, pero sin duda, la salud, el desarrollo económico y la protección del planeta, son algunos de los retos más urgentes.

¿Con qué acciones consideras que podemos contribuir cada uno de nosotros a cumplir con los objetivos de la Agenda 2030?

Pienso que todos debemos
trabajar juntos por el mundo
que queremos. Es justo lo
que queremos decir con
#LaParteQueNosToca, que
representa justamente los miles
de gestos que todos podemos
aportar para proteger al planeta y construir un
presente y un futuro para las personas. Creo que

"LAS EMPRESAS INNOVAN,
TRANSFORMAN Y CREAN RIQUEZA,
ASPECTOS QUE SIN DUDA SUMAN
EN FAVOR DE LA AGENDA 2030"

"LA SALUD, EL DESARROLLO
ECONÓMICO Y LA PROTECCIÓN DEL
PLANETA, SON ALGUNOS DE LOS
RETOS MÁS URGENTES"

"TODOS DEBEMOS TRABAJAR
JUNTOS POR EL MUNDO QUE
QUEREMOS"

"TENEMOS QUE SER UN BUEN EJEMPLO PARA LAS GENERACIONES SIGUIENTES, QUE SON LAS QUE TOMARÁN EL RELEVO" el mundo cambia cuando cada uno de nosotros cumple con su parte, ya sea grande o pequeña, y esto empieza con acciones individuales y con cada una de las elecciones que hacemos a diario.

El reto está en que cada uno de nosotros seamos capaces de encontrar el modo de vivir de la forma más sostenible posible cada día. Yo, por ejemplo, estoy cada día más convencida de la importancia del consumo responsable, de reciclar más, optar por alimentos de proximidad, y de promover la igualdad e inclusión, en definitiva, de utilizar nuestra responsabilidad social personal como palanca de cambio.

Tenemos que ser un buen

ejemplo para las generaciones siguientes, que son las que tomarán el relevo.













































POR UNA MOVILIDAD SEGURA Y SOSTENIBLE

TEXTO **DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN, SERVICIO DE PREVENCIÓN MANCOMUNADO** | IMAGEN **ISTOCK**

La forma en la que nos movemos está cambiando y las empresas necesitan trabajar también para lograr, entre todos los agentes sociales, una movilidad más segura y sostenible. La movilidad es una parte integral de casi todos los aspectos de nuestra vida diaria. Pasamos de nuestros hogares a un sistema viario que nos lleva a cualquier lugar, entre otros, a nuestro trabajo. Por tanto, garantizar la seguridad de las carreteras y facilitar la movilidad sostenible desempeñan un papel importante en ámbitos que van desde la reducción de las desigualdades hasta la mitigación del impacto del cambio climático.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) está impulsando la mejora de la seguridad vial a través del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030. En particular, el ODS 3 de dicha agenda plantea en su meta 3.6 reducir a la mitad las muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico en el mundo. En este sentido, la ONU destaca cinco funciones primordiales para mejorarla en el ámbito mundial:

- Establecer la seguridad vial como una prioridad política, apoyando multitud de actos como la Semana para la Seguridad Vial y el Día Mundial en Recuerdo de las Víctimas de Tráfico. Fundación MAPFRE, por ejemplo, lleva años sumándose a Naciones Unidas en esta campaña.
- Establecer normas y reglamentaciones técnicas, relacionadas con la infraestructura viaria, los vehículos y sus componentes, el comportamiento de los usuarios de las vías, el transporte de mercancías peligrosas, los conductores profesionales y la respuesta tras un accidente.
- Alentar a los gobiernos a formular y aplicar políticas favorables a la mejora de la seguridad vial.
- Movilizar agentes del sector privado, el mundo académico y la sociedad civil para llevar a cabo intervenciones eficientes en pro de la seguridad vial.
- Animar a los estados miembros a que continúen actuando en el ámbito de la seguridad vial, examinando e informando periódicamente sobre los avances logrados en este terreno.

