

Cultura e talento,  
a força de nosso negócio

# O MUNDO DA MAPFRE

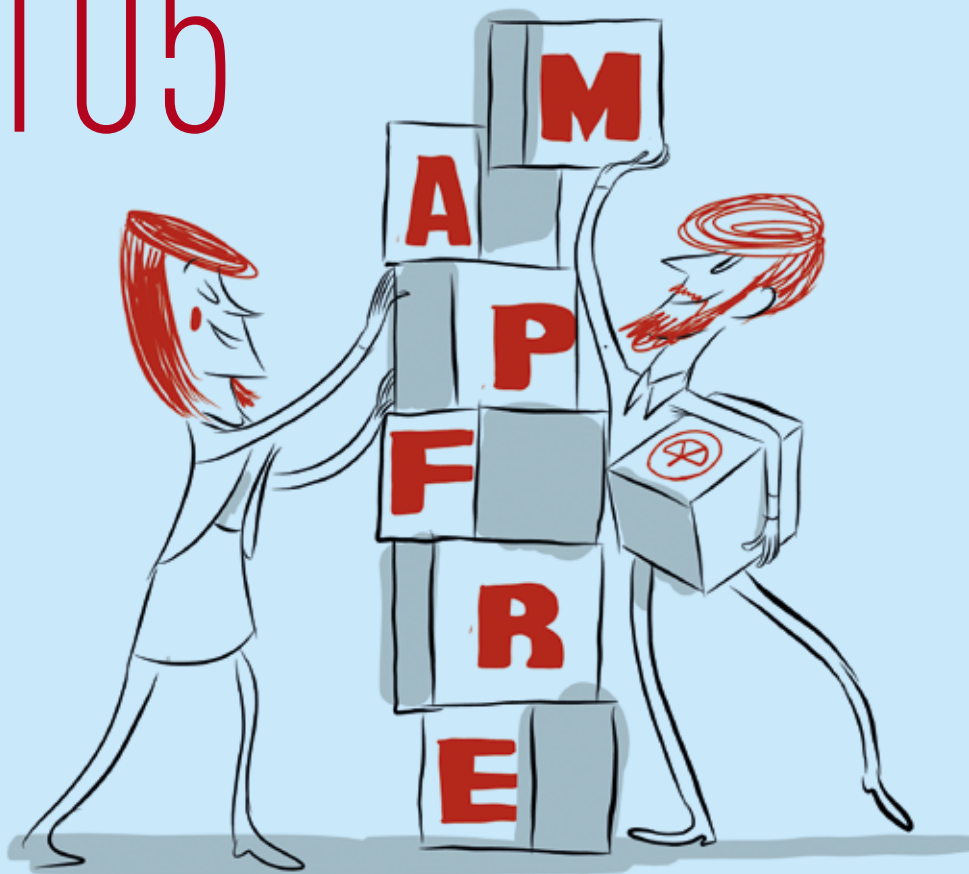
## #105

CONHEÇA A NOVA  
**AValiação DE  
DESEMPENHO**

**SEMANA MAPFRE**  
DA SAÚDE  
À DIVERSIDADE

PALESTRA  
SOBRE SOBRE  
**IGUALDADE DE  
OPORTUNIDADES**

SEJA **SUSTENTÁVEL**  
NO SEU DIA A DIA



# Comprometidos e preparados

## OBJETIVO 2019 —2021

**“ESPERAMOS ATINGIR  
UM ÍNDICE DE 75% EM  
CULTURA E TALENTO,  
SENDO 63% O PONTO  
DE PARTIDA”**

Antonio Huertas,  
Assembleia Geral de Acionistas 2019

O compromisso é o fio condutor deste novo número da revista *O mundo da MAPFRE*. Compromisso, pois um dos três eixos principais que contribui para nossa transformação é o da Cultura e Talento, o assunto da capa, talvez o que mais promove nosso alinhamento com os valores da MAPFRE. Compromisso também com a sociedade, como observamos na aposta da MAPFRE no investimento socialmente responsável (com o lançamento do primeiro fundo de investimento, cujo objetivo é investir em empresas que promovem a inclusão de pessoas com deficiência). Também com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (através do ponto de vista do indivíduo, o que podemos fazer em nosso dia a dia nos diferentes papéis que desempenhamos na sociedade).

Contamos como a MAPFRE está transformando seu modelo de avaliação, para que você seja o protagonista de seu desempenho. Para que possa decidir seu próprio caminho e conseguir seus objetivos com maior autonomia, um papel ativo e, novamente, compromisso com outros projetos.

Também avançamos em diversidade, com as Palestras sobre Liderança, um espaço de debate sobre o papel da mulher em assuntos importantes para a sociedade. E, evidentemente, com a Semana MAPFRE, este ano dedicada a este assunto. A revista já está na quinta edição, sendo uma das iniciativas mais populares entre os colaboradores.

---

COMPROMISSO, POIS UM DOS  
TRÊS EIXOS PRINCIPAIS QUE CONTRIBUEM  
PARA NOSSA TRANSFORMAÇÃO É O DE  
**CULTURA E TALENTO**, TALVEZ O QUE MAIS  
**PROMOVE NOSSO ALINHAMENTO COM  
OS VALORES DA MAPFRE**

---

Vocês são os Protagonistas. Corretores e prestadores de seguro Auto, desta vez contam como realizam uma tarefa em equipe: conseguir a máxima satisfação de nossos clientes. Também estreamos uma seção na que os colaboradores são os protagonistas, pois começamos a publicar os melhores artigos assinados por membros das Comunidades Agile e Arquitetura que participam nos Desafios Arquiagile.

Por último, não podemos deixar de lado nossas redes sociais. Compartilhar conteúdo do grupo, além de assuntos de interesse pessoal, fizeram com que nosso presidente passe a ser um dos quatro executivos do IBEX 35 mais conhecidos nas redes sociais.

## STAFF

Presidente do Conselho Editorial

Ignacio Baeza

Diretor

Javier Fernández González

Colaboram neste número

Daniel Badía, Fernando Cano,

Antonio Crespo, Pablo Fuentes,

Isabel Garbisu, Raúl González,

Joaquín Hernández, María Jesús Pérez,

Sara Torres, Miquel Vadell,

Edição

Violeta Mateo Román

Edição

Direção de Comunicação

da MAPFRE

Design e layout

Moonbook

Distribuição

Editorial MAPFRE, s.a.

Ctra. Pozuelo, 52

28222 Majadahonda, Madrid

Tel.: 91 581 53 59

comunicacion@mapfre.com

Impressão

Gráficas Monterreina

Depósito Legal

M.1.017-1993

ISSN

1132-9068

AVALIE NOSSOS ARTIGOS EM  
[www.elmundodemapfre.com/revista](http://www.elmundodemapfre.com/revista)  
ESPERAMOS SEUS COMENTÁRIOS  
EM NOSSA EDIÇÃO DIGITAL



# MAPFRE

## 06 CAPA

Saiba mais sobre o eixo estratégico **Cultura e talento**, que promove seu compromisso com os valores da MAPFRE

## 12 PESSOAS MAPFRE

Nova **avaliação de desempenho**, agora você pode ser o protagonista de seu desenvolvimento

## 18 ASSUNTOS MAPFRE

**Palestras sobre liderança**, um debate sobre o papel da mulher nos assuntos importantes



## 22 PROTAGONISTAS

Apresentamos seis parceiros **corretores e prestadores** de seguro, dois perfis profissionais fundamentais em nosso negócio



## 28 ATUALIDADE

As **Jornadas Internacionais MAPFRE GLOBAL RISKS** em sua 16ª edição

## 32 FATORES FUNDAMENTAIS

**Sustentabilidade**, o único caminho para conviver neste planeta de recursos limitados

## 38 SUSTENTABILIDADE

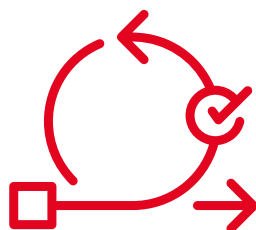
A aposta da MAPFRE no **investimento socialmente responsável**

## 42 CULTURA DO SEGURO

Explicamos como acessar, de forma rápida e gratuita, às informações oferecidas pelo **Centro de Documentação da MAPFRE**

## 46 DESAFIOS

Nova seção com os melhores artigos dos **Desafios ARQUIAGILE**, uma iniciativa das Comunidades Agile e Arquitetura



MAIS INFORMAÇÕES  
EM NOSSA EDIÇÃO DIGITAL

## 50 GRUPOS DE INTERESSE

**Redes sociais**, mais uma ferramenta no mundo empresarial



## 54 BEM ESTAR

**Semana MAPFRE**, sua evolução nos últimos anos e sua aposta na diversidade. Uma nova entrega de **saúde de gênero**

## 62 FUNDACIÓN

**Exposições que enchem o outono de arte.** Saiba como e onde curtir as exposições



VISITE NOSSA  
EDIÇÃO DIGITAL



Cultura e Talento

**PROMOVENDO A  
TRANSFORMAÇÃO:**  
COMPROMETIDOS,  
PREPARADOS,  
REFERENTES



**Promover o compromisso com os valores da MAPFRE, incentivar a formação técnica, comercial e em habilidades digitais, e continuar sendo referentes em sustentabilidade, inovação, compromisso social e confiança são os objetivos deste eixo estratégico.**

Por trás do ambicioso processo de transformação da MAPFRE para aproveitar as oportunidades da era digital e para antecipar o futuro, estão as pessoas. Pois tudo que fazemos para consolidar nossa vocação de liderança de Grupo, não seria possível sem o esforço e compromisso da equipe de profissionais que fazemos parte desta equipe.

Por isso, um dos três grandes eixos que contribuem para nossa transformação no quadro do Plano Estratégico da MAPFRE 2019-2021, é o de Cultura e Talento, cuja responsável é Elena Sanz, diretora-geral de Pessoas e Organização da MAPFRE. Este eixo estratégico é nosso quadro para continuar evoluindo, continuar sendo melhores a cada dia, para adaptar-se às mudanças e superar novos desafios.

O talento e compromisso das pessoas, em conjunto com os valores que sempre nos caracterizaram, fazem da MAPFRE uma empresa diferente. Somos uma equipe diversa, inovadora, solidária e flexível.

**UM DOS TRÊS  
GRANDES EIXOS QUE  
CONTRIBUEM PARA NOSSA  
TRANSFORMAÇÃO NO  
QUADRO DO PLANO  
ESTRATÉGICO DA MAPFRE  
2019-2021, É O DE  
CULTURA E TALENTO,  
CUJA RESPONSÁVEL É  
ELENA SANZ, DIRETORA-  
GERAL DE PESSOAS E  
ORGANIZAÇÃO DA MAPFRE**

Além disso, a MAPFRE quer que as pessoas da empresa sejam protagonistas de nosso próprio desenvolvimento, para aproveitar as oportunidades e ter a melhor experiência possível. Assim, aposta na formação contínua, promoção interna e mobilidade. Neste contexto, no período 2019-2021 o eixo Cultura e Talento será focado em:

- **COMPROMETIDOS** com nossa cultura e nossos valores, que nos fazem únicos. Vamos potenciar o compromisso de todos com os valores da MAPFRE.
- **PREPARADOS** para os novos desafios, através de mais formação técnica e comercial, bem como uma atualização das habilidades digitais e transformacionais.
- **REFERENTES** em sustentabilidade, compromisso social, inovação e confiança.

Para fazer realidade estes desafios, o eixo estratégico vai avançar em três pontos de ação, indicados abaixo.



# ÍNDICE DE CULTURA E TALENTO

Este indicador está integrado  
pelas seguintes variáveis:

**OBJETIVO 2019-2021**  
“QUEREMOS ATINGIR UM ÍNDICE  
DE CULTURA E TALENTO DE 75%,  
SENDO 63%  
O PONTO DE PARTIDA”

Antonio Huertas,  
Assembleia Geral de Acionistas 2019



## CULTURA (50%)

**EMPLOYEE SATISFACTION INDEX**  
(ESI), um novo indicador para medir a satisfação dos colaboradores, através da avaliação dos seguintes 10 aspetos:

- Conhecimento dos objetivos
- Orgulho pelo trabalho realizado
- Reconhecimento pelo trabalho realizado
- Contribuição à empresa
- Receção de feedback de qualidade
- Oportunidades de desenvolvimento
- Colaboração
- Ferramentas de trabalho
- Cuidado das pessoas
- Orgulho pelo rastro social.

**ROTAÇÃO:** percentagem de colaboradores que deixam a empresa, de forma voluntária ou involuntária.

**ANTIGUIDADE:** anos de permanência dos colaboradores na MAPFRE.



## TALENTO (50%)

**MOBILIDADE** número de pessoas que mudaram de posto, função, âmbito ou unidade de negócio (mobilidade funcional), ou que têm mobilidade geográfica no país ou no exterior. A mobilidade permite o crescimento profissional e pessoal, já que possibilita conhecer outros negócios, projetos e realidades do Grupo.

**PLANOS DE DESENVOLVIMENTO:** percentagem de colaboradores que têm atribuídos esses planos, que são um conjunto de ações em matéria de formação, orientação, remuneração, mobilidade e reconhecimento, desenhadas de forma individualizada. Incluem planos de carreira, de desenvolvimento e talento e itinerários de formação do *contact center*.

**PROMOÇÃO INTERNA:** percentagem de cargos de responsabilidade que são ocupados internamente.





## INDICADORES DE CAPACIDADES DIGITAIS

O objetivo é medir o grau de conhecimento, habilidades e capacidades digitais e transformacionais das pessoas da MAPFRE. Para isso são utilizadas as seguintes métricas:



**CONHECIMENTOS DIGITAIS:** número de colaboradores que conhecem ou recebem formação em um dos seguintes conhecimentos digitais:

|                       |                           |
|-----------------------|---------------------------|
| Modelos preditivos    | Blockchain                |
| Redes Sociais         | Riscos cibernéticos       |
| NPS                   | Cibersegurança,           |
| Trabalho colaborativo | Design thinking           |
| Privacidade           | Economia colaborativa     |
| Analytics             | Fintech                   |
| Big Data              | Genética                  |
| DCX                   | Insurtech.                |
| Inovação              | Inteligência artificial   |
| Agile                 | IoT (internet das coisas) |
| Realidade mista       | Venture capital           |

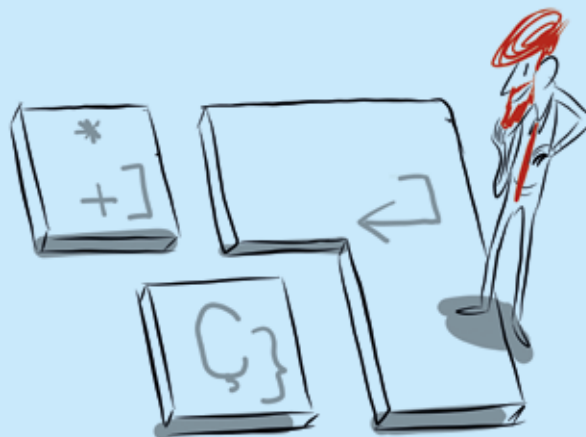
**NOVAS METODOLOGIAS DIGITAIS:** colaboradores que conhecem o uso ou recebem formação em, pelo menos, uma das seguintes metodologias:

- Agile
- Design Thinking
- Lean Startup

**COMPORTAMENTOS DIGITAIS:** grau de assimilação dos novos comportamentos, medido através da avaliação do desempenho. Os novos comportamentos da MAPFRE no quadro de Desafio Digital são:

- Colabora
- Inova
- Agiliza
- Respeita
- Comunica

**AVALIAÇÃO 360:** colaboradores que obtêm uma qualificação superior a 4 (de 5) na avaliação 360 dos novos comportamentos digitais.



# ÂMBITOS DE AÇÃO DO PLANO DE SUSTENTABILIDADE DA MAPFRE 2019-2020

## AMBIENTAL

### Mudança climática

- Reduzir a Pegada de Carbono
- Edifícios com gestão ambiental

### Economia circular

- Reduzir a geração de resíduos
- Oportunidades na economia circular



**MAPFRE**  
*Sostenible*

## SOCIAL

### Inclusão e talento

- Mulheres e talento
- Novos modelos de trabalho e transformação digital
- Pessoas com deficiência

### Responsabilidade sobre produto e transparência

- Educação financeira/seguradora e acessibilidade do seguro
- Cadeia de fornecimento (fornecedores)

### Economia do envelhecimento

## GOVERNO

### Agenda 2030 de desenvolvimento sustentável das Nações Unidas

### Quadro ético

### Rastro social

- Programa de emprego de pessoas com deficiência
- Programa de Voluntariado Corporativo

## PLANO DE SUSTENTABILIDADE 2019-2021

Três objetivos principais:

- Posicionar a MAPFRE como empresa referente em transparência, sustentabilidade e confiança.
- Queremos que os clientes, colaboradores e sociedade em geral nos identifiquem como uma empresa comprometida com o desenvolvimento sustentável.
- E que os acionistas e investidores compartilhem nossa visão de criação de valor em meio e longo prazo.



