

#EnMAPFREMásUnidosQueNunca

NUESTRAS PRIORIDADES: TU SALUD, EL NEGOCIO Y NUESTRA REPUTACIÓN





Justo en la víspera del nuevo año, China informó a la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre una serie de problemas graves respiratorios detectados en 27 personas de la provincia de Wuhan. Nadie presagió que comenzaba un momento histórico, una marejada llamada COVID-19 que ha traído, en todo el mundo, enfermedad, miedo, angustia, crisis... pero también una inmensa ola de solidaridad, generosidad, compromiso y esperanza que sigue presente en todos los rincones de nuestro planeta.

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

La COVID-19 ha provocado, a día de hoy, más de 7 millones de personas enfermas y ha acabado con la vida de más de 400.000 personas.

Todos hemos ido aprendiendo a medida que avanzaba la crisis sanitaria y hemos sido conscientes de la necesidad de reaccionar unidos para hacer frente al virus y superarlo, para luchar contra él; la mayoría quedándonos en nuestros hogares, mientras trabajamos, cuidamos de nuestras familias y sacamos adelante nuestra vida diaria.

Y esa misma responsabilidad y espíritu de lucha la han demostrado las empresas. Desde el primer momento MAPFRE fue consciente del impacto que la COVID-19 podía generar y desplegó rápidamente sus planes de contingencia con el objetivo prioritario de cuidar de la salud de empleados, colaboradores y clientes.

Los planes comenzaron en nuestras oficinas en Shanghái, Japón y Filipinas, luego Italia, y a ellas le siguieron, con las lecciones y experiencias adquiridas, España y, posteriormente, el resto de los países. Es un orgullo cómo todos los empleados de MAPFRE en el mundo hemos dado un paso adelante para dar lo mejor de nosotros

mismos y colaborar para salir de esta situación lo antes posible con nuestra “arma” más potente: nuestro trabajo. Cada uno desde su posición está demostrando el espíritu que nos une y define.

La mayoría de los empleados están trabajando desde casa, pero también hay algunos empleados que han continuado realizando su trabajo de forma presencial para seguir atendiendo a nuestros clientes ante sus necesidades esenciales.

Esta crisis ha reforzado aún más nuestros valores y ha mostrado a un equipo unido, porque en MAPFRE estamos más unidos que nunca.

A medida que la crisis sanitaria se iba extendiendo MAPFRE se ha ido adaptando y adelantando a las necesidades de cada momento. Nuestra empresa, bajo el gobierno del Comité Corporativo de Crisis, presidido por Francisco Marco, movilizó todos sus recursos para cumplir con un triple objetivo: garantizar nuestra salud, la continuidad del negocio y proteger la marca MAPFRE y su reputación.

Además, la empresa puso en marcha un amplio paquete de medidas sociales a través de la Fundación MAPFRE, para atender las necesidades más urgentes de la Sociedad.

#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca

Elena Sanz, directora general de Personas y Organización de MAPFRE, nos relata cómo han vivido desde esta área corporativa la crisis sanitaria: “en coordinación con las direcciones de recursos humanos del mundo y con el resto de áreas corporativas, y de forma especial con la Dirección Corporativa de Seguridad, hemos ido definiendo las necesidades de cada fase, y estableciendo procedimientos y protocolos tanto en aspectos sanitarios, como de prevención y laborales.

Desde el inicio de la pandemia, en cada uno de los países se trabajaron en paralelo varias medidas que se implantaron rápidamente en todos los países:

La primera de ellas fue el teletrabajo y la disminución de la densidad de ocupación en todos los edificios, con el objetivo de evitar los contagios. En pocos días, la mayor parte de los empleados trabajaban desde casa. El desarrollo de la iniciativa Reto Digital y el trabajo que se había realizado, dentro de esta iniciativa, por las áreas de tecnología, permitieron que los empleados pudieran trabajar desde sus casas. El despliegue de las herramientas colaborativas Skype y Teams, entre otras, nos ha permitido mantener la actividad del día a día y mantenernos informados, coordinados y conectados.

De forma paralela, y con el fin de disminuir el riesgo de transmisión, se identificaron y tomaron medidas para los colectivos más vulnerables, se divulgó información sobre la enfermedad y su sintomatología y se implantaron medidas de profilaxis, así como otras medidas como la prohibición de viajar. De forma continua los servicios médicos de los países han realizado el seguimiento de los empleados contagiados o con sintomatología.

En el ámbito de las relaciones laborales, cada país ha establecido un régimen especial para permitir la conciliación en el desarrollo de la jornada de trabajo con las necesidades personales y familiares de los empleados, intentando ser flexibles en una situación complicada para todos y confiando en la responsabilidad individual de cada uno de los empleados en la gestión de su propio trabajo. Por otro lado, y de acuerdo con la capacidad de cada equipo, los empleados se han apoyado entre ellos realizando funciones de otros departamentos con mayores picos de trabajo en estas circunstancias.



