

LA COMUNICACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN MAPFRE

Autora: Clara Bazán Cea

cbazanc@mapfre.com

Directora Corporativa de Sostenibilidad en MAPFRE

Resumen

MAPFRE desarrolla su actividad, principalmente, en el sector asegurador y reasegurador, y está presente en más de 45 países, en los cinco continentes. MAPFRE siempre ha actuado para asumir el compromiso con la sostenibilidad al máximo nivel y por ello, la Agenda 2030 de Naciones Unidas y sus 17 objetivos de desarrollo, forman parte del Plan de Sostenibilidad del Grupo 2019-2021. Atendemos así a dos de los retos de la Agenda, por una parte a su difusión y conocimiento y, por otra, a promover la contribución de las empresas a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS). En esta ocasión, nos centramos en cómo MAPFRE ha desarrollado su estrategia de comunicación interna.

Palabras clave: MAPFRE; Agenda 2030; ODS; comunicación interna; redes sociales; voluntariado; gestión responsable.

The communication of the sustainable development goals in MAPFRE

Abstract

MAPFRE develops its activity, mainly, in the insurance and reinsurer sector, and is present in more than 45 countries, on five continents. MAPFRE has always acted to assume the commitment to sustainability at the highest level and therefore, the United Nations 2030 Agenda and its 17 development goals, are part of the Group's Sustainability Plan 2019-2021. Thus, we attend two of the challenges of the Agenda, on one hand, to spread the information on the SDGs and increase its knowledge, and on the other, promote the contribution of companies to the Sustainable Development Goals (SDGs). On this occasion, we focus on how MAPFRE has developed its internal communication strategy.

Key words: MAPFRE; 2030 Agenda; SDGs; internal communication; social networks; volunteering; responsible management.

I. MAPFRE, EMPRESA SOSTENIBLE

Las empresas, no solo debemos generar riqueza exclusivamente material, sino también riqueza ética y, sobre todo, humana. MAPFRE trabaja con este objetivo en cerca de 50 países, porque somos una compañía comprometida en generar también rentabilidad social. Por eso, la compañía está plenamente comprometida con la hoja de ruta de Naciones Unidas y con el cumplimiento y el impulso de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

MAPFRE es una empresa sostenible, que contribuye al desarrollo económico y social allí donde opera, como empresa y también a través de la Fundación MAPFRE.

La Sostenibilidad forma parte de los principios y valores de la empresa.

II. EL COMPROMISO DE MAPFRE CON LA AGENDA 2030

1. EL CAMINO RECORRIDO

Contribuir con la Agenda 2030 es parte de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible. MAPFRE tiene un impacto en el desarrollo de los países en los que está presente, por ello está comprometida con la huella social que, como empresa y, en el desarrollo de su actividad, puede dejar. Contribuir con la Agenda de Desarrollo 2030 de Naciones Unidas forma parte de la hoja de ruta que permitirá sumar los

esfuerzos, enfocados en objetivos de desarrollo sostenible (ODS) para, entre todos, poder alcanzar las metas globales propuestas por esta iniciativa.

En MAPFRE tenemos la capacidad de llegar a más de 35.000 personas que trabajan en la compañía y a más de 152.000 proveedores y profesionales que trabajan de acuerdo con nuestros principios y valores¹. Podemos llegar a ser un total de 187.000 embajadores de la Agenda 2030 y sus 17 objetivos de desarrollo sostenible (en adelante ODS).

La siguiente tabla muestra los pasos que hemos dado en MAPFRE para implantar la Agenda, desde su aprobación:

Tabla1. Hoja de ruta de MAPFRE en relación con la Agenda 2030

2015_Año 0 de la Agenda 2030: aprobación en la Asamblea de Naciones Unidas
<p>Por primera vez, MAPFRE muestra su compromiso público con la Agenda 2030 y establece el objetivo de identificar durante 2016 aquellos ODS, en los que la compañía pueda contribuir de forma activa, compartiendo los datos en el próximo informe de Responsabilidad Social Corporativa.</p> <p>Fuente: <i>Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2015</i>, 42.</p>
2016_Año I de la Agenda 2030
<p>MAPFRE aprueba su Plan de Sostenibilidad 2016-2018, e incluye una línea de trabajo específica sobre la Agenda 2030 con dos objetivos: (1) determinar el posicionamiento de MAPFRE con los ODS (2) y medir la contribución a dichos objetivos.</p> <p>En 2016 se realiza un primer nivel de análisis e identificación de los ODS prioritarios, tomando como referencia las 15 líneas de trabajo del Plan de sostenibilidad aprobado. Este trabajo, que se completa en 2017, nos ha permitido conocer en profundidad cada uno de los ODS y sus metas.</p> <p>Fuente: <i>Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2016</i>, 127.</p>
2017_Año II de la Agenda 2030
<p>MAPFRE completa el proceso de análisis y define y publica su mapa de posicionamiento en ODS. El mapa identifica los 9 ODS en los que la compañía puede tener una mayor contribución: 1. Pobreza; 3. Salud y bienestar; 4. Educación de calidad; 5. Igualdad de género; 8. Trabajo decente y crecimiento económico; 9. Industria, innovación e infraestructura; 11. Ciudades y Comunidades Sostenibles; 13. Acción por el Clima; 17. Alianzas para lograr los objetivos.</p> <p>Se crea el apartado <Huella social>, en el informe anual, en el que se incluyen los impactos de MAPFRE en la sociedad, dando visibilidad a los ODS.</p> <p>Por primera vez, MAPFRE participa en la campaña de difusión interna y externa de los ODS, a través del programa Companies4SGDs, que está apoyando la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, en colaboración con la iniciativa IMPACT2030.</p> <p>Fuente: <i>Informe Anual Integrado de MAPFRE 2017</i>, 114-115.</p>

