

85

TERCER TRIMESTRE 2014

MAPFRE abre las
puertas de su Universidad
Corporativa

25 aniversario
de MAPFRE
ASISTENCIA

Comprometidos
con el empleo
de los jóvenes

El mundo de MAPFRE



Nuevo **CENTRO DE
PROCESO
DE DATOS**

Renovamos
el corazón
tecnológico de
la compañía



Nuevos retos más globales, con la misma confianza

MAPFRE, patrocinador principal del equipo español
de la Volvo Ocean Race.

Síguenos en desafiomapfre.com



mapfre.com

 **MAPFRE**
La aseguradora global de confianza



Compromiso con las personas

EL DATO
198 MILLONES
DE PERSONAS SE
BENEFICIAN DE LOS
SERVICIOS DE MAPFRE
ASISTENCIA EN
TODO EL MUNDO

En un mundo cada vez más dominado por la tecnología, esta se convierte en un activo estratégico. Así lo entiende MAPFRE, y muestra de ello es la construcción del nuevo Centro de Proceso de Datos en Alcalá de Henares (Madrid), que se convierte en el catalizador de la transformación tecnológica de MAPFRE, en línea con la transformación que vive la empresa orientada a la construcción de estructuras globales.

Otra clara muestra de esta orientación es la universidad corporativa, un proyecto diseñado para promover un nuevo entorno global de aprendizaje, que nos permitirá compartir conocimiento entre profesionales, con el punto de mira siempre puesto en el servicio al cliente.

Todos estos temas, y muchos más, protagonizan este número de *El Mundo de MAPFRE*, una revista que también quiere ser más global cada día, dando voz a los empleados de las distintas partes del mundo que ejercen diferentes tipos de tareas, lo que da muestra de la gran diversificación de la compañía.

Una diversificación que nos enriquece, pero que también, sin duda, aporta cierta dificultad a la gestión diaria, exigiendo de nosotros un esfuerzo para construir un entorno de trabajo en el que predomine el respeto y la eficiencia. La asertividad puede ser la clave para combinar ambos factores.

Ser asertivo supone expresar con sinceridad nuestras opiniones, de acuerdo o desacuerdo, teniendo siempre en consideración los sentimientos de los demás. Sólo así MAPFRE sacará partido de todo el potencial que supone contar con más de 36.000 empleados en 47 países, con diferentes puntos de vista y experiencias que enriquecen el conjunto. Y sólo si las expresamos con respeto hacia el otro seguiremos construyendo un entorno que fomente el trabajo en equipo y el desarrollo personal y profesional, base de todas las empresas de éxito.

Y antes de terminar, felicitaciones a nuestros compañeros de MAPFRE ASISTENCIA, que cumple 25 años de historia. ¡A por otros tantos!

El mundo de **MAPFRE**

Presidenta del Consejo Editorial
ANTONIO NÚÑEZ

Directora
LUZ GARCÍA CAJETE

Han colaborado en este número
PATRICIA GARCÍA, MARINA CALVO, MARTA MÁRQUEZ, JOAQUÍN HERNÁNDEZ, JAVIER ORTEGA, NURIA DEL OLMO, DAVID FRANCISCO MARTÍNEZ

Corrección de estilo
VIOLETA MATEO ROMÁN

Edita
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN DE MAPFRE

Distribuye
EDITORIAL MAPFRE, S.A.
CTRA. POZUELO, 52
28222 MAJADAHONDA, MADRID
TEL: 91 581 53 57 / FAX: 91 581 18 83
EDIMAP@MAPFRE.COM

Realización editorial
COMARK XXI
CONSULTORES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING
DIRECCIÓN@COMARKXXI.COM

Diseño Gráfico
ADRIÁN Y UREÑA

Fotomecánica
LUMIMAR

Imprime
CGA

DEPÓSITO LEGAL M.1.017-1993
ISSN 1132-9068

Sumario

6

TEMAS MAPFRE
Los millones de datos que custodia una compañía de seguros como MAPFRE son un tesoro, pero también una gran responsabilidad. El nuevo Centro de Proceso de Datos de Madrid, corazón tecnológico de la compañía, alberga gran parte de los datos y las comunicaciones de MAPFRE.

10

PERSONAS MAPFRE
MAPFRE abre su Universidad Corporativa diseñada para impartir a nivel global los programas formativos destinados a sus más de 36.000 empleados en todo el mundo. Con un único campus virtual, eCampus MAPFRE, y diversos campus presenciales.

16

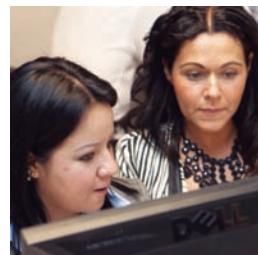
ACTUALIDAD
El conocimiento de los riesgos a los que se enfrenta un proyecto empresarial es vital para el éxito del mismo. MAPFRE pone a disposición de las empresas medianas y pequeñas, Empresas 360º, una herramienta que les permitirá adecuar la protección de riesgos a sus necesidades.

20

CLAVES
El equilibrio emocional es un aliado de la eficacia y la felicidad. Para lograrlo es fundamental desarrollar un carácter assertivo, es decir, ser capaz de comunicar nuestros deseos e intereses sin agredir a nuestros interlocutores. Para que sea efectiva, la assertividad debe practicarse habitualmente.

24

ANIVERSARIO
MAPFRE ASISTENCIA celebra su primer cuarto de siglo. 25 años de servicio a nuestros clientes y de desarrollo de una compañía que, en un principio, solo prestaba asistencia en carretera y hoy tiene la ambición de seguir creciendo y expandiendo su presencia internacional.





30

PROTAGONISTAS
Nuestros profesionales contables y financieros han de ser fiables y rápidos en los lugares más diversos del mundo. Desde Reino Unido, Perú, España, Brasil y China, nos cuentan sus experiencias.

35

NOTICIAS

42

FUNDACIÓN
Accedemos ha conseguido que casi 1.000 jóvenes menores de 30 años encuentren empleo. El reto es continuar animando a las pyme a contratar este colectivo, uno de los más castigados por la crisis, así como apoyar iniciativas como la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven.

48

INFORME
La sociedad española valora el seguro por la protección y seguridad que proporciona, aunque aumenta la valoración de las coberturas económicas.

56

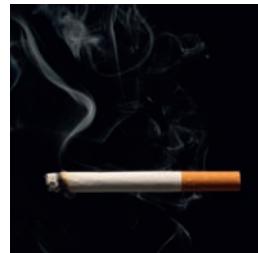
ESTAR BIEN
Novedades en los tratamientos contra el tabaquismo, una adicción que es la primera causa de muerte evitable en el mundo desarrollado.

59

TIEMPO LIBRE
Además de desempeñar su trabajo, practican su don particular. Músicos, escritores o deportistas... en MAPFRE.

52

**NOTICIAS
FUNDACIONES**



Renovamos el corazón tecnológico de la compañía

El nuevo Centro de Proceso de Datos de Madrid alberga gran parte de los datos y las comunicaciones de MAPFRE a nivel mundial.

texto **PATRICIA GARCÍA** • fotos **ARCHIVO MAPFRE**

¿Alguna vez os habéis preguntado cuántos datos almacena una compañía de seguros? Si nos detenemos a pensar sobre ello unos instantes nos daremos cuenta de que la cantidad es ingente, y más si la empresa lleva varias décadas en funcionamiento. Y no solo eso, ¿os habéis preguntado en alguna ocasión la cantidad de maquinaria y energía que se necesita para garantizar el correcto y seguro funcionamiento de una empresa que se nutre fundamentalmente de datos? Efectivamente, el mantenimiento y espacio necesario para albergar estos equipos es muy grande y las medidas de seguridad, altas, pues cualquier problema o ataque a estas instalaciones y sus servidores podría ser fatal.

Pero, ¿cómo y dónde se almacenan estos datos? Las empresas cuentan con centros especializados que sirven de garantía para el almacenamiento de información imprescindible para la compañía, ubicados normalmente lejos unos de otros. De este modo garantizan la conservación de los datos que constituyen el «corazón» de la organización. Pero no solo eso, también garantizan que todas las comunicaciones del Grupo (los mensajes de correo, las aplicaciones corporativas) funcionen correctamente y esto, en una compañía tan grande como la nuestra, con más de 36.000 empleados, es fundamental.

En MAPFRE contamos con varios Centros de Proceso de Datos corporativos (porque así se llaman estos enormes edificios que albergan los datos de las compañías): en Miami, São Paulo, Webster y otro más en Madrid, de reciente construcción y que está a punto de ser inaugurado. Esta distribución se debe a que los centros han de dar servicio a las necesidades de un área geográfica y además asegurar el respaldo de unos a otros en caso de que ocurra algún imprevisto o catástrofe.

En todos los casos se trata de centros singulares: edificios muy grandes en los que la mayor parte del espacio está dedicado a instalaciones que garanticen la continuidad del suministro eléctrico y la climatización de los servidores de almacenamiento y proceso de los datos y las comunicaciones. Esto es muy importante, ya que al haber una alta concentración de máquinas en el edificio, que disipan mucho calor, una ventilación incorrecta o un suministro eléctrico insuficiente podrían afectar a su funcionamiento, con el impacto que esto tendría sobre el negocio de MAPFRE al impedir el trabajo normal de los usuarios de los sistemas.

El Centro de Proceso de Datos (CPD) de MAPFRE situado en Madrid presta servicio actualmente a MAPFRE a nivel corporativo, a Iberia, MAPFRE RE y MAPFRE





8.000
PUERTOS DE
COMUNICACIONES
Y DATOS PARA
EQUIPOS
INFORMÁTICOS.
120 KM DE
CABLEADO DE
COBRE,
28.000 KM
DE FIBRA
ÓPTICA



“ Contamos con varios Centros
de Proceso de Datos en Miami, en São
Paulo, en Webster y en Madrid ”

GLOBAL RISKS a nivel global, y también a MAPFRE ASISTENCIA, que recibe además soporte del CPD de Miami. Es decir, el CPD de Alcalá es el núcleo de estas entidades.

Pero, ¿cómo es este CPD? Se trata de un edificio de 16.400 metros cuadrados, construido con hormigón, que acoge a su vez 2.400 metros cuadrados de salas para instalar equipamiento informático. En realidad se trata de dos CPD en uno, ya que el edificio se divide en dos partes idénticas que actúan como espejo una de la otra, realizando copias de los datos en ambos. El objetivo es que den servicio a MAPFRE durante los próximos 20 años.

En cuanto a la seguridad, ¿con qué medidas debe contar para garantizar su correcta conservación? Los CPD tienen que estar dotados de las máximas y más estrictas medidas de seguridad que garanticen que nada falla, y contar con un plan alternativo previsto para que la compañía continúe funcionando normalmente en caso contrario. Cabe destacar que estos centros tienen en marcha importantes medidas de prevención y seguridad: control de accesos, detección de intrusión, circuito cerrado de televisión, sistema de detección de fugas de líquidos, protección contra incendios con sistemas de extinción mediante agua nebulizada, etc. Además, para



Enrique Laso

Subdirector General de Infraestructuras,
Arquitectura y Comunicaciones

«El nuevo CPD de Alcalá es una instalación a la altura de las mejores referencias mundiales»

¿Qué aporta este nuevo CPD a MAPFRE?

Este nuevo centro permite que nuestra compañía se beneficie en distintos ámbitos, como la seguridad, tanto del almacenamiento de la información como de la disponibilidad de la infraestructura, gracias en gran medida a la certificación TIER III. Además, también ofrece a MAPFRE una capacidad de desarrollo a nivel de infraestructuras de tecnología muy importante, ya que la compañía se encuentra en constante crecimiento y esto también se traduce en necesidad de espacio físico y virtual para almacenar los datos y asegurar las comunicaciones. Y no solo eso, sino que asegura a la compañía una mayor eficiencia energética que anteriores centros, con un ahorro a largo plazo considerable.

Contar con Centros de Proceso de Datos es vital para las compañías por varios motivos. MAPFRE depende de su tecnología y sus infraestructuras para funcionar, especialmente en un entorno de digitalización creciente de los negocios, por eso es tan importante tener uno o varios CPD. También lo es por motivos de seguridad, ya que los datos y la información son el centro de la compañía y debemos controlarlos y protegerlos. La optimización de los costes y la sostenibilidad también son unos motivos fundamentales. Todas las compañías grandes cuentan con CPD para albergar sus sistemas, pero éste de Alcalá es una instalación muy singular, a la altura de las mejores referencias mundiales.

garantizar el correcto y constante suministro de energía, el CPD cuenta con una subestación eléctrica propia en su misma parcela, un transformador dedicado y un transformador de reserva para cubrir el fallo de uno de ellos. Pero si todos los sistemas de detección y subsanación fallasen, ¿cómo seguiría la empresa en funcionamiento? Muy sencillo, otros CPD podrían dar respaldo al que ha caído. En Madrid, por ejemplo, a día de hoy, el CPD de Ávila sería el que daría respaldo en caso de contingencia.

Reconocimiento internacional:
certificación TIER III

Para MAPFRE es muy importante contar con las homologaciones oficiales más exigentes que garantizan la excelencia de sus centros operativos. Por ello desde la Dirección General de Tecnología y Procesos y la Subdirección General de Seguridad y Medio Ambiente se ha trabajado duramente para conseguir la certificación TIER III para el CPD de Madrid, otorgada por el prestigioso Uptime Institute. Se trata de una certificación, con cuatro niveles disponibles (I-IV), que poseen los CPD de las grandes organizaciones y compañías internacionales, y que garantiza que el centro está preparado para ofrecer una disponibilidad del 99,98 por ciento a lo largo de su vida útil (de unos 20 años). Es decir, la certificación nos asegura que, pese a las labores de mantenimiento de las infraestructuras e instalaciones del edificio —subsanación de alguna pérdida, reparaciones de equipos, etc.—, MAPFRE tendría garantizado el



66 El centro cuenta con la certificación
internacional TIER III, que otorga el prestigioso
Uptime Institute 99

correcto funcionamiento del CPD con plena capacidad operativa de sus instalaciones, por lo que el negocio podría seguir de forma normal con su actividad diaria.

Para obtener esta certificación, el CPD de MAPFRE debió pasar casi 40 pruebas de distintos niveles, demostrando en la práctica que cualquier operación de mantenimiento y conservación de las instalaciones del edificio puede llevarse a cabo sin causar interrupciones o molestias en el servicio al negocio. El diseño de las instalaciones de este nuevo centro elimina fallos más allá de lo estipulado por el TIER III, lo que equipara el grado de fiabilidad de las instalaciones prácticamente a un nivel TIER IV, a coste inferior.

Máxima eficiencia, mínima contaminación

Uno de los grandes compromisos de MAPFRE en materia de responsabilidad social es el respeto al medio ambiente a través de la reducción de emisiones contaminantes y de un uso más eficiente y racional de los recursos. Por eso, un centro de tan elevadas dimensiones que alberga un gran número de maquinaria en funcionamiento no debe dejar de lado estos principios. En línea con la actuación del Grupo, el nuevo CPD de Madrid cuenta con soluciones ecoeficientes, como un sistema de enfriamiento específico que permite ahorrar más del 75 por ciento del consumo de energía respecto a sistemas anteriores, una instalación solar térmica para la



producción de agua caliente sanitaria o una configuración especial para optimizar el funcionamiento del *free-cooling* (un sistema de reducción del consumo energético que busca el enfriamiento gratuito del local, tomando el aire exterior, lo que disminuye el uso de los equipos de aire acondicionado).

Francisco Fernández

Director del Centro de Proceso de Datos de Madrid



«Este nuevo CPD es un catalizador de la transformación tecnológica de MAPFRE»

¿Cuáles fueron los principales retos del proyecto?

A la hora de afrontar un proyecto tan ambicioso nos encontramos con varios escollos en el camino. El primero de ellos fue el suministro eléctrico de este CPD, que requiere mucha energía para funcionar. Tomar la decisión de construir nuestra propia subestación eléctrica no fue sencillo, pero estamos convencidos (y los datos nos apoyan) de que a la larga será lo mejor. Otro de los retos que nos planteaba este proyecto era el cumplimiento férreo de requisitos funcionales, de plazo y coste. Debíamos ser muy minuciosos en el diseño y la construcción del CPD,

guiándonos por criterios de calidad máxima dentro del límite de costes que nos habíamos marcado. Por último, una de las «pruebas de fuego» a las que aún nos estamos enfrentando es al traslado de las comunicaciones y los servicios al negocio desde el CPD de Majadahonda, garantizando su disponibilidad. Es importante señalar que no se trata simplemente de una mudanza, sino que se ha diseñado la infraestructura tecnológica para el nuevo centro mejorando su disponibilidad mediante la utilización de tecnologías modernas, lo que actúa como catalizador de la transformación tecnológica de MAPFRE.

**360.000
LITROS DE AGUA PARA
EL ENFRIAMIENTO.**

**1.800.000
LITROS DE AIRE
POR HORA PARA
LA CLIMATIZACIÓN
DE LAS SALAS
DE SERVIDORES**

Las necesidades tan elevadas de energía para este CPD llevaron a MAPFRE a construir su propia subestación eléctrica, en colaboración con Iberdrola, para abastecer al nuevo centro. Este paso supone, a la larga, un ahorro para MAPFRE, que puede beneficiarse del acceso directo a energía de alta tensión y de la máxima calidad a precio de mayorista.

