

30 años de MAPFRE  
en nuestra revista

ENTREVISTAMOS  
A **ELENA SANZ**, DIRECTORA  
GENERAL DE PERSONAS  
Y ORGANIZACIÓN

40 AÑOS DE **CESVIMAP**

RECORREMOS LA  
**HISTORIA DEL  
VOLUNTARIADO  
EN MAPFRE**

# EL MUNDO DE MAPFRE #117

90  
AÑOS

Descúbrelo en  
[www.lapartequenostoca.com](http://www.lapartequenostoca.com)



Sufrir un  
accidente  
te puede  
pasar.



Sufrir  
discriminación  
por una  
discapacidad  
no puede  
pasar.

En MAPFRE tenemos seguros para todo lo que te puede pasar. Pero, también, hacemos #LaParteQueNosToca para que no pasen cosas que podamos evitar.

**La parte**  
*que nos toca*

 **MAPFRE**

# 30 años de los 90

## EL DATO 24 PAÍSES

CON PROGRAMA  
DE VOLUNTARIADO  
CORPORATIVO

El pasado mes de mayo, MAPFRE cumplió sus primeros 90 años de historia, un recorrido muy longevo que nos aproxima al centenario en un mundo como el actual, donde todo nace, se transforma y muere a toda velocidad. MAPFRE no, no del todo, nacimos en 1933, nos hemos transformado a lo largo de todo este tiempo para estar siempre en la vanguardia y poder responder, en todo momento, a las necesidades de nuestros clientes, y tenemos por delante un futuro muy prometedor, habiendo alcanzado la cifra más alta de ingresos de nuestra historia, casi 30.000 millones de euros, siendo la compañía española de referencia del mundo y la aseguradora líder de Iberoamérica, además de contar con una de las mayores reaseguradoras del mundo.

Han sido noventa años de compromiso con las personas, de valores firmes y éticamente irreprochables, noventa años de esfuerzos y de ilusiones de varias generaciones de profesionales que son los que han contribuido al desarrollo y transformación de esta empresa. 90 años de confianza de nuestros clientes no se consiguen sin unos valores firmes a lo largo del tiempo ni sin una enorme capacidad de transformación para poder evolucionar, al menos, al mismo ritmo que las sociedades a las que protegemos.

---

HAN SIDO NOVENTA AÑOS DE COMPROMISO  
CON LAS PERSONAS, DE VALORES FIRMES  
Y ÉTICAMENTE IRREPROCHABLES, DE  
ESFUERZOS Y DE ILUSIONES DE VARIAS  
GENERACIONES DE PROFESIONALES.

**NOVENTA AÑOS DE HISTORIA QUE CUMPLIMOS  
CON EL ORGULLO DE SER LÍDERES  
EN LATINOAMÉRICA Y LA ASEGURADORA  
ESPAÑOLA MÁS GRANDE DEL MUNDO**

---

Pero también hemos cumplido 30 años, un tercio de todo lo que hemos recorrido, de la publicación de esta revista, *El Mundo de MAPFRE*, que nació en 1993 como principal canal de comunicación interna de la compañía. En aquel primer número de la “Revista Interna del Sistema MAPFRE” hacíamos referencia a nuestro papel en el emblemático año 1992, tanto en las “Colecciones MAPFRE 1492”, que fueron parte de la oferta cultural española para el mundo durante la Exposición Universal de Sevilla, como en la inauguración por parte de los Reyes de España de la impresionante Torre

MAPFRE en la Barcelona olímpica, un edificio recientemente remodelado de manera integral, que ha perdurado en el tiempo para convertirse en uno de los elementos más identificables del skyline de la Ciudad Condal.

En ese primer número, cuya carta de presentación firmaba Julio Castelo, entonces presidente de MAPFRE Mutualidad, ya se recogían muchas de las que siguen siendo nuestras señas de identidad. Por ejemplo, un artículo del entonces ministro de Economía de España, Carlos Solchaga, alabando las oportunidades en América Latina para la economía española, o un reportaje sobre el Defensor del



Asegurado, una innovación de MAPFRE que, como otras muchas en las que hemos sido pioneros, ha acabado siendo incorporada por el resto de las compañías, o por citar otro ejemplo, otro reportaje extenso sobre la prevención y la importancia del cinturón de seguridad.

A lo largo de los últimos 30 años, *El Mundo de MAPFRE* ha sido testigo simultáneo de la enorme transformación de la compañía, así como de las sociedades donde hemos estado presentes. Primero en papel y después alineándonos con los compromisos de sostenibilidad, reduciendo la tirada para dar más protagonismo a la versión digital.

Cuando nació, como he señalado antes, era básicamente el único canal de comunicación interna de MAPFRE, pero hoy somos una compañía completamente abierta a la sociedad, con firmes compromisos de transparencia en la comunicación y con múltiples canales para desarrollarla en función de donde se sitúen en cada

---

**LA REVISTA SE DESPIDE DE TODOS NOSOTROS,**  
PERO EL RESTO DE LAS CAPACIDADES DE  
COMUNICACIÓN DE LA COMPAÑÍA ESTÁN  
PERFECTAMENTE DESPLEGADOS PARA CONTAR  
NUESTRO RELATO Y NUESTRO PROPÓSITO  
CORPORATIVO POR TODO TIPO DE CANALES

---

momento nuestros diferentes grupos de interés. El mundo ha cambiado enormemente en estos últimos 30 años, MAPFRE también. Por ello, querido lector, tras agradecerte tu lealtad durante todo este tiempo, te anticipo que tienes en tus manos nuestro último ejemplar de *El Mundo de MAPFRE* como revista recopilatoria de nuestra actividad. La realidad va muy deprisa y somos uno de los principales *players* de ese mundo acelerado donde la información fluye por toda clase de canales. La revista se despide de

todos nosotros, sus lectores, pero el resto de las capacidades de comunicación de la compañía están perfectamente desplegados para contar nuestro relato y nuestro propósito corporativo por todo tipo de canales. Nuestra razón de ser en el día a día, que resumimos en la expresión “cuidamos lo que te importa”, representa lo que somos, una empresa confiable que te protege frente a tus riesgos para que tú puedas avanzar con tranquilidad en aquello que para ti es realmente importante.

30 años después, 90 años después, seguimos teniendo esa misma vocación de calidad en lo que ofrecemos y de compromiso con las personas con las que nos relacionamos y con las sociedades en las que estamos presentes. Seguimos avanzando con la confianza de haber construido un sólido y solvente pasado, un brillante presente y con la mirada puesta en un muy prometedor futuro.

**Antonio Huertas**

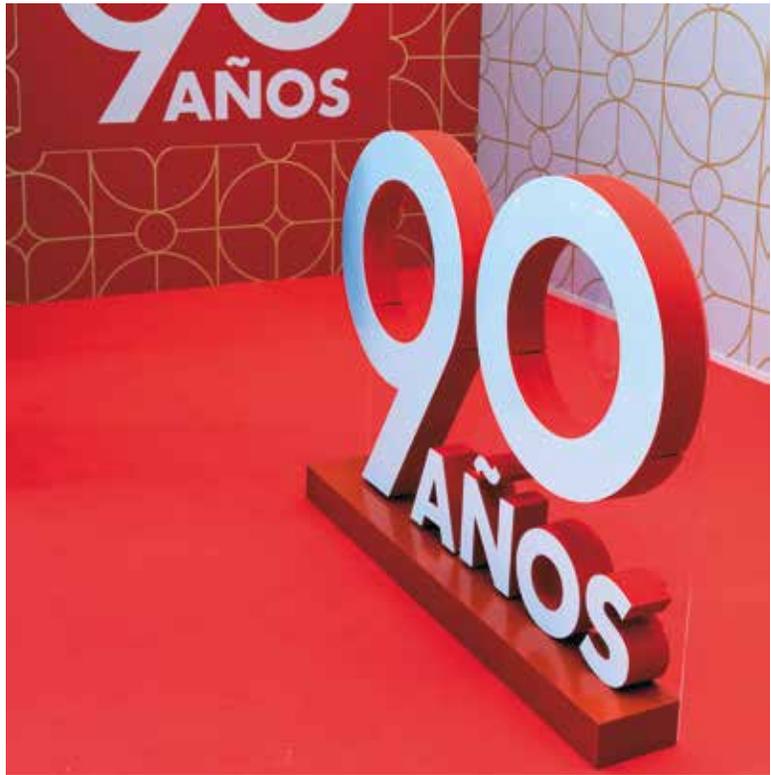
Presidente de MAPFRE



**STAFF**

Presidente del Consejo Editorial  
**Ignacio Baeza**  
 Director  
**Javier Fernández González**  
 Han colaborado en este número  
**Joaquín Hernández, Sara Elena Torres**  
**Hortal, Teresa Majeroni.**  
 Edición  
**Violeta Mateo Román**  
 Edita  
**Dirección de Comunicación**  
**de MAPFRE**  
 Diseño y maquetación  
**Moonbook**  
 Imagen de portada  
**iStock**  
 Distribuye  
**Editorial MAPFRE, s.a.**  
 Ctra. Pozuelo, 52  
 28222 Majadahonda, Madrid  
 Tel: 91 581 53 59  
**comunicacion@mapfre.com**  
 Imprime  
**Gráficas Monterreina**  
 Depósito Legal  
**M.1.017-1993**  
 ISSN  
**1132-9068**

VALORA NUESTROS ARTÍCULOS EN  
[www.elmundodemapfre.com](http://www.elmundodemapfre.com)  
 ESPERAMOS TUS COMENTARIOS  
 EN NUESTRA EDICIÓN DIGITAL



**08**  
**EN PORTADA**

**“90 años haciendo historia”**  
 Discurso acto conmemorativo  
 90 aniversario MAPFRE

**16**  
**SOY MAPFRE**

**Entrevista a Elena Sanz**  
 MAPFRE, donde tu tiempo  
 cobra sentido

**22**  
**Somos Top Employer 2023**  
**en España** por cuarto año  
 consecutivo

**23**  
**¿Conoces**  
**nuestros canales**  
**de denuncia?**



**24**  
**¡Hoy es un gran día para**  
**compartir tu conocimiento**  
**en eureka!**



**25**  
**Nace el Bosque Virtual.**  
 Para ayudar a conocer y reducir  
 el consumo de papel impreso

**26**  
**MAPFRE, en el índice**  
**Bloomberg de Igualdad de**  
**Género 2023**



28

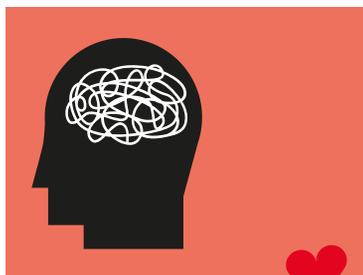
## DESCUBRE

**La historia de los últimos 30 años de MAPFRE en nuestra revista.** En 2023 cumplimos 90 años y puede decirse con orgullo que “Cuidamos lo que te importa”, razón de ser de esta empresa.

34

## INNOVACIÓN

**CESVIMAP, 40 años de innovación con la movilidad como protagonista**



40

## ESTAR BIEN

**La salud y el bienestar en el trabajo, aspectos destacados a corto y medio plazo**

44

## PROTAGONISTAS

**La historia del voluntariado en MAPFRE**





VÍDEO DEL 90 ANIVERSARIO  
EN MAPFRE.COM

# “90 años haciendo historia”

TEXTO: ANTONIO HUERTAS MEJÍAS. PRESIDENTE DE MAPFRE  
IMÁGENES: MAPFRE

MAPFRE ha celebrado su 90 aniversario con un evento multitudinario en Madrid, donde el presidente, Antonio Huertas, ha trazado un recorrido sobre la historia de la compañía desde sus orígenes rurales en 1933 en el centro y sur de la península ibérica, hasta su momento actual como aseguradora española más importante del mundo y líder absoluto de los seguros en Latinoamérica.

En su intervención, el presidente de MAPFRE ha agradecido su entrega y compromiso a todos los profesionales externos e internos, a los consejeros, a los socios de negocio y, en general a todos los grupos de interés que han contribuido a este éxito a lo largo de las nueve primeras décadas, así como también ha destacado los hitos y méritos de cada uno de los presidentes que ha tenido la compañía desde la importante refundación realizada por Ignacio Hernando de Larramendi. A continuación puedes leer el texto completo de su intervención.



Director general de Seguros y Fondos de Pensiones, secretario general iberoamericano, embajadores, presidente de honor, vicepresidentes, consejeros y patronos, directivos, amigas y amigos, buenas noches a todos:

En el mes de mayo de 1933 un grupo de empresarios agrícolas del sur y del centro de la Península Ibérica acordaron la creación de la Mutualidad de Seguros de la Agrupación de Propietarios de Fincas Rústicas de España, para asegurar a los trabajadores de sus explotaciones. Ese mismo año casualmente comienza la construcción del que muchos años después, en la década de los 70, comenzó a usarse como icono visual de nuestra empresa, el Golden Gate de San Francisco, el famoso puente que, gracias a una feliz idea de MAPFRE Vida, comenzamos a usar desde entonces alrededor del concepto del “puente hacia tu jubilación”.

Pero en sus primeros 20 años de existencia, nuestra empresa tuvo una vida incierta y procelosa, en un primer ciclo hasta mediados de los 50, en el que a duras penas sobrevivió a la guerra civil, a las luchas internas y egos personales y políticos y a graves errores de gestión que casi llevan a esta pequeña mutua a la quiebra. Fue a partir de 1955 con la incorporación de un entonces joven inspector de seguros, Ignacio Hernando de Larramendi, cuando comenzó una segunda etapa, en la que él, aun con limitados apoyos y recursos, comenzó poco a poco a profesionalizar la empresa y a tomar decisiones de calado que cimentaron el desarrollo y modernización de lo que varias décadas después, a mediados de los ochenta, llegaría a constituir el primer grupo asegurador español.

