

SOLUCIÓN GLOBAL FRENTE A UNA CRISIS MUNDIAL



Nuestros PROTAGONISTAS de este número especial de *El mundo de MAPFRE* frente al coronavirus no podían ser otros que la totalidad de los empleados a los que dan voz los CEO de las distintas áreas territoriales, regionales y unidades, así como los de los países core.

TEXTO REDACCIÓN EL MUNDO DE MAPFRE | IMÁGENES MAPFRE, ISTOCK

Desde que se inició la pandemia en los primeros días de marzo los comités de contingencia empezaron a funcionar, dar instrucciones, movilizarse... todos con el objetivo prioritario de salvaguardar la salud de los empleados y colaboradores sin dejar de cumplir con la misión de la gran aseguradora que somos: cubrir las necesidades de nuestros clientes en un momento de gran vulnerabilidad.

“La lucha contra esta pandemia es el mayor reto al que nos hemos tenido que enfrentar como sociedad en mucho tiempo, un reto que exige respuestas de todos” (**José Manuel Inchausti**, vicepresidente de MAPFRE y CEO del Área Territorial IBERIA).

“Éramos felices y casi no lo sabíamos. Vivíamos ajenos a una realidad que comenzaba en China en diciembre del 2019 y veíamos extenderse por países de Europa, como Italia, pero pensando en que no iba a llegarnos con la misma virulencia. Sin embargo, no solo llegó a España, sino que traspasó fronteras, llegó a Latinoamérica y se convirtió en una pandemia mundial. Aprendimos de repente lo que era un coronavirus, lo que era la COVID-19, comenzamos a alarmarnos con el número de contagiados y más con el de fallecidos. Vimos cómo las prácticas de confinamiento, el cierre de fronteras, la restricción a los movimientos y el parón de actividad económica caían como fichas de dominó en todos los países del continente y nos quedamos en una nueva situación personal, social, económica y empresarial a la que hemos tenido que adaptarnos.” (**Aristóbulo Bausela**, CEO del Área Territorial LATAM).

Este reto se está consiguiendo satisfactoriamente, a veces llegando más allá de lo esperado, como nos destacan alguno de nuestros protagonistas. Clientes que se vieron más profundamente afectados por la crisis, como autónomos y pymes, han podido contar con medidas extraordinarias de ayuda. Por no mencionar la ayuda prestada por Fundación MAPFRE.

La digitalización que ha permitido que la gran mayoría de los empleados pudiéramos trabajar desde nuestras casas desde los primerísimos días del confinamiento es otro de los puntos fuertes en el que todos coinciden que ha sido clave para frenar el avance del virus a la vez que mantener el negocio. El aplauso para los equipos de técnicos que han dado el do de pecho ha sido unánime.

Y también es unánime el mensaje de que de esta crisis saldremos fortalecidos, como empresa y como personas. “La crisis del coronavirus nos ha cambiado a todos, el drama social y humano causado no era imaginable no hace mucho tiempo por todos nosotros, pero no queda otra opción que la de seguir adelante, con dedicación, vocación de servicio, compromiso y ese buen hacer y valores humanos que siempre nos han caracterizado en MAPFRE y que nos hace ser una compañía diferente.” (**Jaime Tamayo**, CEO del Área Territorial INTERNACIONAL)

Te invitamos a leer las siguientes líneas con la idea de que son los compañeros de los distintos países los que te hablan a través de sus directivos y te envían sus reflexiones y palabras de ánimo.

IBERIA

DIGITALIZACIÓN Y RESPONSABILIDAD, NUESTRAS RESPUESTAS ANTE LA COVID-19

Para José Manuel Inchausti, CEO del Área Territorial IBERIA, “nuestra primera exigencia gira claramente en torno a la salud. Es la prioridad absoluta a la que tenemos que contribuir todos, en mayor medida los profesionales sanitarios, que están siendo los grandes héroes en esta crisis, pero también los demás en lo que nos corresponde: quedándonos en casa, asegurándonos de cumplir las medidas de protección si tenemos que salir a la calle y, como empresas, dando todas las facilidades para que nuestros empleados puedan protegerse.”

Destaca también Inchausti que toda la inversión y esfuerzos realizados en digitalización en los años precedentes han permitido dar una respuesta ágil: “en MAPFRE ESPAÑA hemos fomentado el teletrabajo desde el primer momento, y en la actualidad



NOS HEMOS PREOCUPADO DE TODOS NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS, COMO CREEMOS QUE CORRESPONDE A UNA COMPAÑÍA SOSTENIBLE, CUYA RAZÓN DE SER ES LA CONFIANZA

José Manuel Inchausti, CEO del Área Territorial IBERIA y vicepresidente de MAPFRE

140 MILLONES DE EUROS DESTINADOS A MEDIDAS QUE VAN DESDE LA DEVOLUCIÓN DE PRIMAS DEL SEGURO, HASTA ANTICIPOS DE FACTURACIÓN O COMISIONES

tenemos a más de 20.000 personas conectadas desde sus domicilios en España, entre empleados, delegados comerciales y agentes. Además, hemos dado flexibilidad horaria total a nuestros empleados para que puedan compatibilizar su vida laboral y personal sin dificultades, y hemos dado apoyo psicológico y en materia de salud.”

Igualmente, destaca que gracias a los grandes esfuerzos realizados durante los últimos años para convertirnos en una compañía omnicanal “hemos podido afrontar el reto de seguir dando al cliente la atención que necesita y espera de nosotros, a la vez que protegemos su salud y la de nuestros empleados y colaboradores. Para ello, hemos reforzado los canales no presenciales de atención al cliente, hemos mantenido un número suficiente de oficinas abiertas, a las que hemos dotado de todas las medidas posibles para proteger a nuestros empleados y mediadores (desinfección, equipos de protección, formación...) y hemos utilizado herramientas como videoperitaciones.”

“Como empresa responsable, desde MAPFRE hemos contribuido a aliviar la complicada situación económica que atraviesan nuestros clientes pymes y autónomos, nuestros proveedores y comerciales, con medidas que van desde la devolución de primas del seguro, hasta anticipos de facturación o comisiones. En total, hemos movilizado 140 millones de euros destinados a este conjunto de colectivos.

Y por supuesto, no podíamos olvidarnos del resto de la sociedad. Por eso hemos participado, con 5,7 millones de euros en un fondo sectorial para proteger al personal sanitario y, a través de Fundación MAPFRE, hemos donado 5 millones de euros al CSIC para investigación.



#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca



**SEGUIREMOS
PONIENDO LO MEJOR
DE NOSOTROS POR EL
BIEN DE NUESTRAS
FAMILIAS, NUESTROS
COMPAÑEROS,
NUESTRA SOCIEDAD Y
NUESTRA EMPRESA.
APORTAMOS LO MEJOR
DE CADA UNO DE
NOSOTROS Y MÁS QUE
NUNCA SOMOS MAPFRE**

Aristóbulo Bausela,
CEO del Área Territorial
LATAM

**99%
PERSONAS
EN TELE-
TRABAJO**

LATAM

**Con el trabajo y
esfuerzo de todos,
saldremos de
esta crisis más
fortalecidos**

Para Aristóbulo Bausela, CEO del Área Territorial LATAM, la gestión temprana y la previsión fueron factores clave: “Aprovechamos de la experiencia obtenida en España, Turquía o Italia, y a través de los Comités de Crisis se comenzaron a dar las instrucciones de actuación para los países de LATAM, permitiéndonos tomar medidas con prontitud y ganando unos días que serían preciosos para poner en marcha acciones de continuidad de servicio, preservando la salud de nuestros empleados, mediadores, proveedores y clientes y manteniendo una imagen de compañía responsable, ágil y comprometida.

