

REGRESO AL FUTURO

TEXTO **CAROLINA CALVENTE** | ILUSTRACIÓN **THINKSTOCK** | FOTOGRAFÍAS **MAPFRE**

La experiencia de una larga trayectoria profesional y las ganas de aprender y formarse en una empresa global son compatibles. Y si no que se lo digan a las 648 personas que cumplen en este 2018 los 25 años de antigüedad en MAPFRE, frente a los 1.601 empleados que tienen 25 años de edad en la actualidad y que llevan poco tiempo en la empresa. ¿Qué visión tienen de MAPFRE cada uno de ellos? Ocho compañeros nos lo cuentan.



25

AÑOS DE EDAD

JESÚS NÚÑEZ CEDILLO
AUDITOR DE TI
(SERVICIO DE AUDITORÍA INTERNA)



Jesús es uno de los jóvenes de 25 años que ha llegado hace poco a MAPFRE.

Considera que su día a día en la empresa es bastante dinámico y que está en constante aprendizaje con la gente que le rodea.

“EL EQUIPO QUE HAY EN AUDITORÍA INTERNA DE TI ES UN EQUIPO MUY PROFESIONAL, FORMADO POR GRANDES PERSONAS, TANTO A NIVEL PERSONAL COMO PROFESIONAL. ESTOY MUY CONTENTO DE ESTAR EN UN EQUIPO TAN BUENO Y AGRADABLE”

ODOGA TREVIÑO RODRÍGUEZ
TÉCNICO DE DESARROLLO DE NEGOCIO
EN EL ÁREA DE REDES SOCIALES



A punto de cumplir los 25 años, Odogo llegó hace unos meses a la empresa y desde entonces se muestra involucrada con MAPFRE.

“En la parte de medición nos encargamos de hacer un seguimiento de las acciones que se llevan a cabo en Redes Sociales en todos los países donde MAPFRE tiene presencia, escuchamos lo que los usuarios dicen en los medios digitales, ya sea sobre las marcas del Grupo MAPFRE o sobre un tema en concreto”.

HANNAH SNOW
A CLAIM REPRESENTATIVE IN CASUALTY



Hannah se ocupa de las reclamaciones por lesiones corporales debidas a accidentes que se producen.

“TODAVÍA NO SÉ CÓMO PUEDEN CAMBIAR LAS COSAS DE AQUÍ A DENTRO DE OTROS 25 AÑOS. LO QUE SÍ SÉ ES QUE TRABAJO CON GRANDES PROFESIONALES”

25 años dan para mucho. Que se lo pregunten a **Carlos Nagore**, uno de nuestros protagonistas que lleva todos estos años en la empresa. Carlos cuenta con una amplia trayectoria profesional en MAPFRE que le ha hecho llegar hasta Alemania (algo que nunca hubiese imaginado), donde trabaja desde 2016 como director técnico de VERTI VERSICHERUNG AG.

“En estos 25 años MAPFRE ha cambiado tanto... Yo la conocí como una Mutualidad en España que únicamente pensaba en España, aunque pronto empezó a hacer sus pinitos en América”, comenta.

En cuanto a los 25 años que también cumple esta revista, Carlos recuerda los primeros números con nostalgia: “Aunque parezca una tontería, hablamos de una revista de papel (no teníamos internet, ni correo electrónico, ni portal interno

25

AÑOS EN LA EMPRESA

CARLOS S. NAGORE ARCHILLA
DIRECTOR TÉCNICO DE VERTI
VERSICHERUNG AG (VERTI ALEMANIA)



Carlos cuenta con una amplia trayectoria en MAPFRE, que le ha hecho llegar hasta Alemania, donde reside desde 2016.

LA VERDAD ES QUE EN MAPFRE HABÍA ESTADO EN MUCHOS DEPARTAMENTOS A LO LARGO DE ESTOS ÚLTIMOS AÑOS, PERO NUNCA ME HABRÍA IMAGINADO ESTAR EN EL ÁREA TÉCNICA Y EN ALEMANIA

CRISTINA SORIA VILLA
SECRETARIA DE DIRECCIÓN GENERAL
DE LA ASESORÍA JURÍDICA DEL GRUPO



Cristina considera su trabajo muy dinámico, y se siente privilegiada al poder decir que le gusta lo que hace.