---

LA PROPIA EVOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD Y DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA SIRVIÓ DE SOPORTE PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN SUEÑO EMPRESARIAL QUE, **DESDE LA HUMILDAD, LA CONSTANCIA, LA PROFESIONALIDAD, LA AUSTERIDAD, EL RIGOR TÉCNICO Y UNOS SÓLIDOS VALORES ÉTICOS, EMPRESARIALES Y SOCIALES, IBA MARCANDO LA DIFERENCIA FRENTE A SUS COMPETIDORES TRADICIONALES.**

---

Entretanto, la propia evolución de la sociedad y de la economía española sirvió de soporte para la construcción de un sueño empresarial que, desde la humildad, la constancia, la profesionalidad, la austeridad, el rigor técnico y unos sólidos valores éticos, empresariales y sociales, iba marcando la diferencia frente a sus competidores tradicionales. La formación y el ímpetu de sus jóvenes y entusiastas directivos permitió aprovechar todas las oportunidades que España comenzó a ofrecer a partir

de los sesenta, gracias al pujante desarrollo de una nueva clase media con la popularización del vehículo privado y la aprobación del seguro obligatorio del automóvil, la necesidad de atender nuevas realidades, como la construcción de millones de nuevas viviendas y el incipiente ahorro privado y la protección de las nuevas necesidades de esa emergente sociedad.

No fue fácil y escollos surgieron por doquier, pero fueron solventados con muchos más aciertos que errores. La creación de una red territorial de agentes y oficinas, elemento que continúa siendo diferenciador todavía hoy en nuestros días, fue una de las actuaciones más trascendentes para marcar la diferencia, esa seña de identidad propia de nuestro grupo propiciando la cercanía al cliente y la excelencia en el servicio. La especialización en el producto de nuestros equipos, altamente entrenados y orientados a resultados, tanto en crecimiento como en rentabilidad, condujeron a que a mediados de los años 80 alcanzáramos el liderazgo del seguro español, posición de privilegio que nuestra empresa continúa ostentando hoy día siendo como es, con gran diferencia, la mayor aseguradora española en el mundo, y el líder

absoluto en Iberoamérica, con una presencia además muy relevante en Brasil y también en el estado norteamericano de Massachussets, mercados en los que somos líderes en los productos en los que operamos.

Ya en esos años la ambición por crecer y ampliar las áreas de desarrollo llevó a la creación de otras unidades de negocio que, con el tiempo, han sido claves para entender la MAPFRE de hoy día. Además del negocio de vida y de otras líneas como el seguro de hogar, los seguros de empresa y el desarrollo del reaseguro, la expansión allende nuestras fronteras, que comenzó en Colombia y Argentina en la década de los 80, y que tuvo continuidad año tras año, en prácticamente todos los países iberoamericanos, bajo la presidencia de nuestro querido Julio Castelo, q.e.p.d., ha sido determinante para la configuración multinacional actual de nuestro grupo. Es a lo largo de la etapa de José Manuel Martínez como presidente, cuando este desarrollo internacional, que él mismo había liderado inicialmente al lado de Larramendi y posteriormente con Castelo, se consolidó. Es también bajo el liderazgo de Martínez, quien a su vez había impulsado decisivamente el negocio de Reaseguro, cuando se dan pasos trascendentes para el desarrollo de los negocios aseguradores en mercados de habla no hispana, como Estados Unidos y Turquía y que continuaron desarrollándose posteriormente, ya en esta última década, en otros países europeos y asiáticos. Todo ello nos permite hoy día hablar de una aseguradora y reaseguradora global, con presencia en los cinco continentes, con un marchamo propio representado por su modelo de negocio, su solidez y la profesionalidad de sus equipos.

Es en el año 75 cuando se da otro paso trascendente y es la creación de la primera Fundación, de las varias que hubo durante

---

HOY DÍA PODEMOS HABLAR DE UNA **ASEGURADORA Y REASEGURADORA GLOBAL, CON PRESENCIA EN LOS CINCO CONTINENTES, CON UN MARCHAMO PROPIO REPRESENTADO POR SU MODELO DE NEGOCIO, SU SOLIDEZ Y LA PROFESIONALIDAD DE SUS EQUIPOS.**

---

las décadas posteriores. Es a través de éstas y ya desde el año 2006, con la última gran reordenación empresarial del grupo, bajo la presidencia de José Manuel Martínez, con la desmutualización y la configuración de la nueva Fundación MAPFRE, lo que permite consolidar ese gran

compromiso social de MAPFRE, impulsando proyectos sociales, culturales, de prevención de accidentes, de promoción de la salud y de difusión de la cultura aseguradora.

Mientras tanto, las Unidades Operativas, como entonces las llamábamos, especializadas en negocios específicos, fueron consolidándose tanto en España como en América y crearon a su alrededor otros ecosistemas empresariales, muchos de los cuales siguen siendo hoy marca propia de la casa.

En el seguro de automóviles MAPFRE introdujo a partir de los años 80 muchas medidas que fueron determinantes para convertir el ramo en uno de los más rentables y mejor apreciado por los clientes, como los servicios de tramitación y pago rápido, la asistencia en carretera, los primeros centros telefónicos, los servicios médicos y de peritación propios, la cercanía geográfica y empática con los perjudicados, sus excelentes equipos técnicos y jurídicos y muchas más innovaciones que se vieron acompañadas en el sector, además, por el desarrollo de los convenios de tramitación o la introducción del baremo de indemnización de daños personales. Además, hace ahora también cuarenta años, bajo el liderazgo del presidente Castelo, se creó el Centro de Investigación y Seguridad Vial MAPFRE, CESVIMAP, laboratorio de movilidad de la compañía y referente mundial en el estudio del vehículo y sus componentes, que tanto ha ayudado a mejorar las condiciones de los coches, la reducción de la accidentalidad y la reparación de los mismos.

Antonio Huertas, presidente de MAPFRE, acompañado por los vicepresidentes de la compañía, José Manuel Inchausti, Catalina Miñarro e Ignacio Baeza, y por el presidente de Honor, José Manuel Martínez.



En los seguros de hogar, MAPFRE fue capaz también de transformar un seguro puramente indemnizatorio a uno de servicio donde prima fundamentalmente la ayuda al cliente para resolver las incidencias en su casa y recuperar con confianza cuanto antes el estado de las cosas.

En los seguros de Vida, MAPFRE popularizó instrumentos de ahorro a largo plazo entre los españoles, cuando todavía la seguridad social como hoy no la conocemos no existía, y se introdujo en todas las casas tanto publicitaria como comercialmente, gracias al desarrollo de una amplia red de especialistas que pudieron convencer a millones de españoles de que invertir en productos de seguros sencillos y altamente rentables era una forma viable y segura de protegerse para el futuro. Además, sirvió de base de desarrollo del negocio institucional de

inversión para nuestro grupo, creando MAPFRE INVERSIÓN, que ha manejado con éxito durante décadas nuestras carteras y las de nuestros clientes y que, en los últimos años, con el lanzamiento adicional de MAPFRE GESTION PATRIMONIAL está reforzando ese posicionamiento de asesoramiento financiero al inversor minorista, que suele además otorgarnos su confianza también en su protección aseguradora.

Los seguros de empresas vivieron también su desarrollo innovador desde MAPFRE, siguiendo el camino de la creación de ese gran tejido de medianas, pequeñas empresas y autónomos, que surgieron al amparo de ese milagro económico que supuso la sociedad española durante décadas y que nos permite hoy día liderar este sector tanto en España como en Latinoamérica. Y ya en los años 2000 pudimos dar el asalto a la gran empresa

**El pasado 22 de junio, MAPFRE celebró su 90 aniversario con un evento multitudinario en Madrid**



y a los grandes riesgos industriales, gracias a MAPFRE GLOBAL RISKS, nuestra unidad especializada en este tipo de negocio.

El salto trascendente que se dio con la creación de la Unidad de Reaseguro hace ahora cuarenta y un años, se consiguió gracias al lanzamiento al mundo de un grupo de jóvenes entusiastas y conocedores de este imprescindible instrumento de protección aseguradora, que distribuye los riesgos y limita la volatilidad de los resultados de las compañías de seguros. Hoy MAPFRE es también reconocida por su liderazgo técnico y de servicio en la protección reaseguradora de muchísimas compañías de seguros distribuidas por todo el mundo.

El afán por perfeccionar la prestación de nuestros servicios llevó durante décadas a un gran desarrollo internacional de nuestra Unidad de Asistencia, conocida hoy como

MAWDY, que ofrece servicios diferenciadores a bancos, aseguradoras, retailers, y fabricantes de automóviles, entre otros, principalmente en los países donde ya contamos con compañías de seguros.

Y no querría dejar de referirme a nuestra siempre hermana FREMAP, nuestra querida mutua patronal. Compartimos con ellos origen y cultura y todavía hoy, a pesar de la lógica y exigible separación de actividades y modelos empresariales, nos une una fraternal relación que nos fortalece a ambos.

A lo largo de toda su historia MAPFRE ha sido sinónimo de innovación, transformación y vocación de liderazgo. Cada una de las unidades de negocio ha creado espacios propios y diferenciados que son muy apreciados por los clientes. Todo ello acompañado por un desarrollo

tecnológico de vanguardia, incorporando plataformas propias y de mercado que siempre han ido por delante y que nos han permitido fortalecer las operaciones de nuestros agentes y delegados y de nuestras propias oficinas y hoy también sirven de fuerte apoyo al resto de canales con los que operamos, corredores, grandes brokers, entidades financieras, etc. Pero además la tecnología nos ha permitido estar siempre muy cerca del cliente. En nuestra historia quedan ya lejos el avance revolucionario que significó el teleproceso, que informatizó la gestión diaria de miles de oficinas, permitiendo olvidar para siempre la frágil propuesta de seguros muy usual en aquella época, fortaleció las operaciones, la contabilidad y seguimiento dinámico y prácticamente online del negocio, las reservas de siniestros y la atención descentralizada de nuestros clientes en cualquier punto de la Red. Todo esto ya había sido plenamente desplegado a principios de los ochenta, cuando ni siquiera muchos bancos contaban plenamente todavía con estas tecnologías. Esta fuerte vocación tecnológica nos ha ayudado a vivir intensamente la ahora conocida transformación digital, incorporándola día a día a nuestras operaciones, y asumiendo muy tempranamente los muchos avances que esta revolución está incorporando a nuestra sociedad. Internet, como base, ha permitido la evolución de muchos de nuestros negocios favoreciendo la distribución y una mayor accesibilidad de los servicios, tanto para mediadores como para clientes, diversificando aún más nuestra propia marca o el desarrollo de nuevas marcas digitales, como es VERTI, que ya además de en España opera en Alemania y en Italia, y de SAVIA, nuestra propuesta de Salud Digital. Pero esta disrupción tecnológica continúa en marcha con la incorporación de MAPFRE al mundo del emprendimiento innovador, tanto con la inversión directa en startups como en el acompañamiento a muchas de ellas, que proporcionan interesantes modelos de negocio,

además de habernos convertido en uno de los líderes mundiales en el apoyo al emprendimiento social, con los premios y reconocimientos que año a año viene haciendo Fundación MAPFRE. Además, la adopción rápida de nuevas tecnologías nos está permitiendo acelerar la automatización de procesos y operaciones, con la robotización, el cloud computing, el machine learning y, últimamente, con los primeros avances en inteligencia artificial tanto ordinaria como generativa. Un apasionante mundo digital, al servicio de las personas y con las personas en el centro, que está acelerando la adopción de nuevos conocimientos, nuevas capacidades que faciliten la vida a nuestros clientes y el uso de avances tecnológicos y científicos que reducirán los accidentes, prevendrán y curarán enfermedades, alargarán la vida y mejorarán las condiciones sociales, laborales y económicas del ser humano. Y el seguro y MAPFRE siempre protagonistas, acompañando siempre a nuestros clientes en todo el mundo.

Siendo importantísimos los pasos que empresarialmente se han ido dando desde los años sesenta, nuestro grupo no sería reconocible si no habláramos, además, y, ante todo, de su fuerte cultura propia, sus valores y su compromiso social. Las distintas generaciones, que se han sucedido a lo largo de estos 90 años, han sido, a su vez, hacedores y partícipes de esa forma de ser diferencial. Unos cimientos sólidos que nuestra empresa atesora, que todos los empleados, los de antes y los de ahora, aprecian como suyos, fortaleciendo un sentido de pertenencia único y envidiado. Una señal clara de identidad que vincula a nuestra gente con el entorno, con nuestros agentes y colaboradores y con la sociedad, en general, como marca propia de la casa. Y quiero especialmente referirme a los más de treinta y un millones de clientes que cada día siguen depositando su confianza en MAPFRE, por y para los cuales nos esforzamos en hacerlo mejor día a día.

Queridas amigas y amigos, todo esto solo es y ha sido posible gracias a las personas de MAPFRE, a todos los que desde el año 1933 han ido poniendo su grano de arena en esta inmensa playa que hoy apreciamos como una gran realidad empresarial. Y ellos han podido prosperar en MAPFRE y contribuir a su desarrollo gracias a esa cultura que reconoce y premia la meritocracia, que favorece el liderazgo de los mejores, en condiciones de plena igualdad, respeto, inclusión y apoyo mutuo, que permite recompensar el trabajo profesional, el esmero en el servicio y que se sostiene sobre unos fundamentos éticos muy sólidos, con políticas que favorecen el desarrollo humano, que prohíben rigurosamente el nepotismo y que evitan ante todo el conflicto de interés. Además, unos procesos de formación y desarrollo profesional continuos han permitido siempre contar con el mejor grupo humano posible, que siempre ha devuelto con esfuerzo, dedicación, compromiso y resultados lo que la empresa ha puesto a su disposición.

Gracias también a los medios de comunicación no solo por acompañarnos esta noche sino, sobre todo, por la imprescindible labor que realizan día a día, analizando y evaluando nuestra actividad desde la independencia y la objetividad. Con ellos aprendemos día a día para corregir e impulsar todo aquello que puede ayudarnos a elevar nuestra reputación y reconocimiento social.

Y especialmente nuestro agradecimiento a todos los consejeros externos que cada día se esfuerzan y esmeran por ayudarnos a ser una mejor empresa. Su asesoramiento, cercanía y apoyo siempre son muy valiosos y aprendemos mutuamente para continuar fortaleciendo los pilares culturales, financieros y de negocio de nuestro grupo.

