

## INTERVENCION – 15 DE NOVIEMBRE DE 2002

### IV CONGRESO CATOLICOS Y VIDA PUBLICA. DESAFIOS GLOBALES: LA DOCTRINA SOCIAL DE LA IGLESIA HOY.

Buenas tardes señoras y señores.

En primer lugar expreso mi agradecimiento a Alfonso Coronel de Palma por ofrecerme la Presidencia de la 2ª Sesión de este IV CONGRESO CATOLICOS Y VIDA PUBLICA que organiza la Fundación Universitaria San Pablo CEU.

El tema de la sesión es ni más ni menos que: **Hombre, Trabajo y Empresa**, y como ponente del mismo contamos con una personalidad tan destacada como François Michelin, hasta hace muy poco co-gerente de la empresa MICHELIN Y CIA., conocida mundialmente como fabricante de los neumáticos MICHELIN (en español).

Además de presentar al ponente y dirigir el debate, me corresponde efectuar algunos comentarios generales sobre el tema, y también contarles mi experiencia personal como Presidente de MAPFRE, empresa cuyos PRINCIPIOS DE ACTUACION pienso que son absolutamente compatibles con los Principios Generales de la Doctrina Social de la Iglesia.

El tema que nos ocupa es de apasionante actualidad, puesto que a la permanente reflexión y debate que debe mantenerse sobre: la posición del

hombre en el contexto del trabajo y la empresa, la importancia y la licitud del beneficio, el drama del desempleo, el equilibrio entre trabajo y familia, los valores y la ética en la empresa, etc., se une la actual “crisis” de desconfianza por la que están atravesando las empresas, motivada, en mi opinión, por: la falta de transparencia, las actitudes personales ajenas al concepto de la ética, y en muchos casos en la consideración del beneficio como su objetivo único, a veces muy ligado al propio beneficio personal, y a costa de quien sea y de lo que sea, conceptos todos ellos muy alejados de los principios que contempla la Doctrina Social de la Iglesia, y pienso que del concepto que muchos ejecutivos y empresarios tenemos sobre la empresa.

Como es sabido, esta crisis está repercutiendo de forma importante en los mercados financieros con bajadas muy significativas en las bolsas de valores, lo que comienza a afectar a la economía real y está provocando a nivel mundial una revisión de las conductas empresariales, del funcionamiento de los órganos de gobierno, de los órganos de supervisión, y de la actitud de los ejecutivos y sus retribuciones.

Sobre algunos de estos temas -y otros que surjan- tendremos oportunidad de tratar en el debate, pero como les dije anteriormente, considero conveniente comentarles mi propia experiencia empresarial en MAPFRE única empresa en que he trabajado, situación ésta que resulta frecuente entre las 18.000 personas que trabajan en nuestra empresa.

Permítanme comenzar con dos conceptos que considero básicos:

- 1º. Los principios de actuación y la ética empresarial tienen que hacer referencia a todas y cada una de las relaciones empresariales:

- \* El personal
- \* Los clientes
- \* Los proveedores
- \* Los accionistas, y
- \* La sociedad en general.

No vale, en mi opinión, ser muy sofisticado por ejemplo en la definición humanista y ética de las relaciones con el personal, y olvidar a los clientes, accionistas, y el resto de la sociedad.

2º. Estos principios y normas de actuación deben ser claros, explícitos y todo el mundo debe saber que constituyen la esencia de la empresa.

Les comento a continuación y de forma muy resumida algunos aspectos desarrollados en MAPFRE:

Tanto los principios institucionales como empresariales que constituyen las normas de actuación de MAPFRE, figuran de forma destacada en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE, y cuando corresponde en sus estatutos. Este código se finalizó a comienzos del año 2000 pero reúne los principios que han regido la actuación de MAPFRE en los últimos 40 años.

Algunos de estos principios son:

A) ACTUACION ETICA, que implica entre otras cosas:

- Transparencia en la gestión.

- Veracidad en toda la información que se suministre.
- Rapidez en el cumplimiento de las obligaciones.
- Equidad en las relaciones con todos los que se relacionen con la empresa.
- Cumplimiento estricto de las leyes y obligaciones que se deriven de ellas.