Durante estos días hemos tenido aprendizajes muy diversos, lecciones que nos acompañarán siempre y que nos permitirán definir nuevos planes, actuaciones y proyectos para seguir creciendo y fortaleciendo nuestra empresa.



Potenciar la formación en las nuevas herramientas colaborativas, aprender a trabajar en remoto, tips que nos permitieran mejorar las reuniones, nuestras comunicaciones a los compañeros, así como consejos de teletrabajo, se han desplegado desde el primer momento, ayudando a gestionar un cambio que, lamentablemente, no ha podido tener periodo de prueba.

Y acciones de apoyo a los empleados y sus familias, con asesoramiento psicológico al que pueden acceder más del 80% de los empleados en el mundo; y la promoción de actividades sociales y en familia, en cada uno de los países.

Desde el primer momento hemos querido que estuvierais informados de todo: actuaciones, medidas, recomendaciones... y para ello hemos usado nuestro canal global que es la Intranet MAPFRE, con noticias diarias, tanto globales como locales, el espacio AskMAPFRE, y la App Personas MAPFRE, en funcionamiento en España, Brasil, México y Turquía.

Los voluntarios de MAPFRE en el mundo han llevado la esperanza y el consuelo a las personas más vulnerables. Mediante acciones virtuales se han centrado, fundamentalmente, en las personas mayores, niños y jóvenes en riesgos de exclusión social, niños en hospitales y las personas con discapacidad.

CADA PAÍS HA ESTABLECIDO UN RÉGIMEN ESPECIAL PARA PERMITIR LA CONCILIACIÓN EN EL DESARROLLO DE LA JORNADA DE TRABAJO CON LAS NECESIDADES PERSONALES Y FAMILIARES DE LOS EMPLEADOS, INTENTANDO SER FLEXIBLES EN UNA SITUACIÓN COMPLICADA PARA TODOS Y CONFIANDO EN LA RESPONSABILIDAD INDIVIDUAL DE CADA UNO DE LOS EMPLEADOS EN LA GESTIÓN DE SU PROPIO TRABAJO.

AHORA TENEMOS QUE AFRONTAR UNA NUEVA FASE EN CADA UNO DE LOS PAÍSES, A MEDIDA QUE PODAMOS VOLVER LO HAREMOS ANTE TODO CON PRUDENCIA Y CON OPTIMISMO SIN OLVIDAR LOS TRES OBJETIVOS QUE NOS HAN MARCADO NUESTRO CAMINO: LA SALUD, EL NEGOCIO Y NUESTRA MARCA

Sin duda, durante estos días hemos tenido aprendizajes muy diversos, lecciones que nos acompañarán siempre y que nos permitirán definir nuevos planes, actuaciones y proyectos para seguir creciendo y fortaleciendo nuestra empresa. Todos hemos tenido que adaptarnos a nuevas circunstancias y ser flexibles, para atender a lo que en cada momento es prioritario y que hace que todo lo demás pase a un segundo plano. Esta empresa y todos los que la integran han respondido de la mejor manera posible, con fuerza, unidos y con la mejor actitud persiguiendo el objetivo común de volver todos, mejor y más fuertes.

Ahora tenemos que afrontar una nueva fase en cada uno de los países. A medida que podamos volver lo haremos ante todo con prudencia y con optimismo sin olvidar los tres objetivos que nos han marcado nuestro camino: la salud, el negocio y nuestra marca.”



#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca

Guillermo Llorente Ballesteros, director corporativo de Seguridad, explica cómo han vivido este momento en su área: “MAPFRE es plenamente consciente de que es en situaciones de crisis cuando sus clientes más la necesitan, y es también cuando tiene que demostrar que es digna merecedora de su confianza. Por ello, el Área Corporativa de Seguridad lleva muchos años destinando importantes recursos humanos y económicos a definir, implantar y actualizar en todas sus entidades Planes de Gestión de Crisis y Continuidad de Negocio (PCN) que le permitieran garantizar el servicio a sus clientes, independientemente de los eventos catastróficos que pudiesen acontecer.

La eficacia de los mismos ha sido demostrada en numerosas ocasiones en el pasado en entidades del Grupo como USA, Brasil, Chile, Ecuador, Colombia o España, dando respuesta a eventos climatológicos extremos, estallidos sociales o cortes de suministros básicos, consiguiéndose en todos los casos el objetivo de mantener el servicio prestado a los clientes.