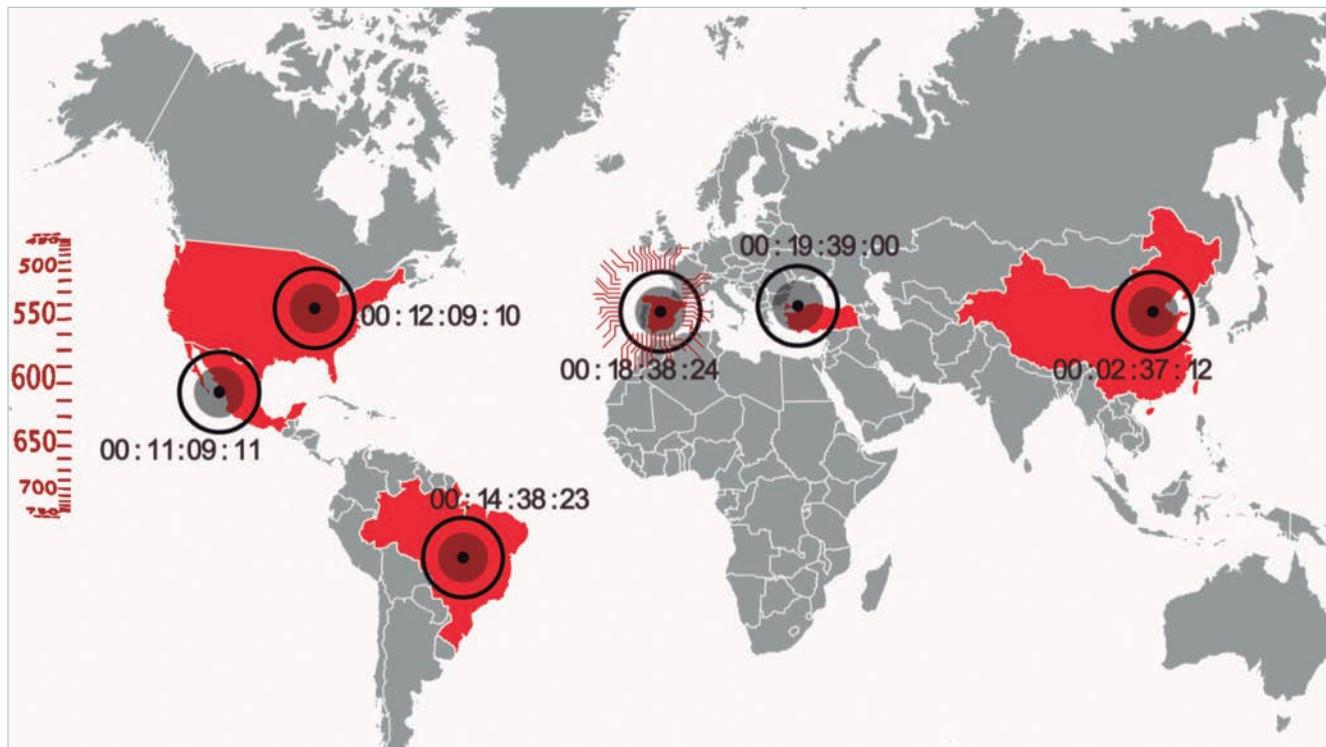


MAPFRE abre las puertas de su nueva *Universidad Corporativa*

MAPFRE reúne todos sus programas formativos en un único espacio, la Universidad Corporativa, que nace con el objetivo de desarrollar a sus más de 36.000 empleados en el mundo. Esta Universidad ha sido diseñada para promover un nuevo entorno de aprendizaje a nivel global. Además, supone un paso estratégico que nos permitirá compartir conocimiento entre profesionales, con el punto de mira siempre puesto en el servicio al cliente.

texto MARINA CALVO ♦ fotos ARCHIVO MAPFRE





*Universidad Corporativa
MAPFRE: diversos campus
presenciales y un único
campus virtual,
eCampus MAPFRE.*



Con el lanzamiento de su Universidad Corporativa, MAPFRE enmarca todas sus acciones en materia de formación dentro de un único espacio del que forman parte todos los empleados.

Esta iniciativa tiene como objetivo reforzar toda la oferta formativa que proporciona la compañía, adaptándola a

los nuevos tiempos y necesidades, lo cual permitirá a MAPFRE seguir avanzando en el servicio al cliente, núcleo de su misión.

En el entorno global en el que se mueve la compañía, la estructura de su Universidad Corporativa debía eliminar barreras, de ahí su doble configuración formada por campus presenciales y una atractiva plataforma virtual conocida

como eCampus MAPFRE. De esta manera, MAPFRE podrá responder mejor al reto de acercar a sus 36.000 empleados entre sí, brindándoles un itinerario formativo adaptado a las necesidades del negocio.

El proyecto beneficia directamente a las personas y fomenta su empleabilidad, en la medida en que los resultados de los

programas formativos incidirán de forma positiva en su desarrollo profesional. Internamente posibilita, además, un mejor aprovechamiento de las sinergias entre países y negocios (mejores prácticas y conocimiento experto).

El modelo global de formación

La estructura de la universidad está basada en un modelo global de formación, consensuado a partir de un proceso de análisis realizado por un grupo de formación internacional, en el que han participado todos los responsables de formación del mundo.

Se configura en torno a cuatro ejes fundamentales, según el colectivo al que se dirige y a la naturaleza de los contenidos. Son los siguientes:

Formación técnica y comercial:

Encuentra reflejo en distintas Escuelas dedicadas a los ámbitos de Finanzas, Tecnología y Procesos, Estrategia, Auditoría y Actuarial. En 2015, se prevé la creación de

Escuela Técnica de Seguros, Negocio-Clientes, Jurídico, RRHH, Operaciones y Reaseguro.

Formación transversal, con tres escuelas:

Habilidades (interpersonales, directivas, competencias corporativas y ofimática); Idiomas (de gran importancia para la compañía, que tiene como idiomas corporativos el español, el inglés y el portugués), y Cultura y Políticas Globales, respectivamente.



Acceso al eCampus.

EN 2013 SE REGISTRARON
220.000 INSCRIPCIONES
A CURSOS DE FORMACIÓN
PRESENCIAL Y ONLINE

Primera edición del Programa Global de la Escuela de Liderazgo.



Un modelo consensuado entre todos

La Universidad Corporativa fue diseñada a través del trabajo realizado en 2013 por un Grupo de Formación Internacional, coincidiendo con la adopción del nuevo posicionamiento estratégico de la compañía para convertirse en la aseguradora global de confianza. En dicho grupo participaron los responsables del Área Corporativa de RR.HH. y de Formación de España, Brasil, EE.UU., México, Turquía y Venezuela, y de las distintas unidades de negocio. Se estudiaron los programas transversales y se consensuó la estructura del nuevo modelo global de formación, cómo debía ser su lenguaje común y las líneas estratégicas de homogeneización de los planes de formación.

Escuela de Liderazgo, con programas diseñados para la dirección de MAPFRE.

Escuela de Desarrollo Profesional, con programas de desarrollo, como AVANZA con MAPFRE, o el Programa de Desarrollo Directivo (PDD).

Una de las características de las escuelas formativas es que están tuteladas bajo la figura de un patrocinador (sponsor), normalmente el máximo responsable de MAPFRE en las materias que se ofrecen.

En todos los casos, desde las áreas de Recursos Humanos se impulsa y gestiona el conjunto de acciones formativas y se invita a los empleados a acogerse a los diferentes programas que, dentro de sus



Una formación personalizada

eCampus ofrece a los empleados una formación tan personalizada como vanguardista. La plataforma ha sido concebida para facilitar nuestra participación y aprovechamiento del campus virtual. A continuación, ofrecemos un breve recorrido partiendo de la página de inicio, el primer paisaje que verán cuando accedan a la plataforma.

En primer lugar, la página consta de un menú horizontal con accesos a Inicio, al Rectorado (estructura y normas de funcionamiento) y al expediente personal del alumno (Mi Formación, que ofrece un histórico de los cursos realizados).

La parte central consta de un mapa del eCampus, que permite recorrer, una a una, sus instalaciones: las distintas escuelas y otros lugares de interés como, por ejemplo, el Rectorado o la Cafetería, punto de encuentro y chat virtual donde intercambiar información y materiales con otros estudiantes, comunidades de alumnos y profesores. Debajo, un cuadro de seguimiento resume los cursos en marcha de un simple vistazo.

En tercer lugar, una columna vertical situada a la izquierda de la pantalla ofrece accesos directos a la mencionada Cafetería, a una Biblioteca/Auditorio –donde se guardan guías y documentación relevante–, al buscador ¿Te ayudamos? y a eCampus Radio.

Este último canal apoyará todos los proyectos formativos de la plataforma virtual y proporcionará a los oyentes podcasts y programas en directo con noticias, reportajes y entrevistas –entre otros contenidos de interés–, disponibles en los tres idiomas corporativos.

“ EN EL ENTORNO GLOBAL EN
EL QUE SE MUEVE MAPFRE, LA ESTRUCTURA
DE SU UNIVERSIDAD ELIMINA BARRERAS,
DE AHÍ SU DOBLE CONFIGURACIÓN:
PRESENCIAL Y VIRTUAL ”

“ ”

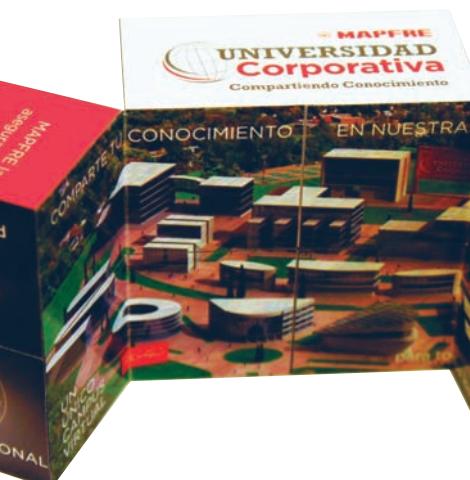
“ EL PROYECTO BENEFICIA A LAS

PERSONAS Y FOMENTA SU EMPLEABILIDAD, YA QUE LOS RESULTADOS DE SUS PROGRAMAS FORMATIVOS INCIDIRÁN EN SU DESARROLLO PROFESIONAL ”

Un proyecto de gran envergadura

Para ilustrar la magnitud de este proyecto global de la compañía, basta indicar que el pasado año se invirtieron casi 15 millones de euros y se dedicaron 1,4 millones de horas a formación. En los últimos tres años, la inversión de MAPFRE en formación ha experimentado un crecimiento cercano al 20 por ciento.

Dos cifras más dan cuenta del grado de compromiso de MAPFRE en este ámbito: en 2013, se registraron 220.000 inscripciones a cursos presenciales y virtuales, y el porcentaje de la plantilla que recibió formación –con una duración media por empleado de casi 40 horas– ascendió al 98 por ciento.





Campus Monte del Pilar.

“ LA ESTRUCTURA ESTÁ BASADA EN UN MODELO GLOBAL DE FORMACIÓN, CONSENSUADO A PARTIR DE UN PROCESO DE ANÁLISIS REALIZADO POR UN GRUPO DE FORMACIÓN INTERNACIONAL ”

ESTE AÑO, LA FORMACIÓN
ONLINE HA PASADO
DEL 26 AL 40
POR CIENTO

respectivos planes de formación anuales, estén previstos.

Un formidable espacio común

Como se ha esbozado anteriormente, la Universidad Corporativa engloba, por una parte, lugares físicos dedicados específicamente a la formación,

como el Campus Monte del Pilar ubicado en Madrid y operativo desde 2012 (España), y los que en el futuro se proyecten en otras áreas regionales.

Por otro lado, la Universidad cuenta con una importante ventana al mundo: la plataforma eCampus MAPFRE, accesible por Internet y desde la Intranet, cuya implantación se está realizando progresivamente en todos los países y negocios.

¿Qué permitirá eCampus? Esta potente herramienta, que fomenta el aprendizaje colaborativo, responde al nuevo rumbo global de la compañía y al exponencial crecimiento del *e-learning*, que en 2014 ha pasado del 26 al 40 por ciento.

En este proyecto de envergadura tecnológica, la empresa ha trabajado a fondo para desarrollar la infraestructura necesaria, volcando toda su experiencia y coordinando esfuerzos. El resultado permite dar un salto importante hacia la puesta en común de conocimiento, e introduce múltiples ventajas para la organización, por ejemplo, en términos de racionalización de costes.

Entorno colaborativo

El concepto global de Universidad Corporativa y el eCampus acercan a los empleados de MAPFRE a un nuevo entorno de aprendizaje colaborativo 2.0. Este espacio, abierto a todos, empleados y agentes, propicia la puesta en común y el intercambio de todo el conocimiento disponible, tiene una orientación global y local.

El verdadero éxito de esta iniciativa dependerá, en gran medida, de cada uno de los empleados: del intercambio y esfuerzos reales, de su curiosidad, de la predisposición que muestren hacia la innovación, y del grado de aprendizaje individual y colectivo que alcancen.

Conocer los riesgos, esencial para una buena gestión empresarial



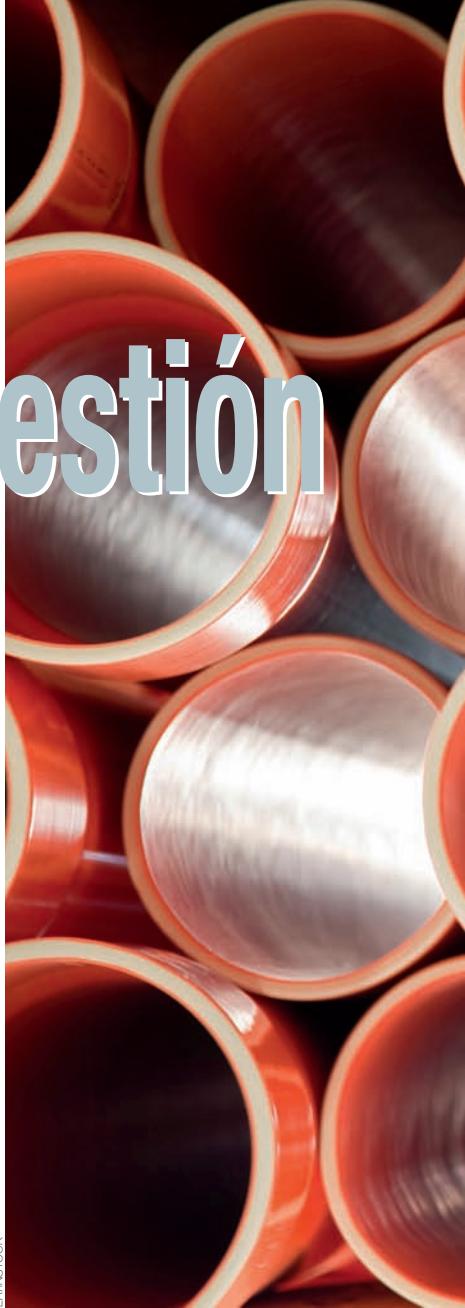
El conocimiento aporta seguridad. Por eso, saber perfectamente a qué riesgos se enfrenta una empresa es fundamental para planificar su futuro y, a veces, incluso, para lograr su supervivencia. Empresas 360° es la herramienta que MAPFRE pone a disposición de las pequeñas y medianas empresas para adecuar la protección de los riesgos a sus necesidades reales.

texto **JOAQUÍN HERNÁNDEZ**

Tras sufrir un siniestro importante (un incendio por ejemplo), siete de cada diez pequeñas o medianas empresas en España desaparecen si no tienen un seguro que les indemnice en caso de que tengan que parar su actividad. Este dato real, y preocupante a la vez, pone en evidencia la importancia de contar con una protección adecuada para cada riesgo y tener cubiertos todos. Cada sector tiene unas necesidades distintas y cada empresa es un mundo diferente que debe ser analizado de forma individual para dar una respuesta concreta a cada situación.

En no pocas ocasiones, la supervivencia de una compañía va a depender del conocimiento de sus riesgos y de que cuente con mecanismos para afrontarlos. Las grandes empresas tienen departamentos para llevar a cabo esta actividad, pero en el caso de las pequeñas y medianas la situación es muy distinta. Cualquier incidente, por pequeño que sea, no debería echar por tierra las ilusiones y el trabajo de todas las personas que son parte de esa compañía. Contar con un

gestión



LATISTOCK

EL 33 POR CIENTO DE LOS EMPRESARIOS TIENE UNA PERCEPCIÓN QUE DIFIERE DE LA REALIDAD SOBRE CÓMO ESTÁN CUBIERTOS SUS RIESGOS

seguro que cubra todos los supuestos a los que se enfrenta una empresa es la mejor solución, pero para ello el empresario debe conocer los riesgos de su compañía. Ese ha de ser el punto de partida.

En muchos casos, la percepción que un empresario tiene sobre cómo están cubiertos sus riesgos difiere de la realidad y esto es fruto del desconocimiento. De hecho, uno de cada tres empresarios

“ CADA SECTOR
TIENE UNAS NECESIDADES
DISTINTAS Y CADA
EMPRESA DEBE SER
ANALIZADA DE FORMA
INDIVIDUAL PARA
DAR UNA RESPUESTA
CONCRETA A CADA
SITUACIÓN ”



considera que sus riesgos están no ya adecuadamente cubiertos sino muy bien cubiertos. Sin embargo, la realidad es distinta: prácticamente uno de cada tres riesgos empresariales no dispone de una protección adecuada. ¿Por qué? Las respuestas pueden ser muy diversas, pero contratar solo los seguros que son obligatorios es una posible explicación, a la que hay que unir el desconocimiento de algunos riesgos y, por tanto, también de la posibilidad de contar con algún mecanismo para minimizarlos.

Estas son algunas de las conclusiones del estudio *Empresas 360º: Necesidades de aseguramiento de las empresas españolas*, con el que MAPFRE se ha acercado más

todavía a la realidad del tejido empresarial. El objetivo es saber qué necesidades tienen las empresas y poder ofrecerles un completo mapa de riesgos que les permita hacer frente a cualquier eventualidad y que un siniestro sea sólo un recuerdo en el pasado y no el fin de un sueño.

Descubrir la necesidad para tomar decisiones

Prácticamente sólo uno de cada dos riesgos relacionados con la cuenta de resultados están asegurados y las consecuencias de esta decisión son determinantes, ya que, como se ha señalado, pueden implicar la continuidad o no de la compañía. La importancia, por tanto, de contar con una correcta protección es vital. Probablemente, si un empresario se hubiese preguntado qué coste mensual supone el cierre de su empresa a causa de un incendio, cuánto tiempo necesitaría para poder volver a

reanudar la actividad o qué ocurre si su mejor cliente se declara insolvente, hubiese contratado algún mecanismo para tener una indemnización en caso de que se tenga que enfrentar a cualquiera de los supuestos descritos anteriormente. Si alguien le hubiera ayudado a ver esa necesidad, tal vez habría tomado otra decisión.

El estudio también pone de relieve que prácticamente solo están asegurados la mitad de todos los posibles riesgos relacionados con la plantilla de la empresa, que son el activo más importante. Pero también evidencia un aspecto que es importante destacar: el 50,7 por ciento de las compañías otorga beneficios sociales de forma voluntaria a sus empleados, siendo los más comunes los seguros de Accidentes, Vida y Salud.

Prácticamente todas las empresas tienen asegurados aquellos riesgos que son más tangibles: las instalaciones y los inmuebles en los que desarrollan su



**7 DE CADA 10 EMPRESAS
DESAPARECEN TRAS UN GRAVE SINIESTRO
SI NO TIENEN CONTRATADO UN
SEGURIDAD QUE CUBRA LA PARALIZACIÓN
DE LA ACTIVIDAD**

Empresas 360°, el aliado indispensable

Para apoyar a las empresas en su desarrollo, previniendo cualquier situación a la que el seguro puede dar respuesta, MAPFRE cuenta con Empresas 360°. Se trata de una forma de asesoramiento integral al cliente empresa para que conozca realmente todas sus necesidades, cómo las tiene cubiertas y tome sus decisiones de forma consciente y razonada. Este método consta de tres documentos: un cuestionario, un mapa de riesgos y una hoja de ruta. Identificar las

necesidades que tiene una empresa sólo puede hacerse preguntando al cliente, conociéndole de forma global y para ello se han establecido 33 preguntas que ayudan a conocer los diferentes riesgos a los que el cliente puede tener que enfrentarse en algún momento de su aventura empresarial. El mapa de riesgos es un informe que se hace para cada cliente, en función de las respuestas aportadas a esas 33 preguntas. Gráficamente se presenta al cliente qué

exposición tiene su empresa a cada uno de los riesgos analizados y cómo está comparativamente con la media del sector en el que trabaja. La hoja de ruta es el documento que recoge las necesidades detectadas al cliente y permite ofrecer aquellos productos más adecuados para cubrir sus carencias. En definitiva, es el documento clave que sirve para orientar y centrar nuestro esfuerzo comercial para maximizar la gestión con el cliente.