¹ Datos obtenidos del Informe Anual Integrado de MAPFRE 2018, publicado en la web corporativa: <https://www.mapfre.com/corporativo-es/negocio-responsable/informes-anales/informes-anales-corporativos.jsp>

2018_Año III de la Agenda 2030

Se publican las metas asociadas a los ODS prioritarios para MAPFRE y finaliza la campaña de comunicación de Companies4SDGs.

Se refuerza la comunicación interna con un plan específico de comunicación sobre los ODS que incluye, entre otras actividades un concurso de creatividad interno, un calendario de mesa, el día del voluntariado, artículos específicos en la revista interna, participación en foros y jornadas de referencia, publicación de noticias con la referencia a la Agenda 2030, entre otras iniciativas.

El Informe Integrado mantiene el apartado dedicado a la Huella de MAPFRE, cuyo objetivo es reflejar la contribución de la compañía a la sociedad.

Fuente: *Informe Anual Integrado de MAPFRE 2018*, 135-138.

2019_Año IV de la Agenda 2030

Se aprueba el Plan de Sostenibilidad de MAPFRE 2019-2021, en el que la Agenda 2030 vuelve a tener un gran protagonismo. El plan incorpora una línea de trabajo relacionada con la difusión y concienciación de los ODS entre nuestros grupos de interés, principalmente empleados, proveedores y la sociedad en general y también, otra línea de trabajo en relación con el Informe de Contribución, cuyo objetivo es poder tener en 2021 el impacto del Grupo en la Agenda 2030.

MAPFRE se suma a las campañas de comunicación “ODSeate” promovida por el Alto Comisionado Español para la Agenda 2030 y #aliadosdelosODS de la Red Española del Pacto Mundial

2. ESPECIAL REFERENCIA A LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA AGENDA 2030

Como se puede apreciar por la hoja de ruta que hemos seguido estos años, MAPFRE se ha centrado en la comunicación y concienciación de la Agenda 2030, de forma más activa desde finales de 2017.

Elegimos este punto de partida porque para poder implementar la agenda adecuadamente, siguiendo las recomendaciones de Naciones Unidas, debíamos conocer en profundidad los 17 ODS y sus metas, priorizando aquellos en los que la compañía podía contribuir de forma más efectiva. De esta forma y, tal y como se muestra en la siguiente figura, establecimos un mapa de ODS de acción prioritaria para MAPFRE, así como las metas asociadas a cada uno de los objetivos.



Teniendo en cuenta este mapa y, para trabajar la comunicación interna y la difusión de los ODS, se creó un grupo de trabajo específico, coordinado por la Dirección Corporativa de Sostenibilidad, e integrado por representantes de diferentes áreas clave de conocimiento como Recursos Humanos, Voluntariado, Comunicación (interna y externa), marca, reputación y medio ambiente. Este grupo diseñó la campaña de #Companies4SDGs en MAPFRE y determinó las acciones y actividades a realizar durante el año.

La campaña, que comenzó en octubre de 2017, tuvo una duración de 12 meses, a lo largo de los cuales se compartieron con los empleados a través de la intranet global, información, vídeos, retos, hábitos sostenibles y actividades de voluntariado para reconocer y actuar en favor de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Esta campaña tenía una doble finalidad: por una parte explicar cada uno de los ODS y como la compañía contribuía a cada uno de ellos y, por otra parte, se proponían acciones a los empleados para pasar a la acción desde el voluntariado.

Para lograr ambos objetivos, se diseñó una infografía para cada uno de los ODS. En la siguiente imagen, se puede ver el modelo que se utilizó.



La campaña tuvo una buena acogida parte de los empleados, y dio lugar a numerosas interacciones, sugerencias y comentarios en la intranet y redes sociales de la compañía.

Todos los contenidos de la campaña #Companies4SDGs se trasladaron también a las redes sociales a través de los perfiles corporativos de MAPFRE. A continuación se muestra el balance de la campaña.