Nuestro grupo no sería reconocible si no hubiéramos contado a lo largo de las últimas décadas con el apoyo de múltiples socios, tanto con los que tenemos o tuvimos relación

accionarial como otros que nos han acompañado como distribuidores relevantes, y a los cuales quiero hoy rendir también homenaje. Muchos de ellos hoy ya no existen, tanto personas como instituciones, pero otros muchos sí y los personalizo en los que todavía hoy son grandes referentes y apoyo para MAPFRE. Comienzo con nuestro agradecimiento a toda nuestra red de delegados y agentes en España e Iberoamérica y a nuestra red de agentes altamente vinculados en los Estados Unidos. Entre muchos otros, también hoy día agradecemos muy calurosamente nuestras relaciones con todos los grandes brokers globales, Marsh, Aon y Willis especialmente, además de los fabricantes de automóviles con los que hemos estrechado relaciones en los últimos años. Además, especialmente gracias a nuestros principales socios de negocio actuales, Banco do Brasil, Grupo Financiero BHD en Dominicana, Bank of Valetta en Malta, Bankinter, Banco Santander y Abante en España, Allianz Trade, antes Euler Hermes, en Solunion, el club del automóvil Triple AAA en Estados Unidos, sin dejar de lado a retailers, financieras, eléctricas, fabricantes de automóviles y operadoras de telecomunicaciones con los que seguimos incrementando relaciones mutuas. Y sobre todo agradecimiento también a nuestros reaseguradores, que siempre nos están apoyando y a los que retornamos su confianza con nuestra relación rentable a medio y largo plazo y con nuestro rigor y profesionalidad en la gestión del negocio. Y nuestro agradecimiento también a las grandes firmas que siempre nos acompañan, tanto auditoras como consultoras y tecnológicas que ven a MAPFRE como un gran socio, más que como un cliente, con los que compartimos conocimiento, recursos y proyectos.

Hoy día, 90 años después, con más de cinco generaciones yuxtapuestas de profesionales a lo largo de este tiempo, somos parte activa y continuadora de este gran éxito empresarial español. Más de 31 000 empleados en 40 países,



de más de 90 nacionalidades diferentes, 80 000 mediadores, otros 150 000 colaboradores y más de 31 millones de clientes en más de 100 países configuran uno de los grupos aseguradores más relevantes y admirados del mundo. Y estamos hoy aquí para celebrarlo todos juntos, los que estuvieron, muchos de ellos en nuestro recuerdo, los que están y los que estarán.

Nuestro modelo de negocio, sólido y sostenible ha resistido con éxito a todo tipo de crisis económicas, políticas, sociales, grandes catástrofes, guerras o colapsos de mercados, además de una emergencia mundial de salud como la pandemia, manteniendo siempre el compromiso de resultados y dividendos con nuestros accionistas.

Esto me permite concluir mi intervención con un mensaje muy optimista en relación al

futuro: no solo superaremos el centenario sino que iremos más allá. El futuro está garantizado por nuestro modelo de negocio y por el talento de nuevas generaciones de profesionales que seguirán manteniendo a MAPFRE en posiciones de liderazgo, innovando, avanzando en la sostenibilidad del negocio, manteniendo un exigente compromiso ético y social, y haciendo lo que mejor sabemos hacer, también aprovechando las ventajas de un mundo digital: cuidar de las personas y protegiendo lo que a las personas les importa. Seguiremos acompañando a los clientes y protegiendo su presente y su futuro. Esta es nuestra garantía de éxito.

Gracias a todos por vuestra presencia hoy aquí, pero sobre todo por vuestra confianza en MAPFRE.

Buenas noches.





VISITA LA EDICIÓN DIGITAL  
EN [WWW.ELMUNDODEMAPFRE.COM](http://WWW.ELMUNDODEMAPFRE.COM)

## Entrevista a Elena Sanz

# MAPFRE, DONDE TU TIEMPO COBRA SENTIDO



TEXTO **JAVIER FERNÁNDEZ** | IMÁGENES **MAPFRE**

**Entrevistamos a Elena Sanz Isla, directora general de Personas y Organización y consejera de MAPFRE, con quien repasamos su trayectoria, las claves que han marcado la gestión de personas en MAPFRE en los últimos 30 años y hacia dónde nos dirigimos. La gestión global integrada de las personas, la universidad corporativa y el gran avance en las políticas de diversidad e inclusión son los hitos que la hacen sentir más orgullosa del área que dirige.**

**Tú te incorporas a MAPFRE en 1994 en un programa de recién licenciados que os incorporasteis en el proyecto internacional de MAPFRE, aunque tu llegada a recursos humanos no se produjo hasta el año 2000. ¿Cómo recuerdas la gestión de personas en tu incorporación? ¿Cuáles fueron tus percepciones en aquellos primeros años?**

En aquel momento los departamentos de recursos humanos ya empezaban a ser algo distinto que la mera gestión administrativa de la plantilla, había países en MAPFRE en los que la gestión de personas había evolucionado mucho en campos como la formación, la selección y el bienestar; y otros donde los departamentos solo gestionaban las nóminas. Desde el primer momento en que entré en MAPFRE lo que me llamó la atención fue que la cultura del compromiso social de la empresa estaba también presente en la gestión de los empleados, con una compañía muy sensible a las necesidades de sus trabajadores. Y algo muy destacable era el gran peso de la formación de los equipos y el impulso a la promoción interna, sello de identidad de MAPFRE que ha permitido contar con un talento muy preparado y comprometido.

**¿En qué somos ahora muy diferentes?**

Lógicamente, lo que había en los 90 no tiene nada que ver con lo que hay ahora. Para empezar, ya no somos el departamento de Recursos Humanos, sino el de Personas y Organización, porque esa vocación que tiene MAPFRE hacia las personas tenía también que plasmarse en el nombre de la función que ahora representamos. Todo es muy diferente, hay un gran salto en diversidad, acorde también con la evolución de la sociedad en este sentido, tanto en materia de igualdad, como intergeneracional, de inclusión, cultural... Somos una compañía muy afortunada que se enriquece con más de 80 nacionalidades y culturas distintas, y con cinco generaciones de personas trabajando juntas. Antes, aunque ya habíamos empezado a desplegar la internacionalización de la compañía en la década anterior, básicamente éramos una compañía de españoles y, fundamentalmente, de género masculino, porque así se había configurado el sector asegurador durante décadas. Todo eso se ha superado, la empresa ha construido un modelo de diversidad sólido y transparente que exportamos a todos los países donde estamos presentes, que actualmente son cerca de 40,

lo que, de facto, en algunos mercados menos avanzados en estos temas, supone un impulso social relevante que compañías como MAPFRE introduzcan con naturalidad las cuestiones de género, de igualdad, de inclusión... como un compromiso relevante para la compañía.

**Si tuvieras que destacar un hito de avance del que te sientes especialmente orgullosa de tu compañía, ¿cuál sería?**

Yo destacaría tres hitos que han marcado el cambio en la gestión de personas en MAPFRE. Uno de ellos es la gestión global integrada de las personas, a través de un sistema tecnológico común en el cloud que permite conectar a más de 80 nacionalidades diferentes, con un sistema común de publicación de vacantes, de formación, de gestión del conocimiento, de control de indicadores y de gestión organizativa, entre otros. Así, los empleados avanzan en sus propias funciones y en su desarrollo, y la empresa puede tener información completa del talento y de las variables organizativas de todo el mundo desde un único punto. El segundo hito es la universidad corporativa, centro de gestión de la formación y el desarrollo en MAPFRE, con acceso para todos los empleados

DESDE EL PRIMER MOMENTO EN QUE ENTRÉ EN MAPFRE ME LLAMÓ LA ATENCIÓN QUE LA CULTURA DEL COMPROMISO SOCIAL DE LA EMPRESA ESTABA TAMBIÉN PRESENTE EN LA GESTIÓN DE LOS EMPLEADOS.



y que permite establecer el conocimiento de la organización, siendo un espacio vivo, actualizado, y mediante el que todos podemos acceder a conocimientos actualizados y gestionar el autoaprendizaje. Y el tercero sería el gran avance en las políticas de diversidad e inclusión que acabo de comentar, con un sistema global desplegado en todos los países que incluye objetivos, políticas, procedimientos de gestión y sistemas de información y sensibilización. La inclusión de personas con discapacidad, la gestión de todas las diversidades culturales, el respeto a todas las generaciones y la eliminación de todo tipo de brechas, especialmente las de género, que no se pueden cerrar solas. Somos muy firmes acelerando el cierre de todo tipo de brechas de desigualdad, mediante una estrategia firme y comprometida como la que hemos seguido. En MAPFRE tenemos la enorme fortaleza para esta tarea de que los compromisos de igualdad los asume y defiende, dentro y fuera de la compañía, Antonio Huertas. Es muy importante que los primeros ejecutivos encabecen los asuntos que requieren un impulso especial y este, por la herencia de un sector tradicionalmente masculinizado, requería de un líder que acelerara al

máximo esa transformación que prácticamente hemos conseguido. En la compañía hay más mujeres que hombres; el Consejo de Administración es paritario, con 15 miembros de los cuales 7 somos mujeres; gracias a los programas de igualdad, cada vez hay más mujeres desempeñando puestos directivos y, por último, contamos con una brecha de género —heredada, insisto, de la España del pasado— que cerraremos a finales del próximo año. Como cuestión adicional, somos una de las pocas compañías que cuenta con una estrategia para gestionar el talento sénior de la compañía, el Proyecto Ageing.

### ¿Dónde está y hacia dónde va la gestión de personas en las organizaciones globales como MAPFRE?

La gestión de las personas va a seguir centrada en el talento y en el avance de la organización hacia formas de trabajar más colaborativas y transversales; todo ello apoyado en un nuevo sistema de interacción entre los empleados y la empresa, que aproveche todas las herramientas colaborativas, las plataformas de conocimiento, y la relación entre las distintas personas de la organización a través del desarrollo de proyectos transversales. El autodesarrollo será otra capacidad que ya estamos



SOMOS UNA COMPAÑÍA MUY AFORTUNADA QUE SE ENRIQUECE CON MÁS DE **80 NACIONALIDADES Y CULTURAS DISTINTAS, Y CON CINCO GENERACIONES DE PERSONAS TRABAJANDO JUNTAS.**

**SI TIENES TALENTO Y PASIÓN, ESTE ES TU SITIO.**

impulsando y será clave en el compromiso bidireccional entre la empresa y los empleados, donde cada uno de ellos podrá diseñar su propia carrera en la empresa partiendo de una información amplia, transparente y completa de los objetivos y retos de la empresa presentes y futuros.

Por otra parte, en la propia área de Personas y Organización seguiremos avanzando en la gestión de datos, cada día más completos y actualizados,

**EL PILAR SOCIAL DE LA SOSTENIBILIDAD SIGUE SIENDO EL MÁS IMPORTANTE PARA MAPFRE, NO SOLO POR ASPECTOS COMO EMPLEABILIDAD, INCLUSIÓN O DIVERSIDAD SINO TAMBIÉN POR CUESTIONES COMO EL IMPULSO A LA EDUCACIÓN FINANCIERA O LA ACCESIBILIDAD DE LOS SEGUROS**

que permitirán hacer una identificación más ágil y predictiva de las necesidades de capacidades, de la gestión del talento, y de las necesidades de desarrollo personal y profesional de los empleados. Y todo esto, acompañado de los programas de bienestar, así como los programas de compromiso con la sociedad de los que nuestros empleados son protagonistas. MAPFRE cuida a sus empleados al igual que hace con sus clientes, con otros stakeholders y con la sociedad en general, y no es casualidad que nuestra razón de ser la verbalicemos como “Cuidamos lo que te importa” y nuestra marca empleadora como “MAPFRE, donde tu tiempo cobra sentido”.

LO QUE NOS HACE DIFERENTES AHORA ES LO MISMO QUE NOS HA HECHO DIFERENTES SIEMPRE: **LA EXCELENCIA TÉCNICA DEL NEGOCIO, EL ENORME COMPROMISO, LA ALTA CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS Y NUESTRA HUELLA SOCIAL.**

**MAPFRE CUIDA A SUS EMPLEADOS AL IGUAL QUE HACE CON SUS CLIENTES, CON OTROS STAKEHOLDERS Y CON LA SOCIEDAD EN GENERAL.**

### ¿Qué tres grandes retos afrontan los responsables de personas en las compañías globales?

Los responsables de personas avanzamos como lo hacen las sociedades, creciendo en capacidades gracias a la tecnología y a una gestión cada vez más eficiente del dato que nos permite ser más predictivos en la gestión de los recursos. Pero, a pesar de esta realidad, el gran reto que tenemos por delante es básicamente el mismo que teníamos: contar con el mejor talento, con las mejores capacidades y el más comprometido. El reto es cada día mayor por las mayores demandas del negocio y de la sociedad, que requieren de una adaptación rápida por parte de la empresa.

El talento es cada vez más diferencial para las empresas. Además de este objetivo, los responsables de personas nos enfrentamos también a tres

conceptos muy importantes: velocidad del cambio, compromiso y desarrollo. Los tres suponen retos en todos los aspectos de la gestión de personas. El tiempo es cada vez una variable más importante para todos, y más en un mundo cambiante y competitivo, todos nuestros procesos se deben construir bajo parámetros de flexibilidad y agilidad. El compromiso debe ser una variable para trabajar de forma constante, no solo porque las personas más comprometidas son más productivas, sino también porque además sienten que en su empresa pueden acceder a un desarrollo personal y profesional pleno. Y el tercer concepto para mí muy importante es el desarrollo continuo y constante de todos los equipos para incrementar su empleabilidad y que puedan acceder a más oportunidades.

**Además de la gestión de personas, eres también presidenta del Comité de Sostenibilidad de la compañía. ¿Qué destacarías de la estrategia de MAPFRE en este territorio?**

MAPFRE ha sido siempre una empresa responsable con su entorno y con las sociedades en las que opera, con todos sus clientes, colaboradores, empleados, accionistas... Hoy la sostenibilidad ha ido un paso más allá porque no se

entiende realizar negocios sin tener en cuenta las variables sociales, medioambientales y de gobierno corporativo con todas las personas con las que interactuamos. El pilar social sigue siendo el más importante para MAPFRE, no solo por aspectos como empleabilidad, inclusión o diversidad sino también por cuestiones como el impulso a la educación financiera o la accesibilidad de los seguros. Trabajamos con intensidad el vigente Plan de Sostenibilidad para alcanzar todos nuestros compromisos y lo hacemos cada vez más desde una actuación integral, no solo a nivel global, sino ayudando en la transformación de la compañía a que nuestra actividad, el negocio, se genere ya desde el primer momento desde una visión sostenible de presente y de futuro.

