

Mapfre: la importancia de la huella social

El compromiso de Mapfre en materia de Responsabilidad Social Corporativa es más que conocido. Desde su fundación en 1933 los directivos de la compañía tuvieron claro que una empresa sin vocación social no tiene sentido. Esa vocación sigue vigente hasta ahora, y así lo reafirmó su presidente, Antonio Huertas, durante una reciente charla organizada por la Asociación Española de Directivos.

El encuentro sirvió al ejecutivo extremeño para animar a las empresas a involucrarse en la brecha que la disrupción tecnológica puede causar en el empleo, así como para reivindicar el papel del empresario y la empresa en la sociedad. “Es necesario transformar las estructuras de las compañías sobre las que basamos el desarrollo social de nuestro entorno”, afirmó.

EL SEGURO ESPAÑOL, UN EJEMPLO DE COLABORACIÓN

Llevo 31 años trabajando en el sector asegurador. Comencé a desarrollar esta actividad en los años 80 con el objetivo de acumular un aprendizaje personal y profesional que no había obtenido en la universidad, y a día de hoy me cuesta reconocer el momento preciso en el que mis decisiones me llevaron a ocupar el cargo que ostento.

Estos días estamos conociendo las consecuencias de las terribles tormentas que han arrasado algunas ciudades de nuestro país, y estoy seguro de que gracias a los seguros muy pronto se va a poder recuperar la actividad económica y patrimonial de los lugares afectados.

España es el único país del mundo que cuenta con un Consorcio de Compensación de Seguros, una entidad adscrita al Ministerio de Economía que participa de las primas que

“ No hay otra forma de hacer frente a la actividad productiva que mutualizar el riesgo para afrontar entre todos los hechos inesperados ”

pagamos todos los ciudadanos y permite indemnizar a los afectados por catástrofes como, en este caso, lluvias torrenciales, para que puedan empezar a reconstruir sus vidas. La existencia de este Consorcio es un valioso ejemplo de la colaboración que existe en el entorno del seguro español y que genera expectación a nivel mundial. De hecho, todos los años nos visitan organismos y empresas internacionales para conocer los detalles de este modelo e intentar replicarlo.

Mapfre nació en 1933 como una mutua especializada en asegurar a los trabajadores de las explotaciones agrícolas. Sin embargo es a partir de 1955, cuando se sientan las bases de la entidad tal y como la conocemos a día de hoy. La compañía comenzó a apostar por el seguro de automóvil, un producto que con el tiempo ha sido su principal seña de identidad y una de las vías de entrada en numerosos países donde hoy está presente.

En los años 80 se inició el proceso de internacionalización, y hoy operamos en 45 países, aunque tenemos clientes en más de 100, y nuestra actividad se reparte en cuatro grandes áreas: seguros, reaseguros, grandes riesgos industriales, y servicio de asistencia y riesgos especiales.

El futuro de la compañía pasa por adaptarse a la nueva sociedad tecnológica, y también a un nuevo consumidor que cada vez es más importante y demanda diferentes realidades de las empresas.

La transformación que estamos viviendo no es sólo es digital, sino que nos está obligando a posicionarnos como una organización capaz de tener la flexibilidad de los pequeños y la solvencia y fortaleza de los grandes.

“ Las empresas no están sólo para ganar dinero, sino para asumir su responsabilidad social y su compromiso con los ciudadanos ”



LA EMPRESA AL SERVICIO DE LA SOCIEDAD

En el mundo al que nos dirigimos algunas actividades industriales se van a transformar; otras incluso pueden desaparecer, pero el seguro va a permanecer siempre, porque es imprescindible. Nació con el comercio y existirá mientras este perviva, porque no hay otra forma de hacer frente a la actividad productiva de los países que ser solidario, mutualizar el riesgo para que, entre todos, se puedan afrontar los hechos inesperados.

Dicho así podría parecer que bastaría con crear organismos públicos que hicieran frente a esta realidad a través de la beneficencia o la caridad. Es cierto que estos servicios apoyan, pero también necesitamos empresas con ánimo de lucro que, con las mejores capacidades, se ocupen de ayudar a los demás. Eso es lo que hacemos, y por eso no nos asusta el cambio. El problema es que si no somos capaces de adaptarnos no sobreviviremos, pero otros sí lo harán.