En este inicio del Decenio de Acción para la Seguridad Vial 2021-2030, cuyo objetivo es reducir las muertes y lesiones en las carreteras en, al A NIVEL MUNDIAL, LAS COLISIONES EN LAS VÍAS DE TRÁNSITO CAUSAN CASI

1,3 MILLONES

DE **DEFUNCIONES PREVENIBLES**Y SE ESTIMA QUE
SE PRODUCEN ENTRE

20 Y 50 MILLONES

DE **TRAUMATISMOS CADA AÑO.** SE PREVÉ QUE DURANTE EL PRÓXIMO DECENIO CAUSARÁN OTROS

13 MILLONES

DE **DEFUNCIONES** Y HASTA

500 MILLONES

DE TRAUMATISMOS.



menos, un 50 %, existe la expectativa de que las Naciones Unidas continúen trabajando en el ámbito de la seguridad vial, contribuyendo a reducir las muertes y lesiones en las carreteras, y a garantizar la disponibilidad de carreteras más seguras.

LA SEGURIDAD VIAL Y LA SEGURIDAD VIAL LABORAL

Seguridad vial

La seguridad vial se encarga de prevenir los siniestros de tráfico y de velar por que los desplazamientos de las personas sean seguros.

Según datos publicados por la Organización Mundial de la Salud (OMS), los accidentes viales se han convertido en un problema de salud pública, donde cada año mueren cerca de 1,3 millones de personas en las carreteras, y entre 20 y 50 millones padecen traumatismos de diferente índole, siendo, por lo tanto, el accidente de tráfico una de las diez primeras causas de mortandad en el mundo.

Para ayudar a la reducción de estos datos, se celebran numerosas acciones globales y locales, entre otras, el lanzamiento, el pasado mes de octubre, de un Plan Global de Acción 2021-2030 y la Semana Europea de la Movilidad, con el objetivo de promocionar los desplazamientos sostenibles y fomentar el desarrollo de buenas prácticas que contribuyan a reducir el uso del vehículo privado y a promover otros medios de transporte menos contaminantes y más saludables.

Seguridad vial laboral

Desde el entorno social y laboral se lleva tiempo divulgando y trabajando en la promoción de la seguridad vial en la empresa, con objeto de prevenir los siniestros de tráfico laborales y sus consecuencias, que representan más de un 20 % de los accidentes laborales graves y alrededor de un 30 % de los mortales.

Los riesgos que se derivan de la movilidad y el transporte de los trabajadores son los que se denominan accidentes de tráfico laborales. Estos son los que causan el mayor índice de accidentabilidad laboral.

La seguridad vial laboral se ha ido introduciendo, poco a poco, en la cultura preventiva y en los planes de prevención de la empresa y, en muchos casos, ya se considera un factor que puede afectar de forma negativa a la imagen, la actividad económica y a la salud de los trabajadores.

Aunque cada legislación es diferente, la mayoría contemplan dos tipos de accidentes relacionados con la sinjestralidad vial laboral:

- Accidente en misión, que es aquel que se produce en el desempeño de la actividad laboral realizando desplazamientos fuera de las instalaciones del centro de trabajo del empleado.
- Accidente in itinere, el que se produce al ir o al volver del domicilio al centro de trabajo. Para que se considere accidente in itinere se deben dar los siguientes requisitos:
- Que ocurra en el camino de ida o vuelta al centro de trabajo.
- Que en ese camino no se produzcan interrupciones.
- Que se siga el itinerario habitual.

La seguridad vial laboral es una responsabilidad compartida entre empresa y trabajador. La prevención de los accidentes de tráfico en el mundo laboral requiere de la concienciación, implicación y responsabilidad tanto de las empresas, que deben aplicar medidas preventivas, como de los propios trabajadores con el cumplimiento de determinadas pautas de seguridad.