## DESAFIO DIGITAL

É a iniciativa estratégica do eixo Cultura e Talento, cujo objetivo é gerenciar a mudança que necessita nossa organização para se adaptar aos novos requerimentos digitais, dotando a o ambiente de trabalho de flexibilidade e agilidade e de ferramentas que permitam o trabalho colaborativo e compartilhar o conhecimento.

Além disso, queremos potenciar novos comportamentos, desenvolvimento de perfis digitais e estratégicos e novas formas de liderança.

Para isso, trabalhamos em quatro âmbitos:

- Ambiente de trabalho
- Trabalho colaborativo e gestão do conhecimento
- Cultura em um mundo digital
- Novas formas de remunerar e de reconhecer



VISITE  
NOSSA  
EDIÇÃO  
DIGITAL

# NOVA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

## MAPFRE transforma seu modelo de avaliação

TEXTO SARA ELENA TORRES HORTAL | IMAGENS ISTOCK E ÁREA CORPORATIVA DE RH



Atualmente, as empresas se deslocam em um ambiente no qual as mudanças acontecem em alta velocidade, que é chamada de VUCA (sigla para “Volátil, Incerto, Complexo, Ambíguo”) e, diante dessa situação, tanto as empresas quanto as que fazem parte dela precisam ser capazes de se adaptar e se preparar para permanecer competitivas e produtivas.

Com o Desafio Digital, a MAPFRE está trabalhando para gerenciar as mudanças que todos precisamos para adaptar-se aos novos requisitos digitais e para nos transformar como profissionais, e nesse objetivo nasce o novo modelo de Avaliação de Desempenho, que evoluiu do modelo anterior para:

- Apoiar a consecução dos objetivos e o impacto na produtividade. Como? Ao definir e monitorar as principais atividades que contribuem para a consecução dos objetivos
- Identificar o potencial dos funcionários através de uma avaliação global mais objetiva
- Promover uma conversa contínua, com foco na avaliação de esforços, no reconhecimento de realizações e na orientação do trabalho que realizamos
- Promover a adoção de novos comportamentos da MAPFRE —Colaborar, Inovar e Agilizar— por meio de *feedbacks* contínuos e de uma avaliação 360°, que nos permite refletir sobre os êxitos e fracassos para aprender com eles
- Viralizar os novos comportamentos da MAPFRE

A nova Avaliação de Desempenho foi criada com o objetivo de converter o funcionário em Protagonista do seu desenvolvimento, conforme

indicado em seu slogan, e por isso ele o coloca no centro da ação porque:

- Envolve você ainda mais no seu desenvolvimento. A MAPFRE precisa de pessoas comprometidas proativamente com a empresa, e o melhor reflexo disso é que cada um de nós é responsável por seu próprio desenvolvimento.
- Ajuda você a ser inspiração e referência se você é responsável por uma equipe e a crescer com ela

Esse novo modelo implica uma mudança cultural e mental que se encaixa no novo momento em que vivemos, impactando tanto as empresas quanto as pessoas que trabalham nelas. Agora é com você que esse novo modelo cresce.

Vale recordar: VOCÊ é o protagonista do seu desenvolvimento

## CONHEÇA EM DETALHES COMO FUNCIONA A NOVA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

A função da avaliação de desempenho é caminhar em direção a uma cultura de alto desempenho da qual o trabalhador e a empresa se beneficiam.

## O NOVO MODELO OFERECE UMA FERRAMENTA COM A QUAL VOCÊ PODE SER O PRINCIPAL RESPONSÁVEL PELO SEU CRESCIMENTO PROFISSIONAL

Nesse contexto, a nova avaliação de desempenho implementada pela MAPFRE é um modelo ágil e simples, focado na consecução dos objetivos e na adoção dos novos comportamentos da MAPFRE: Colaborar, Inovar, Agilizar, Respeitar e Comunicar (estes dois últimos no caso de funcionários que gerenciam equipamentos).

Este modelo se articula em quatro passos:

1. CONSTRUA
2. FALE
3. COMPARTILHE
4. AVALIE

Veremos em detalhes cada um deles:

## 1. CONSTRUA sua própria rota para atingir seus objetivos

Comece definindo a rota que permitirá que você alcance seus objetivos. Você fará isso através das atividades, que são ações concretas e precisas que ajudarão você a atingir esses objetivos. Para estabelecê-los, é necessário pensar em termos de realizações e resultados: um marco ou uma tarefa concreta a ser alcançada, um indicador de negócios...

Não se trata de trabalhar duas vezes ou usar as atividades como uma agenda de suas tarefas diárias. Os critérios para definir uma atividade como boa são que ela deve permitir:

- Acompanhar e medir se você está ou não se aproximando do objetivo
- Obter a opinião de outras pessoas

A ideia é que você crie entre três e cinco atividades para cada objetivo e monitore seu desenvolvimento, estabelecendo um plano temporário e solicitando feedback, como você verá no segundo ponto, “Fale”. E seja flexível, ou seja, se alguma atividade não funcionar, altere-a.

## 2. FALE ao longo do ano

Depois de definir suas atividades, é hora de:

- Acompanhá-las solicitando feedback das pessoas com quem você está trabalhando, para aprender a seguir em frente e agir. Dessa forma, nossos parceiros o ajudam a crescer e você ajuda os outros da mesma maneira.
- Incentivar a conversa contínua com seu gerente. São momentos de reflexão ao longo do ano que devem ser orientados para monitorar o cumprimento das atividades que você está realizando

VOCÊ TERÁ AUTONOMIA SUFICIENTE E UM PAPEL MUITO ATIVO, PORQUE **AGORA CRIA SUA PRÓPRIA ROTA** PARA ATINGIR SEUS OBJETIVOS

e para falar sobre como você está adaptando novos comportamentos: Colaborar, Inovar, Agilizar, Respeitar e Comunicar.

## 3. COMPARTILHE e incorpore outros pontos de vista

A ferramenta de avaliação 360 consiste em uma autoavaliação de funcionário e um convite para ser avaliado por seus clientes internos - que são os parceiros que recebem o resultado do seu trabalho —, seus colegas — outros colegas com quem você também colaborou ao longo do ano e que podem dar suas opiniões — e seus colaboradores, se você tiver pessoas a seu cargo.

A 360 permite que você reflita sobre os sucessos e falhas de aprender com eles, pois fornece uma imagem muito precisa de seus pontos fortes e áreas de melhoria.

## 4. AVALIE Com todas as informações coletadas durante o processo,

seu gerente fará uma avaliação final que ele compartilhará com você em uma conversa que fechará o ciclo anual de sua avaliação de desempenho.

## COMO A NOVA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO BENEFICIA VOCÊ?

### Você é o principal responsável pelo seu desenvolvimento

A primeira vantagem já foi descoberta no slogan do projeto, você é o “Protagonista do seu desenvolvimento”. É que o novo modelo foi criado para oferecer a você uma ferramenta com a qual você pode, através de seu esforço e comprometimento, ser o principal responsável pelo seu crescimento profissional.

### Maior autonomia e um papel mais ativo

O novo modelo fornece autonomia suficiente para você construir seu processo, por exemplo, com a introdução das atividades, você terá um papel muito ativo no gerenciamento de seus objetivos, porque agora você cria seu próprio caminho para alcançá-los. Pela primeira vez, você definirá quais são as atividades principais ou mais eficientes para atingir seus objetivos ou quais o ajudarão a acompanhar se seus esforços são adequados. E se não, você pode alterar ou ajustar essas atividades.

Isso implica que você terá que fazer um exercício de profunda reflexão para planejar cada uma dessas atividades e cumpri-las em tempo hábil. É



uma responsabilidade maior, por isso é um processo mais desafiador e gratificante para você.

Outro benefício é que você verá se está alcançando seus objetivos e, se não estiver, poderá mudar sua estratégia.

No caso da avaliação 360, você contribuirá para a construção de seu processo 360 fazendo uma proposta das pessoas que você considera que devem participar dos grupos de clientes internos e de pares. O foco desse processo é o seu desenvolvimento, e você terá uma visão multiavaliadora de como está fazendo, por exemplo, será capaz de identificar se seus colegas lhe dizem se você inova, se seus clientes internos lhe

dizem se você agiliza ou não...

É uma foto detalhada e anônima — respeite a confidencialidade — de cada grupo, para que você possa ver como aplica os novos comportamentos e aos quais somente você tem acesso.

### **Participação e comprometimento em outros projetos**

Durante o ano, você contribui para os resultados de sua área por meio de outras iniciativas ou projetos que não são refletidos em seu plano de objetivos, mas que foram questões críticas ou que fazem a diferença em seus compromissos e trabalho naquele ano. Na nova avaliação de desempenho, você pode incorporá-lo e criar atividades

de outras realizações por dois motivos:

- Porque estou interessado em deixá-lo refletido na ferramenta
- Quero receber impressões de como executei esse trabalho

### **Desenvolvimento por mais pontos de vista**

Com relação às atividades, você poderá solicitar feedback de outras pessoas com quem trabalha no desenvolvimento dessas atividades sobre como está fazendo. Isso é fundamental porque:

- Você pode começar a trazer outros pontos de vista para sua avaliação de desempenho e, de maneira formal, as avaliações de outras





pessoas com quem você está trabalhando se refletem em uma ferramenta

- Do ponto de vista do desenvolvimento, é muito positivo que você possa receber no momento um ponto de vista de como está fazendo as coisas.

### **Maior participação dos responsáveis**

Em qualquer parte do processo, seu responsável pode participar, propor ou ajustar atividades, pedir *feedback* a outros que você não pediu... Os responsáveis terão um painel que mostra como cada uma das pessoas da sua equipe são, quais atividades estão pendentes, quando foi o último *feedback* que você lhes forneceu, como elas estão em cada um dos comportamentos... Com ele, você pode:

- Reconhecer seus funcionários quando eles estiverem fazendo as coisas muito bem
- Ajudá-los a realizar melhor suas ações

Essa conversa, comunicação, deve ser incorporada ao nosso dia a dia. É uma fórmula

que ajuda a incorporar os comportamentos do Desafio Digital em nosso trabalho diário; são comportamentos relacionados, porque, se eu me comunico, tenho colaboração, e com isso inovo e sou mais ágil... Trata-se de viralizar esses hábitos para que eles estejam presentes no nosso dia a dia.

Do ponto de vista daqueles que têm dependentes, o que a nova avaliação oferece a eles é uma ferramenta com a qual eles podem gerenciar sua equipe de uma maneira diferente de como estavam indo até agora.

### **Através de uma única ferramenta**

Este modelo é feito inteiramente através do SuccessFactors, em um novo módulo criado para gerenciar e monitorar todo o processo de avaliação. Você pode acessá-lo diretamente por meio dos aplicativos no Espaço Pessoas da intranet global.

## **O PAPEL DAS PESSOAS E DA ORGANIZAÇÃO**

As equipes de Pessoas e Organização incentivarão e promoverão a adoção desse modelo entre todos os funcionários. Mas esse novo modelo de avaliação deve ser visto como um processo da organização que deve ser internalizado por todos, independentemente de

sua posição, uma vez que o compromisso de tornar esse projeto um sucesso deve ser de todos e de todos nós.

Então, com este processo, todos ganhamos: funcionário e empresa.

Esse novo modelo será implementado em todo o mundo em outubro, portanto, a partir dessa data, você poderá solicitar *feedback* de funcionários de qualquer país com quem você estiver trabalhando. O próximo passo será incluir alguns de seus recursos no aplicativo Pessoas. Essa é uma novidade que discutiremos mais adiante.

Todas essas mudanças são o que leva a MAPFRE a não ficar para trás, adaptando sua maneira de avaliar para criar um modelo com uma conversa mais contínua que favorecerá o seu desenvolvimento. Contamos com você para ser o “Protagonista do seu desenvolvimento”!







### E NA PRÓXIMA EDIÇÃO...

## JUNTOS CONSTRUÍMOS O CONHECIMENTO NA MAPFRE

Na próxima edição de *O mundo da MAPFRE*, falaremos sobre o Novo Modelo de Gestão de Conhecimento

No dia a dia, os funcionários da MAPFRE geram uma grande quantidade de conhecimento que possui um valor incalculável e para o qual queremos tirar o máximo proveito dele. Para isso, dentro da estrutura do Desafio Digital, a MAPFRE lançará seu Modelo de Gestão do Conhecimento: uma inovação que nos permitirá ser mais ágeis e eficientes.

Este modelo visa permitir que o conhecimento flua através da organização. Compartilhar conhecimentos e experiências da MAPFRE e adquiridos; sob a forma de: boas práticas/casos de uso, lições aprendidas, estudos/relatórios e links para o conhecimento. E conectar profissionais das diferentes funções e áreas da MAPFRE.

A Intranet Global é o veículo que nos permitirá disseminar conhecimento e torná-lo acessível a todos os funcionários e, portanto, dentro da intranet, foi ativado um espaço chamado eureka, que servirá como armazém para que todos os funcionários possam consultar e/ou contribuir com conhecimento.



# Um espaço de debate sobre IGUALDADE DE OPORTUNIDADES





PODE VER  
O VÍDEO COMPLETO  
NA INTRANET  
GLOBAL



TEXTO **PABLO FUENTES** | FOTOGRAFIAS **MAPFRE**

**Palestras sobre Liderança é uma das iniciativas promovidas pela Rede de Liderança Feminina da MAPFRE, com o objectivo de debater sobre o papel da mulher em assuntos importantes como saúde, terceiro setor, indústria do seguro ou função pública.**

No passado mês de março, coincidindo com o Dia Internacional da Mulher, a MAPFRE apresentou sua **Rede de Liderança Feminina**, cuja tarefa é promover iniciativas que contribuem para uma igualdade eficaz de gênero na empresa.

Uma destas iniciativas é **Palestras para Liderança**, diálogos nos que participam pessoas de referência no âmbito empresarial, econômico e social.

Em sua primeira edição, celebrada em Madrid no passado mês de setembro, **Elena Sanz**, diretora geral de Pessoas e Organização, **Irene García**, CEO da INSUREandGO e ABRAXAS, e **Leire Jiménez**, CEO da MAPFRE ASSISTÊNCIA, junto ao presidente da empresa, **Antonio Huertas**, falam sobre as chaves para avançar

**NA MAPFRE A IGUALDADE TORNA A EMPRESA MAIS COMPETITIVA. TRABALHAMOS PARA CONSEGUIR UMA IGUALDADE EFICAZ DE GÊNERO.**

no âmbito da igualdade de oportunidades.

Os protagonistas destacaram que a igualdade não é apenas uma questão de justiça, mas também é necessária para a **competitividade** das empresas

e o desenvolvimento social. Daí a importância dos compromissos (45% das vagas de cargos de responsabilidade na MAPFRE serão para mulheres em 2021), que são um ponto de partida, a partir do qual exigir mais.

Também foi destacado que a **diversidade** facilita atingir melhores resultados e enriquece às empresas, e que na MAPFRE o sucesso e o desenvolvimento profissional estão baseados no esforço, talento e compromisso das pessoas, sem critérios de gênero, sendo estas qualidades as que determinarão o próximo presidente da empresa.



## ANTONIO HUERTAS

“Os compromissos públicos são um ponto de partida. A partir disso, temos que exigir-nos mais e dar oportunidades para que esses objetivos sejam superados e façam parte da própria naturalidade do desenvolvimento da empresa, a igualdade de oportunidades e o desenvolvimento de todo o talento possível”.



## ELENA SANZ

“Qualquer pessoa pode evoluir na MAPFRE até chegar ao cargo de presidente. O importante são seus conhecimentos, conquistas alcançadas, sentir os valores e vestir a camisa da MAPFRE, e que seja um líder, um líder de pessoas, que eu acho que é o mais importante”.

## PALESTRAS PARA LIDERANÇA, EM MEIOS DIGITAIS

Diferentes meios digitais de comunicação de referência na Espanha, por exemplo, *ABC*, *La Vanguardia*, *La Razón*, *El Economista*, *El Confidencial* ou *El Español*, entre outros, divulgaram a primeira edição das **Palestras para Liderança**, destacando a opinião do presidente da MAPFRE e de três diretoras da empresa sobre a igualdade eficaz de oportunidades.

Os diferentes artigos falam sobre o compromisso da MAPFRE para **avançar na igualdade de oportunidades, apostando no esforço, talento e compromisso das pessoas, sem etiquetas de gênero**.





## IRENE GARCÍA

“Todas as mulheres na MAPFRE temos as mesmas oportunidades. Acho que sou CEO pelo trabalho bem feito e o compromisso com a MAPFRE. Sempre tive oportunidades em função do trabalho realizado”.



## LEIRE JIMÉNEZ

“A diversidade contribui muito ao grupo, em seu conjunto, ter diferentes pontos de vista, diferentes experiências, em um comitê de direção ou em equipes de trabalho, é o que contribui para a riqueza de pensamento de uma empresa”.