LATINSTOCK



“CONOCER BIEN LA EMPRESA, SABER QUÉ PUEDE IMPACTAR EN SU FUNCIONAMIENTO Y CÓMO AFRONTAR CUALQUIER CONTRATIEMPO ES FUNDAMENTAL PARA ADOPTAR DECISIONES DE FORMA CONSCIENTE Y RAZONADA”

”

actividad. Un alto porcentaje (más del 73 por ciento) también tienen cubiertos el mobiliario, la maquinaria y los equipos electrónicos. Pero los riesgos relacionados con el patrimonio implican muchos más conceptos: las materias primas, los productos fabricados, los vehículos, el transporte de las mercancías... y ahí las diferencias son más acusadas, y, por ejemplo, menos del 17 por ciento de las mercancías están aseguradas cuando se transportan por otra empresa distinta a la que las produce.

La responsabilidad civil, un riesgo en auge

Ser responsable por un daño que pueda causar un producto no es algo tan inusual. La responsabilidad civil es un riesgo que cada vez tiene más importancia y los empresarios lo saben. Más de ocho de cada diez compañías tienen algún mecanismo para hacer frente a situaciones de este tipo. Evidentemente, varía en función del sector y la mayor parte de las coberturas se contratan para hacer frente a los riesgos derivados de la actividad de la empresa (95,1 por ciento), para cubrir los

accidentes de trabajo (84,6 por ciento) o la responsabilidad de los productos que fabrican (84,1 por ciento). Sin embargo, hay otro riesgo, la responsabilidad civil a la que se pueden enfrentar los administradores y directivos y que sólo está cubierta en el 13,9 por ciento de los casos. En muchos casos, la razón hay que buscarla en que al tratarse de pequeñas empresas es el dueño quien realiza también la labor de dirección y administración.

¿Son más cautelosos los empresarios de una zona que los de otra? No. La realidad demuestra que no hay grandes diferencias ni por zonas geográficas ni por sectores empresariales. El tejido empresarial español es bastante homogéneo, sus necesidades y sus conductas, también.

SÓLO EL 17 POR CIENTO DE LAS MERCANCÍAS ESTÁN ASEGURADAS CUANDO SE TRANSPORTAN POR OTRA EMPRESA DISTINTA A LA QUE LAS PRODUCE

Analizados los riesgos, aunque en muchas ocasiones no se tenga conciencia de su existencia, la realidad pone de manifiesto que es necesario contar con una protección integral. Asimismo, no basta con tener un buen seguro que cubra por ejemplo los riesgos que afectan al patrimonio si se olvidan por completo los que repercuten directamente en la cuenta de resultados. Es imprescindible conocer bien la empresa, saber qué puede impactar en su funcionamiento y cómo afrontar cualquier contratiempo. Para ello, contar con alguien que brinde asesoramiento y ayude a descubrir las necesidades y aporte soluciones es fundamental. Y es aquí cuando el seguro aporta más. De hecho, los agentes de seguros son el mejor canal de identificación de necesidades y asesoramiento para hacer frente a cualquier riesgo empresarial.

La labor del seguro pasa, por tanto, no sólo por ayudar a minimizar el impacto de un siniestro sino por algo que puede ser incluso más importante: el asesoramiento previo. Por eso, MAPFRE en su empeño constante por estar cerca de sus clientes y por conocer su realidad para poder ofrecerles la mejor solución en cada momento continúa avanzando en 360º, un modelo de gestión comercial único que se explica en la página anterior. Identificar los riesgos y asesorar a las compañías es su esencia. Conseguir la confianza y satisfacción de sus clientes es el objetivo.

Asertividad

El perfecto equilibrio entre la razón y la emoción

En nuestro día a día, mantenemos multitud de relaciones interpersonales y sociales, tanto en el trabajo, con clientes, compañeros y colaboradores, como en el ámbito personal. En estas relaciones frecuentemente debemos defender nuestra postura y no siempre encontramos la forma adecuada de hacerlo.

texto **DIRECCIÓN GENERAL DE RECURSOS HUMANOS**



En ocasiones nos excedemos en nuestra reacción y resultamos agresivos y en otras, en cambio, adoptamos una actitud pasiva, condescendiente. El resultado es que ninguna de las dos posturas nos beneficia ni a nosotros ni a nuestro interlocutor. Como en casi todo, la virtud reside en el punto medio y, en este caso, la asertividad representa el equilibrio entre la razón y la emoción.

Aunque existen muchas definiciones de asertividad, lo cierto es que estamos ante una habilidad social que hace referencia a la capacidad de comunicar nuestros pensamientos y defender nuestra postura sin agreir a nuestro interlocutor (actitud agresiva) ni estar sometido a su voluntad (actitud condescendiente).

Ser asertivo supone hablar sinceramente acerca de nuestros propios sentimientos, de nuestros deseos y



LATINSTOCK

SER ASERTIVO SUPONE
HABLAR SINCERAMENTE
ACERCA DE NUESTROS
PROPIOS SENTIMIENTOS,
DE NUESTROS DESEOS Y
NECESIDADES, AL TIEMPO
QUE SE TOMAN EN
CONSIDERACIÓN
LOS SENTIMIENTOS
DE LOS DEMÁS



El comportamiento asertivo es la expresión de nuestros pensamientos, sentimientos y necesidades de una forma directa y positiva

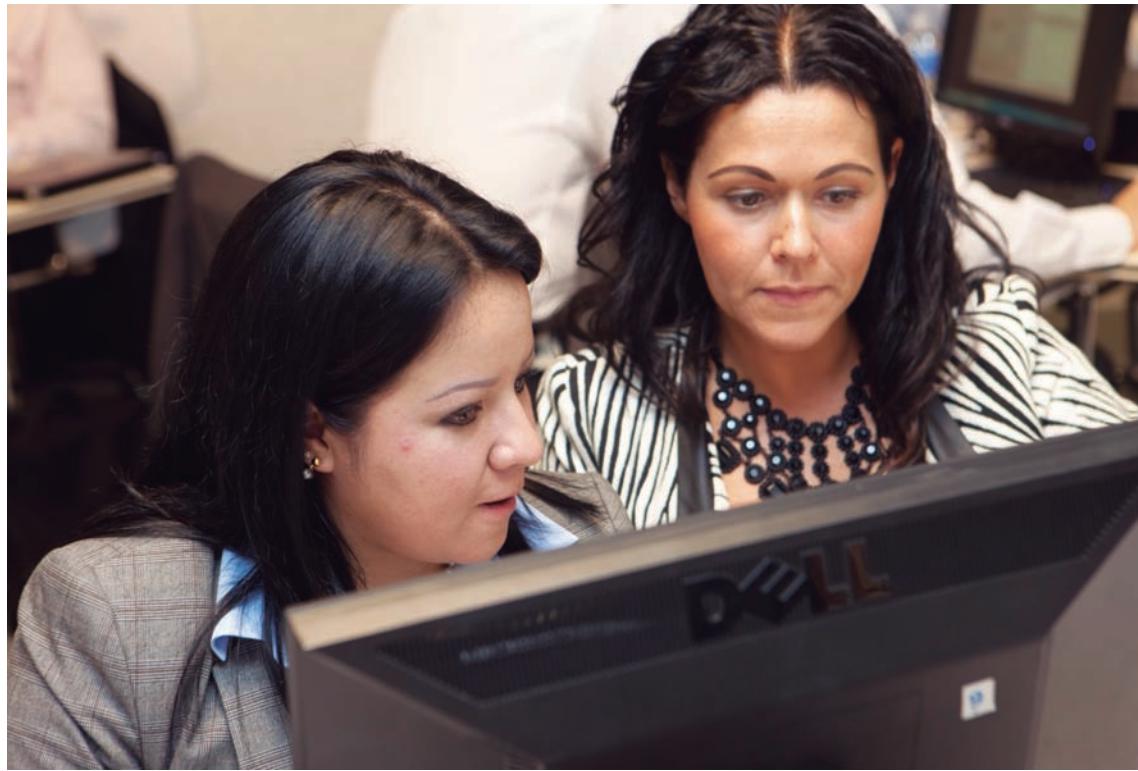
necesidades, al tiempo que se toman en consideración los sentimientos de los demás.

Mantener un comportamiento asertivo nos permitirá negociar provechosamente con los demás, pero también ganar confianza en nosotros mismos experimentando el éxito de ser firmes y sentirnos más plenos y felices.

Informar a un cliente de que una cobertura no está contemplada en su póliza o corregir una idea equivocada sobre algún procedimiento interno de la compañía (plazos, trámites, etc.), son ejemplos de situaciones en las que debemos actuar con asertividad y ser firmes. En estos casos, todos tenemos claro que resolver los problemas con agresividad es contraproducente, pero no somos tan conscientes de que una conducta pasiva y condescendiente, evitando el conflicto, dando a nuestro interlocutor la razón



Aprende a decir «no» cuando sea necesario, acompañándolo siempre de un razonamiento que lo explique y mostrando comprensión hacia los demás



aunque no la tenga, es igual de negativa, tanto para nosotros como para nuestro cliente.

En estos casos debemos conocer nuestros derechos y defenderlos, respetando a los demás, nunca

pensando en ganar una disputa o conflicto sino en buscar de forma positiva la resolución al problema.

Debemos diferenciar la respuesta asertiva positiva de la respuesta asertiva negativa. En referencia

Decálogo para conseguir una conducta asertiva

- 1 Ten presente que eres igual de importante que los demás y que debes tomar en serio tus propias necesidades.
- 2 Aprende a decir «no» cuando sea necesario, acompañándolo siempre de un razonamiento que lo explique y mostrando comprensión hacia los demás.
- 3 Expresa tus sentimientos. Es importante saber expresar afecto, gratitud, admiración, pero también es positivo mostrar insatisfacción, desconcierto, etc., cuando sea preciso. Para aprender hay que practicar: exprésate de una forma adecuada siempre que puedas y cada vez lo harás mejor.
- 4 A la hora de resolver una discrepancia, pon énfasis en los puntos en los que hay consenso y evita posturas en las que deba haber un ganador y un perdedor. Expresa primero algo positivo, poniendo en medio lo que puede generar problema, y por último acabando con algún elogio o consideración positiva.
- 5 Evita los ataques personales y centra la atención en el problema que haya que resolver. Busca soluciones en lugar de explicaciones o culpables.
- 6 Acepta la derrota con cortesía y naturalidad, de esta manera nos ganaremos el respeto de nuestro interlocutor.
- 7 Reacciona ante los ataques, pidiendo las aclaraciones que sean necesarias y, si es necesario, una rectificación.
- 8 No olvides que todos tenemos derecho a equivocarnos, tener una mente abierta ante los errores refuerza la autoestima y la confianza en nosotros mismos. Además, conocer los errores nos ayuda a solventarlos con la mayor brevedad.
- 9 Discúlpate cuando sea necesario e intenta hacerlo en el momento justo. Esto refuerza su valor.
- 10 Sé educado y mantén la calma. Enfadarse provoca confusión y hace que perdamos toda nuestra credibilidad ante los demás. Un tono cordial nos va a facilitar siempre las cosas. Siempre que sea posible, evita utilizar un tono hostil para dirigirte a los demás.

a la primera, podemos incluir conductas tales como dar y recibir halagos («Te queda muy bien esta chaqueta»); ser capaz de hacer cumplidos a los demás («Te felicito por tu presentación»); y expresar afecto positivo («Me ha gustado mucho tu actitud»). Por otro lado, dentro de la respuesta asertiva negativa, se enmarcarían conductas como saber expresar sentimientos negativos («Me duele mucho cuando me contestas de este modo», «Estoy decepcionado»); admitir críticas («Me gustaría que habláramos de lo que te ha molestado»); pedir cambios a alguien («Me sentiría más a gusto si me miraras cuando te hablo»); y expresar las propias opiniones («Personalmente no creo que esto vaya a funcionar porque...»).

Tener una actitud asertiva no siempre es fácil, y menos cuando no la practicamos habitualmente. Los obstáculos más comunes suelen ser la dificultad para resolver conflictos, unas dotes de comunicación no siempre adecuadas y, sobre todo, una baja autoestima, ya que el concepto que tengamos de nosotros mismos influirá directamente sobre nuestros objetivos, nuestra disposición y nuestros actos.



Para gozar de una sana autoestima es necesario que tengamos confianza en nuestras propias creencias, habilidades y metas, pero sin subestimar las de los demás. En definitiva, se trata de ejercitarse y hacer crecer el respeto y el cariño hacia nosotros mismos y también hacia los demás.

CUANDO TRATAMOS CON UN
CLIENTE TENEMOS CLARO
QUE RESOLVER LOS
PROBLEMAS CON AGRESIVIDAD
ES CONTRAPRODUCENTE, PERO
NO SOMOS TAN CONSCIENTES DE
QUE UNA CONDUCTA PASIVA Y
CONDESCENDIENTE, EVITANDO EL
CONFLICTO Y DANDO A NUESTRO
INTERLOCUTOR LA RAZÓN AUNQUE
NO LA TENGA, ES IGUAL DE
NEGATIVA PARA LAS DOS PARTES





MAPFRE ASISTENCIA



celebra su primer

La Unidad de Asistencia, Servicios y Riesgos Especiales de MAPFRE cumple 25 años de vida desde su constitución en 1989 como compañía, entonces dedicada exclusivamente a la prestación de asistencia en carretera.

texto **MAPFRE ASISTENCIA**

En su primer año de actividad, MAPFRE ASISTENCIA alcanzó un beneficio de 24 millones de pesetas, es decir, unos 145.000 euros, para unos ingresos de 500 millones de pesetas (3 millones de euros) y 11 empleados. Cinco lustros después, la Unidad superará los 1.200 millones de euros de ingresos, los 50 millones de beneficio, los 6.000 empleados y los 1.500 clientes corporativos y grandes distribuidores. Hoy, MAPFRE ASISTENCIA es la tercera compañía de asistencia en el mundo, tiene presencia directa en 45 países y 198 millones de personas se benefician de sus servicios las 24 horas del día, los 365 días del año.

Los comienzos de la Unidad de Asistencia, Servicios y Riesgos Especiales

Los antecedentes se remontan a 1986, con la creación de un departamento especializado en la prestación de asistencia en carretera para los clientes de automóviles de MAPFRE MUTUALIDAD. Pero es en 1989 cuando se constituye la sociedad MAPFRE ASISTENCIA COMPAÑÍA INTERNACIONAL DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A. En 1990 se integran en la Unidad las dos pequeñas operaciones de asistencia que existían en Portugal y Venezuela, y se emite la primera póliza de Seguro de Viaje para la Sociedad Estatal Expo 92, con una prima de 109.000 pesetas (655 euros). La expansión internacional como objetivo estratégico se convierte en el principal motor de la compañía fuera de España, continuándose posteriormente en América, Europa y África.

En 1992 nace la Tarjeta Plata, primera tarjeta de fidelización para asegurados de MAPFRE MUTUALIDAD



Call centers de China y Estados Unidos.

cuarto de siglo



EN SU PRIMER AÑO DE
ACTIVIDAD, MAPFRE ASISTENCIA
ALCANZÓ UN BENEFICIO
DE 24 MILLONES DE
PESETAS, ES DECIR, UNOS
145.000 EUROS

daría lugar, después, a la Tarjeta MAPFRE, universalizándola con Master Card, y luego al Club MAPFRE.

En 1997, MAPFRE ASISTENCIA pone en marcha una nueva estrategia basada en la diversificación de productos y servicios. Se lanzan nuevas líneas de negocio como Asistencia Hogar, Servicios a la Tercera Edad, Seguro de Viaje, Teleasistencia, Telemarketing, Lost&Found, o Cost-Containment, a las que se une el desarrollo de una División de Turismo, con VIAJES MAPFRE y sus filiales.

Nuevos mercados, nuevos horizontes y reconocimientos

MAPFRE ASISTENCIA cierra 1999 con presencia ya en 30 países y afronta el nuevo milenio con importantes proyectos. En 2002 se convierte en actor del mercado de la asistencia en carretera en Estados Unidos con la adquisición de ROAD AMERICA MOTOR CLUB. Este mismo año llega a los 2.000 empleados a nivel mundial y la agencia de calificación financiera Moody's reconoce



Rafael Senén, Presidente de MAPFRE ASISTENCIA, con los empleados de INDIA ASSISTANCE.

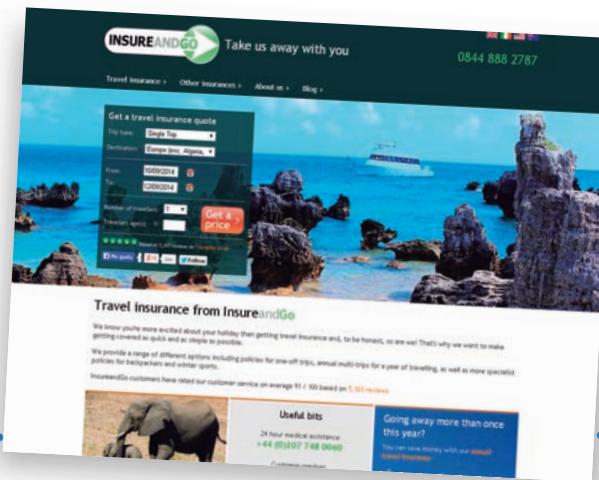
su fortaleza financiera con la calificación A (Excelente).

Un año más tarde, en 2003, y tras la compra de la empresa italiana Nuovi Servizi Auto NSA, MAPFRE WARRANTY nace como marca estandarte de la compañía en el área de Riesgos Especiales. A partir de entonces, los servicios de asistencia y los seguros para riesgos especiales se convierten en las principales líneas de negocio. Además, este mismo año se produce la apertura del primer centro de salud para turistas, el CENTRO MÉDICO BÁVARO, en República Dominicana. En 2004 se adquiere la sociedad Abraxas, líder británico de seguros de riesgos especiales GAP.

La presencia en el mercado asiático data de 1996, año en el que comienzan sus operaciones en Filipinas. Pero es en 2005, con la inauguración de ROAD CHINA ASSISTANCE, cuando MAPFRE ASISTENCIA apuesta definitivamente por la región de Asia Pacífico, operando en la actualidad

también en India, Japón, Australia y, muy pronto, Indonesia.

En 2014, MAPFRE ASISTENCIA ha participado en el lanzamiento al mercado de Global Expat, el primer producto global de MAPFRE. Se trata de un seguro de Salud diseñado específicamente para los expatriados, con



Una puerta hasta el cliente final

En septiembre de 2010 MAPFRE ASISTENCIA firma un acuerdo con la empresa británica InsureandGo y se convierte entonces en proveedor y suscriptor de sus seguros de viaje. Un mes más tarde, acaba adquiriendo la totalidad del mayor distribuidor de seguros de viaje en Reino Unido.