PESE A QUE LA PANDEMIA DE LA COVID-19 HA SOBREPASADO TODOS LOS ESCENARIOS PREVISTOS, LOS PLANES DE CONTINGENCIA DE NEGOCIO EXISTENTES HAN CONSTITUIDO UNA BASE SÓLIDA SOBRE LA QUE ARTICULAR LA ESTRATEGIA DE RESPUESTA ANTE ESTA CRISIS

EN UN TIEMPO CASI RÉCORD, TODAS LAS ENTIDADES DEL GRUPO EN EL MUNDO HAN IMPLANTADO LAS MEDIDAS DEFINIDAS EN ESOS PLANES Y LA PRÁCTICA TOTALIDAD DE NUESTROS EMPLEADOS Y MEDIADORES, MÁS DE 40.000 USUARIOS, ESTÁN PUDIENDO TRABAJAR DE MANERA REMOTA EN SUS CASAS

Para lograr una gestión ágil y efectiva en este tipo de situaciones, el Marco de Gobierno define al Comité de Crisis y Continuidad de Negocio Corporativo como el órgano encargado de asumir el liderazgo y control de la gestión global de las crisis, teniendo reflejo a nivel local en los Comités de Crisis y Comités de Negocio de las entidades del Grupo, encargados de la gestión en su ámbito de actuación.

El Marco de Gobierno también establece que la Dirección de Seguridad y sus correspondientes en cada país, como el órgano de trabajo de esos Comités de Crisis y la encargada de coordinar las actuaciones asociadas a la gestión de la crisis, es la responsable de dar los reportes periódicos de situación y apoyar y coordinar la implantación de las decisiones adoptadas en esos Comités, así como adaptarlas a la situación en cada una de las entidades de MAPFRE. Esta actuación se articula a través de la constitución de un Grupo de Seguimiento Permanente y la coordinación de los diferentes Grupos de Trabajo creados.





Pese a que la pandemia de la COVID-19 ha sobrepasado todos los escenarios previstos, los planes de contingencia de negocio existentes han constituido una base sólida sobre la que articular la estrategia de respuesta ante esta crisis.

Pese a que la pandemia de la COVID-19 ha sobrepasado todos los escenarios previstos, los planes de contingencia de negocio existentes han constituido una base sólida sobre la que articular la estrategia de respuesta ante esta crisis, con dos objetivos fundamentales:

- El primero y prioritario, preservar la salud de empleados, clientes, proveedores y otros grupos de interés a nivel global
- Una vez alcanzado el anterior, ser capaces de garantizar la prestación de los servicios a nuestros clientes

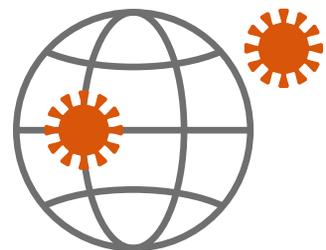
La preparación de MAPFRE ha posibilitado la rápida adaptación de los mismos a las características de esta crisis y el mantenimiento del servicio sin interrupción, haciendo que, en menos de una semana, entidades como Italia o España estuvieran teletrabajando casi al 100% y, en dos semanas más, lo estuvieran la práctica totalidad de los empleados del Grupo.

La implantación de esta estrategia se ha articulado a través de un conjunto de medidas definidas con carácter global que han ido adaptándose dinámicamente a la evolución de la crisis en las distintas geografías, siendo uno de los elementos fundamentales el refuerzo de las capacidades de teletrabajo, a través de los portales de contingencia y la

extensión de las capacidades de acceso remoto ya existentes o disponibilizar, también en remoto, de los sistemas de telefonía para los Contact Center,

En un tiempo casi récord, todas las entidades del Grupo en el mundo han implantado las medidas definidas en esos planes y la práctica totalidad de nuestros empleados y mediadores, más de 40.000 usuarios, están pudiendo trabajar de manera remota en sus casas, lo que ha permitido que se cumplan los dos objetivos establecidos, lograr preservar la salud de las personas y conseguir al mismo tiempo mantener la operativa a nuestros clientes.”

Además de proteger la salud de nuestros empleados y colaboradores en estas excepcionales circunstancias, MAPFRE ha continuado sus operaciones en todo el mundo, dando al cliente la atención que necesita y espera de nosotros.



#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca



La estrategia de globalización y transformación tecnológica llevada a cabo en los últimos años, ha ido dotando a MAPFRE de las capacidades, modelos operativos y el gobierno que nos han permitido reaccionar y gestionar esta crisis de forma rápida, ágil y coordinada.

Felipe Nascimento, director corporativo de Tecnología y Procesos, explica a continuación la actuación de MAPFRE desde la perspectiva tecnológica: “La estrategia de respuesta frente a esta pandemia decidida por el Comité de Crisis y CN Corporativo, situar en modalidad de teletrabajo a la mayor parte de nuestros empleados, ha supuesto, como es lógico, un tremendo desafío para el Área Corporativa de Tecnología y Procesos (ACTP), pues por muchas pruebas de los PCN de las entidades que hayamos hecho, hay que reconocer que nunca habíamos simulado el de una pandemia global como esta.