ACOMPANHE  
AS ATIVIDADES  
DA MAPFRE NAS  
**REDES SOCIAIS**





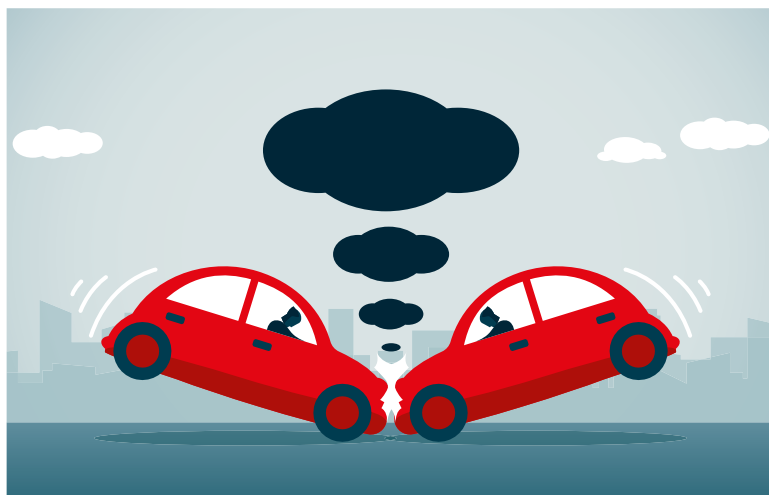
# CORRETORES E PRESTADORES DE AUTOS

TEXTO **MARÍA JESÚS PÉREZ FUENTES** | FOTOGRAFIAS **MAPFRE** | ILUSTRAÇÃO **ISTOCK**

**César, Desirée, Diego, Karla, Erica e Josué pertencem a dois perfis profissionais que são essenciais em nosso negócio: corretores e prestadores de Autos e compartilham uma tarefa: conseguir a máxima satisfação de nossos clientes.**

**César** é chefe de Assinatura da Unidade de Autos na MAPFRE PERU. Os corretores são profissionais que analisam o risco de carteira de uma seguradora e garantem que seja rentável. «Protegemos o risco que a empresa assume e cuidamos a qualidade oferecida ao cliente». Seu objetivo é encontrar o ponto de equilíbrio técnico para cobrir as necessidades do cliente com produtos atraentes, e no qual os números da carteira sejam positivos. Com a implantação do trabalho remoto, César pode organizar sua jornada de trabalho em sua casa, escritório e visitas a agentes.

«Nossa principal função é a análise e seleção de riscos através da automação prévia



ou em operações pendentes de aprovação», comenta **Desirée**, na Direção Geral Territorial da Catalunha. «Somos assessores do risco, exercemos de auditores para evitar fraudes e riscos para a empresa nas apólices emitidas».

**Diego** começou sua carreira na MAPFRE Chile, mas já está há 11 anos na Colômbia. Ele comenta o caráter multidisciplinar de sua rotina diária. «Todos os dias há novos desafios e responsabilidades, portanto, devo ter a maior



disponibilidade para realizar diferentes atividades relacionadas com meu posto de trabalho». Algumas dessas atividades consistem em realizar cotações de produtos coletivos e individuais, controlar o processo de seleção e assinatura do ramo, apoiar à rede comercial quando necessitam formação sobre os produtos, ou analisar e interpretar o volume de sinistralidade, entre outras.

**Karla** é analista prestador de sinistros na República Dominicana e sua tarefa é de oferecer soluções aos clientes no caso de um sinistro. Os prestadores devem relacionar-se com as instituições e pessoas afetadas e negociar com os segurados e contrários para encontrar a solução mais conveniente para todas as partes.

Um dia normal para Karla começa com a verificação dos expedientes gerados pela abertura de um sinistro. «Atendemos os telefonemas dos clientes que solicitam informações sobre o estado de seu caso e informação sobre sinistro em geral. Também enviamos as ordens de reparação à oficina e confirmamos a disponibilidade das peças do distribuidor para coordenar com a oficina a entrada do veículo para reparação, até a entrega final ao cliente».

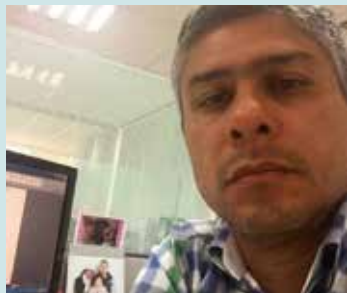
O serviço prestado é fundamental para ser uma empresa 100% dirigida ao cliente. Tal e como estabelece o Plano Estratégico 2019-2021, na MAPFRE procuramos situar o cliente no centro de tudo. Isto tudo, para continuar sendo sua seguradora de referência. Somos os encarregados de assessorar, acompanhar e guiar nossos clientes em seus momentos mais vulneráveis e de sua fidelização, através da excelência no serviço prestado. Garantimos que a resolução do expediente do sinistro com as devidas garantias e controles, nos prazos estabelecidos para cada trâmite e, tudo isso, permanecendo ao lado do cliente durante todo o processo de solução do sinistro.

**Josué**, perito da MAPFRE PORTO RICO, é um claro exemplo de customer centric. «Servir nossos clientes é uma das maiores satisfações. Ao chegar cedo no escritório ou ao arrancar meu carro pela manhã, sei que serão dias produtivos e que muitos clientes receberão o serviço de primeira que oferecemos. Ao resolver os casos diários me sinto muito entusiasmado e cheio de energia. Nossos clientes e sua satisfação são o primordial», assegura.

Na MAPFRE trabalhamos para antecipar às necessidades dos clientes e revisar o ramo de Autos dos próximos

## ALGUMAS FUNÇÕES DE UM CORRETOR

- Atender às necessidades de assinatura de acordo com a linha de negócio a contratar, com a finalidade de garantir a satisfação de nossos clientes e a otimização de custos da empresa.
- Elaborar as políticas e manual de assinatura dos produtos, para selecionar os riscos seguráveis para a empresa
- Apoiar à área comercial definindo tarifas e condições particulares que possam contribuir para o crescimento em clientes individuais e coletivos no ramo de automóveis.
- Analisar a ocorrência dos sinistros, prêmios emitidos e adquiridas, para apoiar o processo de renovação determinando a rentabilidade e continuidade do negócio. Assim, contribuir para a fidelização de nossos clientes.
- Divulgar as oportunidades de melhoria nos processos, procurando sua otimização e a prestação dos serviços.
- Elaborar e preparar o slip de cotação de acordo com as políticas e condições técnicas.
- Revisar as condições dos negócios coletivos no ramo de automóveis ao participar de uma licitação, para garantir o cumprimento das políticas de assinatura da empresa.



**CESAR OTOYA DEL ÁGUILA,**  
CHEFE DE ASSINATURA  
DA UNIDADE DE AUTO.  
MAPFRE PERU.  
21 ANOS NA EMPRESA

“Proteger o risco que a empresa assume e cuidar a qualidade oferecida ao cliente”.



**DESIRÉE BARRACHINA HIDALGO,** CORRETOR DE AUTOMÓVEIS.  
MAPFRE ESPANHA.  
18 ANOS NA MAPFRE

“Nossa principal função é a análise e seleção de riscos, através da automação prévia ou operações pendentes de aprovação”.



**ERICA BARTOLO,**  
MOTOR CLAIMS HANDLER  
NA MAPFRE MIDDLESEA.  
7 ANOS NA MAPFRE

“Devido à evolução da tecnologia, atualmente os clientes esperam receber um serviço mais rápido e imediato e também são mais exigentes”.



**JOSUÉ CORDERO PÉREZ,**  
AJUSTADOR/TAXADOR  
NA MAPFRE PORTO RICO.  
3 ANOS E 5 MESES NA MAPFRE

“A tecnologia aplicada ao trabalho ajuda muito no processo do peritagem e sinistro. É indispensável estar ao dia das mudanças, já que isso influirá no serviço de excelência e a continuar no caminho da rentabilidade”.



**DIEGO ÁVILA MUÑOZ,**  
CORRETOR DE VEÍCULOS.  
2 ANOS NA MAPFRE CHILE  
E 11 NA MAPFRE COLÔMBIA

“Todos os dias há desafios e responsabilidades, por isso devo ter a maior disponibilidade para realizar diferentes atividades relacionadas com meu posto de trabalho”.



**KARLA MASSIEL MARIA MOREL,** ANALISTA PROCESSOS DE SINISTROS NA REPÚBLICA DOMINICANA.  
5 ANOS NA MAPFRE

“Quero continuar a formar este mercado em matéria de seguros, ao mesmo tempo que somos mais competitivos e acabamos os paradigmas”

anos. Conseguir a máxima personalização no serviço ao cliente é um dos objetivos da MAPFRE. Isto permite oferecer a melhor experiência possível na relação com a empresa e também oferecer uma proposta de valor inovadora e adaptada a cada perfil. «O cliente quer facilidade e rapidez no uso, mas ao mesmo tempo, personalização nas coberturas e pagar apenas o necessário», diz **Desirée**, «portanto, devemos ser proativos através da rede tradicional e das novas tecnologias».

«Devido à evolução da tecnologia, hoje em dia os clientes esperam receber um serviço mais rápido e imediato e também são mais exigentes», acrescenta **Erica** da MAPFRE MIDDLESEA. «Atualmente, as novas tecnologias e a concorrência no mercado de seguros, em conjunto com a evolução da tecnologia, simplificam e continuarão simplificando as tarefas diárias, para proporcionar uma comunicação mais simples e eficaz entre o cliente e a seguradora».

E para conseguir estes objetivos, nossos Protagonistas coincidem em que é fundamental oferecer ao corretor e prestador ferramentas e/ou soluções tecnológicas que tornem o trabalho diário mais

“É INDISPENSÁVEL ESTAR **AO DIA DA TECNOLOGIA**, JÁ QUE ISSO INFLUIRÁ EM UM SERVIÇO DE **EXCELÊNCIA E ACONTINUAR NO CAMINHO DA RENTABILIDADE**”

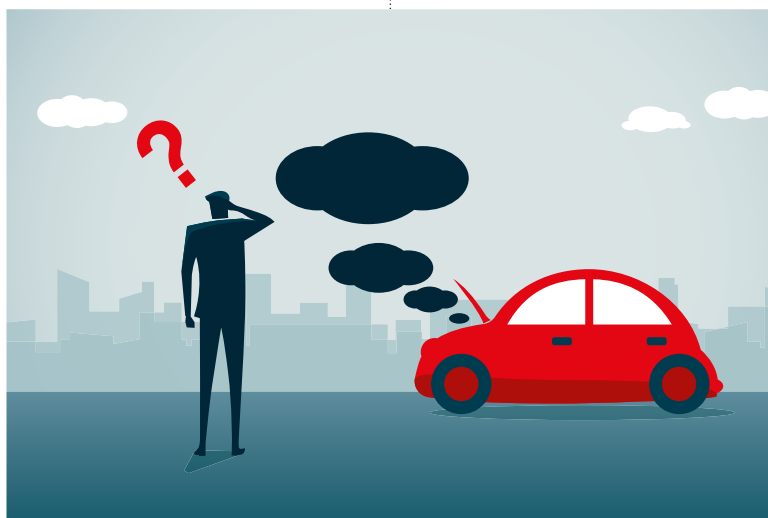
**Josué Cordero Pérez**,  
ajustador / taxador na MAPFRE PORTO RICO

“OS PRINCIPAIS DESAFIOS DO SETOR SÃO **INNOVAR NOS PRODUTOS, SER RENTÁVEIS, CRESCER A COTA DE MERCADO E OFERECER FERRAMENTAS VIRTUAIS** PARA A FACILIDADE DO CLIENTE E DA EMPRESA”

**Diego Ávila Muñoz**, corretor  
de veículos na MAPFRE COLÔMBIA

rápido e também facilitam a aprendizagem dos aspetos técnicos, comerciais, operacionais, tecnológicos e financeiros necessários para o desempenho das funções.

A adaptação ao futuro setor do automóvel é um dos tópicos na indústria. Os veículos autônomos, o uso compartilhado, a conectividade, os app... As seguradoras procuram adaptar-se à vertiginosa evolução do setor criando produtos e serviços que oferecem resposta a estas mudanças. «O mundo digital terá um grande impacto no setor automobilístico, pelo qual o corretor de veículos terá mais informações com as novas tecnologias para avaliar e analisar o risco e estabelecer novas condições para os novos mercados que nascerão», disse **César**.



## ALGUMAS FUNÇÕES DE UM CORRETOR

- Processar os danos pessoais e materiais
- Interagir com as instituições e pessoas afetadas pelos sinistros, negociar com os segurados, contrários e profissionais que intervenham nos casos e tentar obter o resultado mais conveniente para todas as partes.
- Comprovar o necessário para esclarecer o assunto. Realizar estudos, validar diferentes relatórios (policiais, judiciais, administrativos... etc.), falar com os contrários (que podem ser pessoas, empresas ou instituições públicas) com outros profissionais envolvidos na gestão (peritos e advogados) com fornecedores de serviço (assistência em viagem), etc.
- Realizar as verificações necessárias para estabelecer como foi o acidente, que há ausência de má fé, verificar a cobertura da apólice e determinar a autoria. Assim, a empresa poderá pagar ao segurado a indenização ou as despesas dos danos cobertos.



Por isso, é fundamental nossa habilidade para obter, armazenar e analisar os dados, já que terão um papel fundamental na assinatura. «Através da digitalização e do big data», explica **Desirée**, «poderemos avaliar e oferecer prêmios personalizados com os dados de conexão do automóvel, de forma que o cliente possa ter um prêmio de acordo com seu caso. Estamos falando de prêmios variáveis em um mesmo período de tempo conforme o risco, e prêmios compartilhados por uso de carro compartilhado, por exemplo».

«Na MAPFRE PORTO RICO, a tecnologia e seu uso são um fator determinante para o sucesso da empresa», garante **Josué**. «A tecnologia aplicada ao trabalho ajuda muito no processo de peritagem e sinistro. É indispensável estar

ao dia das mudanças, já que isso influirá em um serviço de excelência e a continuar no caminho da rentabilidade».

Para terminar, **Karla**, expressa um desejo de futuro para a República Dominicana, «continuar formando este mercado em matéria de seguros e, ao mesmo tempo, ser mais competitivos e acabar com os paradigmas».



VISITE  
NOSSA  
EDIÇÃO  
DIGITAL

# Compartilhando experiências e conhecimento sobre **RISCOS GLOBAIS**

TEXTO **JOAQUÍN HERNÁNDEZ** | FOTOS **MAPFRE GLOBAL RISKS**

Saber como os grandes mercados de risco estão evoluindo na América Latina e na Espanha, bem como o impacto do resseguro ou questões relacionadas à segurança cibernética, o uso de drones e o desenvolvimento de *blockchain*, por exemplo, foram a desculpa perfeita para que cerca de 500 gerentes de risco de 23 países diferentes e de muitas atividades diferentes se encontrassem em Salamanca (Espanha) durante três dias para compartilhar visões, experiências e preocupações. O fórum não poderia ser outro senão as Jornadas Internacionales da MAPFRE GLOBAL RISKS, que este ano chegou a sua vigésima sexta edição.



Bosco Franco, CEO da MAPFRE GLOBAL RISKS, abriu o evento.



Durante a celebração deste tradicional evento da MAPFRE GLOBAL RISKS, Salamanca se tornou o centro internacional da indústria de seguros, reunindo profissionais de mercados muito diversos. Foram colocados sob a mesa os principais desafios enfrentados pela proteção de grandes riscos (aeronáuticos ou energéticos, para citar apenas dois exemplos) a partir das abordagens de todos os protagonistas, destacando a necessidade permanente de inovar. A inovação é, precisamente, um dos fatores que Antonio Huertas, presidente da MAPFRE, ressaltou durante o encerramento desta reunião.

«Somos uma indústria que se reinventa constantemente para oferecer soluções inovadoras que se ajustem às novas necessidades do mercado. A inovação é inerente ao seguro, principalmente em empresas como a MAPFRE. É algo que temos muito internalizado na empresa. De fato, no novo plano estratégico, cujo lema é “Transformando-nos para crescer e melhorar a rentabilidade”, a inovação nos ajuda a ser uma empresa mais ágil, mais avançada e mais eficiente, mantendo o foco nos dois principais motores de nossa atividade: o cliente e a rentabilidade do negócio», afirma Antonio Huertas.

Estas Jornadas Internacionais MAPFRE GLOBAL RISKS, que gozam de grande prestígio entre o setor, são desenvolvidas em torno de dois painéis simultâneos: o de seguros e o da segurança. No primeiro deles, discutiu-se a evolução de mercados de grandes riscos tão importantes para os negócios da MAPFRE, como o do Brasil, o da América do Norte e do Sul – focados no México, Chile e Colômbia – e o da Espanha.

“NA MAPFRE GLOBAL RISKS, ACREDITAMOS QUE **A PROXIMIDADE DE NOSSOS CLIENTES, A FLEXIBILIDADE NA BUSCA DE SOLUÇÕES E O COMPROMETIMENTO SÃO** ESSENCIAIS PARA ESTABELECEER VÍNCULOS ESTÁVEIS E DE LONGO PRAZO”.

**Bosco Francoy**

Tudo isso, com uma mesa redonda específica sobre a importância da qualidade do serviço no gerenciamento de sinistros. A confiança dos clientes, a adaptação às peculiaridades de cada mercado e um serviço excelente e de qualidade são essenciais em um mercado em que se estabelecem vínculos de longo prazo.