Hoy en día, InsureandGo es el líder mundial en la distribución de seguro de viaje online con más de 2 millones de clientes al año. El éxito de la marca y del modelo de negocio online ha llevado a MAPFRE ASISTENCIA a implantar InsureandGo en Irlanda, Australia y

Estados Unidos, donde ya opera como uno de los seguros de viaje online más conocido en estos mercados. Próximamente se lanzará InsureandGo también en Francia, lo que supone la expansión fuera de los mercados de habla inglesa. La plataforma incluye soluciones

tecnológicas para ofrecer productos aseguradores a medida del cliente final, permitiendo además el acceso multidispositivo y la cotización en cualquier soporte. InsureandGo y su expansión reflejan el carácter internacional de MAPFRE ASISTENCIA.





Visita a Japón.

el que serán atendidos en su idioma materno independientemente del país en el que se encuentren. Dirigido a las empresas que destinan expatriados a otros países, su comercialización ha arrancado en España y se irá implantando progresivamente en todo el mundo.

La innovación, clave de la eficiencia de MAPFRE ASISTENCIA

La innovación ha estado siempre presente en cada avance de la compañía. En 1998 se implanta la herramienta tecnológica SAP en todas las filiales de la Unidad; en 2001 arranca AMA como sistema mundial de tramitación de asistencia y en 2007 nace FUTURA, complementada en 2013 por MAiassist,

que permite al viajero solicitar automáticamente la prestación de su servicio de asistencia, sin necesidad de realizar llamadas, con sólo pulsar un botón en un app de su smartphone.

Siguiendo esta línea de innovación, se implementan las plataformas avanzadas E-Traveller y Phoenix Internacional que resultan claves para la distribución de seguros en los países en los que opera MAPFRE ASISTENCIA, especialmente en canales no tradicionales.

Por último, la innovación en distribución da un nuevo paso con la adquisición, en 2010, de InsureandGo, en Reino Unido, y su inmediata internacionalización, operando ya también en Estados Unidos, Australia, Irlanda y Francia, con lo que este proyecto supone para la multicanalidad global de MAPFRE.

Decisiones estratégicas

Otra decisión transcendental se produjo en 2001 con la regionalización de MAPFRE ASISTENCIA, configurándose los Servicios Centrales de Madrid y, entonces, cinco Direcciones Regionales, en un proceso que concluyó en 2007, con una transferencia total de funciones de la gestión a las regiones en el marco del Proyecto Excalibur. Esta decisión y la centralización, desde 2008, en Madrid, de todos los sistemas operativos e informáticos, de la suscripción y de la definición de procesos únicos a nivel global, fueron determinantes para dar soporte adecuado al crecimiento de la sociedad en el último decenio.

Por último, la entrada en el negocio de los Riesgos Especiales, en los que MAPFRE no operaba, ha sido la última gran decisión estratégica, apoyada por el Grupo y posible gracias a las adquisiciones

“ LA INNOVACIÓN HA ESTADO
SIEMPRE PRESENTE EN CADA
AVANCE DE LA COMPAÑÍA Y
HA RESULTADO CLAVE PARA LA
DISTRIBUCIÓN DE SUS SEGUROS ”



En 1997 se lanza la
Tarjeta Platino.

de NSA en Italia, Abraxas en Reino Unido y Century Automotive en EE.UU. Su importancia va más allá del negocio que se genera ahora en esta línea de actividad.

En este sentido, destacan, en la actualidad, las capacidades desarrolladas por MAPFRE ASISTENCIA para crear y gestionar programas de distribución de seguros con grandes distribuidores no profesionales, tales como concesionarios de automóviles, operadores de viaje, financieras, grandes distribuidores de *retail*,



**MAPFRE ASISTENCIA
HA RECIBIDO
EL PREMIO DE LA
REVISTA INTERNATIONAL
TRAVEL INSURANCE
JOURNAL EN
LOS AÑOS 2005,
2011 Y 2013**



Visita de Antonio Huertas, Presidente de MAPFRE, a las oficinas de China.

MAPFRE WARRANTY, el mundo de los Riesgos Especiales

En 2003, MAPFRE ASISTENCIA adquiría Nuovi Servizi Auto, una pequeña empresa italiana, que distribuía y administraba productos de garantía para vehículos usados. A partir de este momento y aprovechando una reciente Directiva Comunitaria que obligaba a los distribuidores de automóviles a ofrecer una garantía de al menos 12 meses a los vehículos usados, MAPFRE ASISTENCIA iniciaba su andadura en esta nueva línea de negocio bajo la marca de MAPFRE

WARRANTY.

Hoy, la marca MAPFRE WARRANTY es un referente en el mercado de automoción en lo que se refiere a la distribución y administración de programas de riesgos especiales para el automóvil: Garantía Mecánica y Extensión de Garantía, programas GAP y productos y seguros complementarios para el automóvil.

A lo largo de estos años, MAPFRE

WARRANTY ha llevado a cabo una gran expansión internacional hasta operar hoy en la mayoría de los mercados donde está presente MAPFRE ASISTENCIA. Destaca el salto a los Estados Unidos tras la adquisición, en 2012, de Century Automotive Service Corp., una compañía que distribuye y administra programas de garantía para automóviles a través de agentes especializados y una red de más de mil concesionarios en el suroeste de Estados Unidos.

Paralelamente, MAPFRE WARRANTY ha ido diversificando su cartera de productos ofreciendo, además, programas de garantía para electrodomésticos, aparatos tecnológicos, móviles y gadgets así como un amplio abanico de productos orientados a entidades de financiación tales como Protección de Pagos, de Ingresos, de Tarjetas de Crédito... Estos seguros eliminan las barreras de compra o de permanencia de los clientes en servicios y productos gracias a que aseguran la máxima





.....

tranquilidad ante imprevistos. Esta nueva línea de se engloba dentro del nombre Lifestyle Protection. MAPFRE WARRANTY cotiza y emite con sistemas de emisión en web multiidioma y multimoneda en los puntos de venta de los diferentes países donde se encuentra presente. MAPFRE ASISTENCIA ha cumplido más de 10 años en el mercado de los Riesgos Especiales y se ha consolidado como referencia en este sector donde seguirá desarrollándose en el futuro.



suministradores de servicios (energía, agua, telefonía...), etc. tanto para sus canales tradicionales como de venta directa.

Reconocimientos

En 2005, MAPFRE ASISTENCIA recibió el premio ITIJ, en su categoría de mejor Compañía de Asistencia del mundo, uno de los galardones más prestigiosos del sector, otorgado anualmente por la revista *International Travel Insurance Journal*, mediante un proceso de nominación abierta por internet a toda la industria. La compañía volvió a ser reconocida con este premio en la categoría de mejor Aseguradora de Viaje en 2011 y en 2013.

Desde el año pasado, MAPFRE ASISTENCIA es miembro afiliado a la Organización Mundial del Turismo y se trata de la primera compañía de Seguros y Asistencia en Viaje en formar parte de esta institución. La admisión en este organismo internacional supone un importante reconocimiento por la labor internacional de implantación, compromiso y desarrollo del turismo sostenible, ético y socialmente responsable que MAPFRE realiza a través de su Unidad MAPFRE ASISTENCIA en todo el mundo.

Una compañía, un Grupo

MAPFRE ASISTENCIA ha adaptado recientemente su estructura de Direcciones Regionales al nuevo modelo territorial y regional de MAPFRE,

tomando una posición activa en los nuevos planteamientos estratégicos del Grupo impulsados por el Presidente de MAPFRE, Antonio Huertas.

El papel de MAPFRE

ASISTENCIA en esta nueva MAPFRE pasa por el desarrollo de fórmulas de colaboración en el seno del Grupo y, especialmente, con las aseguradoras MAPFRE. Una colaboración que debe exigir a la Unidad de Asistencia, Servicios y Riesgos Especiales la búsqueda permanente y la propuesta continuada de aportación de valor a las operaciones aseguradoras del Grupo. Esta aportación de valor puede venir por distintas vías que ya se están explorando: por la aportación de tecnología y servicio que genere valor en forma de calidad percibida y ahorro de costes; o por la aportación de canales, mediante la incorporación de productos de las aseguradoras en los programas de distribución que MAPFRE ASISTENCIA tiene desarrollados con partners no profesionales del seguro. Pero también para la compañía se generarán importantes vías de crecimiento a través de este nuevo entorno de colaboración, gracias a la distribución de productos de MAPFRE ASISTENCIA mediante las redes de las aseguradoras.

Importante reto, al que se añade la ambición de seguir creciendo y expandiendo su presencia internacional con la vocación de abrir nuevos mercados y oportunidades para MAPFRE en todo el mundo.

¡Feliz 25.º aniversario!

“

La historia de MAPFRE ASISTENCIA es una historia de personas comprometidas que han hecho posible que la compañía mire hoy hacia el futuro con la fortaleza y la confianza que le aporta su gran dimensión internacional. Y es que el trabajo en equipo, el esfuerzo y la dedicación son los cimientos de estos 25 años de MAPFRE ASISTENCIA

”

Rafael Senén, CEO de MAPFRE ASISTENCIA

El reto de trabajar contrarreloj

Los protagonistas de este número ocupan posiciones en MAPFRE vinculadas a la contabilidad y a las finanzas. Estos profesionales, radicados en países muy diferentes entre sí –Brasil, Perú, China, España y Reino Unido–, coinciden en valorar que su labor les proporciona una imagen completa del conjunto del negocio y también resaltan el importante desafío que supone llegar a tiempo y cumplir los plazos. Aquí nos cuentan sus impresiones y comparten sus fuentes de inspiración.



Marcio Jager

Superintendente de Contabilidad
y Gestión MAPFRE BRASIL



Leoncio Vásquez

Responsable de la Dirección de Planeamiento
y Control Presupuestal de MAPFRE PERÚ

Dinamismo para se

Leoncio Vásquez, responsable del control presupuestario de MAPFRE PERÚ, lleva 19 años trabajando en MAPFRE y admite que no hay nada que le disguste. Leoncio Vásquez, responsable del control presupuestario de MAPFRE PERÚ, estudió Contabilidad en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega y, desde 1995, cuando entró a trabajar en la compañía, ha desempeñado diversas funciones centradas sobre todo en las áreas de Administración y Contabilidad.

De su trabajo, subraya el dinamismo y la exigencia de encarar diariamente «retos y oportunidades importantes que debemos afrontar y aprovechar para seguir creciendo en lo personal y lo profesional».

Su testimonio apela a la eficiencia y al rendimiento, y también refiere

27 años de experiencia y desarrollo en la compañía

Estuudió Ciencias Contables en la Universidad Santo Amaro, en São Paulo, y desde 1986 trabaja en MAPFRE BRASIL, una organización que conoce al dedillo al haber ocupado diversos puestos en el escalafón. Empezó en el área administrativa, como mensajero interno, y más adelante desarrolló su actividad en el archivo de documentos y remesas de cartas que se enviaban a los clientes asegurados, y en las que figuraban las condiciones de sus pólizas. En 1989 comenzó a trabajar en un área de cálculo de comisiones para los corredores y, desde 1991 hasta hoy, lo hace en el departamento de Contabilidad y Control. Dedica su actividad diaria a la contabilidad de las empresas y sus presupuestos. Además, se ocupa de reportar las cuentas a los órganos reguladores de Brasil y a los accionistas.

Marcio considera que su trabajo le permite estar en continuo aprendizaje así como facilitar información importante y útil a los directivos para que puedan tomar las mejores decisiones para la empresa. Así asegura que «una de las cosas que caracteriza mi trabajo y uno de mis principales desafíos es estar actualizado con las constantes modificaciones que se realizan en las reglas fiscales y contables en Brasil y con la complejidad de las mismas».

En ocasiones, cuando los expedientes y las cuentas se complican, lo primero que

hay que hacer es mantenerse tranquilo, puesto que según explica Marcio «siempre hay una forma de solucionar algo difícil, hay que mantener la calma, analizar el problema y buscar las posibles soluciones, ya sea consultando casos parecidos, hablando con otros profesionales del sector para que nos cuenten su experiencia ante situaciones similares, etc., pero siempre hay que mantener la calma para no precipitarse y tomar una decisión errónea».

En su tiempo libre Marcio practica la natación cuatro veces a la semana y le encanta viajar con la familia. «Para mí las vacaciones perfectas consisten en viajar y conocer lugares, personas y culturas diferentes». Recientemente visitó España y Portugal recorriendo lugares como Madrid, Barcelona, Valencia, Málaga, Toledo, Ávila, Lisboa y Oporto.

Marta Márquez

66
SEGÚN MARCIO, SIEMPRE
HAY UNA FORMA DE
SOLUCIONAR ALGO DIFÍCIL,
HAY QUE MANTENER LA
CALMA, ANALIZAR EL
PROBLEMA Y BUSCAR LAS
POSIBLES SOLUCIONES

continuamente a las personas, a su esfuerzo para «motivar, capacitar adecuadamente y trabajar en equipo», a lo que se exige a sí mismo como líder y lo que más le gusta: cultivar «las amistades que he podido hacer en MAPFRE a lo largo de los años». En la empresa, lugar propicio en el que

desarrollarse integralmente, explica que no sólo se encuentran buenos profesionales, sino también excelentes amigos.

Si es necesario, recurriría a los demás en busca de consejo, cuando una situación está lo suficientemente enquistada como para no hallar solución a través de un análisis

en profundidad basado en la causa, los motivos y posibles formas de revertirla.

Leoncio Vásquez es deportista, aventurero y amante de la cocina, una de las bondades del país que tanto éxito cosecha actualmente. A la gastronomía, él se acerca leyendo, investigando y experimentando.

Preguntado por sus fuentes de inspiración, menciona a su padre, ya fallecido, a quien extraña y sigue admirando por su entereza y sus enseñanzas, que aún le sirven de ejemplo. «Las cosas bien hechas no llevan más tiempo que las que se hacen mal», recuerda que solía repetirle.

Marina Calvo

66
PARA LEONCIO LO IMPORTANTE ES EL DINAMISMO
Y LA EXIGENCIA A LA HORA DE ENCARAR DIARIAMENTE
RETOS Y OPORTUNIDADES, Y APROVECHAR PARA
SEGUIR CRECIENDO EN LO PERSONAL Y LO PROFESIONAL

El «guardián» de la contabilidad de MAPFRE ASISTENCIA en China

Estudió contabilidad en el instituto de Administración y Finanzas en Xin Du, China, y desde hace cuatro años dirige el departamento financiero de MAPFRE ASISTENCIA en ese país. Asegura que está realmente agradecido por formar parte de este equipo global.

Desde su departamento y junto a su equipo se encarga de controlar los gastos administrativos y de garantizar que los objetivos presupuestarios se cumplan. Además, es responsable de transmitir las diferentes directrices para gestionar correctamente los recursos económicos, así como la aplicación de las políticas de control interno y otros planes de acción conjunta con toda el Área Regional de Asia Pacífico (APAC). «También nos aseguramos de presentar la declaración de impuestos en el momento estipulado, de forma precisa y exacta, y de mantener una buena relación con la Oficina Local de Impuestos en China Continental», asegura Steven.

Desde que se incorporó a ROAD CHINA ASSISTANCE ha desarrollado esta actividad como parte del trabajo diario, aunque –como él mismo reconoce– «muchos de los procesos se han ido desarrollando y mejorando a través de la automatización». «Hemos terminado recientemente una aplicación SAP de contabilidad analítica que llevábamos dos años desarrollando y que será una excelente herramienta para la toma de decisiones», añade Steven.

Con este nuevo sistema SAP han sido capaces de introducir y fortalecer



Steven Pan

Director del departamento de Finanzas de MAPFRE ASISTENCIA en China

procesos que facilitarán el trabajo y el conocimiento de la contabilidad de todos los empleados. Sin embargo, en su opinión, una de las claves es adaptar la normativa corporativa y los procesos internacionales a las particularidades del reglamento chino.

Steven insiste en que uno de los principales retos a los que se enfrenta es la gestión de los equipos, puesto que la empresa está creciendo considerablemente. Afirma que todos los departamentos deben cooperar estrechamente para superar los desafíos juntos. «Tenemos que poner en marcha la estructura y los procesos más eficaces para favorecer el crecimiento sostenible y la comunicación eficaz, con el fin de garantizar la ejecución de la estrategia de la empresa».

A Steven le gusta viajar y la gastronomía, recientemente ha pasado unos días de vacaciones con su familia en Bali (Indonesia). Una película que le ha inspirado es *Cadena perpetua*. «Nunca se debe perder la esperanza, ese es el lema que aplico, tanto a mi vida privada como a mi trabajo», explica.

M. C.

..... **66**

**UNA DE LAS CLAVES
DEL TRABAJO DE STEVEN
PAN ES ADAPTAR LA
NORMATIVA CORPORATIVA
Y LOS PROCESOS
INTERNACIONALES A LAS
PARTICULARIDADES DEL
REGLAMENTO CHINO**

..... **99**

Una visión amplia de la contabilidad

Alberto estudió la carrera de ADE (Administración y Dirección de Empresas) en la Universidad de Alcalá de Henares y actualmente continúa sus estudios a través de la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia).

Trabaja en MAPFRE desde hace casi 12 años. Cuando entró en la compañía se dedicaba a contabilizar facturas y actualmente dirige el Departamento de Contabilidad Analítica de MAPFRE España formado por un equipo de cinco personas. Su actividad sigue relacionada con los repartos de costes, el análisis de las cuentas de resultados de todas las sociedades que forman MAPFRE España, así como con la rentabilidad de cada producto, oficinas, etc.

Alberto reconoce que lo que más le gusta de su trabajo es el continuo aprendizaje. «Tengo la suerte de trabajar en un departamento en el que siempre hay algo nuevo y en el que tocas todos los palos de la contabilidad» reconoce. Además, afirma que esta variedad le permite tener una visión muy amplia de diversos aspectos de su sector, como el reaseguro, la tesorería o las inversiones. Insiste en que cada día ve cosas nuevas: «es lo que más me motiva de mi trabajo. Hace 12 años llevaba la analítica de una sociedad, MAPFRE SEGUROS GENERALES, y actualmente analizamos la contabilidad de 13 empresas aseguradoras y más de 30 filiales no aseguradoras». «Estas compañías presentan planes contables y negocios muy diferentes, por lo que constantemente tienes que cambiar el chip para analizar cada una de ellas», añade Alberto.

