

Este é o momento.
Chegou a hora!

O MUNDO

DA MAPFRE #114

NA MAPFRE CADA
MINUTO QUE VOCÊ INVESTE
FAZ SENTIDO

CADA VEZ MAIS
SUSTENTÁVEIS. É TEMPO
DE AGIR

EM FORMA
COM QUILOMÉTROS
DE CONFIANÇA

NOVO
PLANO
ESTRATÉGICO
2022
-2024



DESDE SIEMPRE, CUIDANDO LO QUE TE IMPORTA

Este es **nuestro propósito**. Estar siempre a tu lado acompañándote en cada paso para que avances con tranquilidad, contribuyendo al desarrollo de una sociedad más sostenible y solidaria.

Con nuestros **valores** de siempre para seguir siendo tu **aseguradora** de **confianza**.

Descubre nuestro propósito en [mapfre.com](https://www.mapfre.com)



MAPFRE

Cuidamos lo que te importa

OS DADOS

RECEITAS DE 2021

27,25

BILHÕES DE EUROS

+7,2%

**ESTAMOS AO SEU LADO, LHE ACOMPANHANDO
PARA QUE VOCÊ POSSA SEGUIR COM TRANQUILIDADE
E CONTRIBUINDO PARA O DESENVOLVIMENTO
DE UMA SOCIEDADE MAIS SUSTENTÁVEL E SOLIDÁRIA**

Estratégia, estratégia e estratégia Este é o momento. Chegou a hora!

Temos muitos temas interessantes nesta edição de verão da sua revista *O mundo da MAPFRE*, mas não queremos avançar na apresentação dos mesmos sem antes expressar nossas condolências pelo triste falecimento, no último 11 de fevereiro, de Luis Hernando de Larramendi Martínez, conselheiro da MAPFRE S.A, entre outras sociedades do Grupo, e vice-presidente da Fundación MAPFRE. Luis, que era filho de Ignacio Hernando de Larramendi, refundador da empresa, há cerca de 30 anos passava seu conhecimento na MAPFRE através de diferentes órgãos de governo da entidade. Luis foi determinante para o impulso de modernização e internacionalização que foi configurando nossa atual empresa. Sua participação, primeiro como Patrono e depois como vice-presidente e membro do Comitê de Diretoria, na Fundación MAPFRE, também foi muito relevante, promovendo sempre a cultura e, sobretudo, a ação social. Descansem em paz.

Agora sim, lhe convidamos a ler uma análise a fundo da estratégia da nossa empresa para os próximos anos. O Plano Estratégico 2022-2024, que foi apresentado na última Junta de Acionistas junto com o novo PROPÓSITO: “Estamos ao seu lado, lhe acompanhando para que você possa seguir com tranquilidade e contribuindo

para uma sociedade mais sustentável e solidária” - criamos:

Na MAPFRE cuidamos do que é importante para você.

Você também poderá ler sobre a estratégia de Personas para transformar as capacidades, a liderança e conseguir uma organização mais flexível e ágil, e o novo Plano de Sustentabilidade que nos guiará para fazer frente aos desafios sociais e ambientais globais.

Além disso, lhe mostramos por que na MAPFRE cada minuto que você investe faz sentido: é nossa marca como empregadores e mostra o que somos e o que oferecemos. Novos métodos para ter as melhores práticas em segurança, para onde vai a saúde digital e um resumo dos principais resultados financeiros de 2021 são só alguns dos artigos cuja leitura lhe recomendamos. Nossos protagonistas abrem-nos a um método de trabalho que talvez seja o de muitos de nós cedo.

E no que respeita à saúde e ao bem-estar, tão importantes, especialmente depois destes dois últimos anos tão intensos, convidamos-lhe a ler sobre nossa campanha quilômetros de confiança, como gerar endorfinas e, o mais importante, como cuidar também nossa saúde mental, porque para cuidar-nos por fora, temos de nos cuidar por dentro.

E já só nos resta desejar-lhe um feliz verão no que todos nos cuidemos a todos.

Este é o *momento*. Chegou a *hora!*

QUADRO DE PESSOAL

Presidente do Conselho Editorial
Ignacio Baeza

Diretor
Javier Fernández González

Colaboraram nesta edição
Cristina Agud, Juan Francés, Pablo Fuentes, Joaquín Hernández, Violeta Mateo, Alejandro Miguel, Nuria del Olmo, Sara Elena Torres Hortal, Enrique Vega

Edição
Violeta Mateo Román

Edita
Diretoria de Comunicação
da MAPFRE

Design e diagramação
Moonbook

Imagem de capa
iStock

Distribui
Editorial MAPFRE, s.a.
Ctra. Pozuelo, 52
28222 Majadahonda, Madrid
Fone: 91 581 53 59
comunicacion@mapfre.com

Impressão
Gráficas Monterreina

Depósito Legal
M.1.017-1993

ISSN
1132-9068

AVALIE NOSSOS ARTIGOS EM
www.elmundodemapfre.com

ESPERAMOS SEUS COMENTÁRIOS
EM NOSSA EDIÇÃO DIGITAL



06 NA CAPA

Um ano de crescimento e demonstração de resiliência a capacidade da empresa para adaptar-se a situações não previstas.

10

Este é o momento. Chegou a hora!

A MAPFRE apresentou na Junta de Acionistas anterior o novo plano estratégico para o período 2022-2024.

18 PESSOAS

Transformar as capacidades das pessoas, a liderança e conseguir uma organização mais flexível e ágil.



22

Na MAPFRE cada minuto que você investe faz sentido Nossa marca como empregador mostra o que somos e o que oferecemos.



26 SUSTENTABILIDADE

**Mais sustentáveis.
É TEMPO DE AGIR**

A MAPFRE apresentou recentemente seu Plano de Sustentabilidade 2022-2024 para fazer frente aos desafios sociais e ambientais globais.

32 CONFIANÇA

**Quilômetros de confiança
MAPFRE.** “Hoje começo a pôr-me em forma”



38

Endorfinas e bem-estar.

As endorfinas relacionam-se com o bem-estar por dois motivos: geram prazer e eliminam a dor.

42

DESCUBRA

A MAPFRE impulsiona uma #CulturaCibersegura para prevenir os ciberriscos

46

MAPFRE vai ao Mobile World Congress de Barcelona com um olhar próprio sobre o futuro da saúde.



50

ESTAR BEM

Cuide da sua saúde mental!

Após estes dois anos tão intensos, podemos sentir-nos fatigados a nível psíquico e emocional.



54

PROTAGONISTAS

Trabalhar por projetos leva a uma revolução nas equipas? Estimula a criatividade, o trabalho em equipe e a motivação.



**AMPLIE AS INFORMAÇÕES
EM NOSSA EDIÇÃO DIGITAL**

2021 UM ANO DE CRESCIMENTO E DEMOSTRAÇÃO DE RESILIÊNCIA



Fernando Mata

TEXTO **JOAQUÍN HERNÁNDEZ** | IMAGENS **MAPFRE**

Em 10 de fevereiro em Madri, Antonio Huertas, presidente da MAPFRE, apresentou os resultados de 2021 acompanhado pelo diretor geral corporativo financeiro (CFO) e porta-voz do conselho de administração, Fernando Mata.

2021 foi um ano difícil em todos os sentidos. Um ano marcado pelos estragos da covid-19, que se deixou ainda sentir em muitos países em relação a falecidos, e um ano em que a atividade econômica começa a se recuperar, mas ainda está longe dos números pré-pandemia. Neste contexto, a MAPFRE fechou o ano com um lucro de 765 milhões de euros, um número que representa 45,3% a mais que um ano antes, com um crescimento tanto das receitas (7,2%), até superar os 27,25 bilhões de euros, como dos prêmios (22,15 bilhões de euros, +8,2%), epígrafe esta última que reflete a evolução do negócio “core” do Grupo.

Vendo estes números pode-se dizer que os resultados são positivos... e são mesmo, mas o que é mais importante é que este resultado mostra uma grande resiliência do Grupo, isto é, a capacidade da empresa para adaptar-se a situações não previstas, e a covid-19 chegou e mudou tudo, e ainda nessas circunstâncias, a MAPFRE foi capaz de continuar impulsionando o crescimento do negócio.

A MAPFRE soube se adaptar com uma grande rapidez à nova realidade na qual estamos tendo que viver e fechou o ano de 2021 com todas as áreas regionais e unidades de negócio contribuindo positivamente para o resultado do Grupo. Isto demonstra que a diversificação geográfica e de negócio que vinha acontecendo há anos está dando seus resultados. E esta situação, apesar de ter tido de fazer frente aos sinistros relacionados com a covid-19, cujo custo supera os 460 milhões de euros, principalmente no ramo de Vida, que concentra mais da metade de todo esse montante.

RECEITAS**27,25**

BILHÕES DE EUROS

+7,2%**PRÊMIOS****22,15**

BILHÕES DE EUROS

+8,2%**RESULTADO LÍQUIDO****765,2**

MILHÕES DE EUROS

+45,3%**TAXA COMBINADA****97,5%****ROE****9%****CAPITALIZAÇÃO NA BOLSA****5,56**

BILHÕES DE EUROS

+13,3%**DIVIDENDO COM CARGO****A RESULTADOS 2021****14,5**

CENTAVOS POR AÇÃO

Os grandes indicadores econômicos do Grupo fecham o ano em positivo. O ROE, isto é, a rentabilidade financeira, aumenta em um ano quase 3 pontos, até chegar a 9 %, o nível mais alto nos últimos sete anos. A taxa combinada, apesar de aumentar em relação ao ano anterior, continua abaixo de 100, o que significa rentabilidade das operações, e a capitalização de mercado, apesar de ainda estar longe de refletir o valor real da empresa, também aumentou, valendo a MAPFRE na bolsa mais de 5,56 bilhões de euros.

No encerramento de 2021, os prêmios da unidade de seguros aumentaram para 18,17 bilhões (+8,9 %), enquanto as da MAPFRE RE (que engloba tanto o negócio ressegurador como os grandes riscos) se situaram em 6,27 milhões (+10,3 %) e as receitas operacionais de Assistência aumentaram para 560 milhões de euros (-21,1 %).

Logicamente o ritmo de cada área geográfica e as

peculiaridades dos negócios faz com que a situação avance em velocidades diferentes. Na Europa, parece que começa a conviver-se com a pandemia, o ritmo econômico se recupera e o negócio da MAPFRE reflete isso. A área regional Iberia volta a ser por mais um ano o maior contribuinte ao lucro do Grupo e a Espanha continua crescendo mais do que o faz o setor, especialmente naqueles ramos que são fundamentais para a MAPFRE, apesar de ser um mercado muito maduro e a MAPFRE a empresa de referência neste país.

O negócio ressegurador, por sua vez, volta a registrar um lucro de 118 milhões de euros, frente aos 2 milhões de euros que ganhou um ano antes... e faz isso, apesar de fazer frente a importantes sinistros como a tormenta Bernd na Europa, cujo impacto aumentou para 93 milhões de euros.

A América Latina, onde a pandemia continua impactando com força alguns países, é a região que encabeça o aumento dos prêmios, com um importante crescimento de quase 17 %, e ali praticamente todos os países aumentam seu volume de prêmios, apesar de que o resultado logicamente se ressentem pelos sinistros derivados da pandemia. O Brasil, por exemplo, passou a última parte do ano muito bem, o que lhe permitiu acabar

EM UM ANO DIFÍCIL EM TODOS OS SENTIDOS, MARCADO PELOS ESTRAGOS DA COVID-19, **A MAPFRE FECHOU COM UM LUCRO DE 765 MILHÕES DE EUROS**

TODAS AS ÁREAS REGIONAIS E UNIDADES DE NEGÓCIO CONTRIBUÍRAM POSITIVAMENTE PARA O RESULTADO DO GRUPO

A MAPFRE TEM O DESEJO E A AMBIÇÃO DE **CRESCER DE FORMA SÓLIDA, COM EFICIÊNCIA E PRODUTIVIDADE**

com um aumento de prêmios em moeda local superior a 15%; e na Latam Norte, sem incluir a apólice bialnal emitida no México por 477 milhões de euros, os prêmios crescem cerca de 9 %, uma porcentagem que no caso da Latam Sul aumenta até 11,5 %.

Na América do Norte, apesar de uma leve queda dos prêmios, consequência do lento processo de reativação comercial, das medidas técnicas impulsionadas, em anos anteriores a fim de melhorar a rentabilidade, e da depreciação da moeda, o lucro cresce para dois dígitos (+16,3 %).

Na área regional da Eurásia, a situação por países é completamente diferente, já que as economias de todos eles também são muito diferentes. Assim, enquanto em Malta, o crescimento dos prêmios é de 17,6 % ou na Alemanha de 3,2 %, na Turquia, no entanto, diminui para 6,5 % (consequência da depreciação da lira —26%— e de uma estrita política de assinatura no negócio de automóveis).

Menção à parte merece o negócio da unidade de Assistência, que volta a registrar lucros, depois de vários anos embarcada em um profundo processo de reorganização. Com um lucro de quase um milhão de euros,

A roda de imprensa de apresentação dos resultados de 2021 foi seguida por um numeroso grupo de jornalistas económicos e do setor de seguros.



a entidade prepara-se para iniciar uma nova etapa mais integrada com as entidades de seguros do Grupo.

O dividendo, nos mesmos níveis de antes da pandemia

Com estes números, o conselho de administração decidiu recuperar o dividendo que o Grupo pagava antes da pandemia, 14,5 centavos de euros por ação (8,5 centavos por ação como dividendo complementar, que se soma aos 6 centavos por ação do dividendo a receber pago no mês de novembro). Deste modo, os acionistas da MAPFRE continuarão sendo um dos que obtém melhor rentabilidade com seu investimento, ao ser uma das retribuições mais altas do

mercado espanhol. De fato, em 2021, a rentabilidade sobre a cotação média das ações da MAPFRE foi superior a 7,6 %.

2021 foi também o ano em que se pôs fim ao acordo de bancasseguros mais antigo que tinha a MAPFRE: a aliança com o Bankia. Um acordo que se iniciou em 1998, quando o Bankia era Caja Madrid e ao que foi encerrado ao integrar-se o Bankia ao CaixaBank. Este acordo, que implicava a distribuição de seguros não vida em exclusivo nos escritórios do Bankia e compartilhar uma sociedade conjunta para o negócio de seguros de vida, gerou um lucro extraordinário para a MAPFRE de 167 milhões de euros. Acelerar os processos de transformação, avançar na digitalização e otimizar a estrutura financeira do

Grupo são alguns dos aspectos fundamentais a que se dedicará esta indenização.

