



Mapfre confia no futuro

Para assinalar a mudança de sede da companhia, a Mapfre desenvolveu uma campanha interna protagonizada pelos filhos dos colaboradores, por entender que não só são o futuro como também os guias para a mudança

Um negócio com mais crescimento, eficácia e sustentabilidade, uma vida com maior qualidade e equilíbrio entre o pessoal e o profissional e um mundo melhor, mais consciente, social e ambientalmente responsável. São estes os votos de confiança da Mapfre para um futuro que considera que será ainda melhor.

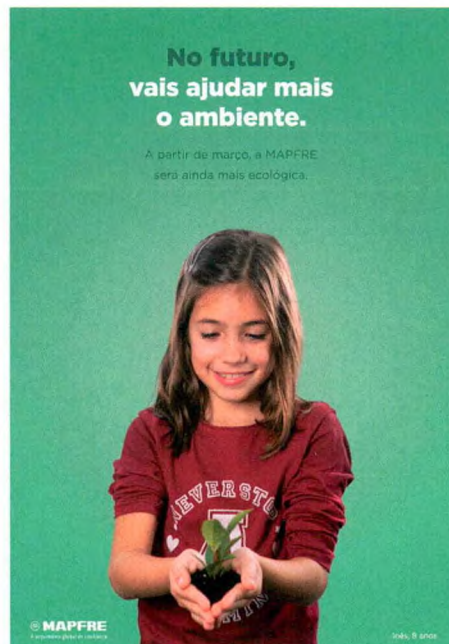
Por esta razão, o futuro da Mapfre passou por uma mudança pensada para o crescimento da empresa e da sua equipa, com a entrada em novas instalações em Miraflores, num espaço que ocupa um total de três mil metros quadrados. Trata-se de uma medida alinhada com a visão do grupo associada não só ao negócio, mas também a um propósito social e ambiental de estar fora dos grandes centros urbanos.

De forma a envolver toda a empresa, e porque as mudanças implicam a alteração de hábitos, de comportamentos e de mentalidades, foi divulgada uma campanha de publicidade interna, com vista a promover a

participação e o envolvimento dos cerca de 220 colaboradores, com o mote “Na Mapfre, confiamos no Futuro”.

«Fomos procurar ajuda junto de quem é perito em histórias e em aprender com elas. São quem encara a mudança como parte do dia-a-dia e mais facilmente a tornam rotina e confiam positivamente no futuro. A campanha arrancou no final do ano passado e envolveu aqueles que são os guias para a mudança: as crianças. Mas quais crianças? As dos colaboradores, uma vez que são as suas crianças, com as quais mais se identificam para contar o tema da mudança», afirma João Gama, director de Marketing e Clientes da Mapfre.

Cerca de 15 crianças fizeram parte do filme “Confia no futuro! Nós confiamos”, produzido para o lançamento da campanha, que consistiu num vox pop, onde os mais pequenos puderam explicar com as suas próprias palavras o que os pais fazem no dia-a-dia nas



suas profissões: “Sabes o que faz o teu pai/mãe no trabalho?” e “O que gostavas que o teu pai/mãe fizesse?” Através do gap entre as duas visões, foi trabalhado o tema da mudança, como algo corrente e positivo. O filme termina com dicas aos pais para melhor encararem as mudanças.

Dando continuidade ao mote do vídeo, a campanha previu uma segunda comunicação, com vista a informar os colaboradores da mudança. Foram concebidos vários cartazes, também com as fotografias dos mais novos, onde cada um destaca um dos benefícios da mudança, desde a possibilidade de uma maior flexibilidade de horários até ao novo serviço de transporte, passando por um conjunto de outros serviços disponíveis e novas medidas de sustentabilidade a adoptar pela empresa. A campanha esteve na intranet da companhia e foi materializada em cartazes espalhados pelas instalações da seguradora.

E porque as mudanças têm de ser inspiradoras e motivadoras, a campanha incluiu ainda um terceiro momento, já nas novas instalações, cujo objectivo era o de desvendar e inspirar todos os colaboradores. Foram assim promovidas acções surpresas e de criação de expectativa, que incluiu a oferta de kits personalizados de boas-vindas e vouchers de refeições.

Por fim, para envolver toda a empresa, foi lançado o desafio aos colaboradores para fazerem parte da mudança, participando e contribuindo para o seu futuro espaço. «Foram criadas as chamadas Task Forces, grupos de voluntários com a missão de tornar o local de trabalho mais criativo, colaborativo e dinâmico em três áreas: decoração e design de zonas de repouso; escritório eco-friendly; e regras de convivência em open space, tornando todo o ambiente num espaço mais adequado à nova visão e cultura Mapfre», explica João Gama, director de Marketing e Clientes da companhia.

Um grupo em crescimento

No mercado português desde 1986, a Mapfre Seguros possui uma rede de 90 lojas em todo o País.

A nível internacional, a Mapfre é a maior seguradora espanhola do mundo, é também o terceiro grupo segurador na América Latina e, actualmente, está entre os 10 melhores da Europa, por volume de prémios.

A Mapfre conta com mais de 35 mil colaboradores nos cinco continentes em que opera, tendo atingido, em 2018, cerca de 27 mil milhões de euros em receitas, com um lucro líquido de 529 milhões de euros. ▀