La estrategia de globalización y transformación tecnológica llevada a cabo en los últimos años ha ido dotando a MAPFRE de las capacidades, modelos operativos y el gobierno que nos han permitido reaccionar y gestionar esta crisis de forma rápida, ágil y coordinada, no solo con regiones y países, sino con las demás áreas corporativas e incluso con importantes proveedores de TI.

Al comienzo de esta crisis, todos los que hemos participado en su gestión, teníamos claro tanto el objetivo que tenía que ser alcanzado -garantizar la continuidad de las operaciones de negocio a nivel global-, como el escenario esperado, donde los

empleados, las redes comerciales y los proveedores tenían que poder trabajar en condiciones similares a las que tienen habitualmente en sus oficinas.

Tomando como base el plan de continuidad de negocio y coordinados por los comités de crisis de cada país, se identificaron los ámbitos de actuación prioritarios, que han sido replicables en la mayoría de los países y unidades de negocio.

El alcance de los objetivos pretendidos ha requerido una actuación paralela y coordinada entre los distintos grupos de trabajo del área de tecnología, especialmente los de infraestructuras.

A su vez, en estas situaciones de crisis, los PCN de las áreas de tecnología tienen una doble misión:

- Garantizar su propio funcionamiento interno, adaptándolo a las circunstancias, pues también sufrimos las consecuencias de esta enfermedad y, antes que nada, debemos proteger nuestro principal activo: empleados y colaboradores
- Hacer un esfuerzo extra para adaptarnos a la realidad vigente, asegurando el mantenimiento de las tecnologías que soportan los procesos de negocio a nivel global.

El desplegar la estrategia decidida en esos Comités de Crisis y CN, situar en modalidad

de teletrabajo para la mayor parte de nuestros empleados y mediadores en todo el mundo, se ha realizado en unos plazos de tiempo extremadamente cortos, a fin de conseguir dar la respuesta oportuna que esta crisis demandaba, así:

- En España, en prácticamente una semana la mayor parte de nuestros empleados disponían de teletrabajo
- Todas las demás entidades contaban por encima del 90% de sus colaboradores con el teletrabajo habilitado dos semanas después.

Esto ha supuesto un enorme tensionamiento de nuestra infraestructura de comunicaciones y, en general, de toda la infraestructura de servicios tecnológicos que se proveen desde el ACTP, lo que ha requerido de una multiplicidad de actuaciones, para posibilitar el mantenimiento del servicio en estas nuevas condiciones de uso, entre ellas:

- Se han reforzado los accesos de Internet en los CPD corporativos (un 300% en Alcalá y un 100% en Espacio MAPFRE) para garantizar el tráfico de comunicaciones entrantes y salientes generado. Se ha posibilitado el desvío automático de llamadas dirigidas al número corporativo hacia el teléfono indicado por el empleado.

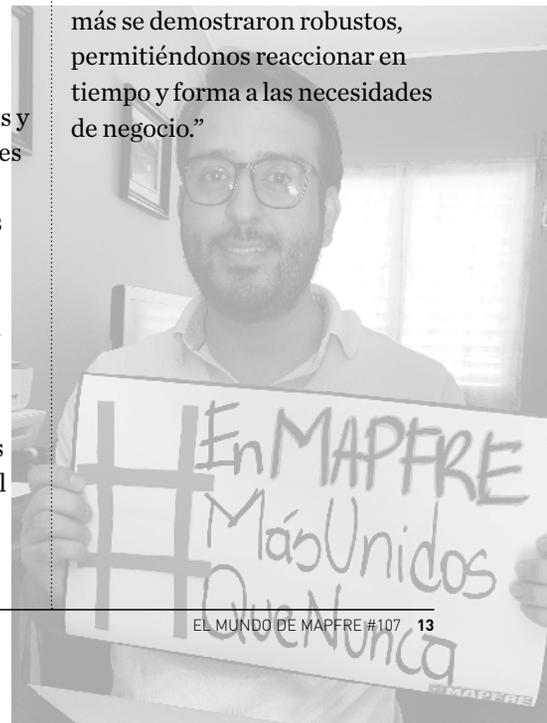
- En los contact centers, donde es más crítico mantenerse operativo, se han desplegado soluciones que permiten el desvío de las llamadas de los clientes, así como el acceso a las aplicaciones, que necesitaron integrarse con nuevas piezas de tecnología instaladas en los puestos de trabajo, para que los operadores pudieran trabajar desde sus domicilios. Destaco que se encontraron disponibles para más de 5.400 posiciones.
- Se han incrementado los servidores y licencias dedicados al acceso remoto por medio de VPN y se ha habilitado el acceso a los ordenadores de las oficinas de forma remota (RDP), todo ello trabajando conjuntamente con la DCS. También se ha ampliado la infraestructura de virtualización de puestos de trabajo (VDI).
- Se han configurado y distribuido 1.700 portátiles, más de 250 teléfonos móviles y decenas de nuevas conexiones a Internet.
- Se han reforzado los equipos de atención al usuario para dotarles de capacidad para atender a la nueva demanda.