Por otro lado, uno de los principales retos o dificultades con las que se encuentra el equipo de contabilidad analítica a la hora de realizar su trabajo es el tiempo, un factor fundamental en su departamento, puesto que es necesario

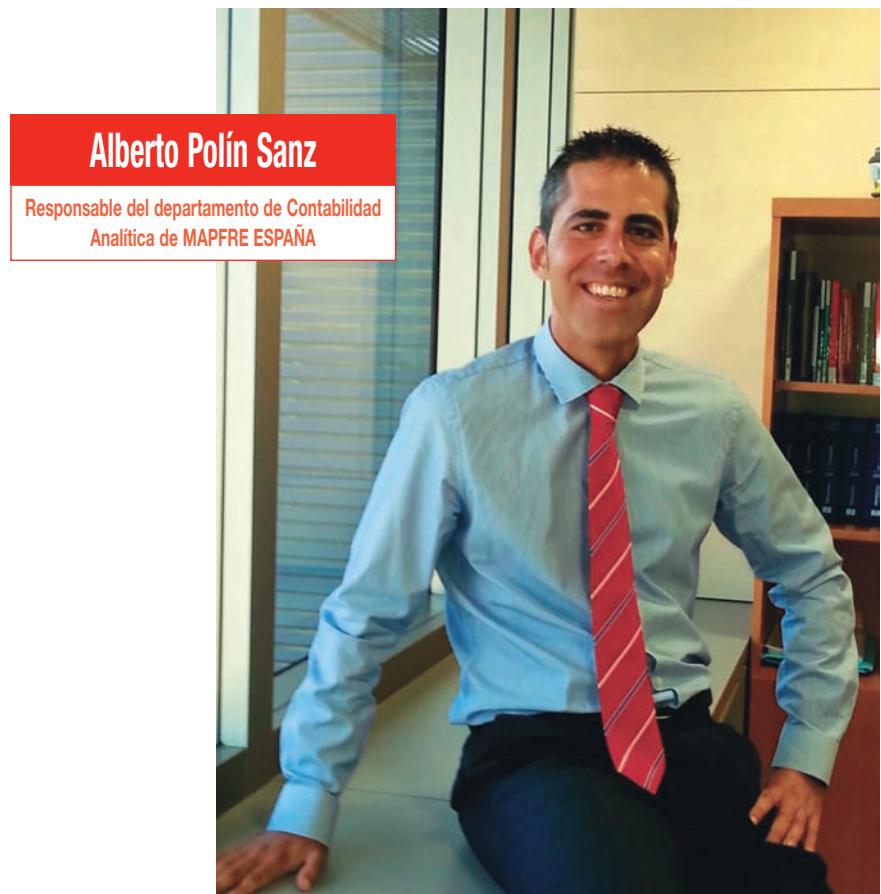
.....
66
.....
ME SIENTO IDENTIFICADO
CON VALORES
COMO EL ESFUERZO,
LA DISCIPLINA
Y EL TRABAJO
.....
“

presentar los resultados en la fecha necesaria y todo debe estar listo para ese día. «Muchas veces vamos contrarreloj para llegar a la fecha fijada en el calendario de cierre», comenta Alberto y nos asegura que a la hora de resolver un expediente difícil lo primero que hace es dedicar unos minutos a pensar en las

posibles soluciones, puesto que como él mismo reconoce «una decisión precipitada puede traer consecuencias muy negativas para un departamento».

Por otra parte Alberto es un gran aficionado al deporte al aire libre y le apasiona la naturaleza. Por este motivo cada día recorre 150 kilómetros entre ida y vuelta para desplazarse a su lugar de trabajo, puesto que vive en un pueblo que le permite practicar deportes como el montañismo, el ciclismo y el senderismo. Tiene como reto deportivo ascender al Aneto, una montaña de 3.000 metros de altura situada en el Pirineo aragonés. Un libro que le ha inspirado es *El éxito no llega por casualidad*, de Lair Ribero, que según él mismo resume «habla de valores con los cuales me siento identificado como son el esfuerzo, la disciplina y el trabajo».

M. M.



Un apasionado del rugby que conoce bien la importancia de trabajar en equipo

licenciado en Económicas por la Universidad de York, Michael Jones, Jefe de Finanzas de MAPFRE ASISTENCIA en Reino Unido, compatibilizó los estudios de Postgrado en Contabilidad con el ejercicio profesional trabajando como auditor en la firma internacional BDO para poder especializarse en el área financiera, una rama a la que siempre se ha dedicado.

Hace dos años, comenzó a trabajar en MAPFRE y asegura que su posición como jefe de finanzas le permite entender cómo funciona el conjunto del negocio, al estar conectado con la realidad de los distintos departamentos y áreas de la organización. En la suya, Jones explica que uno de los requerimientos es saber trabajar con plazos estrictos (finales de mes, períodos de presupuestos o de elaboración de cuentas estatutarias). «Este hecho añade a veces presión a mi puesto, desde el cual intento también apoyar otras partes del negocio», admite.

En su opinión, lo importante es la búsqueda continua de la eficiencia y mejorar el servicio a nuestros clientes, tanto internos como externos, lo que a veces implica «provocar cambios». Jones asegura que le gusta gestionar esas situaciones y contribuir a que se materialicen.

Su receta para afrontar las dificultades es explorar el escenario, buscar



Michael Jones

Jefe de Finanzas en MAPFRE
ASISTENCIA REINO UNIDO

caminos para lograr un resultado positivo y apoyarse en los profesionales y en sus equipos, de los que valora especialmente su competencia y capacidad de trabajo.

Le encanta el rugby y ha logrado que varios compañeros españoles empiecen a apoyar al equipo nacional galés. Admite que el español le resulta un

idioma difícil a la hora de expresarse, pero lo comprende bastante bien.

Entre las obras que más le han inspirado cita la autobiografía del explorador Ranulph Fiennes narrando una experiencia que desafía los límites de la resistencia humana.

La tenacidad vuelve a estar presente en el escenario de sus vacaciones. De su reciente viaje alrededor de Ciudad del Cabo (Sudáfrica), Jones cita en primer lugar como una experiencia enriquecedora la visita a la isla Robben en la que fue encarcelado Nelson Mandela, símbolo de la lucha contra el apartheid. Despues llegan otras referencias inspiradoras sobre su visita a esa zona del país: la hospitalidad de sus gentes y el disfrute de una copa de vino en la región de Franschhoek.

M. C.

LO IMPORTANTE ES
LA BÚSQUEDA CONTINUA
DE LA EFICIENCIA Y LA
MEJORA DEL SERVICIO
A NUESTROS CLIENTES,
TANTO INTERNOS
COMO EXTERNOS

••••• 66 •••••

••••• 99 •••••

Patrocinamos el equipo español de la Volvo Ocean Race

MAPFRE es el patrocinador principal del equipo que representa a España en la nueva edición de la Volvo Ocean Race. El campeón olímpico Iker Martínez será el patrón en la vuelta al mundo a vela del Volvo Ocean 65, que se denominará *MAPFRE*.

MAPFRE extiende así su patrocinio y potencia su apoyo al deporte español y a la vela, donde ya ha estado presente en los últimos años de forma destacada y en diferentes disciplinas como vela olímpica, de crucero y también oceánica. Con Iker Martínez y Xabi Fernández lograba la plata en 2011 en la vuelta

al mundo a dos sin escalas, la Barcelona World Race, y su último proyecto con un barco oceánico hasta la fecha ha sido el «Cruce del Atlántico», a bordo de un Volvo Open 70 y que cumplió su objetivo de establecer un nuevo récord sobre la Ruta del Descubrimiento.

«Ser patrocinador principal de un proyecto de tal magnitud es una oportunidad excepcional. La experiencia de este equipo y su magnífica tripulación son perfectos para representar la marca MAPFRE alrededor del mundo. Les agradecemos el esfuerzo que supone emprender una aventura de este tipo y les deseamos muchos éxitos en esta Regata», ha subrayado Antonio Núñez, Vicepresidente de MAPFRE.

El equipo MAPFRE cuenta con una excelente tripulación, encabezada por los campeones olímpicos Iker Martínez y Xabi Fernández, y en la que figuran también regatistas como el brasileño André Fonseca y el francés Michel Desjoyeaux, número 1 mundial en vela oceánica en solitario.



Felipe VI preside la entrega de trofeos de la Copa del Rey MAPFRE de Vela

S. M. el Rey presidió la entrega de premios de la Copa del Rey MAPFRE de Vela que se desarrolló en el Club Náutico de Palma del 2 al 9 de agosto. Don Felipe, que también participó en la competición como patrón del *Ajós* de la Armada Española, acudió por primera vez a la regata como Jefe de Estado. Durante la ceremonia, S. M. el Rey entregó los trofeos a los patrones y armadores de los ocho equipos campeones.



Arsenio Fernández de Mesa y Francisco J. Marco Orenes.

MAPFRE recibe el Premio Duque de Ahumada a la Excelencia en Seguridad Corporativa

Francisco J. Marco Orenes, Vicepresidente de MAPFRE España, recogió este premio con el que la Guardia Civil reconoce el compromiso de la compañía con la seguridad en España de manos del Director General de la Guardia Civil, Arsenio Fernández de Mesa.

MAPFRE ha recibido este galardón con motivo de su «Excelencia en Seguridad Corporativa». Según señaló el Vicepresidente de MAPFRE España en el acto de entrega, con el Premio Duque de Ahumada se reconoce la labor del modelo de seguridad, integral y global de nuestra compañía. También destacó que «en un mundo como el actual, los desafíos que representan las amenazas tradicionales y las nuevas, las conocidas como ciberamenazas, sólo pueden ser afrontados mediante modelos que aprovechen al máximo las sinergias y que se integren de manera natural en nuestros procesos de negocio».

En este sentido, Marco Orenes ha resaltado que «de un modo especial, las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, de los que forma parte la Guardia Civil, pueden ayudarnos a responder a esas amenazas».



MAPFRE



Entre las 10 mejores empresas para trabajar en España

MAPFRE se sitúa en el *top ten* de las mejores empresas para trabajar en España. Así lo reconoce el exclusivo ranking anual de *Actualidad Económica* «Las empresas más deseadas» que analiza, entre otros aspectos, la gestión del talento en las distintas compañías, la formación que reciben los empleados, el ambiente laboral o las retribuciones.

Nuestra compañía aparece en el noveno puesto en una clasificación en la que se han analizado más de 500 empresas españolas de diferentes sectores. MAPFRE es, asimismo, la empresa que encabeza la lista dentro del sector de aseguradoras y la quinta mejor puntuada y reconocida en la gestión de talento.

En 2013 atendimos a más de 530.000 pacientes

Durante 2013, prácticamente la totalidad de nuestros clientes utilizaron en algún momento su seguro médico.

Concretamente, en este periodo, fueron atendidos más de 530.000 pacientes y se realizaron en torno a 13 millones de actos médicos, 2,5 millones de consultas y más de 37.000 ingresos hospitalarios. Actualmente 700.000 personas confían su salud a MAPFRE, lo que nos sitúa entre las cinco primeras compañías de Salud en España.

Por otro lado, MAPFRE se sitúa como la aseguradora mejor valorada en Salud por los usuarios en España, según una encuesta realizada por la OCU. A la hora de hacer este reconocimiento, los clientes de nuestra compañía han tenido en cuenta las buenas prestaciones (como el número de centros médicos, tratamientos, etc.), la calidad de la atención telefónica y médica así como el precio y la evolución de las primas.

MAPFRE RE asciende en los ranking de S&P y A.M. BEST

La agencia de calificación Standard & Poor's ha publicado su informe especial *Global Reinsurance Highlights 2014*, el cual incluye su tradicional ranking de reaseguradores por primas netas, actualizado con cifras de 2013. MAPFRE RE escala una posición en esta lista, pasando a ocupar el puesto 15.

Asimismo, el pasado mes de septiembre, A.M. BEST publicó su informe especial anual (*Best's Special Report*), que incluye el ranking mundial de reaseguradores por primas brutas 2013 según esta agencia de calificación. A pesar de que la lista excluye totalmente las primas de reaseguro provenientes de entidades del Grupo, en 2013 MAPFRE RE ha ascendido al puesto 14 desde el puesto 18 que ocupaba el año anterior. Estas mejoras reflejan la fortaleza de las relaciones de MAPFRE RE con sus clientes y corredores en el actual ciclo competitivo de reaseguro.

MAPFRE, entre los dominios con mayor visibilidad global en Internet según el índice IMAF

Reconocidos como empresa pionera en el registro del dominio .es

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo premió recientemente a las 200 empresas españolas pioneras en el registro del dominio .es, entre las que se encuentra MAPFRE.

Javier Alonso Escudero, Responsable del Centro de Competencia de Movilidad e Internet, recogió el galardón por parte de nuestra compañía durante un acto en Madrid al que asistieron el Ministro, José Manuel Soria, el secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Víctor Calvo Sotelo, y el Director General de Red.es, César Miralles.



Javier Alonso Escudero recogió el galardón de manos de José Manuel Soria.

MAPFRE adquiere las filiales de Direct Line en Italia y Alemania y refuerza su apuesta por Europa

MAPFRE ha llegado a un acuerdo con la compañía aseguradora británica Direct Line Group por el que adquiere sus filiales de seguro de autos en Italia y Alemania por 550 millones de euros, una operación que se enmarca en la apuesta decidida de la compañía española por el seguro directo online, y le permite reforzar su presencia en el continente europeo.

Sumados, los negocios de Italia y Alemania aportan 714 millones de euros en primas, 1,6 millones de clientes y 19,5 millones de

euros en beneficio antes de impuestos, según los últimos resultados del año 2013. Direct Line Italia es la líder del mercado italiano de venta de seguro directo de automóviles, con una cuota de mercado de aproximadamente el 28 por ciento en este canal, casi 500 millones de euros en primas anuales y un millón de clientes. Direct Line Alemania ocupa el puesto número tres en el ranking del seguro directo de autos alemán, con una cuota de mercado de aproximadamente el 13 por ciento en este

canal, más de 200 millones de euros en primas y cerca de 600.000 clientes.

El seguro directo está experimentando un rápido desarrollo en ambos países: ha crecido un 74 por ciento en Italia en los últimos 5 años, y un 38 por ciento en Alemania.

«Los activos de Italia y Alemania adquiridos constituyen una inversión absolutamente estratégica para MAPFRE, pues refuerzan dos líneas fundamentales de nuestro plan de crecimiento global: nos permiten aumentar nuestra presencia en Europa y al mismo tiempo encajan con nuestra apuesta decidida hacia el negocio digital», ha declarado el Presidente de MAPFRE, Antonio Huertas.

Direct Line Group adquirió ambas filiales en Italia y Alemania en 2002, y en estos 12 años las dos compañías han ido diversificando sus canales de distribución: actualmente el negocio directo aporta el 45 por ciento de las primas, mientras que distintas alianzas de distribución con fabricantes de automóviles y entidades financieras aportan un 32 por ciento. Finalmente, el 23 por ciento restante se obtiene a través de agregadores de seguros. Esta estrategia encaja perfectamente con la multicanalidad que está desarrollando MAPFRE en la relación con sus clientes.



En la rueda de prensa para anunciar la adquisición participaron Antonio Huertas, Esteban Tejera, Vicepresidente de MAPFRE, y Nikos Antimissaris, CEO de MAPFRE para EMEA.

{ Más de 40 profesionales de las áreas territoriales LATAM NORTE, LATAM SUR y BRASIL, procedentes de 11 países, han participado en un programa de formación de la Escuela Actuarial en Brasil }

En marcha las nuevas oficinas del Área Regional LATAM Sur en Bogotá

Antes del verano se abrieron las puertas de la nueva sede del Área Regional LATAM Sur, ubicada en Bogotá (Colombia) y que engloba en total a ocho países latinoamericanos: Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. La creación de esta área fue aprobada por el Consejo de Administración de MAPFRE en octubre de 2013, dentro de la nueva estructura global del Grupo vigente desde el comienzo de este año.



Imagen del acto de inauguración de la nueva sede.



MAPFRE entra en el negocio de Vida en Estados Unidos

MAPFRE celebró el pasado mes de agosto el lanzamiento del primer seguro de Vida en Estados Unidos con la suscripción de la primera póliza en el estado de Massachusetts. El acto contó con la presencia de Jaime Tamayo, CEO de MAPFRE en Norteamérica, y con Stefen Jensen, Vicepresidente del negocio de Vida en este país. El lanzamiento de este producto de Vida, que se ha desarrollado utilizando

Jaime Tamayo y Stefen Jensen muestran la primera póliza emitida.

tecnología punta y permite su contratación desde distintos dispositivos digitales, representa un hito para la compañía en este país.

Este seguro se complementará con nuevas coberturas y servicios, y se irá implementando en las distintas regiones en las que opera MAPFRE en Estados Unidos, mejorando la línea general de productos existentes como los de Hogar Automóvil y Negocios.

Además, MAPFRE es la principal aseguradora de Auto y Hogar en Massachusetts, y ofrece sus productos a través de una amplia red de agentes en todo el Estado.

Antonio Huertas expone en Puerto Rico las ventajas de invertir en la isla

El Presidente de MAPFRE, Antonio Huertas, acudió un foro en Puerto Rico organizado por el diario *El País* al que asistieron el Gobernador de la isla, Alejandro García Padilla, así como representantes de algunas de las principales compañías españolas con presencia en la región. Huertas destacó las ventajas de invertir en el país dadas las especiales características de su mercado asegurador, el más grande de la economía local. La isla constituye además una inmejorable plataforma de desarrollo del negocio en EE.UU., que comparte con Puerto Rico el mismo entorno de supervisión y regulación.

La revista *ComputerWorld* nos premia como empresa innovadora y transformadora



MAPFRE ha sido reconocida como una de las empresas más innovadoras y transformadoras en la vigésima edición de la Conferencia Internacional de la revista *ComputerWorld*.

Para esta publicación, nuestra compañía ha destacado por su compromiso y apuesta permanente por la investigación, el desarrollo y la innovación, tomándolos como ejes estratégicos de su actividad, lo que le ha permitido situarse en la vanguardia tecnológica del desarrollo sostenible.

Juan José García, Subdirector General de Tecnologías y Procesos, fue el encargado de recoger este galardón.

{ Prestamos cerca de 600.000 servicios de asistencia en carretera en verano }

MAPFRE ASISTENCIA, reconocida en China como la más popular de su ramo

La compañía logró dicho reconocimiento en la Sexta Cumbre del Seguro Internacional, en Beijing, que reúne cada año a las mejores aseguradoras y a personalidades del sector con presencia en el mercado asiático.

Durante la cumbre se valoró a MAPFRE ASISTENCIA por su orientación al cliente y carácter multicultural, es decir, por el trato personalizado que ofrece en los cinco continentes. Como ejemplo de innovación se destacó el modelo de E-Traveller, una plataforma online que permite a los distribuidores emitir pólizas de seguros de viaje personalizadas.



Leire Jiménez, CEO de MAPFRE para Asia-Pacífico, intervino en la cumbre.

{ CESVIMAP colabora con el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España }

Plan de acción para la mejora de la satisfacción de los empleados

MAPFRE ha aprobado el plan de acción para dar respuesta a las áreas de mejora identificadas en la encuesta de Great Place to Work.

El Área de Recursos Humanos ya se ha reunido con más de 1.000 personas de las distintas unidades de negocio y las áreas corporativas, para presentar y comentar los resultados y recibir propuestas que permitan desarrollar medidas que contribuyan a

incrementar la satisfacción y el compromiso de los empleados. Las mismas van dirigidas a mejorar los aspectos relacionados con la comunicación, la cultura del gracias, la objetividad y el espíritu de compañerismo. Asimismo pretenden potenciar y hacer más transparentes los sistemas de promoción y desarrollo y buscan implantar programas de reconocimiento que valoren y premien a las personas que destacan por sus logros.



