

Este repaso a la historia reciente de MAPFRE comienza en 1993 con el número 1 de la revista. España salía de un año emblemático en su devenir histórico. 1992 supuso un espaldarazo a la imagen moderna y dinámica del país y la celebración de los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Expo de Sevilla refrendó ese nuevo aire, soplo que MAPFRE supo aprovechar y adaptarse a las nuevas corrientes y tendencias, reflejado como símbolo en la Torre MAPFRE del puerto Olímpico.

En esa fecha se estrena una nueva sección en la revista denominada Cultura MAPFRE, con el firme propósito de dar a conocer poco a poco la estructura organizativa del Sistema MAPFRE y la filosofía global que impregnaba a toda la compañía y que se encontraba en cada una de sus unidades y empresas.

Otra de las secciones que recogía la revista en esta época era la dedicada al Defensor del Asegurado, figura creada por MAPFRE en el año 1985, importada del norte de Europa por Ignacio Hernando de Larramendi, máximo responsable de grupo entre 1955 y 1990, y potenciada por Julio Castelo, presidente hasta 2001. Con esta figura MAPFRE fue pionera, suponiendo un nuevo hito en el mercado asegurador. Consistió en la creación de una especie de tribunal

independiente, que pudiese resolver los problemas creados entre MAPFRE y sus asegurados. Claro que, para ello debía de ser liderado por una persona realmente independiente y de fuera de la organización, como reconocía Fernando Suárez en la entrevista realizada en la revista 20 años más tarde.

Una de las características propias de MAPFRE a lo largo de su historia ha sido su filosofía de expansión internacional. Así, en el año 1995, de forma paralela a la expansión de su negocio por Latinoamérica, MAPFRE decidió promover en diversos países la creación de institutos de investigación como CESVIMAP, contando con la colaboración de entidades aseguradoras locales, como fue el caso de su implantación en Brasil.

Otro importante hito de este año es que, coincidiendo con su 25 aniversario, MAPFRE VIDA salió a bolsa, dando la posibilidad de que los pequeños inversores también participaran en este gran proyecto empresarial.

A principios de 1996 y por iniciativa de un grupo de médicos liderado por el doctor Pedro Guillén, se puso la primera piedra de la que luego sería la Clínica CEMTRO, un centro traumatológico de rehabilitación y ortopedia con tecnología punta. Posteriormente, el 18 de mayo de 1998, esta clínica sería inaugurada por el rey Juan Carlos.

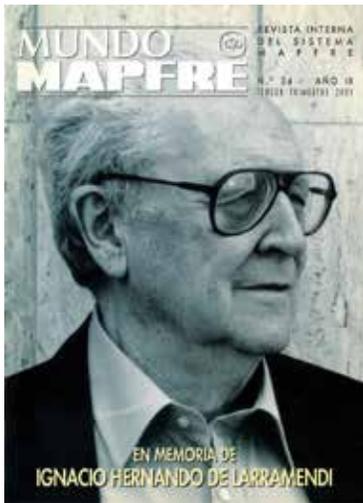


1993

La Torre MAPFRE, con sus 40 plantas y 154 metros, se convirtió en uno de los emblemas de la remodelación urbanística de la ciudad de Barcelona y símbolo de la modernidad en España

1994

Salida a bolsa de MAPFRE VIDA

**1993**

El presidente de MAPFRE MUTUALIDAD, Julio Castelo, escribió la carta de presentación a los lectores en el número 1 de la revista

2001

La revista dedicó un número especial con motivo del fallecimiento de Ignacio Hernando de Larramendi, realizando un recorrido por su trayectoria profesional y su obra social

Siguiendo esta misma vertiente innovadora de MAPFRE, en 1997 se crea MARES, una compañía que surge en el seno de la unidad de automóviles y cuyo objeto era el aseguramiento de los riesgos especiales, aquellos que normalmente eran excluidos de la actividad aseguradora de MAPFRE MUTUALIDAD (jóvenes, noveles, camiones, autobuses, etc.) y de la mayor parte de aseguradoras. MAPFRE una vez más fue pionera, analizando el comportamiento de este tipo de riesgos para que sirvieran para el cálculo de las tarifas aseguradoras. Este espíritu de innovación se retoma para la creación del YCAR. Una vez más, MAPFRE se puso al frente de la innovación en el sector creando un seguro de automóviles específico para jóvenes que contribuiría al rejuvenecimiento de la cartera de automóviles.