En poco más de dos semanas pasamos de tener un 4% de personas en teletrabajo a tener el 99%, comprometidos con lo que nuestra compañía representa y lo necesario de nuestra actividad.

Pero aun nos hizo sentirnos más MAPFRE cuando desde la Fundación MAPFRE recibimos la comunicación de la donación económica para poner a disposición de todos países material sanitario, tan necesario en estos momentos como mascarillas, guantes, batas, camas, o respiradores, que ayudan a evitar la propagación del virus y sobre todo a salvar vidas.

No faltaron en todos los países de LATAM los mensajes de ánimo y de compromiso, que trasladaron a todos que una forma de ser solidarios era quedándonos en casa y que, con el trabajo y esfuerzo de todos, saldremos de esta crisis más fortalecidos.

LATAM NORTE

“En las crisis más profundas aparecen oportunidades para las empresas mejor gestionadas. Y ese es nuestro caso”

Jesús Martínez Castellanos, CEO del Área Regional LATAM Norte y CEO de MAPFRE MÉXICO, nos cuenta cómo han vivido esta crisis global en MAPFRE MÉXICO. “Nos encontramos bajo estado de emergencia sanitaria desde el 30 de marzo, lo que ha supuesto cerrar colegios, universidades, eventos masivos y las actividades del sector público y privado no esenciales, pero sin prohibición de salir a la calle. Es importante destacar que en México un 60 % de la población activa no tienen ningún tipo de coberturas y todos los días tienen que salir a la calle para sobrevivir. La situación ha supuesto la paralización económica de la mayoría de los sectores productivos, con una afectación muy grave en profesiones liberales y pymes.

En MAPFRE MÉXICO llevamos la compañía a teletrabajo antes de que llegaran las medidas oficiales y con anterioridad a la gran mayoría de las empresas privadas del país. Después de un excelente trabajo, en el plazo de cuatro días teníamos al 95 % de los





HEMOS DISEÑADO UN AMBICIOSO PLAN DE FORMACIÓN A DESARROLLAR DURANTE EL PERIODO EN QUE ESTEMOS EN TELETRABAJO, PARA CADA PERFIL DE EMPLEADO, APROVECHANDO LAS EXCELENTES HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE QUE DISPONEMOS

Jesús Martínez Castellanos, CEO del Área Regional LATAM Norte

SERVICIO GRATUITO DE ASISTENCIA MÉDICA TELEFÓNICA.

empleados trabajando desde casa, con el plan de continuidad funcionando, manteniendo el servicio a nuestros clientes. Establecimos unos procedimientos de trabajo diferentes, con un plan de comunicación interna diario y de mucha cercanía con el colaborador, esquemas de disciplina laboral en materia de horario e higiene personal, fijación de objetivos, utilización de herramientas y fórmulas de relación aprendidas en la Iniciativa Corporativa de Reto Digital. Como medida adicional, lanzamos una acción donde todos los empleados colaboran en la comercialización de productos mediante la venta y la referenciación de familiares y amigos.”

En cuanto al negocio, Martínez Castellanos destaca que “también se han tomado medidas extraordinarias para los clientes: flexibilización en el cobro de primas, digitalización de procesos, nuevos productos, como una innovadora solución aseguradora para pymes y un canal telefónico gratuito de asesoramiento médico y sanitario COVID-19. Además, se adoptaron medidas como un sistema de incentivos para agentes y anticipo de ingresos para Talleres Embajadores.”

Y con orgullo referencia “el Apoyo COVID-19 de Fundación MAPFRE en México. Con una aportación de un millón de euros, efectuamos la donación de material e insumos médicos a varias instituciones sanitarias.”

“De esta situación saldremos fortalecidos, en las crisis más profundas aparecen oportunidades para las empresas mejor gestionadas. Las relaciones industriales y sociales postcovid-19 van a cambiar, pero estamos aprendiendo una nueva forma de relacionarnos laboralmente, y esto nos servirá a futuro. Regresaremos a la situación anterior a la COVID-19, pero con empleados y mediadores más unidos y comprometidos que nunca.”

LATAM SUR

“Priorizar lo esencial y reforzar el espíritu de servicio de MAPFRE. Así nos enfrentamos a la nueva situación con garantías de liquidez y solvencia”

Para Marcos Ferreira, CEO de LATAM Sur, “la temporada de confinamiento y limitaciones ha servido para poner de manifiesto que como organización contamos con las personas, infraestructuras y herramientas necesarias para afrontar una situación tan excepcional como la que estamos viviendo.”

“Siguiendo los alineamientos corporativos de MAPFRE, las primeras medidas tuvieron como orientación preservar la seguridad y la vida de nuestros empleados anticipándonos incluso, en muchos países, a la implantación de medidas sugeridas por los gobiernos locales. La región ya tenía un alto grado de servicios digitales y esto fue clave”, destaca Ferreira.

Además, se trabajó en habilitar el teletrabajo a todos los empleados y se desplegaron herramientas de colaboración y de videoconferencia. Para los Contact Center se ha desplegado una solución que permite a los operadores y agentes trabajar en modo remoto



#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca



TRABAJANDO DE FORMA COORDINADA CON LOS COMITÉS DE CRISIS Y CONTINUIDAD DE NEGOCIO EN CADA UNO DE LOS PAÍSES, FUE POSIBLE GARANTIZAR LA OPERATIVA NECESARIA PARA SEGUIR BRINDANDO ATENCIÓN, POR TODOS LOS MEDIOS REMOTOS, A LOS CLIENTES, DISTRIBUIDORES Y PROVEEDORES DEL GRUPO

Marcos Ferreira,
CEO del Área Regional
LATAM Sur

AL FINAL, SALDREMOS DE ESTA EXPERIENCIA MÁS FORTALECIDOS

desde sus viviendas, con acceso a las aplicaciones y con telefonía sobre internet.

¡Con esto se garantizó que todo el equipo MAPFRE en LATAM Sur estuviera conectado y a buen resguardo!”

Ferreira resalta que “en todos los países se adelantaron iniciativas de apoyo a distribuidores y a proveedores de servicios, con el objetivo de que pudieran continuar sus labores y responder a sus compromisos. Se debe destacar la sinergia entre las unidades de Seguros y Asistencia y la capacidad de los equipos de priorizar lo esencial, de reforzar el espíritu de servicio de MAPFRE y de seguir con rigurosa gestión de gastos y proyectos ante la situación de contingencia en la que nos encontramos. Con estas medidas y con el gran apoyo del Grupo se puede enfrentar la nueva situación con garantías de liquidez y solvencia.”

Y concluye “Todos sabemos que éste es un periodo transitorio y al final saldremos de esta experiencia más fortalecidos como personas, profesionales, sociedad y aún más orgullosos de ser parte del EQUIPO MAPFRE.

BRASIL

“Todo el equipo de MAPFRE BRASIL, con unidad, solidaridad y agilidad, ha mantenido los índices de prestación de servicio al más alto nivel”

Brasil es el quinto país más poblado del mundo y por ello existe una gran preocupación por tratar de detener la expansión de la pandemia del nuevo coronavirus. Con el primer caso de la enfermedad confirmado el 26 de febrero, prácticamente todos los gobiernos federales decretaron el distanciamiento social y el cierre de las actividades no esenciales antes del comienzo de la curva ascendente de la enfermedad, como medidas para prevenir el colapso del sistema de salud pública.

