

Un enfoque *millennial* en la función de **AUDITORÍA INTERNA**

TEXTO **CAROLINA CALVENTE** | FOTOGRAFÍAS **MAPFRE**

Un equipo de seis auditores *millennials* del Área Corporativa de Auditoría Interna ha participado en un proyecto de innovación para analizar esta importante función de la compañía desde su perspectiva. Una interesante iniciativa que refleja la diversidad generacional como un gran activo de MAPFRE.





VISITA NUESTRA
EDICIÓN DIGITAL
PARA **VER EL VÍDEO**
Y MÁS IMÁGENES
DEL PROYECTO

A comienzos de año la Dirección del Área Corporativa de Auditoría Interna llevó a cabo un interesante proyecto para analizar esta importante función de la compañía desde el punto de vista de un millennial. En la iniciativa, denominada Función de Auditoría Interna: un enfoque millennial y desarrollada en colaboración con la Dirección Corporativa de Innovación, participó un equipo integrado por seis auditores millennials.

Los participantes aplicaron las metodologías de innovación que actualmente se utilizan en MAPFRE, como Design Thinking, Lean Startup, y Customer Development. Estas metodologías se centran en comprender los problemas y necesidades del cliente para construir, definir y validar ágilmente la mejor solución.

LOS PARTICIPANTES APLICARON LAS **METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN** QUE ACTUALMENTE SE UTILIZAN EN MAPFRE, COMO **DESIGN THINKING, LEAN STARTUP, Y CUSTOMER DEVELOPMENT**

EXPERTOS INTERNOS IMPARTIERON **CHARLAS SOBRE LAS INICIATIVAS ESTRATÉGICAS SAM 3.0 Y SALUD DIGITAL** ASÍ COMO SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LA COMPAÑÍA Y LAS TENDENCIAS DEL MERCADO EN RELACIÓN AL **BLOCKCHAIN** Y AL **LEARNING MACHINE**



La iniciativa tuvo una semana de duración y se desarrolló en la sala Innolab de la sede corporativa de MAPFRE en Majadahonda (España). Durante los dos primeros días los integrantes del equipo corporativo de innovación explicaron las metodologías mencionadas anteriormente, y expertos internos impartieron charlas sobre las iniciativas estratégicas SAM 3.0 (Sergio Gómez Recio) y Salud Digital (Pedro Díaz Yuste) así como sobre la evolución de la compañía y las tendencias del mercado en relación al **Blockchain** (Andrés Hevia) y al **Machine Learning** (Jose Luis Gallego).

Posteriormente, los auditores de este proyecto desarrollaron un mapa mental a partir del cual se definieron y abordaron

EL EQUIPO MILLENNIAL



distintos aspectos relacionados con la función de Auditoría Interna:

- La eficiencia del proceso de Auditoría Interna.
- La estructura organizativa.
- La comunicación, tanto interna como externa, y las posibles sinergias existentes.
- La calidad del producto y de la función de Auditoría Interna.
- El conocimiento tecnológico.

Fruto de este trabajo surgieron una serie de propuestas de valor que fueron presentadas a la Dirección de Auditoría Interna, que las analizó individualmente y estableció un calendario de implantación para aquellas propuestas que se consideraron viables y que aportaban valor a la función.



JAVIER BLANCO GONZÁLEZ
(SERVICIO DE AUDITORÍA INTERNA DEL ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL)



YONGZHENG CHEN
(SERVICIO DE AUDITORÍA INTERNA DE MAPFRE IBERIA)



RUBÉN DE MIGUEL ESTEBAN
(SERVICIO DE AUDITORÍA INTERNA DE TI)



ANDREA CUADRÓN MORENO
(SERVICIO DE AUDITORÍA INTERNA DE ASISTENCIA Y GLOBAL RISKS)



BRUNO BLANCO OTERO
(SERVICIO DE AUDITORÍA INTERNA DE MAPFRE RE)



MIGUEL FORCELLEDO GUAYO
(MAPFRE S.A.)

La conclusión principal de este proyecto es la proximidad entre la visión de los millennials y las de personas de otras generaciones respecto a la función de Auditoría Interna. No obstante, sí que existen diversos aspectos de mejora, principalmente en la metodología de trabajo.

Entre ellos, destacan los relativos a la aplicación Auditmap, utilizada en el trabajo diario del departamento y que actualmente se encuentra en pleno proceso de renovación, para lo cual se están teniendo en cuenta las propuestas planteadas por el equipo millennial.

José Manuel Muries, director general del Área Corporativa de Auditoría Interna, valora muy positivamente el proyecto y señala que esta experiencia pone de manifiesto que “en MAPFRE tenemos que aprovechar la gran ventaja que supone nuestra diversidad generacional, en términos de talento, experiencia, creatividad e innovación”.

¿QUÉ ES EL DESIGN THINKING?

Es una metodología para generar ideas innovadoras que se centra en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios.

Cinco claves para implantar el Design Thinking en una organización:

1/ EQUIPOS MULTIDISCIPLINARES:

aplicando pensamientos divergentes (muchas soluciones, posibles o imposibles) y convergentes (seleccionar la mejor resolución).



2/ ESCUCHAR Y EMPATIZAR con el cliente.



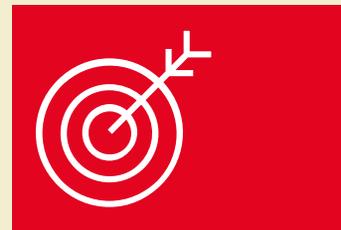
3/ EL FRACASO ES UNA EXPERIENCIA

Iterar y pivotar forman parte del camino al éxito.



4/ AGILIDAD

Procesos de producción más ágiles.



5/ ESPACIOS CREATIVOS

que promuevan una mayor interacción y comunicación entre los empleados.

