

**MAPFRE**

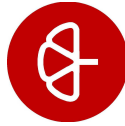
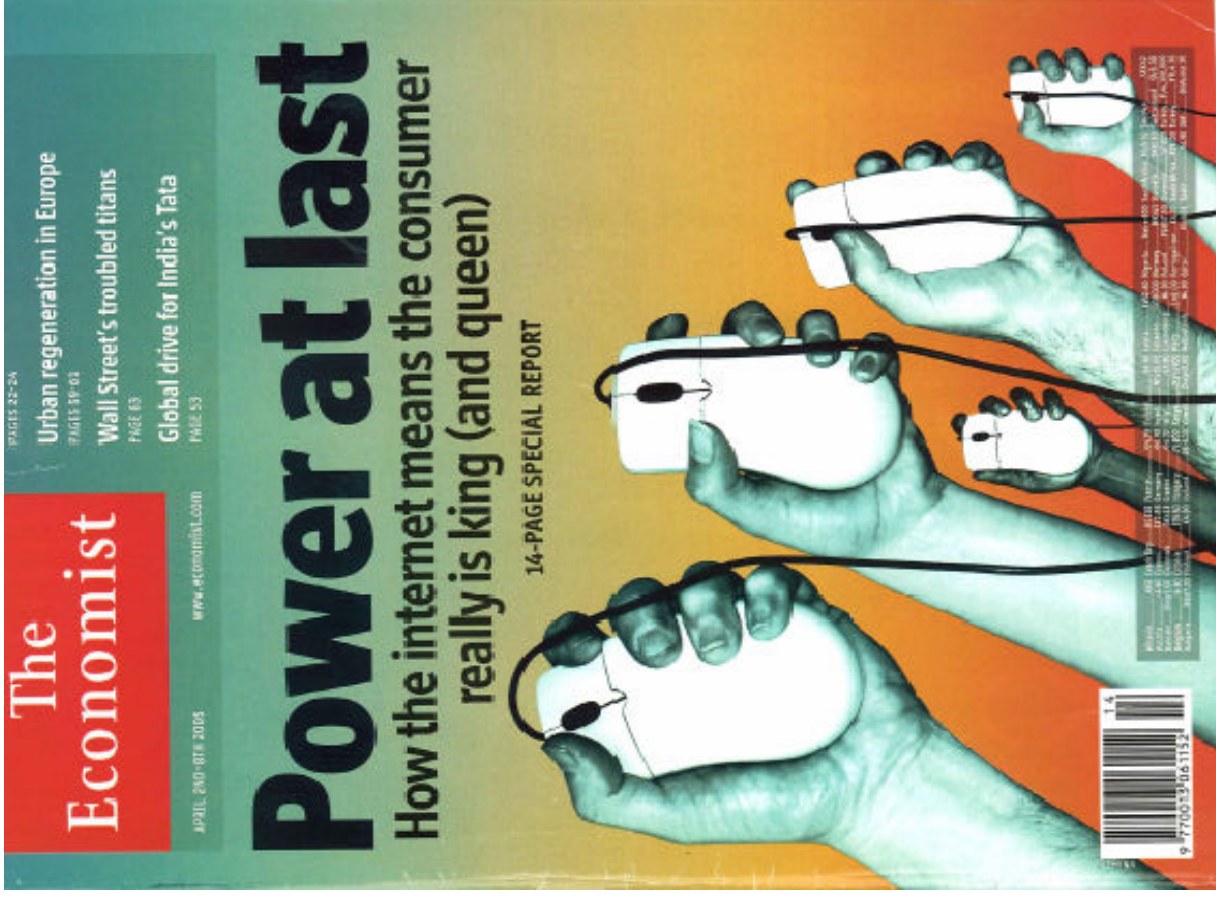


# EL CLIENTE DEL FUTURO

**José Manuel Martínez**  
Presidente de MAPFRE



**MAPFRE**



**RG&A** Reinsurance Group  
of America, Incorporated\*



**MAPFRE**

**De emitir pólizas a clientes  
satisfechos:**



**la experiencia MAPFRE**



## Etapas de este proceso

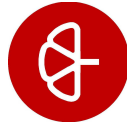
1. El seguro como indemnización
  2. Seguro como servicio
- 
3. Cliente satisfecho



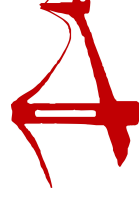
1965-1975:

## Capilarización de la Red

- **Formación y consolidación de la Estructura Territorial (oficinas directas y oficinas delegadas)**



*Cercanía al cliente*



## Los años 70: La especialización

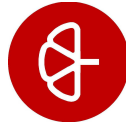
-  Creación de sociedades por áreas de negocio (Unidades operativas autónomas)

*Productos y servicios especializados*

# MAPFRE

## Los años 80: Profundizar en la oferta

- Peritación y pago rápido
- Participación en Beneficios de pólizas  
Vida
- Asistencia en el hogar
- Creación de MAPFRE Asistencia
- Creación CESVIMAP



*Nuevos servicios de valor añadido*



## 1984: Comisión de Defensa del Asegurado

-  Creado para resolver de forma gratuita y con total independencia las reclamaciones de los clientes.

*Confianza del cliente*





# MAPFRE

## Finales de los años 80: la Internacionalización

- Mayor dimensión y diversificación geográfica
- Seguro directo, Asistencia y Reaseguro



*Favorece al cliente individual y permite atender al cliente global*



**MAPFRE**

**Finales de los años 90:  
alianza con Caja Madrid**

- **Complementariedad de redes y productos**
- **Aprovechamiento del canal Bancaseguros**



***El cliente elige donde comprar***



2005:

Nuevo modelo de distribución



- Red MAPFRE
- Mayor eficiencia
- Mejor integración de la oferta

*Orientación al cliente*



## Puentes hacia el cliente

### Cliente interno:

- Sired: apoyo informático de conocimiento y servicio del cliente



### Cliente externo:

- Oficinas directas y delegadas: mas de 2.700 en España
- Call Center
- OIM, la oficina de MAPFRE en Internet



## Código de Buen Gobierno

- Globalidad de la oferta
- Vocación multinacional
- Especialización
- Descentralización
- Alta calidad en el servicio a los clientes
- Búsqueda permanente de la eficacia
- Responsabilidad Social



**MAPFRE**

# MUCHAS GRACIAS