«A MAPFRE enfrenta 2022 com todos os motores preparados para aproveitar as oportunidades que serão apresentadas porque temos a aspiração e a ambição de, neste 2022, crescer de forma sólida, com eficiência e produtividade», indicou Antonio Huertas, presidente da MAPFRE, durante a apresentação de resultados. 2022 já está em andamento e a MAPFRE está disposta a enfrentar um exercício no qual esperamos que a pandemia, com todas as suas consequências, fique atrás.

ESTE É O MOMENTO. CHEGOU A HORA!



TEXTO **JUAN FRANCÉS**
IMAGENS **MAPFRE, ISTOCK**

A MAPFRE apresentou na Junta de Acionistas anterior o novo plano estratégico para o período 2022-2024. Estamos iniciando um novo ciclo estratégico, caracterizado pela adaptação contínua a um contexto em constante mudança. Na MAPFRE, buscamos alcançar bons resultados, que nos permitam cuidar do Grupo e legitimar em primeira instância nossa autenticidade e nosso propósito.



Contamos com os recursos, as capacidades e o talento necessários para conseguir isso. Estamos preparados para enfrentar este novo ciclo. Este é o momento. Chegou a hora!

Desenhamos este novo Plano Estratégico sob um novo marco filosófico. Adaptamos nossa **Visão** à realidade da empresa que somos atualmente. Devido à complexidade do mundo de hoje e do negócio de seguros, e à necessidade de ter escala para oferecer produtos e serviços de qualidade, temos que concentrar nossos esforços onde eles podem gerar melhor resultado.

TEMOS QUE **GERENCIAR CORRETAMENTE NOSSO TALENTO, NOSSOS RECURSOS TECNOLÓGICOS E LOGÍSTICOS E NOSSO MODELO OPERACIONAL, COM ESTRUTURAS MAIS ÁGEIS, FLEXÍVEIS, DINÂMICAS E ADAPTADAS À SITUAÇÃO NOS MERCADOS EM QUE OPERAMOS**



- **Vocação de serviço.** Oferta excelente que acompanha todas as nossas atividades e com aspiração à melhoria continuada, escutando e aprendendo para satisfazer as expectativas de nossos clientes.
- **Inovação.** É a alavanca que usamos permanentemente para nos diferenciar e desenvolver as soluções mais adequadas.
- **Equipe multicultural e diversa,** da qual nos sentimos muito orgulhosos e que contribui para construir uma sociedade mais próspera.

QUEREMOS REFORÇAR O QUE É FUNDAMENTAL: QUE SOMOS, ACIMA DE TUDO, A SEGURADORA DE CONFIANÇA PARA NOSSOS CLIENTES E OUTROS GRUPOS DE INTERESSE.

Nossos valores continuam sendo nosso maior patrimônio imaterial, servindo-nos de guia em tudo o que fazemos e sendo nosso signo de identidade, nossa essência:

- **Solvência.** Do ponto de vista financeiro e de recursos, para responder a todos os nossos compromissos e estratégias.
- **Integridade.** Baseamos as relações comerciais na equidade, transparência e tolerância zero diante de qualquer prática que não seja compatível com o pleno respeito aos direitos humanos, à igualdade e à inclusão efetiva.

Nosso **Propósito** transforma-se na grande novidade do Marco Filosófico para o próximo ciclo, adaptando-nos assim às tendências de mercado, reforçando nosso desempenho e nossa marca; declarando o espírito da MAPFRE e nossa forma de trabalhar: «Estamos ao seu lado, acompanhando para que você possa seguir com tranquilidade e contribuindo para uma sociedade mais sustentável e solidária.» Concretizamos este propósito em um potente claim: Na MAPFRE, cuidamos do que é importante para você. Este é nosso propósito, atender a todo momento as necessidades das pessoas que nos rodeiam. E cuidamos da sociedade, porque somos fiéis ao nosso DNA como empresa, conciliando a criação de valor econômico, social e ambiental.

Para tornar isso possível, temos de cuidar entre todos da nossa empresa. Por isso enfrentamos um novo ciclo estratégico com um plano que nos ajudará a continuar sendo uma empresa capaz de adaptar-se sempre ao contexto permanentemente mutável.

Um plano para cuidar da MAPFRE como projeto empresarial, inspirados pelo propósito, com a missão de conciliar a criação de valor econômico, social e ambiental.

Nos últimos anos, a empresa passou por uma das maiores transformações de sua história, o que nos permitiu adaptar e antecipar as novas necessidades de nossos clientes, as situações de cada mercado e os ambientes regulatórios e sociais cada vez mais exigentes.

Como a grande organização que somos, reconhecemos de onde partimos e aonde queremos chegar. É por isso que elaboramos uma nova **agenda da mudança**, que não é nada senão o nosso roteiro para os próximos anos. Queremos:

- **Ser mais acessíveis.** Estar totalmente disponíveis para todos, dentro e fora da empresa. Com uma comunicação mais clara, simples e abrangente que mostre realmente o que somos e o que fazemos. Nosso modelo de negócio nos permite estar muito perto do cliente, tanto de forma presencial como digitalmente; seja qual for o meio que escolha o cliente para nos contatar.
- **Continuar sendo diferentes.** Nossos valores, propósito e visão nos guiarão na



manutenção e criação de propostas de valor adaptadas ao que o cliente exige em todos os momentos. Acreditamos firmemente que uma proposta baseada em cuidar do que é realmente importante através da integridade, serviço, inovação, solvência desenvolvida por uma incrível equipe multicultural e diversificada, será sempre uma proposta vencedora a longo prazo.

- **Ter escala suficiente nos negócios** em que temos presença, para poder continuar melhorando a eficiência e a produtividade, nos permitindo oferecer os melhores produtos e serviços com os preços mais competitivos.

Para todo o anterior, devemos gerenciar corretamente nosso talento, nossos recursos tecnológicos e logísticos e nosso modelo operacional, que deve melhorar, para ser mais eficiente e simples, com estruturas mais ágeis, flexíveis, dinâmicas e adaptadas à situação nos diferentes mercados nos quais operamos.

Agora inicia-se uma nova etapa animadora e desafiante ao mesmo tempo. Temos um novo Plano Estratégico para os próximos três anos. Este novo plano nos levará a continuar sendo a MAPFRE no futuro, mantendo nossa cultura própria



QUADRO DE REFERÊNCIA 2022 - 2024

MARGEM DE SOLVÊNCIA

175% - 225%

PAY OUT

≥ 50%

TAXA DE ALAVANCAGEM

23% - 25%

OBJECTIVOS DO PLANO ESTRATÉGICO

CRESCIMENTO E RENTABILIDADE

 Crescimento médio no triênio em prêmios entre **5% e 6%**.

 Alcançar um **ROE** médio para os três anos entre **9 e 10%**.

EFICIÊNCIA E PRODUTIVIDADE

 Definir o Índice Combinado médio para o período entre **94% e 95%**.

TRANSFORMAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

 Acabar com a disparidade salarial (**tolerância +/- 1%**).

 **90%** da carteira de investimentos com critérios ESG.

e diferenciada com uma abordagem mais digital, que nos permitirá continuar nossa liderança nos novos cenários futuros.

TRÊS PILARES ESTRATÉGICOS

Estabeleceremos umas premissas para coordenar nosso negócio, com base em um quadro de crescimento e uns pilares estratégicos, que serão comuns a toda a organização. Os pilares estratégicos guiarão nosso trabalho neste novo ciclo, conformando um sistema que se retroalimenta, que escapa dos silos e que pretende manter conectadas todas as suas peças.

Trabalharemos com um quadro de crescimento disciplinado que colhe aspectos básicos e imprescindíveis para nossa atividade, e que permite o bom desenvolvimento de todas as peças de um negócio.

Este quadro estabelece a análise da combinação de negócio idônea em cada geografia em que estamos presentes, e a gestão da complexidade organizacional, apoiando a diversificação e combatendo a dispersão.

Para realizá-lo, definimos um necessário processo de análise que permite não só priorizar, mas renunciar a tudo aquilo que não nos convém; desenvolver novas linhas de crescimento; enriquecer os negócios atuais com novos produtos e serviços; e dispor em todos os nossos negócios dos recursos suficientes e adequados. A rentabilidade será uma consequência de um trabalho bem-feito.

Potencializaremos o crescimento, que esperamos que seja disciplinado, sustentável, equilibrado e rentável, porque estamos em mercados diferentes e isso implica que temos de ser capazes de priorizar e potencializar aquilo que pode gerar valor sustentável, diferenciador e escalável.

Os aspectos a serem fortalecidos a fim de impulsionar o crescimento são:

Em relação aos clientes:

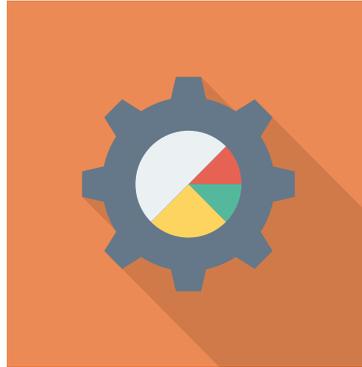
- **Melhoria da integralidade**, incrementando o número de produtos por cliente.
- **Contar com processos mais orientados ao cliente** e continuar com os modelos de segmentação e melhora das propostas de valor cada vez mais personalizadas, graças ao uso intensivo de dados.

Em relação aos canais:

- Fortaleceremos os canais de distribuição mais lucrativos e buscaremos novas formas de alcançar clientes potenciais, com ênfase especial em novos acordos de bancaseguros, fabricantes de automóveis e maximização da relação com os corretores.
- Consolidaremos as redes próprias naqueles países onde já se desenvolveram com sucesso e em escala suficiente. Fortaleceremos a proposta de valor dessas redes, potencializando suas operações digitais para melhorar seu profissionalismo e desenvolvimento.
- Continuaremos incrementando o peso do negócio digital.

Em relação aos produtos, na Unidade de Seguros:

- Em Automóveis, vamos focar em melhorar a taxa combinada e em ganhar participação nos mercados mais rentáveis. Para este fim, continuaremos melhorando a gestão técnica, reduzindo os custos em benefícios e tornando a tarifa mais sofisticada, personalizando-a com técnicas de market pricing.
- Em Multirriscos pessoais, continuaremos aproveitando o excelente serviço que prestamos através de nossas redes de prestadores



de serviços, apoiando-os com novas ferramentas e processos digitais.

- Em seguros de Vida, desenvolveremos novos produtos de economia vinculados a unidades e tradicionais, tirando proveito da reviravolta nas taxas de juros.
- Em Saúde, fortaleceremos nossa já significativa presença em alguns países, expandindo as capacidades digitais nestes produtos.
- Em Empresas, potencializaremos o uso de ferramentas de fidelização de apoio a este tipo de clientes.
- Em Resseguro, estamos comprometidos em melhorar a rentabilidade, controlando mais e melhor a intensidade e frequência da sinistralidade não catastrófica, enquanto ajudamos nossos clientes a melhorar sua proteção.
- Em Global Risks, precisamos crescer em novos clientes nos principais países onde a MAPFRE já atua em seguros.
- Em Assistência, vamos consolidar sua nova abordagem estratégica para sermos um parceiro digital para nossos clientes, fortalecendo os acordos de distribuição.

Reforçaremos a eficiência e a produtividade, para melhorar nossa competitividade e as margens para investir em mais serviços de valor agregado.



ENTREVISTA COM JULIÁN DÍAZ, DIRETOR CORPORATIVO DE ESTRATÉGIA DA MAPFRE

Quais são os últimos objetivos que marcamos como resultado deste novo ciclo estratégico? Como você vê a MAPFRE em 2024?

Ser MAPFRE no futuro:

- Ser fiéis a nosso propósito e valores como forma de alcançar nossa visão em 2024. Continuar sendo a MAPFRE, cuidar do que importa e fazer isso com base em nossos valores, de forma solvente, íntegra, inovadora, com vocação de serviço através de uma incrível equipe multicultural e diversa.
- Como consequência do anterior, vamos conseguir nossos objetivos empresariais que legitimam nosso grande projeto. Esses objetivos materializam-se dentro dos três pilares do plano estratégico: Crescimento e Rentabilidade, Eficiência e Produtividade e Transformação.

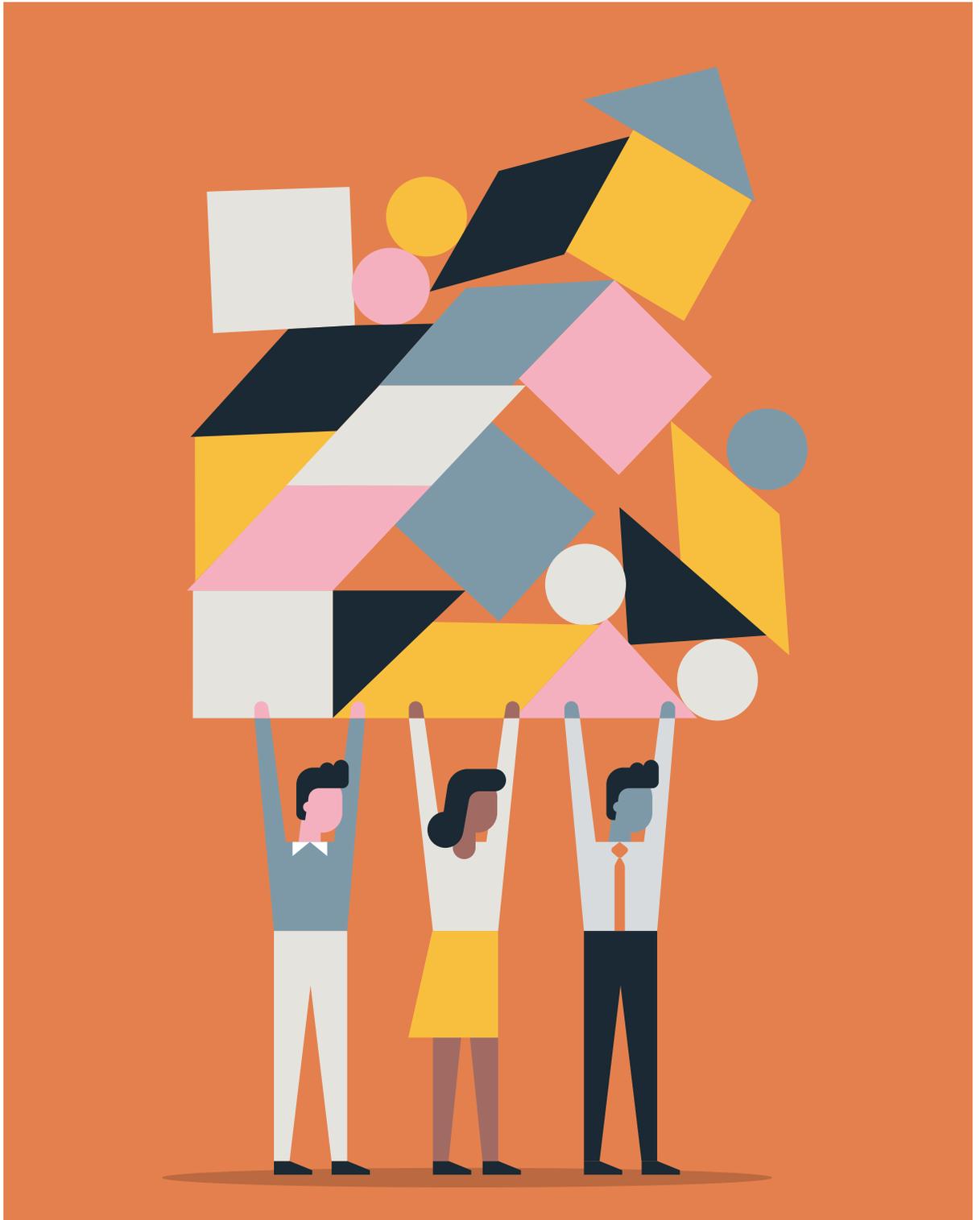
O pilar de Transformação qualifica os outros dois; não só queremos crescer e ser mais eficientes, mas fazer isso de forma que transformemos a empresa e assim prepará-la para continuar competindo nos ambientes mutáveis e voláteis que apareçam. A dita transformação centrar-se-á em aspectos fundamentais: no talento, na transformação organizacional e na liderança, como via para uma organização centrada na experiência do cliente através da exploração dos dados e da tecnologia. Tudo isso sem deixar de lado nossa orientação comprometida com uma sociedade mais sustentável.