Un nuevo paso en el camino de transformación a la gran empresa del siglo XXI se dio en 1998 con el acuerdo de intenciones entre MAPFRE y Caja Madrid, bajo la presidencia de Julio Castelo, para buscar fórmulas de colaboración empresarial en las áreas de banca y seguros. Sería a principios de siglo cuando MAPFRE y Caja Madrid consolidarían y ampliarían su alianza empresarial, creando el

nuevo holding MAPFRE-Caja Madrid seguros en febrero de ese año. Holding que en el año 2000 daría su primer gran fruto, al firmarse la primera operación importante con la toma de control del Grupo FINISTERRE de España, lo que permitiría incrementar la cuota de mercado de MAPFRE en el ramo de decesos.

Ese mismo año, y sin perder la senda de la innovación, se lanza SEGURMOVIL, un nuevo servicio de SEGURMAP con un revolucionario sistema que permite localizar a los vehículos en caso de robo, accidente o avería. También nace ARIES (Área de Riesgos Internacionales de Empresas), proyecto estrella de MAPFRE SEGUROS GENERALES de la mano de MAPFRE INDUSTRIAL, con el objetivo asegurar los riesgos a clientes y empresas multinacionales, en España, Portugal y en Latinoamérica.

Como vemos, la década de los noventa aportó grandes oportunidades que MAPFRE supo aprovechar perfectamente. Otro de los lanzamientos fue el de CLUB MAPFRE, una nueva empresa de MAPFRE MUTUALIDAD que consistía en un revolucionario y ambicioso proyecto para facilitar y potenciar la captación de los nuevos clientes y completar y flexibilizar la oferta de servicios de MAPFRE. Esta entidad dio paso a lo que actualmente se conoce como Te Cuidamos y que está en plena expansión internacional.

Un hito de índole interna, y muy importante en los primeros pasos hacia la transparencia empresarial, fue la creación del Código de Buen Gobierno del Sistema MAPFRE impulsado por Julio Castelo. El código recopilaba las normas que debían regular la estructura directiva de la empresa y los principios a los que debían atenerse el funcionamiento de los órganos de gobierno de las distintas entidades que lo integraban.

En abril del 2001 se produjo el relevo en la presidencia del Sistema MAPFRE: Julio Castelo Matrán dio paso a José Manuel Martínez, para el que, después de 30 años desarrollando su carrera profesional dentro de la compañía, se abría una época en la que comenzó un nuevo



camino de transformación, creación y expansión para MAPFRE.

Uno de estos nuevos pasos fue el lanzamiento de MAPFRE.COM, lo que supuso la integración plena de la compañía en el siglo XXI. MAPFRE se lanza en el año 2000 a desarrollar la actividad de la compañía en Internet, adecuando su estrategia a las posibilidades de la realidad electrónica emergente de la época ante el evidente crecimiento de usuarios de Internet en todo el mundo, 378 millones, de los cuales cuatro millones y medio estaban en España. Estos fueron los primeros pasos de la gran apuesta por el negocio digital que MAPFRE llevaría a cabo posteriormente. La compañía lo tenía claro, había que estar en todos los canales a través de los que el cliente podía encontrarnos.



2001

En las juntas generales de 2001 Julio Castelo dio paso a José Manuel Martínez

2005

Inauguración del multicentro del automóvil

**2006**

Asamblea extraordinaria en la que se aprobó la nueva estructura societaria

2007

Junta de accionistas de MAPFRE

2002 fue un año marcado por el lema “Cuando piense en el automóvil piense en MAPFRE” que lanzó a la compañía a explorar terrenos como la compra, venta y distribución de vehículos de todas las marcas y modelos, así como la comercialización de otros productos y prestación de servicios asociados al automóvil y otras fórmulas como el renting y la financiación de la compra de automóviles en 2003.

La Unidad de MAPFRE Empresas nace con fuerza en este año, reuniendo bajo la misma enseña a MAPFRE INDUSTRIAL y MAPFRE CAUCIÓN Y CRÉDITO. Se convierte así en la primera unidad del Grupo especializada por tipo de cliente.

En 2004 se produjo otro de los hitos que situaban a MAPFRE mirando al futuro y apostando por la sostenibilidad: la puesta en marcha del Centro de Tratamiento de Vehículos fuera

de uso de CESVIMAP, el primer centro automatizado de España para el reciclaje de vehículos.