Obtenemos tres premios de Marketing y Comunicación en EE.UU.

Buenas noticias para MAPFRE en el ámbito del Marketing y la Comunicación pues ha sumado tres nuevos reconocimientos de la asociación estadounidense IMCA por una campaña publicitaria (Senses, sentidos), por el *Anuario de Comunicación 2013* y por un concepto creativo relativo al Campus virtual de la Universidad Corporativa MAPFRE, presentados por la compañía en EE.UU.

Con periodicidad anual, IMCA premia los proyectos de marketing y comunicación más eficaces, brillantes e ingeniosos del sector y, por tercer año consecutivo, MAPFRE se sitúa entre las empresas galardonadas.

InsureandGo consigue el Premio Oro en Australia por su póliza One Trip Bare Essentials



Seminario de Formación Anual de Auditores Internos

El pasado mes de julio finalizó la XXII edición del Seminario de Formación Anual de Auditores Internos celebrado en el campus Monte del Pilar (Madrid). El curso abordó aspectos propios de la función de Auditoría Interna y se centró en la nueva estructura de MAPFRE y sus desafíos. Además, los auditores internos de España y Portugal pudieron conocer de primera mano, por parte de los

responsables de las Áreas Corporativas, los trabajos que están actualmente en vías de desarrollo y los planes de futuro para dicha área.

El programa, enmarcado en la futura Escuela de Auditoría de la Universidad Corporativa MAPFRE, fue inaugurado por José Manuel Muries, Director General de Auditoría Interna, y contó con las intervenciones de altos directivos como Pedro de

Macedo, CEO de MAPFRE RE, que dirigió una sesión sobre estrategia. También destaca la participación de directivos de las Áreas Corporativas de Negocio Directo, Operaciones, Actuarial y Control de Gestión. Asimismo Francisco Marco, Vicepresidente de MAPFRE España, presentó el proyecto estratégico de Proveedores de Servicios MAPFRE. Catalina Miñarro, miembro del

Consejo de Administración y del Comité de Auditoría de MAPFRE, fue la encargada de clausurar estas jornadas y destacó la reciente elección por parte de MAPFRE de KPMG como auditor externo de cuentas anuales. Con este programa MAPFRE sigue apostando claramente por la formación y el desarrollo de todos sus equipos.

700 jóvenes
participaron en
el Rafa Nadal
Tour by
MAPFRE

MAPFRE MÉXICO consolida su presencia en el sureste mexicano

MAPFRE MÉXICO inauguró recientemente en la ciudad de Mérida (Yucatán) una nueva sede, Torre MAPFRE Mirador Montejo, situada en la avenida

más importante de la ciudad. En la ceremonia de inauguración estuvieron presentes David Alpizar Carrillo, Secretario de Fomento Económico del Gobierno de Yucatán, y José Carpio Castaño, Director General de MAPFRE MÉXICO.

MAPFRE, con 428 oficinas en el país y más de 1.900 empleados, es una de las principales aseguradoras de México. Con esta nueva sede, refuerza su liderazgo a través de una amplia oferta de productos diseñados para cubrir las necesidades de sus clientes por medio de la innovación tecnológica y se distingue por la calidad de sus servicios y la garantía de satisfacción.





La visita se completó con un encuentro con empleados de MAPFRE en Londres.

Seminario Anual de la Sociedad Internacional de Seguros

El Presidente de MAPFRE, Antonio Huertas, se desplazó a Londres recientemente para asistir a la inauguración del Seminario Anual de la International Insurance Society (IIS). Con el objetivo de seguir profundizando la relación que MAPFRE mantiene con los principales corredores de seguros, el Presidente se reunió con altos ejecutivos de Aon, Willis, Marsh y JLT.

Creada en 1965, IIS es una organización con representación al máximo nivel del ámbito asegurador y un marcado prestigio internacional. Entre sus miembros se encuentran responsables de las principales aseguradoras a nivel global, autoridades regulatorias, investigadores y académicos de un centenar de países.

MAPFRE, en la lucha contra el cambio climático tras su integración en el Grupo de Crecimiento Verde Español

Más del 60 por ciento de los vehículos españoles tiene algún defecto que influye en su seguridad

Los datos correspondientes a 17.661 inspecciones de realizadas por MAPFRE a través de su programa Cuidamos tu Auto han servido a FUNDACIÓN MAPFRE para realizar un estudio que desvela cómo el parque automovilístico en España ha registrado un deterioro notable en los últimos años. Así lo demuestra el hecho de que el 61,2 por ciento de los turismos presenta algún defecto, según el informe *Análisis del estado de los vehículos*.

El objetivo de la campaña Cuidamos tu Auto es realizar de forma gratuita una completa revisión para evaluar el estado de un total de 62 aspectos del vehículo relacionados con la iluminación, los neumáticos, sistemas electrónicos, acondicionamiento exterior e interior, motor, mecánica y frenos, así como verificar los puntos débiles e informar al conductor del estado en que se encuentra su coche.



ANDRÉS GUTIÉRREZ



Comprometidos con el

empleo

de los

jóvenes

texto NURIA DEL OLMO



GABRIEL CAPO



JAVIER MARTIN ROMO



JAVIER MARTIN ROMO

Cerca de 1.000 jóvenes menores de 30 años han conseguido ya un puesto de trabajo gracias a Accedemos, el programa de ayudas que promueve FUNDACIÓN MAPFRE desde 2013 y que en su segunda edición afronta un doble objetivo: continuar fomentando el empleo de este colectivo, uno de los más castigados por la crisis, y animar a las pymes a la contratación para crecer.

Todo un reto



18 SOLO EL
POR CIENTO
DE LOS JÓVENES
CON ESTUDIOS
ESTÁ PARADO

ANDRÉS GUTIÉRREZ

Andrea Serrano y Diana Sifres, valencianas de 25 y 29 años, y Jessica Victoria Cabrera y Cristina Morales, canarias, de 24 y 29 años, están a punto a celebrar su primer año con contrato indefinido. Es una excelente noticia para estas cuatro jóvenes, técnicos superiores en Educación Infantil y licenciadas en Pedagogía y Logopedia, respectivamente, que después de años de estudio y empleos precarios han encontrado un trabajo fijo, remunerado y acorde con su formación, gracias al programa de ayudas al empleo juvenil Accedemos, promovido por FUNDACIÓN MAPFRE.



ANDRÉS GUTIÉRREZ



JOSE JORDÁN

La empresa Chinchetas, pequeña escuela infantil situada en pleno centro de Valencia, donde están empleadas Andrea y Diana, y el Centro Logopédico y Psicopedagógico AESARA, donde ejercen su profesión Jessica y Cristina, les garantiza un sueldo cercano a los 600 euros mensuales por una jornada laboral de cuatro horas diarias, que con suerte esperan alargar el próximo año para poder independizarse y llegar a fin de mes con menos dificultades.

La experiencia laboral clave

Parecido es el caso de Francisco Javier Piedrola, extremeño de 23 años, que tras finalizar un módulo de formación profesional en producción por mecanizado, de dos años de duración, y realizar un breve periodo de prácticas en Segeda, empresa de fabricación de maquinaria agrícola de Zafra, en Badajoz, fue contratado hace pocos meses de forma indefinida por esta pyme en la que tiene un sueldo de 1.200 euros mensuales.

El balance para todos ellos ha sido muy positivo. El hecho de haber tenido una oportunidad para desarrollarse profesionalmente, completar su formación, adquirir experiencia en estos campos, e incluso continuar estudiando, ha sido en sí mismo un estímulo para estos jóvenes, que aprovechan cada día para demostrar su valía y ganarse el puesto, especialmente en tiempos difíciles en los que en muchas ocasiones se ven obligados a salir de su lugar de residencia para poder estar ocupados.



JAVIER MARTÍN ROMO

“
EL BALANCE PARA LOS JÓVENES
ES MUY POSITIVO. ADQUIEREN
EXPERIENCIA, COMPLETAN SU
FORMACIÓN Y CONTINÚAN ESTUDIANDO
EN ALGUNOS CASOS”

EN LA UE HAY
5,5 MILLONES
DE JÓVENES
DESEMPLEADOS, LO
QUE REPRESENTA
EL 23,4 POR
CIENTO DE LA CIFRA
GLOBAL

Iniciativas para luchar contra el desempleo

La Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven, a la que FUNDACIÓN MAPFRE se adhirió en 2013, cuenta ya con más de 500 entidades que han aportado más de 500 millones de euros para contribuir a desarrollar dicho plan, del que se benefician actualmente más de 163.000 menores de 30 años.

La Garantía Juvenil de Empleo, aprobada por el Gobierno en julio de este año, consiste en una bonificación de 300 euros mensuales durante seis meses para que las empresas ofrezcan contratos de formación, de prácticas o de empleo a jóvenes de entre 16 y 24 años.

Es el ejemplo de Gabriela Guamán, de 23 años, que tuvo que dejar atrás su Valencia natal, donde trabajó de forma desinteresada como dentista en varias ONG de esta ciudad, para ganarse la vida en Malvadent, en Palma de Mallorca. Hace apenas un año, esta pequeña clínica dental le ofreció un puesto como higienista bucal, una ocupación que le proporciona un sueldo fijo de 700 euros por 36 horas semanales y del que consigue ahorrar pequeñas cantidades para poder pagarse la carrera de Odontología.



Parados de larga duración

Los altos índices de paro juvenil se han convertido ya en una lacra que en España limita a toda una generación, que, a pesar de ser la más preparada de la historia, amenaza con quedarse descolgada del mercado laboral. Aunque el número de jóvenes en paro menores de 25 años bajó en 40.800 personas en el segundo trimestre de 2014, un 4,6 por ciento menos que en el primer trimestre del año, la cifra total de jóvenes en situación de desempleo es de 840.600, de los que el 51 por ciento son parados de larga duración (más de un año en el desempleo), lo que representa una tasa de paro del 53,12 por ciento.

Su situación es parecida a la que han vivido otras 600 personas, entre 18 y 30 años, que gracias a Accedemos están viviendo su primera experiencia profesional con satisfacción, esfuerzo y compromiso. El pasado mes de abril, FUNDACIÓN MAPFRE abrió el plazo para inscribirse en este proyecto, que por segundo año consecutivo ofrece a las pequeñas y medianas empresas 600 ayudas dirigidas a impulsar la contratación de jóvenes en esta franja de edad, que se encuentren en situación de desempleo y que hayan cursado, principalmente, estudios de formación profesional.

A cambio les exigen que estén dispuestas a contratar a estas personas por un periodo mínimo de seis meses y que se comprometan a acompañarles, orientarles y formarles convenientemente. El programa, que actualmente se encuentra en la fase en la que los jóvenes están optando a los puestos de trabajo que ofrecen las empresas (academias, centros de idiomas, talleres, oficinas de abogados y agencias de viajes, entre otras), ofrece ayudas que ascienden a un máximo de 3.000 euros –500 euros al mes durante seis meses– que sirven de incentivo para la contratación de estas personas, y que pueden prorrogarse otros seis meses más si la empresa contrata al trabajador de forma indefinida.

“
ALGUNAS DE ESTAS
PERSONAS SE VEN OBLIGADAS
A SALIR DE SU LUGAR DE
RESIDENCIA PARA PODER
ESTAR OCUPADAS”

Incentivos

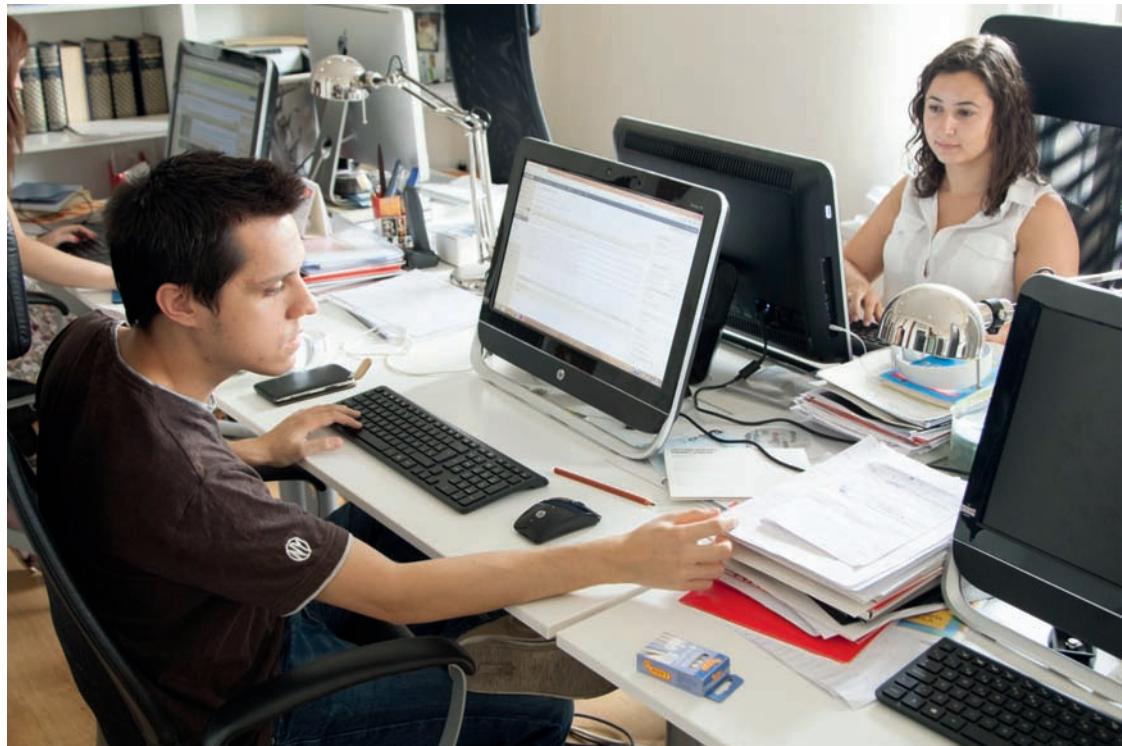
al empleo juvenil

“ GRACIAS A ESTE
PROYECTO, QUE
CUMPLE SU SEGUNDA
EDICIÓN, MUCHOS
JÓVENES VIVEN SU
PRIMERA EXPERIENCIA
PROFESIONAL CON
SATISFACCIÓN Y
COMPROMISO ”

Gracias a Accedemos, que en 2014 cuenta con una inversión total de dos millones de euros, más de 500 jóvenes accedieron el año pasado a un puesto de trabajo y casi el 60 por ciento de los contratos iniciales se están renovando en la modalidad de indefinido. Todo un éxito. Así lo considera Fernando Garrido, Director del Área de Acción Social de FUNDACIÓN MAPFRE, quien se muestra muy satisfecho con la evolución del programa, que está principalmente dirigido al segmento de jóvenes más afectado, «aquellos que entre 2000 y 2006 dejaron de estudiar porque tenían la posibilidad de ganar de 1.000 a 1.500 euros con

solo 16 años en el sector de la construcción y no acabaron la ESO». «Por eso es tan importante», recalca, «ayudar a las empresas a que realicen contratos de formación o en prácticas y dar así una alternativa a estos jóvenes».

También defiende el autoempleo, incluido como novedad este año en el programa Accedemos, y que la Fundación está fomentando desde abril con el objetivo de desarrollar conjuntamente un programa de formación y asesoramiento empresarial de carácter gratuito que ayude a cerca de 300 personas a crear y gestionar su propio negocio.



CASI 40.000
JÓVENES ESPAÑOLES
ESTUDIAN O
REALIZAN PRÁCTICAS
LABORALES EN
LA UNIÓN EUROPEA

Fuente: Encuesta de Población Activa (EPA); Instituto Nacional de Estadística, Comisión Europea y Parlamento Europeo.

Informe sobre la percepción social del Seguro en España

El valor de la tranquilidad

La sociedad española sigue depositando su confianza en el Seguro para tener tranquilidad frente a muchos de los riesgos a los que se enfrenta en su día a día.

texto **JAVIER ORTEGA**



Los riesgos asociados a la economía y a la salud son los que más preocupan a los españoles. Esta es una de las principales conclusiones de la segunda edición del Informe sobre la percepción social del Seguro, elaborado por FUNDACIÓN MAPFRE para analizar la opinión del ciudadano en este campo.

Entendiendo por riesgos aquellas situaciones que pueden suceder en un futuro cercano y que suponen un menoscabo de carácter físico, económico o emocional, la pérdida de empleo (con un alto grado de inquietud del 60,8 por ciento) y los problemas de salud (50 por ciento), son los que actualmente más preocupan a la sociedad española. No obstante, este último aspecto ha perdido peso



UN 56,3
POR CIENTO DE LOS
CIUDADANOS ESTÁ MUY
DE ACUERDO EN QUE
SERÍA IMPORTANTE
INCORPORAR FORMACIÓN
ASEGURADORA
EN LAS AULAS

en favor de la situación económica (22,8 por ciento) y el futuro de los hijos (12,1 por ciento). En el caso de los más jóvenes, sus principales problemas vienen asociados con la pérdida de empleo (67,7 por ciento), situando a gran distancia los problemas de salud (30,3 por ciento) y la situación económica personal (25,3 por ciento). Así, una de las principales conclusiones del estudio es que los riesgos que tienen consecuencias económicas son los que más preocupan a la sociedad, si bien los que más crecen son los de carácter emocional.

En general, entre los ciudadanos que toman medidas preventivas, se advierte más preocupación en los asuntos relacionados con accidentes, ya sea de tráfico o de cualquier otro tipo (69,6 y 54,2 respectivamente), así como ante la posibilidad de padecer una enfermedad (68,1 por ciento). Es en estas situaciones cuando el seguro juega un papel más importante. En concreto, casi un 32 por ciento de los encuestados contrataría un seguro para afrontar las consecuencias de tener algún tipo de accidente. Por otra parte, con un 12 por ciento, el seguro de decesos aparece



“ PREDOMINA LA IDEA DE QUE
EL SEGURO PROPORCIONA
PROTECCIÓN Y TRANQUILIDAD, AUNQUE
HA AUMENTADO LA PERCEPCIÓN DE
QUE LO MÁS IMPORTANTE QUE BRINDA
ES COBERTURA ECONÓMICA ”

entre las primeras opciones que se contemplan para prevenir las situaciones de riesgo económico que se pueden derivar en los casos de fallecimiento.