Como nos explica **Fernando Pérez-Serrabona**, “Un movimiento muy coordinado entre todas las áreas de MAPFRE BRASIL permitió a todo el equipo trabajar desde sus casas, incluso antes de la determinación de la cuarentena por parte de las autoridades públicas. Ahora, seguimos trabajando con el propósito de garantizar la continuidad de nuestro negocio, preservar los puestos de trabajo y la salud de todos nuestros empleados y proveedores de servicios.



EN ESTE MOMENTO DELICADO, ENTENDEMOS QUE LAS ASEGURADORAS NECESITAN FORTALECER SU CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD Y POR ELLO HEMOS TOMADO UNA SERIE DE ACCIONES PARA SEGUIR CUIDANDO DE NUESTROS CLIENTES Y SOCIOS

Fernando Pérez-Serrabona,
CEO del Área
Regional Brasil

Pero nuestras acciones se han extendido más allá de nuestras oficinas y hogares. Destacamos el pago de indemnizaciones de seguros de vida en casos de muerte por el nuevo virus; renovación automática manteniendo los mismos precios para la cartera de autos, residencial, rural, negocios y condominio (con flexibilización en pago); y ventajas y facilidades en las comisiones de corredores. Para apoyar a proveedores de servicios y pequeños y medianos empresarios, hemos abierto un canal específico dentro de la plataforma de Innovación para contribuir con ideas innovadoras.”

“Por último, quiero destacar el profundo orgullo que sentimos por las contribuciones de la Fundación MAPFRE a la lucha contra el nuevo coronavirus en Brasil, con la donación de 3 millones de euros a instituciones de salud pública en São Paulo, Río de Janeiro y Minas Gerais.

Estas ayudas se han materializado en camas de UCI y enfermería en hospitales de campaña, compra de equipos médico-hospitalarios y distribución de kits de higiene para proteger a los residentes en comunidades desatendidas, y otros proyectos de elevado impacto social.

Todas estas medidas junto a nuestro compromiso de proteger la sociedad, han motivado a todo el equipo de MAPFRE BRASIL a mantener los índices de prestación de servicio al más alto nivel, y han permitido mostrar la unidad, solidaridad y agilidad con la que están trabajando.

Ya no hay ninguna duda de que después de este momento de crisis, MAPFRE BRASIL será aún más fuerte y consciente de su vocación de seguir haciendo lo que mejor sabe hacer: cuidar de las personas.”

MAPFRE PERÚ

“Avanzaremos hacia una sociedad más sensible, más sostenible y menos consumista”

El Gobierno peruano decretó la cuarentena total desde el 16 de marzo, por delante de casi todos los países de la región y con poquísimos casos registrados. El país solo contaba con apenas 250 camas de UCI por lo que no le quedaba otra opción que intentar a toda costa aplanar la curva de contagios.

Perú es considerado el segundo mejor país de la región en abordar la crisis, no obstante, se espera un alto impacto por la pobre infraestructura médica, la gran informalidad y la complejidad de llegar a toda la población por la inexistencia de medios logísticos.

Como nos explica Renzo Calda, CEO de MAPFRE PERÚ, “Superada la etapa de migrar al teletrabajo nos centramos en el despliegue y difusión de medidas de prevención y los nuevos medios de atención a clientes (una nueva APP de clientes y el recientemente lanzado WhatsApp corporativo). El flujo de operaciones nuevas y gestiones de cartera disminuyó drásticamente desde el inicio de la cuarentena mientras que ocurría todo lo contrario en las prestaciones



EN MAPFRE PERÚ ANTES INCLUSO DEL INICIO DE LA EMERGENCIA EMPEZAMOS A ADOPTAR MEDIDAS PARA CLIENTES, DISTRIBUIDORES Y COLABORADORES

Renzo Calda,
CEO de MAPFRE PERÚ

LISTOS PARA INICIAR ESTA APASIONANTE NUEVA ETAPA

#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca

directas a asegurados. Nuestros servicios médicos sufrieron un importante repunte en los días iniciales para finalmente migrar al modelo de telemedicina que multiplicó por 8 sus atenciones diarias con un enorme esfuerzo para reclutar y capacitar nuevos médicos, personal del call center y equipos de droguería y farmacia. Los servicios funerarios han sufrido sin duda el mayor estrés en este periodo, ha sido necesario implantar estrictísimos protocolos de seguridad biológica a la vez que soportar un progresivo y alarmante incremento de servicios. Convocamos un grupo de reservistas entre nuestros equipos comerciales de decesos y alquilamos cámaras de frío en previsión de saturación de los crematorios.

Superada la etapa de adaptación al nuevo entorno, nos hemos centrado en las acciones comerciales para preservar la cartera. Se han ampliado plazos de pago, de cobertura y ofrecido importantes servicios complementarios.”

Concluye Renzo Calda añadiendo: “Qué duda cabe de que habrá un antes y un después de esta pandemia en los hábitos y consumo de la sociedad moderna. Lo vivido nos advierte de que iremos a una sociedad más

sensible, más sostenible y menos consumista. Es este nuevo contexto, el umbral de riesgo asumido por la población bajará, tendiendo la sociedad a ser más precavida, y precisamente PREVENIR es el alma de nuestra industria. El seguro será un el elemento clave para dar estabilidad a la sociedad y en particular los seguros de salud, vida y ahorro/inversión tendrán mayor peso.

En MAPFRE PERÚ sabemos y estamos listos para iniciar esta apasionante nueva etapa aplicando todo lo avanzado y aprovechando la aceleración de la digitalización a nuestro favor.”

¡Pasada la tormenta, vendrá el buen tiempo!
¡Si queremos disfrutarlo, debemos echarnos a la mar ya!

INTERNACIONAL

“Del primero al último de nuestros compañeros, todos han reaccionado de una manera extraordinaria a este tremendo reto”

En el Área Territorial INTERNACIONAL de MAPFRE debido a nuestra importante presencia en Italia fuimos de alguna manera los primeros en tener que adoptar medidas desde el punto de vista operacional y de salvaguarda de la salud de nuestros empleados y colaboradores. Hubo que reaccionar ya desde finales de febrero. Y el 8 de marzo se declaró el cierre total de 14 provincias en Italia declarándose de facto el confinamiento de más de 16 millones de personas.

Nuestro equipo en Italia, en total coordinación con la dirección corporativa de seguridad y el resto de las áreas corporativas, activó muy pronto su Comité de Crisis y Continuidad de Negocio logrando facilitar el teletrabajo a prácticamente el 100% de nuestros empleados.

La reacción de MAPFRE a nivel global, y en particular en los países donde operamos, ha sido inmediata. La existencia de los Comités locales de Crisis y Continuidad de Negocio, en total coordinación con el Comité Corporativo de



LA CRISIS DEL CORONAVIRUS SIN DUDA NOS ESTÁ PONIENDO A PRUEBA A TODOS, NO SOLO EN MAPFRE SINO COMO SOCIEDAD EN GENERAL. LAS MEDIDAS GLOBALES DE CONFINAMIENTO NOS ESTÁN EMPUJANDO A CAMBIAR NUESTROS HÁBITOS Y COSTUMBRES DE UNA MANERA DRÁSTICA Y RÁPIDA. SIN DUDA TARDAREMOS EN VOLVER A LA NORMALIDAD ANTERIOR, Y CON LA DUDA DE SI ESTA VOLVERÁ A SER IGUAL O DETERMINADOS HÁBITOS NUEVOS ESTÁN YA ENTRE NOSOTROS PARA QUEDARSE

Jaime Tamayo,
CEO del Área Territorial
INTERNACIONAL

Crisis y Continuidad de Negocio, nos ha permitido dar una respuesta coordinada y rápida al reto de la pandemia.