Precisamente, o CEO da MAPFRE GLOBAL RISKS, Bosco Francoy, responsável pela abertura do evento, enfatizou nestas jornadas que o seguro, independentemente do tamanho do cliente “deve transcender a mera relação transacional”. “Na MAPFRE GLOBAL RISKS, acreditamos que a proximidade de nossos clientes, a flexibilidade na busca de soluções e o comprometimento são essenciais para estabelecer vínculos estáveis e de longo prazo. Somos sócios e sua sorte é a nossa. Nós nos apoiamos mutuamente para aprender sobre as novas ameaças que enfrentamos e buscar soluções conjuntas”, afirmou.

O papel que o resseguro desempenha na gestão de grandes riscos globais é muito importante e é por isso que não podia faltar um painel de discussão no qual a MAPFRE RE, juntamente com resseguradoras de alto nível, apresentaram como esse mercado está evoluindo.

Nas sessões dedicadas aos seguros, não faltaram exemplos ilustrativos de vários palestrantes, que falaram sobre aspectos tão desconhecidos pela maioria das pessoas mas que influenciam na vida cotidiana como, por exemplo, a maneira pela qual se gerencia a sinistralidade dos cabos elétricos, cujo caminho percorre o fundo do mar e cuja operação pode envolver eletricidade ou não. Algo tão vital... e tão desconhecido para muitos.



Antonio Huertas, presidente da MAPFRE, durante o encerramento do evento.

Francisco Marco, presidente da MAPFRE GLOBAL RISKS, entrega o Prêmio Internacional à Excelência em Gerenciamento de Riscos a Rafael Fau, vice-presidente de gerenciamento de riscos da RIU Hotels and Resorts.

(página direita)  
Um momento da Competição de Defesa contra Incêndios.



tecnologias inovadoras aplicadas à segurança, como drones no setor de mineração e a realidade virtual, também esteve presente neste fórum, juntamente com os desafios enfrentados pelos gerentes de riscos no setor energético.

Conhecer em primeira mão os problemas reais enfrentados por uma seguradora (ou várias em muitos casos, uma vez que compartilham riscos) na construção de grandes infraestruturas, como podem ser obras de larga escala, como o metrô de Lima – no Peru – ou a rota do cacau – construída na Colômbia – permitiu às seguradoras não apenas compartilhar experiências, mas também soluções.

Enquanto todas essas mesas redondas aconteciam, em outro auditório da Hospedería Fonseca, se debatia sobre aspectos de segurança. Alguns, tão clássicos como os desastres naturais, com a experiência da Unidade Militar de Emergências – uma apresentação que despertou grande interesse –, na qual se abordou a maneira de dar uma resposta coordenada, eficaz e em tempo quando surge uma situação que exige sua participação.

Junto com esses temas, outros tópicos atuais também foram abordados, como o desenvolvimento do *blockchain* como um novo paradigma de segurança. O uso das

**“A INOVAÇÃO NOS AJUDA A SER UMA EMPRESA MAIS ÁGIL, MAIS AVANÇADA E MAIS EFICIENTE, MANTENDO O FOCO NOS DOIS PRINCIPAIS MOTORES DE NOSSA ATIVIDADE: O CLIENTE E A RENTABILIDADE DO NEGÓCIO”**

Antonio Huertas

### Uma Jornada com premiação

Este ano, MAPFRE GLOBAL RISKS criou o Prêmio Internacional à Excelência no Gerenciamento de Riscos para reconhecer o gerenciamento e a cultura de prevenção de riscos. Este prêmio bienal visa se tornar uma referência no setor de seguros de grandes riscos. Nesta



primeira edição, a empresa vencedora para o período 2017-2019 foi a RIU Hotels & Resorts (uma companhia que começou como um pequeno negócio de férias em 1953 e hoje é uma empresa com 93 hotéis em 19 países). O júri destacou o trabalho, as políticas e a cultura para a gestão, prevenção e proteção de riscos da RIU Hotels & Resorts. Francisco Marco, presidente da MAPFRE GLOBAL RISKS, e Bosco Francoy foram os encarregados pela entrega desse prêmio, outorgado ao final das Jornadas. Rafael Fau, vice-presidente de gerenciamento de riscos da RIU, enfatizou, ao receber o prêmio, o envolvimento de toda a empresa no gerenciamento de riscos.

Precisamente, a prevenção foi um dos aspectos destacados ao longo da Jornada e constatou-se que há uma conscientização crescente sobre o papel do gerente de riscos nas grandes empresas. “Mesmo que envolva um investimento relevante, a prevenção é sempre rentável. Na MAPFRE GLOBAL RISKS, valorizamos extraordinariamente a cultura da prevenção e da mitigação de riscos. É um trabalho altamente valorizado pelos segurados que sabem que uma boa prevenção é essencial para a viabilidade de seus negócios a longo prazo”, afirmou Bosco Francoy.

Os novos riscos reforçam a necessidade de prevenção. Alguns anos atrás, um ataque ao banco de dados ou ao sistema de distribuição de uma empresa era algo inimaginável, algo que poderia ser pensado para acontecer no cinema ou em empresas muito relacionadas à segurança e que lidavam com informações muito sensíveis. Hoje, não só se sabe que esse não é o caso, como a realidade também mostrou que qualquer empresa é suscetível a ataques cibernéticos. Essa situação,



O OBJETIVO DA COMPETIÇÃO É  
**MOSTRAR A CAPACIDADE  
DAS EQUIPES TREINADAS PARA  
A PREVENÇÃO DE INCÊNDIOS  
E DIFUNDIR A CULTURA DA  
PREVENÇÃO NAS ENTIDADES**

que é mais frequente do que gostaríamos, é um fato que as empresas precisam enfrentar e saber como agir para proteger não apenas as informações de seus clientes, mas também todo o negócio.

### Competição de defesa contra incêndios

No marco dessas Jornadas, embora algumas semanas antes, aconteceu a tradicional Competição de Defesa Contra Incêndios. No total, 13 equipes formadas por funcionários não profissionais e brigadas profissionais de diferentes empresas participaram de uma sessão na qual foram realizados quatro testes com diferentes cenários de incêndio. Neles, os participantes, cronometrados por um júri, tiveram que intervir para sua extinção no menor tempo possível, em dois deles através do uso de mangueira e outros dois com extintores.

O objetivo da competição é mostrar a capacidade das equipes treinadas para a prevenção de incêndios à várias entidades clientes da MAPFRE GLOBAL RISKS, e difundir a cultura da prevenção nas entidades. Além disso, esses testes também são uma reunião para compartilhar diferentes pontos de vista e estratégias no campo de combate a incêndios.



# Sustentabilidade, muito mais que reciclagem

$$\text{SUSTENTABILIDADE} = \sum \begin{matrix} \text{MEIO AMBIENTE} \\ \text{ECONOMIA} \\ \text{SOCIEDADE} \end{matrix} \times \text{EQUILÍBRIO} \times \text{TEMPO}$$





PARA SABER MAIS, CONSULTE  
NOSSO ARTIGO SOBRE COMO SER  
ECO NO ESCRITÓRIO  
[https://www.elmundodemapfre.com/  
revista103/2019/03/04/eres-eco-en-  
la-oficina/#5](https://www.elmundodemapfre.com/revista103/2019/03/04/eres-eco-en-la-oficina/#5)

TEXTO **MIQUEL VADELL** | FOTOGRAFIAS **ISTOCK**

**Ultimamente, você tem ouvido muito sobre a sustentabilidade. Nos jornais, na televisão e nas redes sociais aparecem constantemente notícias sobre esse tema, sobre o aquecimento global, o derretimento das calotas polares, etc. As catástrofes naturais, como grandes tempestades, inundações ou incêndios, ocorrem com tanta frequência que já começamos a vê-las mais como eventos cotidianos do que extraordinários. Mesmo assim, ainda há uma certa confusão sobre o que é sustentabilidade, uma vez que esse termo é tradicionalmente associado apenas a aspectos ambientais, uma associação tão verdadeira quanto incompleta.**

A sustentabilidade fala de dois conceitos e de três eixos. Equilíbrio e tempo são os conceitos e meio ambiente, economia e sociedade são os três eixos, como mostramos na fórmula no quadro.

Trata-se de um equilíbrio duradouro entre os três eixos (ambiental, social e econômico), pois juntos formam uma engrenagem que não pode funcionar adequadamente se alguma das peças não estiver encaixada ou lubrificada adequadamente. Essas três engrenagens são interdependentes entre si e estão intimamente conectadas, de modo que o superdesenvolvimento de uma leva facilmente aos danos das outras.

Um exemplo claro dessa inter-relação pode ser o corte de árvores: gera emprego e riqueza econômica, mas à custa de uma perda da biodiversidade (meio ambiente). Outro exemplo, menos óbvio, é o fomento da compra

de produtos importados a um preço baixo, que, embora representem uma economia para o consumidor, resulta em um declínio econômico dos produtores locais.

Nenhum desses dois exemplos é, por si só, um exemplo de insustentabilidade, uma vez que a exploração madeireira regulamentada e a compra de produtos importados são necessárias para abastecer a sociedade. O ponto chave é que qualquer modelo seja o mais equilibrado possível e gere riqueza econômica, social e ambiental por igual.

Como se pode deduzir, a sustentabilidade é, acima de tudo, algo complexo (não complicado). E, apesar dessa complexidade, é o único caminho para que os mais de sete bilhões de pessoas que habitam este planeta de recursos limitados possam viver juntas em paz.

# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Cientes desse panorama, em 1945 é fundada a Organização das Nações Unidas (ONU), a maior organização internacional existente. 70 anos depois, em 2015, a ONU lança os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que perseguem 169 objetivos para que todas as sociedades do mundo alcancem o desenvolvimento sustentável nesses três eixos. Os ODS fazem um apelo não apenas ao setor público, mas também ao setor privado, ao setor acadêmico e ao terceiro setor (organizações sem fins lucrativos) para que trabalhem juntos para alcançar os 17 objetivos.

Os ODS têm como horizonte temporal o ano de 2030, quinze anos para atingir objetivos como a alfabetização de todos os seres humanos, a redução global do desemprego, da corrupção e suborno em todas as suas formas, etc. Objetivos tão ambiciosos quanto possíveis, dependendo da vontade dos envolvidos, mas acima de tudo, absolutamente necessários.

## E o que eu posso fazer?

Nesse panorama complexo, onde é necessária a intervenção de governos, empresas, instituições,

etc. parece que é apenas responsabilidade deles promover o desenvolvimento sustentável, pois acreditamos que a ação individual de uma pessoa é insignificante. Nada mais longe da realidade. Os indivíduos são as pessoas que compõem as comunidades, famílias, empresas, entidades, governos, etc., somos a unidade nuclear e tudo começa com a nossa atividade.

Nosso pequeno trabalho é a semente que, junto com a dos demais, pode fazer a diferença. Todos juntos caminhando em direção ao mesmo objetivo, afastando as diferenças que nos separam e focando no que realmente importa: um futuro para todos.

Cada indivíduo desempenha no seu dia-a-dia várias funções a partir das quais pode atuar: o papel de familiar (filho, irmã, mãe), o papel de empregado, de empregador, de amigo, de vizinho, de cliente, etc; e em cada um desses papéis, podemos realizar ações que promovam o desenvolvimento sustentável da sociedade.

Aqui estão alguns exemplos de atitudes e hábitos que você pode adotar no seu dia a dia:

Em sociedade, no papel de familiar, amigo, vizinho, cidadão, etc., nossas ações terão como objetivo conscientizar e educar através do exemplo. Aqui é tão importante transmitir quanto realizar práticas sustentáveis.

### EDUCAÇÃO DAS CRIANÇAS

Infelizmente, as novas gerações são as que sofrem as consequências das ações das anteriores, mas, por sua vez, são a esperança de mudança. Por esse motivo, é essencial educar com valores sustentáveis, como o uso consciente dos recursos, a colaboração em vez da competição, o altruísmo... Qualquer comportamento dos educadores será replicado pelas crianças.



### VOLUNTARIADO

A colaboração e o envolvimento com os estratos sociais mais necessitados são um exemplo perfeito de comportamento sustentável, já que para que uma sociedade progrida, todas as camadas sociais devem progredir. Existem inúmeras maneiras de colaborar pessoalmente e através da empresa em que trabalhamos.



### RECICLAGEM

É, obviamente, o valor mais identificado como uma questão de sustentabilidade. No entanto, não devemos nos concentrar apenas na separação de resíduos; devemos ter uma visão mais ampla, valorizando a reciclagem de roupas, móveis ou materiais que podem ter um segundo uso após serem inutilizáveis para sua principal função (por exemplo, converter roupas em panos de limpeza).



Como consumidor, comprar e adquirir produtos e serviços é uma das ações que mais fazemos ao longo da vida adulta; somos, sobretudo, seres consumidores. Portanto, é importante que o façamos de maneira responsável.

### COMÉRCIO LOCAL E COMÉRCIO JUSTO

Apoiar ao comércio local através da aquisição de produtos e serviços de empresas cujas normas trabalhistas e ambientais são adequadas serve para fortalecer o tecido empresarial local e para promover seus produtos. Devemos derrubar o mito de que o consumo sustentável é sempre mais caro, encontre as coisas que você possa pagar e as incorpore à sua rotina de compras. A alimentação merece uma menção especial neste ponto, pois é uma das maiores fontes de contaminantes. Uma dieta baseada em frutas, verduras e legumes é mais sustentável do que uma dieta baseada em proteínas de origem animal. Por outro lado, evitar o desperdício de alimentos – algo que pode levar a uma mudança importante de hábitos – também é um passo muito significativo.



**SEGUNDA MÃO**

A reutilização é um dos preceitos mais conhecidos e eficazes de ser sustentável, promover a compra e venda de itens para um segundo uso evita o consumo excessivo e reduz a quantidade de resíduos.

**TRANSPORTE E ENERGIA**

Outro tema importante da sustentabilidade, já que são as duas principais fontes de emissões de CO2. Hoje em dia é muito fácil contratar distribuidores que vendem apenas energia elétrica a partir de fontes renováveis. Quanto ao transporte, vale a pena verificar se, no nosso dia-a-dia, podemos substituir os meios de transporte mais poluentes (carro particular) por outros menos poluentes: ônibus, bicicleta, carro compartilhado, veículos elétricos, etc.

**NECESSIDADE**

Como consumidores, devemos valorizar e parar para refletir se o que vamos adquirir é realmente uma necessidade ou se, pelo contrário, podemos viver sem isso ou encontrar uma alternativa de origem mais sustentável.



**Como profissional, o ambiente de trabalho representa quase um terço do nosso cotidiano, por esse motivo, qual melhor lugar para adotar práticas que nos levem a um desenvolvimento mais sustentável?**

**ENVOLVER-SE EM INICIATIVAS E/OU PROMOVÊ-LAS**

A grande maioria das práticas realizadas na vida privada são facilmente adaptáveis ao âmbito de uma empresa. Na MAPFRE, um grande número de atividades é realizado, informe-se, junte-se a elas e promova-as entre os demais colegas. Para estar atualizado sobre as atividades, visite a Intranet corporativa.

**TANTO EM CASA****QUANTO NO TRABALHO**

Lembre-se de que a maioria das boas práticas que você faz em seu campo pessoal é facilmente transferível para o profissional e vice-versa!

**DENUNCIE SE VOCÊ VER ALGUMA PRÁTICA IRRESPONSÁVEL**

Não toleraremos comportamentos irresponsáveis em nossa empresa e monitoraremos o cumprimento das normas éticas, trabalhistas e ambientais.

**VOLUNTARIADO**

Embora já tenha sido mencionado na seção anterior, vale ressaltar que a MAPFRE oferece grandes oportunidades de voluntariado, devido ao envolvimento da empresa nessa área. Se você ainda não o fez, visite <https://voluntariosfundacionmapfre.org> para descobrir em quais atividades do seu país você pode participar.



Os voluntários da MAPFRE ajudam a preparar e distribuir alimentos em uma cantina social.

**Esses exemplos não são a única coisa que você pode fazer. Informe-se em fontes confiáveis, adote novas rotinas sustentáveis e compartilhe-as com seus círculos!**

### Superar a resistência à mudança

Em suma, qualquer mudança que você queira fazer será um esforço, não apenas pelo simples fato de mudar a rotina, mas também porque a adoção de práticas e comportamentos sustentáveis às vezes pode implicar em renunciar ao nosso conforto. Então, o que eu ganho com isso? A resposta é futuro, você ganha no futuro. Como mencionamos no início, a sustentabilidade tem a ver com um equilíbrio duradouro. Abandonar comportamentos focados no conforto de curto prazo e focar no longo prazo, no futuro, é ser sustentável. E não apenas para as gerações futuras, mas para si mesmo, porque com a atual expectativa de vida, a longo prazo, ainda estaremos aqui e queremos continuar vivendo da melhor maneira possível.



## #YOMEODSEO

Em 25 de setembro de 2015, como parte de uma nova agenda de desenvolvimento sustentável, diferentes líderes mundiais estabeleceram uma série de objetivos destinados a ERRADICAR A POBREZA, PROTEGER O PLANETA E ASSEGURAR A PROSPERIDADE.