El seguro como protección

La sociedad española sigue considerando al seguro una herramienta útil para prevenir o hacer frente a siniestros y otras contrariedades. Al igual que en el estudio anterior (elaborado en 2011), predomina la idea de que proporciona protección y tranquilidad aunque ha aumentado la percepción de que lo más importante que brinda es cobertura



EL INFORME *LA PERCEPCIÓN SOCIAL DEL SEGURO EN ESPAÑA* ESTÁ DISPONIBLE DE FORMA GRATUITA EN LA WEB DE SEGUROS PARA TODOS

La importancia de la formación aseguradora

La mejora de la cultura aseguradora de los ciudadanos constituye desde 2011 uno de los objetivos fundamentales del Área de Seguro y Previsión Social de FUNDACIÓN MAPFRE. Para ayudar a ello, en los últimos años, desde la Fundación se han realizado diversos programas educativos y acciones de divulgación. Así, se llevó a cabo el proyecto Seguros para Todos, que responde a esta necesidad formativa. En su web se utiliza un lenguaje claro y directo y se pueden realizar de forma gratuita cursos sobre el mundo del seguro. Como paso previo a estas iniciativas, se consideró necesario identificar las necesidades formativas de la población en materia aseguradora y conocer su opinión sobre el sector, para lo cual se llevó a cabo una primera investigación

en España, cuyos resultados se publicaron en 2012 y que tiene continuidad en este nuevo estudio. Aunque el mundo del Seguro está muy presente y arraigado en la sociedad española, la relación de muchos de sus usuarios con él sigue siendo confusa. Así puede verse, por ejemplo, al analizar cuál es la información aseguradora que más demandan los usuarios. Esta se centra principalmente en conocer qué es lo que está cubierto y lo que no lo está por su póliza (99 por ciento), seguido de dudas sobre el precio (55 por ciento). Esta pauta se repite en todas las franjas de edad, también en los menores de 25 años. Se detectan pues lagunas formativas al respecto. Los mismos usuarios son conscientes de sus carencias, y valoran el esfuerzo que se hace desde el

sector para mejorar la comunicación y facilitar todas las gestiones. Así, el 71 por ciento de los ciudadanos que han contratado un seguro en el último año creen que les informaron adecuadamente sobre las características de su producto. Esta percepción de mejora en el lenguaje asegurador influye en la mayor confianza manifestada en las compañías del sector. Es significativo que un 56,3 por ciento de la ciudadanía está muy de acuerdo en que sería importante incorporar formación aseguradora en las aulas, no tanto con un enfoque empresarial sino desde el concepto del riesgo y de ir creando una cultura de prevención para hacer frente a los posibles sucesos que pueden ocurrir.



LATINSTOCK

“ ENTRE LOS QUE
TOMAN MEDIDAS
PREVENTIVAS, SE
ADVIERTE MÁS
PREOCUPACIÓN EN
LOS ASUNTOS
RELACIONADOS
CON ACCIDENTES Y
ENFERMEDADES ”

económica. Así lo creen principalmente las personas de 35 a 44 años, perfil en el que hay una mayor contratación de productos aseguradores. El incremento en la valoración de este factor está directamente relacionado con las principales preocupaciones mencionadas anteriormente.

En el apartado de asignaturas pendientes, el informe refleja que las compañías tienen que mejorar la forma en que transmiten la innovación realizada para adaptarse a las nuevas necesidades del cliente. Así, casi el 60 por ciento de la población cree que las coberturas ofrecidas por las diferentes entidades son muy similares, de lo que se deduce que ese esfuerzo innovador no está siendo percibido por el consumidor.

Como novedad, en esta ocasión el informe analiza la actitud y el nivel de previsión de la población ante el momento de la jubilación. El estudio pone el acento en la falta de ahorro y anticipación en este aspecto, que es más evidente en la población más joven. Así, solo uno de cada cuatro ciudadanos ha analizado lo que cobrará de pensión cuando se jubile, siendo muy pocos los jóvenes que realizan este tipo de consulta.

El tema de la jubilación, aun no siendo el aspecto que más preocupa a los españoles, genera incertidumbre

para casi el 40 por ciento de los encuestados que se muestran inquietos por el futuro de su pensión cuando se les pregunta por ello.

A la hora de pensar en cómo hacer frente a la jubilación, un 42 por ciento se plantea la opción de contratar algún producto específico para ese momento. Además, un 69 por ciento sabe que las aseguradoras los ofertan.

Analizando el grado de previsión de los ciudadanos, el estudio destaca que la mayoría de se sitúan en posiciones intermedias –«algo previsor» el 35 por ciento y «poco previsor» el 22 por ciento– y se aprecia una mayor polarización con respecto al informe de 2011. Por un lado, aumenta el número de individuos que se consideran «muy previsores», en consonancia con una mayor percepción por parte de los ciudadanos de que nos encontramos ante una sociedad obsesionada por la seguridad; y por otro, se produce también un ligero aumento de los individuos clasificados como «nada previsores», que se definen como menos preocupados por el futuro que la mayoría. Ambas posturas crecen, especialmente entre los individuos de 25 a 35 años y entre los de 55 a 65 años.



Entrega de las placas a los universitarios valencianos galardonados en el proyecto BIKE PAL.

Un proyecto de seguridad vial para ciclistas patrocinado por FUNDACIÓN MAPFRE, premiado en Europa

S.A.R., la Infanta Doña Elena, Directora de Proyectos Sociales y Culturales de FUNDACIÓN MAPFRE, entregó el pasado 2 de octubre a dos estudiantes de Ingeniería de Caminos de la Universidad Politécnica de Valencia un reconocimiento por un proyecto que han desarrollado para reducir la siniestralidad de los ciclistas en su ciudad. El trabajo ha sido premiado en Bruselas recientemente en el marco del proyecto europeo BIKE PAL, que financia la Fundación, entre otras entidades.

El proyecto Conexión de Carril Bici, realizado por Cristina Medina y Sergio Torres en 2013, intenta solucionar la desconexión de carril bici que existía

en la intersección entre dos vías céntricas y muy utilizadas por los ciclistas de Valencia.

El acto de entrega de los diplomas a los universitarios contó con la participación de Rita Barberá, Alcaldesa de Valencia, y Vicente Guarch, Director General Territorial Este. Asimismo, Julio Laria, Director del Área de Seguridad Vial de FUNDACIÓN MAPFRE, destacó la necesidad de seguir impulsando proyectos que refuercen la seguridad de los ciclistas, uno de los colectivos más vulnerables junto con peatones y ocupantes de motocicletas. «Es la única manera de evitar, señaló, que un aumento del número de ciclistas se traduzca en más lesionados».

Nueva sede del Museo de Modelismo Naval

Recientemente se ha inaugurado la nueva sede permanente del Museo de Modelismo Naval-Julio Castelo Matrán, situada en la calle Bárbara de Braganza, 14, en Madrid.

Dicho centro cuenta con un total de 40 maquetas, de elevado valor patrimonial y artístico, de barcos construidos entre los siglos XVIII y XX en España y en otros seis países europeos, así como en Estados Unidos. Estas maquetas han sido realizadas por Julio Castelo, Presidente de Honor de MAPFRE y máximo responsable ejecutivo de la compañía entre 1990 y 2001.

Al acto de inauguración asistieron Antonio Huertas y Julio Castelo, así como el Vicepresidente de FUNDACIÓN MAPFRE, Antonio Núñez; su Director, Teófilo Domínguez; y el Director del Área de Cultura, Pablo Jiménez Burillo, además de Alberto Manzano, Expresidente de la Fundación.



De izquierda a derecha: Antonio Núñez, Julio Castelo y Antonio Huertas en el acto de inauguración del Museo de Modelismo Naval.

Perú y México se unen a la campaña de prevención de incendios



FUNDACIÓN MAPFRE ha presentado recientemente en Perú la tercera edición de su campaña de educación en prevención de incendios para, en colaboración con el Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios, enseñar a los escolares las principales pautas de autoprotección, que identifiquen los riesgos de incendio en el hogar y en su entorno, y que sepan cómo

deben actuar en caso de que se produzcan.

En México, la Fundación, en colaboración con las fundaciones Michou y Mau y CIE, ha renovado recientemente el pabellón No te Quemes, ubicado en el Trompo Mágico Museo Interactivo. Desde su creación han recibido formación sobre prevención de incendios y quemaduras más de 125.000 niños.

Los retos de la educación financiera y aseguradora, a análisis

Mercedes Sanz, Directora del Área de Seguro y Previsión Social de FUNDACIÓN MAPFRE, participó recientemente en Madrid en el curso «Educación financiera: una responsabilidad de todos», celebrado en el marco de los Cursos de Verano de la Universidad Complutense de Madrid. En dicho encuentro presentó el proyecto Seguros para Todos, cuyo objetivo es acercar el mundo del seguro a la sociedad, y avanzó información sobre el Curso de Educación Aseguradora en la Escuela.



El gran triunfo de Sorolla en Estados Unidos, en nuestra sala de exposiciones

FUNDACIÓN MAPFRE presentó el 23 de septiembre la exposición Sorolla y Estados Unidos, que podrá visitarse en la Sala Recoletos, en Madrid, hasta el día 11 de enero de 2015.

La muestra la forman un centenar de obras, apenas conocidas en Europa, que representan el gran triunfo de

Joaquín Sorolla en el contexto artístico norteamericano. De la misma destacan sus playas y jardines, su pasión por Andalucía, y, sobre todo, los grandes retratos que realizó a destacadas personalidades de este país como el de Mrs. William H. Gratwick o Louis Comfort Tiffany, entre otros. A la inauguración asistieron el

Presidente de FUNDACIÓN MAPFRE, Antonio Huertas, la Alcaldesa de Madrid, Ana Botella, el Director del Área de Cultura de FUNDACIÓN MAPFRE, Pablo Jiménez Burillo, el Director del Meadows Museum de Dallas, Mark A. Rogan, y la Comisaria de la exposición, Blanca Pons-Sorolla.

EDICIÓN DIGITAL DE LAS REVISTAS
DE FUNDACIÓN MAPFRE EN
www.fundacionmapfre.com

Convocamos 100 becas para ayudar a jóvenes desempleados a sacarse el carné de conducir

FUNDACIÓN MAPFRE ha lanzado una convocatoria de 100 becas, de 500 euros cada una, destinadas a que jóvenes en situación de desempleo obtengan el permiso de conducir. Podrán beneficiarse de estas becas todas aquellas personas que tengan entre 18 y 29 años (ambos inclusive), que vivan en

el domicilio familiar, y que acrediten estar en paro desde al menos el 31 de mayo de 2014 hasta el momento de la solicitud.

Para poder acceder a estas becas las personas interesadas deberán aprobar un curso de seguridad vial online. La convocatoria está abierta hasta el 17 de diciembre de 2014.

Inauguramos la exposición de fotografía Stephen Shore

FUNDACIÓN MAPFRE inauguró el 16 de septiembre la exposición del fotógrafo estadounidense Stephen Shore, que puede visitarse hasta el 23 de noviembre en la Sala Bárbara de Braganza de Madrid. La muestra está compuesta por cerca de 260 instantáneas y es la retrospectiva más completa que se ha hecho hasta el momento de este artista neoyorquino, de 67 años, uno de los fotógrafos contemporáneos más influyentes.



Stephen Shore ante una de sus fotografías.

La historia reciente de Canarias, en 75 fotos

La Agencia EFE celebra este año su 75 aniversario y con ese motivo FUNDACIÓN MAPFRE GUANARTEME ha patrocinado una exposición fotográfica, que acogió su sede en Las Palmas. La muestra repasa la historia de España y los acontecimientos más importantes de la vida de Canarias durante las últimas ocho décadas a través de imágenes del fondo documental de EFE.



José Antonio Vera, Presidente de EFE, José Barbosa, Presidente de FUNDACIÓN MAPFRE GUANARTEME, y Juan Domínguez, Vicepresidente del Cabildo de Gran Canaria, visitan la exposición.

Guía para mejorar la seguridad vial en los entornos escolares

Actualmente existen multitud de vehículos circulando a excesiva velocidad por las calles próximas a los centros escolares y coches en doble o triple fila en la puerta de los colegios, con niños que salen apresuradamente, según pone de manifiesto el *Manual de Inspecciones de Seguridad Vial en Entornos Escolares*, presentado recientemente por Julio Laria, Director del Área de Seguridad Vial de FUNDACIÓN MAPFRE, en Narón (La Coruña). Para prevenir este tipo de situaciones, FUNDACIÓN MAPFRE recomienda que los centros escolares realicen auditorías para comprobar las condiciones de seguridad vial y propone medidas como estas: mejorar la señalización de la zona, especialmente para controlar la velocidad de los vehículos; instalar dispositivos que impidan el aparcamiento incorrecto y la invasión de la acera por parte de camiones de reparto, así como por otros vehículos; y colocar señales de advertencia a los conductores sobre la presencia de escolares y señales luminosas en los pasos de peatones.

Ayudamos a 60 personas a formar su propio negocio

FUNDACIÓN MAPFRE, dentro de su programa Accedemos al Empleo, ha puesto en marcha recientemente su Plan de Negocio, un curso gratuito para ayudar a cerca de 60 personas de las provincias de Málaga y Bilbao a crear y gestionar su propio negocio. Los cursos son impartidos por profesionales jubilados de Seniors Españoles para la Cooperación Técnica

(SECOT), que enseñan de forma voluntaria a los futuros emprendedores a confeccionar un plan de negocio, a diseñar un plan de marketing y de ventas, a posicionar su producto o servicio en las redes sociales, y a elaborar un estudio de viabilidad que permita poner en marcha y mantener su propio negocio.

Un trabajo sobre cómo gestionar el riesgo de premio internacional Julio Castelo Matrán

FUNDACIÓN MAPFRE ha concedido el Premio Internacional de Seguros Julio Castelo Matrán a un equipo multidisciplinar coordinado por José Miguel Rodríguez-Pardo, Profesor del Máster Ciencias Actuariales y Financieras de la Universidad Carlos III de Madrid, por el trabajo *Modelos actuariales avanzados para la gestión del riesgo de longevidad y su aplicación práctica a Solvencia II*. Dicha investigación aborda una materia de enorme interés social y sectorial relacionada con la longevidad y el riesgo que supone para el mercado y proporciona un conjunto de técnicas actuariales avanzadas para la gestión de dicho riesgo. El equipo está integrado por profesores de la Universidad Carlos III de Madrid y expertos procedentes de distintas entidades de previsión social como Irene Albarrán, Fernando Ariza, Víctor Cóbreces y María Luz Durban. El acto de entrega del premio tendrá lugar en el auditorio de



Peatones de más de 65 años, el colectivo con mayor riesgo de muerte por atropello

Ser mayor de 65 años es sinónimo de tener un alto riesgo de muerte a la hora de sufrir un atropello. Calles y travesías son los lugares más frecuentes en los que suceden este tipo de accidentes, que ocasionan lesiones más graves y secuelas más importantes en comparación con los que se dan en colectivos más jóvenes.

Así lo refleja el informe *Atropellos y personas mayores: lesiones, factores y propuestas*, publicado recientemente por FUNDACIÓN MAPFRE con el objetivo de valorar este tipo de accidentes, que en 2013 crecieron un 8 por ciento con respecto al año anterior y que acabaron con la vida de 222 peatones mayores.



Proyecto pionero para apoyar la educación y el empleo de la comunidad gitana

Un total de 900 personas de la comunidad gitana de Madrid se beneficiarán a partir del mes de octubre del Programa de Apoyo Familiar La Casa Gitana, la primera iniciativa de este tipo que se pone en marcha en España y que tiene como principal objetivo crear un espacio de asistencia, encuentro, formación y búsqueda de empleo para este segmento de la población que se caracteriza por tener altas tasas de paro, empleo precario y bajos niveles educativos.

El proyecto está promovido por FUNDACIÓN MAPFRE y la Asociación Intercultural Yerba-Buena Satafi, entidad que

atiende las necesidades de las personas que se encuentran en situación de exclusión social.. En el acto de presentación, celebrado en Madrid el 11 de septiembre, participaron Carlos Izquierdo, Viceconsejero de Familia y Asuntos Sociales de la Comunidad de Madrid; Fernando Garrido, Director del Área de Acción Social de FUNDACIÓN MAPFRE; Pilar Heredia, Presidenta de la Asociación Intercultural Yerba-Buena Satafi; y Antón Cortés, joven cantautor gitano. El acto contó, además, con la asistencia de SAR, la Infanta Doña Elena, Directora de Proyectos Sociales y Culturales de FUNDACIÓN MAPFRE.

longevidad,

FUNDACIÓN MAPFRE, en Madrid, el 20 de noviembre de 2014. El Premio Internacional de Seguros Julio Castelo Matrán se creó en 2001 con motivo de la jubilación del entonces Presidente del SISTEMA MAPFRE y de MAPFRE MUTUALIDAD, y tiene como objetivo premiar, con periodicidad bienal, trabajos científicos inéditos que estén relacionados con el Seguro. Su dotación asciende a 35.000 euros y un diploma acreditativo de su obtención.

La Fundación firma un acuerdo para promover la obra artística del escultor Venancio Blanco

Antonio Huertas, Presidente de FUNDACIÓN MAPFRE, ha firmado recientemente en Madrid un convenio de colaboración con el Ayuntamiento de Salamanca y la Fundación Venancio Blanco para promover la difusión de la obra del escultor a través de exposiciones y actividades educativas. El acto de la firma contó con la participación del Alcalde de Salamanca, Alfonso Fernández Mañueco, Antonio Núñez, Vicepresidente de FUNDACIÓN MAPFRE y Venancio Blanco. Así, FUNDACIÓN MAPFRE contribuirá económicamente para que la Fundación Venancio Blanco



organice exposiciones y actividades y cederá, con carácter temporal, las esculturas de su propiedad a la Sala de Exposiciones de Santo Domingo, en Salamanca.

De izquierda a derecha:
Alfonso Fernández, Venancio Blanco, Antonio Huertas y Antonio Núñez ante una de las obras del escultor.

Actualidad en el tratamiento del TABAQUISMO

El tabaquismo es actualmente la primera causa de muerte evitable en el mundo desarrollado.

texto DIRECCIÓN GENERAL DE RECURSOS HUMANOS

Fumar es una enfermedad adictiva, puesto que la nicotina está considerada como una droga y el 80 por ciento de los fumadores desarrolla una dependencia física a la misma, al producirse cambios reales en las neuronas cerebrales.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), en el código internacional de las enfermedades le otorga una clasificación, reconociéndola como enfermedad crónica con los nombres de «Tabaquismo» o «Dependencia al tabaco».

Fumar, por tanto, no es un vicio o un hábito, sino una adicción, ya que está demostrado que la nicotina estimula la liberación de dopamina, cuyos niveles se

elevan de forma rápida, una característica de las drogas adictivas.

Habitualmente la edad de inicio en el consumo de cigarrillos se sitúa durante la adolescencia, por lo que es imprescindible concienciar a los adolescentes de los potenciales peligros.

Mientras que en los países desarrollados los índices de mortalidad van disminuyendo progresivamente (como consecuencia de campañas de concienciación, medidas antitabaco, etc.) en los países en vías de desarrollo los índices de mortalidad aumentan de forma alarmante.



Miles de sustancias en un cigarrillo

Entre las sustancias que contiene el tabaco, destacan:

Nicotina: droga productora de adicción.

Monóxido de carbono: responsable de la patología cardiovascular.

Alquitrán: responsable de la patología tumoral.

Sustancias oxidantes: responsables de la patología bronquial.

El cigarrillo consta, además, de 4700 productos químicos de los cuales 200 son venenosos y 43 cancerígenos.

Efectos del TABACO

Fumar presenta una relación causal con una serie de enfermedades cardiovasculares, respiratorias, del aparato reproductor, digestivo, músculo-esquelético..., así como con muchos tipos de cáncer.