“Me gustaría destacar la extraordinaria reacción de nuestros equipos, siempre dispuestos a dar el máximo e ir más allá para poder mantener a MAPFRE totalmente operativa y abierta al negocio. El poder decir que, en las ocho entidades aseguradoras del Área Internacional además de las operaciones de Asistencia, en países diversos y con distancias geográficas importantes, nuestras operaciones han estado al 100% activas, con nuestra gente trabajando desde sus casas y prestando el mismo servicio de calidad que de una entidad MAPFRE se espera creo es un motivo de orgullo para todos nosotros. Mi enhorabuena y felicitación para todos ellos y sobre todo mi reconocimiento.”

Añade que “La batería de medidas ha sido extensa: desde la flexibilización de los planes de pagos de primas, devoluciones de primas en algunos casos por reducción de exposición, extensión de coberturas aseguradoras durante el estado de alarma, medidas de adelanto de pagos a proveedores para facilitar sus necesidades de liquidez, líneas de comunicación de ayuda específicas, portales de información sobre la COVID-19, etc.

No hay duda de que todavía tenemos muchos retos e incógnitas frente a nosotros, en el ámbito internacional MAPFRE tiene operaciones muy importantes en países muy golpeados por la pandemia como Estados Unidos o Italia, además tenemos operaciones en países que de alguna manera han reaccionado más tarde o sin adoptar medidas de confinamiento estrictas como Turquía o Indonesia, lo que nos hace tener que estar muy pendientes del desarrollo de los acontecimientos en esos países.

La presión regulatoria en países con importante presencia de MAPFRE como Estados Unidos, Turquía o Italia implica el que en algunas ocasiones debamos adoptar medidas extraordinarias relacionadas con nuestras coberturas en los negocios y automóviles y salud principalmente.

Finalmente quiero destacar el muy positivo impacto de la campaña de donaciones puesta en marcha por Fundación MAPFRE. La implicación de nuestros equipos locales en la identificación e implementación de ayudas para la compra de materiales sanitarios, construcción de hospitales temporales, o cualquier otra iniciativa fue magnífica y he de decir también que muy gratificante.”

EL EJERCICIO DE COORDINACIÓN LOGÍSTICA TANTO DE PERSONAL, COMO DE TECNOLOGÍA Y EQUIPOS, CONECTIVIDAD Y COMUNICACIONES HA SIDO EXTRAORDINARIO, COLOCANDO A NUESTRAS OPERACIONES INTERNACIONALES EN UNOS NIVELES DE CAPACIDAD DE TRABAJO EN REMOTO ABSOLUTAMENTE IMPENSABLES EN UN PERIODO DE TIEMPO TAN CORTO



#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca

NORTEAMÉRICA

“La incertidumbre del entorno actual no ha hecho más que fortalecer el equipo de MAPFRE USA”.

La pandemia de coronavirus afecta a comunidades de todo el territorio de Estados Unidos desde finales de enero y, a mediados de abril, los 50 estados se encontraban bajo la declaración de desastre federal por primera vez en la historia de Estados Unidos. MAPFRE USA respondió rápidamente a la situación poniendo en marcha su plan de continuidad de negocio. Como parte de este plan, MAPFRE habilitó un entorno de teletrabajo para el 99 por ciento de sus empleados. También reunió a un grupo de trabajo multidisciplinario para supervisar la situación del virus en Estados Unidos y proteger la salud y el bienestar de sus trabajadores.



MAPFRE USA HA SEGUIDO OPERANDO DURANTE ESTE DIFÍCIL MOMENTO, PROTEGIENDO AL MISMO TIEMPO LA SALUD Y LA SEGURIDAD DE EMPLEADOS Y CLIENTES

Alfredo Castelo, CEO de MAPFRE en Norteamérica y de MAPFRE USA

DEVOLVEREMOS A NUESTROS ASEGURADOS 30 MILLONES DE EUROS

Alfredo Castelo, CEO de MAPFRE USA, nos recuerda que “aunque la mayoría de los empleados de MAPFRE USA trabajan a distancia, un pequeño número de empleados que realizan tareas esenciales siguen acudiendo a sus centros de trabajo, igual que otros miembros del equipo, que se reúnen con los clientes si es necesario, para tramitar los siniestros, aunque se han habilitado herramientas digitales que permiten que el cliente presente él mismo los siniestros. Los peritos de MAPFRE utilizan fotos y vídeos para realizar peritajes de vehículos en la medida de lo posible.”

“Conscientes de que la pandemia ha alterado los hábitos de conducción y para aliviar parte de la carga económica que muchos clientes están sufriendo, MAPFRE USA ha ofrecido a los clientes de automóvil el denominado “Reembolso por quedarse en casa”, sujeto a la aprobación de las autoridades reguladoras. Así, se devolverá el 15 por ciento de la prima de abril y mayo a los particulares. También se ha ampliado la cobertura para los clientes que deban usar sus vehículos particulares para realizar entregas de alimentos, comestibles, productos farmacéuticos y suministros médicos. Y se han flexibilizado las opciones de pago.”

“Los empleados se apoyan entre sí, están comprometidos con nuestros clientes y están orgullosos de formar parte de una empresa que se preocupa profundamente por nuestras comunidades. Están ayudando de múltiples formas a las personas que lo necesitan como con el programa de donaciones de MAPFRE All In This –Together. Muchos también están haciendo voluntariado virtual, en programas como e-Buddies, que apoya a personas con discapacidad intelectual y funcional, o el programa de tarjetas de felicitación del hospital infantil de Boston.

Y ante la escasez crítica de equipamiento médico y de protección individual, Fundación MAPFRE ha donado 2,3 millones de dólares a la ciudad de Boston y a los hospitales de Massachusetts, donde MAPFRE USA tiene su sede.”



MAPFRE PUERTO RICO

“Sentimos que estamos más conectados que nunca, viviendo y sintiendo cada momento”.

Puerto Rico, al igual que otros países, se encuentra atravesando por una situación de confinamiento. Los comercios, escuelas y lugares de trabajo, así como toda actividad cultural, social o que represente aglomeración de personas, se han paralizado. Nos enfrentamos a un panorama incierto en términos de contagios y decesos, y se augura que la economía, ya en recesión, quedará muy debilitada.

“En MAPFRE PUERTO RICO, desde el primer día del *lock down*, tomamos medidas extraordinarias y necesarias para garantizar y salvaguardar la salud y vidas de nuestros empleados, intermediarios y clientes. Con el propósito de informar y dar tranquilidad a los empleados y mediadores, desde presidencia se envían comunicados periódicos. Las Áreas de Salud y Recursos Humanos hacen lo propio, informando sobre beneficios y alternativas como teleconsulta, envío de medicamentos al hogar



HEMOS APRENDIDO EN TAN CORTO TIEMPO A VALORAR LO QUE TENEMOS Y LO QUE SOMOS. SABEMOS QUE MAPFRE SEGUIRÁ ESTANDO AQUÍ PARA TODOS

Alexis Sánchez,
CEO de MAPFRE
PUERTO RICO

MEDIDAS DESDE EL PRIMER DÍA

y el Programa Apoyo al Empleado por teléfono, así como información relevante de la COVID-19 y cómo evitar su contagio. Ya se estaban llevando a cabo medidas de profilaxis y asepsia en el edificio, promoción de reuniones en teleconferencia y teletrabajo, para optimizar el bienestar de nuestros empleados y mediadores.

