

# El Mundo de **MAPFRE** en El Salvador

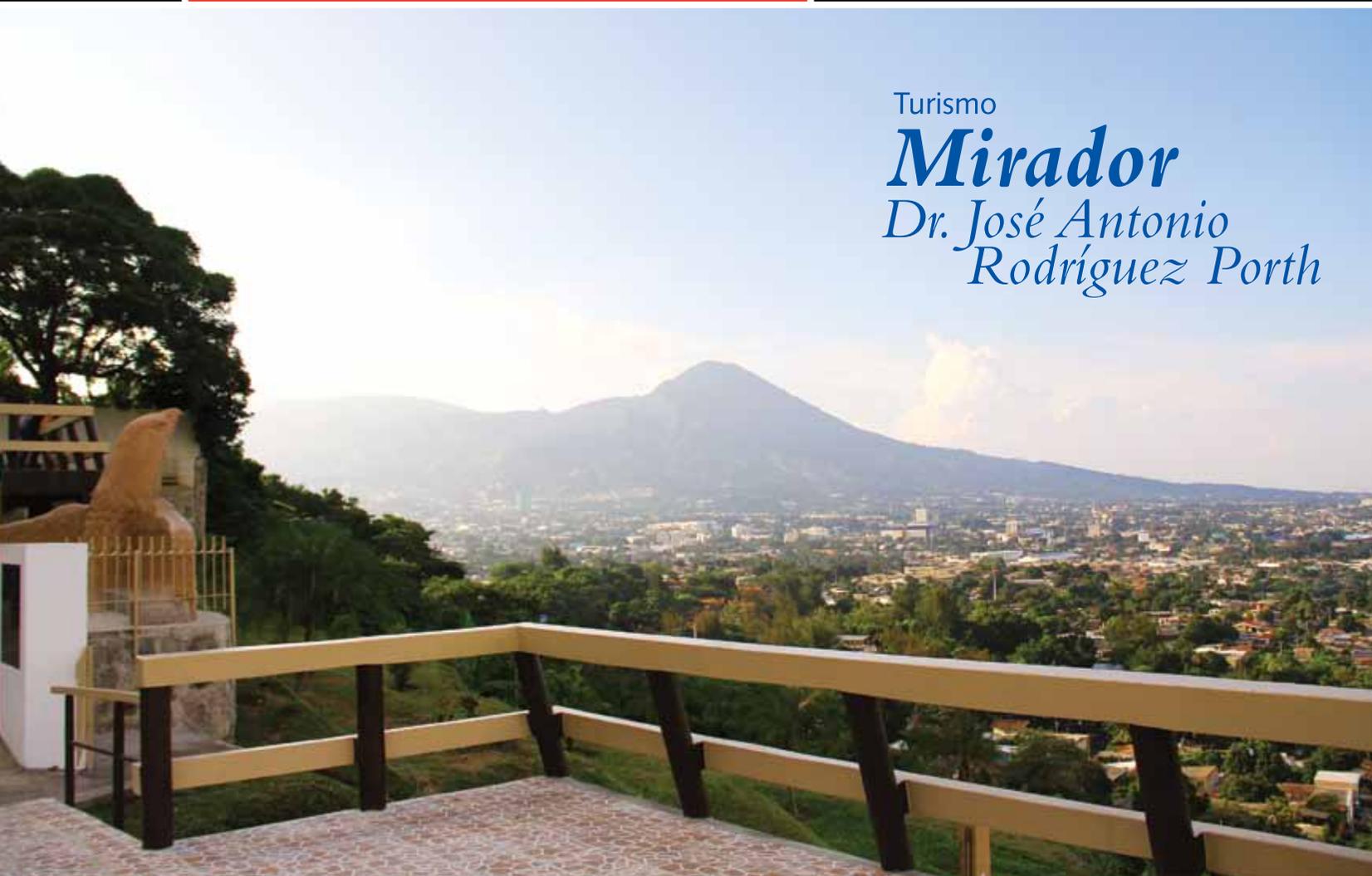
Nº 42

TERCER TRIMESTRE  
2012

NOTICIAS MAPFRE | ACTUALIDAD EMPRESARIAL | RINCÓN TECNOLÓGICO | TURISMO | REFLEXIONES

Turismo

## *Mirador* Dr. José Antonio Rodríguez Porth



D. Antonio Huertas, Presidente de MAPFRE, reafirma en Panamá la apuesta del Grupo por América Central. MAPFRE, líder en la zona, es el único grupo asegurador presente en los seis países de la región

MAPFRE, mejor compañía aseguradora de América Latina por séptimo año consecutivo





# Ahorro y protección

# De por Vida



Porque garantizamos el Ahorro y Protección para tus beneficiarios aún hasta después de finalizar el plazo\* de tu seguro de vida

Te ofrecemos los siguientes planes de Seguro:

- > Planes Dotales
- > Planes Vitalicios

#### Coberturas básicas

- > Pago de la suma por muerte natural
- > Pago de la suma por muerte accidental
- > Pago de la suma adicional por muerte accidental calificada.