LA SEGURIDAD VIAL LABORAL
ES UNA RESPONSABILIDAD
COMPARTIDA ENTRE
EMPRESA Y TRABAJADOR. LA
PREVENCIÓN DE LOS ACCIDENTES
DE TRÁFICO EN EL MUNDO LABORAL
REQUIERE DE LA CONCIENCIACIÓN,
IMPLICACIÓN Y RESPONSABILIDAD
TANTO DE LAS EMPRESAS,
QUE DEBEN APLICAR MEDIDAS
PREVENTIVAS, COMO DE LOS
PROPIOS TRABAJADORES CON EL
CUMPLIMIENTO DE DETERMINADAS
PAUTAS DE SEGURIDAD.

TRABAJANDO POR UNA MOVILIDAD SOSTENIBLE

Como ya hemos comentado al inicio de este reportaje, la inclusión de ODS específicos en materia de seguridad vial en la Agenda 2030 refleja el reconocimiento universal de que las defunciones y los traumatismos provocados por el tránsito se encuentran ahora entre las amenazas más graves para el desarrollo sostenible de los países.

Las empresas somos también corresponsables dentro de todos los agentes implicados con la seguridad vial en las calles y carreteras. En este momento, son muchas las empresas que apuestan por implantar medidas

para una movilidad más segura y sostenible.

Para cumplir con los Objetivos de la Agenda 2030, una empresa debe incluir en su Plan de Sostenibilidad acciones dirigidas a la mejora de la seguridad vial laboral y movilidad sostenible. Así mismo, debe contar con una política de salud, bienestar y prevención de riesgos laborales donde se recoja de forma clara su compromiso e interés por desarrollar planes de actuación para reducir la accidentabilidad y, en concreto, la generada por los desplazamientos de las personas, promoviendo una movilidad sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

Por ello, para comenzar a trabajar en un Plan de Movilidad Sostenible hay que plantearse inicialmente un análisis de la siniestralidad vial laboral de cada empresa y, posteriormente, establecer planes preventivos para reducir o minimizar los riesgos asociados a la movilidad mediante las siguientes acciones:

- Trabajar por reducir las principales causas de siniestralidad.
- Cambiar los hábitos de movilidad de los empleados.
- · Sensibilizar a los empleados.
- Conseguir una mayor satisfacción de los empleados.
- Estudiar las incidencias con aparcamientos, alternativas al coche privado...

Desde el punto de vista preventivo, hay que dar a la movilidad el mismo trato que a cualquier otro aspecto del trabajo.



MEDIDAS DE MAPFRE **DENTRO DE SU** PLAN DE MOVILIDAD **SOSTENIBLE**

A continuación, te explicamos las principales medidas puestas en marcha para fomentar la movilidad sostenible y disminuir la siniestralidad laboral en distintos países:

 Información continua sobre la oferta de transporte público.



- Transporte de empresa: rutas y lanzaderas, que conectan distintas ubicaciones de las ciudades con nuestros centros de trabajo, así como lanzaderas hasta los puntos más relevantes de conexión con el transporte público.
- Creación de aparcamiento para coches, bicicletas y motos, en diversos edificios y sedes y en función del uso.
- · Publicaciones para el fomento de compartir coche entre los empleados.
- · Instalación de puntos de recarga de vehículos eléctricos, tanto en el aparcamiento interior como exterior de los centros de trabajo, teniendo, ya en este momento, un uso continuo durante la jornada laboral.
- Realización de acciones formativas en seguridad vial.



- Comunicación v campañas de sensibilización en materia de seguridad vial.
- Fomento de reuniones telemáticas.



- Análisis y estudio continuo de la siniestralidad laboral y en particular, de los accidentes de trabajo in itinere y en misión.
- Oferta de vehículos de renting con 0 emisiones.
- Comercialización de la póliza para vehículos eléctricos.
- Instalación en los Centros de Servicio. del Automóvil de puntos de recarga para vehículos de sustitución eléctricos e híbridos.
- Red de talleres y proveedores colaboradores con vehículos de sustitución eléctricos e híbridos.
- Disposición de grúas híbridas para los servicios de asistencia en viaje.
- Compañías de alquiler colaboradoras que disponen en sus flotas de alquiler de vehículos híbridos principalmente.