Como vamos saber se estamos avançando bem como empresa no cumprimento dessa visão de futuro?

O avanço do plano estratégico a nível corporativo será medido periodicamente para assegurar o cumprimento de nossos compromissos públicos, através dos objetivos públicos que anunciamos na última Junta de Acionistas.

O que precisamos fazer cada um de nós no dia a dia para contribuir para o cumprimento do plano?

Devemos compreender como a área a que pertencemos contribui para cada um dos pilares do plano, e identificar que papel temos na dita contribuição. Para isso, temos de assegurar que nossa atividade tem impacto positivo na consecução de nossos compromissos. Adicionalmente, é necessário entender nosso trabalho como uma parte interligada com um sistema maior e gerar um espírito de colaboração que nos leve à consecução de nossos objetivos.



Vamos nos concentrar nos seguintes aspectos:

- Melhoria contínua da eficiência operacional, com base nas prioridades estabelecidas em cada país, com uma revisão contínua dos processos internos.
- Melhora da gestão técnica, tendente a reduzir os custos médios dos sinistros.
- Melhorar o uso do autoatendimento web do cliente.
- Continuar com a automatização inteligente e a otimização digital dos processos.
- Desenvolvimento de centros compartilhados de serviços.
- Implantação de plataformas tecnológicas “as a Service”, que permitem um uso escalável com custos flexíveis.

E, finalmente, continuaremos avançando em nossa transformação, um processo absolutamente transversal, já que afeta tanto aos modelos de negócio como ao próprio processo evolutivo de nossa organização e de nós mesmos, para adaptarmos às novas realidades sociais, e aos muitos aspectos culturais que já fazem parte do nosso dia a dia.

Para impulsionar esta transformação, como profissionais, temos de desenvolver as capacidades que o negócio precisa a curto e médio prazo, para poder dar o melhor de nós mesmos. E temos de avançar para uma organização mais flexível, menos hierarquizada



e orientada à colaboração entre as áreas, evitando os silos.

Uma mudança a nível cultural e organizacional, que, por um lado, nos ajude a impulsionar a transformação e, por outro, nos permita obter o máximo rendimento da dita transformação.

COMO SERÁ A MEDIÇÃO?

O Plano marca métricas muito concretas, que são organizadas em um quadro de referência e em objetivos específicos para cada um dos pilares.

É importante mencionar que todos estes objetivos foram definidos antes do início da guerra na Ucrânia. O contexto atual voltou a ser de enorme incerteza, porque as variáveis macroeconômicas podem sofrer altas volatilidades.

Este novo Plano Estratégico nos ajudará a avançar com otimismo nos próximos anos, cumprindo nossos principais compromissos, cuidando do que é importante para as pessoas como indicado pelo

nosso propósito corporativo; também cuidando e desenvolvendo o negócio para que ele continue a crescer em força e rentabilidade; e, ao mesmo tempo, cuidando da sociedade, ajudando a alcançar um mundo mais justo e sustentável.

Estamos prontos. É o momento, é agora.

Transformar as capacidades das pessoas, a liderança e conseguir uma organização mais flexível e ágil, eixos da estratégia de Recursos Humanos para o triênio 2022-2024

TEXTO **SARA ELENA TORRES HORTAL** | IMAGENS **ISTOCK**



Na última década, a MAPFRE viveu uma grande transformação, com mudanças nas necessidades dos clientes, na gestão das pessoas, na digitalização e fazendo frente a situações extraordinárias e ambientes complexos. Tudo isso, somado à trajetória da empresa, tornou-nos mais fortes e criou a empresa líder que somos hoje!

Começamos este ano um novo ciclo, com um negócio sólido e rentável para fazer frente a este triênio 2022-2024, e com um plano estratégico que nos vai exigir uma capacidade de adaptação constante para dar resposta às novas demandas da sociedade. Este plano tem três pilares interligados:

- **Crescer de forma constante, equilibrada e rentável**
Estamos em diversos mercados e devido a isso nos cabe priorizar e potencializar ofertas de valor que sejam sustentáveis, diferenciadas e escaláveis em cada um deles.
- **Eficiência e produtividade**
Temos que chegar de maneira ágil e rápida a nossos clientes, prestadores... e é preciso melhorar os custos e a gestão técnica nos apoiando na tecnologia.
- **Transformação cultural e organizacional**
Debemos orientar-nos para uma organização mais ágil e flexível, com maior capacidade para adaptar-se às prioridades do negócio e contar com os perfis adequados.

Para apoiar o novo plano da MAPFRE 2022-2024, a estratégia da Área Corporativa de Pessoas

A MAPFRE TRABALHA EM **MELHORAR A EMPREGABILIDADE DAS PESSOAS COM PLANOS DE DESENVOLVIMENTO, PLANOS DE CARREIRA, ITINERÁRIOS FORMATIVOS, PLANOS DE UPSKILLING E RESKILLING** PARA TRANSFORMAR AS CAPACIDADES NAQUELAS DAS QUAIS O NEGÓCIO PRECISA PARA CONTINUAR AVANÇANDO.

O OBJETIVO DA EMPRESA NESTE TRIÊNIO É QUE 50% DAS NOVAS VAGAS PUBLICADAS SEJAM COBERTAS PELO PESSOAL DA MAPFRE, POR FUNCIONÁRIOS QUE FAÇAM ESSA TRANSFORMAÇÃO E SE FORMEM NAS CAPACIDADES NECESSÁRIAS.

e Organização tem como foco a Gestão da Mudança Organizacional com três desafios: a transformação das capacidades, a flexibilidade e a agilidade organizacional e a liderança transformadora.

Para realizar a transformação das capacidades é preciso trabalhar em dois âmbitos principais:

As pessoas devem evoluir profissionalmente para responder aos requisitos do negócio. O que hoje fazemos em quase nada se assemelhará ao que fazemos em alguns anos e, portanto, devemos desenvolver-nos em novas competências que hoje não fazem parte das habitualmente requeridas nos

ambientes de trabalho ou que, em todo caso, são perspectivas diferentes.

Essa evolução passa pela formação constante e pela capacidade de enfrentar as mudanças.

Cada um de nós é responsável por nossa evolução e pelo nosso desenvolvimento para dar o melhor do ponto de vista técnico e de negócio.

Na MAPFRE, acreditamos no potencial das pessoas e na necessidade de que sintam que têm horizontes na evolução de sua carreira profissional e no conhecimento como ativo da empresa.

Neste sentido, a MAPFRE compromete-se conosco para que sejamos donos da gestão do nosso desenvolvimento, porque devemos nos preparar, através do autodesenvolvimento, para estar prontos para assumir os desafios da organização e não nos desvincular.

Há um compromisso bidirecional entre nós e a MAPFRE.

A empresa nos oferecerá meios para identificar o grau de cobertura de conhecimentos de nosso posto para desenvolver-nos e o grau de cobertura em relação aos postos de que a empresa precisa; também nos indicará as vagas relacionadas com nosso plano de desenvolvimento e aquelas que tenhamos indicado que são nossas preferências.

Também, a MAPFRE está trabalhando em melhorar a empregabilidade das pessoas com planos de desenvolvimento, planos de carreira, itinerários formativos, planos de *upskilling* (para evoluir em nossa própria função) e *reskilling* (adquirir capacidades que nos permitam desempenhar outra função) para transformar as capacidades naquelas das quais o negócio precisa para continuar avançando. Neste sentido, o objetivo da empresa neste triênio é que 50% das novas vagas publicadas sejam cobertas pelo pessoal da MAPFRE, por funcionários que façam essa transformação e se formem nas capacidades necessárias.

Esteja atento ao que demanda a empresa e adiante-se naquilo do qual vai precisar porque todos somos responsáveis pela sustentabilidade presente e futura da nossa empresa.

Em agilidade organizacional vamos nos concentrar na gestão por projetos, na aposta em valor do conhecimento e na gestão colaborativa entre departamentos e, inclusive, entre países, fomentando a autonomia nas equipes.

As novas formas de trabalhar, junto com as ferramentas colaborativas (do Digital Workplace) e a flexibilidade, tanto horária como de localização, vai nos permitir integrar em nosso dia a dia, seja porque trabalhamos por projeto ou em nossa

ACOMPANHAREMOS OS QUASE 6.000 LÍDERES DA MAPFRE EM TODO O MUNDO, PARA QUE ESTEJAM MAIS CONECTADOS COM O AMBIENTE EXTERNO E INTERNO, PARA QUE DESENVOLVAM E SE CONCENTREM EM SUAS EQUIPES E PARA QUE SE CONHEÇAM MELHOR E DESENVOLVAM HABILIDADES BÁSICAS, PARA SEREM LÍDERES REFERENTES E EXEMPLARES.

própria função, os atributos de agilidade, que focam:

- No cliente
- Na entrega rápida
- Na gestão de prioridades
- Na relevância do dado

Fórmulas como Digital Workplace, o modelo híbrido de trabalho ou o modelo de

gestão por projetos são meios para conseguir essa flexibilidade, agilidade e eficiência organizacional.

Com a flexibilidade organizacional, as novas tecnologias vão nos permitir automatizar nossos processos e que possamos focar em tarefas de maior contribuição de valor.

Concretamente, novas formas de trabalhar que incidem em fomentar a comunicação, a colaboração, o acesso à informação, a gestão do conhecimento e a produtividade no posto de trabalho.

A liderança transformadora é um plano de três anos que pretende acompanhar os líderes e guiá-los para que possam oferecer sua melhor versão e para que trabalhem e liderem de maneira diferente.

Durante o processo de gestão da mudança que vai ser desenhado, acompanharemos os quase 6.000 líderes da MAPFRE em todo o mundo, para que estejam mais conectados com o ambiente externo (tendências de mercado), com o contexto interno (conhecimento organizacional da MAPFRE), para que desenvolvam e se concentrem em suas equipes e para que se conheçam melhor e desenvolvam habilidades básicas, para que sejam líderes exemplares e de referência.

Estes três desafios, que se desdobram em diferentes projetos que serão realizados em cada país, terão seus indicadores de cumprimento associados.

Cumpri-los nos ajudará a impulsionar o avanço para uma empresa mais aberta, digital e transformadora.

MAPFRE *Onde seu tempo faz sentido*





VISITE A EDIÇÃO DIGITAL DA REVISTA
EM WWW.ELMUNDODEMAPFRE.COM

NA MAPFRE TODO MINUTO QUE VOCÊ INVESTE FAZ SENTIDO

Nossa marca como empregador mostra quem somos e o que oferecemos. Somos uma grande empresa reconhecida por atributos que fazem da MAPFRE um excelente lugar para se trabalhar.

MAPFRE *Onde seu tempo faz sentido*

NA MAPFRE, CADA MINUTO QUE VOCÊ INVESTE FAZ SENTIDO **PORQUE...**

SOMOS TALENTO

Conosco, pode ser você mesmo, levando seu talento para onde desejar.

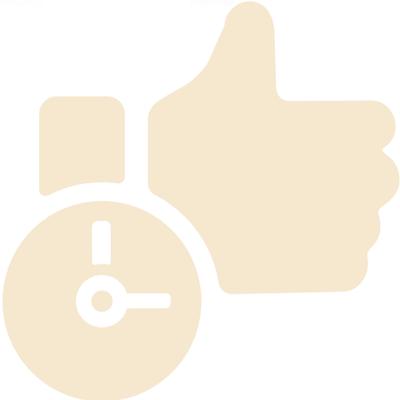
SOMOS COMPROMISSO

Estamos comprometidos com a sociedade e também com você, para criar juntos um mundo melhor no qual possamos viver todos os dias.

INOVAMOS COM PROPÓSITO

Nosso ambiente aberto e colaborativo permite oferecer soluções inovadoras que melhoram a vida das pessoas.

jobs.mapfre.com



TEXTO SARA ELENA TORRES HORTAL | IMAGENS MAPFRE

Toda empresa deve ter uma proposta clara de valor e que esta se verbalize de forma a transmitir efetivamente estes atributos diferenciadores de sua marca como empregador, a fim de ajudar a atrair e fidelizar o talento que necessita.

Na Assembleia Geral de Acionistas, realizada no último dia 11 de março, a MAPFRE apresentou nossa proposta de valor convertida, pela primeira vez, em nosso relato e claim

de marca empregadora. Ela representa o que somos e o que oferecemos a nosso talento, tanto interno como externo, para ser um empregador atraente.