#### Beneficios Adicionales

- > Exoneración del pago de primas
- > Renta por invalidez total y permanente
- > Muerte accidental y pérdida de miembros
- > Doble indemnización por accidente especial
- > Enfermedades graves
- > Beneficio para la mujer
- > Gastos funerarios para el solicitante y cónyuge
- > Entre otras ventajas

\*Según la opción de liquidación elegida



**MAPFRE**

**LA CENTRO AMERICANA  
EL SALVADOR**

Para mayor información, contáctanos al  
**2257-6666**

[www.lacentro.com](http://www.lacentro.com)

**Donde estás tú... ahí está MAPFRE**

**C**on mucha satisfacción presentamos una edición más de nuestra Revista informativa “El Mundo de MAPFRE en El Salvador”.

El presente número contiene importantes noticias recogidas en diferentes secciones. Dentro del primer grupo de éstas se recopila interesante información acerca de MAPFRE de España, con nuevos logros y reconocimientos a su fortaleza financiera y acertada gestión, los resultados económicos obtenidos por MAPFRE al cierre del primer semestre del año, entre otras. A continuación, presentamos la sección con notas sobre las actividades más importantes llevadas a cabo en el ámbito nacional, en las que destacan las campañas de apoyo en materia vial.

Finalmente, encontrarán nuestras habituales secciones, siempre con útiles e importantes consejos en materia de salud, seguridad de la información, entre otras.

Este número concluye además con nuestro permanente apoyo a la promoción del turismo de nuestro país, en esta ocasión acerca de un nuevo sitio de recreación familiar: El Mirador “Dr. José Antonio Rodríguez Porth”, el primer mirador en nuestra ciudad capital, como otra opción más, de sano esparcimiento y para compartir en familia. ¡Qué lo disfruten! 🍷



11

MAPFRE se adhiere a los principios para el Aseguramiento Sostenible promovidos por la ONU



18

MAPFRE entre las 10 mejores empresas para trabajar



12

MAPFRE distribuirá en América Latina seguros de protección del estilo de vida de la aseguradora Genworth

20 *Acontecer Empresarial*  
FUNDACIÓN MAPFRE a través de MAPFRE I LA CENTRO AMERICANA impulsa campaña vial "Descongestionemos San Salvador"

23 *Rincón Tecnológico*  
ISO 17799 (Estándares internacionales)  
La seguridad informática no es un producto sino un proceso

24 *Vida Sana*  
La agresividad de cerca

28 *Delicias salvadoreñas*  
Espumillas y alborotos



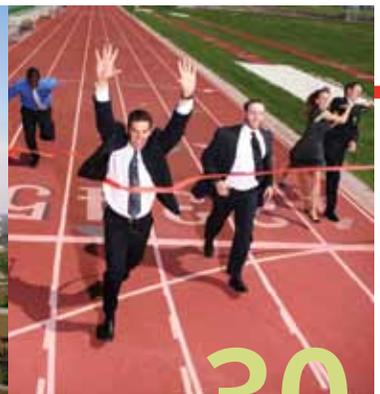
25

*Seguridad Vial*  
Accidentes causados por los ángulos muertos en los vehículos pesados