· Red de proveedores con unidades de vehículos ECO - vehículos 100 % eléctricos— y otros vehículos de taller y grúas plataformas híbridas para los servicios de asistencia en viaje convencional.

ventajas que una empresa obtiene con la implantación de un plan de movilidad sostenible. Como

BENEFICIOS PARA LOS **EMPLEADOS**

EMPRESAYLA SOCIEDAD

- Mayor accesibilidad para

pdf?sfvrsn=65cf34c8 30&download=-

safety-performance-targets

TALENTO SENIOR



TEXTO REDACCIÓN MUNDO DE MAPFRE | FOTOGRAFÍAS MAPFRE, ISTOCK

El Centro de Investigación Ageingnomics presenta el **Mapa del Talento Sénior 2021,** un estudio que ofrece una instantánea laboral de la población española entre los 55 y los 75 años, y propone cambios para poder aprovechar los beneficios de la 'economía plateada'.

En España, entre 2008 y 2020, debido a una combinación del retroceso de la fecundidad y la acentuación del envejecimiento, se han 'perdido' 2,8 millones de jóvenes (16-34 años) y 'ganado' 2,9 millones de activos mayores de 55 años. Por un lado, hay 4,1 millones de personas en esas edades trabajando, el 25 %como autónomos. Por el otro, "viendo los datos podemos afirmar que hay cierto edadismo": existe medio millón de séniores que quieren acceder al mercado laboral y no pueden. La mitad de estos desempleados lleva más de dos años estancados en esa situación. Además, los parados mayores se han triplicado desde el inicio de la crisis de 2008.

La población sénior española (entre 55 y 75 años) se encuentra en un rango de edad en el que trabajar, según el Mapa del Talento Sénior 2021, es muy excepcional. Veamos los datos: la población mayor de 55 años en España engloba a más de 15,5 millones de personas, que suponen el 32 % del total. De modo que casi uno de cada tres españoles es sénior y una de cada cinco personas activas también lo es. Tres cuartas partes de los ocupados mayores trabajan en el sector privado, frente a solamente un cuarto que trabaja en el sector público. El nivel educativo de estos trabajadores ha mejorado, aunque todavía hay POBLACIÓN SÉNIOR, ENTRE

55 Y 75 AÑOS

MAYORES DE 55 AÑOS EN ESPAÑA

15,5 MILLONES

QUE DEL TOTAL SUPONEN 32 %

Y DE LOS QUE DESEMPLEADOS HAY

508.000

UNO DE CADA CUATRO ES

AUTÓNOMO

SER AUTÓNOMO ES UNA

ACCIÓN EMPRENDEDORA

ESPAÑA TIENE LAS MEJORES
CIRCUNSTANCIAS PARA SER
EL PAÍS DE REFERENCIA EN
LA SILVER ECONOMY, COMO
CONFIRMA EL INFORME, "POR
SU LIDERAZGO EN LONGEVIDAD,
SISTEMA SANITARIO Y DE
DEPENDENCIA Y APERTURA AL
EXTERIOR".

una tercera parte que no ha pasado de la primera etapa de la secundaria. Buena prueba de esa mejora es que un tercio de los hombres y un 40 % de las mujeres empleadas tienen título universitario. El reverso de esas cifras es que la población desempleada mayor de 55 años se ha triplicado desde el año 2008, hasta sumar un total de 508.000 personas. En cuanto a brecha de género, se constata que hay más paradas que parados.

