



VISITA LA EDICIÓN DIGITAL DE LA REVISTA  
EN [WWW.ELMUNDODEMAPPFRE.COM](http://WWW.ELMUNDODEMAPPFRE.COM)

# EN MAPFRE CADA MINUTO QUE INVIERTES COBRA SENTIDO

Nuestra marca como empleador muestra lo que somos y lo que ofrecemos. Somos una gran empresa reconocida por unos atributos que hacen de MAPFRE un excelente lugar para trabajar.

**MAPFRE** *Donde tu tiempo cobra sentido*

## EN MAPFRE CADA MINUTO QUE INVIERTES COBRA SENTIDO **PORQUE...**

### **SOMOS TALENTO**

Con nosotros puedes ser tú mismo llevando tu talento allá donde te propongas.

### **SOMOS COMPROMISO**

Nos comprometemos con la sociedad y también contigo, para crear juntos un mundo mejor en el que vivir cada día.

### **INNOVAMOS CON PROPÓSITO**

Nuestro entorno abierto y colaborativo nos permite aportar soluciones innovadoras que mejoran la vida de las personas.

[jobs.mapfre.com](http://jobs.mapfre.com)



---

TEXTO **SARA ELENA TORRES HORTAL** | IMÁGENES **MAPFRE**

---

Toda empresa debe tener una clara propuesta de valor y que esta se verbalice, de tal manera que permita trasladar de una manera efectiva esos atributos diferenciales de su marca como empleador, para contribuir a atraer y fidelizar el talento que necesita.

En la Junta General de Accionistas celebrada el pasado 11 de marzo, MAPFRE presentó nuestra propuesta de valor convertida, por primera vez,

en nuestro relato y claim de marca empleadora. Representa lo que somos y ofrecemos a nuestro talento —tanto interno como externo— para ser un empleador atractivo.

Partiendo del nuevo propósito de MAPFRE —“Cuidamos lo que te importa”. “Estamos a tu lado, acompañándote para que avances con tranquilidad, contribuyendo al desarrollo de una sociedad más sostenible y solidaria”— creamos:

Nuestro **relato** con el que verbalizamos nuestra marca empleadora: **En MAPFRE cada minuto que inviertes cobra sentido.**

Las personas buscamos invertir nuestro tiempo en algo que merezca la pena, que nos haga felices. Y a la hora de elegir dónde invertir el tiempo profesional, queremos hacerlo en un lugar que tenga un propósito claro, saber que nuestro trabajo tiene un significado. Con la frase



“En MAPFRE cada minuto que inviertes cobra sentido”, llamamos a la reflexión sobre ello y esto nos conecta con el Propósito de MAPFRE: “Cuidar lo que te importa”.

**Nuestro RELATO muestra nuestros atributos diferenciales: Talento, Compromiso e Innovación con propósito.** ¿Por qué en MAPFRE cada minuto que inviertes cobra sentido?

- *Porque Somos Talento: con nosotros puedes ser tú mismo llevando tu talento allá donde te propongas.*  
Con ello queremos trasladar que MAPFRE es un lugar donde valoramos la diversidad y donde, siento tú mismo, pues llevar tu talento hasta donde quieras.
- *Porque Somos Compromiso: nos comprometemos con la sociedad y también contigo, para crear juntos un mundo mejor en el que vivir cada día.*  
Tú eres lo más importante y MAPFRE se compromete contigo —con tu desarrollo profesional y personal y con tu bienestar— pero también con la sociedad y te hace partícipe de ese compromiso.
- *Porque Innovamos con propósito: nuestro entorno abierto y colaborativo nos permite aportar soluciones innovadoras que mejoran la vida de las personas.*  
La innovación es algo que ya está en nuestros valores. Pero

MAPFRE ES UN LUGAR DONDE **VALORAMOS LA DIVERSIDAD Y DONDE, SIENTO TÚ MISMO, PUES LLEVAR TU TALENTO HASTA DONDE QUIERAS.**

TÚ ERES LO MÁS IMPORTANTE Y **MAPFRE SE COMPROMETE CONTIGO** —CON TU DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL Y CON TU BIENESTAR— **PERO TAMBIÉN CON LA SOCIEDAD** Y TE HACE PARTÍCIPE DE ESE COMPROMISO.