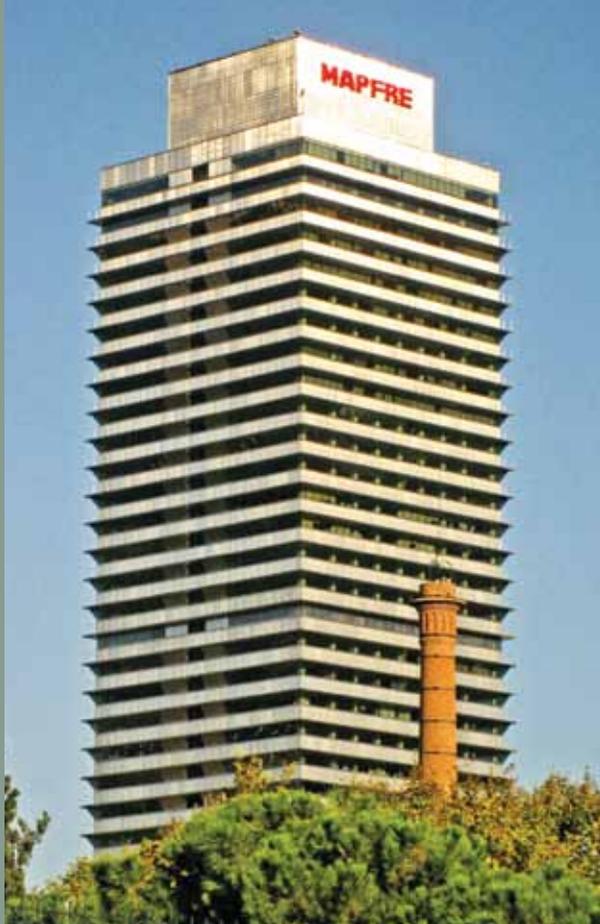
26

*Turismo*  
Mirador "Dr. José Antonio Rodríguez Porth"



30

*Reflexiones*  
Sin levantar polvo



*MAPFRE incrementa en un 13 por ciento sus ingresos (13.141 millones de euros) y en un 10,2 por ciento su beneficio recurrente (510 millones de euros) en el primer semestre*

- *El negocio exterior continúa creciendo y aporta el 66 por ciento de las primas y la mitad del resultado recurrente.*
- *Destaca el crecimiento del negocio asegurador en todos los países de América Latina, especialmente Brasil, que crece un 75 por ciento. La siniestralidad se reduce más de 3 puntos en la región.*
- *El resto del negocio internacional muestra un excelente comportamiento y destacan Estados Unidos y Turquía.*
- *Excelente desempeño de los negocios globales (Reaseguro, Global Risks y Asistencia), que incrementan sus primas un 15 por ciento y sus beneficios un 16 por ciento.*
- *En España, los seguros de Automóviles y Vida-Riesgo evolucionan mejor que el sector, gracias a la fortaleza de la red agencial del Grupo.*

**M**APFRE obtuvo en el primer semestre de este año unos ingresos de 13.140,9 millones de euros, un 13 por ciento más que en el mismo periodo del año anterior, impulsado por el continuo crecimiento del negocio internacional.

Las primas del Grupo superaron los 11.202 millones de euros con un incremento del 15,2 por ciento. Los negocios No Vida (8.191,5 millones de euros) crecieron un 12,9 por ciento, y los de Vida, un 22 por ciento (3.010,6 millones) en este periodo.

El beneficio atribuible de MAPFRE en el primer semestre de 2012 ascendió a 434,2 millones de euros, un 20,1 por ciento menos debido principalmente a las provisiones y a los deterioros realizados a causa de la crisis de los mercados. El beneficio recurrente, sin embargo, creció un 10,2 por ciento, hasta los 510,1 millones de euros, lo que refleja la solidez operativa del Grupo, que permite contener los efectos de la crisis financiera.

Además, destaca la favorable evolución del ratio combinado del Grupo, que se redujo en casi un punto porcentual hasta situarse en 95,6 por ciento, gracias al descenso de la siniestralidad, por la menor incidencia de las catástrofes naturales, y al rigor en la gestión técnica.

La crisis de los mercados ha motivado la dotación de provisiones por valor de 120,7 millones de euros brutos por el deterioro de la inversión en BANKIA y 19,1 millones de euros brutos por la inversión en Católica.



## *Evolución del negocio*

La División de Seguro España, que aporta el 34,1 por ciento de las primas totales del Grupo, superó los 4.068 millones de euros en primas, con una reducción del 5,9 por ciento, como consecuencia de la caída de la demanda del mercado español.

- Las primas No Vida superaron los 2.622 millones de euros, un 3,9 por ciento menos. Es significativa la positiva evolución del ramo de los seguros de Empresas (+3,7 por ciento) y Hogar (+2,6 por ciento). El negocio de Automóviles registró un decremento del 3,9 por ciento, frente a un descenso del 4,7 por ciento del sector, y el Grupo incrementó su cuota de mercado hasta el 20,7 por ciento.
- Las primas de Vida alcanzaron los 1.445 millones de euros (-9,3 por ciento), en un entorno de menor renta

disponible y de fuerte competencia de los bancos para la captación de pasivo. Las provisiones técnicas alcanzaron los 17.556 millones de euros y el ahorro gestionado, los 24.899,9 millones. Es relevante el muy buen comportamiento del canal agencial, que creció un 13,4 por ciento.