A MAPFRE, envolvida desde o primeiro momento na consecução desses objetivos, aderiu durante o mês de setembro à celebração do 4º aniversário deste acordo. Entre as iniciativas das quais participamos, está a campanha #ODSEATE, promovida pelo Alto Comissário para a Agenda 2030 do Governo da Espanha, como um chamado à ação para ampliar esta mensagem em favor de um futuro sustentável. Assim, a **MAPFRE adotou em seus perfis de redes**

**sociais e em suas comunicações a imagem da campanha**, divulgando diversos conteúdos informativos sobre os ODS, com ênfase especial naqueles em que a ação da empresa causa maior impacto.

Do mesmo modo, **convidou suas partes interessadas**, com ênfase especial nos funcionários, para **\_ODSEARSE\_**, conjugando em primeira pessoa esse novo verbo em espanhol para compartilhar seu compromisso pessoal com os ODS através de fotos e vídeos com a hashtag **#YOMEODSEO**.



**REUTILIZAR COMÉRCIO JUSTO**

**ENERGIAS RENOVÁVEIS ODS FUTURO**

**RESPONSABILIDADE MUDANÇA EDUCAÇÃO**

**COLABORAÇÃO ENVOLVIMENTO**







VISITE  
NOSSA  
EDIÇÃO  
DIGITAL

# Uma aposta firme no investimento socialmente **RESPONSÁVEL**

TEXTO **DANIEL BADÍA** | FOTOGRAFIAS **MAPFRE, ISTOCK**

Em 1965, Bob Dylan escreveu a letra da canção *Like a Rolling Stone*, que atualmente continua sendo o tema central de seus shows. A MAPFRE também escreveu em seus Estatutos em junho desse mesmo ano, isto é, há mais de 54 anos, o que continua sendo o tema central do negócio e de seus sucessivos planos estratégicos: a Responsabilidade Social Corporativa (RSC), que evoluiu a um conceito mais geral como é a sustentabilidade e que é o que se usa atualmente.

“A sustentabilidade está no DNA da empresa”, assinala Alberto Matellán, economista chefe da MAPFRE Investimento.



A MAPFRE assume o impacto que gera sua atividade comercial no meio e na sociedade. Sua política e seu plano de sustentabilidade facilitam a integração no negócio dos critérios de bom governo, social e meio ambiente. Esta filosofia também começou a ser aplicada no âmbito dos investimentos.

Como explica Matellán, há dois anos o grupo lança sua aposta no Investimento Socialmente Responsável, pouco depois da chegada ao grupo de José Luis Jiménez, diretor-geral de Investimentos. Então, é lançada uma gama de produtos de acordo com o compromisso da MAPFRE com um modelo de criação de valor sustentável.

Assim, a empresa acaba de anunciar o lançamento, junto à boutique de gestão de ativos gala La Financière Responsável (LFR), da MAPFRE Inclusão Responsável, um fundo de investimento cujo objetivo é investir em empresas que promovem a inclusão de pessoas com deficiência. É o primeiro ativo lançado no mundo com estas características. Como assinala Matellán, este fundo agora mesmo conta com pouco mais de 20 empresas em carteira, com as quais negociou de forma individual anteriormente, para a seleção. “A ideia é que não ter mais de 30 valores”, acrescenta.

A finalidade do fundo é demonstrar empiricamente que a inclusão das pessoas com



**ALBERTO MATELLÁN, ECONOMISTA CHEFE DA MAPFRE INVESTIMENTO, GERENTE DO LANÇAMENTO, JUNTO À BOUTIQUE DE GESTÃO DE ATIVOS GALA A FINANCIÈRE RESPONSÁVEL (LFR), DA MAPFRE INCLUSÃO RESPONSÁVEL, UM FUNDO DE INVESTIMENTO CUJO OBJETIVO É INVESTIR EM EMPRESAS QUE PROMOVEM A INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA**

deficiência nas empresas é rentável. Na verdade, a simulação histórica realizada pela equipe de gestão do fundo mostra que, nos últimos cinco anos a carteira de empresas selecionadas pela promoção da inclusão seria quatro vezes mais rentável que o mercado em seu conjunto.

A promoção da inclusão é uma política que a própria MAPFRE aplica de forma ativa. A empresa conta com 902 colaboradores com deficiência Grupo, o que representa 2,5% do total do modelo mundial. Para 2021, a empresa tem o compromisso público de que, pelo menos, 3% do modelo em nível mundial seja formado por pessoas com deficiência.

Além deste produto, que até agora é comercializado apenas na França, a MAPFRE lançou mais dois fundos que cumprem com critérios ambientais, sociais e de governo (ESG, por suas siglas em inglês). Em 2017, foi lançado o Good Governance Fund, um fundo de investimento

que combina o investimento em valor e o bom governo corporativo. Este projeto nasceu das colaborações externas da MAPFRE com universidades, para fazer investigações que apoiem os investimentos do grupo. A Universidade de Siena e a Cranfield School of Management realizaram dois estudos que mostram que o investimento em empresas socialmente responsáveis e com bom governo corporativo é mais rentável em longo prazo.

Em outubro do ano passado, a MAPFRE anunciou o fundo de investimento Capital Responsável. Investimento em ações e títulos de renda fixa de empresas europeias selecionadas de acordo com suas qualidades ESG, com uma estratégia focada na preservação de capital.

Como explica Matellán, para a seleção dos valores que configuram as carteiras dos diferentes fundos, é realizada uma análise antes e depois do investimento. Para o primeiro, se conta com a ajuda da equipe de LFR, da que tem 25% do capital desde 2017. “Nossa relação com nossos parceiros franceses permite contar com uma fonte de informação própria para a seleção de valores, algo diferencial em relação aos demais competidores”, acrescenta o economista chefe da MAPFRE. Depois de realizada esta seleção de empresas para a carteira, nos produtos exclusivamente de renda variável é realizado um acompanhamento periódico e logo, um relatório para o Comitê de Riscos.

Em resumo, é uma gestão ativa e dinâmica, mas como indica Matellán isto não significa que tenha muita rotação da carteira. “É ativa por não se afastar muito dos índices. Não há muita rotação, pois procuramos empresas estáveis”, explica.

Este investimento socialmente responsável não é apenas para estes produtos de investimento, a MAPFRE quer transferir esta ideia a todos

ALÉM DA GESTÃO DA POUPANÇA DE SEUS CLIENTES ATRAVÉS DE FUNDOS DE PENSÕES E DE INVESTIMENTO, **O GRUPO REALIZA INVESTIMENTOS** NO VALOR DE DE

**53.172**

**MILHÕES DE EUROS, CONFORME OS ÚLTIMOS DADOS NO FINAL DO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2019.**

**56% DO INVESTIMENTO**

**29.992**

**MILHÕES DE EUROS CORRESPONDE A DÍVIDA SOBERANA**

**18%**

**9.370**

**MILHÕES DE EUROS ESTÃO EM RENDA FIXA EMPRESARIAL**

**5% EM RENDA VARIÁVEL**

**MILHÕES DE EUROS 2.559**

**E 3%**

**1.465**

**MILHÕES DE EUROS EM FUNDOS DE INVESTIMENTO.**

os demais. Além da gestão da poupança de seus clientes com fundos de pensões e de investimento, o Grupo realiza investimentos no valor de 53.172 milhões de euros, conforme os últimos dados do final do primeiro semestre de 2019. Os dados indicam que 56% do investimento (29.992 milhões de euros) corresponde à dívida soberana, 18% (9.370 milhões de euros) em renda fixa empresarial, 5% em renda variável (2.559 milhões de euros) e 3% (1.465 milhões de euros) em fundos de investimento. Precisamente, devido ao peso do investimento em renda fixa, está sendo utilizado um método da área de Asset Management (AM) para garantir que esses investimentos sejam realizados com critérios socialmente responsáveis.

#### **Transferência ao balanço**

Porém, este compromisso da MAPFRE não está apenas no desenho de produtos que cumprem estes critérios. Em maio de 2017, a empresa passou a formar parte da rede mundial das empresas que cumprem

os Princípios de Investimento Responsável, uma iniciativa em colaboração com o Pacto Mundial da ONU, cujo objetivo é entender o impacto que as questões ambientais, sociais e governamentais têm nos investimentos, e assessorar os participantes a integrar estes assuntos em suas decisões. Desde 2004, a MAPFRE cumpre o Pacto Global da ONU e como

empresa seguradora também aplica os princípios de seguro sustentável desenvolvidos pelas Nações Unidas.

Em maio deste ano, a MAPFRE passou a formar parte da SpainSIF, organização sem fins lucrativos que é um ponto de referência para todas as instituições financeiras em matéria de investimento sustentável e responsável na Espanha. Assim, na Semana da ISR 2019, a empresa realizou uma série de eventos em diferentes cidades da Espanha com o objetivo de divulgar assuntos relacionados com o investimento sustentável e responsável e os critérios ESG nas decisões de investimento.

A missão da SpainSIF é promover, realmente, a integração de critérios ambientais, sociais e de bom governo nas políticas de investimento através do diálogo com os diferentes grupos sociais, contribuindo ao desenvolvimento sustentável, bem como sensibilizar e promover mudanças nos processos de investimento na comunidade investidora, Administrações Públicas, empresas e cidadania em geral.

### Claro compromisso

Portanto, a MAPFRE é um grupo comprometido com o desenvolvimento sustentável e, em especial, com

EM MAIO DE 2017, A EMPRESA PASSOU A FORMAR PARTE DA REDE MUNDIAL DE EMPRESAS QUE CUMPREM OS PRINCÍPIOS DE INVESTIMENTO RESPONSÁVEL, UMA INICIATIVA EM COLABORAÇÃO COM O PACTO MUNDIAL DA ONU, CUJO OBJETIVO É ENTENDER O IMPACTO QUE AS QUESTÕES AMBIENTAIS, SOCIAIS E GOVERNAMENTAIS TÊM NOS INVESTIMENTOS, E ASSESSORAR OS PARTICIPANTES A INTEGRAR ESTES ASSUNTOS EM SUAS DECISÕES



a proteção das pessoas e com a luta contra a mudança climática. O grupo acaba de aprovar o Plano de Sustentabilidade 2019-2021 onde, entre outras ações, a empresa deixará de investir em empresas de energia nas que mais de 30% de seus rendimentos seja de energia obtida do carvão. Também não realizará seguros para a construção de novas instalações de geração de energia que funcionem com carvão, nem a exploração de novas minas deste mineral.

Este compromisso tem seu reconhecimento internacional. Por exemplo, o grupo FTSE Russell acaba de anunciar que a MAPFRE está um ano mais no FTSE4Good, índice integrado por empresas que destacam por suas boas práticas em Responsabilidade Social Corporativa (RSC). O FTSE4Good é um dos indicadores internacionais mais importantes para medir o desempenho das empresas em matéria de sustentabilidade e RSC. Além disso, no ano passado a MAPFRE entrou no índice Dow Jones Sustainability Index, onde estão as 317 empresas

mais sustentáveis, de acordo com critérios econômicos, meio ambientais e sociais. Portanto, a sustentabilidade é o principal componente da genética da empresa.





VIDEO  
EM  
NOSSA  
EDIÇÃO  
DIGITAL

# INFORMAÇÕES DE VALOR AO SEU ALCANCE NO **CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO**

TEXTO RAÚL GONZÁLEZ BENEYTO | IMAGENS ISTOCK



«Raul, pode me trazer o último relatório publicado sobre Seguro Residencial, por favor? Pode procurar algo sobre a aposentadoria no Chile? Posso fazer o download deste artigo para lê-lo?». Essas são algumas das perguntas que chegam diariamente ao Centro de Documentação da Fundación MAPFRE e que são respondidas com rapidez e precisão pela equipe de documentalistas que o gerencia.



Especializado em Seguros, Gerenciamento de Riscos e Previdência Social, o Centro de Documentação da Fundación MAPFRE oferece à sociedade um serviço de consulta à informação, respondidas dentro de um prazo máximo de 48 horas. Grande parte dos fundos está disponível gratuitamente em formato digital e pode ser acessado livremente pela internet. Além disso, este grande centro documental oferece a seus usuários a possibilidade de consultar 'in situ' todas as publicações da Fundación MAPFRE.

O normal em um dia de trabalho no Centro de Documentação, localizado em Madrid, é receber solicitações de usuários que precisam de documentos específicos ou que solicitam que os documentalistas que trabalham lá localizem material relacionado a um determinado assunto. O mais comum é que esses pedidos sejam de profissionais, estudantes e pesquisadores do setor de seguros. Certamente, muitos deles são funcionários da MAPFRE que pedem ajuda para conseguir informações valiosas para seu trabalho, não apenas da Espanha, mas de todos os países em que a MAPFRE opera.

Nosso caráter internacional disponibiliza ao usuário o site [www.fundacionmapfre.org/documentacion](http://www.fundacionmapfre.org/documentacion) em espanhol, inglês e português.

O DIA A DIA DE UM DOCUMENTALISTA DO CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO MAPFRE **CONSISTE EM RESPONDER COM AGILIDADE AS CONSULTAS, ELABORAR AS NEWSLETTERS, GERENCIAR A AQUISIÇÃO DE NOVOS DOCUMENTOS, ORGANIZAR O BOLETIM MENSAL E, ACIMA DE TUDO, PRESTAR SERVIÇO – GRATUITO – AOS USUÁRIOS.**



Grande parte da documentação especializada está nesses idiomas, pois o idioma original do documento é mantido. As necessidades específicas de informações podem ser solicitadas através do e-mail [centrodocumentacion@fundacionmapfre.org](mailto:centrodocumentacion@fundacionmapfre.org) ou através do formulário de contato que está no site.

Os funcionários do grupo MAPFRE têm um valor agregado em relação aos usuários externos que acessam através do Catálogo Web. Ou seja, se um funcionário acessa através da Intranet Global <https://intranet.mapfre.net/emp/es-es/Paginas/HomeV2.aspx> (na aba PESSOAS) e/ou pelo link <http://wmapfre.es.mapfre.net/documentacion>, poderá acessar e baixar diretamente grande parte do conteúdo digital disponível no Centro de Documentação.

Também têm outra vantagem em relação a outros usuários: podem se inscrever para receber as novidades incluídas periodicamente no banco de dados. Se você acessar a página do Centro de Documentação registrado através dos links acima, poderá se inscrever na seção "Minha Biblioteca" e então passará a receber e-mails com os últimos títulos adicionados ao catálogo.

Dia após dia, realiza-se a busca e a leitura da documentação, seleciona-se e cria-se um filtro para, em seguida, adicionar ao catálogo, onde já existem mais de 150.000 referências disponíveis.



O normal é catalogar relatórios publicados recentemente, livros adquiridos, rankings do setor ou artigos de revistas nos quais o Centro de Documentação está inscrito. Título, autor, resumo e assuntos são básicos e essenciais na hora de realizar a catalogação, pois facilitam a pesquisa subsequente pelos usuários.

Também é possível consultar e fazer solicitações a partir do aplicativo “Biblioteca FM” do Centro de Documentação, disponível para Android e IOS na página [https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es\\_es/apps/seguros.jsp](https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/apps/seguros.jsp)

O boletim mensal de novidades inclui uma seleção dos documentos mais relevantes incorporados no último mês, são os “Imperdíveis do Centro de Documentação”. Para os funcionários da MAPFRE, também é possível colaborar publicando algum artigo de interesse na seção “Colaborador Especial”. Para receber o Boletim Mensal, você deve se inscrever no formulário [https://fundacionmapfre.force.com/area/UC\\_VerFormulario?form=novedades\\_cdoc](https://fundacionmapfre.force.com/area/UC_VerFormulario?form=novedades_cdoc)

Outra seção muito visitada e útil para reunir informações sobre um tópico específico é a das

**OS FUNCIONÁRIOS DO GRUPO MAPFRE PODEM ACESSAR O CATÁLOGO DIRETAMENTE ATRAVÉS DA INTRANET GLOBAL E BAIXAR O CONTEÚDO DIGITAL DISPONÍVEL NO CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO**

**100.900**

ARTIGOS DE REVISTAS

**20.800**

LIVROS

**8.000**

DISPOSIÇÕES LEGISLATIVAS DE SEGURANÇA DE ÂMBITO AUTÔNOMO, NACIONAL E EUROPEU

**3.200**

RANKING DE SEGUROS E FINANCEIROS

**1.800**

DISPOSIÇÕES LEGISLATIVAS DE SEGUROS DE ÂMBITO AUTÔNOMO, NACIONAL E EUROPEU

**675**

LINKS PARA SITES DA WEB

**410**

RESUMOS DE REVISTAS

bibliografias recomendadas, disponíveis em [https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es\\_es/centrodocumentacion/bibliografias/](https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/centrodocumentacion/bibliografias/).

Mas também é possível se inscrever na ‘newsletter’. Estar nesta lista tem a vantagem do imediatismo, assim que um relatório chega, uma ‘newsletter’ é enviada. Os funcionários que desejam fazer parte desta lista podem escrever no e-mail [centrodocumentacion@fundacionmapfre.org](mailto:centrodocumentacion@fundacionmapfre.org)

Outro serviço altamente valorizado é o gerenciamento de compras, realizado em colaboração com a Área Corporativa de Compras e Mídias, com o assessoramento e a colaboração do Centro de Documentação.