LO QUE MÁS ME FASCINA DE MAPFRE ES SU CAPACIDAD PARA HACER NOS SENTIR COMO MIEMBROS DE UNA GRAN FAMILIA. SIEMPRE ME HA PARECIDO MUY ACERTADO EL LEMA "PERSONAS QUE CUIDAN DE PERSONAS" Y CREO QUE TODOS NOS SENTIMOS MUY ORGULLOSOS DE PERTENECER A UNA EMPRESA, QUE NOS CUIDA Y NOS RESPALDA. ESTOY SEGURA DE QUE ESE VALOR NO SE PERDERÁ CON LOS AÑOS

ni nada por el estilo), así que realmente uno se enteraba de las noticias internas por la revista. También me sirvió para poner cara a personas con las que hablaba a menudo por teléfono”.

Está claro que MAPFRE ha cambiado mucho a lo largo de todos estos años y que empleados como Carlos que llevan tanto tiempo en la empresa han tenido la suerte de poder formar parte de varios equipos de trabajo y distintos departamentos. Aun así, Carlos sabe que a pesar de estos 25 años, la compañía todavía tiene que experimentar más cambios y él tiene claro cuál destacar: “el reto más importante que tiene MAPFRE es la digitalización. La digitalización ha hecho que sectores completos hayan cambiado en los últimos años”, expresa.

José Manuel Corral, director general del Área Corporativa de Negocio y Clientes, confirma la evolución de la compañía en estos últimos 25 años.

“Yo entré con 23 años, como casi todo el mundo en aquella época en que la edad media del empleado era de 24-25. Eso era algo espectacular en aquel momento. 25 años después la compañía ha evolucionado, como también hemos evolucionado nosotros”, cuenta.

Uno de los grandes retos a los que se enfrenta MAPFRE es “seguir garantizando la mejor capacitación posible de los que formamos parte de la compañía de tal modo que ello nos permita acompañar y seguir, sin quedarnos atrás, la evolución tan rápida mostrada por el mercado así como las exigencias de clientes y consumidores en general”, comenta Corral.

Cristina Soria, secretaria del director general de la Asesoría Jurídica del Grupo, es otra de las veteranas que han vivido el proceso de transformación de MAPFRE estos últimos 25 años: “MAPFRE ha crecido muchísimo y lo sigue haciendo a pasos agigantados, en su estructura, en personal, en su expansión internacional, pero, lo que me llama la atención es a nivel tecnológico. Cuando yo entré, no existían los móviles, ni internet, iy los faxes eran el último grito!”. Cristina recuerda con nostalgia los primeros números de la revista como el *Hola* de la compañía.

Poco puede recordar nuestro siguiente protagonista: **Jesús Núñez**, un joven de 25 años que llega a MAPFRE como auditor de TI, defiende su trabajo como un valor añadido a la compañía, destacando que tanto él como el resto del equipo de Auditoría Interna elaboran un trabajo importante, ya que “da valor a la compañía identificando vulnerabilidades”.



WENDY HARRIS
PROGRAM MANAGER VERTI USA

Wendy define su trabajo como algo diferente cada día, algo que valora positivamente.

“COMENCÉ MI CARRERA EN MAPFRE USA CUANDO ERA COMMERCE INSURANCE. PASAMOS DE SER UNA EMPRESA BASTANTE LOCAL A CONTAR CON EL RESPALDO DE UNA IMPORTANTE ORGANIZACIÓN GLOBAL.

HEMOS AVANZADO MUCHO EN LA UNIFICACIÓN DE LAS PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS Y EN LA ALINEACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO”

648

PERSONAS QUE **CUMPLEN EN ESTE 2018 LOS 25 AÑOS DE ANTIGÜEDAD EN MAPFRE**, FRENTE A LOS

1.601

EMPLEADOS QUE TIENEN **25 AÑOS DE EDAD EN LA ACTUALIDAD** Y QUE LLEVAN POCO TIEMPO EN LA EMPRESA



Jesús expresa sus ganas de ver que la empresa sea cada vez más grande y mejor: “creo que si todos seguimos trabajando podemos hacer que MAPFRE sea aún más global”.

No muy diferente piensa otra de nuestras compañeras de 25 años, **Odogo Treviño**, una española que se incorporó hace pocos meses como técnico de Desarrollo de Negocio en el área de Redes Sociales.