- La División de Seguro Internacional, que engloba las actividades aseguradoras en el exterior y aporta el 45,3 por ciento de las primas totales del Grupo, ha alcanzado los 5.416 millones de euros (+39,3 por ciento).
- En los países de América Latina, el Grupo alcanzó primas por valor de 4.297,6 millones de euros, un 46,3 por ciento más. Destaca el fuerte crecimiento del negocio en Brasil (+75,1 por ciento, hasta los 2.325,8 millones de euros), país que supone el 54,1 por ciento del negocio de MAPFRE en la región. Además, se alcanzó un incremento en todos los países de la zona, destacando los de América Central (+32,1 por ciento), Chile (+31,1 por ciento), Colombia (+26,6 por ciento), Venezuela (+25,8 por ciento), México (+24,2 por ciento), Perú (+20,9 por ciento) y Argentina (20,6 por ciento).
- En el resto de países donde el Grupo mantiene operaciones aseguradoras -Estados Unidos, Filipinas, Malta, Portugal y Turquía- se alcanzó un volumen de primas de 1.118,4 millones de euros, un 17,6 por ciento más. Es relevante el incremento en el volumen de primas en Estados Unidos, hasta los 769,7 millones de euros (+8,1 por ciento), y la muy favorable evolución en Turquía, que supuso un volumen de primas de 200,5 millones (+36 por ciento).
- El beneficio antes de impuestos mejora de manera significativa: en América Latina creció un 22,7 por ciento y en el resto de países, un 71,5 por ciento, destacando el espectacular crecimiento de Estados Unidos (+190,4 por ciento), debido, en gran parte, a la ausencia de catástrofes por las favorables condiciones meteorológicas.

- La División de Negocios Globales, que aporta un 20,6 por ciento de las primas del Grupo y engloba las actividades de Reaseguro, Global Risks y Asistencia de MAPFRE, alcanzó los 2.548,8 millones de euros en primas e ingresos operativos, un incremento del 14,3 por ciento.
- Las primas aceptadas de Reaseguro alcanzaron los 1.501,9 millones de euros, con incremento del 13 por ciento. La favorable evolución del negocio recoge crecimientos en todos los ramos, y en particular en el negocio de Vida.
- Las primas de Global Risks se incrementaron en un 14,4 por ciento, hasta los 611,7 millones de euros, con fuerte crecimiento en nuevos mercados internacionales. Destaca especialmente la evolución del ramo de Daños.
- Los ingresos del negocio de Asistencia (primas e ingresos por servicios) registraron un incremento del 19,1 por ciento, hasta alcanzar los 435,2 millones de euros. Destaca el crecimiento del Seguro de Asistencia en Viaje, especialmente en Reino Unido y Francia. 

## *AM BEST reconfirma el Rating “A (EXCELENTE)” de fortaleza financiera de MAPFRE RE*

*La reaseguradora fue sometida a un nuevo stress test, más exigente y con datos a mayo de 2012*



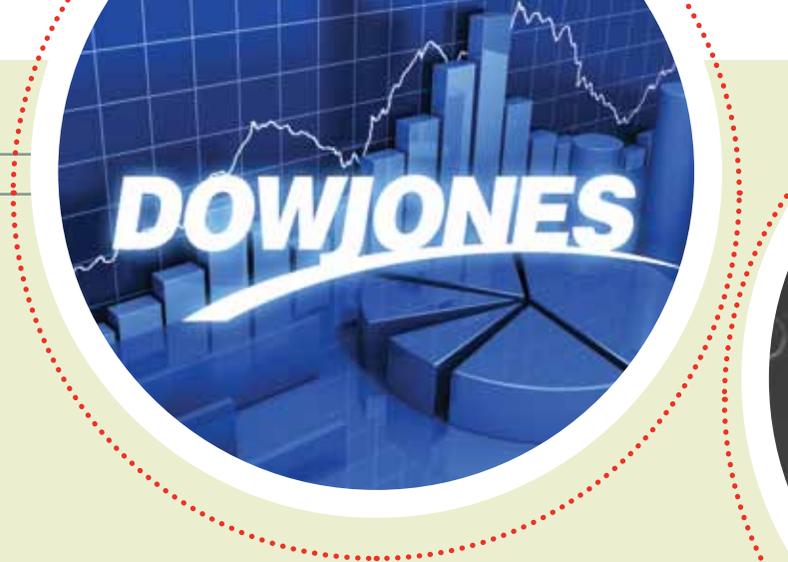
La agencia AM Best reconfirmó la calificación de fortaleza financiera de MAPFRE RE, “A (Excelente)”, tras realizar un stress test adicional y más exigente que el comunicado a principios de junio de 2012, que se realizó con datos a cierre de 2011 y primer trimestre de 2012.