Se, após consultar o catálogo da web, um usuário não localizar um livro ou revista específica, ele poderá fazer sua solicitação ao Centro, o que permitirá, por um lado, centralizar toda a contratação de publicações

em um único ponto e, por outro, racionalizar ao máximo as compras, evitando a duplicação de aquisições.



## VOCÊ É DOCUMENTALISTA? FAZ DOCUMENTAIS?



A equipe do Centro de Documentação ajuda você em suas pesquisas. Da esquerda para a direita, Laura García, Carmen Cejas, Paloma Gómez-Luengo e Raúl González

Os profissionais que trabalham no Centro de Documentação estão acostumados a ouvir essas perguntas quando mencionam sua profissão.

Mas não... eles não fazem documentários. De acordo com a Real Academia Española, **um documentalista é o Especialista em Documentação (disciplina).**

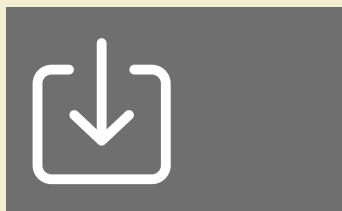
**E a documentação é, também de acordo com a RAE, a disciplina que trata da copilação, organização e gerenciamento de documentos ou dados informativos.**

## INFORMAÇÃO PRÁTICA



### Acesso através da Intranet Global

<https://intranet.mapfre.net/emp/es-es/Paginas/HomeV2.aspx> (na guia PESSOAS) e/ou através do link <http://wmapfre.es.mapfre.net/documentacion>



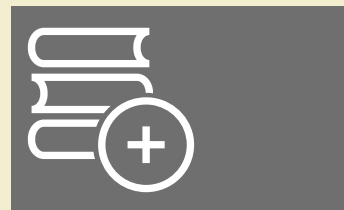
### Faça o download do aplicativo "Biblioteca FM", disponível para Android e IOS na página

[https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es\\_es/apps/seguros.jsp](https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/apps/seguros.jsp)



### Inscrição no Boletim Mensal de Novidades através do formulário

[https://fundacionmapfre.force.com/area/UC\\_Ver\\_Formulario?form=novedades\\_cdoc](https://fundacionmapfre.force.com/area/UC_Ver_Formulario?form=novedades_cdoc)



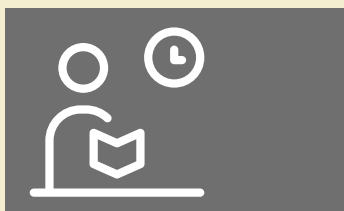
### Consulte as Bibliografias

**Recomendadas** [https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es\\_es/centrodocumentacion/bibliografias/](https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/centrodocumentacion/bibliografias/)



### Inscreva-se na newsletter através do e-mail

[centrodocumentacion@fundacionmapfre.org](mailto:centrodocumentacion@fundacionmapfre.org)



### Acesso à nossa Sala de Leitura presencial mediante agendamento prévio através do e-mail

[centrodocumentacion@fundacionmapfre.org](mailto:centrodocumentacion@fundacionmapfre.org)

**Nos encontramos na Fundación MAPFRE Centro de Documentación Paseo de Recoletos, 23 28004 Madrid**

## AS COMUNIDADES SÃO FUNDAMENTAIS NO #DESAFIODIGITAL

Para a equipe que desenvolve a intranet global, as comunidades são fundamentais para a transformação digital, pois facilitam o trabalho em equipe e a gestão do conhecimento. Como no caso da comunidade Agile, permitem lançar perguntas a um coletivo de especialistas, resolver dúvidas e ampliar conhecimentos sobre um assunto específico. Proporcionam uma maior agilidade a seus participantes, proporcionando uma visão periférica de, por exemplo, um projeto e suas tarefas, ao centralizar a comunicação e documentação em um único espaço, diminuindo o uso excessivo do correio eletrônico. Porém, nem tudo é um mar de rosa... Mudar comportamentos sempre é um esforço, e as comunidades não são uma

exceção. A equipe da iniciativa acredita no benefício que representa para a melhoria da produtividade e a eficiência no posto de trabalho. Evoluir e continuar crescendo é responsabilidade de todos.

**Contamos com você?**  
**Para saber mais sobre isto, visite o blog da ANE na intranet global.**

### UMA FERRAMENTA PERFEITA

Como conta Cristina Pérez Carretero, membro da equipe que lidera a implantação do método Agile, “a comunidade está ajudando a compartilhar e difundir este método e seus princípios fundamentais.

Os desafios e a gamificação são ferramentas perfeitas, úteis, ágeis e dinâmicas para difundir e compartilhar conhecimentos”.



Equipe de implantação do método Agile. De esquerda à direita, Andrea García, Fernando Cano e Cristina Pérez.

Equipe da Intranet Global. De esquerda à direita, David Rubio, Mónica Solaun, Mercedes Domínguez e Pablo Gutiérrez.



## DESAFIO ARQUIAGILE

No passado mês de maio as comunidades (espaços de colaboração virtual para interagir com outras pessoas) do método Agile e Arquitetura iniciaram os desafios na ARQUIAGILE.

Em que consiste? São uma série de testes (desafios), para os quais não são necessários conhecimentos prévios, que procuram um resultado e testam a agilidade, para aprofundar, compartilhar e incentivar o conhecimento que temos na MAPFRE sobre assuntos relacionados com a Agile e Arquitetura. Ambas as comunidades têm certeza que podem chegar a contribuir com conhecimentos enriquecedores.

Um dos desafios consiste em escrever um artigo original, inédito e aplicável a MAPFRE sobre o método Agile.

Durante os próximos números de nossa revista *O mundo da MAPFRE* compartilharemos com você os três melhores artigos. Leia o primeiro, “Ser ou não ser... Agile” de Antonio Crespo García, coordenador de Serviços de Tecnologia TI Pessoas, nas páginas 32 e 33.

**PROCURE NA INTRANET GLOBAL AS COMUNIDADES DE ARQUITETURA E AGILE!**

Fernando Cano, responsável da equipe de tecnologia, apresenta o primeiro artigo vencedor do Desafio Agile: “Agile não é apenas um *framework* ou processo, para conseguir ser ágil temos que conseguir ser inovadores e abraçar a mudança.

Devemos entender o desafio como um processo diferente do tradicional, com melhorias contínuas e uma maior disciplina, comunicação fluída e melhoria constante... Neste primeiro artigo vencedor do Desafio Agile veremos vários conceitos, terminologia, sua relação com transformação digital e a experiência em seu projeto, em resumo, responde a Ser ou não ser Agile? Quer ser Agile?”

# SER OU NÃO SER... AGILE

TEXTO ANTONIO CRESPO GARCÍA | FOTOGRAFIAS MAPFRE, ISTOCK



O mundo atual se caracteriza pela volatilidade, incerteza, complexidade e ambiguidade. Neste cenário, as organizações estão constantemente se adaptando nesta realidade mutante

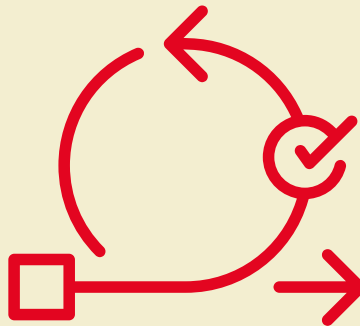
A maioria das empresas estão em um processo de transformação para ter essa capacidade de adaptação, onde a tecnologia também tem um papel protagonista na maioria dos casos. Por isso, é o termo **TRANSFORMAÇÃO DIGITAL** passou a protagonizar os planos estratégicos e/ou portfólios de projetos de qualquer empresa importante.

nesta corrida de transformação, aparecem os comportamentos que podem levar ao sucesso para alcançá-lo, sem ir mais longe, em nossa própria instituição, o termo **agiliza** está definido como um dos três comportamentos definidos que devemos ter como colaboradores.

Mas, o que é “AGILE”? É um método inovador que resolve todos nossos problemas? Sem dúvida, podemos afirmar que não é um método, nem é tão inovador, nem resolve todos os desafios que possam existir. Porém: Agile é uma filosofia que nasce de um manifesto desenvolvido por dezessete profissionais do software a partir de quatro valores fundamentais, para simplificar

## NÃO HÁ NADA MAIS SEGURO E IMUTÁVEL QUE A INCERTEZA E A MUDANÇA

John F. Kennedy



**AGILE É UMA FILOSOFIA** QUE NASCE COM O OBJETIVO DE SIMPLIFICAR A COMUNICAÇÃO E ACELERAR OS PROCESSOS DE ENTREGA DE UM PRODUTO

**SER AGILE É ABRAÇAR O RITMO DE INOVAÇÃO E MUDANÇA**, O ENTENDENDO COMO PARTE DA REALIDADE INCERTA NA QUE NOS MOVEMOS

**SER AGILE É UMA MUDANÇA DE MENTALIDADE** QUE AFETA A FORMA DE TRABALHAR DE CADA PESSOA NA ORGANIZAÇÃO

a comunicação e acelerar os processos de entrega de um produto colocando em primeiro lugar:

- Pessoas e interações e não os processos e ferramentas.
- *Software* funcional e não o excesso de documentação.
- Colaboração com o cliente e não a relação contratual.
- Respostas às mudanças e não o cumprimento de um plano.

Ser agile **NÃO** vai ser necessariamente mais rápido, nem mais barato. Ser ágil **SIM** vai gerar valor o mais rápido possível, de forma sustentável e colocando o cliente no centro das decisões.

Ser agile **NÃO** é apenas fazer SCRUM (desenvolvimento de *software*), nem fazer SCRUM é necessariamente ser agile.

Ser agile **NÃO** é elaborar um planejamento detalhado no início de um projeto de longa duração onde com certeza existe muita incerteza a resolver pelo caminho. Ser agile **SIM** é abraçar o ritmo de inovação e mudança, considerando como parte da realidade incerta na que nos movemos.

Ser agile **NÃO** é utilizar um novo método e cumprir os prazos, papéis, dispositivos descritos. Ser agile **SIM** é viver o dia a dia com valores, por exemplo: respeito, compromisso, sinceridade ou coragem e isto é um desafio

quanto menos exigente para qualquer pessoa, colaborador e/ou equipe que queira experimentar.

Ser agile NÃO é chamar as mesmas coisas de forma diferente e em outro idioma para soar melhor. Ser agile SIM é uma mudança de mentalidade que afeta a forma de trabalhar de cada pessoa na instituição, já que se o enfoque fosse apenas substituir uma forma de fazer as coisas de modo tradicional por outra mais ágil, o fracasso estaria assegurado e os mais céticos poderiam identificar a causa do fracasso: “A agilidade não funciona” e realmente será muito complicado que a agilidade possa funcionar em uma instituição se não se entende que é preciso uma mudança de mentalidade das pessoas, e que são elas quem tornarão ou não possível conforme o processo de transformação vivido e/ou experimentado.

Ser agile NÃO é aderir a moda e copiar o método de Spotify ou qualquer outro que têm os demais. Ser agile SIM é entender que tipo de empresa você é, onde está e, com um quadro de trabalho, explorar as possibilidades de aprendizagem, evolução e adaptabilidade da empresa.

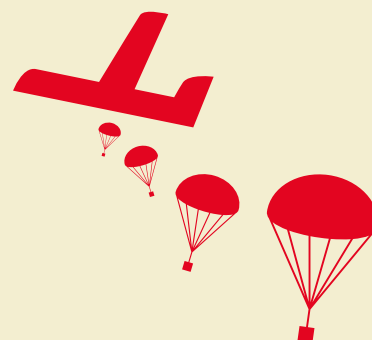
Em caso de querer copiar um modelo existente é possível cair no denominado *cargo cult*,

uma prática ritual que adotou a população do pequeno país do Pacífico Sul Vanuatu nos anos 40, depois da chegada dos soldados americanos por mar e ar na ilha. Os marines estabeleceram uma base no arquipélago durante a Segunda Guerra Mundial. Para isso, recrutaram os nativos como mão de obra para a construção de hangares, pistas de aterrissage, estradas, pontes, etc... Mas, o que mais chamava a atenção dos nativos era o que os americanos chamavam *cargo* (carga) e que eles interpretavam como a generosidade do céu e seus deuses por voltar aos antigos rituais. *Cargo* era o abastecimento em forma de caixas cheias de roupa, barracas, armas, ferramentas, alimentos enlatados, medicamentos, *Coca-cola*, etc. que os aviões traziam no interior.

Tal como chegaram, e sem prévio aviso, os americanos foram embora e deixou de chegar o abastecimento do céu. Os nativos pensaram que não tinha problema. Eles observaram os americanos em seus **rituais** para receber os presentes do céu e copiariam esses rituais: limpavam o terreno para as pistas de aterrissage, construíram com madeira uma torre de controle, antenas de bambu e ficaram na pista de aterrissage imitando os sinais que os americanos faziam quando chegavam os

aviões. Para surpresa geral, como vocês podem imaginar, quando perceberam que, mesmo realizando o mesmo processo que os americanos, não conseguiam que caísse do céu qualquer carga “divina”.

**E para você, o que significa ser agile? você prefere fazer agile ou ser agile? Por onde começamos?**





# A liderança dos executivos do IBEX 35 traduzida em *followers* e *likes*

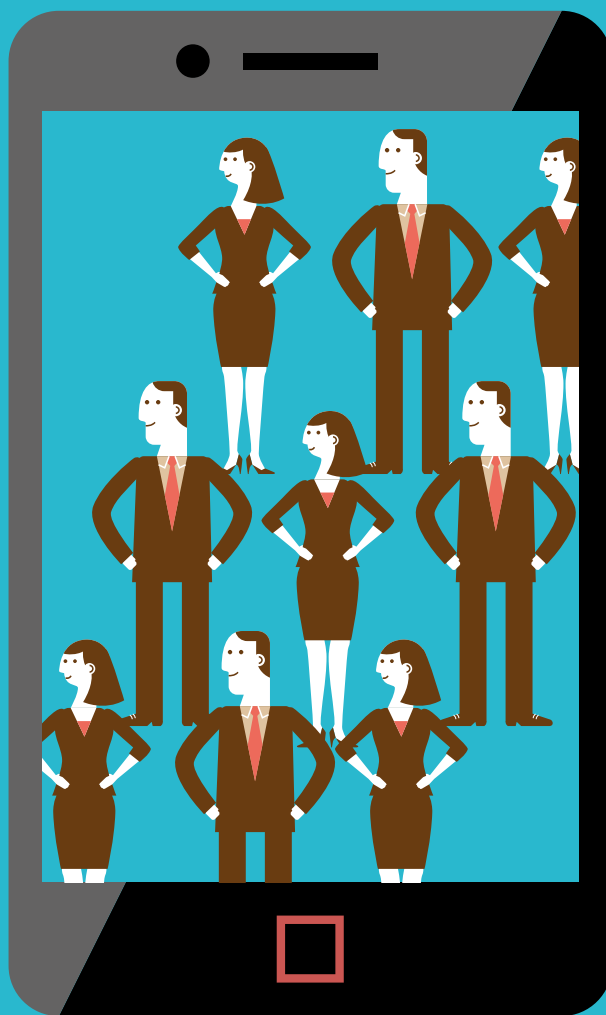
TEXTO **ISABEL GARBISU** | IMAGENS **ISTOCK**



VISITE  
NOSSA  
EDIÇÃO  
DIGITAL



É algo inegável que as redes sociais se tornaram mais uma ferramenta no mundo dos negócios. Seu bom uso pode ajudar a divulgar a marca a uma ampla gama de pessoas ou simplesmente abordar o cliente de uma maneira mais pessoal. Esse é o caso do presidente da MAPFRE, Antonio Huertas, que, através de sua conta no Twitter, compartilha pessoalmente tanto o conteúdo do grupo como seus próprios interesses. Essa oportunidade de se comunicar diretamente com a sociedade é uma das razões que o levaram a se posicionar entre os quatro executivos mais importantes do IBEX 35 em termos de atividade nas redes sociais.



**11.700 seguidores.** Um número que, atualmente, se traduz em influência no mundo digital.

**Antonio Huertas** conta com esse grande número de *followers* (seguidores) em sua conta do Twitter, onde, de acordo com o estudo *Presença das empresas do IBEX 35 no ambiente digital* elaborado pela agência 'Estudio de Comunicación' em colaboração com o jornal espanhol *El País*, consolida-se como um dos diretores que mais fomenta a conversa em torno de sua empresa, citando-a em várias ocasiões e gerando conteúdo.

Em julho passado, foi apresentado o relatório completo, onde o presidente da MAPFRE teve a oportunidade de conversar com **Miguel Jiménez**, diretor do jornal econômico *Cinco Días* e vice-diretor de economia do *El País*. Durante o encontro, Antonio Huertas mostrou, mais uma vez, a importância desses canais de comunicação para transmitir os valores da empresa e sua capacidade de interagir com as pessoas.

Huertas concebe as redes sociais como um espaço para discutir as questões que importam, por isso incentiva outros líderes influentes a participarem da defesa do mundo em que acreditam. Como reconheceu, ele fala sobre os temas que lhe interessam, como sustentabilidade, transformação, inovação e tenta

contribuir para essa conversa no desenvolvimento das pessoas e das sociedades em que a MAPFRE está presente.