Partindo do novo propósito da MAPFRE – “Cuidamos do que é importante para você”. “Estamos ao seu lado, lhe acompanhando para que você possa seguir com tranquilidade e contribuindo para uma sociedade mais sustentável e solidária” - criamos:

Nosso **relato** com o qual verbalizamos nossa marca empregadora: **Na MAPFRE, cada minuto que você investe faz sentido.**

Nós buscamos investir nosso tempo em algo que valha a pena, que nos faça felizes. E na hora de escolher onde investir o tempo profissional, queremos fazê-lo em um lugar que tenha um propósito claro, saber que nosso trabalho tem um significado. Com esta frase



“Na MAPFRE, cada minuto que você investe faz sentido”, chamamos à reflexão sobre isso e isto nos conecta com o propósito da MAPFRE: “Cuidar do que é importante para você”.

Nosso RELATO mostra nossos atributos diferenciais: Talento, Compromisso e Inovação com propósito. Por que na MAPFRE cada minuto que você investe faz sentido?

- *Porque Somos Talento: conosco, você pode se sentir você mesmo, levando seu talento para onde desejar.* Com isso queremos transmitir que a MAPFRE é um lugar onde valorizamos a diversidade e onde, sendo você mesmo, você pode levar seu talento onde quiser.
- *Porque Somos Compromisso: Estamos comprometidos com a sociedade e também com você, para criar juntos um mundo melhor no qual possamos viver todos os dias.* Você é o mais importante e a MAPFRE está comprometida com você, com seu desenvolvimento profissional e pessoal e com seu bem-estar, mas também com a sociedade e o torna protagonista desse compromisso.
- *Porque Inovamos com propósito: Nosso ambiente aberto e colaborativo permite oferecer soluções inovadoras que melhoram a vida das pessoas.* A inovação é algo que já está em nossos valores. Mas não

A MAPFRE É UM LUGAR ONDE **VALORIZAMOS A DIVERSIDADE E ONDE, SENDO VOCÊ MESMO, VOCÊ PODE LEVAR SEU TALENTO ONDE QUISER.**

VOCÊ É O MAIS IMPORTANTE E A MAPFRE ESTÁ **COMPROMETIDA COM VOCÊ, COM SEU DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL E PESSOAL E COM SEU BEM-ESTAR, MAS TAMBÉM COM A SOCIEDADE E O TORNA PROTAGONISTA DESSE COMPROMISSO.**

A INOVAÇÃO É UMA COISA QUE JÁ ESTÁ EM NOSSOS VALORES. MAS NÃO É QUALQUER INOVAÇÃO, É COM PROPÓSITO. A MAPFRE É UM LUGAR ONDE HÁ ESPAÇO PARA **INOVAR E FAZEMOS ISTO PARA CUIDAR DO QUE É IMPORTANTE PARA AS PESSOAS.**

é qualquer inovação, é com propósito. A MAPFRE é um lugar onde há espaço para inovar e fazemos isto para cuidar do que é importante para as pessoas.

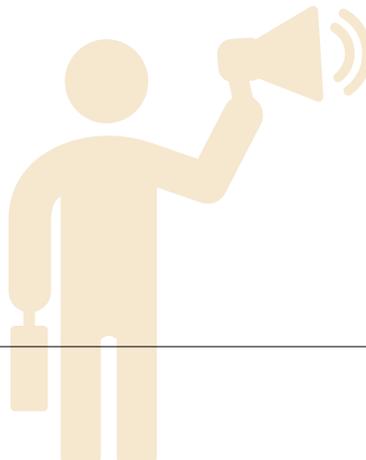
Nosso novo CLAIM: MAPFRE Onde seu tempo faz sentido

Esta definição de relato e marca empregadora é mais um marco em nossa gestão do talento.

Convidamos você a torná-los seus a partir de agora, pois eles serão nossos sinais de identidade para os próximos anos.

Nos próximos meses trabalharemos na implementação de nosso claim e do relato no mundo. Queremos que quando alguém pense na MAPFRE como empregadora em qualquer parte do mundo, pense no mesmo relato e marca, e na MAPFRE como em um excelente lugar para trabalhar.

Nos próximos meses, trabalharemos na implementação de nosso claim e do relato no mundo. Queremos que quando alguém pense na MAPFRE como empregadora em qualquer parte do mundo, pense no mesmo relato e marca, e na MAPFRE como em um excelente lugar para trabalhar.



MAPFRE

*Onde
seu tempo
faz sentido*

ASSIM CONSTRUÍMOS NOSSA MARCA COMO EMPREGADOR

A nossa história começa em 2019. Naquele ano começamos a trabalhar neste projeto, que esteve alinhado com o novo Propósito da MAPFRE. Para isso contamos com a ajuda da McCann, uma das agências internacionais de publicidade mais importantes.

A primeira fase foi a realização de um diagnóstico no qual analisamos:

As tendências em gestão de pessoas. Aqui aprendemos que:

- É fundamental que as marcas contem com um **propósito claro**.
- As pessoas se preocupam com o **impacto** que seu trabalho tem sob o entorno.
- As qualidades e **aptidões emocionais** estão cada vez mais importantes.

Os relatos e as marcas de empregador de nossos concorrentes e outras empresas de referência. Aqui conhecemos que:

- As propostas de valor fortes estão baseadas nas **preocupações e motivações** dos funcionários.
- **Divulgar abertamente as ações realizadas** abre uma porta para o talento.
- Os **canais e formatos** de comunicação são tão importantes quanto o próprio discurso.

O posicionamento de nossa marca como empregador.

A percepção da diretoria, dos funcionários e de outros públicos como universitários, os head-hunters e especialistas em recursos humanos sobre a MAPFRE como empregador. Isto fizemos através de entrevistas e pesquisas, e os principais resultados foram:

- A imagem da MAPFRE como marca empregadora é saudável e evolui de forma positiva. Entretanto, é **mais favorável entre o talento presente** do que entre o talento futuro.
- Há um elevado consenso sobre as **fortalezas e os grandes desafios** da marca empregadora.

Uma vez elaborado o diagnóstico, analisamos e especificamos os atributos com os quais construir nossa proposta de valor para cumprir com o objetivo de expressar como somos na MAPFRE e o que oferecemos.

Os atributos resultantes foram: Talento. Compromisso e Inovação com propósito. Foram realizadas várias sessões de trabalho para verbalizar cada um deles, e para alinhá-los com o novo Propósito da MAPFRE.

Tudo isso deu lugar a nosso relato e a nosso novo claim de marca empregadora, como contamos na primeira parte do artigo.





NO PERCA O VÍDEO
#APARTEQUENOSTOCA EM MAPFRE.COM

MAIS SUSTENTÁVEIS É TEMPO DE AGIR

TEXTO **NURIA DEL OLMO**
IMAGENS **MAPFRE, ISTOCK**

A MAPFRE apresentou recentemente seu Plano de Sustentabilidade 2022-2024 para fazer frente aos desafios sociais e ambientais globais. Ela aborda isso com compromissos exigentes e categóricos em matéria social e ambiental, com serviços e produtos alinhados com eles e com um governo corporativo que nos permita continuar avançando de forma responsável.

Estamos convencidos de que a mudança é possível e que queremos fazer parte dela. Cada um de nós, fazendo #AParteQueNosToca, podemos construir uma sociedade mais justa, diversa, inclusiva, que garanta a todos a igualdade de oportunidades. Assim seremos parte da transformação.



Diante de desafios globais, a resposta só pode ser coletiva. A MAPFRE acredita que cada pequena parte soma para provocar uma mudança, e por isso quer fazer parte do mesmo, com um novo plano de sustentabilidade, uma estratégia completamente integrada no negócio que lhe permita avançar mais rápido em seus compromissos ambientais, sociais e de governo corporativo.

Trata-se de um plano extremamente ambicioso, que inclui mais de 20 objetivos para, entre outros compromissos, alcançar a neutralidade em carbono em 2030, reforçar sua transparência e elevar o cumprimento dos Objetivos para o Desenvolvimento da Agenda 2030 das Nações Unidas.

A S de social

Todas as dimensões são relevantes, mas para a MAPFRE, que é uma empresa que cuida de pessoas, o S de Social é o que concentra a maior parte desta estratégia, que aspira a continuar avançando para uma sociedade mais diversa e inclusiva, fechar as brechas de desigualdade, oferecer emprego de qualidade e impulsionar o conhecimento financeiro e, com isso, um melhor acesso à proteção do seguro.

Com esta visão, a MAPFRE desenvolveu ações concretas para aumentar a empregabilidade, tanto de seus funcionários,

“SE TRABALHAMOS JUNTOS POR UM MUNDO MAIS INCLUSIVO, MAIS SOLIDÁRIO E MAIS JUSTO, SERÁ MUITO MAIS FÁCIL O CAMINHO PARA UMA SOCIEDADE MAIS SUSTENTÁVEL E EQUILIBRADA”

Antonio Huertas, presidente da MAPFRE



O plano de sustentabilidade foca no S de social com o objetivo de promover uma sociedade mais diversa e inclusiva e fechar as lacunas de desigualdade.

como dos jovens; continuar incorporando pessoas com deficiência (até alcançar 3,5 % no quadro de funcionários em 2024); e preparar o talento sênior em sua transição para a aposentadoria. Também conta com um projeto específico para fomentar a educação financeira, fundamental para que a sociedade possa tomar melhores decisões econômicas no futuro; assim como para desenvolver maior número de produtos e serviços que ajudem a melhorar a qualidade de vida dos maiores de 55 anos; e fomentar os microsseguros, um produto segurador para que as pessoas mais vulneráveis e com menos recursos estejam melhor protegidas.

Entre os compromissos sociais mais relevantes destacam-se: eliminar a disparidade de gênero em 2024, com um objetivo concreto dirigido a reduzir a disparidade salarial ajustada de gênero para essa data (com uma tolerância de +/- 1%, compatível com uma empresa de sua dimensão); e conseguir que 100% dos prestadores da rede preferencial residencial, de automóveis e de saúde e colaboradores de compras estejam homologados com critérios ESG para 2024 nos principais mercados.

Meio ambiente: proteger nosso planeta

Não há dúvida que o impacto da mudança climática e seus



riscos associados nos situe ante uma emergência global. A MAPFRE aspira a ser neutra em emissões de carbono em 2024 em seus principais mercados e em 2030 em todos os países onde está presente. Também quer transformar-se em uma referência em economia circular. Para alcançar estes dois grandes objetivos, estamos

Contribuir para reduzir o impacto de carbono também está entre os desafios da nova estratégia de sustentabilidade, com ações como promover a mobilidade sustentável e reduzir o consumo de energia e papel no escritório.

implementando uma série de ações fundamentais em questões ambientais, com as quais aspiramos gerenciar e reduzir as emissões de CO₂e e reduzir os efeitos das mudanças climáticas.

Graças ao Plano Corporativo de Impacto Ambiental 2021-2030, que incorpora novidades decisivas, a empresa vai reduzir ainda mais seu consumo de energia, água e papel; vai continuar fomentando o trabalho em mobilidade e vai continuar adquirindo energia procedente de fontes 100 % renováveis e instalando mais placas fotovoltaicas para autoconsumo. Está promovendo, além disso, a mobilidade sustentável, com postos gratuitos de recarga elétrica, rotas de ônibus para funcionários, a renovação da frota eco e a redução das viagens de negócio (avião e automóvel).

Avançar para um modelo de economia circular também está entre suas prioridades. Neste sentido, a MAPFRE vai reciclar e reutilizar as baterias dos veículos elétricos em caso de sinistro total através do projeto Second Life, assim como incrementar o número de apólices Gama Cambio, incluindo o tratamento de baterias para este tipo de veículos. Também intensificará a reciclagem com projetos como Resíduo Zero, que

estenderá a mais escritórios e países, e que será fundamental para contribuir para conservar os recursos naturais e reduzir a poluição e o impacto de carbono.

Negócio: liderar a mudança com os clientes

“O novo plano de sustentabilidade vai nos acompanhar na estratégia, vai nos orientar no desenvolvimento do negócio e na gestão responsável por nossos ativos e investimentos e vai nos permitir produzir efeitos transformadores muito positivos nas três alavancas da gestão ESG, e fazer isso, além disso, de maneira integrada no negócio”. Assim indicou Antonio Huertas, presidente da MAPFRE, durante a última Assembleia Geral de Acionistas, onde sublinhou a importância de realizar três grandes compromissos.

“Criar produtos e serviços cada vez mais sustentáveis, alinhados com uma sociedade mais exigente e conscientizada; impulsionar investimentos que, além da rentabilidade financeira, também gerem um dividendo social; e ajudar nossos clientes a transitar de uma maneira progressiva para atividades menos poluentes, um aspecto fundamental que nos fez endurecer nossas políticas de assinatura”.

VOCÊ PODE SER O PROTAGONISTA DA MUDANÇA

A MAPFRE apresentou seu novo vídeo de sustentabilidade, seu cartão de apresentação para explicar, em menos de dois minutos, o que é a sustentabilidade para o Grupo e quais projetos concretos está ajudando para um mundo mais justo, ético, seguro, diverso, inclusivo e próspero.

O vídeo, editado nos três idiomas corporativos introduz mensagens diretas como **«Você pode ser o protagonista da mudança. Cada pequeno gesto, cada esforço conta»**, é fundamental para reforçar a ideia de que **«é responsabilidade de todos escolher o propósito de construir um novo futuro sustentável»**.

O vídeo introduz cada uma das dimensões do plano de sustentabilidade (Social, Meio Ambiente, Negócio ESG e Governo Corporativo) e insiste na primeira delas, o S de Social, para referir-se a aquilo que é mais importante para a empresa, as pessoas.

Ao longo de toda a peça audiovisual, faz-se referência à importância da colaboração para contribuir para um modelo de sociedade melhor, **«cuidar daquilo que nos importa é um desafio comum»** e passa uma mensagem importante a todos os seus públicos para que sejam parte desta transformação: **«Soma-se a nosso compromisso com pequenos gestos que contribuem para o objetivo comum de proteger o planeta e construir um presente e um futuro para as pessoas»**. É sua maneira de transmitir à sociedade o que quer dizer com #AParteQueNosToca.



COMPROMISSOS MAIS EXIGENTES PARA O TRIÊNIO

O plano de sustentabilidade 22-24 eleva a exigência dos anteriores e estabelece entre outros, os seguintes objetivos:



AMPLIAR EM 2024 A NEUTRALIDADE DAS EMISSÕES

já alcançada na Espanha e Portugal para os principais países da MAPFRE no mundo, para atingir a neutralidade global em 2030.