Para continuar operando y poder facilitar y agilizar servicios como cotizaciones, emisión y pago de pólizas, reporte de pérdidas y conocer el status de reclamaciones, se puso a disposición de asegurados y mediadores el Contact Center y nuestras herramientas digitales. Además, continuamos ofreciendo información en nuestras plataformas digitales y redes sociales. Igualmente, para beneficio de nuestros clientes autónomos y pymes hemos establecido pago diferido, extensión de cubierta y pago flexible sin cargos. Para nuestros mediadores, adelanto de comisiones y su pago por prima suscrita, ambas en pólizas comerciales. Para nuestro cliente consumidor se ha ampliado el periodo del alquiler del auto en uso. Y con respecto al seguro de salud, también se aplicaron diversas ventajas para los clientes.

Por otra parte, ante la escasez y urgencia de materiales sanitarios como mascarillas, guantes, batas protectoras y otro equipo médico imprescindibles para la lucha contra el coronavirus, Fundación MAPFRE realizó una importante donación para la adquisición de estos materiales médicos y de protección.”

Alexis Sánchez concluye con esta reflexión: “El mundo podrá estar en distanciamiento social, pero, aun así, sentimos que estamos más conectados que nunca, viviendo y sintiendo cada momento. Aunque estamos compartiendo momentos no tan felices, dentro del confinamiento, también vivimos experiencias positivas con nuestra familia y más allá de esta crisis, seguiremos alcanzando nuevos logros como sociedad.”

#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca

EURASIA

“Orgullosos de formar parte de esta gran organización llamada MAPFRE”

La regional EURASIA ha resultado especialmente impactada por la pandemia de la COVID-19, por un lado, por la proximidad de países como Filipinas e Indonesia respecto a China, que fue el origen de esta pandemia y, por otro lado, porque, después de China, Europa ha sido el epicentro de la pandemia durante varias semanas, antes de que EEUU tomara el relevo.

Las autoridades europeas no supieron anticiparse ni se tomaron medidas preventivas que impidieran la propagación del virus. Uno tras otro, todos los países europeos se vieron afectados por el virus, aunque no siempre con la misma intensidad. De los países de la regional EURASIA, el más afectado ha sido, sin duda, Italia. Alemania y Malta han resultado menos afectados en términos relativos. En cambio, en Turquía, Indonesia y Filipinas, aunque de momento los datos disponibles muestran un impacto moderado, se prevé que el número de afectados y de fallecidos se incremente sustancialmente.

Como nos cuenta Nikos Antimissaris, “Ante esta situación inédita, la reacción de MAPFRE ha sido muy rápida y efectiva, priorizando en todo momento la salud de nuestros empleados y la continuidad de nuestro negocio para poder garantizar la mejor atención a nuestros clientes. Italia fue el primer país en la región en activar el trabajo en remoto para la totalidad de sus empleados en un tiempo récord. A continuación, todos los países de la región implantaron progresivamente los protocolos de actuación. Merece una mención especial el trabajo desarrollado por el Área de Seguridad, que asumió desde el primer momento la coordinación de todas las actuaciones, así como el de los equipos de Recursos Humanos y Tecnología.”

Aunque todavía es muy difícil cuantificar el impacto económico de esta pandemia, no cabe duda de que será muy negativo para la mayor parte de los sectores de actividad.

En este sentido, MAPFRE ha puesto en marcha en todos los países una batería de medidas dirigidas a nuestros principales grupos de interés, garantizando el empleo para nuestros empleados y ofreciendo facilidades para nuestros intermediarios, clientes y proveedores que permitan aliviar la tensión de liquidez generada por la paralización de la actividad económica.

En paralelo, los países de la regional EURASIA están participando activamente en las distintas iniciativas desplegadas por Fundación MAPFRE dirigidas a la sociedad en general, colaborando con instituciones públicas para la compra de material sanitario, equipos médicos, acciones de voluntariado, etc., y muchas otras acciones que contribuyen a hacer frente a esta situación de emergencia y a aliviar la situación de los más necesitados.



DEBEMOS ESTAR ORGULLOSOS DE FORMAR PARTE DE ESTA GRAN ORGANIZACIÓN LLAMADA MAPFRE QUE ESTÁ SABIENDO DEMOSTRAR NO SOLO SU CAPACIDAD DE REACCIÓN SINO, SOBRE TODO, LOS VALORES QUE LA CARACTERIZAN Y QUE TIENEN SU REFLEJO EN LA ACTUACIÓN DEL DÍA A DÍA Y QUE HA HECHO POSIBLE QUE MAPFRE SEA HOY SINÓNIMO DE CONFIANZA PARA TODOS SUS GRUPOS DE INTERÉS EN LOS DISTINTOS PAÍSES DONDE OPERA

Nikos Antimissaris,
CEO de MAPFRE
EURASIA



**TURQUÍA
MAPFRE SIGORTA**

“Nos ponemos en el lugar del otro antes que en el de nosotros mismos”

Turquía es un país con un enclave geográfico único, situado por un lado a los pies de Europa y al otro lado frente a Asia. El primer caso de Coronavirus fue confirmado el 11 de marzo de 2020 y desde entonces las autoridades han establecido una serie de barreras, financieras y no financieras, para detener la expansión del virus en el país. Respecto al lado no financiero, se introdujeron desde temprano diferentes medidas, empezando por el cierre de universidades y escuelas hasta el final de abril, así como igualmente el cierre de restaurantes, bares, centros comerciales y áreas con posible concentración de público.

Al igual que en otras áreas y países, Jensen también resalta la oportunidad que supuso esta iniciativa estratégica:

EN ESTOS DÍAS QUE SUPONEN UN DESAFÍO, NUESTROS EMPLEADOS SE HAN ADAPTADO CON RAPIDEZ A LAS NUEVAS CIRCUNSTANCIAS, Y SIEMPRE CON UN GRADO DE COMPROMISO, PENSANDO QUE PUEDEN APORTAR MÁS, APOYÁNDOSE LOS UNOS A LOS OTROS

Stefan Jensen,
CEO MAPFRE TURQUÍA

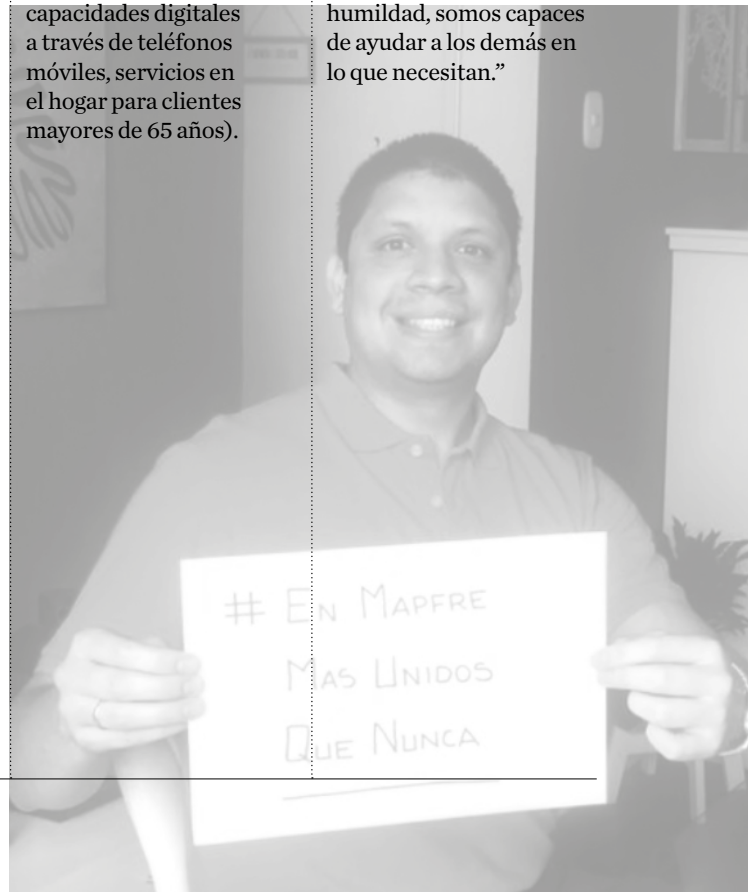
SERVICIOS ESPECIALES PARA MAYORES

“Gracias a haber estado siguiendo desde 2018 el Reto Digital, en un plazo de cinco días desde el anuncio oficial por parte del Gobierno, MAPFRE en Turquía ya tuvo al 97% de sus empleados en modo de trabajo telemático desde casa.”