### O relatório afirma que...

22,9% dos presidentes das empresas do Ibex 35 e 17,2% dos CEOs já possuem uma conta no *Twitter*, segundo o estudo *Presença das empresas do Ibex 35 no ambiente digital*, preparado pelo 'Estudio de Comunicación'. Nesse ambiente, o presidente da MAPFRE, Antonio Huertas, está na quarta posição em termos de presidentes de empresas do Ibex 35 mais ativos nas redes sociais.

**Ana Botín** (Santander), **José María Álvarez-Pallete** (Telefónica), **Jordi Sevilla** (Red Eléctrica Española) e **Antonio Huertas** são os presidentes que lideram este ranking.

**“Os quatro perfis publicam e retuítam informações relacionadas às suas empresas, vinculam artigos sobre o setor em que atuam e preparam seu próprio conteúdo sobre as ações realizadas pela empresa”,** destaca este relatório.

A MAPFRE também lidera, juntamente com Banco Sabadell, Naturgy, Caixabank e Cellnex a lista de empresas com o maior número de *tweets* e *retweets* com conteúdo corporativo.

## “NÃO SE TRATA DE REDES SOCIAIS, MAS PESSOAS”

“AS REDES SOCIAIS SÃO UMA OPORTUNIDADE ÚNICA PARA NOS RELACIONARMOS COM NOSSO PÚBLICO E PARA DESCOBRIR O QUE DEVE SER MELHORADO. NÃO PODEMOS NOS COLOCAR NO MODO OFF QUANDO ALGUÉM NOS DIZ ALGO NEGATIVO, DEVEMOS GERENCIÁ-LO E TOMAR NOTA”

Antonio Huertas

## TOP 5

CEOS MAIS INFLUENTES DO MUNDO (A QUINTA É UMA MULHER, PELO MENOS)

### 1. BILL GATES

@BILLGATES, (MICROSOFT)

31.500.000

### 2. RICHARD BRANSON

@RICHARDBRANSON, (VIRGIN GROUP)

8.689.171

### 3. ELON MUSK

@ELONMUSK, (TESLA MOTORS)

5.700.000

### 4. JACK DORSEY

@JACK, (TWITTER)

3.900.000

### 5. ARIANA HUFFINGTON

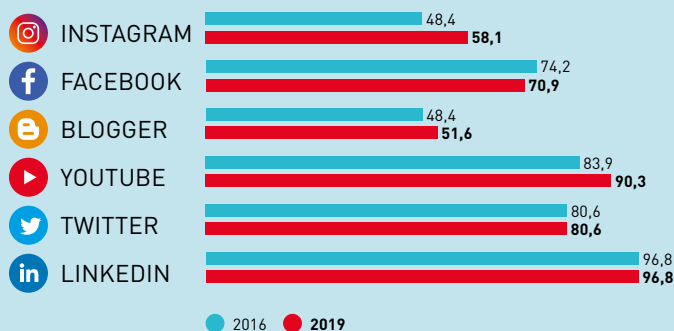
@ARIANNAHUFF, (HUFFINGTON POST MEDIA GROUP)

2.536.000



## PRESENÇA DE EMPRESAS DO IBEX 35 NAS REDES SOCIAIS USO COMPARATIVO DE REDES SOCIAIS

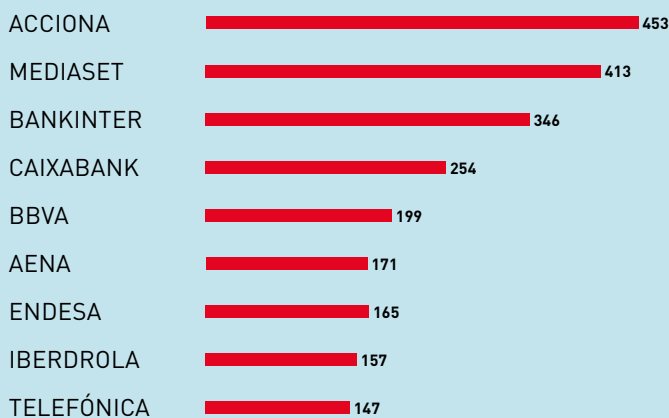
Entre 2016 e 2019 (em %)



## NÚMERO DE PUBLICAÇÕES CORPORATIVAS NO TWITTER ACIMA OU IGUAL ÀS DA MÍDIA

Entre o dia 2 de abril e o dia 16 de maio

Fonte: Estudio de Comunicación e El País



## VANTAGENS DE REDES SOCIAIS CORPORATIVAS

Fonte: Estudio de Comunicación e El País

PROMOVE A COMUNICAÇÃO  
INTERNA DA EMPRESA:

- ▶ PERMITE A PARTICIPAÇÃO DE TODOS EM UM MESMO NÍVEL.
- ▶ PERMITE COMPARTILHAR O TALENTO DOS TRABALHADORES E AUMENTAR A EFICÁCIA: COMPARTILHAR E OUVIR OPINIÕES
- ▶ PERMITE ESCOLHER MELHORES IDEIAS E SOLUÇÕES.
- ▶ AUMENTA A MOTIVAÇÃO: AS PESSOAS SE SENTEM ESCUTADAS E VALORIZADAS. ATINGE UM MAIOR RELACIONAMENTO COM A EMPRESA: MELHOR RELACIONAMENTO, SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO MESMO COM EQUIPES QUE NÃO CONHECEM.
- ▶ RETENÇÃO DE TALENTO: PODERÃO EXPOR SEU TALENTO E OS DIRETORES FICAM CIENTES DELES.

## A PRESENÇA DA MAPFRE NAS REDES



@MAPFRE, 44.7K



@MAPFRE, 16.2K



@MAPFRE, 252.5K



# semana MAPFRE

---

TEXTO **MARÍA JESÚS PÉREZ FUENTES** | IMAGENS **MAPFRE**

---

## da saúde à diversidade

A Semana MAPFRE, projeto liderado pela Área Corporativa de Pessoas e Organização, é um evento único para cuidar da saúde e do bem-estar, um reflexo de nosso compromisso e valores, e que este ano, como novidade, incorporou a diversidade como um dos temas da iniciativa.



VISITE NOSSA  
EDIÇÃO DIGITAL  
PARA VER OS **VÍDEOS**  
DA SEMANA MAPFRE

A Semana MAPFRE foi originalmente concebida como um projeto especial para promover estilos de vida saudáveis entre os funcionários e suas famílias, além de impulsionar programas que fomentam o bem-estar e a prevenção de doenças mais frequentes. A iniciativa, que já se tornou um evento anual, intensifica o compromisso social e os valores da MAPFRE e incentiva os funcionários a se sentirem parte de uma grande empresa, promovendo sinergias entre as diferentes áreas e reunindo equipes diversas.

Em junho passado, a Semana MAPFRE comemorou sua quarta edição organizada globalmente pela área de Recursos Humanos. Em apenas cinco anos, o evento

**O COMPROMISSO DA ALTA DIREÇÃO COM A SEMANA MAPFRE AO LONGO DESSES ANOS FOI ESSENCIAL PARA QUE A INICIATIVA SE ESTABELECESE NO CORE DA ORGANIZAÇÃO COMO UM REFLEXO FIEL DOS NOSSOS VALORES**

EM 2018, A TRIPULAÇÃO DO **BARCO MAPFRE** NA VOLVO OCEAN RACE GRAVOU UM VÍDEO PARA INCENTIVAR A PARTICIPAÇÃO. **ESTE ANO, O VÍDEO FOI ESTRELADO POR IGNACIO BAEZA, VICE-PRESIDENTE DA MAPFRE**



se estabeleceu como uma das iniciativas mais populares entre os funcionários e ajudou a posicionar nossa entidade como uma clara referência entre as empresas comprometidas com a saúde e o bem-estar. Por esse motivo, a MAPFRE recebeu em 2017 o prêmio ‘Salud y Empresa’, concedido pela publicação especializada *Digital HR*, que reconheceu a Semana MAPFRE como uma das melhores iniciativas para promover o estilo de vida saudável entre os funcionários da empresa.

Mas o caminho até aqui não tem sido fácil. A organização de um evento como esse envolve um grande esforço de coordenação que envolve equipes diferentes de todo o mundo, lideradas pela Área Corporativa de Pessoas e Organização.



## Em 2015, foi realizado um piloto da Semana MAPFRE em Majadahonda

Sob o lema “Ame a si mesmo! Viva... Saudável!”. A nova iniciativa busca promover o encontro e a participação dos funcionários em torno de um mesmo tema: a promoção da saúde.

Workshops de alimentação e relaxamento, palestras sobre primeiros socorros e cuidados com idosos, aulas de taichí e de zumba, sessões de bem-estar físico e mental, masterclass de culinária saudável... foram algumas das mais de 60 atividades realizadas durante um teste piloto realizado na sede de Majadahonda (Espanha) em 2015, que culminou em

SOB O LEMA

**“AME A SI MESMO! VIVA**

**SAUDÁVEL!”**, A NOVA INICIATIVA BUSCA PROMOVER O ENCONTRO E A PARTICIPAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS EM TORNO DE UM MESMO TEMA: A PROMOÇÃO DA SAÚDE

EM 2019, FORAM REALIZADAS

**862** ATIVIDADES EM

**31** PAÍSES, ALCANÇANDO

**84,7%** DOS FUNCIONÁRIOS DA MAPFRE COM ATIVIDADES LOCAIS E

**100%** DOS FUNCIONÁRIOS DE TODO O MUNDO EM ATIVIDADES GLOBAIS

um dia de portas abertas para que funcionários e familiares pudessem desfrutar de um amplo programa de atividades na sede social da empresa e no qual o Voluntariado Corporativo teve uma presença importante.

Após o sucesso desse teste piloto, em 2016, a Semana MAPFRE adquiriu um caráter internacional, sendo celebrada em 24 países. Naquele ano, foram organizadas mais de 450 atividades que abriram o precedente para as seguintes edições globais.

### Saúde, Bem-Estar e Diversidade

Em 2019, a Semana MAPFRE se encheu de cor para comemorar que, juntamente com a saúde e

## CRONOLOGIA DA SEMANA MAPFRE AO LONGO DE 5 ANOS

**2015**

LOCAL

**1**

PAÍS

**65**

ATIVIDADES

**+2.500**

FUNCIONÁRIOS E FAMILIARES ENVOLVIDOS

**2016**

GLOBAL

**24**

PAÍSES

**453**

ATIVIDADES

**85,60%**

DOS FUNCIONÁRIOS

o bem-estar, a diversidade foi incorporada como outro tema da iniciativa. A diversidade e a inclusão são temas estratégicos para a MAPFRE e, portanto, durante a Semana, foram realizadas inúmeras atividades de conscientização relacionadas à diversidade funcional, cultural, geracional e de gênero.

No total, foram realizadas 862 atividades em 31 países, atingindo 84,7% dos funcionários da MAPFRE em todo o mundo com atividades locais e 100% dos funcionários em atividades globais.

Também neste ano, além das atividades locais organizadas em cada país, a área corporativa organizou quatro atividades globais. A primeira delas,

a estréia de um workshop sobre diversidade cultural. Assim que for realizado em um número suficiente de países, este workshop permitirá a elaboração de um mapa global que reúne as diferentes características e costumes culturais no ambiente de trabalho dos funcionários da MAPFRE em cada país. A segunda, a Selfie Saudável, com a qual os funcionários espalharam seus hábitos saudáveis nas redes sociais sob a hashtag #MAPFREHealthWeek.

Além disso, neste ano, o último dia da Semana MAPFRE, em 14 de junho, coincidiu com o Dia Mundial do Dador de Sangue e, por esse motivo, a empresa

comemorou a atividade global de Doação MAPFRE 24 horas, na qual funcionários de 27 países tiveram uma nova oportunidade de ajudar os outros. Cerca de 1.300 doadores doaram mais de 600 litros de sangue que atingirá mais de 4.000 beneficiários.

Da mesma forma, paralelamente às atividades presenciais, foi realizada na Intranet uma ampla campanha informativa diária, com informações para todos os funcionários da MAPFRE no mundo sobre saúde, bem-estar e diversidade.

**2017**

GLOBAL

**27**

PAÍSES

**693**

ATIVIDADES

**93,85%**

DOS FUNCIONÁRIOS

**2018**

GLOBAL

**30**

PAÍSES

**743**

ATIVIDADES

**87,87%**

DOS FUNCIONÁRIOS

**2019**

GLOBAL

**31**

PAÍSES

**862**

ATIVIDADES

**84,7%**

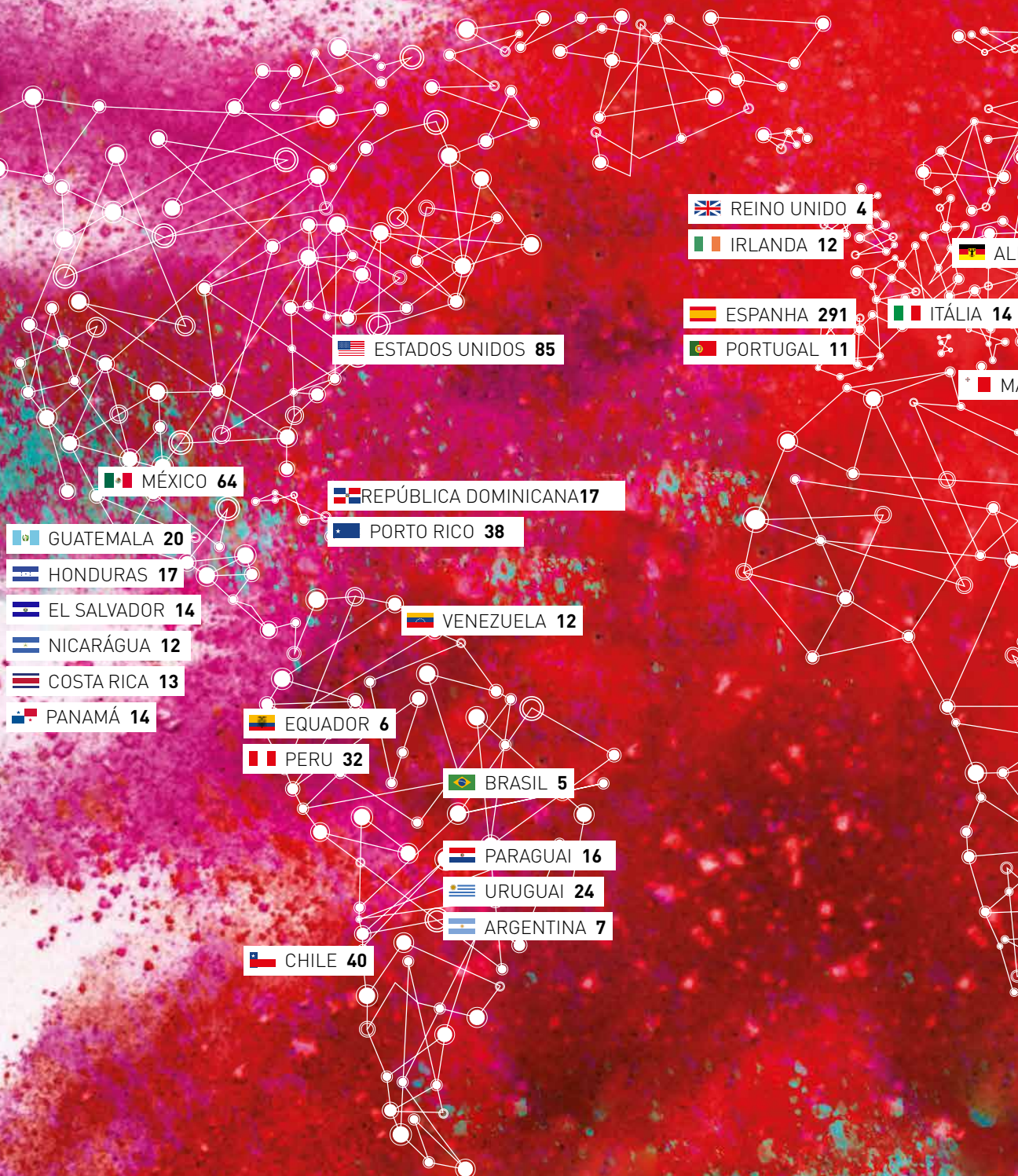
 DOS FUNCIONÁRIOS EM  
ATIVIDADES LOCAIS

**100%**

 DOS FUNCIONÁRIOS EM  
ATIVIDADES GLOBAIS



# ATIVIDADES SEMANA MAPFRE 2019









## ALGUMAS ATIVIDADES POR PAÍS



**ESPAÑA,** Taichi, 2015



**URUGUAI,** Family Day, 2019



**CHINA,** menu saudável, 2019



**CHILE,** Saúde Dental, 2017

## SAÚDE BEM-ESTAR DIVERSIDADE



**COSTA RICA,** yoga, 2019



**EUA,** atividades esportivas, 2017



**FILIPINAS,** exercícios  
no escritório. 2017



**MÉXICO,** workshop infantil  
de culinária, 2017



**MALTA,** Almoço saudável, 2018



**PORTO RICO,** Stand de alimentos  
saudáveis, 2016



**VENEZUELA,** workshop de diversidade  
cultural, 2019



**VENEZUELA,** workshop de desenhos  
relaxantes, 2017



**FILIPINAS,** Zumba, 2016



**PANAMÁ,** Voluntários, 2016

## Saúde de gênero a contracepção feminina



### Permanentes

São métodos definitivos. E são baseados no fechamento dos tubos uterinos.