**Como consejera ejecutiva de la compañía, tienes también una visión más transversal de la actividad. A tu juicio, y después de cerca de 30 años en MAPFRE en diferentes responsabilidades, ¿en qué crees que ha avanzado más la transformación de la compañía, qué nos hace sustancialmente diferentes de cuando nació esta revista y qué hemos sabido proteger como esencia de la compañía?**

**SOMOS LA ASEGURADORA ESPAÑOLA MÁS GRANDE DEL MUNDO, LÍDERES EN IBEROAMÉRICA, MOTORES GLOBALES DE ESA TRANSFORMACIÓN QUE LA INDUSTRIA ASEGURADORA GLOBAL ESTÁ ACOMETIENDO.**

**COMPARTIMOS UN MISMO OBJETIVO: QUE TU TALENTO BRILLE EN NUESTRA COMPAÑÍA.**



Yo creo que lo que nos hace diferentes ahora es lo mismo que nos ha hecho diferentes siempre: la excelencia técnica del negocio que fortalece nuestra solvencia y rentabilidad, y el enorme compromiso en todo lo que hacemos, la alta calidad en la prestación de los servicios, y nuestra huella social ayudando a crecer a las sociedades donde estamos presentes. Este ADN de MAPFRE —que ya en los años 60 recogía en sus actas que, además de rentabilidad económica, debíamos producir una rentabilidad social— sigue siendo una de las señas de identidad que hemos sabido proteger e integrar en la enorme transformación que viene acometiendo la compañía en todas sus estructuras. Un impulso especialmente acelerado en la última década en línea con la propia evolución de la digitalización del planeta. Somos la aseguradora española más grande del mundo, líderes en Iberoamérica, motores globales de esa transformación que la industria aseguradora global está acometiendo.





**¡ENHORABUENA  
A TODOS  
LOS COMPAÑEROS  
DE ESPAÑA!**



# SOMOS **TOP EMPLOYER 2023** EN ESPAÑA POR CUARTO AÑO CONSECUTIVO

TEXTO **EL MUNDO DE MAPFRE**  
 IMÁGENES **ISTOCK**

MAPFRE ha sido reconocida como una de las empresas **Top Employer 2023 en España**. Esta certificación se obtiene tras una exhaustiva auditoría de nuestras políticas y prácticas en gestión de personas. Top Employers Institute certifica, en base a una metodología propia, la **excelencia** en las condiciones que las empresas ofrecen a sus profesionales, siendo una **referencia mundial** en este ámbito.

Este reconocimiento avala la apuesta de MAPFRE por ofrecer a las personas de la compañía la **mejor experiencia**, con un enfoque que sitúa al **empleado en el centro de los procesos**, acompañándole en todo su ciclo de vida en la empresa: cómo se siente y qué necesita.

Para ello, MAPFRE apuesta por la **formación** continua, la **promoción** interna y la **movilidad**, el impulso de políticas activas de **flexibilidad** — que nos permitan ser más eficientes y velar por el bienestar de las personas— y pone a nuestra disposición las herramientas necesarias para nuestro **desarrollo**.

La certificación Top Employer es también un reconocimiento al **compromiso de MAPFRE con la sostenibilidad** y con una manera de actuar ética, solidaria y apoyada en valores sólidos.

[#MAPFREdondeTuTiempoCobraSentido](https://www.instagram.com/ELMUNDODEMAPFRE)

  PUEDES ACCEDER A AMBOS CANALES EN EL APARTADO DE LA INTRANET **POLÍTICAS Y NORMAS**



## ¿CONOCES NUESTROS CANALES DE DENUNCIA?

TEXTO **EL MUNDO DE MAPFRE**  
IMÁGENES **ISTOCK**

Las empresas han adoptado cada vez más el uso de canales de denuncia como una forma de prevenir irregularidades internas.

En MAPFRE tienes a tu disposición dos canales, y puedes utilizarlos para denunciar esas irregularidades, fraudes, actos ilegales, incumplimiento de la ley, mala conducta y corrupción en MAPFRE.

El objetivo es combatir situaciones que puedan vulnerar los valores con los que en MAPFRE estamos comprometidos.

### CANAL DE DENUNCIAS FINANCIERAS Y CONTABLES DEL GRUPO MAPFRE

A través de él puedes denunciar las irregularidades de naturaleza financiera y contable de potencial trascendencia que adviertas en nuestra empresa.

El Comité de Auditoría y Cumplimiento de MAPFRE S.A., que es el destinatario de estas denuncias, conocerá y resolverá las mismas a través de este canal, actuando con total independencia y pleno respeto a las personas afectadas. Todas las denuncias se tramitan confidencialmente y siempre respetando los derechos del denunciante y denunciado.



### CANAL DE CONSULTAS O DENUNCIAS RELATIVAS AL CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA

Puedes comunicar cualquier situación que pueda suponer un incumplimiento o vulneración de los principios y normas éticas o de conducta establecidas en el Código Ético y de Conducta de MAPFRE así como trasladar tus dudas sobre su aplicación.

Las denuncias y consultas se reciben directamente por el secretario del Comité de Ética, garantizando su confidencialidad. Los principios para el tratamiento y resolución de estas están recogidos en el propio Código que, asimismo, establece la competencia del Comité para instruir y proponer la sanción procedente por cualquier incumplimiento del Código.



#MAPFREdondeTuTiempoCobraSentido



ENCONTRARÁS EUREKA  
EN LA INTRANET GLOBAL

#TUCONOCIMIENTOSUMA



## ¡HOY ES UN GRAN DÍA PARA COMPARTIR TU CONOCIMIENTO EN EUREKA!

Hoy, más que nunca, compartir conocimiento en nuestra compañía es sencillo, fácil y accesible. ¡Solo tienes que acceder a eureka!

Está genial aprovechar el conocimiento de los demás, pero ¿no sería estupendo aportar el tuyo también? Poner

tus aportes a disposición de todos para que otros también puedan contar con ello es fantástico. Nos enriquece y ayuda a crecer a MAPFRE.

En 2022, eureka recibió más de **800 nuevas piezas**, más de **300 personas** compartisteis vuestro valioso conocimiento y más de **9.000** lo consultasteis.

Piensa en lo que haces, en todo el conocimiento que tienes, selecciona y **SÚBELO HOY** en eureka, ¡no lo dejes para mañana!

**+800**  
**NUEVAS PIEZAS**  
**+300**  
**PERSONAS**  
**COMPARTIERON**  
**CONOCIMIENTO**  
**+9.000**  
**CONSULTAS**

#MAPFREdondeTuTiempoCobraSentido



ACCEDE AL SITE DEL BOSQUE VIRTUAL  
EN EL APARTADO MI DÍA A DÍA DE PERSONAS  
EN LA INTRANET

#LAPARTEQUENOSTOCA

## NACE EL **BOSQUE VIRTUAL** PARA AYUDAR A CONOCER Y REDUCIR EL CONSUMO DE PAPEL IMPRESO

Desde MAPFRE nos preocupamos por el **gran tesoro natural que nos conecta**, y sabemos que entre todos podemos **hacer posible el cambio necesario para protegerlo**. Con cada pequeña acción, con cada pequeño gesto, cada uno en la parte que nos toca, podemos hacer frente al gran desafío que tenemos por delante.

Uno de esos pequeños gestos es reducir el volumen de papel que imprimimos diariamente. Para ayudarnos a conseguirlo está el **Bosque Virtual de MAPFRE**, un site que, hasta la fecha, se ha implantado en España y desde el que podemos conocer cuál es el consumo de papel, de tóner o el energético de las máquinas de impresión. Conociendo estos datos, podemos ser conscientes del consumo que hacemos y reducirlo en la medida de lo posible.

Por cada tonelada de papel que dejamos de imprimir, evitamos la tala de hasta 20 árboles, el consumo de 7000 kwh y el de 5000 litros de agua.

Este site está disponible en el Espacio Personas de la intranet, en el apartado **Mi día a día**.

**POR CADA TONELADA DE PAPEL QUE DEJAMOS DE IMPRIMIR, EVITAMOS LA TALA DE HASTA 20 ARBOLES, EL CONSUMO DE 7000 KWH Y EL DE 5000 LITROS DE AGUA.**



#MAPFREdondeTuTiempoCobraSentido

# MAPFRE, EN EL ÍNDICE BLOOMBERG DE IGUALDAD DE GÉNERO 2023



Este **índice** mide la igualdad de género en cinco pilares: **liderazgo femenino y flujo de talento; igualdad y paridad salariales de género; cultura inclusiva; políticas contra el acoso sexual; y marca pro-mujeres.**

**MAPFRE fue incluida en Bloomberg en 2021.** En este año hemos obtenido una puntuación de **81,28** que está por encima de la media del umbral global establecido por Bloomberg (73%), y refleja una mejora en lo que se refiere a la divulgación y adopción de **las mejores políticas en los cinco pilares analizados.** En esta edición, **MAPFRE se sitúa en la posición 69 en global y es, además, la única aseguradora española.**

MAPFRE considera que las grandes empresas somos un agente de cambio muy importante en la sociedad y hemos tomado el testigo, asumiendo **#LaParteQueNosToca.**

Por tercer año consecutivo, nuestra empresa ha sido incluida en el **Índice de Bloomberg de Igualdad de Género 2023 (Gender Equality Index)**, que distingue a las compañías del mundo que destacan por su promoción de la igualdad y por su transparencia en la información relativa a cuestiones de género.

El GEI ha **incrementado su valor en los últimos años**, pues ha pasado de las 230 compañías que lo conformaban en 2019 a las 484 en este ejercicio. Esto es debido a que es un índice de referencia para los inversores a la hora de valorar la inclusión de las empresas en sus carteras y cada vez son más las entidades que estamos comprometidas con la igualdad.

**484**  
**COMPAÑÍAS**  
**EN 2022**  
**UNICA**  
**ASEGURADORA**  
**ESPANOLA**  
**69**  
**ES LA POSICIÓN**  
**GLOBAL**  
**DE MAPFRE**

#MAPFREdondeTuTiempoCobraSentido



ESTE AÑO HEMOS OBTENIDO  
UNA PUNTAJACION DE **81,28**  
QUE ESTÁ **POR ENCIMA DE LA MEDIA**  
**DEL UMBRAL GLOBAL (73%)**  
ESTABLECIDO POR BLOOMBERG

#MAPFREdondeTuTiempoCobraSentido



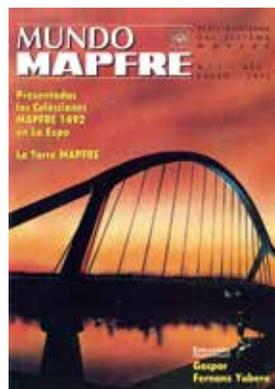
VISITA NUESTRA EDICIÓN DIGITAL

# La historia de los últimos *30 años* de MAPFRE en nuestra revista

TEXTO: JOAQUÍN HERNÁNDEZ | IMÁGENES: MAPFRE



La revista ha acompañado a los empleados desde el primer número



El puente de La Barqueta, conocido como puente MAPFRE, fue uno de los emblemas de la Exposición Universal de Sevilla 1992



En 2017 la revista adopta un nuevo formato, que se ha mantenido hasta este último número

1992

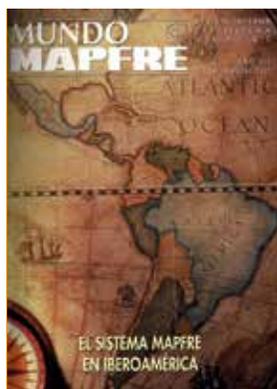
Un año histórico, por lo menos para España: Juegos Olímpicos en Barcelona, Exposición Universal en Sevilla y Madrid, capital europea de la cultura. Los ojos del mundo se giraban hacia España. Ese mismo año, MAPFRE creaba su revista corporativa *El Mundo de MAPFRE*, una herramienta para difundir los proyectos en los que el Grupo estaba inmerso, sus principales hitos, para compartir cultura y valores entre los empleados en cualquier lugar del mundo. Y proyectos de MAPFRE, y algunos muy emblemáticos, están ligados precisamente a esos eventos. La Torre MAPFRE en Barcelona



**La popularmente conocida como Torre MAPFRE de Barcelona se inaugura en el mismo año en que se crea nuestra revista**

—conocida así por todo el mundo— se inaugura ese año y desde entonces se ha convertido en un símbolo e icono de la ciudad. Años, décadas después, ahí sigue siendo parte del skyline de Barcelona y testigo, no precisamente mudo, de la historia y evolución de MAPFRE.

En Sevilla, el Grupo tiene incluso un día en la Exposición Universal y financia la construcción del puente de la Barqueta, que daba acceso al recinto ferial. Un puente que se construyó en tierra para posteriormente girarlo, con barcas, hasta el emplazamiento definitivo, un puente que también fue conocido como Puente MAPFRE.



**Hoy MAPFRE es líder en América Latina. La revista siempre ha informado de la historia de la expansión de MAPFRE en el continente**



**La expansión internacional se había iniciado en Colombia en 1984. En la imagen, edificio MAPFRE en Cartagena de Indias**

La imagen de la compañía en los primeros años de la década de los 90 del siglo pasado es muy diferente de la que tenemos actualmente, pero no debemos olvidar que precisamente es el germen de la aseguradora que hoy es MAPFRE.

El Grupo había iniciado en la década anterior su expansión internacional. Se inició en Colombia en 1984 y hoy, MAPFRE en América Latina es la aseguradora líder, por delante de empresas locales y otros grupos aseguradores que años más tarde desembarcaron allí. La historia de la expansión de MAPFRE no sólo está unida al negocio sino también a su Fundación y es que, en América Latina, Fundación MAPFRE ha desplegado múltiples proyectos para ayudar a los más desfavorecidos,

demonstrando que ese espíritu solidario que está en el germen de la industria aseguradora es mucho más que una declaración de intenciones. Son hechos y así lo demuestran los miles de beneficiarios de iniciativas como comedores sociales, programas de educación o ayuda en situaciones de emergencia como las que ha vivido el continente por terremotos o huracanes.