"Las posibilidades de encontrar un trabajo por cuenta ajena a partir de los 50 años son muy bajas", confirma Alonso Jiménez, doctor en Psicología y coautor del estudio junto con Iñaki Ortega, doctor en Economía y profesor universitario, y Rafael Puyol, doctor por la Universidad Complutense de Madrid, donde ha sido catedrático de Geografía Humana. Ante esa dificultad casi insalvable, muchos séniores han optado por el autoempleo, donde poseen algunas ventajas frente a los jóvenes, como tener redes de contactos más desarrolladas, posiciones financieras más fuertes, capacidad de movilizar recursos y de dotar de legitimidad a sus proyectos. Hoy, uno de cada cuatro afiliados a la Seguridad Social es autónomo (unas 900.000 personas) y "en el tramo de los setenta y más años llega a ser el

72% de los afiliados", confirma Jiménez. Ser autónomo, sin embargo, no es una opción 'emprendedora'. En gran medida es una necesidad para seguir activo en los últimos años de vida laboral.

Ortega defiende la necesidad de buscar formas de contratación temporal o a tiempo parcial para el activo sénior: "Es una oportunidad, creo que es mejor trabajar con esas condiciones a no hacerlo... El trabajo es una forma de socializar, de tener ingresos, una mejor vejez, mejor salud mental".

Cuando la recuperación de los estragos de la pandemia por

coronavirus todavía es tímida. no podemos permitirnos perder oportunidades de desarrollo como es el aprovechamiento de la llamada economía plateada o silver economy, a través, precisamente, de quienes mejor conocen ese mercado. España tiene las mejores circunstancias para ser el país de referencia en la silver economy, como confirma el informe, "por su liderazgo en longevidad, sistema sanitario y de dependencia y apertura al exterior". Esta oportunidad se alejará si los séniores no están presentes en un mercado laboral que ha de ser naturalmente diverso.



JÓVENES DE MÁS DE 55 AÑOS

PALOMA FRIAL

PRESIDENTA DE FRIALTEC 66 AÑOS

La relación de Paloma Frial con el sector de la alimentación empezó a los 13 años y a sus 66 primaveras es presidenta de FrialTec, centro avanzado de investigación y desarrollo alimentario con productos como Vidalim, un complemento de Omega3 que aporta la cantidad mínima diaria recomendada por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) para una dieta saludable.

Frial ni siguiera ha pensado todavía en cuándo retirarse a ese plácido limbo de la jubilación: "No entiendo eso de marcar una fecha, porque ya lo hará la propia vida... Ocurrirá cuando se pierda la ilusión o cuando creas que ya no te encuentras con fuerzas para seguir con lo que estás haciendo". Frial pertenece a ese rango de edad en el que trabajar, según el Mapa del Talento Sénior 2021, es muy excepcional. La mayoría de los activos sénior se concentra en el grupo de 55 a 59 años (60 %). El siguiente tramo reúne un 35 %, y a partir de los 65 años las cifras son irrelevantes... todo lo cual confirma la cultura predominante en el país de un abandono temprano del trabajo.





"Me parece que es una pérdida muy grande de ese conocimiento adquirido a través de los años, puede haber muchísima ilusión. v de hecho la hay, porque no siempre la edad es motivo de tener más fuerza o ganas, depende de muchas circunstancias... Conozco a jóvenes de 80 [años] y no tan ióvenes de 30: lo siento. es la realidad"

BENIGNO LACORT

CONSEJERO DELEGADO DE ATIENZA 58 AÑOS

"A un trabajador de más de 50 años recién despedido le aconseiaría que evite de inmediato establecer relación causa efecto entre su situación v sus capacidades. recomienda Benigno Lacort, consejero delegado de Atenzia, empresa especializada en el ámbito social y de la salud. Lacort tiene 58 años v se define como un babyboomer (perteneciente a la generación que nació entre 1957 y 1977) con mucha vida e ilusiones por delante. Está especialmente sensibilizado contra el edadismo en el mercado laboral. Y como no hay mejor prédica que el propio ejemplo, en su empresa han puesto en marcha el programa Atenzia 45/45, que se resume en tener un mínimo del 45 % de la plantilla con edades por encima de 45 años. "Nuestro objetivo es la retención del talento tratando de asegurar largas carreras profesionales en una compañía como la nuestra cuyo gran activo es la experiencia de nuestros profesionales en el mercado laboral".

