



VÍDEOS EN NUESTRA
EDICIÓN DIGITAL

BE SOCIAL

TEXTO ANA GUTIÉRREZ
Y SARA ELENA TORRES HORTAL
IMÁGENES DIBUJARIO

Acabas de asistir a un evento y has tomado unas fotografías de tu compañero ponente. “¿Qué hago? ¿cuento en LinkedIn que hemos venido a participar en este foro? ¿O será mejor en Twitter? Uy, a ver si meto la pata, mejor me las guardo y no hago nada...” ¿Te ha pasado esto alguna vez? O quizás has visto un artículo sobre sostenibilidad en mapfre.com que te ha parecido interesantísimo. ¿Sabrías con qué hashtag podrías compartirlo en redes sociales? Sigue leyendo, porque te vamos a proponer cómo “ser social”.

Ayúdanos a TRANSMITIR al mundo el COMPROMISO de MAPFRE con la sociedad.



¡CONTAMOS contigo!



Tener empleados embajadores de marca significa multiplicar la difusión de los mensajes de una marca de manera exponencial. Los mensajes de marca tienen un alcance muy superior cuando son compartidos o generados por los empleados en sus propias redes sociales que cuando se hace a través de los canales sociales corporativos. Te presentamos Be Social, el plan con el que nos gustaría ser una de las comunidades digitales más grandes a nivel global.

Hablar de empleados embajadores de marca se lleva haciendo desde hace mucho tiempo; pero ¿a qué se debe el impulso actual por parte de las marcas? Sin duda, a la multitud de posibilidades y canales sociales convertidos en un multiplicador de posibilidades para una marca como MAPFRE.

Seguro que te sientes identificado con esta afirmación: “Los usuarios confían más en las personas que en las marcas y reaccionan mejor al contenido y a las recomendaciones de amigos y familiares.” Así es, los mensajes de las marcas son compartidos 24 veces más cuando son publicados por personas. En definitiva, el contenido compartido por los empleados genera mayor interacción.

Eso sí, sabemos que, a veces, nos puede producir algo de vértigo no saber si se puede o no publicar una información, en otras ocasiones dudamos sobre dónde es mejor publicar el contenido que nos gustaría compartir. Otras veces, incluso puede que te plantees: “¿para qué voy a publicarlo? Van a pensar que me quiero lucir.” Bueno, pues capacitar y empoderar a los empleados para que compartan contenidos de las empresas es fundamental para garantizar



el desarrollo e impulsar el negocio. Hoy, los empleados sois los mejores *influencers*.

Desde MAPFRE se han dado muchos pasos en la digitalización de todos nuestros procesos y la COVID-19 ha impactado al mundo en todos los sentidos, por lo que los

desafíos que está presentando esta crisis brindan una oportunidad para que las organizaciones evolucionen a una nueva realidad donde predomina lo digital.

La intranet global, las redes sociales, mapfre.com o la App Personas se convirtieron en verdaderos canales de comunicación internos y externos mientras estuvimos confinados. Los principales representantes de la compañía fueron los primeros que aprovecharon la oportunidad de estos medios, propios de la empresa, para entablar conversación con todos los empleados del mundo a nivel global. El hashtag **#EnMAPFREmásUnidosQueNunca** se convirtió en el más utilizado, alcanzando 3.300 menciones.

Y no sólo se debe analizar esto desde una óptica laboral, pues para la mayoría de nosotros sería muy complicado, ahora, relacionarnos con los demás sin WhatsApp o sin videoconferencias. Es difícil pensar en adquirir un producto sin antes buscar en internet y ver opiniones, información de la empresa, etc.

LA COMUNIDAD DE MAPFRE EN REDES SOCIALES ALCANZÓ A CIERRE DE 2021 3.105.901 SEGUIDORES EN EL MUNDO

Somos más de 33.000 empleados en el mundo, ¿te has parado a pensar el potencial como marca y comunidad que tendríamos si todos y cada uno de

nosotros siguiéramos a MAPFRE en sus canales, así como a cada uno de los compañeros del mundo?