Estas acciones, sumadas a otras tantas llevadas a cabo por diversas áreas en todos los ámbitos (corporativo, regional y país), han posibilitado que más de 40.000 empleados y

mediadores puedan teletrabajar.

Además, a todo ello se suma que la modalidad de teletrabajo ha conllevado el uso intensivo de las herramientas de colaboración y ha hecho que más de 27.000 usuarios estén usando la herramienta corporativa de mensajería instantánea y videoconferencia (Skype), cuya operación ha sido reforzada porque se ha convertido en elemento básico del día a día de muchos de nosotros. Al mismo tiempo, apoyados por la iniciativa estratégica Reto Digital, se está acelerando el despliegue de la herramienta de colaboración Teams para un número importante de usuarios.

Como conclusión de todo ello, podemos decir que la estrategia tecnológica de MAPFRE es correcta, en especial en lo que se refiere a los modelos de gestión y operación, que una vez más se demostraron robustos, permitiéndonos reaccionar en tiempo y forma a las necesidades de negocio.”



#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca



Hemos perseguido un balance adecuado entre el cumplimiento de nuestras obligaciones con los clientes, el papel que nos corresponde al servicio de la sociedad y un principio de prudencia máxima ante un escenario del que todavía desconocemos las verdaderas consecuencias económicas.

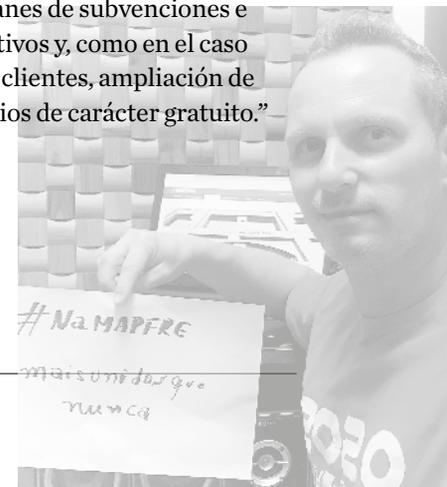
Desde el **Área Corporativa de Negocio y Clientes** su director general, **Jose Manuel Corral Vazquez**, explica: “Hemos trabajado en cuestiones relacionadas con las actividades de suscripción y la gestión de nuestra relación con clientes y mediadores. Desde el punto de vista de suscripción, como una actividad crítica de nuestra gestión aseguradora, se ha emitido un documento, validado por el Comité de Política de Suscripción del Grupo MAPFRE y aprobado en Comité Ejecutivo, que tiene como objetivo recoger una serie de principios básicos de actuación para las circunstancias actuales, así como recomendaciones de obligada atención por parte de las diferentes operaciones, desde una perspectiva tanto aseguradora como reaseguradora. En todos los casos se persigue un balance adecuado entre el cumplimiento de nuestras obligaciones con los clientes, el papel que nos corresponde al servicio de la sociedad y un principio de prudencia máxima ante un escenario del que todavía desconocemos las verdaderas consecuencias económicas.

En colaboración con las diferentes regiones, se han elaborado sendos documentos que agregan las diferentes medidas que desde las distintas filiales se están abordando

con los colectivos de clientes y mediadores, respectivamente. De este modo, a nivel Grupo, garantizamos la correcta difusión de todas las actuaciones puestas al servicio de los diferentes mercados en los que operamos de modo que podamos aprovechar de forma óptima el intercambio de mejores prácticas.

Desde el punto de vista de las actuaciones vigentes con los clientes, se ha puesto en marcha un amplio catálogo de medidas orientadas fundamentalmente a la facilidad en la atención de las obligaciones de pago, condonación de determinados importes de primas y ampliación de servicios de carácter gratuito vinculados a la cobertura de situaciones específicas derivadas del escenario de confinamiento.

En lo que se refiere a nuestros mediadores, fundamentalmente los de carácter exclusivo como respuesta inequívoca a su lealtad hacia MAPFRE, se están reforzando medidas vinculadas con el adelanto de comisiones, ayudas para la atención de gastos generales, mejoras de los planes de subvenciones e incentivos y, como en el caso de los clientes, ampliación de servicios de carácter gratuito.”