Las empresas no están sólo para ganar dinero, sino para asumir su responsabilidad social y su compromiso con los ciudadanos. Todos lo sabemos, otra cosa es que la actividad del día a día nos obligue a defender el interés de nuestros accionistas que, sin embargo, no puede ser el primario ni el único.

Mapfre fue una empresa pionera en cuanto a implantación de políticas de Responsabilidad Social Corporativa. En la Junta General celebrada en el año 1965, la RSC aparecía ya como elemento clave del crecimiento empresarial y en 1975 se creó la Fundación, que se ha convertido en uno de los pilares de nuestra actividad.

“ Mapfre ha sido pionera en cuanto a implantación de políticas sociales. En 1965, la RSC aparecía ya como elemento clave del crecimiento empresarial ”

LA IMPRONTA SOCIAL DEL EMPRESARIO

En estos tiempos, en los que a veces se duda del papel de la empresa, me gustaría reivindicar el papel del empresario y del directivo cuyo principal interés es crear empleo y mejorar el entorno en el que vive.

En los últimos años nos hemos enamorado del

término emprendedor. Es una palabra bonita, pero que no puede servir para denostar el rol del empresario, que va mucho más allá, porque entiende que hay muchos entornos que debe proteger. Por eso, creo que es necesario defender el rol social de la empresa.

Es cierto que hemos cometido errores como colectivo, porque a veces cuesta mucho separar al empresario individual del grupo, y las malas prácticas de algunos hacen que la sociedad y los poderes públicos pierden confianza en nuestra labor, y responden con consecuencias como el exceso de regulación o el proteccionismo.

El capitalismo como lo conocíamos no puede seguir funcionando y es necesario transformar las estructuras de las empresas sobre las que basamos el desarrollo social de nuestro entorno.



Por eso, es más importante que nunca desarrollar nuestra labor con responsabilidad y, al mismo tiempo, asumir que tenemos un rol que va mucho más allá del que tradicionalmente se nos había asignado. No es fácil, pero tenemos que ser más sociales, más solidarios, tomar conciencia de que la huella que dejamos es absolutamente trascendente. Seremos intrascendentes si no somos capaces de atender al bien de las comunidades y los entornos en los que trabajamos desde el punto de vista climático, social, salarial o educativo, si no podemos comprometernos más.

EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL EMPLEO

Nos dirigimos a una sociedad completamente diferente. La aparición de Internet, la Inteligencia Artificial y las nuevas tecnologías lo están alterando todo. La Cuarta Revolución industrial va a producir un impacto mucho mayor que las anteriores en el ámbito social y laboral. Estamos en condiciones de asegurar que vamos a trabajar en empleos que todavía no se conocen. Es más, el 60% de los

“ Los empresarios seremos intrascendentes si no somos capaces de atender al bien de las comunidades y los entornos en los que trabajamos ”

“ El capitalismo como lo conocemos no puede seguir funcionando; es necesario transformar las estructuras empresariales sobre las que basamos el desarrollo social ”

jóvenes que están estudiando trabajarán en profesiones que todavía no se han inventado. Y debemos empezar a pensar qué hacer con todas esas personas que todavía se encuentran en edad productiva, pero no tienen las capacidades requeridas para el nuevo mercado laboral.

He viajado recientemente a Japón y me ha sorprendido ver cómo en determinados puestos hay cuatro empleados, aunque sólo hay trabajo para dos. La sociedad japonesa ha decidido no condenar a la precariedad a la gente mayor porque no está preparada o capacitada para realizar determinadas tareas. Y porque, además, todavía no cuentan con profesionales formados en determinados ámbitos, que es lo que va a pasar en España dentro de 25 años.

Si no hacemos cambios en nuestro modelo productivo, pronto van a faltar trabajadores, cotizantes y consumidores.

Yo no tengo la solución para encarar esta nueva realidad social a la que nos enfrentamos, pero trato de colaborar en la medida de lo posible buscando vías que eviten la brecha social, el conflicto generacional y la ruptura. El crecimiento de los populismos en todo el mundo es un reflejo de esta situación que nos lleva a un mundo sin respuestas o, al menos, sin respuestas convincentes.

En Mapfre también estamos sujetos a diferentes situaciones que nos condicionan a la hora de tomar decisiones, pero estamos decididos a seguir promocionando la marca España en el mundo y a continuar desarrollando nuestra particular manera de entender y gestionar nuestra actividad, porque esta forma de actuar, unida a la visión social que impera en la empresa, nos ha llevado al éxito en muchos países ●