Intranet global	Redes Sociales
21 noticias publicadas	35 publicaciones en Facebook, Twitter y LinkedIn
1.500 likes a noticias	Más de 700 interacciones
15 infografías	Más de 100.000 impresiones
12.000 páginas vistas	

Como parte de la estrategia de comunicación, también se llevaron a cabo otras iniciativas, entre las que se destaca la cuarta edición del Concurso de Creatividad de MAPFRE, celebrada en 2018 con el título “Retrato de un mundo Sostenible”, por el que se premiaron las mejores fotografías realizadas por los empleados de la compañía relacionadas con los ODS. Los tres premiados retrataron el ODS 15 desde Argentina, el ODS 8 desde México y el ODS 3 desde Italia

Posteriormente, las fotografías de los empleados que participaron en el concurso en España sirvieron para ilustrar el calendario de mesa 2019 de MAPFRE ESPAÑA, también dedicado a la Agenda 2030 y los ODS. Este calendario se distribuyó a todos los empleados en España y en las oficinas comerciales de la empresa.

3. OTRAS LÍNEAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

En todas las noticias, internas y externas, que difunde la compañía y siempre que el contenido tenga relación con la Agenda 2030, se hace una mención especial, indicando el ODS al que hace referencia.

Además, MAPFRE participa en foros tanto nacionales como internacionales difundiendo la Agenda 2030, entre los que destacamos la participación del Presidente de MAPFRE, Antonio Huertas, en la XXVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Cooperación, o la ratificación del compromiso de MAPFRE con los ODS en la comisión del Senado y también en la reunión mantenida con la Alta Comisionada para a Agenda 2030 del Gobierno Español. También en 2018, fuimos anfitriones de la Jornada “ODS, año 3” de la Red Española del Pacto Mundial.

A lo largo de 2019, hemos seguido apoyando la comunicación de los ODS y reforzando la actividad en redes sociales, con el fin de llegar a la sociedad. De esta forma, nos sumamos la campaña digital #ODSéate para celebrar el cuarto aniversario de la adhesión de España a la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas promovida por el Alto Comisionado para la Agenda 2030.

También, coincidiendo con el 4º Aniversario de la aprobación de la Agenda 2030 nos sumamos a la campaña digital #aliadosdelosODS promovida por la Red Española del Pacto Mundial.

En ambas campañas, MAPFRE ha incluido en sus perfiles corporativos de redes sociales, los logos y mensajes de difusión tanto del Alto Comisionado como de la Red Española, actuando así como un altavoz para el logro de los objetivos de las campañas: lograr un efecto multiplicador en el conocimiento de la Agenda 2030 y poner en valor la aportación del sector privado español a la misma.

4. EL VOLUNTARIADO DE MAPFRE UN ALIADO PARA LA AGENDA 2030

MAPFRE cuenta con un Programa de Voluntariado Corporativo integrado en las estrategias de Recursos Humanos y de Sostenibilidad, que desarrolla en 28 países a través de Fundación MAPFRE.

El programa, en el que participan más de 7.800 voluntarios, está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y desarrolla actividades, relacionadas con la educación, la nutrición, la salud y la ayuda en emergencias y el medio ambiente, entre otras, y favorece la participación de los familiares de los empleados en las acciones.

Además, MAPFRE cuenta con un Día Global del Voluntariado, que lleva dos años dedicado a los ODS 13 (acción por el clima) 14 (Vida Submarina) y 15 (Vida de ecosistemas terrestres). En 2018, participaron 25 países, y más de 1600

voluntarios se involucraron en 58 actividades ambientales, logrando la plantación de 1700 árboles y la recogida de más de 35 toneladas de basura.

III. PRÓXIMOS PASOS EN LA COMUNICACIÓN DE LA AGENDA 2030

Nos quedan 11 años para lograr que los objetivos de la Agenda 2030 se cumplan, y solo podremos hacerlo (o quedarnos cerca) si, desde la empresa, promovemos su CONOCIMIENTO e INVOLUCRAMOS a las personas que trabajamos en ellas.

Solo alcanzaremos este reto si todos los agentes llamados a contribuir, gobiernos, administraciones públicas, sector privado, sociedad civil y ciudadanía, tomamos conciencia y PASAMOS A LA ACCIÓN.

Por ello,

- Seguimos decididos a lograr que toda nuestra organización conozca, comparta y participe del compromiso de MAPFRE con la Agenda 2030. Solo desde este conocimiento, podremos contribuir con el desarrollo sostenible y aportar desde MAPFRE nuestro grano de arena para la prosperidad y el cuidado de las personas y del planeta.
- Seguiremos con nuestras campañas internas, tanto corporativas como locales, involucrando a los empleados para que sean embajadores de los ODS y, además, propongan iniciativas para contribuir con la Agenda.
- Compartiremos también con nuestros proveedores homologados con criterios de sostenibilidad el conocimiento de la Agenda 2030 y analizaremos la posibilidad de compartir este conocimiento con otros grupos de interés.
- Reforzaremos las campañas digitales con el fin de incrementar nuestra llegada a la sociedad.
- En 2020, llevaremos la Agenda 2030 a los centros educativos, participando en la campaña *ODS al Cole*, promovida por Companies4SDGs.