#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca

Desde el Área Corporativa de Inversiones hemos intentado poner el foco de la gestión de la crisis en cuatro líneas de trabajo, nos cuenta José Luis Jiménez Guajardo-Fajardo, su director general:

- 1. Intentar entender el impacto en los mercados financieros y su posible evolución.
- 2. El impacto en las carteras que gestionamos.
- 3. El bienestar del equipo.
- 4. El mantenimiento de la operatividad durante la crisis.

Para todo ello, se han formado distintos Comités de Seguimiento, unos con carácter diario y otros semanales, contando siempre con la inestimable ayuda de otras áreas corporativas. Si bien es cierto que los planes de contingencia están a la orden del día en Entidades de Servicios de Inversión, dados los múltiples eventos a los que nos hemos tenido que enfrentar en las últimas décadas (crisis financieras, ataques terroristas, etc.), no hay nada comparable a la situación actual. Por ello, lo más destacable es el fuerte compromiso de todos los equipos de inversiones en MAPFRE.

Durante estas semanas hemos podido intermediar más de 1.500 millones de euros en un mercado poco líquido y repartido en más de 800 transacciones, tanto en renta fija, renta variable, divisas o derivados. Probablemente, lo

más difícil es hacerlo a distancia y aislados, teniendo en cuenta que las grandes mesas de “front” que tenemos en MAPFRE ASSET MANAGEMENT permiten trabajar en línea a muchas personas que están todo el día intercambiando información y discutiendo estrategias. Por poner un ejemplo, cada vez que una gran empresa decide lanzar una emisión de deuda, apenas hay tiempo para revisar toda la información y realizar una petición de inversión, incluso conociendo bien la entidad. El hecho de haber participado en más de 50 emisiones en primario durante los últimos días es un gran logro para el equipo y una pequeña ventaja para la rentabilidad de las carteras. Y, finalmente, viene la difícil parte de la valoración, el “middle office” y la gestión de riesgos en un mercado totalmente dislocado.

Toda crisis es un cambio de un modelo o paradigma hacia otro nuevo. En esta ocasión no va a ser diferente y ello supone una oportunidad para cualquier inversor. Evitar los riesgos de liquidez o de crédito y aprovechar las inversiones que nos vayan surgiendo serán, sin duda, los grandes retos a los que tenemos que enfrentarnos en los próximos trimestres. *Audentes fortuna iuvat*, recogía Virgilio en *La Eneida*, aunque en una crisis nunca está de más añadir la palabra *prudencia*.”



Toda crisis es un cambio de un modelo o paradigma hacia otro nuevo y ello supone una oportunidad para cualquier inversor.

#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca



La pandemia es global, las necesidades de los clientes son muy similares, pero la respuesta que MAPFRE está dando es absolutamente individual y personalizada.

“La excelencia en el servicio es posiblemente el elemento diferenciador mejor percibido por los clientes de MAPFRE.” Así comienza **José Antonio Arias Bermúdez, director corporativo de Operaciones**, su relato sobre cómo están viviendo esta situación. Esta realidad se hace patente en los análisis de probabilidad de recomendación (NPSR) que se realizan constantemente en los principales momentos clave del ciclo de negocio. Así sabemos que los índices de NPSR de clientes que han tenido un siniestro o recibido una asistencia son superiores a los de aquellos que no han pasado por este proceso.

En circunstancias extraordinarias como las que vivimos en estos momentos esa excelencia operacional en el servicio es todavía más crítica. Los clientes deben saber que cuando el distanciamiento físico es mayor MAPFRE está todavía más cerca de ellos. Esto es sin duda una visión a la que aspira toda empresa que presta servicios, pero ¿cómo se está mostrando la realidad?, ¿tenemos motivos para estar satisfechos? La respuesta es sí, porque es lo que nos están diciendo nuestros clientes.

Transcurridas algunas semanas de gestión, vemos que los indicadores de operación, de percepción y de valoración de los clientes muestran inclusive

mejoras sobre los niveles habituales del día a día. Aspectos importantes como los tiempos de respuesta o la resolución inmediata en los Contact Center, así como la aplicación de las múltiples medidas de apoyo que MAPFRE ha dispuesto para diferentes colectivos de asegurados, muestran una percepción muy positiva. Todo en general demuestra que aquello que hacemos en situaciones habituales es totalmente sostenible en un entorno de crisis como este.

La pandemia es global, las necesidades de los clientes son muy similares, pero la respuesta que MAPFRE está dando es absolutamente individual y personalizada. Para alcanzar este nivel en tantos países es necesario contar con tres pilares fundamentales:

- Altas capacidades en materia de digitalización
- Disponer de procesos robustos que generan valor para el cliente y que son resultado de escuchar su voz, la voz del cliente
- Enorme compromiso de los equipos operativos.