Para luchar contra esa sensación de ser mayor para el trabajo que se está haciendo o al que se aspira, Benigno Lacort recurre a la demografía. "Según el Banco de España, en 2050 había dos mayores de 65 por cada tres personas en activo. En otras palabras, que deje de sentirse "mayor" para empezar a sentirse "normal", anima este eiecutivo.



¿QUÉ CAMINOS Y SOI UCIONES **PUEDEN** CONSTRUIR UN MERCADO LABORAL MAS JUSTO PARA TODOS?

Elena Sanz. directora general de Personas y Organización de MAPFRE y colaboradora en este Mapa, cree necesario «un cambio de mentalidad en los líderes para que no amorticen el talento a partir de los 55 años, v un cambio de mentalidad en las propias personas, que sepan que tienen que seguir evolucionando, aprendiendo y ser parte de nuevos provectos v de esa transformación de las capacidades que va a necesitar tanto la empresa como el trabajo autónomo».





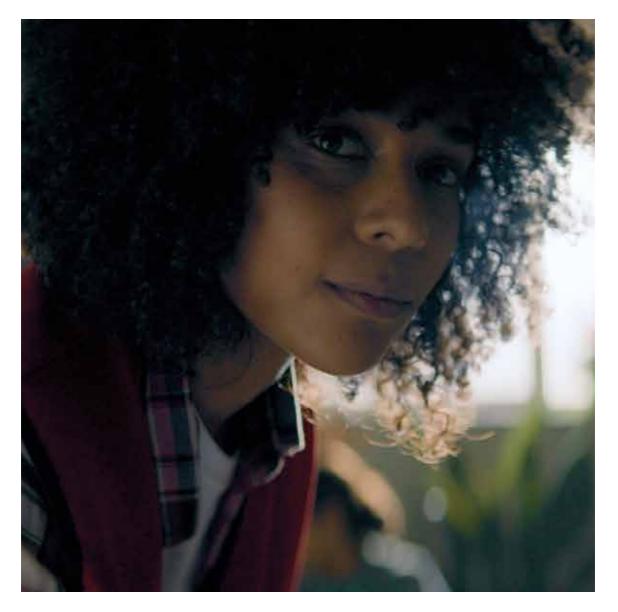
4 DE CADA 10 EMPLEADOS EN ESPAÑA S**e han pasado a la acción**

El último día del mes de noviembre fue la fecha de cierre para pasarse a la acción de MAPFRE aprovechando las magníficas condiciones ofrecidas por la compañía y las ventajas que permite la legislación fiscal en España. Finalmente han sido algo más de 4.700 empleados los que se han inscrito, lo que supone alrededor de un 43 % de la plantilla del Grupo en España. Esto se puede calificar como un éxito ya que para este tipo de iniciativas la media de adhesiones en otras compañías suele situarse alrededor del 15 %

«Esperábamos una alta participación —señala Elena Sanz, directora general de Personas y Organización— porque contamos con una plantilla muy comprometida, pero nos ha sorprendido de forma muy positiva la adhesión de cerca de la mitad de la plantilla en España, que es donde fiscalmente se daban las condiciones para lanzar este Plan. Dice mucho de la confianza que los empleados tenemos en el futuro de la compañía.»

A partir de enero, los empleados adheridos comenzarán a recibir en su cuenta de valores las acciones de MAPFRE por el importe económico que cada uno de ellos ha decidido destinar.

Yo confio



Nosotros confiamos porque los miles de voluntarios de Fundación MAPFRE que estamos repartidos en 27 países del mundo no damos el planeta por perdido, **sino que vamos a hacer de él un lugar mejor.**

Fundación MAPFRE

EL MUNDO DE MAPFRE #113