La expansión de MAPFRE no se quedaría sólo en América, aunque lazos históricos, culturales e idiomáticos hicieron que fuese la primera parada de este proceso de internacionalización, primero, y globalización después. La entrada en Europa, donde el mercado de seguros es mucho más maduro, se produciría años después. Es en 2014 cuando se adquieren



(arriba izquierda) Asamblea extraordinaria en la que se aprobó la nueva estructura societaria

Acuerdo con Banco do Brasil, 2010



(arriba derecha) La adquisición de Commerce en 2008 fue la mayor adquisición en la historia del Grupo

Hemos sido reconocidos en múltiples ocasiones como Great Place to Work

dos compañías, en Italia y en Alemania, que serán el germen de Verti en ambos países. Son dos compañías de seguro directo, es decir, básicamente venta online y telefónica (en menor medida)... Pero es que unos años antes, en 2011 se había creado **Verti** en España, que es la primera apuesta de MAPFRE por una compañía de estas características.

MAPFRE seguía inmersa en ampliar horizontes,



En 2011 nace Verti, cuyo modelo de negocio se basa en la venta online y telefónica

incrementando su presencia en diferentes países, primero de este continente y, con el transcurrir de los años, dando el paso a Estados Unidos, país en el que se acometería en 2008 la mayor compra del Grupo: Commerce, una operación en el mercado más importante del mundo. Una aseguradora en el Estado de Massachussets, donde hoy estamos en el top 25 en el seguro de automóviles —que

sigue siendo el ramo más importante del Grupo (representando más del 20% de todo el negocio).

Asia, principalmente a través del negocio reasegurador —que fue muchas veces la puerta de entrada del Grupo en algunos mercados y que hoy tiene negocio en más de un centenar de países—, e incluso África, a través de la unidad de negocio de asistencia, también figuran en el mapa de MAPFRE.

La empresa fue ampliando horizontes y cambiando internamente. El proceso de expansión necesitaba un empujón más para no ser la suma de empresas por diferentes países. Y ésta es una de las razones que potencian la creación de estructuras centralizadas que den soporte a todo el negocio, que permitan avanzar en la creación de una empresa global, transmitiendo la cultura, un valor intangible que hace que desde la Patagonia hasta Japón cualquier empleado de MAPFRE comparta valores.

La economía se modernizó, las empresas españolas empezaron a salir mucho más al exterior y MAPFRE estuvo ahí acompañándolas. Hoy, más de dos tercios de las compañías del Ibex 35 confían en MAPFRE. Este tipo de empresas necesitaban una oferta diferente, un producto a la medida, ya que sus necesidades son muy específicas, y ahí, una vez más, MAPFRE apostó por una especialización que dio origen a lo que hoy es MAPFRE Global Risks, una unidad del Grupo especializada en ofrecer soluciones a compañías multinacionales.

Ha habido mucho más que expansión, que es lo que ha permitido a MAPFRE alcanzar la dimensión que hoy tiene, jugar en la liga de los grandes aseguradores mundiales. De hecho, figura en el top ten de las aseguradoras europeas por volumen de primas. Ha habido innovación, algo que ha estado en el ADN de la compañía prácticamente desde sus inicios. Fue MAPFRE quien cambió el concepto de indemnización por reparación y ahí sigue. Hoy un cliente no concibe que se le indemnice cuando tiene un siniestro, prefiere que se le arregle el desperfecto que ha tenido y no tenga que preocuparse de más. El afán por adelantarse a las necesidades del cliente, por ofrecer algo diferente de lo que estaba haciendo la competencia y la posibilidad de poder trasladarlo a los múltiples países en los que el Grupo opera ha sido una constante que hoy perdura, y debe perdurar, en el quehacer de los empleados que hoy forman MAPFRE.

En estos 30 años, MAPFRE, que sigue teniendo la mayor red de distribución del seguro en España, con 3.000 oficinas, y una de las más importantes en América



La revista también ha recogido los hitos de la compañía en estos años. Personas que cuidan de personas

Latina, ha ampliado los puntos de distribución de sus productos: a veces con acuerdos locales, otras con grandes corporaciones, como es el caso de la alianza con Banco do Brasil, que ha permitido crear uno de los grandes grupos financieros del país, y potenciando los acuerdos de bancaseguros. Y junto con el negocio asegurador y reasegurador, en la última década se ha dado un impulso también a la gestión de activos.



En 2018 la revista cumple el número 100

Y MAPFRE ha ido rompiendo moldes, formas diferentes de hacer las cosas. En 2006 llevó a cabo un proceso insólito, algo que hasta entonces en España no se había hecho. Acometió su desmutualización, dejó de ser una mutua para convertirse en una sociedad anónima, con todos sus negocios cotizando en bolsa, pudiendo beneficiarse del acceso más fácil al capital en el mercado, para poder acometer



(arriba izquierda) Global mobility call, 2022

nuevas operaciones. Un proceso complejo, que, sin embargo, fue modélico.

La historia de MAPFRE en estas tres décadas es la historia de una compañía que ha sabido ir renovándose constantemente, adaptándose a nuevas tendencias y nuevas formas de hacer las cosas, una compañía en la que la tecnología y la digitalización están presentes en el quehacer diario porque en pleno

La innovación ha estado en el ADN de la compañía prácticamente desde sus inicios

siglo XXI no hay opción si se quiere ser global. Globalidad, tecnología e innovación van hoy de la mano y MAPFRE así lo ha entendido. Ha creado un modelo propio de innovación, colaborando con startups, incorporando buenas prácticas de unos a otros mercados, ha sabido convertir una empresa tradicional como era la de Asistencia en una compañía totalmente diferente, centrada en la relación digital,



(arriba derecha) Puesto de recarga para vehículos eléctricos a disposición de los empleados

**MAWDY**

MAPFRE Worldwide Digital Assistance

MAPFRE Asistencia renace bajo una nueva marca

La transformación de la compañía está contada en esta revista

con un nuevo nombre: **MAWDY.**

La importancia que ha adquirido la sostenibilidad en los últimos años es uno de los grandes cambios sociales que estamos viviendo y hoy forma parte de la hoja de ruta de cualquier compañía, también de MAPFRE. Pero con su propio enfoque, teniendo en cuenta que todo esfuerzo en esta materia debe tener como foco principal a las personas, que han sido y

siguen siendo la esencia de la compañía: personas que cuidan de personas. Este fue un lema de MAPFRE y esa esencia sigue presente.

Las cifras sólo revelan que MAPFRE ha sido una empresa que en estos 30 años ha pasado de tener 9.500 empleados a más de 31.000 trabajadores o que ha multiplicado por 2,5 sus primas, hasta más de 24.500 millones de euros. Pero MAPFRE es mucho más que cifras. MAPFRE es una compañía que se ha transformado para hacer frente a retos que hace años nadie podía imaginar: una pandemia, que ninguno de nosotros había vivido (y confiemos en que nunca más vivamos una situación similar), una guerra como la que se está librando ahora mismo en Ucrania —en la frontera de Europa— o un ciberataque, como el que MAPFRE sufrió hace unos años. Todo eso lo hemos vivido en estos 30 años y todo eso ha quedado reflejado en *El Mundo de MAPFRE*. La transformación de la compañía está contada en esta revista.

La historia de MAPFRE se ha escrito en *El Mundo de MAPFRE*. Ha habido aciertos y fallos, logros y retos que se han abordado. Proyectos brillantes y errores que



ha habido que corregir, pero esa es la historia de una empresa con vida, que se mueve, que no se queda parada viviendo de la inercia. En estos años hemos aprendido, como lo aprendieron aquellos que nos precedieron, a mejorar, a reflexionar, a aprovechar lo mejor de cada situación para seguir siendo globales, con vocación de liderazgo, una empresa que mira al

futuro con esperanza y optimismo. Una compañía que en 2023 cumple 90 años y que puede decir con orgullo que “Cuidamos lo que te importa” es el propósito que ahora tiene reflejado de forma explícita, pero que probablemente ha estado presente y subyaciendo durante todo este tiempo, y que es la razón de ser de esta empresa.

**Sede social en Majadahonda y paneles solares**



# CESVIMAP, 40 AÑOS DE INNOVACIÓN CON LA MOVILIDAD COMO PROTAGONISTA

TEXTO **TERESA MAJERONI**  
IMÁGENES **CESVIMAP**



Acto de celebración del 40 aniversario de CESVIMAP el pasado 5 de julio. En la conmemoración han participado, junto al equipo humano de CESVIMAP, el presidente de MAPFRE, Antonio Huertas, la consejera de Movilidad y Transformación

Digital de la Junta de Castilla y León, María González, el director general de CESVIMAP, José María Cancero, el alcalde de Ávila, Jesús Manuel Sánchez Cabrera, y el presidente de la Diputación, Carlos García, entre otros.

Hace 40 años, en 1983, por las carreteras españolas prácticamente solo había coches, como máxima expresión de la movilidad. Los modelos más vendidos, ese año, fueron el Renault 9, el Opel Corsa, el Talbot Samba o el famoso BX de Citroën. En ese contexto, el 16 de mayo de 1983 nació CESVIMAP, el Centro de Experimentación y Seguridad Vial MAPFRE, también conocido como CESVI.

Parecía necesaria una organización dentro de la casa que investigara los automóviles y sus posibles siniestros “dado el alto desarrollo del volumen de operaciones en automóviles de MAPFRE y la necesidad de un análisis técnico de los posibles daños en personas y automóviles”, según uno de los impulsores del proyecto, Julio Castelo, director, por entonces, de MAPFRE Mutualidad y quien sería afamado presidente de la entidad, años después.

CESVIMAP, desde entonces, se ha hecho imprescindible para la formación, al más alto nivel técnico, del personal especializado de MAPFRE. Proporcionamos la preparación necesaria sobre turismos, analizando sus materiales y tecnologías; también contemplamos otro tipo de vehículos, como motos o camiones. Ya desde nuestros primeros años ampliamos miras, capacitando también a entidades



**EL 16 DE MAYO DE 1983 NACÍA CESVIMAP, EL CENTRO DE EXPERIMENTACIÓN Y SEGURIDAD VIAL MAPFRE**

**DIFUNDIR LA “CULTURA DEL AUTOMÓVIL” HA SIDO SIEMPRE NUESTRA MISIÓN, DIRIGIDA A TODAS LAS PERSONAS RELACIONADAS CON LA AUTOMOCIÓN**

externas a la aseguradora, como Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado y todo tipo de instituciones relacionadas. ¡Hasta hemos formado a personal de Renfe\*! Difundir la “cultura del automóvil” ha sido siempre nuestra misión, dirigida a todas las personas relacionadas con la automoción, particularizando especialmente tanto en los profesionales de la reparación de vehículos —talleres—, como en quienes los valoraban —peritos—. Al igual que MAPFRE se había constituido en una aseguradora global, en poco tiempo surgió la necesidad de internacionalizar esta misión y promovimos



centros con la filosofía CESVI en países como Argentina, Colombia, Francia, México...

En estas cuatro décadas de vida de CESVIMAP hemos prestado servicios en más de 42 países de cinco continentes, sugiriendo aspectos de diseño de nuevos vehículos, realizando consultorías para incrementar la eficacia, eficiencia y rentabilidad de los talleres, perfilando planes de carrera para diversos fabricantes, etc.

La nueva movilidad cambia nuestra manera de desplazarnos por el mundo. En CESVIMAP, abordamos la movilidad

EN 2011 NOS ERIGIMOS COMO EL PRIMER CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA EN **ADENTRARNOS EN LA PROPULSIÓN ELÉCTRICA**

**INTELIGENCIA ARTIFICIAL, GEMELOS DIGITALES** — ÚTILES, POR EJEMPLO, PARA LA RECONSTRUCCIÓN DE ACCIDENTES DE TRÁFICO—, **IMPRESIÓN ADITIVA, REALIDAD VIRTUAL...** TRATAMOS DE HACER ACCESIBLE LA INFORMACIÓN TÉCNICA MEDIANTE LAS ÚLTIMAS TECNOLOGÍAS

conectada, autónoma, compartida y eléctrica.

¡En CESVIMAP nos hemos atrevido con cualquier cosa que tenga ruedas o se desplace! Si en 2011 nos erigimos como el primer centro de investigación en España en adentrarnos en la propulsión eléctrica, en 2023 somos el radar tecnológico de la movilidad. Hemos investigado sobre todas aquellas tecnologías que pueden afectar a nuestros asegurados. Desde drones a robots autónomos para entrega de pedidos —hasta que llegue su evolución final: el vehículo autónomo—; desde baterías a patinetes eléctricos (protagonista de la "micromovilidad" y del novedoso seguro MásPatín).

**Inteligencia artificial y otros "avatares"**

Siempre con criterio tecnológico, en CESVIMAP tratamos de adelantarnos a las novedades incorporadas en los vehículos y a su repercusión en la sociedad, en general. Inteligencia artificial, gemelos digitales —útiles, por ejemplo, para la reconstrucción de accidentes de tráfico—, impresión aditiva, realidad virtual... Tratamos de hacer accesible la información técnica mediante las últimas tecnologías.

Así, de las primeras novedades técnicas que afrontábamos — investigar sobre aceros de alto límite elástico, la proliferación de los plásticos en la fabricación del automóvil, las pinturas perladas, las sustituciones de piezas de



carrocería por sección parcial, etc. — hemos pasado a enfrentar otros retos.

Con la seguridad como prioridad, investigamos en los vehículos aquellos sistemas o elementos que minimizan las posibles lesiones tras un accidente; esto es la seguridad pasiva. En ella, influyen aspectos como la carrocería y el chasis, y los nuevos materiales con que son fabricados, más livianos y sostenibles y también más deformables, para al absorber mayor cantidad de energía reducir las secuelas de un accidente. Pero también nos adentramos en la seguridad

**CON LA SEGURIDAD COMO PRIORIDAD, INVESTIGAMOS EN LOS VEHÍCULOS AQUELLOS SISTEMAS O ELEMENTOS QUE MINIMIZAN LAS POSIBLES LESIONES TRAS UN ACCIDENTE; ESTO ES LA SEGURIDAD PASIVA**

**LA TELEMÁTICA Y LA CIBERSEGURIDAD SON PARTE ACTIVA DE NUESTRA INVESTIGACIÓN. ¡NOS GUSTA ESTAR A LA VANGUARDIA!**

activa, que afecta a sistemas de dirección, frenos, iluminación... coordinados mediante los sistemas de ayuda a la conducción, o ADAS.