Cada uno de esos pilares es una condición necesaria, pero por sí sola insuficiente si no se consigue combinarlas adecuadamente.

MAPFRE se ha anticipado a las medidas de control y restricción de movimientos que han impuesto las autoridades

de casi todos los países en los que operamos. Lo cierto es que no hay empresas que no dispongan de planes de acción o contingencia, lo que vemos es que la diferencia, una vez más, se establece en la ejecución y, en este aspecto, las direcciones de Tecnología y la de Seguridad han acertado plenamente. Desde que se tomó la decisión, nuestros equipos operativos han pasado a desarrollar sus funciones en teletrabajo y lo han hecho de una forma ordenada, sin rupturas en los procesos de servicio:

- En pocos días, prácticamente el 100% de los recursos de operaciones susceptibles de trabajar a distancia estaban haciéndolo, una decisión que además ha sido percibida internamente como una muestra clara de compromiso con el cuidado de la salud de todos los que formamos parte de MAPFRE y de nuestras familias.
- Se aplicó con éxito la redistribución de cargas entre diferentes centros de operaciones, los centros de servicio compartido han permitido mantener servicios virtuales para diferentes negocios
- Se ha incrementado el número de verificaciones y peritaciones de daños a distancia, basadas en imagen y vídeo
- El enfoque seguido en nuestras iniciativas de transformación digital para disponer de personas capaces de desarrollar más de una función (*multiskill*),

ha permitido reacomodar capacidades en aquellos procesos que resultan más demandados por los clientes. Así, hemos atendido los incrementos de contactos en temas de cobros, cambios de formas de pago, consultas generales y pólizas de salud, a los que hemos dedicado recursos que han visto decrecer las tareas necesarias en siniestros de automóviles o asistencias en carretera.

- Si en los últimos años se había conseguido dar un enorme salto en la automatización de transacciones mediante Robotic Process Automation (RPA), en este momento podemos decir que han sido un aliado perfecto para poder conservar los tiempos de atención y respuesta habituales en los 18 países donde nuestros negocios se benefician de estas soluciones, dedicando al personal de operaciones a atender los contactos que más valor generan para el cliente: estamos más cerca.

Las medidas de acción en el ámbito operativo han llegado también al ámbito de los proveedores de servicio, los equipos de profesionales que tienen el contacto y relación con el cliente en el momento de la verdad, en la atención del siniestro o de la asistencia. Se han aplicado medidas para darles recomendaciones y guías para una actuación más segura pero también otras tan

importantes como abrir el acceso a anticipos económicos sobre trabajos futuros. De esta manera se contribuye a la estabilidad de este colectivo, integrado por autónomos y pymes que actúan en ámbitos tan diferentes como los talleres, servicios de grúas, reparadores de hogar en sus múltiples facetas profesionales –albañiles, electricistas, fontaneros– y otros también profesionales, médicos, clínicas, laboratorios, etc. En MAPFRE, la dimensión social del seguro se hace patente para todos los colectivos relacionados, clientes, distribuidores y en este caso proveedores, con planes de aplicación inmediata para garantizar la continuidad de la actividad y la prestación de servicios sin riesgo para los colaboradores.

Con todo este respaldo, la batería de acciones y ventajas que se han desarrollado para clientes también incluye aspectos tan interesantes como la atención prioritaria para aquellos que o bien forman parte de grupos de riesgo o bien trabajan en servicios de asistencia sanitaria, social o colectivos de cuerpos de seguridad (Brasil); el refuerzo de las capacidades que tenemos implantadas en materia de medicina digital (España) y telemedicina (Colombia) o el envío de medicamentos a domicilio para que nuestros asegurados puedan quedarse en casa (México).

#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca

Desde el **Área Corporativa de Relaciones Externas y Comunicación**, su **directora general, Eva Piera**, informa: “Si en tiempos normales, la comunicación es una función imprescindible en cualquier compañía, en este periodo excepcional de crisis que nos ha tocado vivir, se ha convertido en absolutamente estratégica. Por eso, una de nuestras prioridades ha sido comunicar de forma continua, honesta y transparente nuestras medidas e iniciativas a nuestros empleados, a los clientes y a la sociedad en general.

En ese sentido, desde el Área Corporativa de Relaciones Externas y Comunicación de MAPFRE, hemos querido en todo momento comunicar, explicar y poner en valor esa respuesta integral dada por MAPFRE y Fundación MAPFRE para contribuir a la lucha contra el coronavirus y a paliar sus efectos económicos y sociales. Con ello, hemos querido transmitir confianza, unidad y empatía con empleados, colaboradores, clientes y la sociedad, y la mejor forma de expresarlo ha sido con el lema **#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca**. En definitiva, a través de la comunicación hemos querido poner en valor nuestro profundo sentido de

la responsabilidad corporativa como uno de los pilares de nuestra reputación.