Y añade: “Hemos tomado muchas medidas enfocadas empleados (avance de la nómina, libros online para sus hijos...), agentes (por ejemplo, flexibilidad en los plazos de pago, subvención de la conexión wifi o pago de comisiones semanal), proveedores (avance de pagos, limpieza y desinfección de vehículos grúa) y clientes (por ejemplo, mejora de nuestros servicios y capacidades digitales a través de teléfonos móviles, servicios en el hogar para clientes mayores de 65 años).

Nuestro compromiso no se detiene aquí, y a través de nuestras actividades sociales y en coordinación con Fundación MAPFRE hemos comenzado a ayudar a los colectivos más necesitados a través de suministros de material médico y de primera necesidad para personas de la tercera edad y con medidas de apoyo a organizaciones de caridad.

Nuestra cultura y espíritu es ponerse en el lugar del otro antes que en el de nosotros mismos, llegando a aquellos que más lo necesitan y cubriendo sus necesidades básicas de aseguramiento, protegiendo a nuestros clientes de sus pérdidas. En MAPFRE, con humildad, somos capaces de ayudar a los demás en lo que necesitan.”



#EnMAPFREMásUnidosQueNunca

ALEMANIA

“Todos unidos lo conseguiremos, ¡iiiiiii! Vamos Verti, vamos MAPFRE!!!!!!”. (José Ramón Alegre, CEO de VERTI ALEMANIA)

Actualmente la situación en Alemania es algo distinta a la de otros países europeos. Aunque el número de contagiados está en línea con el resto, el número de fallecidos es muy bajo en comparación con los países de nuestro entorno. Ello puede ser debido a que las medidas de distanciamiento social (aquí no hay confinamiento completo) se adoptaron pronto, ya que el contagio se produjo más tarde que en el sur de Europa.

En VERTI Alemania, las personas con enfermedades preexistentes fueron las primeras en comenzar a trabajar en remoto ya a principios del mes de marzo. Durante la semana del 16 al 20 de marzo el resto de empleados comenzaron paulatinamente a trabajar en remoto, priorizando las áreas operativas, las personas con hijos a cargo y las que utilizaban el transporte público.

Nuestro plan de contingencia se basó en dos puntos básicos, decididos por el Comité de Dirección el 25 de febrero: a) separación de sedes (Berlín y Múnich) con completa prohibición de viajes y b) activación del centro de contingencia de Spandau.

Para los clientes se activaron diversas medidas para evitar los desplazamientos presenciales. O la desinfección del vehículo tras la reparación en las coberturas de Daños. Del mismo modo estamos reaccionando ante la dificultad de pago de determinados colectivos ofreciendo optimización de coberturas (reducción del kilometraje, por ejemplo) así como pagos mensuales, quitas y esperas, y negociando con algunos clientes condiciones de pago específicas. Todo ello apoyado por un trabajo encomiable de los operadores telefónicos que atienden este tipo de solicitudes. Aunque la nueva producción se ha visto claramente afectada, tanto el ratio de renovación de pólizas como el pago de primas no se está viendo alterado esencialmente.

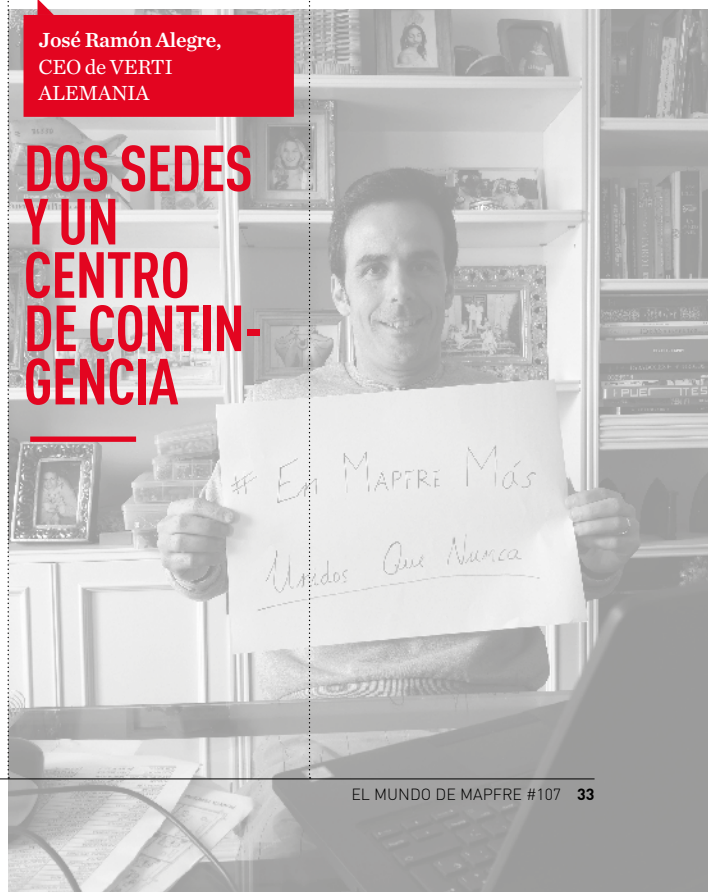


NUESTRO OBJETIVO HA SIDO DOBLE: LA SEGURIDAD DE LOS EMPLEADOS Y DOTARNOS DE LA INFRAESTRUCTURA Y LOS PROCEDIMIENTOS ADECUADOS PARA PODER TRABAJAR EN REMOTO EN UNA CARRERA CONTRARRELOJ

José Ramón Alegre,
CEO de VERTI
ALEMANIA

DOS SEDES Y UN CENTRO DE CONTINGENCIA

La donación de la Fundación MAPFRE de 240.000 euros para la adquisición de tests por parte del hospital de campaña habilitado en el recinto de la Feria de Berlín contribuirá enormemente a mejorar la situación que pueda venir. Berlín se prepara para una situación de colapso sanitario que, de momento, no se ha producido y esperamos no se produzca nunca.



ITALIA

“Saldremos fortalecidos, convencidos de nuestra robustez y orgullosos de formar parte de un grupo como MAPFRE”.

En Italia fue el primer país de Europa impactado por la COVID-19. Lombardía, la región más afectada y por su relevancia económica en el país, la que estableció desde el inicio las primeras normas de confinamiento, única solución para evitar una mayor propagación del virus. *#iorestaacasa* y *#tuttoandràbene*, se convirtieron en dos potentes armas de concienciación para toda la población italiana.

“Dentro de Lombardía, muy cerca de Milán, se encuentra la ciudad de Cologno Monzese, ciudad donde tenemos la sede de Verti en Italia. Ser el primer país impactado por el virus supuso que fuésemos también la primera empresa del Grupo, junto con nuestros compañeros de MAPFRE RE y MAPFRE ASISTENCIA en Italia, en tener que enfrentarnos a esta situación. Ser los primeros no ha supuesto en ningún momento que tuviésemos que enfrentarnos solos.