CONTINUAR COM POLÍTICAS TRABALHISTAS INCLUSIVAS

para que as pessoas com deficiência representem pelo menos 3,5% do quadro de funcionários.



HOMOLOGAR EM SUSTENTABILIDADE TODOS OS PRESTADORES PREFERENCIAIS

de seguros residenciais, de automóveis, de saúde e compras, nos principais mercados da MAPFRE.



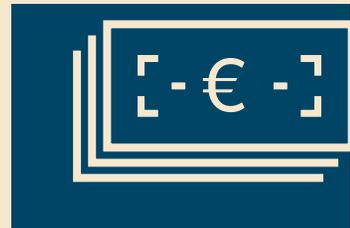
INVESTIMENTOS

Conseguir que até 2024 pelo menos 90% de nossa carteira de investimentos seja classificada como ESG.



NÃO INVESTIR EM EMPRESAS DE CARVÃO, GÁS E PETRÓLEO QUE NÃO ESTEJAM COMPROMETIDAS

com um plano de transição energética, que permita manter o aquecimento global em torno de 1,5 °C.



INCORPORAR OBJETIVOS ESG

em uma parte da remuneração variável dos 250 executivos mais relevantes da MAPFRE.

O compromisso mais importante com que a empresa quer contribuir desde a assinatura até o desenvolvimento sustentável é que a MAPFRE não investirá nem segurará empresas de carvão, gás e petróleo que não estejam comprometidas com um plano de transição energética que permita manter o aquecimento global em torno de 1,5°C, principal requisito para poder cumprir com os compromissos do Acordo de Paris.

Em matéria de investimento, o Grupo também se comprometeu a que o 90 % da carteira de investimento seja qualificada com critérios ESG em 2024, assim como ampliar a carteira de produtos de poupança e investimento com critérios sociais, ambientais e de bom governo.

Mais transparência e Agenda 2030

A MAPFRE está plenamente comprometida com a Agenda 2030, fundamental para transformar o presente e garantir um mundo mais justo, igualitário e seguro para todos. O novo plano permitiu revisar e incrementar suas exigências em transparência e ODS, com base no que os outros esperam da empresa, e no que eles mesmos acreditam que são capazes de fazer para contribuir com todo o seu potencial.

“NOSSA ESTRATÉGIA ESTÁ CONCEBIDA PARA PRODUZIR EFEITOS TRANSFORMADORES MUITO POSITIVOS NAS TRÊS ALAVANCAS DA GESTÃO ESG”

Antonio Huertas, presidente da MAPFRE



Em um momento de emergência como o atual, o clima e os desafios sociais nos desafiam a colaborar de maneira transversal para encontrarmos juntos soluções valiosas. Por isso, queremos impulsionar o diálogo de dentro e para fora com todos aqueles que, como nós, querem fazer parte desta mudança.

E como vamos fazer? Internamente, a MAPFRE vai fortalecer seu quadro ético, incluindo objetivos ESG na remuneração de cerca de 250 executivos da empresa, assim como medindo o impacto que têm alguns de seus projetos em gestão de pessoas nos ODS. Além disso, vai avaliar seu desempenho consolidado a percepção da MAPFRE como empresa sustentável entre seus principais grupos de interesse.

A seguradora sabe que, diante da oportunidade que tem, só com uma estrutura de governo ética e inclusiva, todos podemos contribuir para a transformação. Por isso quer escutar e dar voz a todos os seus aliados, para poder integrá-los em seu próprio projeto. Desta maneira poderá materializar-se, com a #AParteQueNosToca, uma mudança que responda e satisfaça todos aqueles que ajudam a tornar possível o propósito que move a MAPFRE à ação.





«HOJE COMEÇO A ENTRAR EM FORMA» TORNA-SE REALIDADE COM QUILÔMETROS DE CONFIANÇA MAPFRE





TEXTO **ENRIQUE VEGA** | IMAGEM **MAPFRE, ISTOCK**

Quantas vezes você diz a si mesmo que «hoje começa a entrar em forma»?

Possivelmente, e em mais de uma ocasião, você desistiu pensando que algum dia retomaria seus objetivos.

A sociedade está mudando a um ritmo vertiginoso e nossa capacidade de adaptar-nos nem sempre está em pleno rendimento e é possível que, em mais de uma ocasião, nos vejamos forçados a adiar alguns objetivos que tínhamos planejado e, o que é pior, a abandonar nossa competição pessoal no meio da corrida. De fato, as pessoas tendem a postergar indefinidamente as coisas que nossa mente percebe como sendo uma mudança drástica, ou uma mudança que implica que nosso corpo e nossa mente adapte-se a uma coisa que desconhecemos e que além disso ameaça em nos tirar da nossa zona de conforto.

QUILÔMETROS DE CONFIANÇA II

7 CANDIDATOS
+ 500 ASPIRANTES
8,5 KM,
21 KM, 42 KM

O SEGREDO RESIDE EM **DESENVOLVER UM PLANO DE AÇÃO QUE PODE TER UMA METODOLOGIA MUITO BÁSICA** QUE LHE AJUDE A CONTROLAR SEUS TREINAMENTOS. TUDO ISTO **NÃO SERVE SE NÃO ADQUIRIMOS AS TÉCNICAS ADEQUADAS PARA MANTER A POSTURA** AO LONGO DOS MILHARES DE METROS QUE NOS SEPARAM DA LINHA DE CHEGADA.

Provavelmente, terá passado pela sua cabeça essa frase «não deixe para amanhã o que pode fazer hoje». Sim, ainda que não percebamos, é uma filosofia que pode nos ajudar a gerenciar qualquer situação que apareça ou desafio que queiramos cumprir.

No entanto, nem sempre somos capazes de empreender o caminho de forma individual: a motivação é a razão fundamental pela qual muitos runners decidem todos os dias colocar o tênis, sair para correr e alcançar os objetivos que se proponham.

A MAPFRE voltou a dar esse empurrão naquelas pessoas que queiram atingir seus objetivos através da nova edição do KM de Confiança. Sob o lema «todos temos a mesma saída. Agora saia a buscar o objetivo», a MAPFRE pretende ajudar qualquer pessoa para que, independentemente do seu



PARTICIPANTES DA MAPFRE NO DESAFIO DOS QUILOMETROS DE CONFIANÇA

O recebimento da campanha entre os colegas da MAPFRE foi fantástico e houve muitas solicitações. Apresentamos aqui os três selecionados para completar os desafios. Não lhes desejamos sorte —já que não precisarão porque irão muito preparados para Lisboa—, desejamos-lhes motivação e confiança! Vamos lá!

Alfredo García-Almonacid Fuentes não tinha voltado a correr desde que deixou o instituto, apesar de praticar outros esportes. Ele é fiel ao seu lema de vida: “Faça ou não faça, mas não tente fazer”, explica as motivações de participar do KM de Confiança: “No meu caso, vai ser um dos desafios pessoais que me propus ao iniciar o ano. Há um tempo um médico me disse que tinha de fazer coisas novas a cada certo tempo para melhorar minha cabeça e como nunca corri é uma motivação extra para terminar este desafio”

“Chegar a correr distâncias longas e fazer o Caminho de Santiago completo” é a motivação de **Julián Arturo Almería Sanmiguel** para terminar seu desafio no KM de Confiança: alcançar os 8,5KM. Já tem experiência porque no ano passado conseguiu fazer o Caminho de Santiago! Disposto a “Tirar o bom” desta proposta que a MAPFRE lhe oferece, ele quer dedicar este objetivo à sua família e aos amigos.

Adoración Delicado Martínez, a quem todos chamam de Dori, deseja que esta participação lhe sirva: “Como catalisador para incorporar uma rotina esportiva de intensidade média em meu dia a dia e ser capaz de compatibilizá-lo com o cuidado das minhas filhas (de 5 e 8 anos) e uma atividade profissional muito intensa, e que seja uma rotina duradoura no tempo”. Ela está muito preparada —praticou caminhada, corrida, ioga, zumba, aquagym e fez rotas em bicicleta— para alcançar seu sonho.

Além disso, quatro participantes externos aspiram a cumprir seus objetivos de maratona, meia maratona e 8,5 km. São eles: **Roberto Leol, Montse Díaz, Tmimi Chaemae e Sara Gil**. Eles também vão com tudo!

ponto de partida, possa chegar ao final dos 42 quilômetros de uma maratona.

Os sete candidatos escolhidos entre os mais de 500 aspirantes ao KM de Confiança II terão de enfrentar uma das seguintes distâncias: 8,5 km, 21 km ou 42 km.

ASSESSORANDO DESDE O PRIMEIRO TREINAMENTO

A preparação e o treinamento constante voltam a ser aspectos fundamentais para alcançar qualquer objetivo. Nesta ocasião, para percorrer os 42 quilômetros que marca a maratona do KM de Confiança, ambos virão acompanhados pelo assessoramento dos melhores profissionais: os *coaches* Marina Rebull, Germán Madrazo, Pablo Lucero e Judit Abarca guiarão os runners até o objetivo através de quatro pilares diferentes: motivação, nutrição, mobilidade e preparação física.

Os segredos de uma boa preparação não têm de vir necessariamente das academias: Marina Rebull, *coach* de nutrição, se encarregará de assessorar os participantes sobre a importância de uma alimentação adaptada a nossos objetivos. «Porque a nutrição, assim como o descanso, faz parte de um bom treinamento.», nos indica a nutricionista.



Além de uma dieta adequada e equilibrada, a motivação tem um papel fundamental na hora de enfrentar qualquer desafio. Neste caso, a ampla experiência de Germán Madrazo, o *coach* motivacional, no esporte e sua filosofia de que não há limites para os seres humanos o levaram até a competir nos Jogos Olímpicos.

A preparação física e o treinamento partem do *head coach* Pablo Lucero. Seu currículo como treinador, fundador do BCN-Madrid Triatlón e técnico da seleção espanhola de triatlo, permite-lhe adaptar os treinamentos e ser um apoio constante para que os corredores cheguem ao objetivo sem sofrer lesões. Para ele, o segredo reside em «desenvolver um plano de ação que pode ter uma metodologia muito básica que lhe ajude a controlar seus treinamentos», acrescenta.

Tudo isto não serve se não adquirirmos as técnicas adequadas para manter a postura ao longo dos milhares de metros que nos separam da linha de chegada. Por isso, Judit Abarca, *coach* de mobilidade, se encarregará de mostrar sua visão do esporte, dizendo que nem sempre busquemos esse grande objetivo a atingir, mas para nos mantermos ativos. Porque «treinamos para nossa vida enquanto melhoramos nossa saúde».

TODO MUNDO VAI ÀS RUAS

Mudar os velhos hábitos, transformar-se em alguém mais ativo e conseguir levar uma vida mais saudável é um grande passo para qualquer um e um dos mais importantes para que sua vida dê uma grande guinada.

Por isso, nesta edição, você também pode participar. Através do aplicativo KMdeConfiança, você poderá romper suas próprias barreiras, sair do sedentarismo e começar uma rotina diária de exercícios. Seguindo os conselhos dos treinadores e superando os desafios que irão aparecendo no app, você poderá entrar em diferentes sorteios de material esportivo da Asics e Garmin.

Desde 14 de fevereiro, qualquer um pode acessar o aplicativo e estabelecer seus próprios objetivos, criando um plano adaptado a suas capacidades, necessidades ou mesmo horários. Através do KmDeConfiança, os usuários poderão inscrever-se em cada um dos desafios que vão aparecendo todo mês e começar assim hábitos de vida mais saudáveis, seja andando ou correndo (adaptado a cada usuário).

Para este desafio, não há barreiras. É que, independentemente de onde vivam ou das capacidades que tenham, qualquer um poderá entrar no aplicativo e criar o plano mais adequado a seu perfil.

FAÇA A SI MESMO A SEGUINTE PERGUNTA: COM QUAL ESPORTE VOCÊ SE SENTE MOTIVADO?

SE O MÉTODO LHE ENTEDIAR, MUDE ELE

ESTABELEÇA OBJETIVOS

ANOTE ESTATÍSTICAS, DESCREVA O PROCESSO

RECOMPENSE-SE

SEJA FLEXÍVEL

Além disso, o fenômeno Quilômetros de Confiança não fica na Espanha. Sendo uma amostra de como a motivação e a confiança podem ter um papel crucial em nossa corrida para superar nossos desafios, o Peru decidiu adaptar a campanha a seu país e envolver assim pessoas que possivelmente nunca tenham corrido uma maratona.

O OBJETIVO: LISBOA

Os sete participantes já têm uma ideia em mente: a Maratona de Lisboa. Em 9 de outubro, todos eles chegarão plenamente preparados para o encontro final. Milhares de corredores de todo o mundo reúnem-se neste evento internacional que sem dúvida marcará a vida de nossos runners.

Mas eles não estão sozinhos: nossos quatro coaches os guiarão ao longo deste caminho até o dia da maratona, participando de uma das três modalidades: 8,5, 21 ou 42 quilômetros.

Por isso, quando você precisar de uma mudança, trabalhe para consegui-la. Quando você sentir que é o momento de cruzar novos objetivos, esforce-se para isso. Quando você decidir cuidar ainda mais da sua saúde, confie e deixe-se guiar pelos melhores.

Matricule-se no desafio do KmDeConfiança e vá para a rua realizar seus sonhos.





Endorfinas e bem-estar

É surpreendente a quantidade de recursos internos que nós seres humanos temos à nossa disposição e o quão raro recorremos a eles. Um exemplo claro disto a nível neuroquímico são as endorfinas: o que são e como podemos colocá-las para trabalhar para otimizar nosso bem-estar?

TEXTO **CRISTINA AGUD (PSICÓLOGA CLÍNICA E PSICOTERAPEUTA DE TELADOC)** | IMAGENS **ISTOCK**

O que são as endorfinas?

As endorfinas são substâncias químicas que nosso cérebro produz (concretamente o hipotálamo e a hipófise) encarregadas de estimular circuitos neuronais de nosso sistema nervoso relacionados ao prazer. Tecnicamente são polipeptídios de tipo opiáceo que agem como neurotransmissor, isto é, farmacologicamente são uma espécie de morfina interna natural, como uma “droga”, mas sem criar dependência nem efeitos secundários.