Hemos desarrollado un sistema de clasificación de ADAS, para probarlos en diversas circunstancias y conocer, objetivamente, la seguridad que aportan. Analizamos el sistema autónomo de emergencia de frenado, el de aviso de cambio involuntario de carril, el aparcamiento automático, el sistema de detección del ángulo muerto, el control de la velocidad de cruceo adaptativo, etc.



### **Conectividad, ciberseguridad y seguros a la persona**

A medida que la tecnología se integra en nuestra vida diaria, y en nuestros coches, aumenta del mismo modo su vulnerabilidad ante un potencial ataque a estos sistemas. La creciente conectividad, externa e interna, de los vehículos exige una mayor y más confiable arquitectura, y establecer métodos y barreras diseñados para defenderlos ante posibles ataques. Por ello, la telemática y la ciberseguridad son parte activa de nuestra investigación. ¡Nos gusta estar a la vanguardia! El sector asegurador, por su parte, afronta

nuevos retos surgidos respecto a las nuevas formas de transporte. “Asegurar la movilidad es uno de grandes desafíos del sector”, afirma Alfredo Castelo, director general corporativo de Negocio de MAPFRE, nuestra casa madre. Supone un desafío a medio-largo plazo, e implica la transición del seguro tradicional (al vehículo) hacia el seguro de la persona, sea cual sea el medio que utilice para desplazarse.

Gracias a la investigación que realizamos, MAPFRE ofrece a la sociedad pólizas para vehículos eléctricos, un nuevo seguro de patinetes eléctricos (MásPatín), primas en el aseguramiento

según los ADAS que equipen los vehículos, modelos de pago por uso —extrayendo valor del dato embarcado en el automóvil—, la conducción conectada y automatizada... Potenciamos la transición hacia nuevos modelos de movilidad más sostenibles.

### **Proteger nuestro planeta**

El desafío del siglo XXI pasa por la protección de nuestro planeta. La sostenibilidad trata de ofrecer soluciones de equilibrio en tres pilares: el cuidado del medio ambiente, el bienestar social y el crecimiento económico. El desarrollo pasa por satisfacer las necesidades del presente sin comprometer a las futuras generaciones. “Nuestro futuro común” valora un crecimiento económico eficiente en la utilización de los recursos, donde no haya emisiones de gases de efecto invernadero y se proteja el medio ambiente y la salud de las personas.

MAPFRE está comprometida desde sus inicios en dejar una huella positiva en la sociedad, y desde #LaParteQueNosToca, CESVIMAP habilita una segunda vida sostenible a los recursos. Aprovechar al máximo los bienes y el patrimonio natural es un paso crucial para proteger nuestro mundo.

La movilidad compartida, la reparación —antes que la sustitución— de piezas, los vehículos de propulsión eléctrica o basados en el hidrógeno, y su minimización del impacto

medioambiental también al final de su vida útil son retos que llevamos décadas defendiendo basados en las 3 R (reducir, reutilizar, reciclar).

CESVIrecambios, nuestro centro autorizado de tratamiento de vehículos dados de baja, nació hace más de 20 años. Su actividad se basa en la economía circular sostenible y comprometida. Reciclamos los materiales de los vehículos siniestrados —acero, aluminio, plástico, vidrios...— y proporcionamos una segunda vida útil a aquellas piezas que están en plenas condiciones de funcionamiento.

A través de este centro también recuperamos las baterías de coches eléctricos declarados como pérdida total, reutilizando sus módulos bien en otros vehículos, bien en otros usos que requieran menor demanda energética. Así, hemos instalado en CESVIrecambios paneles solares para autoconsumo. La innovación es haber incorporado una estación de almacenaje energética basada en baterías usadas de vehículos eléctricos. Esta “energía verde” nos permite poder consumir nuestra propia energía de noche, por ejemplo.

Y si las baterías ya no tienen más usos, recuperaremos sus materiales, algunos de ellos críticos en la Unión Europea —litio, manganeso, níquel y cobalto, principalmente, junto con grafito de alta calidad...—



SI LAS BATERÍAS YA NO TIENEN MÁS USOS, RECUPERAREMOS SUS MATERIALES, ALGUNOS DE ELLOS CRÍTICOS EN LA UNIÓN EUROPEA —**LITIO, MANGANESO, NÍQUEL Y COBALTO, PRINCIPALMENTE, JUNTO CON GRAFITO DE ALTA CALIDAD...— ES EL PROYECTO BATRAW, PERTENECIENTE AL PROGRAMA HORIZON EUROPE.**



Proyecto Batraw.  
Cofinanciado por la Unión Europea

Es el proyecto BATRAW, perteneciente al programa Horizon Europe.

En un mundo marcado por altos niveles de exigencia, dinamismo y competitividad, CESVIMAP en estos 40 años ha venido apostando por la innovación y la sostenibilidad. Nuestra investigación en nuevas tecnologías ligadas al seguro permite ofrecer un mejor servicio a conductores, peatones y viandantes. Y a la sociedad en su conjunto.



# LA SALUD Y EL BIENESTAR EN EL TRABAJO, ASPECTOS DESTACADOS A CORTO Y MEDIO PLAZO

TEXTO **ÁREA DE RELACIONES LABORALES Y PREVENCIÓN - ESPAÑA**  
IMÁGENES **MAPFRE**



**El futuro del trabajo viene marcado por la confluencia de diversos factores y tendencias en el ámbito económico, medioambiental y social, que están propiciando cambios en el aspecto empresarial, en las relaciones laborales y de la organización del trabajo, así como en los riesgos a los que está expuesta la población trabajadora.**

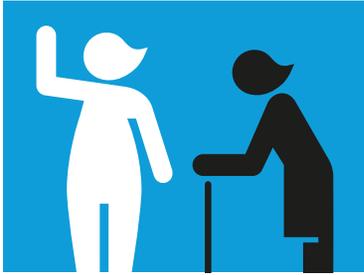
La interdependencia de estos factores hace que las políticas de empresa deban alinearse para afrontarlos desde un enfoque integral y buscar soluciones que tengan en cuenta, especialmente, la salud de las personas.

Así, el futuro de la salud y el bienestar en el trabajo está influenciado por todos estos cambios, haciendo necesario que las empresas y organizaciones adapten con agilidad sus prácticas en materia de salud y bienestar.

Desde esta perspectiva, se pretende que las organizaciones no se centren solo en evitar enfermedades y accidentes, sino también en promover empresas saludables y trabajadores sanos en las tres dimensiones —física, mental y social— definidas por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

En 2015, la salud fue incluida en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, donde se recogen metas relacionadas con la inclusión laboral, la igualdad de oportunidades y la seguridad/salud en el trabajo. En consecuencia, las empresas y los organismos están llamados a trabajar para la consecución de los ODS creando un ambiente de trabajo saludable y productivo.

El trabajo es una parte esencial de la vida de las personas y, por tanto, debe contribuir a nuestro bienestar físico y mental. Por ello, podemos hablar de la importancia de contar con equipos diversos; de analizar las nuevas formas de trabajo; de apostar por la transformación digital así como de hacer uso de los datos.



## EQUIPOS DIVERSOS

Desde el punto de vista social, la diversidad de los equipos y los cambios demográficos implican una serie de desafíos con respecto a la salud y al bienestar en la empresa. Las características de nuestra población, diversa y con una esperanza de vida mayor —que supone el alargamiento de la vida laboral—, junto con la existencia de personas trabajadoras en situación de mayor riesgo que requieren de una especial atención para garantizar su protección, forman parte de los retos que las políticas preventivas deben afrontar en el futuro del trabajo.

Por ejemplo, es necesario tener en cuenta que cada persona, desde las más jóvenes hasta las de mayor edad, requieren un enfoque diferente en cuanto a la prevención y el tratamiento de las lesiones y enfermedades relacionadas con el trabajo.

Por ello, debemos centrar las políticas de la empresa en el individuo y en sus necesidades concretas. Y también en la promoción de la salud personalizada a las necesidades de cada individuo, dejando de

lado las programaciones rígidas que no tienen en cuenta las características particulares de cada uno.

Hemos de trabajar para incorporar la perspectiva de género y la diversidad generacional a las políticas y estrategias empresariales a través de la gestión preventiva, desde un enfoque positivo de la diversidad que fomente la sostenibilidad del empleo y promueva lugares de trabajo inclusivos que garanticen la salud de las personas trabajadoras.

## LAS NUEVAS FORMAS DE TRABAJO

La irrupción imparable de las nuevas tecnologías de la información ha alcanzado niveles extraordinarios con la pandemia mundial y el auge del trabajo en remoto.

Las nuevas formas de trabajo pueden proporcionar una mayor flexibilidad y favorecer el equilibrio entre la vida personal y laboral, proporcionando amplias posibilidades para realizar eficazmente un trabajo, pero las nuevas tecnologías y los nuevos modos de organización laboral han propiciado también la llegada de riesgos específicos hasta ahora desconocidos o no suficientemente atendidos, que pueden ser fuente de estrés o aislamiento y manifiestan la creciente importancia de la salud mental como factor clave en el futuro de la salud y el



bienestar en el trabajo, lo que está llevando a un enfoque más integral las políticas preventivas.

En este contexto, el lugar y el tiempo de trabajo como típicos elementos configuradores del marco en el que se desempeña la actividad laboral están diluyéndose en favor de una realidad más compleja en la que lidera la conectividad permanente, lo que afecta, sin duda, al ámbito personal y familiar de las personas.

Los riesgos ergonómicos, psicosociales y organizacionales son los que mayor impacto van a tener, originados por los cambios en las condiciones de trabajo, los exigentes ritmos de trabajo, la extensión de jornadas y horarios o las nuevas formas de contratación.

De esta forma, nos podemos encontrar situaciones en las que:

- Se mezclan los tiempos de dedicación al trabajo con



los tiempos de ocio, lo que dificulta la desconexión laboral

- Podemos trabajar en distintos entornos, desde nuestro puesto en el centro de trabajo hasta nuestra propia casa, lo que hace que las condiciones físicas y ambientales sean cambiantes y no se ajusten al escenario laboral clásico. La adopción de posturas adecuadas o el ajuste de los niveles de iluminación, por poner dos ejemplos, no son fácilmente controlables y muchas veces no son los más adecuados.
- Formación e información inadecuada sobre estas nuevas formas de trabajo y una percepción desajustada de los riesgos que pueda ocasionar el uso de estos.

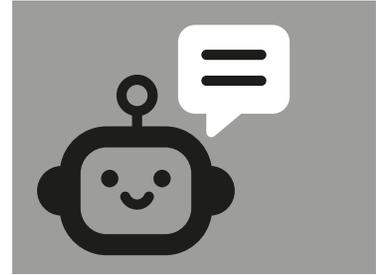
Todo ello puede provocar distintas consecuencias ergonómicas, ya sea fatiga visual o fatiga física, en forma de trastornos musculoesqueléticos

y sedentarismo por el uso prolongado de la pantalla.

Además, esta hiperconectividad puede favorecer la fatiga mental al estar expuestos a una sobrecarga cuantitativa por el rápido y fácil acceso a la información, lo que propicia la realización de más tareas y con mayor apremio de tiempo, el incremento de la multitarea y encontrándonos con tareas imprevistas y prioritarias, con exigencias de respuesta inmediatas, etc., así como a una sobrecarga cualitativa derivada del posible aislamiento e inseguridad.

Por todo ello, debemos trabajar en una buena organización que promueva cambios posturales y gestión de tiempos de exposición, desconexión tecnológica que avance en el respeto al tiempo libre y fomente el equilibrio de la vida laboral y personal, modelos de trabajo que permitan organizar la jornada laboral según las necesidades que se puedan tener en cada momento, más flexibles, ágiles y eficientes, y una formación e información ajustada al uso que se vaya a realizar de estas tecnologías, aspectos imprescindibles para el control de estos riesgos.

Las nuevas tecnologías están generando cambios que conllevan una modificación de paradigma en la seguridad y salud, provocando por todo ello más patologías mentales que físicas y obligando a las organizaciones a centrar y poner el foco en la salud mental como riesgo psicosocial.



## LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

En medicina estamos viviendo la integración de la tecnología en nuestra práctica diaria, una tecnología que está orientada a mejorar los resultados de los tratamientos, a optimizar nuestros protocolos y a incrementar la eficiencia de nuestros equipos.

Pensemos en la telemedicina, que facilita el acceso a consultas especializadas a personas que viven en lugares remotos; o en los dispositivos personales (*wearables*), que están diseñados para monitorizar y enviar información a los especialistas sin que las personas tengan que desplazarse a un centro de salud; o las herramientas basadas en inteligencia artificial, que optimizan el diagnóstico y el tratamiento de procesos complejos.

Las tecnologías de la información y comunicación, el desarrollo tecnológico y en particular la digitalización también están revolucionando el trabajo y presentan oportunidades desde la óptica de la prevención de riesgos laborales que nos permiten, en muchos casos,

un seguimiento y evaluación continua con un acercamiento al cuidado de la salud de las personas a través de, por ejemplo, la monitorización, la formación online, etc. y herramientas como la teleinspección, que permiten registrar y compartir información de forma remota, disponiendo de datos en tiempo real mediante conexión telefónica y una valoración ágil de las condiciones laborales. Como ejemplo de esta transformación digital podemos destacar los proyectos de teleinspección, que permiten valorar en remoto las condiciones de los centros de trabajo, contribuyendo de esta forma a mejorar la prevención a todos los niveles organizativos y mejorando el cuidado de las personas. Esto supone, a su vez, agilizar una actividad fundamental y hacerla más sostenible.

En general, este desarrollo tecnológico ofrece posibilidades para reducir los daños en la salud a través de su incorporación en los procesos productivos y procedimientos de trabajo, y también en la propia gestión de la prevención. Su potencial debe aprovecharse para el desarrollo de los sistemas de investigación, formación e información, como parte esencial de los sistemas de gestión preventivos.



### EL USO DE LOS DATOS: PREVENCIÓN Y MEDICINA PREDICTIVAS

El almacenamiento de millones de datos y su análisis, además de darnos una imagen clara de los riesgos existentes en la empresa a través de un mapeo exhaustivo, nos permite detectar, a priori, situaciones que pueden desencadenar un riesgo y/o un accidente, permitiendo adelantarnos en su gestión y facilitando así la protección de la seguridad y salud en las organizaciones.