SER LOS PRIMEROS NO HA SUPUESTO EN NINGÚN MOMENTO QUE TUVIÉSEMOS QUE ENFRENTARNOS SOLOS

Enrique Flores,
CEO de VERTI ITALIA

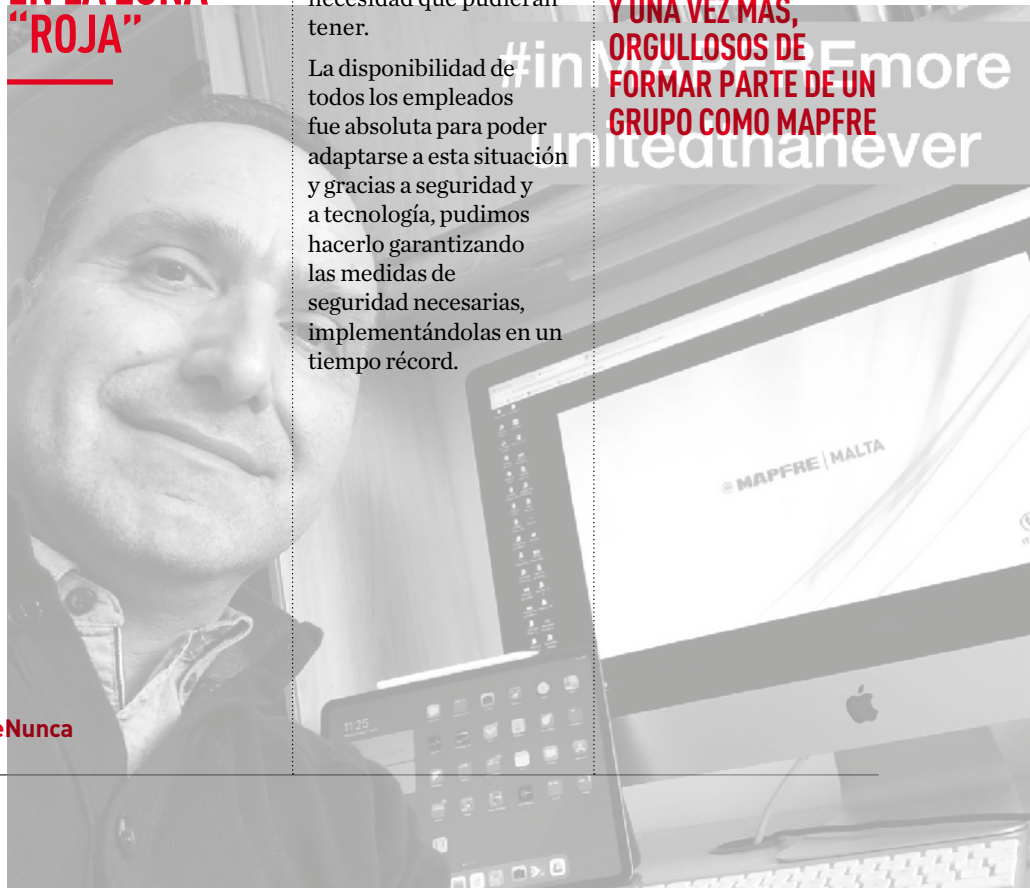
RESISTIENDO EN LA ZONA “ROJA”

Desde el inicio contamos con la ayuda de nuestros compañeros de Madrid. Inicialmente las áreas de Seguridad, Recursos Humanos y Tecnología fueron claves en la magnífica gestión que se puso en marcha en el país. Con dos objetivos muy claros: salvaguardar la salud de los empleados y garantizar el servicio a los clientes, la máquina se puso en marcha, y tras una semana de arduo trabajo el 100% de nuestros compañeros estaban seguros en casa, con total capacidad para desarrollar su actividad laboral, y nuestros clientes tenían a su disposición el mismo equipo de profesionales para atender cualquier necesidad que pudieran tener.

La disponibilidad de todos los empleados fue absoluta para poder adaptarse a esta situación y gracias a seguridad y a tecnología, pudimos hacerlo garantizando las medidas de seguridad necesarias, implementándolas en un tiempo récord.

A día de hoy, MAPFRE puede presumir de no tener ningún contagiado en Italia gracias al riguroso cumplimiento de las medidas adoptadas por el Ministerio de Salud italiano y por los protocolos establecidos desde el Grupo.

HABER SIDO LOS PRIMEROS EN SER GOLPEADOS POR EL VIRUS, SEGURO QUE NOS HARÁ SER TAMBIÉN LOS PRIMEROS EN SALIR. SIN DUDA ALGUNA LO HAREMOS FORTALECIDOS, CONVENCIDOS DE LA ROBUSTEZ DE NUESTRO NEGOCIO Y UNA VEZ MÁS, ORGULLOS DE FORMAR PARTE DE UN GRUPO COMO MAPFRE



#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca

UNIDAD GLOBAL RISKS

“Más comprometidos y activos que nunca”.

La actividad que despliega la Unidad de Global Risks con sus clientes requiere de una alta coordinación entre los servicios centrales (MAPFRE GLOBAL RISKS) y los países donde se encuentran presentes las compañías MAPFRE, así como de nuestra red asociada en el resto. Esta forma de operar planteaba un importante desafío a la hora de mantener la actividad de la unidad, lo que requería actuar rápidamente para seguir operando como si nada estuviera sucediendo.

Para Bosco Francoy lo más importante fue que “el compromiso, la dedicación y la velocidad de adaptación de los equipos para atender a los grandes clientes de MAPFRE ha sido sobresaliente.”

Y añade: “nada de esto hubiera sido posible sin un trabajo previo y la agilidad de MAPFRE para anticipar los movimientos dentro del escenario incierto en el que nos hemos desenvuelto. Eso nos permitió desplegar varias líneas de trabajo para alcanzar rápidamente un ritmo de trabajo tal que no se resintiera hacia el exterior:

En el tiempo récord de un fin de semana, la práctica totalidad de la plantilla pudo comenzar a teletrabajar. Para ello, se disponía de un Plan de Continuidad de Negocio probado y certificado, fundamental para la ejecución ordenada de esta transición. Y en todo momento hubo una gran coordinación con las acciones corporativas del Grupo MAPFRE.

De cara a nuestros clientes, desde muy temprana fecha les comunicamos que permanecíamos plenamente activos en teletrabajo, contribuyendo a transmitirles confianza en MAPFRE.



**SOMOS GLOBAL!!!
SOMOS MAPFRE!!!
RESISTIREMOS!!!**

Bosco Francoy,
CEO de MAPFRE
GLOBAL RISK

**COMPROMISO,
DEDICACIÓN
Y VELOCIDAD**

Otro aspecto muy importante que destaca Francoy es que “Internamente hemos sido muy activos en trasladar mensajes de toda índole al equipo de MAPFRE GLOBAL RISKS con asistencia, consejos, formación... y hemos acuñado un lema para motivar nuestros espíritus durante este confinamiento: ¡¡¡Somos Global!!! ¡¡¡Somos MAPFRE!!! ¡¡¡Resistiremos!!!

Además de continuar operativos, también ha sido necesario desplegar un completo ejercicio de análisis en todas las áreas de la compañía para gestionar el nuevo entorno y se han revisado y ajustado los planes para garantizar la continuidad del negocio.

En definitiva, todos los que integramos esta unidad nos hemos sentido más comprometidos y activos que nunca, muy orgullosos de formar parte de MAPFRE.