SI CADA UNO DE NOSOTROS SIGUIÉRAMOS LAS CUENTAS DE MAPFRE Y A COMPAÑEROS Y DIRECTIVOS DEL GRUPO, SE TENDRÍAN MUCHOS MÁS SEGUIDORES QUE ALGUNAS PÁGINAS MUY POPULARES

Contar con empleados embajadores de marca, no sólo da impulso al negocio, sino que potencia nuestra cultura de empresa y el potencial como marca, así como la empleabilidad de cada uno de nosotros.

Y MAPFRE tiene un plan: muy pronto, y a través de la Intranet, encontrarás una invitación para participar en Be Social, nuestro proyecto global de embajadores de marca. Tranquilo, no estarás solo, será un proyecto en el que estarás acompañado desde el principio. Por eso, contarás con un espacio en la Intranet donde se explicará la estrategia de MAPFRE en redes sociales y que servirá para entender perfectamente la información que se puede encontrar en cada red social y por cada tipo de canal. Además, en las páginas puedes ver a través de las guías visuales del artista gráfico Dibujario los mejores consejos para:

- Estar presentes en redes sociales
- Mantener las redes sociales seguras
- Ser embajador de marca

Con esto, se podría empezar, pero queremos ir más allá y dar la vuelta a la pirámide actual. Hasta el momento, son muchos los empleados que no utilizan las redes sociales para compartir



mensajes de la empresa, unos pocos se atreven a compartir e interactuar con las cuentas oficiales y todavía es un número mínimo aquellos que se lanzan a crear contenido.

Por eso, compartiremos temas, lanzaremos campañas y te diremos cuáles son los hashtags que te propone MAPFRE para estar unidos en la conversación y que pueden

ser utilizados. Formarás parte de nuestro Social Marathon y verás reconocida y recompensada tu participación en redes sociales. ¿Y sabes por qué?

PORQUE NOS GUSTARÍA CONTAR CONTIGO EN BE SOCIAL

SACA TU LADO MÁS SOCIAL TAMBIÉN A TRAVÉS DE LOS CANALES INTERNOS

Para que vayas calentando motores, te recordamos que, a través de nuestros canales internos -la intranet y la App Personas-, tienes la posibilidad de colaborar, interactuar y compartir tus opiniones y conocimientos dentro de la comunidad MAPFRE. Si lo haces, ayudarás a la mejora y crecimiento de nuestra compañía y tú mismo lograrás:

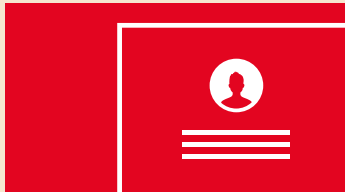
- Saber lo que está pasando en la empresa
- Expresarse y participar en las decisiones y en la vida de la empresa
- Mejorar tus resultados y colaborar para que otros compañeros también los obtengan

PORQUE TODOS FORMAMOS PARTE DE UN PROYECTO COMÚN

¿CÓMO PUEDES COLABORAR EN LOS CANALES INTERNOS DE MAPFRE?

A través de la **intranet global**, disponible para todos los empleados, tienes distintas fórmulas para hacerlo:

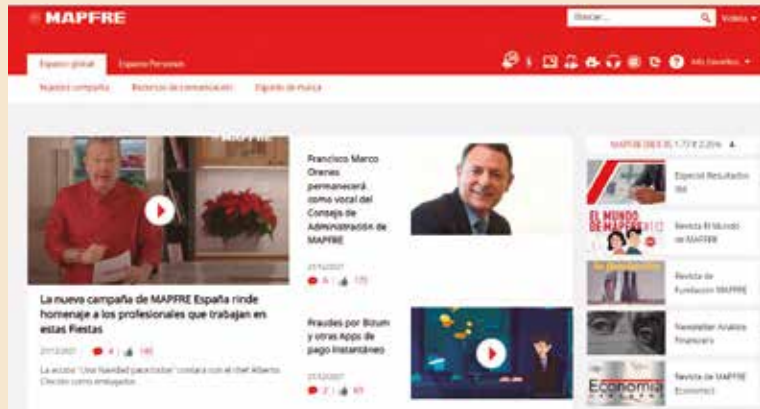
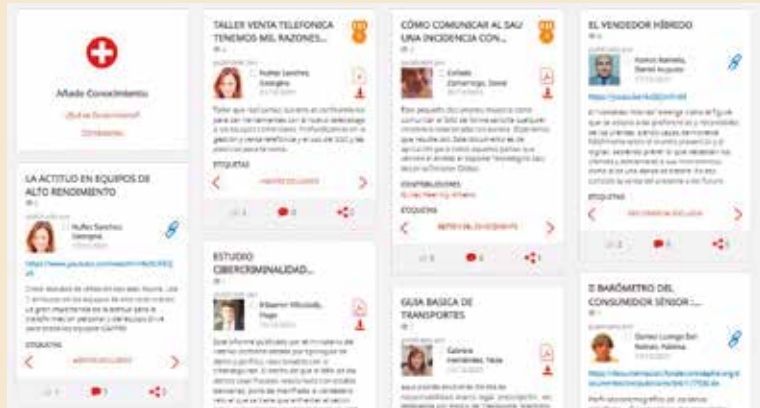
1. DESDE TU PERFIL



- Puedes mostrar **quién eres, qué es lo que sabes y cuáles son tus intereses**, que son los que tú previamente has contribuido en tu perfil de Success Factors.
- **Recomendar a un compañero.** Puedes escribir hasta 3 recomendaciones al mes de una misma persona sin límite de personas.
- **Valorar sus conocimientos**, tanto skills como herramientas.

Con todo ello, **otros compañeros puedan localizar o localizarte por esos conocimientos validados.** Esto ayuda a detectar personas dentro de la organización expertas en distintos temas.

- Mostrar tus **contribuciones en Eureka.**
- Ver tu grado de **participación en las comunidades, Eureka o si eres Digital Champion.** Es lo que se ha denominado el "Hall of fame" del perfil.
- **Seguir** al resto de tus compañeros.



2. A TRAVÉS DE LAS NOTICIAS

En este caso puedes **Comentar y dar a Me gusta.**

Con tu gesto, nos ayudas a saber el interés que tienen esas comunicaciones y, de ese modo, seguir ofreciéndote información valiosa para ti como empleado.

3. DESDE EUREKA

Eureka es nuestro almacén de conocimiento. Ese espacio se construye gracias a las aportaciones de todos los compañeros de MAPFRE en el mundo, **muchas de ellas sobre los contenidos estratégicos de MAPFRE. ¿Cómo?**