Por todo ello, merece la pena

resaltar los beneficios de dejar de fumar, aunque sean obvios.

Tras dejar de fumar, desde los primeros 20 minutos, nuestro organismo empieza a «beneficiarse» de esta decisión.

A los 20 minutos: La tensión arterial y el ritmo cardíaco se normalizan.

A las ocho horas: El oxígeno sanguíneo aumenta y el monóxido de carbono se reduce a la mitad.

El primer día: Disminuye el riego de muerte súbita y los pulmones empiezan a remover su mucosidad.

A los dos días: Se recupera gusto y olfato.

A los tres días: Aumenta la capacidad pulmonar, se reduce la tos, aumentando la sensación de bienestar.

A las dos semanas: Mejora la circulación sanguínea, desapareciendo prácticamente los síntomas de abstinencia.

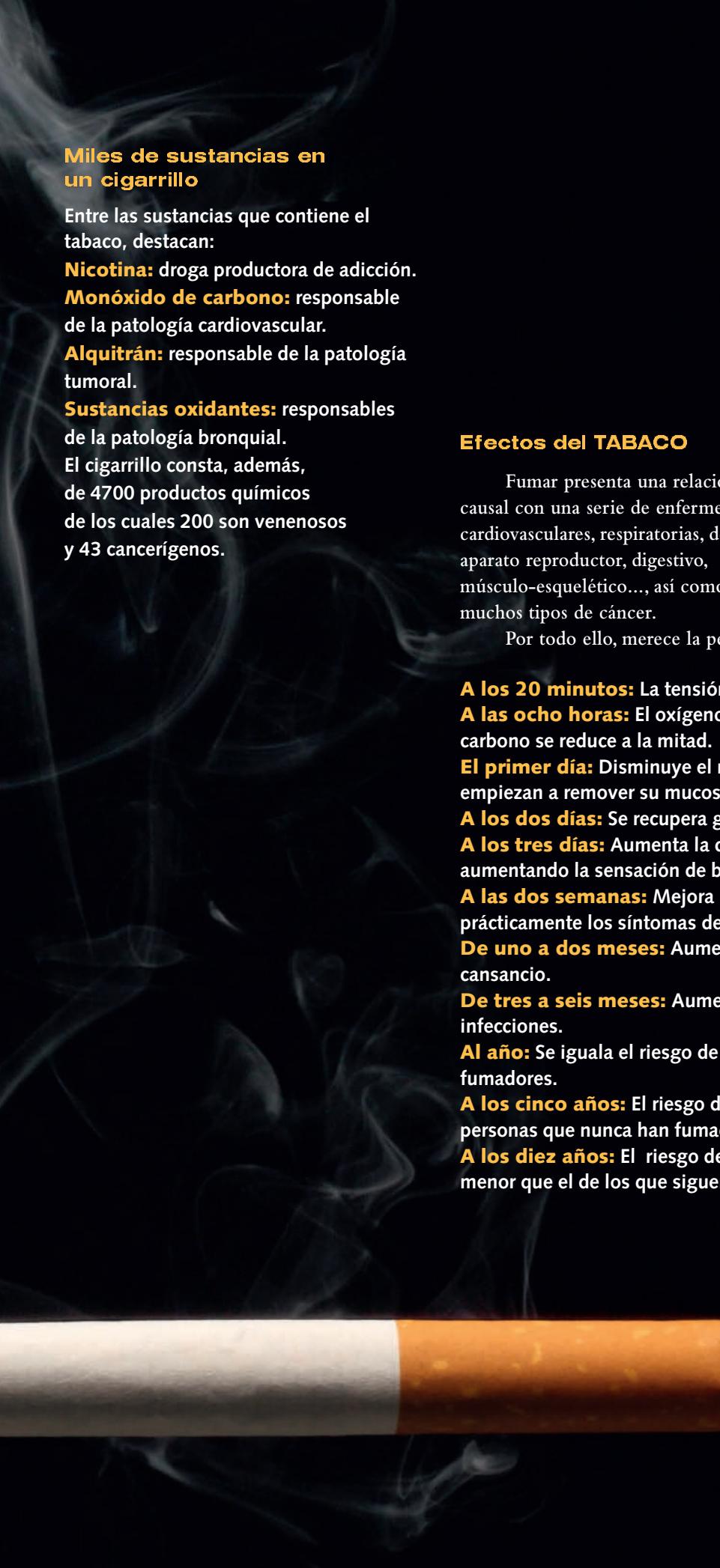
De uno a dos meses: Aumenta la capacidad física y disminuye el cansancio.

De tres a seis meses: Aumenta la capacidad de resistencia a las infecciones.

Al año: Se iguala el riesgo de enfermedades cardíacas con los no fumadores.

A los cinco años: El riesgo de infarto cerebral vuelve al nivel de las personas que nunca han fumado.

A los diez años: El riesgo de cáncer de pulmón es entre un 30-50% menor que el de los que siguen fumando.



Tratamientos para DEJAR DE FUMAR

Hay muchos y muy conocidos métodos hoy en día, al alcance de todo aquel que quiera dejar de fumar. Tan importantes son los fármacos que se puedan utilizar para facilitar el tratamiento, como la ayuda de un profesional sanitario que nos guíe en ello.

ES UN CAMINO DIFÍCIL, PERO NO IMPOSIBLE,
PARA EL QUE ES PRECISO CONTAR CON AYUDA
PROFESIONAL ADECUADA.

¿Se puede dejar de fumar con los CIGARRILLOS ELECTRÓNICOS?

La mayor parte de los cigarrillos electrónicos se comercializan con la indicación de ser inocuos y de facilitar la deshabituación o reducción del consumo, sin embargo su seguridad y eficacia aún no está demostrada.

El cigarrillo electrónico es un dispositivo que funciona con baterías,

con capacidad de calentar aunque no de quemar. Está compuesto por un cartucho recargable y un atomizador, de tal manera que cuando se pone en funcionamiento es capaz de calentar el contenido del cartucho (nicotina en general, con saborizantes y otros ingredientes), convirtiéndolo en vapor que el usuario inhala directamente.

La regulación de los cigarrillos electrónicos varía mucho a nivel internacional, ya que hay países donde su producción, importación y venta están prohibidas, mientras que en otros se consideran productos para dejar de fumar. También se da el caso de países en los que están sujetos a la misma regulación que los alimentos y los medicamentos.

ALGUNOS PAÍSES ESTÁN LIMITANDO O
PROHIBIENDO EL USO DE LOS CIGARRILLOS
ELECTRÓNICOS, DADO QUE SU INOCUIDAD
PARA LA SALUD AÚN NO ESTÁ DEMOSTRADA.

En España, los cigarrillos electrónicos no están incluidos en la definición de «productos de tabaco» que establece la ley 28/2005, por lo que la regulación existente no sería aplicable a ellos. Está prohibida su venta a menores de edad.

¿Por qué tanta controversia con su uso?

Actualmente no se pueden excluir los riesgos para la salud asociados al uso de los cigarrillos electrónicos. En general los líquidos que contienen nicotina son potencialmente peligrosos ya que esta es una sustancia tóxica y adictiva, pero incluso aquellos que se comercializan como «libres de nicotina», no resultan inocuos.

Aun suponiendo que se pudieran eliminar todas estas sustancias, se ha demostrado que, a corto plazo (a los cinco minutos de la utilización de estos

LOS PRINCIPALES INGREDIENTES

(PROPILENGLICOL, GLICERINA,
AROMATIZANTES...) DE LOS CIGARRILLOS
ELECTRÓNICOS HAN SIDO PROBADOS
PARA SU USO EN ALIMENTOS, PERO ESO
NO INDICA QUE SEAN SEGUROS
PARA SER INHALADOS REPETIDAMENTE.

productos), aumenta la resistencia de la vía aérea, y se producen una serie de cambios en la misma, de manera similar a lo que ocurre después de la inhalación del humo del tabaco. Por ello, algunos expertos consideran posible, que a largo plazo, los cigarrillos electrónicos, solo por su uso, sin tener en cuenta los efectos negativos de las sustancias que contienen, puedan producir cambios permanentes en la función pulmonar, igual que el tabaco, y por tanto enfermedades asociadas a él.

En general, los cigarrillos electrónicos parecen utilizarse principalmente por fumadores, fumadores considerando abandonar el consumo y ex fumadores. Varios estudios demostraron mayor consumo entre hombres, adultos jóvenes, con nivel socioeconómico alto y con la creencia de que esos productos reducen los riesgos asociados al consumo de tabaco y son una ayuda para dejar de fumar.

No obstante, no existe ningún estudio que haya analizado la eficacia de este dispositivo como forma de tratamiento del tabaquismo. Tanto es así que la OMS ha prohibido expresamente a los fabricantes que anuncien este producto como una forma de «tratamiento del tabaquismo».

LO MÁS IMPORTANTE Y EFICAZ PARA
ABANDONAR EL HÁBITO TABÁQUICO ES
LA VOLUNTAD DE DEJARLO Y LA AYUDA
DE UN PROFESIONAL, QUE RECOMENDARÁ
EN CADA CASO EL USO DE LOS
TRATAMIENTOS MÁS EFICACES
EXISTENTES EN LA ACTUALIDAD.



Empleados con



{un don}



texto MARINA CALVO y MARTA MÁRQUEZ

Un compositor, una actriz, una escritora y un campeón de bolos nos cuentan sus experiencias y cómo han compaginado su pasión con su trabajo y los logros que han conseguido. Josué Vergara, Jefe de Agencia de MAPFREVIDA en Valencia, es multiinstrumentista y compositor de música para cine, documentales y publicidad. Recientemente ha recibido tres nominaciones para los Hollywood Music in Media Awards (HMMA), premios conocidos como los Oscar de la música, que se celebrarán el próximo 4 de noviembre en California. «El pasado 8 de abril recibí la primera nominación por mi tema «Esperando», la segunda no se hizo esperar y el 19 de junio recibí otra por «Tierra mojada». Además, el 8 de septiembre me nominaron por tercera vez, por la banda sonora de la serie de televisión *Motonómadas* en la que estoy trabajando junto Abdelatif Hwidar, director de cine ceutí y ganador de un Goya en 2008 al Mejor Cortometraje. ¡Es increíble, no me lo creo, soy el único español con triple nominación!», afirma Josué.



Josué Vergara

“La música es la forma en la que me expreso, me permite crear y hacer posible lo imposible”

Por su parte, Linda Johnson, que trabaja en el departamento de Comunicación Corporativa en Estados Unidos, descubrió su pasión también desde muy pequeña, cuando a los 6 años se subió por primera vez a un escenario a bailar claqué junto a su hermano. «Así empecé; digamos que me entró el gusanillo del espectáculo. Después de aquello me centré en el canto», comenta Linda. Ha actuado dentro y fuera de EE.UU., en Inglaterra y en Escocia; ha cantado junto a la Orquesta Sinfónica de

Massachusetts, los Cantantes de Salisbury y los coros de Worcester y All Saints St. Cecilia. Sin embargo, como ella misma reconoce, «me encantan el canto operístico y el coral», pero donde realmente se encuentra «como en casa» es haciendo musicales.

Concha Barbero, Técnico Documentalista en CESVIMAP, es además autora de libros de crecimiento personal, y desde pequeña sintió inclinación por la escritura. Pero fue a partir de los 40 años cuando tuvo la necesidad de manifestarlo. «Me basta una pantalla en blanco para expresar lo que me commueve. Escribo a diario. Para mí, escribir es vivir. No lo desarrollo de forma programada, sino que, siempre que dispongo de tiempo para ello, me dejo llevar», explica. En 2006, coincidiendo con la redacción de su primer libro, se presentó al concurso de relatos convocado por MAPFRE para todos los empleados y quedó en segundo lugar. Este año ha obtenido el primer premio de una de las convocatorias del concurso de microrrelatos de Red CUMES de FUNDACIÓN MAPFRE.

Por último, Jaime Santiago Lozada, oficinista de MAPFRE en Puerto Rico, se declara un apasionado de los bolos desde los 8 años. Hoy en día compite de manera profesional en varias ligas, torneos y campeonatos a nivel nacional e internacional. Para ello, entrena cinco días a la semana, cerca de 15 horas en total, que dedica a perfeccionar su técnica, así como la estrategia y el juego en equipo. «Este deporte me ayuda a mantener un estado físico y mental favorable», declara.

Todos coinciden en el gran esfuerzo que supone sacar tiempo para desarrollar sus proyectos y entrenar sus aptitudes. A pesar de ello, afirman que la recompensa y la magia que experimentan cuando sus trabajos salen adelante con resultados satisfactorios justifica las horas de esfuerzo y todos los recursos invertidos.

A la hora de enfrentarse al proceso creativo, tanto Josué como Concha prefieren dejarse llevar por la inspiración. Ella afirma que cuando le surge una idea, la anota para luego elaborarla y perfeccionar su

“TODOS COINCIDEN EN EL GRAN ESFUERZO QUE SUPONE SACAR TIEMPO PARA DESARROLLAR SUS PROYECTOS Y ENTRENAR SUS APTITUDES”



“ Desde los seis años, escribo e interpreto junto a mi hermano ”

Linda Johnson

servido de inspiración a otros y que sus triunfos son fruto del trabajo constante, de la disciplina y del entrenamiento.

Independientemente de cuál sea la metodología de cada uno a la hora de escribir música, libros, actuar o competir, todos están de acuerdo en el hecho de que desarrollar su pasión les ha favorecido en el terreno laboral. Por ejemplo, Concha explica que ella lo experimenta como «un todo», puesto que como filóloga desarrolla gran parte de su labor en la empresa con las palabras y la documentación.

En el caso de Linda, actuando ha podido desarrollar aptitudes como el trabajo en equipo, la comunicación y la capacidad de liderazgo, que le han ayudado en su puesto de trabajo. A Jaime Santiago, el deporte le mantiene alerta en el trabajo y le permite eliminar el estrés diario. Por último, Josué manifiesta que en el terreno laboral la música le ha permitido generar

redacción. «Me siento satisfecha cuando parece no haber pasado por el filtro de la razón, sino que me ha brotado directamente del corazón, pero, una vez expresadas mis ideas, trazo un plan de trabajo para llevar a cabo el proyecto en el que encaje», insiste. Josué considera, como apasionado del jazz, género musical que por excelencia refleja la improvisación, que «cuando una persona decide improvisar, pone a prueba todos sus sentidos para crear algo libre de directrices». «Desde mi punto de vista es un ejercicio fantástico que reporta grandes resultados en cualquier disciplina», afirma.

Linda y Jaime Santiago son partidarios del ensayo y el entrenamiento respectivamente para mejorar su especialidad. Para Linda la perfección se alcanza a través de la práctica. Jaime refuerza esta idea afirmando que su esfuerzo y tenacidad han



Concha Barbero

“ Entre mi profesión y mi afición se produce una sinergia, lo aprendido en una faceta se transmite, por sí solo, a la otra ”

MAPFRE



Jaime Santiago

“Ser una inspiración y un ejemplo para otra persona es maravilloso, mucho más valioso que todos los premios ganados”

dinámicas creativas que han mejorado sus resultados empresariales y los de su equipo.

Los cuatro son un ejemplo de sacrificio y tenacidad, y todos saben que su esfuerzo tendrá siempre recompensa. Sin ir más lejos, admiten que la práctica de ese «don» les permite ir más allá y vivir experiencias enriquecedoras a nivel personal, tales como las que han compartido con nosotros y aquí recogemos.

Jaime Santiago recuerda con especial cariño su participación en un torneo para personas con discapacidad, como pareja de una niña en silla de ruedas en el que consiguieron la segunda posición. «Esta experiencia ha sido, por el momento, la más gratificante de mi vida. Haber sido testigo de la

sonrisa de esa niña, ver cómo disfrutaba con cada lanzamiento y haber tenido la oportunidad de compartir con ella este juego, que me apasiona, no tiene precio».

A Concha le resulta extraordinario haber coincidido con esta revolución tecnológica y virtual y, como consecuencia, según manifiesta, «con la facilidad de comunicación con lectores y otros autores». «Gracias a la digitalización y las nuevas tecnologías puedes solicitar un libro en una librería virtual y conversar con otros autores en redes sociales. ¡Y todo en un cuarto de hora, desde casa y sin levantar la vista de la pantalla!», añade.

A Josué, además de componer le encanta aprender y descubrir nuevos instrumentos. Recientemente ha encontrado el *duduk*, una flauta armenia que lleva tocando unos meses y de la que se proclama un auténtico enamorado. «Me fascinan los instrumentos raros y antiguos, todos ellos aportan originalidad a mis temas» comenta. Además, entre sus

múltiples proyectos destaca la grabación de un disco de sus temas con la Orquesta Sinfónica de Bratislava, un trabajo que lleva persiguiendo durante mucho tiempo.

Por su parte Linda encuentra su recompensa en los aplausos de las personas que acuden a verla. Además, junto con otros actores realiza espectáculos para recaudar fondos para el campamento Sunshine y su programa de patrocinio familiar, que proporciona gratuitamente alojamiento durante una semana a una familia, en un pueblo situado junto al lago Sebago (Maine, EE.UU.). Ofrecen asistencia médica permanente y actividades lúdicas para niños con enfermedades terminales y sus familias.

Concha, Linda, Josué y Jaime Santiago coinciden en lo importante que es dedicar tiempo a aquello que te gusta, independientemente de lo bueno que seas. Insisten en que todos tenemos talento, en que debemos utilizar nuestra destreza para ayudar al próximo. Además, nos aconsejan que indaguemos en nosotros mismos y hagamos ejercicios de reconocimiento para descubrir nuestras luces y sombras.

Sus claves, unidas al afán de superación, la constancia y el empeño, quizás nos permitan encontrar el nuestro.

LA PRÁCTICA DE SU «DON» LES PERMITE IR
MÁS ALLÁ Y VIVIR EXPERIENCIAS
ENRIQUECEDORAS A NIVEL PERSONAL

ÁREAS DE ACTIVIDAD

Acción Social

Contribuimos a la mejora de las condiciones económicas, sociales y culturales de las personas y sectores menos favorecidos de la Sociedad.



Seguro y Previsión Social

Promovemos la formación y la investigación en materias relacionadas con el Seguro y el Riesgo.



Cultura

Fomentamos la difusión de la Cultura, las Artes y las Letras y la divulgación de conocimientos en relación con la Historia común de España, Portugal y los países vinculados a ellos por lazos históricos.



Salud y Prevención

Promovemos la mejora de la calidad de vida y fomentamos hábitos y conductas saludables.



Seguridad Vial

Promovemos actividades de educación vial a través de cursos, estudios de investigación, campañas divulgativas y distribución de materiales didácticos.



FUNDACIÓNMAPFRE

www.fundacionmapfre.org



MAPFRE,
la aseguradora global
de confianza

Avanzamos con más de 23 millones de clientes en 46 países para ser su aseguradora fiable y comprometida. Por eso, sea cual sea el horizonte que persigas estaremos a tu lado para ayudarte a alcanzarlo.



mapfre.com

 **MAPFRE**