Además, en medicina seremos capaces de ofrecer soluciones personalizadas a nuestros pacientes para que estos tomen decisiones informadas acerca de su salud. El análisis de los datos médicos y el uso de algoritmos de inteligencia artificial nos permitirá analizar el riesgo que tiene una persona de desarrollar ciertas enfermedades basándonos en su estilo de vida, en su historia médica y en el análisis de otros factores de riesgo que puedan estar asociados a su puesto de trabajo.



Las nuevas tendencias económicas y sociales y las transiciones digital y climática conllevan riesgos nuevos o emergentes que afectan a la seguridad y salud de las personas. Las organizaciones deben estar en disposición de gestionar adecuadamente el bienestar y la promoción de la salud.

Por otra parte, y como veníamos diciendo, el objetivo es situar a las personas en el centro de los cambios y de la transformación tecnológica, y para ello deben ponerse en marcha diferentes estrategias que ayuden a eliminar, reducir o prevenir los riesgos. No podemos olvidar que el fortalecimiento de un liderazgo efectivo que apoye a las personas en los procesos de integración de las nuevas tecnologías, la formación, capacitación y desarrollo, las acciones de envejecimiento activo y empresa saludable, así como la comunicación y fomento de las relaciones interpersonales son claves para avanzar en la prevención de riesgos.





ESCUCHA EL NUEVO HIMNO DEL VOLUNTARIADO  
MAPFRE EN LA INTRANET **GLOBAL/PERSONAS**

TEXTO **SARA ELENA TORRES HORTAL**  
IMÁGENES **MAPFRE, ISTOCK**

# La historia del voluntariado en MAPFRE

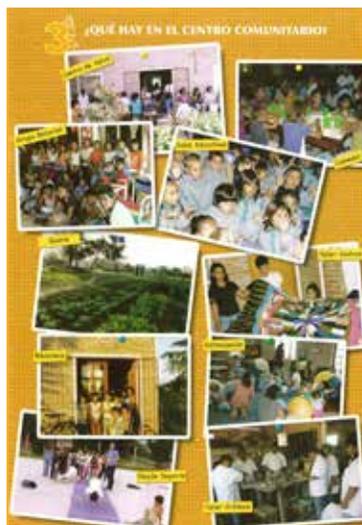


**A través del Voluntariado Corporativo de MAPFRE miles de voluntarios de nuestra compañía contribuyen a mejorar las vidas de cientos de miles de personas en el mundo. Hasta llegar al presente, el voluntariado de MAPFRE ha vivido una larga historia de entrega y solidaridad que hoy os invitamos a leer.**

**Porque todos, en algún momento de la vida hemos necesitado o necesitaremos ayuda. Las personas estamos para cuidar las unas de las otras, y los voluntarios “Personas dispuestas a ayudar” son el mejor ejemplo de esa solidaridad que no tiene límites. Los voluntarios son el corazón de MAPFRE.**

Nuestra historia comienza en 2001, en Alianza, uno de los barrios más humildes de Tres Isletas, en la región argentina de El Chaco. Entre calles llenas de polvo y viviendas medio derruidas había nacido, un par de años antes, el Centro Comunitario Jesús-María para dar apoyo a una población deficitaria en aspectos sociales, laborales y sanitarios. Allí comenzó Fundación MAPFRE sus primeras iniciativas de voluntariado.

Fundación MAPFRE, y en concreto la Fundación MAPFRE Medicina, fue la primera entidad que apoyó a este centro, dedicado a dar respuesta a las múltiples carencias de familias que solo tenían en común el lugar donde vivían, sin proyectos ni horizontes y con innumerables necesidades y urgencias.



«Con la creación del Instituto de Acción Social buscábamos potenciar la contribución de MAPFRE al desarrollo y progreso de la Sociedad, aportando recursos empresariales destinados a la mejora directa o indirecta de las condiciones de vida de las personas y colectivos más desfavorecidos de los países en que MAPFRE estaba implantada. Pero queríamos también promover un movimiento de voluntariado, como forma de participación de los empleados y colaboradores de MAPFRE en proyectos solidarios de acción social»

**José Manuel Martínez Martínez**  
 Presidente de Honor de MAPFRE,  
 presidente de MAPFRE (2001-2012)  
 y de Fundación MAPFRE (2005-2011)



2011. El programa internacional Formando Comunidad fomenta la educación integral

2008. Proyecto en México

El voluntariado tampoco descansa en Navidad



«Recordaré siempre a Olimpio, un niño de Paraguay al que trasladamos a España para que fuera operado de cáncer. Acompañarle durante ese proceso, compartir con él esta vivencia, lo que sentía, el tiempo en el hospital en el que desgraciadamente falleció, y después el momento de regresar con su cuerpo a su país estará en mi memoria. Esa vinculación con él me marcó para siempre»

**Fernando Garrido**  
Director general del Instituto de Acción Social (2006-2016)

«Sin duda, hablar del Centro Comunitario Jesús-María y del barrio Alianza es hablar de esperanza, de alegría, de compromiso, de futuro, de sentido común, de enseñanza, de dignidad, de valores... Para mí, vivir el proyecto y compartir mi tiempo con las personas de allí supuso una experiencia increíble... Hablo de una lección de vida, de una lección de humildad y de quitarme la venda de los ojos para ver los problemas sociales desde su realidad, no desde la mía».

**Clara Bazán**  
Directora del Área de Seguro y Previsión Social de Fundación MAPFRE

Cuidar de las personas y contribuir al bienestar de la sociedad es una manera de entender la vida para MAPFRE. Tras la experiencia de Argentina, que ya organizaba actividades específicas de voluntariado corporativo en ese país, en el año 2006 el Área de Responsabilidad Social Corporativa puso en marcha el germen del voluntariado corporativo en España. En esa fecha, organizó varias reuniones para que los empleados conocieran, de mano de las propias entidades sociales, a qué se dedicaban, al tiempo que lanzó una encuesta para conocer su grado de interés para participar en proyectos de voluntariado y conocer en qué áreas estarían dispuestos a participar.

En ese mismo año 2006, Fundación MAPFRE crea el Instituto de Acción Social para contribuir al desarrollo y progreso de la sociedad mediante acciones destinadas a la mejora directa o indirecta de las condiciones de vida de las personas y los grupos más desfavorecidos, siendo además un lugar de encuentro y de referencia para que los voluntarios pudieran canalizar su espíritu solidario con la formación adecuada.

Comienza entonces una nueva etapa para el voluntariado

**EL VOLUNTARIADO  
TE OFRECE LA  
OPORTUNIDAD DE  
AYUDAR Y MARCAR  
LA DIFERENCIA  
EN EL MUNDO EN  
EL MARCO DE TU  
PROPIA EMPRESA.**

**LOS VOLUNTARIOS  
SON AGENTES DE  
TRANSFORMACIÓN  
SOCIAL EN  
SU ENTORNO  
INMEDIATO**

en MAPFRE porque, además de continuar la labor de financiación de proyectos de integración social en Latinoamérica, se ponen en marcha las primeras actividades de voluntariado en España y comienza a canalizarse así el espíritu de ayuda a la comunidad que muchas personas ya estaban desarrollando fuera de MAPFRE. Esta labor la coordinaba Fundación MAPFRE con la colaboración del área de Recursos Humanos de MAPFRE.

Los empleados comenzamos a vivir ese voluntariado en las distintas acciones que se iban programando, para beneficiar a: personas con discapacidad física e intelectual, sin hogar, menores en hospitales o en riesgo de exclusión social, sensibilización ambiental... tal y como los empleados habíamos solicitado.

En paralelo, en algunos de los proyectos sociales de Fundación MAPFRE en Latinoamérica, participaban también voluntarios de MAPFRE.

Los voluntarios que tomaban parte en esos proyectos y actividades no solo destacaban la relación que nacía con los compañeros, sino la posibilidad de conocer una realidad de su país que desconocían y colaborar para cambiarla. Así funciona el voluntariado,

te ofrece la oportunidad de ayudar y marcar la diferencia en el mundo en el marco de tu propia empresa, un planteamiento que hoy en día mantenemos vigente.

Con 2013 nace en España el Mercadillo Solidario, una iniciativa muy especial para los voluntarios que cada año se organiza en Madrid antes de Navidad para recaudar fondos y destinarlos a quienes más lo necesitan.

Durante cerca de una década, el Instituto de Acción Social canalizó las inquietudes de muchos países que habían tenido pequeñas iniciativas y, por otro lado, la iniciativa de los propios empleados que, de manera particular e individual, ya estaban participando en otras acciones de voluntariado fuera de Fundación MAPFRE.

En el año 2015 se abre un nuevo ciclo para el voluntariado en MAPFRE. Hasta esa fecha, el voluntariado lo coordinaba Fundación MAPFRE con la colaboración del área de Recursos Humanos. A partir de esa fecha, se establece una estrategia corporativa de voluntariado en MAPFRE y el Área Corporativa de Personas y Organización asume la dirección del Programa de Voluntariado Corporativo de MAPFRE, tras su aprobación por parte del Comité Ejecutivo de MAPFRE.

## **EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO DE MAPFRE, IMPLANTADO ACTUALMENTE EN 24 PAÍSES, ESTÁ DIRIGIDO A LOS EMPLEADOS Y A SUS FAMILIARES**

## **ALINEADO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) DE LA ONU, POR ESO, CADA ACTIVIDAD CONTRIBUYE A ALGUNA DE LAS 169 METAS DE LOS 17 ODS**

Se crea también el Comité de Voluntariado Corporativo, un órgano de impulso y seguimiento fundamental para el buen desarrollo del voluntariado corporativo.

Este Programa de Voluntariado Corporativo de MAPFRE, que está implantado actualmente en 24 países y dirigido a los empleados y a sus familiares, establece las líneas de actuación comunes para los países y unas normas comunes de reporting que le permite obtener datos consistentes para actuar y tomar decisiones de mejora año tras año. La gestión se realiza a través de una plataforma desarrollada por Fundación MAPFRE que permite un seguimiento global.

Nuestro Programa de Voluntariado Corporativo, que se desarrolla a través de Fundación MAPFRE como entidad gestora de voluntariado, y está integrado en las estrategias de Recursos Humanos y de Sostenibilidad de MAPFRE (#LaPartequeNosToca), está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de Naciones Unidas (ONU), por eso, cada actividad contribuye a alguna de las 169 metas de los 17 ODS. Para Naciones Unidas las empresas somos un agente clave también para la consecución de esas metas y considera fundamentales los

2009. Taller de magia en hospitales

2009. Voluntarios en Oviedo, España

2023. Banco de alimentos atendido por voluntarios de MAPFRE en España

«En MAPFRE nos sentimos muy orgullosos de realizar nuestra actividad aseguradora desde el compromiso con las personas y con nuestro entorno, y trabajamos para mejorar la sociedad en la que vivimos. No entendemos nuestra actividad empresarial sin trabajar en paralelo un mundo más justo, sostenible y solidario. Es lo que expresamos con nuestro propósito: “Cuidamos lo que te importa”. En MAPFRE llevamos muchos años desarrollando estos programas. El voluntariado contribuye a consolidar nuestra cultura. Es un elemento de fidelización de talento porque trabajar en una empresa con un verdadero compromiso con las personas y con la sociedad, eleva el orgullo de pertenencia. Por otro lado, sin duda es un elemento de atracción de talento, pues las personas somos cada vez más exigentes con nuestros empleadores, y de ellos esperamos comportamientos socialmente responsables. Y no solo esto, el voluntariado también contribuye al desarrollo de capacidades y habilidades de las personas de MAPFRE y es reflejo de uno de nuestros valores, la vocación de servicio. Por todo ello, el voluntariado en MAPFRE forma parte de su esencia»

**Elena Sanz**  
 Presidenta del Comité  
 de Voluntariado Corporativo



2012. En Ecuador se llevó a cabo un programa de becas

2013. El programa Juntos Somos Capaces impulsa la integración laboral de personas con discapacidad intelectual

2018. Voluntarios en Turquía recogiendo basura



«Soy voluntaria desde 2011, fecha en que iniciaron las actividades en México. Vi nacer y crecer la iniciativa, he visto gente que se va y gente que llega, y me encanta el sentimiento de conocer gente que entrega todo; porque conocer a una persona en el voluntariado es hacer una amistad profunda para siempre, se crean lazos irrompibles. Para mí ser voluntaria es una necesidad, es dar todo el corazón y aprender a disfrutar de la vida. Cuando por algo no puedo participar en el voluntariado siento un vacío dentro de mí, y siempre he escuchado que ser voluntario es darle a los demás, pero para mí siempre es al revés, para mí el voluntariado es recibir: recibir amor, recibir satisfacción, aprender; es un regalo de vida. Me inspira ver a la gente, unida por una misma camiseta, entregando el corazón y devolviéndonos unos a otros la fe en las personas que a veces en el día a día perdemos. Me inspira la sonrisa de los niños, la mirada de los adultos mayores, la tierra rindiéndose a mis manos, las palabras de los coordinadores de fundaciones, el abrazo de alguien que no te conoce, pero en ese instante se vuelve parte de tu vida»

**Mariana Hernández Basarte**  
Voluntaria

programas de voluntariado corporativo.

En esta nueva etapa evolucionó desde las cinco líneas de actuación con la que se inició —Ayuda en emergencias, Nutrición, Educación, Salud y Otras áreas— hasta las seis actuales, que son: Salud, Nutrición, Medio ambiente, Educación, Comparte solidaridad y Ayuda en emergencias.

La entrega al bienestar de las personas, la capacidad de escucha, el cariño y el compromiso continúan definiendo a los voluntarios MAPFRE en esta nueva fase, en la que se han incrementado las actividades y se han incluido nuevas, que siguen teniendo la versatilidad de adaptarse localmente con el objetivo de reforzar los valores de MAPFRE y fortalecer una cultura participativa y solidaria entre los empleados. Y todo ello bajo el eslogan «Gente MAPFRE. Gente dispuesta a ayudar» que ha evolucionado a «Personas MAPFRE dispuestas a ayudar».