Alguns exemplos de treinamentos que potencializam a liberação de endorfinas são: corrida, HIIT (treinamentos com intervalos de alta intensidade), zumba, natação, bicicleta (indoor e

AS **ENDORFINAS** SÃO SUBSTÂNCIAS QUÍMICAS QUE **NOSSO CÉREBRO PRODUZ** ENCARREGADAS DE ESTIMULAR CIRCUITOS NEURONAIS DE NOSSO SISTEMA NERVOSO RELACIONADOS AO **PRAZER**

FARMACOLOGICAMENTE SÃO UMA ESPÉCIE DE **MORFINA INTERNA NATURAL**, COMO UMA “DROGA”, MAS **SEM GERAR DEPENDÊNCIA NEM EFEITOS SECUNDÁRIOS**

outdoor), escalada (e outros esportes de risco como rapel, escalada, etc.), “jumping”, body combat... Mas, lembre-se, outros tipos de atividades como ioga ou pilates também podem ser altamente endorfinícos.

Funções principais

As endorfinas relacionam-se com o bem-estar por dois motivos:

- Geram prazer.
- Eliminam a dor.

Suas principais funções são:

- Produzem bem-estar e reduzem os níveis de estresse e ansiedade.
- Têm efeito analgésico: diminuem a dor tanto física quanto emocional
- Reforçam o sistema imune e reduzem a pressão arterial.

- Aumentam a libido.
- Regulam o apetite.
- Melhoram a memória e a atenção.
- Retardam o envelhecimento.

O que acontece quando fazemos exercício?

Podemos entender o esporte como uma espécie de terapia não farmacológica indicada para pessoas de qualquer idade e condição física, que ajuda a melhorar a saúde em diferentes níveis: físico, emocional, cognitivo e social. As endorfinas possuem um papel fundamental. No entanto, nem todos os treinamentos liberam a mesma quantidade desta substância. Como podemos otimizar nossa prática esportiva para nos sentir melhor psicologicamente??

Antes de mais nada, precisamos entender que prazer não se deve unicamente ao sucesso alcançado ou a bater o próprio recorde. Para que o esporte nos ajude a gerar endorfinas, é necessário adaptá-lo à nossa forma física e ir aumentando o esforço ou a duração de maneira progressiva. Se começamos acima do nosso próprio nível, podemos gerar o efeito contrário, não só

AS ENDORFINAS SÃO SUBSTÂNCIAS QUÍMICAS QUE NOSSO CÉREBRO PRODUZ ENCARGADAS DE ESTIMULAR CIRCUITOS NEURONAIS DE NOSSO SISTEMA NERVOSO RELACIONADOS AO PRAZER

FARMACOLOGICAMENTE SÃO UMA ESPÉCIE DE **MORFINA INTERNA NATURAL**, COMO UMA “DROGA”, MAS **SEM GERAR DEPENDÊNCIA NEM EFEITOS SECUNDÁRIOS**

não gerar prazer mas nos levar ao bloqueio, rejeição e abandono. Por outro lado, o esforço crônico ocasionado pelo treinamento excessivo também diminui a liberação de endorfinas. Portanto, ajustar o nível é importante.

E depois?

Também existe outra maneira de gerar endorfinas que não é propriamente durante a atividade esportiva, mas depois: durante a recuperação após o esforço. O organismo libera esta substância para reduzir os sintomas de fadiga, ativando os receptores do cérebro que aliviam a percepção da dor. Denominamos isto de “efeito recompensatório”.

Escolher a atividade

Existem muitos tipos de esportes. A primeira pergunta que devemos responder na hora de pensar qual escolher é “do que eu gosto?” Pode ser de atividades internas ou externas, esportes individuais ou coletivos, atividade aeróbica ou anaeróbica... Uma escolha de acordo com os interesses pessoais aumenta a aderência e a manutenção da motivação.

Nem toda atividade física libera a mesma quantidade



de endorfinas. Segundo a investigação sobre o tema, há uma maior liberação quando o exercício é de alta intensidade e gera um aumento de ácido lático em sangue. Então, como gerar esforço para liberar mais endorfinas? As endorfinas são liberadas quando criamos estresse no organismo e

podemos conseguir isso através de dois fatores:

- Intensidade.
- Duração.

Então, podemos aumentar o nível de endorfinas com um treinamento intenso e de curta duração, mas também com um de intensidade moderada e de longa duração. Além disso, o

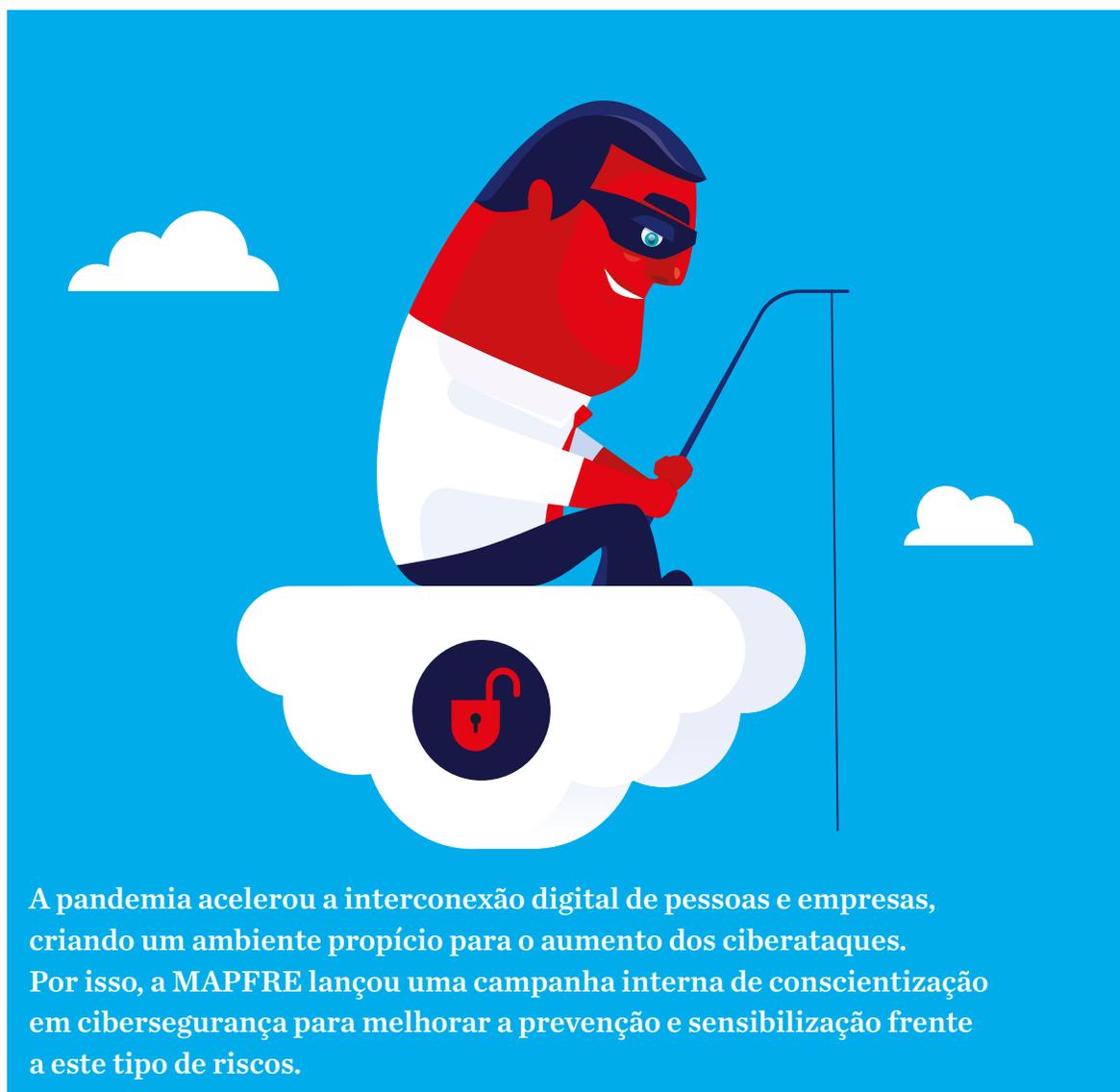
exercício físico desenvolvido em altitude gera mais endorfinas.

VOCÊ PODE ENCONTRAR ESTE ARTIGO E MUITOS OUTROS SOBRE ALIMENTAÇÃO, TREINAMENTO E VIDA SAUDÁVEL EM

<https://www.kmdeconfianza.com/>



A MAPFRE INCENTIVA UMA #CULTURACIBERSEGURA PARA PREVENIR OS CIBERRISCOS



A pandemia acelerou a interconexão digital de pessoas e empresas, criando um ambiente propício para o aumento dos ciberataques. Por isso, a MAPFRE lançou uma campanha interna de conscientização em cibersegurança para melhorar a prevenção e sensibilização frente a este tipo de riscos.



VISITE A EDIÇÃO DIGITAL DA REVISTA
EM WWW.ELMUNDODEMAPPFRE.COM



TEXTO **PABLO FUENTES** | IMAGENS **MAPFRE**

A cibersegurança é um eixo fundamental da transformação digital, já que no ambiente das novas tecnologias e da era digital, cada vez estamos mais expostos aos ciberataques. Esta situação foi agravada pela pandemia da covid-19, que acelerou a digitalização e a conectividade de pessoas e empresas, criando assim um ambiente propício para os ciberataques, como o que a MAPFRE enfrentou com sucesso em 2020 na Espanha, um dos momentos mais complexos na história da empresa.

Em seu relatório *Ciberameaças e tendências. Edição 2021*, o CCN-CERT (Segurança da Informação do Centro Criptológico Nacional, CCN, adscrito ao Centro Nacional de Inteligência) fala de um aumento no número de incidentes e em sua periculosidade, devido à digitalização obrigatória em que a sociedade se vê envolvida.

Por mostrar números, o Instituto Nacional de Cibersegurança da Espanha (INCIBE) gerenciou 133.155 incidentes durante o ano de 2020, do qual 80% fizeram referência tanto a cidadãos quanto a empresas. Estes dados são o dobro do ano anterior, portanto os especialistas começaram a falar de uma ciberpandemia.

Neste contexto, agora tem protagonismo o conceito de responsabilidade individual. Ou seja, quaisquer das nossas ações pode se tornar uma grande ameaça para a nossa segurança. De fato, 95% dos ataques ou incidentes em matéria de cibersegurança deve-se a falhas humanas,

A FIREWALL MINDSET É UMA CAMPANHA 100 POR 100 DIGITAL CUJO OBJETIVO É ENSINAR OS USUÁRIOS A PREVENIR E AGIR DANTE DOS ATAQUES MAIS RECORRENTES

segundo o estudo Cyber Security Intelligence Index da IBM, portanto a prevenção através da conscientização dos funcionários deve ser uma prioridade na agenda de todas as corporações.

Por esta razão, a MAPFRE lançou uma campanha de conscientização em cibersegurança, denominada Firewall Mindset MAPFRE, #CulturaCibersegura, que procura incentivar a cultura de segurança da MAPFRE, no âmbito do Plano de Ciberresiliência (PCR).

Além disso, a iniciativa faz parte do cenário de Proteção da Informação do Digital Workplace, um projeto que oferece aos profissionais da empresa, através de ferramentas de colaboração digital, a oportunidade de trabalhar de uma forma mais ágil, colaborativa e segura.

Trata-se de uma campanha 100% digital cujo objetivo é ensinar os usuários a prevenir e agir diante dos ataques mais recorrentes.

Através do *storytelling* e de uma metodologia baseada na gamificação, muito divertida e amena, os ciberagentes aprendem com casos reais e treinam suas habilidades OPDA (Observa, Pensa, Decide e Atua), o mantra do projeto, que é o que nos permitirá estar preparados diante dos próximos ciberataques.

A MAPFRE quer que todos seus profissionais tenham consciência da importância que o nosso comportamento seguro na Internet tem no ambiente profissional, e também no nosso contexto pessoal e familiar. Além disso, é uma ótima oportunidade para aumentar e reforçar os conhecimentos em cibersegurança.

Através da gamificação, os usuários resolvem casos reais em diferentes modalidades de ciberataque.

A MAPFRE incorpora a seus primeiros 7.300 ciberagentes

A campanha começou no final de 2021 na Espanha e já participaram mais de 7.300 pessoas, das quais 3.800 já receberam seu diploma como ciberagentes da empresa. Todos eles passaram por diferentes provas, que vão desde a visualização de um webisódio, o relatório de uma especialista com a explicação do caso, umas dicas sobre este

PARA MOSTRAR NÚMEROS, O INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURANÇA DA ESPANHA (INCIBE) GERENCIOU

133.155

INCIDENTES DURANTE O ANO DE 2020, DOS QUAIS

80%

FIZERAM REFERÊNCIA TANTO A CIDADÃOS QUANTO A EMPRESAS. ESTES DADOS SÃO O DOBRO DO ANO ANTERIOR, PORTANTO OS ESPECIALISTAS COMEÇARAM A FALAR DE UMA CIBERPANDEMIA.

caso, um exame ou caso aberto e finalmente a solução e o encerramento do caso. No total, na plataforma houve mais de 159.594 visualizações de vídeo, cerca de 1.781 curtidas e 2.013 comentários

Em 2022 está se iniciando a exibição da campanha na Espanha e o lançamento no resto das regiões e países da MAPFRE.

Esta campanha é uma das iniciativas desenvolvidas pelo Grupo de Trabalho de Conscientização em cibersegurança da MAPFRE, integrado pela Diretoria Corporativa de segurança, a Área Corporativa de Pessoas e Organização e a Área Corporativa de Relações Externas e Comunicação, de onde se impulsionam também outras ações dirigidas a criar cultura de segurança na empresa.

Destacam-se, por exemplo, a exibição de cursos de formação em segurança integral a 22.000 funcionários e de privacidade de dados a 19.000; a distribuição a mais de 11.000 profissionais na Espanha de uma capa de proteção para cartões de crédito; a publicação trimestral na Intranet Global e o App Pessoas de vídeos e infografias com conselhos sobre cibersegurança; e a realização de simulações e ciberexercícios em diferentes países, para medir a eficácia das ações de formação e conscientização.



OS TIPOS DE CIBERATAQUE QUE MAIS AUMENTARAM DURANTE A PANDEMIA

Segundo o Instituto Nacional de Cibersegurança da Espanha (INCIBE), as modalidades de ciberataques que mais cresceram em 2020 foram as seguintes:



PHISHING CORPORATIVO OU BEC (BUSINESS EMAIL COMPROMISE)

aproveitando o aumento do teletrabalho. Dentro deste ataque, destaca-se a fraude do CEO, com um crescimento de 15%.