B) HUMANISMO

Que define que el principal activo de MAPFRE son las personas que forman parte de ella y se potencia la tolerancia, la cordialidad y la solidaridad.

C) FOMENTO DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Aunque en este principio se consideran varios aspectos, permítanme que les lea textualmente lo que se indica respecto a los beneficios o, en su sentido más amplio, la creación de valor en la empresa:

“La creación de valor no debe basarse en la realización de operaciones especulativas, sino en el esfuerzo, la eficacia, el dinamismo y el aprovechamiento adecuado de los medios que proporciona el progreso tecnológico para mejorar de forma permanente la gestión empresarial; y debe conseguirse respetando

las exigencias que se derivan de los demás principios institucionales definidos en este Código, en especial el de actuación ética”.

#### D) SENTIDO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Nuestro compromiso con la sociedad en general se materializa a través de las seis Fundaciones MAPFRE que cuentan con un patrimonio de 60 millones de euros y reciben todos los años una parte de nuestros beneficios.

Además de estos principios permítanme comentarles algunos aspectos prácticos que figuran también en nuestro Código del Buen Gobierno para facilitar la aplicación real de los citados principios:

- \* Prohibición de realizar prestaciones o donaciones, a fines distintos a los propios fines empresariales de MAPFRE o a las fundaciones por ella promovidas.
- \* Prohibición de que trabajen en MAPFRE familiares de Consejeros, Directivos y empleados, a fin de garantizar la objetividad en la selección del personal.
- \* Jubilación obligatoria de los Consejeros a los 70 años y de los ejecutivos a los 65.
- \* Moderación en las retribuciones de los órganos de gobierno y altos directivos.

Finalizo comentándoles que una de las mayores dificultades con que nos hemos encontrado estos años ha sido la aplicación de estos principios en los 36 países en los que operamos, para ello hemos tenido que insistir permanentemente en que si bien la aplicación de técnicas operativas era un aspecto flexible y por tanto dependía de las características del país, nuestros Principios de Actuación eran únicos y de aplicación rigurosa en todos los países en que operamos, y para ello ha habido que superar con frecuencia conceptos como: "Aquí todo el mundo lo hace" o "En este país eso no está mal visto".

Aunque pudiera parecer que estos principios podían suponer un cierto corsé a nuestro desarrollo empresarial, tengo que manifestar con satisfacción que ha sido todo lo contrario, que, por una parte, una de nuestras peculiaridades es la gran motivación y vinculación de nuestro personal y, por otra, que obtenemos beneficios crecientes superiores a los de nuestros competidores, y que este año, uno de los más difíciles en la historia del seguro, superaremos los 400 millones de euros de beneficio con incremento de más del 25% sobre el año anterior.

Y ahora finalizada mi referencia a MAPFRE es para mí un gran honor presentarles a nuestro ponente François Michelin.

François Michelin es nieto del fundador de la sociedad MICHELIN Y CIA., y se incorporó a ella en 1951 ocupando posteriormente la gerencia hasta mayo del presente año. Bajo su mandato, MICHELIN, sin perder el doble objetivo de sus fundadores: calidad del producto y servicio al cliente, ha experimentado una enorme expansión: más de 15.000 millones de euros de cifra de negocio, 130.000 empleados y presencia comercial en 170 países.

Como dentro de muy poco comprobaremos, el Sr. Michelin es un empresario poco usual. El no habla de las cosas como uno aprende a repetirlas en las grandes escuelas de negocios. Su juicio sobre la sociedad, sobre las empresas, sobre los políticos, sobre los grandes temas del momento es único. Es el reflejo de un hombre libre. Pero quizá lo que más llame la atención de este gran hombre es que mira y ve las cosas. Habitualmente se mira sin ver; sin embargo, frente a cualquier tema, Michelin no dice la lección teórica, dice lo que ve fruto de su experiencia, y ve muchas cosas.

Sr. Michelin con muchísimo gusto le concedo la palabra.

---- = = 0 = = ----

JMM/mh.

15-11-02