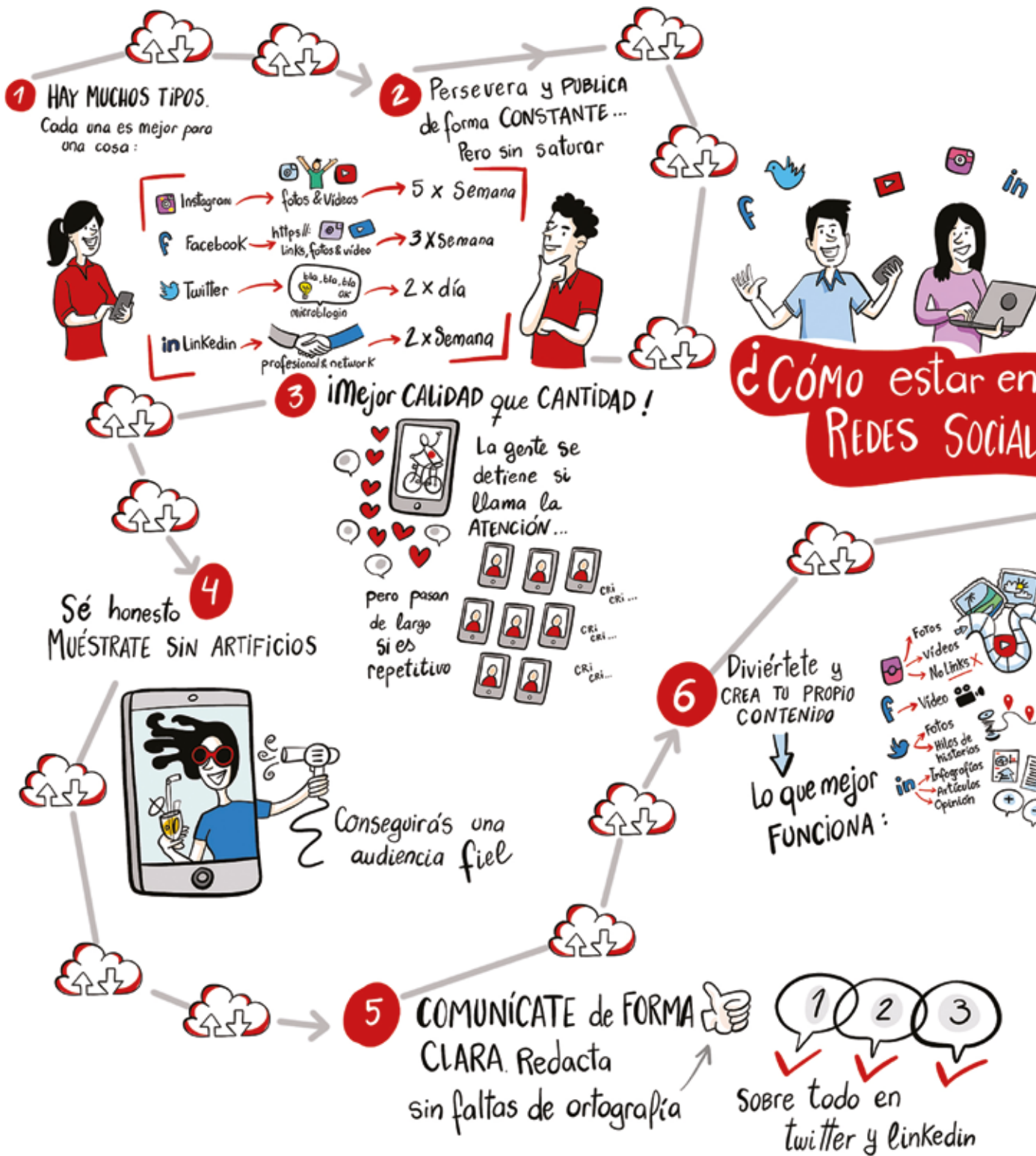
Desde Eureka también puedes **conectar con profesionales referentes en distintas materias y países.**

4. DESDE LA APP PERSONAS

Desde la **App Personas**, que está lanzada por el momento en Alemania, Brasil, España, México, Perú, Puerto Rico y Turquía puedes indicar si te gusta o no algún contenido, así como guardarlo en tus favoritos

Como en el caso de la intranet, tu valoración nos ayuda a mejorar la información que trasladamos a través de la App Personas.







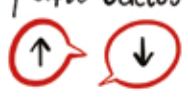




¿Cómo PROTEGER tus cuentas en Redes S?

1 No lo CUENTES TODO Sobre ti

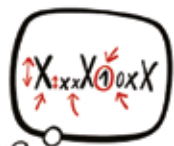
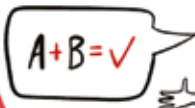
Puedes dejar algunos campos de tu Perfil vacíos o completarlos de manera escueta.



2 CONFIGURA contraseñas, autenticación y quién tiene acceso en las opciones de privacidad

3 CREA CONTRASEÑAS difíciles de adivinar

No las repitas.
Una autenticación en dos pasos es una opción muy segura.



5 USA LA NAVEGACIÓN PRIVADA (Sobre todo si no es tu ordenador)

4 Acepta peticiones de amistad de PERSONAS que CONOZCAS (Si no es así, revisa antes su perfil)



Evitarás bots estafadores gente que se ha confundido



Así no

¿CÓMO PROTEGERME EN REDES SOCIALES?



8 REVISAR LAS CONDICIONES DE USO de las DIFERENTES PLATAFORMAS

contienen información importante sobre la gestión de tus datos personales



9 PRECAUCIÓN a la hora de compartir

¡La información que se publica nunca se elimina del todo!

Casi la mitad de la población mundial usa las RR.SS.