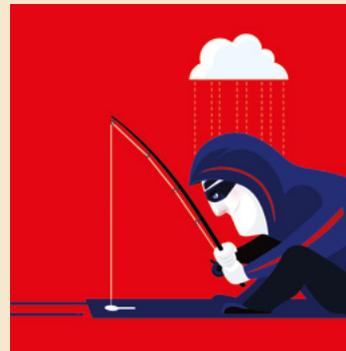
MALWARE SOB MEDIDA

aproveitando a crise sanitária, os ciberdelinquentes lançam campanhas em massa de phishing. Além disso, modificaram o tipo de malware para conseguir um impacto de ataque maior.



RANSOMWARE

mais dirigido e perigoso, que permite aos ciberdelinquentes aumentar o preço do resgate e aumentar seus lucros.



CADEIA DE FORNECIMENTOS

apareceu como novidade nas listas de tendências de ciberataques, como consequência da falta de maturidade e eficácia na segurança de processos de muitas organizações. Um dos maiores incidentes que podemos destacar foi a vulnerabilidade do código fonte da nuvem da Microsoft.



VISITE A SEÇÃO INOVAÇÃO
DE WWW.ELMUNDODEMAPFRE.COM

A MAPFRE VAI AO MOBILE WORLD CONGRESS DE BARCELONA COM UM OLHAR PRÓPRIO SOBRE O FUTURO DA SAÚDE



No último dia 28 de fevereiro, Barcelona voltou a receber de forma presencial o evento referência em matéria tecnológica, o Mobile World Congress, que neste ano reuniu 60.000 assistentes de todo o mundo. Uma delegação do MOi (MAPFRE Open Innovation), a MAPFRE Espanha e Savia percorreram os pavilhões da feira de Barcelona para presenciar as últimas novidades de startups, fabricantes de dispositivos e prestadores de serviços, entre outros atores.

Na MAPFRE focamos no 4YFN (*Four Years From Now*), evento satélite do Mobile World Congress onde startups, investidores e grandes corporações —como a MAPFRE, em plena convocatória de sua quarta edição do programa *insur_space*— encontram-se para buscar modos de colaboração. Além de contar com um espaço próprio para conectar-se com o ecossistema empreendedor, apresentou-se a proposta da MAPFRE Open Innovation (MOi) e da Seiva aos mais curiosos na Barcelona Health Hub (BHH), a primeira associação tecnológica da cidade a impulsionar projetos de inovação no âmbito da saúde digital.

Com o recente lançamento do *call for startups* e sua vertical de saúde e bem-estar, as equipes passaram a conhecer sua proposta de valor nesta vertical e receberam propostas interessantes que decidiram aplicar ao programa do *insur_space*, em busca de uma potencial colaboração.

TENDÊNCIAS NA ÁREA DE SEGUROS

Na primeira jornada do 4YFN, Pedro Díaz-Yuste, CEO da Savia e responsável em Saúde Digital na MAPFRE, participou do painel organizado pela BHH *Digital Health Trends in Insurance*



(tendências de saúde digital na área de seguros), onde relatou a tormenta perfeita com a chegada da covid-19 para a telemedicina e como a MAPFRE decidiu que podia ajudar abrindo a plataforma não só para seus clientes, mas para a sociedade em geral, de forma gratuita. Além disso, Díaz-Yuste comentou que na aposta da MAPFRE pela inovação a colaboração com as startups que fez a Saiva em três anos não só é positiva, mas vital. E para conseguir esses frutos de êxito contribuem, em sua opinião, três ingredientes: rapidez na integração, relações *win-win* e humildade bidirecional.

Todas estas propostas e passos inovadores são necessários na hora de transformar as organizações. **Mónica García Cristóbal**, diretora de Transformação da MAPFRE Espanha, participou da segunda jornada do evento em uma conversa com Amazon Ads, onde compartilhou suas reflexões sobre a aposta da MAPFRE em empatia e em melhorar a experiência do cliente. Com **Germán Martínez**, Managing Director da Amazon Ads na Espanha, aprofundaram na

COM O RECENTE LANÇAMENTO DA **CALL FOR STARTUPS** E SUA **VERTICAL** DE SAÚDE E BEM-ESTAR, **AS EQUIPES PASSARAM A CONHECER SUA PROPOSTA DE VALOR NESTA VERTICAL E RECEBERAM PROPOSTAS INTERESSANTES QUE DECIDIRAM APLICAR AO PROGRAMA DE INSUR_SPACE, EM BUSCA DE UMA POTENCIAL COLABORAÇÃO.**

aceleração de tendências nas organizações após a pandemia e em seu compromisso com responder e antecipar-se às necessidades do cliente, esteja onde estiver.

O importante é estabelecer relações de confiança sólidas e duradouras com eles.

«Importam-nos as famílias... e os jovens», realçou, e «temos de conhecer seus gostos e preferências, saber

aquilo de que precisam... Por isso, estaremos em canais —como Amazon, ou Twitch-, onde eles se encontram», explicou.

TORRE MAPFRE PUNTO DE ENCONTRO

Depois de uma exigente jornada no MWC reservou-se um momento de exceção para subir à última planta da Torre MAPFRE, de onde se apreciam o mar, a natureza e a cidade, para ampliar a visão para o futuro da saúde.

Com a Accenture, a MAPFRE realizou «*The pulse of change: Olhares ao futuro da saúde*»

onde investigadores, startups, investidores e divulgadores debateram sobre os avanços e as tendências para os próximos anos.

Após a abertura do mesmo pelo **Joan Cuscó**, diretor global de Transformação da MAPFRE, e **Elie AbiLahoud**, diretor de Venturing e Inovação na Europa da Accenture, foram intercalando-se palestras de exceção, turno de perguntas, uma entrevista e um colóquio.

Nicolas Monsarrat, responsável pela Saúde Digital da Accenture na Europa, listou as tendências dinâmicas da saúde na região, marcadas pelo rápido crescimento da saúde digital onde se espera um crescimento de 29,6 por cento entre 2019 a 2023.

Coincidindo com o Dia Mundial das Doenças Raras, **Lluís Montoliu**, biólogo e pesquisador do CSIC e do CIBER no Centro Nacional de Biotecnologia (CNB), explicou os avanços em genética, conquistas e desafios que apresenta a medicina personalizada de precisão para conseguir tratar os pacientes de forma individualizada, os avanços em ferramentas de edição genética como CRISPR e a importância da integridade científica, entre outros temas.

Em sua intervenção, seguida com muito interesse por parte da audiência, Lluís Montoliu compartilhou como a tecnologia acelerou e melhorou sua forma de trabalhar: «No final dos anos 90, sequenciamos o genoma pela primeira vez. Naquela época, eu podia demorar dois anos e meio em inativar um gene, algo que agora demoro umas poucas semanas», comentou o especialista em doenças raras, como o albinismo. Além disso, assegurou que a inteligência artificial, o uso de dados ou a supercomputação vão revolucionar o setor.

A SAÚDE DO FUTURO FICOU EXPOSTA E OCUPOU O PROTAGONISMO QUE MERECE EM UM CONTEXTO EM QUE DOMINARAM AS PREOCUPAÇÕES DOS CIDADÃOS A NÍVEL MUNDIAL E EM QUE OS AVANÇOS PODEM CONTRIBUIR PARA NOS DEVOLVER O OTIMISMO E SITUAR O APOIO À SAÚDE MENTAL EM PRIMEIRA LINHA.

Montoliu afirmou que os desafios que existem são globais, mas as soluções são diferentes nas diferentes geografias.

FIRESIDE CHAT: ACELERANDO A MUDANÇA

Depois houve um colóquio, moderado pela **Luisa Bautista**, diretora de Saúde da Iberia da

Accenture, com o título *Fireside chat: acelerando a mudança*. Neste colóquio, **Pedro Díaz Yuste** explicou que a ideia de pôr o paciente no centro da estratégia será um dos fundamentos da saúde digital e assim fez a Savia, oferecendo o serviço de telemedicina de forma gratuita a todos os usuários durante a pandemia. Pedro adiantou que a Savia «terá um papel importante» e que a telemedicina já é o presente do mundo da saúde.

Miquel A. Bru Angelats, vice-presidente de Desenvolvimento de Negócio em Made of Genes, falou sobre o rumo bidirecional que vai seguir a medicina personalizada e a importância de envolver o cliente de forma direta, empoderando os cidadãos para que sejam eles os que decidam compartilhar seus dados para melhorar sua própria saúde além de ajudar o estudo de doenças e seu posterior tratamento.

Luis Martín Ezama, CEO da CancerAppy, startup dedicada a detectar padrões dos diferentes tipos de câncer através da computação, referiu-se a um dos maiores freios na hora de avançar com as investigações: a falta de dados. Em plena era da informação deve haver uma fonte essencial para encontrar soluções para os problemas que nos acontecem e este é um dos grandes desafios que terão de ser abordados a curto prazo.

O MWC permitiu à MAPFRE avançar dentro de um ecossistema inovador e enriquecedor, ampliando a experiência com a apresentação antecipada, durante o evento privado, do relatório *A Saúde futura: Cinco tendências que marcam o futuro segurador*, elaborado em colaboração com a Accenture.

No dito estudo, detalham-se os fundamentos que caracterizarão o futuro da saúde e não só como consequência da pandemia, mas também pelas tensões do sistema sanitário, alentando a necessária digitalização do setor, assim como pelo interesse que se redobrou entre os grupos sanitários, seguradoras, farmacêuticas e fabricantes de dispositivos médicos diante de um novo tipo de participantes: startups e gigantes digitais.

Quais são estes eixos? A efervescência de participantes, todos na corrida por conquistar o setor; a interoperabilidade, pedra angular da experiência do paciente; o empoderamento do usuário, que deverá além disso decidir o que fazer com seus dados; a personalização, através de tecnologias que conduzirão a uma medicina individualizada e de precisão, e o fenômeno de «home-hospitals», onde a saúde se traslada à residência.

A saúde do futuro ficou exposta e ocupou o protagonismo que merece em um contexto em que dominaram as preocupações dos cidadãos a nível mundial e em que os avanços podem contribuir para nos devolver o otimismo e situar o apoio à saúde mental em primeira linha.

Com seu olhar para o futuro, a MAPFRE quis manter a conversa aberta para não perder o caminho para a saúde que está chegando.



Cuidando da sua saúde mental!

Desde o início da pandemia, algumas coisas mudaram substancialmente, mas, neste momento, podemos começar a retomar hábitos e costumes e pensar que, finalmente, estamos vendo alguma evolução. Isto é algo que, apesar de parecer normal, começa a mudar tudo.





MAIS CONSELHOS SOBRE SAÚDE MENTAL
NO ESPAÇO PESSOAS DA INTRANET GLOBAL



TEXTO **ÁREA DE RELAÇÕES TRABALHISTAS E PREVENÇÃO – ESPANHA** | IMAGENS **ISTOCK**

Nos dois últimos anos, por causa da COVID, a saúde das pessoas a nível mundial viu-se comprometida em todos os níveis. Nos primeiros momentos, a maior preocupação foi frear o número de mortes e doentes graves e as entradas hospitalares. À medida que a ciência médica avançou no tratamento desta doença, tanto a nível preventivo, com as vacinas, quanto a nível clínico, com os tratamentos para as pessoas afetadas, a preocupação pela saúde física foi diminuindo e percebemos que a saúde mental também se viu afetada por muitos fatores.

Durante este tempo, existiu uma pressão enorme sobre o bem-estar das pessoas já

que estivemos submetidos a estresses de todo tipo, desde mudanças em nossos hábitos e costumes até cansaço, perdas e incerteza.

Assim, após estes dois anos tão intensos, **podemos nos sentir fatigados a nível psíquico e emocional. É normal e responde ao esforço que realizamos.**

A fadiga psicológica em certas ocasiões pode preceder a possíveis transtornos de ansiedade e de estado de ânimo, mas, dispondo das ferramentas adequadas, estes transtornos podem ser evitados e/ou contidos ou eliminados.

Mais uma vez, por parte das organizações devemos apostar na prevenção e detecção

precoce como ferramenta mais eficiente para combater estas situações.

Detectar a tempo esses primeiros sintomas de mal-estar é fundamental para avaliar se as pessoas têm as ferramentas de enfrentamento suficientes ou vão precisar de um acompanhamento psicológico precoce. O poder intervir de forma precoce vai nos assegurar, na maioria das ocasiões, uma intervenção mais curta no tempo e mais bem-sucedida.

Temos direito a nos sentir tristes, frustrados ou até mesmo aborrecidos com a situação. São emoções válidas e necessárias para enfrentar os momentos de crise. Mas, quando este tipo de emoções nos dificultam o

dia a dia é o momento de parar e ver o que está acontecendo, já que do mesmo modo que precisamos de atendimento médico quando dói alguma coisa, podemos precisar de ajuda psicológica quando o que dói não é tanto nosso corpo mas nosso interior.

É preciso aprender a se cuidar por dentro da mesma forma que sabemos nos cuidar por fora e nos consultar com os profissionais neste âmbito, que são os psiquiatras e os psicólogos, com a mesma desenvoltura que nos consultamos com nosso médico. Sem dúvida, eles nos ajudarão a aperfeiçoar as técnicas e ferramentas necessárias para combater o que nos preocupa.

A prevenção como ferramenta básica para melhorar o estado de saúde volta-se, agora mais que nunca, para nossa melhor forma de lutar contra os efeitos desta pandemia ou de outros eventos internacionais que também podem nos afetar emocionalmente. Preocupar-se com a saúde mental é, neste momento, uma sábia decisão.

Nas empresas pode-se fazer muitas ações que ajudam neste sentido, por exemplo:

- A avaliação constante para proporcionar ferramentas e recursos de formação aos funcionários e prevenir os riscos psicossociais derivados da atual situação.

É PRECISO APRENDER A SE CUIDAR POR DENTRO DA MESMA FORMA QUE SABEMOS NOS CUIDAR POR FORA E NOS CONSULTAR COM OS PROFISSIONAIS NESTE ÂMBITO, QUE SÃO OS PSIQUIATRAS E OS PSICÓLOGOS, COM A MESMA DESENVOLTURA QUE NOS CONSULTAMOS COM NOSSO MÉDICO. SEM DÚVIDA, ISSO NOS AJUDARÁ A APERFEIÇOAR AS TÉCNICAS E FERRAMENTAS NECESSÁRIAS PARA COMBATER O QUE NOS PREOCUPA

É FUNDAMENTAL TRABALHAR EM PREVENÇÃO PSICOSSOCIAL COMO UM CRITÉRIO DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL



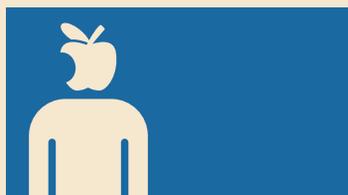
- Cuidar dos aspectos pessoais e de saúde psicológica de nossa equipe, através de planos de acompanhamento e apoio psicológico.