En esta etapa actual han nacido importantes acciones como:

- El Día Global del Voluntariado de MAPFRE, destinado a vivir la globalidad de nuestra empresa en torno al voluntariado y a conectar con la sociedad a través de una temática solidaria común

**LA ENTREGA AL BIENESTAR DE LAS PERSONAS, LA CAPACIDAD DE ESCUCHA, EL CARIÑO Y EL COMPROMISO CONTINÚAN DEFINIENDO A LOS VOLUNTARIOS MAPFRE**

**CADA 5 DE DICIEMBRE, LA COMUNIDAD INTERNACIONAL AGRADECE A TODOS LOS VOLUNTARIOS EL TIEMPO Y ESFUERZO INVERTIDO EN AYUDAR A LOS DEMÁS SIN ESPERAR NADA A CAMBIO**

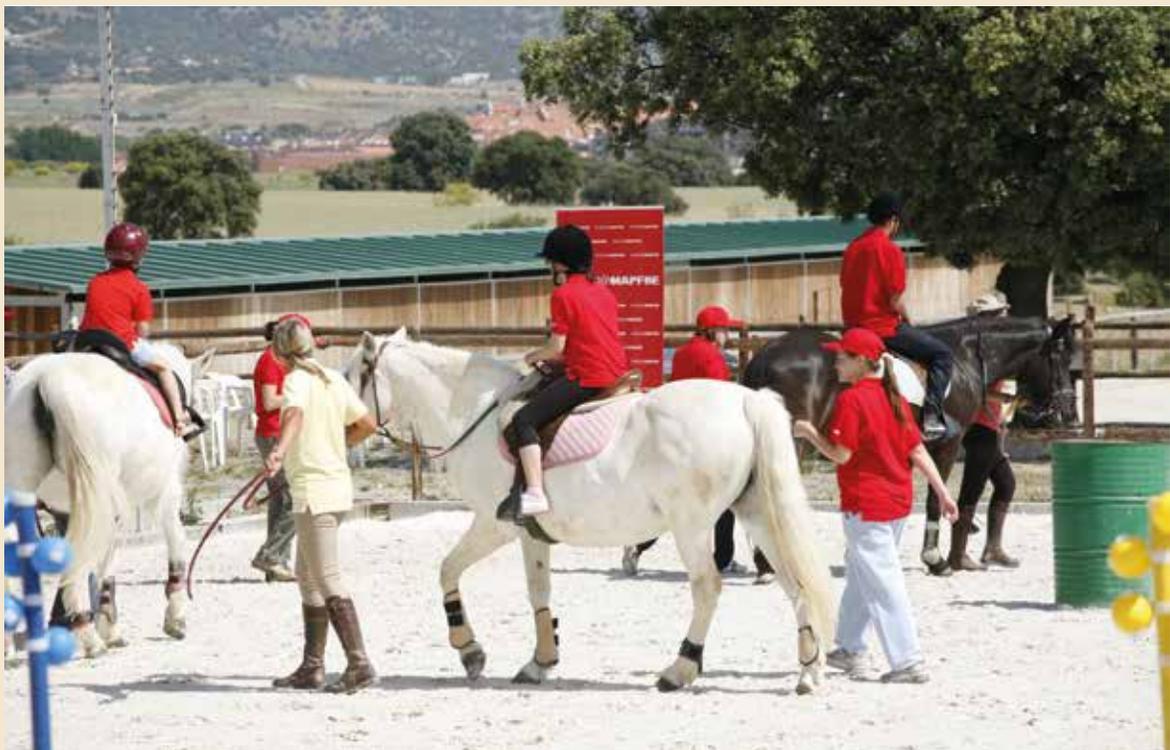
—hasta la fecha han sido: medio ambiente, nutrición y educación— que genere impacto en la sociedad. Se celebra el primer sábado del mes de octubre desde 2017.

- Esta fecha se une al Día Internacional de los Voluntarios, que tiene lugar cada 5 de diciembre y en el que la comunidad internacional agradece a todos los voluntarios el tiempo y esfuerzo invertido en ayudar a los demás sin esperar nada a cambio.
- Las campañas de donación de sangre, que comenzaron en 2019 y en las que los voluntarios de MAPFRE también se vuelcan cada año, tanto en su organización como en la donación.
- Se han creado los Premios Voluntarios, que reconocen la labor destacada de un país cada año. Desde su creación, los premiados han sido: Brasil, México, Colombia, Estados Unidos y Turquía.

En los años más recientes, las desigualdades se han acrecentado debido a la pandemia por el COVID-19, la inflación, los conflictos armados, el cambio climático... Un sinnúmero de situaciones que están afectado a miles de personas y para las que el Voluntariado Corporativo de MAPFRE trabaja para paliarlas y construir una sociedad mejor para todos.

2007. Campamento de ayuda en Pisco, Perú

2009. Actividad Fundación Caballo amigo



2019. Voluntarios de Puerto Rico

2021. Los voluntarios de Estados Unidos también abrazan causas solidarias

2021. Voluntarios de Brasil sirviendo en comedores solidarios

«Gracias a MAPFRE y sus comunicaciones sobre los voluntariados, descubrí el gran beneficio personal al ayudar o apoyar en las distintas actividades de voluntariado que me ofrece. Cuando hablamos de voluntariado, hacemos referencia a un grupo de personas que dedican parte de su tiempo a llevar a cabo actividades solidarias por su propia cuenta y sin recibir nada a cambio, pero en mi caso sí recibo algo, el agradecimiento o la sonrisa REAL de las personas que ayudamos, eso me hace muy feliz y me hace sentirme útil.

Además, creo que aunque sea con pequeños gestos o apoyos, considero que mi aportación facilitará que podamos ayudar a más personas que se encuentran en peores situaciones que yo. Por eso animo a mis compañeros a apuntarse y buscar pequeños tiempos de nuestra vida para este voluntariado porque, una vez probado, es adictivo»,

**Manuel García Íñigo**

Ha comenzado a participar recientemente en el voluntariado de MAPFRE



2021. Clasificación de alimentos para un proyecto solidario en México



2022. Voluntarios de Malta en un food truck para recaudar fondos



2021. Programa Back to School para un regreso seguro a la escuela en Puerto Rico



«Los voluntarios de MAPFRE, con su generosidad y compromiso, con cada acción que dedican a los demás, demuestran que un mundo mejor se construye también gracias a su esfuerzo. Lo hacen sin esperar nada a cambio. Contribuyen al propósito de la compañía, “Cuidamos lo que te importa”, y a que MAPFRE sea un lugar donde tu tiempo cobra sentido. En MAPFRE, nos comprometemos con las personas, con el planeta y con la sociedad en general y junto a los voluntarios construimos un mundo mejor en el que vivir cada día. El compromiso social de MAPFRE se ve reforzado con la acción de todos los voluntarios y su vocación de servicio es un ejemplo para todas las personas que formamos parte de la compañía. De la mano de los voluntarios seguiremos caminando hacia un futuro más humano y mejor para todos, donde las “Personas MAPFRE, dispuestas a ayudar” sigan teniendo un papel protagonista y ejemplar en nuestra sociedad.»

**Anastasia de las Peñas**  
Directora corporativa de Experiencia Empleado

En el año 2020, nuestro voluntariado se volcó, sobre todo, en las actividades de nutrición debido a la pandemia. La crisis del coronavirus dejó en el umbral de la pobreza a muchas familias que nunca se habían visto obligadas a acudir a ningún tipo de asistencia social pública. Sin ingresos y con los comedores sociales y los bancos de alimentos funcionando de manera desigual, no podían cubrir sus necesidades básicas. Realizamos recogidas de alimentos en la mayor parte de los países en los que estamos presentes: Guatemala, Chile, El Salvador, Estados Unidos, Italia, Paraguay, Reino Unido, República Dominicana... Y todos participaron bajo el lema «Unidos contra el hambre», en el Día Global del Voluntariado de MAPFRE de ese año.

En España se logró un hito que recordaremos en este año tan atípico: la participación de más de 400 voluntarios en la elaboración de 30.000 menús junto la ONG del chef José Andrés, World Central Kitchen, que también colaboró en esta iniciativa liderando las cocinas y guiando a nuestros voluntarios.

En 2021 continuamos realizando acciones con el objetivo de paliar las necesidades básicas, entre ellas la Caja alimentaria, enfocada en disminuir las deficiencias nutricionales de los niños de 0 a 6 años en Latinoamérica, y la Galleta

## **LAS ACTIVIDADES DEL VOLUNTARIADO GENERAN UN IMPACTO Y UN CAMBIO EN LAS PERSONAS QUE SE BENEFICIAN DE ELLAS, PORQUE EN MAPFRE “CUIDAMOS LO QUE TE IMPORTA”**



nutricional, que repartió un total de dos millones de galletas enriquecidas con vitaminas y minerales que ayudaron a cubrir las deficiencias nutricionales de 20.000 familias con carencias en su dieta en España.

Pero también volvimos, poco a poco, a realizar una mayor número de actividades en otros ámbitos como el de la salud —por ejemplo, el Día de las Infancias en Argentina o campañas de salud para niños en Ecuador—, la educación —por ejemplo, el Best Buddies Friendship Walk en Estados Unidos o la acción Formación en tiempos de pandemia, en Perú—, o el medio ambiente —por ejemplo en Malta se llevó a cabo una actividad de limpieza en Hal Gharghur, una zona rural de Gharghur en Wied Dies, y en Honduras Sembrando futuro—.

En 2022 continuamos esa «evolución» hacia la normalidad. Fueron varias las actividades que nos unieron durante el pasado año, por ejemplo, La caja de la ilusión, que se organizó en el Día Internacional de los Voluntarios para apoyar a personas vulnerables en un momento tan señalado como es la época de Navidad. Un total de 12 países participaron en esta actividad, las cajas llenas de ilusión (un total de 2088) fueron a las manos de niños, ancianos, familias y personas sin hogar. Estas personas no

solo se alegraron por recibir la caja, sino por la certeza de sentir la compañía y el cariño de nuestro equipo de voluntariado.

También se realizó Ayuda en emergencias pues, tras el paso del huracán Fiona por Puerto Rico, voluntarios y familiares se unieron para ayudar a los más necesitados, y Comparte solidaridad nos dejó actividades como el apoyo del equipo Verti de Alemania con los refugiados de Ucrania.

## QUÉ HACE DIFERENTE AL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO DE MAPFRE

- Nuestro programa es continuo, todas las personas MAPFRE podemos participar semanalmente en distintas actividades en todo el mundo.
- Son actividades tanto puntuales como continuadas en el tiempo, un ejemplo de estas últimas es el refuerzo escolar a niños en el que los voluntarios dan clases a niños durante todo el curso escolar (en España), las mentorías destinadas a la empleabilidad de jóvenes (Brasil) para enfatizar la vida educativa y profesional de los adolescentes, brindando la oportunidad de enseñarles otras realidades, o las actividades en el Hogar San José, en Argentina, en las que los voluntarios acuden todo

el año y ayudan a los ancianos en todo lo que necesitan, creando un vínculo personal y emocional, convirtiéndose ya en parte de la familia de ese centro de mayores.

- La propia naturaleza de nuestro negocio, preocupándonos por las personas, es un refuerzo del compromiso con las personas que el voluntariado nos ofrece. Estas son actividades que generan un impacto y un cambio en las personas que se benefician de ellas, porque en MAPFRE “Cuidamos lo que te importa”

Y es que las personas buscamos invertir nuestro tiempo en algo que merezca la pena, que nos haga felices. Y a la hora de elegir dónde invertir el tiempo profesional y personal, queremos hacerlo en un lugar que tenga un propósito claro, saber que nuestro trabajo tiene un significado porque en «MAPFRE cada minuto que inviertes cobra sentido.»

Una idea de vida que todos los colectivos, desde mayores a jóvenes, valoran y que el voluntariado proporciona.

## ¿QUÉ TE APORTA EL VOLUNTARIADO?

Los voluntarios son los auténticos protagonistas de este programa, allá en 2001 y también ahora, en 2023. Participar en sus actividades te permite:

- Desarrollar tus capacidades sociales mediante programas adaptados a las diferentes necesidades de cada entorno
- Una forma diferente de vivir y entender tu papel dentro de la empresa
- Generar un cambio positivo en tu entorno
- Vivir tu orgullo de pertenencia, fomentando el trabajo en equipo y la integración en la empresa
- Recibir, siempre, más de lo que das

## ¿QUIERES SER VOLUNTARIO EN MAPFRE?

Puedes hacerlo a través de la web [voluntariosfundacionmapfre.org](http://voluntariosfundacionmapfre.org), que está a tu disposición en la home del Espacio Personas y desde la App Personas.



Agradecemos su participación a todas las personas que han colaborado para la realización de este reportaje.

Voluntarios de MAPFRE Argentina en Hogar San José para personas mayores

En España, se colabora con el programa Dibujando Sonrisas

2017. Día mundial del voluntariado, Argentina

«El árbol de Voluntariado representa a Fundación MAPFRE como eje vertebrador. Solidez y protección. Sus ramas, cada uno de los países implicados en el proyecto. Las hojas, en forma de corazón, simbolizan a los voluntarios, unidos y dando forma al árbol. El rojo, de nuestro color corporativo»,

**Antonio García Infanzón,**  
Coordinador de voluntariado de Fundación MAPFRE desde su nacimiento hasta 2017



Programa Dibujando  
sonrisas en Honduras

2023. Programa educativo  
en Colombia



«Para MAPFRE el voluntariado no es una actividad complementaria, sino un programa indispensable alineado con la estrategia del Grupo MAPFRE para cumplir nuestro objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas», destaca Antonio Huertas, presidente de MAPFRE, quien asegura que «los voluntarios son agentes de transformación social en su entorno inmediato»,

**Antonio Huertas**, presidente de MAPFRE





## 84 PROYECTOS SOCIALES

En Fundación MAPFRE entendemos la educación integral como una de todas aquellas necesidades críticas para que una persona pueda crecer y desarrollarse plenamente. Por eso, trabajamos en colaboración con entidades sociales y organizaciones locales en proyectos de apoyo a la educación y la alimentación.

**CADA AÑO, NUESTRO APOYO SE DIRIGE A DONDE MÁS SE NOS NECESITA.**



**132.989**

NIÑOS Y JÓVENES MEJORARON SU EDUCACIÓN



**121.395**

PERSONAS QUE RECIBIERON APOYO NUTRICIONAL



**87.669**

ENFERMOS ACCEDIERON A TRATAMIENTO MÉDICO

# EL MUNDO DE MAPFRE

#117