7 CUIDADO al ACTIVAR la LOCALIZACIÓN de las apps. Mejor no dar pistas de si estas cerca o lejos de casa

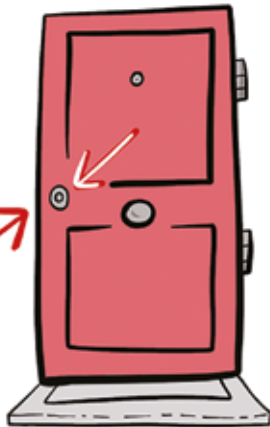
10

¡REDUCE LA VISIBILIDAD de tus DATOS y REFUERZA TU SEGURIDAD!



6 Cierra Sesión SIEMPRE

(personal)



se guardarán contraseñas, cuentas o historial.



VISITA LA EDICIÓN DIGITAL DE LA REVISTA EN WWW.ELMUNDODEMAPFRE.COM

VOLVEMOS A PARTICIPAR EN EL DÍA INTERNACIONAL CONTRA EL CÁNCER DE MAMA

El pasado mes de octubre, con ocasión de la celebración del Día Internacional contra el Cáncer de Mama, en MAPFRE organizamos la campaña de sensibilización **Súmate al Rosa 2021** con dos objetivos:

- Informar de que el cáncer de mama no es patrimonio exclusivo de las mujeres, sino que los hombres lo pueden padecer también, aunque su incidencia es muy baja.
- Insistir en la importancia de la revisión periódica entre las mujeres porque, debido a los efectos derivados de la COVID-19, hay personas que están dejando de realizar sus revisiones y éstas son fundamentales para una detección precoz de esta enfermedad.



ESPAÑA; BRASIL; EURASIA: ALEMANIA, BÉLGICA, FILIPINAS, HUNGRÍA, ITALIA, MALTA, TURQUÍA; **IBERIA:** PORTUGAL; **LATAM NORTE:** COSTA RICA, EL SALVADOR, GUATEMALA, HONDURAS, MÉXICO, NICARAGUA, REPÚBLICA DOMINICANA; **LATAM SUR:** ARGENTINA, CHILE, COLOMBIA, ECUADOR, PARAGUAY, PERÚ, URUGUAY, VENEZUELA; **NORTEAMERICA:** ESTADOS UNIDOS, PUERTO RICO.

En la campaña de este año, hemos realizado una serie de **acciones de comunicación globales y, en muchos casos, también locales, para sensibilizar e informar sobre este tipo de cáncer.**

Además, el día 19 de octubre animamos a los empleados a que compartieran a través de las redes y nos enviaran sus **fotografías vestidos con algo de color rosa**, con el objetivo de promover un movimiento rosa, símbolo de la lucha contra esta enfermedad.

HAN PARTICIPADO EN ESTA CAMPAÑA UN TOTAL DE **27 PAÍSES**, LO QUE SUPONE UN ALCANCE DEL **89,4 %** DE LA PLANTILLA, LOGRANDO UNO DE LOS MÁS DESTACADOS RESULTADOS DE ESTA INICIATIVA EN SUS **12 EDICIONES.**





CELEBRAMOS UNA NUEVA EDICIÓN DEL DÍA DEL CONOCIMIENTO

El Día del Conocimiento es una propuesta con la que los empleados descubren las ventajas que tiene el conocimiento que MAPFRE pone a nuestro alcance, compartirlo y utilizar Eureka, a través de un dinámico juego de preguntas y respuestas.

Este evento ha celebrado su segunda edición del 16 al 26 de noviembre en varios países. El juego consistía en responder correctamente a las cuestiones relacionadas con cinco materias, concretamente: actuarial, comercial-vida, negocio digital, operaciones y técnica, y cuyas respuestas estaban en los vídeos que habían grabado los referentes en conocimiento y que estaban disponibles en el Espacio Personas de la intranet y en la App Personas.

Con esta propuesta, MAPFRE sigue avanzando en extender su modelo de gestión del conocimiento, que beneficia hoy ya a todos los empleados del mundo. La gestión del conocimiento es uno de los escenarios de productividad de **Digital Workplace**. El potencial de una empresa está en las personas que forman parte de ella. Sus conocimientos y la forma de compartirlos pueden marcar la diferencia en el camino hacia el éxito.