**LA INNOVACIÓN ES ALGO QUE YA ESTÁ EN NUESTROS VALORES.** PERO NO ES CUALQUIER INNOVACIÓN, **ES CON PROPÓSITO.** MAPFRE ES UN LUGAR DONDE HAY ESPACIO PARA INNOVAR Y **LO HACEMOS PARA CUIDAR LO QUE ES IMPORTANTE PARA LAS PERSONAS.**

no es cualquier innovación, es con propósito. MAPFRE es un lugar donde hay espacio para innovar y lo hacemos para cuidar lo que es importante para las personas.

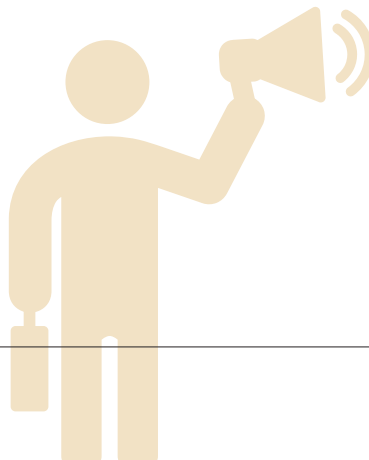
**Nuestro nuevo CLAIM: MAPFRE Donde tu tiempo cobra sentido**

Esta definición de marca empleadora es un hito más en nuestra gestión del talento.

Os invitamos a que, a partir de ahora, los hagáis vuestros porque van a ser nuestras señas de identidad para los próximos años.

En los próximos meses trabajaremos para desplegar nuestro claim y relato en el mundo. Queremos que cuando alguien piense en MAPFRE como empleador en cualquier parte del mundo, piense en el mismo relato y marca y en MAPFRE como en un excelente lugar para trabajar.

En los próximos meses, los países van a trabajar para desplegar nuestro claim y relato en el mundo. Queremos que cuando alguien piense en MAPFRE como empleador en cualquier parte del mundo, piense en el mismo relato y marca y en MAPFRE como en un excelente lugar para trabajar.



**MAPFRE**

*Donde  
tu tiempo  
cobra sentido*

## ASÍ HEMOS CONSTRUIDO NUESTRA MARCA COMO EMPLEADOR

Nuestra historia empieza en 2019. Ese año comenzamos a trabajar en este proyecto, que ha estado alineado con el nuevo Propósito de MAPFRE. Para ello contamos con la ayuda de McCann, una de las agencias internacionales de publicidad más importantes.

La primera fase fue la realización de un diagnóstico en el que analizamos:

### Las tendencias en gestión de personas. Aquí aprendimos que:

- Es fundamental que las marcas dispongan de un **propósito claro**.
- Las personas se preocupan por el **impacto** que su trabajo tiene sobre el entorno.
- Las cualidades y **aptitudes emocionales** cobran cada vez más relevancia.

### Los relatos y las marcas de empleador de nuestros competidores y otras empresas de referencia. Aquí conocimos que:

- Las propuestas de valor fuertes están basadas en las **inquietudes y motivaciones** de los empleados.
- **Difundir abiertamente las acciones realizadas** abre una puerta hacia el talento.
- Los **canales y formatos** de comunicación son tan importantes como el propio discurso.

### El posicionamiento de nuestra marca como empleador.

La percepción de la dirección, de los empleados y de otros públicos como los universitarios, los head-hunters y los expertos en recursos humanos sobre MAPFRE como empleador. Esto lo hicimos a través de entrevistas y encuestas, y los principales resultados fueron:

- La imagen de MAPFRE como marca empleadora es saludable y evoluciona de forma positiva. No obstante, es **más favorable entre el talento presente** que entre el talento futuro.
- Existe un elevado consenso acerca de las **fortalezas y los grandes desafíos** de la marca empleadora.

Una vez elaborado el diagnóstico, analizamos y concretamos los atributos con los que construir nuestra propuesta de valor para cumplir con el objetivo de expresar cómo somos en MAPFRE y lo que ofrecemos.

**Los atributos resultantes fueron: Talento. Compromiso e Innovación con propósito.** Y se realizaron varias sesiones de trabajo para verbalizar cada uno de ellos y alinearlos con el nuevo Propósito de MAPFRE.

**Todo ello dio lugar a nuestro relato y a nuestro nuevo claim de marca empleadora, como te hemos contado en la primera parte del artículo.**