“MAPFRE es una empresa con una gran tradición en el mercado en la que se apuesta por la innovación y se trabaja día a día por estar actualizado. En temas digitales, que tanta importancia tienen actualmente, se ha avanzado mucho en estos últimos años, pero aún queda trabajo por delante”, afirma Odogo.

Esta compañera es una fiel seguidora de la revista interna y le encanta leerla en sus ratos libres cada vez que la recibe. “Me gustaría encontrarme experiencias de otras empresas que destaquen en áreas concretas y que podamos aprender de su experiencia”, propone Odogo.

Ana Gutiérrez, jefe de comunicación en redes sociales, insiste en que en estos últimos 25 años “ha llevado a que muchos de nosotros nos hayamos enfrentado a un montón de cambios, eso sí, la compañía siempre ha



LA EXPERIENCIA DE UNA LARGA TRAYECTORIA PROFESIONAL Y LAS GANAS DE APRENDER Y FORMARSE EN UNA EMPRESA GLOBAL SON COMPATIBLES

demostrado una capacidad infinita para estar a la última y ofrecer oportunidades”.

En cuanto a los primeros números de *El Mundo de MAPFRE*, Ana recuerda que venía plastificada y que se enviaba por correo interno. “Lo más interesante era que nos servía para poner cara a los altos directivos de la empresa, que nos enterábamos de los logros de MAPFRE y nos permitía salir del día a día y leer alguno de los proyectos futuros de la compañía”, comenta.

Nos vamos hasta Estados Unidos, donde encontramos a **Wendy Harris**, Program Manager de VERTI USA. Con 25 años de trayectoria profesional tiene claro cuál ha sido el cambio más grande al que se ha enfrentado la revista en todo este tiempo: la digitalización y su disponibilidad en la Intranet Global.

“La Intranet Global también ha ayudado a conectar a la comunidad corporativa y a entender mejor lo que está sucediendo en todo el mundo. En particular, tenemos un mayor conocimiento de Fundación MAPFRE y de los eventos que se gestionan a través de esa parte de la organización”, define Wendy.

Sabemos que en MAPFRE han cambiado mucho las cosas en estos últimos 25 años, pero ¿qué pasará en otros 25?

Según Wendy, “los desarrollos tecnológicos en todo el mundo pueden hacer que las relaciones con nuestros clientes sean más fáciles, pero ¿quiénes serán nuestros clientes y qué querrán asegurar? Creo que vendrán muchos cambios al mercado y será interesante verlos desarrollarse”, asegura.

Hannah Snow, también de Estados Unidos, se ha dado cuenta a sus 25 años de edad que MAPFRE “es un lugar increíble para trabajar con grandes personas”.

Al igual que su compañera Wendy, Hannah piensa que uno de los grandes retos a los que se enfrenta la empresa es también la digitalización: “creo que con tecnología mejorada es donde enfrentaremos nuestros mayores problemas”.



25

AÑOS EN LA EMPRESA

ANA MARÍA GUTIÉRREZ
JEFE DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES

El día a día de Ana en la empresa es muy intenso y completo.



“LO MÁS CHULO ES PENSAR Y ELABORAR PLANES DE COMUNICACIÓN ESPECÍFICOS SOBRE AQUELLOS CONCEPTOS QUE CONTRIBUYEN A LA BUENA REPUTACIÓN DE MAPFRE EN LA SOCIEDAD ASÍ COMO AUMENTAR SU NOTORIEDAD. TAMBIÉN, A VECES ME TOCA CUBRIR EVENTOS, ES DECIR CONTAR EN REAL LO QUE ESTÁ PASANDO”

JOSÉ MANUEL CORRAL VÁZQUEZ
DIRECTOR GENERAL DEL ÁREA CORPORATIVA DE NEGOCIO Y CLIENTES



“MI AGENDA SUPONE LA ASISTENCIA A MUCHAS REUNIONES Y COMITÉS EN LOS QUE HAY QUE DEFINIR ESTRATEGIAS, MARCOS DE REFERENCIA QUE PERMITAN QUE LOS PAÍSES VAYAN ENTRANDO EN AQUELLO QUE LA COMPAÑÍA A NIVEL DE GRUPO CONSIDERA NECESARIO PARA AVANZAR”