¡Disfruta al máximo la experiencia de compartir tu conocimiento a través de Eureka!



EL MODELO DE GESTIÓN
DEL CONOCIMIENTO
DE MAPFRE **BENEFICIA**
HOY A MÁS DE
23.000 EMPLEADOS
DE TODO EL MUNDO.

LA GESTIÓN DEL
CONOCIMIENTO ES UNO DE
LOS **ESCENARIOS DE**
PRODUCTIVIDAD DE
DIGITAL WORKPLACE.



**[DW] Digital
Workplace**



nutrición



voluntarios
Fundación **MAPFRE**

**OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**

Personas **MAPFRE**
dispuestas a ayudar

MAPFRE supports the Sustainable Development Goals



VISITA LA EDICIÓN DIGITAL DE LA REVISTA
EN WWW.ELMUNDODEMAPFRE.COM

DÍA INTERNACIONAL DEL VOLUNTARIO, PARA RECONOCER SU ESFUERZO Y SU CONTRIBUCIÓN PARA CREAR UN MUNDO MEJOR

Este día, que se celebra el 5 de diciembre, es una oportunidad única para agradecer todos los esfuerzos realizados por los voluntarios de MAPFRE. Con su trabajo, que es sinónimo de compromiso, equidad, solidaridad, empatía y respeto por los demás, convierten nuestro mundo en un lugar mejor.

En 2021, más de 4.240 voluntarios de MAPFRE han participado en alguna de las cerca de 1.400 actividades que ha organizado el Voluntariado Corporativo de MAPFRE, una cifra que pone de manifiesto que, a pesar de todo, la vocación de servicio sigue muy viva en nuestra empresa.

Nuevamente nos hemos volcado en ayudar a los más vulnerables: los mayores, los niños y adolescentes, las personas con discapacidad... Más de 73.000 personas se han beneficiado directamente de las actividades realizadas por los voluntarios de MAPFRE.

El voluntariado es clave para la transformación social, ambiental y económica. Es capaz de cambiar las mentalidades, actitudes y comportamientos de las personas. Así que, sea cual sea la forma en que hayas participado, ¡muchas gracias!

El Día Internacional de los Voluntarios es una oportunidad para recordar el lema que representa a todos los voluntarios MAPFRE: Personas MAPFRE dispuestas a ayudar.

El programa de Voluntariado Corporativo de MAPFRE, que se desarrolla a través de Fundación MAPFRE, está integrado en las estrategias de Recursos Humanos y de Sostenibilidad de MAPFRE y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y **#LaPartequeNosToca**.

Personas **MAPFRE**
dispuestas a ayudar

¡SUPERADO EL RETO DEL DÍA GLOBAL DEL VOLUNTARIADO MAPFRE!

En la V edición del Día Global del Voluntariado MAPFRE os propusimos un reto global, ¡alcanzar los 10.000 kilos de alimentos donados entre todos los empleados de MAPFRE!

No solo lo hemos logrado sino que lo hemos superado enormemente, ¡hemos sumado más de 23.000 kilos de alimentos!

Gracias a todos. Sin vosotros no lo hubiéramos conseguido.

Con esta enorme satisfacción cerramos una nueva edición de nuestro Día Global del Voluntariado MAPFRE —2 de octubre—, que lleva ya cinco años en marcha y con la que hemos conseguido contribuir de forma muy activa a varios de los ODS de la Agenda 2030, entre otros los ODS 1 “Fin de la Pobreza” y ODS 2 “Hambre cero”.

En este año, en el que seguimos viviendo bajo la pandemia del COVID-19, la vocación de servicio sigue muy viva en nuestra empresa y el Voluntariado Corporativo de MAPFRE nuevamente se ha volcado en ayudar a los más vulnerables: los mayores, los niños y adolescentes, las personas con discapacidad...

¡GRACIAS POR UNIRTE Y AYUDARNOS A SUMAR EN NUESTRO RETO EN EL DÍA GLOBAL DEL VOLUNTARIADO MAPFRE!