2005 supuso la puesta en marcha de la Dirección General de Inversiones, cuyo objetivo principal era coordinar y tomar decisiones sobre las posibilidades de inversión para MAPFRE en todo el mundo.

Lo más relevante del año 2006 es que nace la gran MAPFRE del siglo XXI. MAPFRE aprueba la modificación de su estructura empresarial para convertirse en una de las grandes empresas del seguro mundial. Para ello, Fundación MAPFRE pasa a tener el control mayoritario del grupo. Todas las actividades del grupo pasan a integrarse en la sociedad MAPFRE S.A., que cotizará en bolsa. Este fue un paso clave para que la compañía se manifestase como la gran multinacional que ya era.

Además, MAPFRE comienza a prepararse para Solvencia II, lo que representará una mejor estimación de los riesgos reales asumidos por cada aseguradora.

Al mismo tiempo que va adquiriendo relevancia como entidad cotizada, MAPFRE continúa con su proceso de expansión y adquiere el 80% de la aseguradora turca Genel Sigorta. Es su entrada en el seguro directo de Turquía.

Este mismo año MAPFRE empieza a preparar el terreno para entrar en China, situándose

en la línea de salida con operaciones en reaseguro y asistencia.

Fruto de la visión de futuro de MAPFRE y de su apuesta por la transformación, en enero de 2007 se crea la Dirección General de Tecnología y Procesos, con el objetivo de impulsar la renovación tecnológica, fomentar una cultura de procesos y dotar a MAPFRE de las herramientas necesarias para alinearse con los clientes. Esto supuso la finalización de la dispersión informática existente hasta el momento.

En este año se produce también lo que supuso la mayor inversión en la historia del Grupo: la adquisición de la aseguradora estadounidense Commerce por 1.538 millones de euros.

2008 fue el año en que MAPFRE celebró su 75 aniversario y entre otras actividades se celebró una cena con la presencia de SS.MM. los Reyes de España, en la que el rey nos dedicó estas palabras: “75 años que celebráis con legítimo orgullo, como suma de esfuerzos y aciertos, que han conducido al desarrollo de una gran empresa española como MAPFRE. Una verdadera multinacional con un sostenido crecimiento y prestigio en un sector como el de los seguros, marcado por una alta competitividad internacional. Gracias al esfuerzo de sus ejecutivos, profesionales, expertos y trabajadores,



MAPFRE es por su liderazgo sectorial un referente en la España moderna y dinámica que juntos hemos construido.”

Es en 2009 cuando se materializa el acuerdo de intenciones entre MAPFRE y Banco do Brasil para negociar la constitución de una alianza estratégica cuyo objetivo consistiría en el desarrollo conjunto de los negocios aseguradores de ambos grupos en el mercado brasileño y que recientemente se ha revisado MAPFRE ingresa en el índice Dow Jones, máximo exponente de reconocimiento en política socialmente responsable de las empresas e instituciones, lo que supone el respaldo internacional a la política de MAPFRE de responsabilidad social y la convierte en la única aseguradora española con presencia en este indicador.

En 2010 se produce otro hito relevante en la historia de MAPFRE con el nacimiento de VERTI, compañía de venta directa de seguros de automóvil

2008

Cena de gala del 75 Aniversario

FILOSOFÍA

UNA DE LAS CARACTERÍSTICAS PROPIAS DE MAPFRE A LO LARGO DE SU HISTORIA HA SIDO SU **FILOSOFÍA DE EXPANSIÓN INTERNACIONAL**

ADN

LA **TENDENCIA INNOVADORA Y DINÁMICA** DE MAPFRE ES UNA CARACTERÍSTICA DE SU ADN

**2012**

Relevo en la presidencia

APUESTA CONTINUA

A LO LARGO DE LOS AÑOS MAPFRE SIEMPRE HA TENIDO PRESENTE LA APUESTA CONTINUA POR LA **EXPANSIÓN INTERNACIONAL, LA INNOVACIÓN, LA VOCACIÓN DE SERVICIOS Y EL COMPROMISO**

y hogar. La nueva aseguradora complementa el modelo de negocio tradicional de MAPFRE y competirá con las compañías online y telefónicas. Adalid de la apuesta por la transformación digital de la compañía, sirve como base para exportar este modelo a Alemania e Italia en 2015, con la adquisición de Direct Line, y posteriormente en Estados Unidos en 2017.