### Ação prolongada

**Anticoncepcionais intrauterinos**

Protegem como um pequeno dispositivo no útero da mulher. Não requerem a ingestão de comprimidos e requerem a inserção.

**Injeções anticoncepcionais**

É colocado no organismo uma substância hormonal a cada 2 meses. A fertilidade é recuperada imediatamente.

### Hormônios de ação curta

**Pílulas combinadas e minipílulas**

São pílulas de doses hormonais muito baixas e com poucos efeitos colaterais, contudo, somente devem ser recomendadas pelo ginecologista. As causas mais frequentes da diminuição da eficácia são as alterações na ingestão do comprimido (sequencialmente de um dia, aumento no intervalo dos dias de pausa), alterações dietéticas e interações com outros fármacos.

**Anticoncepcional vaginal combinado (anel vaginal)**

Trata-se de um anel com uma combinação de hormônios. Ele é introduzido na vagina durante três semanas, com a retirada de uma semana para descanso, no qual ocorre a menstruação. Os dias de menstruação, a dor e a tensão pré-menstrual são eliminados.

**Adesivo anticoncepcional**

É um adesivo que libera hormônios. Coloca-se um pedaço de uma semana durante três semanas de uso.

**Anticoncepcional injetável de progesterona**

Oferece cerca de dois meses de contracepção. A fertilidade pode ficar alterada por um tempo.

### De barreira

**Diáfragma**

Desenvolvido a partir de uma membrana no topo do colo do útero. Alguns modelos são feitos de látex e outros de silicone. É usado antes da penetração sexual.

**Capuz cervical**

Protege o colo do útero contra a penetração. Deve ser aplicado antes da penetração sexual.

**Preservativo feminino**

É um dispositivo que se insere no canal vaginal antes da penetração sexual. Pode ser usado antes, durante ou depois da penetração sexual.

### Naturais de ritmo

São métodos complicados e pouco eficazes baseados na identificação do dia do ciclo em que a mulher ovula, para evitar as relações. Existem três métodos para determinar quais são os dias férteis: o método do calendário de Ogino, a temperatura basal e de inspeção do muco cervical.

### Método duplo: para o HIV e as doenças sexualmente transmissíveis

Para evitar a infecção pelo HIV e as doenças sexualmente transmissíveis, a melhor estratégia é usar dois métodos de contracepção: preservativo masculino (masculino, feminino, feminino, masculino ou bi-camada). É importante utilizar, no mesmo tempo, um preservativo. Chama-se "método duplo".

### Pílula do dia seguinte

É um método de emergência e não deve ser utilizado como método contraceptivo habitual.

Pessoas MAPFRE  
Talento e compromisso



# A CONTRACEPÇÃO PROTAGONIZA A CAMPANHA DE SAÚDE DE GÊNERO

**“Juntos, saudáveis” tem como objetivo informar e aumentar a conscientização sobre os cuidados de saúde a partir da perspectiva de gênero, considerando as diferenças biológicas existentes entre homens e mulheres.**

Nas últimas semanas, nossa campanha de saúde de gênero se concentrou na contracepção masculina e feminina. Para cada um dos casos, explicou-se em detalhes no Espaço Pessoas sobre os métodos existentes para cada gênero, que devem ser adaptados a cada situação e às necessidades da pessoa que decide usá-los. Escolher bem os contraceptivos é essencial para a saúde sexual. Ambas as notícias estão disponíveis no Espaço Pessoas, na seção ‘MAPFRE cuida de mim – saúde e bem-estar – promoção da saúde - saúde de gênero’, e se unem as demais que já foram publicadas dentro da campanha “Juntos, saudáveis”:

- Hiperplasia prostática benigna
- Infecções urinárias em homens e mulheres
- Câncer cervical

Nos próximos meses, continuaremos a oferecer os demais conteúdos desta campanha, entre outros: andropausa, menopausa, câncer de mama e de próstata e psicologia dos homens e das mulheres.





► **Eamonn Doyle**  
*i* (serie) no. 36, 2013  
 © Eamonn Doyle, cortesia  
 Michael Hoppen Gallery,  
 Londres

**Eamonn Doyle**  
**Até o dia 26/01/2020**  
 Sala Fundación MAPFRE  
 Barbara de Braganza  
 Barbara de Braganza, 13.  
 28004 Madrid

# Tu Fundación te propõe um *outono de arte*

TEXTO **REDAÇÃO O MUNDO DA MAPFRE**  
 FOTOGRAFIA **FUNDACIÓN MAPFRE**

A Fundación MAPFRE realizará em suas salas de exposições de Madrid e Barcelona duas exposições de pintura e uma de fotografia nos próximos meses. Mas não é somente nessas cidades espanholas que será possível aproveitar as muitas exposições que a Fundación oferece. Este ano também viajamos para Amsterdã e Haia.



MAIS INFORMAÇÕES EM  
[WWW.FUNDACIONMAPFRE.ORG](http://WWW.FUNDACIONMAPFRE.ORG)



## EAMONN DOYLE

Em Madrid, até o dia 26 de janeiro de 2020, na Sala Barbara de Braganza, você poderá visitar a exposição *Eamonn Doyle*, que apresenta pela primeira vez na Espanha o trabalho deste fotógrafo irlandês.

Ao morar no centro da capital irlandesa, Doyle fotografa seus arredores de ângulos inesperados, revelando uma visão original da cidade e de seus habitantes. Suas séries *i*, *ON* e *End.*, a “Trilogia

de Dublin”, com seu uso estratégico do recorte e enquadramento, transmite momentos de quietude e de energia frenética, de solidão e de comunidade.

Além disso, a exposição inclui a série *K*, seu último trabalho apresentado pela primeira vez, fotografias coloridas em grande formato que mostram uma série de figuras espectrais que mudam constantemente de forma e estão localizadas frente aos cenários dramáticos da costa oeste da Irlanda e da Extremadura, onde fotografou em nome da Fundación MAPFRE.

**Giovanni Boldini**  
*Cléo de Mérode*, 1901  
 Coleção particular

**Giovanni Boldini**  
*Nudo di giovane signora*  
 [Nu de mulher jovem],  
 1890-1900  
 Arkas Collection

**Boldini y la pintura española de finales del siglo XIX.**

**El espíritu de una época**  
 Até o dia 12/01/2020  
 Sala Fundación MAPFRE  
 Recoletos  
 Paseo de Recoletos 23  
 28004 Madrid



## ‘BOLDINI Y LA PINTURA ESPAÑOLA A FINALES DEL SIGLO XIX. EL ESPÍRITU DE UNA ÉPOCA’

Também em Madrid, na sala Recoletos, apresentamos a primeira exposição na Espanha dedicada ao prestigioso pintor italiano Giovanni Boldini (Ferrara, 1842 - Paris, 1931) em diálogo com outros artistas espanhóis que faziam parte dos círculos parisienses da Belle Époque. Boldini se tornou um dos retratistas mais influentes no cenário internacional durante a virada do século. Instalado em Paris desde 1871, ele manteve ao longo de sua vida um estilo baseado na intuição do momento, na captura do movimento e na frescura que desafia as poses impostas do passado, todas refletidas em movimentos rápidos e gestos incomuns, sem nunca perder de vista a atenção à figura e a expressão do retratado.

## ‘TOCAR EL COLOR. LA RENOVACIÓN DEL PASTEL’



Em Barcelona, na Casa Garriga Nogués, a partir do dia 4 de outubro e até uma revisão da modernidade internacional através da técnica do pastel. A exposição mostra como esse meio artístico reivindica sua especificidade a partir da segunda metade do século XIX, quando assume um papel relevante nas mais ousadas inovações artísticas.

Entre os “pastelistas” incluídos na exposição estão Eugène Boudin, Mary Cassatt, Odilon Redon, Edgar Degas, Pablo Picasso, Joan Miró e Hans Hartung, entre outros. Esses criadores conferiram sua nobreza aos gizes coloridos e concederam um novo status a uma técnica que se tornou muito popular ao longo do século XX.



**Edgar Degas**

*Chevaux de course dans un paysage* [Cavalos de corrida em uma paisagem], 1894  
 Coleção Carmen Thyssen-Bornemisza, depositada no Museu Nacional Thyssen-Bornemisza, Madrid

**‘Tocar el color. La renovación del pastel’**  
 04/10/2019 - 05/01/2020  
 Sala Fundación MAPFRE  
 Casa Garriga Nogués  
 Diputació, 250  
 08007 Barcelona

**Richard Learoyd***Rachel*, 2009Cortesia do artista e da  
Fraenkel Gallery,  
San Francisco**Richard Learoyd***À maneira de Ingres*, 2011Pier 24 Photography, San  
Francisco**Richard Learoyd**

5/10/2019–5/01/2020

Fotomuseum Den Haag  
Haia

## RICHARD LEAROYD

Em Haia, no Fotomuseum Den Haag, de 5 de outubro a 5 de janeiro de 2020, será exibida uma amostra que abrange os últimos dez anos da produção desse artista britânico, um dos fotógrafos contemporâneos mais reconhecidos atualmente. As imagens de Richard Learoyd possuem uma singularidade cativante. Suas fotografias coloridas e em preto e branco são o resultado de um processo artesanal com uma câmera escura construída por ele mesmo. Sua obra, que afunda suas raízes no passado e tem múltiplas referências à história da pintura, tanto por seus temas quanto pela técnica.

**Brassaï***Vista do Pont Royal  
em direção ao Pont Solférino*,  
c. 1933© Estate Brassaï Succession,  
Paris**Brassaï**

Até o dia 4/12/2019

Foam Fotografiemuseum  
Amsterdam

## BRASSAÏ



Continuamos na Holanda e vamos a Amsterdã, ao Foam Fotografiemuseum, onde, até o dia 4 de dezembro, podemos descobrir Paris sob os olhos do grande fotógrafo húngaro, que encontrou nesta cidade sua principal fonte de inspiração. A maneira como ele retratou suas ruas e seus habitantes o tornou célebre, transformando algumas de suas fotos em símbolos de uma época e da cidade. Os monumentos, os lugares mais pitorescos e as cenas da vida cotidiana estão presentes em sua obra, mas o fotógrafo não se esqueceu do mundo mais sombrio. Mafiosos, marginalizados, prostitutas e viciados em drogas representavam para Brassaï a Paris menos cosmopolita, a mais viva e autêntica.



## 'BERENICE ABBOTT. RETRATOS DE LA MODERNIDAD'

Também em Amsterdã, o museu Huis Marseille apresenta até o dia 5 de dezembro 'Berenice Abbot. Retratos de la modernidad', uma jornada pelo universo da excepcional fotógrafa americana (Springfield, Ohio, 1898 - Monson, Maine, 1991). Berenice Abbott, com sua obra, nos abre uma porta no início do século XX, oferecendo-nos um retrato pessoal de um momento efervescente.

O trabalho de Abbott reflete sua visão moderna de uma época. Seu olhar ousado e pioneiro se reflete tanto em seus retratos dos artistas e intelectuais mais vanguardistas do momento quanto em suas incríveis vistas da cidade de Nova York

e nas fotografias de temas científicos em que retrata os resultados de vários fenômenos e experimentos.

A exposição, formada por quase duzentas fotografias da artista, está estruturada em três seções temáticas. São expostas também onze fotografias de Eugène Atget, positivadas pela própria Abbott no final dos anos 50.

**Berenice Abbott**  
West Street, 1932  
© Getty Images/Berenice Abbott

**'Berenice Abbott. Retratos de la modernidad'**  
Até o dia 05/12/2019  
Museu Huis Marseille  
Amsterdã

## 'FRANCISCO DE GOYA Y LUCIENTES. DESASTRES DE LA GUERRA'

Retornamos à Espanha, mas agora nos mudamos para o Centro Cultural Terrassa (Barcelona), onde, de 21 de novembro a 9 de fevereiro, você poderá visitar a exposição composta por 80 obras tituladas e numeradas gravadas em água-forte, nas quais o artista aragonês se concentra no ponto de vista das vítimas e seu sofrimento, mas também nas críticas à política.

**'Francisco de Goya y Lucientes**  
*Desastres de la Guerra*, 1810-1815  
Com ou sem razão  
Coleções Fundación MAPFRE

**'Francisco de Goya y Lucientes. Desastres de la guerra'**  
De 21/11/2019 a 09/02/2020  
Centro Cultural Terrassa  
(Barcelona)



## JUNYER E SANDALINAS NAS COLEÇÕES DA FUNDACIÓN MAPFRE

De 11 de outubro a 13 de dezembro de 2019, os desenhos vanguardistas dos artistas catalães Joan Junyer e Joan Sandalinas, procedentes de nossas coleções, desembarcam na Fundación MAPFRE Guanarteme, em Las Palmas de Gran Canaria.

Esta exposição nos revela cenas do cotidiano, pessoas comuns, pescadores na Barceloneta, trabalhadores da Telefónica e camponeses de Mallorca, entre outros temas preferidos por esses dois pintores.

**'Francisco de Goya y Lucientes**  
*Desastres de la Guerra*, 1810-1815  
Com ou sem razão  
Coleções Fundación MAPFRE

**Junyer e Sandalinas nas Coleções Fundación MAPFRE**  
De 11/10 a 13/10/2019  
Fundación MAPFRE  
Guanarteme  
Las Palmas de Gran Canaria





## RETRATOS

No Centro Andaluz de Fotografía de Almería, de 13 de setembro a 15 de novembro, você pode apreciar algumas das obras da coleção de fotografias da Fundación MAPFRE, desta vez focadas na complexidade e riqueza do retrato.

Robert Adams, Diane Arbus, Harry Callahan, Joan Colom, Dayanita Singh, Walker Evans, Lee Friedlander, Alberto García-Alix, Cristina García Rodero, Emmet Gowin, John Gutmann, Jitka Hanzlová, Graciela Iturbide, Richard Learoyd, Helen Levitt, Anna Malagrida,

Fernando Maquieira, Lisette Model, Robert Frank, Fazal Sheikh, Paul Strand e Garry Winogrand são os fotógrafos escolhidos para configurar essa aparência do retrato na fotografia do século XX.

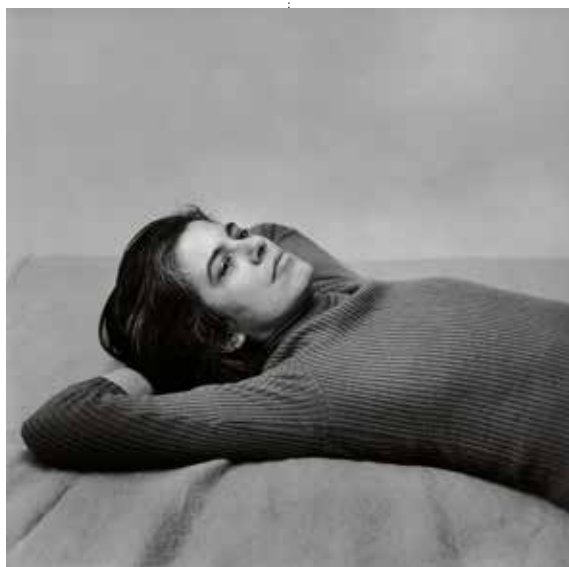
**Walker Evans**  
Rostos, Cidade da Pensilvânia, 1936  
Coleções FUNDACIÓN MAPFRE,  
© Walker Evans Archive,  
The Metropolitan Museum of Art, Nova York

**Retratos**  
De 13/9 a 15/11/2019  
Centro Andaluz de Fotografía.  
Almería Almería

## 'PETER HUJAR. A LA VELOCIDAD DE LA VIDA'

No Museu Jeu de Paume, em Paris, de 15 de outubro a 19 de janeiro de 2020, mais de 150 obras deste artista de natureza reservada definem uma trajetória, reflexo de uma era inteira, desde os anos cinquenta até sua morte, em 1987. Peter Hujar nasceu em Trenton, Nova Jersey,

em 1934 e cresceu no campo até que sua mãe o levou para morar com ela em Manhattan, quando ele tinha 11 anos. A partir desse momento, sua vida e seu trabalho estavam intimamente ligados ao centro de Nova York, onde fez retratos de artistas que conhecia e respeitava como Andy Warhol e Susan Sontag, além de outros personagens anônimos da cena de Nova York.



**Peter Hujar**  
*Susan Sontag*. 1975  
© The Peter Hujar Archive,  
LLC. Cortesia Pace/MacGill  
Gallery, Nova York, e Fraenkel  
Gallery, San Francisco

**'Peter Hujar. A la Velocidad de la Vida'**  
De 15/10/2019 a 19/1/2020  
Museu Jeu de Paume  
Paris



# O MUNDO DA MAPFRE

## #105