**MAPFRE
ASISTENCIA**

“Un resultado extraordinario gracias a un equipo extraordinario”

Como nos comenta Leire Jiménez, para una unidad acostumbrada a lidiar con grandes siniestros, “El coronavirus es una crisis como ninguna otra a la que nos habíamos enfrentado antes. Frente a terremotos, huracanes, o disturbios sociales, hemos podido desviar nuestros Contact Centres a otros países vecinos y garantizar la continuidad del negocio, pero la COVID-19 es una pandemia global y por lo tanto, requiere de nuevas armas para afrontarla.

Junto con la dirección de seguridad, áreas corporativas, regionales y comités de crisis locales, hemos sido capaces de afrontar con éxito este reto, garantizando tanto la salud de nuestros empleados, como el servicio a los clientes.

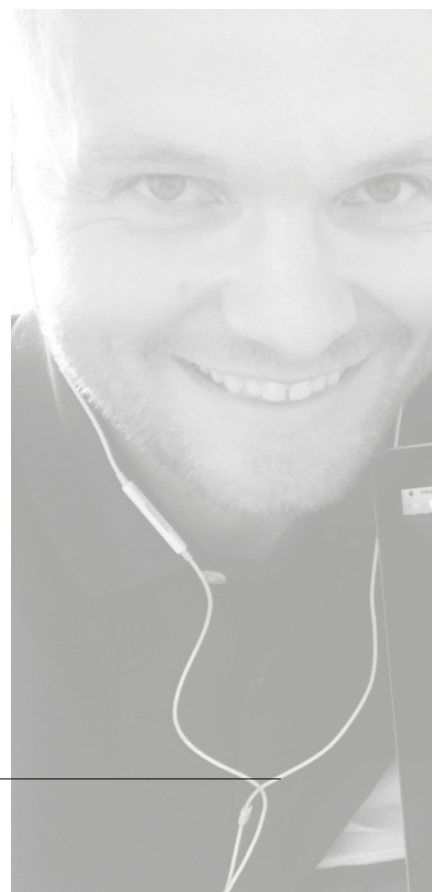
La proactividad de MAPFRE y el esfuerzo de todos han hecho posible el traslado de nuestras operaciones a las casas de cada uno de nuestros empleados en un tiempo récord.

Y en un despliegue que, en muchas ocasiones, ha ido por delante de lo que exigían los gobiernos locales. Desde MAPFRE ASISTENCIA, hemos dotado a estas personas de equipos y herramientas para poder seguir realizando su trabajo.”

“Es un orgullo, además, ver que, para MAPFRE, no basta con garantizar la salud de los empleados y la continuidad del negocio, sino que hemos querido ir más lejos y poder ayudar a la sociedad en todos los países en los que trabajamos. Iniciativas de Fundación MAPFRE como donaciones a la investigación, compras de equipos de protección para residencias y hospitales, unidas a las iniciativas de MAPFRE en cada uno de los países y la dedicación de nuestros propios empleados como voluntarios, deben llenarnos de orgullo en estos momentos.

Desde MAPFRE ASISTENCIA, hemos podido aportar nuestro granito de arena, colaborando con las compañías de Seguro en muchos países, para lanzar iniciativas de orientación médica, psicológica y legal sobre la COVID-19, y poniendo a nuestro personal médico, agentes telefónicos, proveedores y tecnología al servicio de los clientes MAPFRE a través del teléfono, chats y aplicaciones de despliegue rápido.“

Todo esto ha sido posible gracias a la unidad de todos los que trabajamos en MAPFRE, gracias al esfuerzo conjunto, la dedicación y la fuerza de cada uno de nuestros colaboradores que, ante una crisis sin precedentes, se han unido más que nunca para seguir siendo MAPFRE. Por eso, **mi más sincero agradecimiento a todas las áreas corporativas, equipos regionales y comités de crisis, pero sobre todo a todas las personas que se han volcado y se han unido para conseguir un resultado extraordinario.**



NUESTROS EQUIPOS SE HAN VOLCADO DE FORMA EXTRAORDINARIA, HAN ABIERTO SUS CASAS Y HAN CONSTRUIDO UN ESPACIO MAPFRE ASISTENCIA DENTRO DE ELLAS PARA PODER SEGUIR ATENDIENDO A NUESTROS CLIENTES

Leire Jiménez,
CEO de MAPFRE
ASISTENCIA

**36 PAÍSES
CON
ASISTENCIA**

#EnMAPFRE Más Unidos Que Nunca

MAPFRE RE

“La continuidad ha sido posible gracias al extraordinario esfuerzo y compromiso de todo el equipo”.

En MAPFRE RE la crisis del coronavirus comenzó a impactarnos en el mes de enero, cuando el brote de la pandemia en China nos obligó a activar nuestros planes de contingencia en este país. Posteriormente, esta situación se extendió a Singapur, Filipinas, Japón o Italia, hasta que a mediados de marzo la necesidad de activar estos planes paso a ser global.

En estas circunstancias, la primera satisfacción ha sido comprobar que los planes de continuidad de negocio se han desplegado con gran eficacia y en plazos muy breves. Llevamos años elaborando, testando y refinando estos planes en todas las sedes de MAPFRE RE, hasta el punto de que hemos logrado obtener certificaciones independientes de su calidad. Afortunadamente este trabajo ha dado sus réditos cuando ha sido necesario.

Durante los dos años anteriores hemos desplegado la iniciativa de Reto Digital en MAPFRE RE, que nos había llevado a dotar a casi todo el equipo de la compañía de los medios tecnológicos



EN NINGÚN MOMENTO SE HA INTERRUMPIDO NINGUNA DE LAS ACTIVIDADES ESENCIALES DE LA COMPAÑÍA, NI LA INMENSA MAYORÍA DE LOS PROYECTOS QUE TENEMOS EN MARCHA

Eduardo Pérez de Lema,
CEO de MAPFRE RE

PIONEROS EN ACTIVAR PLANES DE CONTINGENCIA

y las habilidades para trabajar en remoto con alto grado de autonomía y eficacia. Ya desde hace un año estábamos realizando programas piloto de trabajo en remoto con un amplio grupo de colaboradores, lo que ha permitido que la compañía estuviera preparada para este reto.

Sobre esta base, es un orgullo decir que MAPFRE RE ha sido capaz de responder de forma permanente a las necesidades de sus clientes, sin que en ningún momento se haya interrumpido ninguna de las actividades esenciales de la compañía, ni la inmensa mayoría de los proyectos que tenemos en marcha. Esto, por supuesto, ha sido posible gracias al extraordinario esfuerzo y compromiso de todo el equipo, que de forma ejemplar ha priorizado el cumplimiento de sus responsabilidades, en circunstancias especialmente adversas.

Como es habitual en nuestro sector, en épocas de crisis, la actividad reaseguradora se ve expuesta a mayor volatilidad y absorbe gran parte de las pérdidas extremas. Estamos acostumbrados a hacer frente a grandes catástrofes o siniestros de intensidad de todo tipo. En esta ocasión el desafío principal reside en que nos enfrentamos a una

crisis global que afecta, en mayor o menor medida, de forma simultánea a todas las geografías en que operamos y a multitud de ramos, llevándonos a la frontera de lo que puede absorber nuestra industria.

Afortunadamente, las medidas de suscripción y selección de riesgos aplicadas durante años nos llevarán a que los posibles impactos sean asumibles para MAPFRE RE.

Quando superemos esta crisis, deberemos iniciar una reflexión en la que encontrar mecanismos que mejoren el nivel de cobertura de la sociedad para hacer frente a este tipo de situaciones, sin comprometer con ello la solvencia del sector. **La industria reaseguradora dispone de los conocimientos, mecanismos y recursos para tener un papel protagonista en la mitigación de crisis como la que estamos sufriendo.**