Não é novidade que as empresas tenham de reagir às mudanças do ambiente. O que é relativamente novo é a velocidade em que se produz a mudança. Por isso, é fundamental trabalhar em prevenção psicossocial como um critério de sustentabilidade empresarial.

A maioria das pessoas passam grande parte do seu tempo no ambiente de trabalho. Vários estudos demonstram que a saúde psicológica não é só o ponto de partida para melhorar a qualidade de vida das pessoas, mas a base para transformar as empresas em organizações competitivas, rentáveis e saudáveis. Por este motivo, na MAPFRE trabalhamos para promover a saúde e o bem-estar emocional no ambiente de trabalho (ODS 3), que é um dos cinco âmbitos de atuação do nosso Modelo de Empresa Saudável.



MELHORE SUA SAÚDE MENTAL: CUIDE-SE POR DENTRO COMO VOCÊ SE CUIDA POR FORA



TENHA HÁBITOS DE VIDA SAUDÁVEIS: coma bem, durma o suficiente e combata o sedentarismo.



CUIDE E POTENCIALIZE AS RELAÇÕES INTERPESSOAIS como fonte principal de satisfação e bem-estar

FOQUE EM SEUS PRÓPRIOS OBJETIVOS E VALORES SEM LHE COMPARAR COM OS OUTROS.

Procure não dar muita importância aos pequenos fracassos, encare-os como uma oportunidade de aprendizagem e olhe para o futuro sem desvanecer.



CULTIVE SUA CAPACIDADE DE AGRADECER E AVALIE O QUE VOCÊ TEM E O QUE RECEBE DE OUTRAS PESSOAS OU DA VIDA EM GERAL. Concentre-se em apreciar as pequenas coisas que nos proporcionam bem-estar.

EXERCITE A ATITUDE DE ACEITAÇÃO DIANTE DOS ACONTECIMENTOS DA VIDA. Trabalhe nos temas nos quais você pode agir e procure não se desgastar diante do que não depende de você.

VIVA O PRESENTE, não apegado ao passado ou em função de um futuro que possivelmente não acontecerá como você imagina.

ORGANIZE SEU TEMPO: distinga o urgente do importante; realize antes as tarefas mais pesadas ou menos desejáveis e reserve um tempo para fazer o necessário. Ocupe-se e desfrute seu tempo livre e dê a você mesmo um tempo de descanso



REVISE SEU RITMO: quando fazemos tudo com pressa cometemos mais erros, deixamos passar detalhes importantes ou deixamos coisas pela metade. Vá devagar, que tenho pressa!

PROGREME PAUSAS EM SUA JORNADA:

não têm de ser pausas longas nem que interrompam muito seu ritmo. Dois minutos para tirar a vista da tela, respirar profundo, olhar ao seu redor...



DOSIFIQUE A TECNOLOGIA E AS REDES SOCIAIS: estar disponível não significa responder instantaneamente!



PRATIQUE ALGUMA TÉCNICA QUE LHE AJUDE A CONTROLAR SUA ATIVAÇÃO:

pode ser meditação, ioga, mindfulness, etc. É um tempo para você, para se cuidar e para que sua mente descanse.

O TRABALHO FICA NO TRABALHO:

you precisa se desconectar para que sua mente se oxigene, recarregue e comece o dia seguinte com novas energias.

TRABALHAR POR PROJETOS, A REVOLUÇÃO PARA A EFICÁCIA

Aproveitando o próximo lançamento do Modelo Operacional de Trabalho por Projetos, nossos protagonistas desta edição do El mundo da MAPFRE vão nos introduzir ao interessante mundo do trabalho por projetos, que estimula a criatividade, o trabalho com equipes multidisciplinares e a motivação.

Alguns deles passam anos colaborando neste tipo de projetos, enquanto para outros, é toda uma novidade. Todos coincidem na grande oportunidade que representa poder colaborar com funcionários de outras funções e gerar a mudança interna. Destacam a importância da aprendizagem contínua e o apoio entre os membros da equipe.





ARACELI CAMPOS NAVARRO RESPONSÁVEL PELO DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIO AUTOMÓVEIS E DANOS MAPFRE MÉXICO

Trabalhar em projetos na MAPFRE é muito importante e reconfortante, deixou-me muitos ensinamentos e motivou-me, assumi desafios nos quais ressaltaram minhas qualidades como a criatividade e a solução de problemas. Também, ao trabalhar com pessoas de outras áreas, desenvolve-se a aprendizagem efetiva de cada participante e desta forma fomenta-se a autonomia e ao mesmo tempo o trabalho em equipe, o que também me serviu para minha vida cotidiana, já que fortaleço destrezas sociais para solucionar de maneira autônoma desafios que aparecem em meu dia a dia.

Comecei a trabalhar por projetos em 2019 e estive em diferentes projetos como o desenvolvimento de um modelo de atuação comercial, o plano automóveis, o modelo residencial, as redes exclusivas, a produtividade de equipes comerciais, o centro de conservação de carteira. Também trabalhei na implantação e otimização de soluções tecnológicas, na sala de aula de vendas, provas de seleção de intermediários...

Aprendi a trabalhar em equipe, a solucionar problemas e a me orientar em busca do resultado requerido. Com cada um dos projetos conheci gente de diferentes áreas da MAPFRE e entendi sua função e atividade que desempenha na empresa.

Particpei com vários colegas de diferentes áreas e isso me deixou muitos ensinamentos em relação a funções e atividades, isto aumentou meu conhecimento diante de qualquer dúvida ou problema a resolver e me tornei mais direta e sobretudo rápida e eficaz na resposta.

«Trabalhar por projetos estimula sua criatividade, o trabalho em equipe e sua motivação, convido-lhe a experimentar este novo estilo de trabalho»

ERIC MARTÍNEZ MELÉNDEZ
MANAGER SUPPORT
INFORMATION TECHNOLOGY.
MAPFRE-PORTO RICO

Trabalhar por projetos na MAPFRE permitiu-me ver como vão se alcançando os objetivos de uma maneira organizada e constante. Com os anos e a experiência alcançamos conhecimentos que nos ajudam a realizar nossas atividades diárias de maneira mais eficiente. No entanto, trabalhar em projetos deu-me uma visão mais ampla dos objetivos e de como os alcançar. O resultado do meu trabalho individual afeta o resultado de muitos, portanto seguir uma metodologia de trabalho por projetos se transforma no mais importante para alcançar cada um dos objetivos estabelecidos.

Trabalho no departamento de TI, portanto desde que comecei a trabalhar na MAPFRE no ano de 2000 já vinha trabalhando com metodologias de projetos. Sei que os tempos mudam e todas as coisas vão evoluindo, portanto também pude ver como na MAPFRE mudamos e o que antes fazíamos como parte de um departamento se faz agora por projetos em todos os níveis.

Considero que participar de projetos é muito importante e me fez crescer profissionalmente, ampliar meus conhecimentos e ter a

visão de todas as peças que devem ser consideradas, como em um quebra-cabeças.

Todos os anos trabalhamos com um planejamento estratégico ao nível de país, por sua vez ligado a um planejamento global. Durante este ano, posso destacar minha participação nos projetos de implantação da NIIF 17 para MAPFRE corporativo e a implantação da ferramenta RE21 para o negócio cedido.

São projetos importantes que envolvem muitas pessoas e de diferentes países, o que me ensinou a ser mais organizado e trabalhar com as equipes que não são as que tradicionalmente conheço. Isto proporciona maior experiência e valor a meu esforço.

Efetivamente, trabalhar em projetos permitiu-me conhecer novas pessoas que realizam funções muito diferentes das minhas, portanto conheço mais de seu trabalho e suas funções, mais dos objetivos e de como chegar a eles e sem dúvida conheço mais da MAPFRE.

«Na MAPFRE mudamos e o que antes fazíamos como parte de um departamento se faz agora por projetos em todos os níveis»

ERIKA DE VASCONCELLOS
GAZETA
GERÊNCIA DE PORTFÓLIO DE
PROJETOS ESTRATÉGICOS E TI
MAPFRE BRASIL

Minha experiência em projetos começou há pouco mais de 10 anos em outras empresas do ramo da tecnologia, mas aqui na MAPFRE comecei faz dois anos, ao princípio da pandemia com muitos desafios e intercâmbio de conhecimentos em negócios e sistemas, além de todas as adaptações que foi preciso fazer na vida e no trabalho.

Diante de tantas mudanças, a MAPFRE fez um movimento para transformar o novo momento em ações colaborativas, treinamentos com especialistas em negócios e metodologia ágil, além de cursos à nossa disposição no portal SuccessFactors. Assim comecei minha experiência com projetos.

Atuar em projetos para mim significa poder viver as mudanças e contribuir com meu know-how para a criação de processos e melhorias. Um exemplo foi ter participado do piloto de trabalho por projetos, junto com a equipe de Recursos Humanos, no qual através dos gerentes de projetos, PMO (escritórios de gestão de projetos) e equipes de negócio, foi possível identificar um novo modelo de trabalho, focado no uso de ferramentas corporativas e na aplicação de práticas de fato.

Como gerente de projetos estive à frente do programa Conexão Global 2020, dando apoio às áreas de atuariais, operações e automóveis, e em 2021 ampliei-me às áreas de assistência, vida, finanças, meios, pessoas, sinistros, recursos humanos e comunicação. E como reflexo desta extensão pelos diferentes ramos do negócio aprendi a lidar com inconvenientes do dia a dia, mantendo sempre o objetivo na entrega e na satisfação de todos os meus clientes internos.

Na estrutura atual, dependo de TI e trabalho com diferentes áreas de apoio em projetos, como: gestão de contratos de TI e investimentos, controle econômico e métricas, qualidade de provas, funcional, normas e processos, soluções tecnológicas, infraestrutura, arquitetura, cibersegurança e cumprimento.

Por atuar com projetos da MAPFRE, estou implicada em diferentes áreas. Isso me permite, por exemplo, que em certos momentos eu esteja com a equipe de negócios tratando de temas referentes ao que eles demandam e posteriormente participe em um fórum sobre novas tecnologias. Esta interação me ajudou, e ainda me ajuda, a ter um crescimento e entendimento muito grandes no que diz respeito à carteira de produtos da empresa.



«Atuar em projetos significa poder viver as mudanças e contribuir com meu know-how para a criação de processos e melhorias»

JESÚS MOLINA MERCHÁN
ANALISTA DE QUALIDADE E
METODOLOGIA MAPFRE TECH

Estive colaborando com projetos desde que me incorporei à MAPFRE há dois anos e meio já, no entanto, faz um ano que estou tendo uma participação mais ativa e mais clara.

Participar em projetos permitiu-me ver de uma maneira mais clara minha contribuição à empresa, comprovar como você aumenta o valor da empresa, ver como vai crescendo e avançando o projeto e como uma empresa do tamanho da MAPFRE vai integrando



«Trabalhar por projetos com pessoas de diferentes áreas lhe permite ter uma visão da empresa mais ampla e variada»

uma coisa que leva o nome de sua equipe.

No meu caso, o projeto em que mais ativamente participei foi DevOps, com o qual aprendi muito, não só sobre as tecnologias envolvidas, mas também assimilando uma forma diferente de trabalhar, mais orientada a uma entrega de valor rápida e eficiente. Este é um projeto que está transformando a TI em modelos mais automáticos e que vai permitir melhorar o Time2Market dos aplicativos da MAPFRE.

Pela natureza do projeto, a equipe é formada por pessoas de diferentes áreas e com diferente formação e nele cada

um passa seus conhecimentos. Além disso, também compartilham sua visão da empresa, o que lhe permite ter uma visão da empresa mais ampla e variada. Pessoalmente aprendi muito com todos os membros da minha equipe. Não só pelos conhecimentos, mas também pela forma de trabalhar.

Além de mostrar uma boa disposição e tratar de ajudar em tudo o que seja possível (ainda que não seja seu campo), meu conselho principal é que se aproveitem todos os recursos do projeto, principalmente os recursos humanos, e que se apoiem na equipe em tudo o que seja necessário para poder avançar.

ANTONIO CRESPO GARCÍA
RESPONSÁVEL
DESENVOLVIMENTO ÁGIL NSE
(EMISSÃO NÃO VIDA) MAPFRE
ESPANHA

Eu pertencço à área de tecnologia, então a gestão por projetos é uma coisa que já está no DNA da área e já tenho muitos anos participando em diferentes projetos da empresa.

É gratificante sentir que com sua participação em projetos você contribui para construir o futuro da empresa e cumprem-se necessidades ou desafios identificados pela mesma.

Alguns dos projetos mais significativos para mim foram por exemplo a criação da Gesalud, que remonta às minhas origens lá em 2005 quando eu era ainda colaborador, um aplicativo que continua usando nossa rede comercial atualmente. Posteriormente participei de muitos dos projetos realizados para melhorar o aplicativo, inclusive lembro com carinho dos projetos para permitir que da Internet ou de diferentes canais bancários se pudessem comercializar produtos de saúde. Nos últimos dois anos, estou imerso em um lindo projeto para incorporar ao novo sistema de emissão o ramo de saúde onde, além do desafio de negócio e tecnológico, decidimos focar em um *mindset agile* e trazer uma maneira diferente de focar neste tipo de projetos. Aqui aprendemos diariamente e a maior aprendizagem está sendo a gestão da incerteza, apoiando-nos na tecnologia que evidentemente é um ótimo habilitador. O principal é entender que isto são PESSOAS fazendo produtos e projetos para outras PESSOAS.

Tive a honra de aprender com muitos colegas e isto sem dúvidas está me permitindo conhecer a empresa de uma maneira mais transversal. Particularmente me fascina observar e

aprender com outras pessoas e ver como se desenvolvem no desenvolvimento de suas funções dentro dos projetos.

Eu gosto de valorizar a importância de escutar mais do que falar e de conectar-se com o resto dos membros da equipe. Todos nós erramos, todos aprendemos, especialmente nestas épocas tão incertas em que a realidade mutável faz com que seja preciso adaptar-se pelo caminho e ir tomando decisões segundo a informação que se tem.

«O principal é entender que isto são PESSOAS fazendo produtos e projetos para outras PESSOAS.»



Yo confío



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**
CONSTRUYENDO UN FUTURO **MÁS HUMANO**

www.fundacionMAPFRE.org

O MUNDO DA MAPFRE

#114