Apostando por la transformación digital como estrategia de la compañía, MAPFRE ASISTENCIA da el gran salto en el mercado de la venta directa con la adquisición de la sociedad británica InsureAndGO, el mayor distribuidor on line de seguros de viaje en este país.

Por otro lado se firma un acuerdo de intenciones entre MAPFRE y Heuler Hermes para el desarrollo conjunto del negocio de seguros de caución y crédito en España, Portugal y América Latina. El acuerdo se firmó definitivamente a finales de mayo de 2012 y a principios

de 2013 nació SOLUNION, compañía en la que se conjugan las fortalezas de las dos grandes aseguradoras.

En 2012 Malta se convierte en la nueva apuesta mediterránea de MAPFRE, que pasa a ser accionista mayoritario de MIDDLESEA GROUP, el líder del seguro maltés.

En marzo de 2012 se produce la renovación de la cúpula directiva de MAPFRE. José Manuel Martínez se retira y Antonio Huertas, accede a la presidencia del Grupo.

Comienza una nueva etapa para MAPFRE, marcada por la implantación de una estrategia que utilizará, más que nunca, las fortalezas que siempre han formado parte del éxito de la compañía. A lo largo de estos años MAPFRE ha recorrido un camino que la ha convertido en una compañía global, que continúa creciendo y generando valor para sus accionistas y generando empleo estable y de calidad para sus empleados. Esta época se centrará en la priorización de los distintos proyectos teniendo como objetivo la rentabilidad, y como gran reto la transformación de la compañía para adaptarse a la nueva era digital. Destaca el gran avance conseguido en esta etapa en la gestión integral de MAPFRE con la implantación del proceso de regionalización y la consolidación de las Áreas Corporativas.

En esta línea, en 2014 se construye el Centro de Proceso de Datos (CPD) de MAPFRE. Situado en Madrid, prestará servicio a nivel corporativo y a todas las entidades del Grupo. Constituye la renovación del corazón tecnológico de la compañía y alberga gran parte de los datos y las comunicaciones de MAPFRE a nivel mundial.

Es también en este año cuando MAPFRE reúne todos sus programas formativos en un único espacio, la Universidad Corporativa, que nació con el objetivo de capacitar a todos los empleados y promover un nuevo entorno de aprendizaje a nivel global.

2016 acoge uno de los hitos importantes en la transformación digital de MAPFRE con el lanzamiento de la Intranet Global. Supone una nueva forma de trabajar más global y digital, con herramientas que pretenden facilitar el trabajo individual y colectivo.

El tercer trimestre de 2016 estuvo marcado por la creación de MAPFRE AM, antigua MAPFRE INVERSIÓN DOS, cuyo objetivo será gestionar más de 4.800 millones de euros de más de 300.000 clientes, fortalecer la gestión global de inversiones de MAPFRE y potenciar la gestión de activos de terceros en el Grupo, con el fin de aprovechar las oportunidades comerciales que se presenten.

Actividades como el Euro Solidario y la implicación de la compañía en actividades de voluntariado han conseguido que el número de voluntarios de MAPFRE se duplique en estos dos últimos años. Más de 6.700 voluntarios, empleados y familiares, han participado en acciones que han permitido ayudar a más de 93.000 personas en riesgo de exclusión social en 26 países.

Si tuviéramos que predecir el futuro o a alguien le tocara escribir los próximos 25 años de la historia de MAPFRE, apuesto por que todo empezaría hablando del Reto Digital. Mejorar nuestras capacidades en el trabajo, con la ayuda de la tecnología, es a día de hoy la clave principal de la estrategia de transformación para cualquier compañía. La supervivencia y el liderazgo de las empresas a medio y largo plazo estarán determinados en gran medida por las decisiones que tomemos estos días, estos meses y estos años.

Tal vez ya no estemos aquí para escribir sobre los próximos 25 años de MAPFRE, pero sí esperamos poder leerlos. El futuro promete.

El artículo representa un resumen de los artículos recogidos en la revista durante estos años. Sabemos que se han quedado muchos fuera, tan importantes como los que aparecen, pero la necesidad imperiosa de resumir para hacer este artículo viable, nos ha obligado a ello.



RETO DIGITAL

MEJORAR NUESTRAS CAPACIDADES EN EL TRABAJO, CON LA AYUDA DE LA TECNOLOGÍA, ES A DÍA DE HOY LA CLAVE PRINCIPAL DE LA ESTRATEGIA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA CUALQUIER COMPAÑÍA



2015

Voluntariado