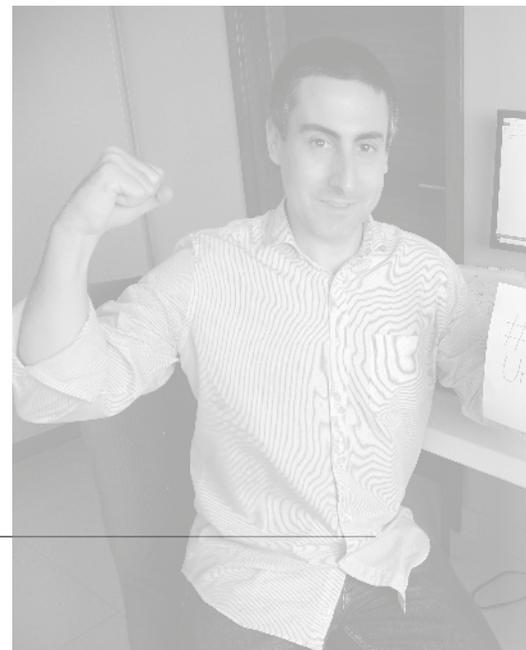
En Comunicación externa, hemos aprovechado las capacidades aumentadas que nos facilita nuestra nueva web, www.mapfre.com, para mantener informados a nuestros públicos de todas las acciones que la compañía ha ido anunciando. También hemos publicado multitud de contenidos de interés vinculados con la pandemia, y hemos comenzado a publicar una newsletter financiera semanal que recoge las opiniones de los expertos de MAPFRE sobre el impacto del virus en la economía y los mercados.

En redes sociales hemos lanzado una serie de campañas de interacción con nuestros seguidores, que han tenido gran repercusión, como la de Aplaudimos, que invitaba al usuario a elegir a qué colectivo quería dedicar su aplauso. Y hemos potenciado los mensajes institucionales a través de los perfiles del presidente como máxima figura, que ha lanzado un video semanal con mensajes optimistas sobre la superación del virus.

En el ámbito de la comunicación interna hemos trabajado, junto con el Área Corporativa de Personas y



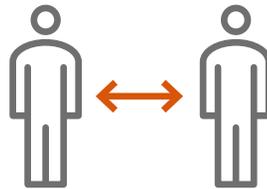
A través de la comunicación hemos querido poner en valor nuestro profundo sentido de la responsabilidad corporativa como uno de los pilares de nuestra reputación.



Organización, con el objetivo de mantener informados a los empleados y colaboradores de MAPFRE en un momento de enorme incertidumbre; y de reforzar la motivación y el sentimiento de pertenencia de los empleados y su orgullo ante la respuesta del Grupo a este desafío global. En este sentido, hemos tenido encuentros virtuales del presidente y la directora general de Personas y Organización, respondiendo a preguntas de los empleados, y hemos compartido un vídeo de los empleados de todo el mundo, poniendo en valor los más de 30.000 empleados trabajando desde casa para MAPFRE en todos los países en que opera.

Asimismo, se ha potenciado especialmente la coordinación de la comunicación de todos los países donde estamos presentes, monitorizando la puesta en marcha de las diferentes etapas de la crisis sanitaria en cada país, procurando su alineación con los mensajes corporativos y proporcionando a los países material y vídeos para sus campañas de redes sociales. Hemos podido ver en la intranet los testimonios que nos han enviado muchos de los países, así como todas las acciones que se han desarrollado localmente gracias a la ayuda de Fundación MAPFRE.

Es relativamente fácil lanzar mensajes de compromiso y solidaridad cuando las cosas funcionan. Lo difícil es estar a la altura cuando vienen mal dadas. Muchos no vamos a olvidar el esfuerzo que nuestra empresa ha hecho por nosotros y por la sociedad durante estos meses, y sabemos que eso ha sido posible también gracias al compromiso individual y a la respuesta de cada uno de nosotros. No somos una empresa más. Somos MAPFRE. Y hemos hecho todo lo posible para que la comunicación reflejara todos esos valores.



VIVIR TRAS LA COVID-19

El futuro no se detiene y nosotros estamos construyendo ahora la nueva realidad en la que vamos a vivir. Es momento de trabajar duro y preparar nuestra vuelta, que seguro será muy pronto. Cuando lo hagamos, atesoraremos los recuerdos y experiencias compartidas más que nunca. ¡Saldremos reforzados!

Debemos continuar unidos, sacando lo mejor de cada uno para seguir creando valor a pesar de las circunstancias. **#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca** superaremos esta crisis como hemos vencido otras en el pasado.

**¡GRACIAS A TODOS POR VUESTRO ENORME TRABAJO Y COMPROMISO!
¡SOMOS MAPFRE!**