La reconfirmación de la fortaleza financiera de MAPFRE RE refleja la solidez de las bases de capital y riesgo de la entidad y, según la agencia de calificación internacional, muestra que la reaseguradora no está “directa o inmediatamente afectada por la reducción percibida en la flexibilidad financiera de la deuda española”. La agencia internacional ha reafirmado asimismo el rating “A” como emisor de crédito de MAPFRE RE. 

## MAPFRE, en el índice DOW JONES de sostenibilidad por tercer año consecutivo

**M**APFRE afianza su presencia en el índice de Sostenibilidad Dow Jones World Index –y en el índice regional Dow Jones Sustainability Index Europe- al haber sido incluida, por tercer año consecutivo, en la selección de empresas que obtienen un reconocimiento por buenas prácticas en materia de Responsabilidad Social Corporativa.

En total, el listado está formado este año por 340 empresas de todo el mundo, correspondientes a 57 sectores de actividad, entre las que se encuentran 22 entidades aseguradoras. En esta revisión anual, MAPFRE, la única aseguradora española con presencia en estos índices, alcanzó calificaciones superiores a la media del sector en los aspectos de compromiso con los grupos de interés, política e información medioambiental, desarrollo del capital humano y buenas prácticas laborales.



El análisis realizado por Dow Jones Sustainability World Index, llevado a cabo mediante un riguroso proceso bajo la supervisión de una agencia externa e independiente, valora la calidad de la gestión de las compañías en aspectos como el gobierno corporativo, la gerencia de riesgos y marca, la atracción y retención de talento, las prácticas laborales y medioambientales.

Este índice de sostenibilidad, que revisa anualmente la gestión de más de 2.500 empresas, se ha convertido en una referencia a nivel internacional en esta materia. 🌐

## MAPFRE, mejor compañía aseguradora de América Latina por séptimo año consecutivo

**M**APFRE fue elegida la Mejor Compañía Aseguradora de América Latina por la revista Reactions, del grupo Euromoney, por séptimo año consecutivo. El premio se concedió a partir de una encuesta realizada entre los lectores de la revista y los profesionales del ámbito financiero, asegurador y jurídico.

“Ser elegida por séptimo año consecutivo como la Mejor Aseguradora de América Latina, supone una confirmación de nuestro modelo de negocio y un importante reconocimiento para los más de 11.500 empleados y los más de 37.600 colaboradores que trabajan en esta región”, señaló D. Rafael Casas, Presidente de MAPFRE AMÉRICA.

El Presidente de MAPFRE MÉXICO, D. José Ramón Tomás Forés, acompañado de otros ejecutivos del Grupo, recibió el galardón en nombre de MAPFRE en un acto celebrado en Nueva York. “Reconocimientos como



éste nos impulsan a seguir mejorando para proporcionar una atención diferencial a nuestros clientes e innovar de forma continua en productos y servicios”, indicó.

MAPFRE es la primera aseguradora No Vida de América Latina desde 2005 y se sitúa en el sexto puesto del ranking de Vida. En 2011, el Grupo obtuvo en estos países un volumen de primas de 6.874 millones de euros, con un crecimiento de más del 33 por ciento respecto al año anterior. MAPFRE cuenta con 2.000 oficinas en la región, una de las mayores redes de sucursales de una entidad financiera en la zona.

Reactions es una de las revistas líderes del sector asegurador y reasegurador a nivel mundial y en sus páginas especializadas publica frecuentemente rankings del sector, análisis detallados de las diferentes compañías, así como de la evolución bursátil de las entidades de seguros. 🌐



## MOODY'S otorga a MAPFRE GLOBAL RISKS y MAPFRE ASISTENCIA Ratings de fortaleza financiera superiores al de la deuda soberana de España

La agencia de calificación Moody's situó los ratings de fortaleza financiera de MAPFRE GLOBAL RISKS y de MAPFRE ASISTENCIA en Baa2, por encima de la calificación Baa3, asignada a mediados de junio a la deuda soberana de España. Esta medida ha estado motivada, según la agencia, por el debilitamiento en la solvencia del Gobierno de España y la exposición del Grupo MAPFRE a la deuda española. Hasta la fecha, los ratings de estas entidades se situaban en A2 y A3, respectivamente.

Además, Moody's destaca en su informe que la decisión de continuar situando las calificaciones de estas dos filiales del Grupo MAPFRE por encima del de la deuda española, refleja el importante crecimiento y la diversificación geográfica del Grupo, su robusta capitalización, sus sólidos antecedentes en rentabilidad y su muy bajo nivel de endeudamiento financiero. 📈

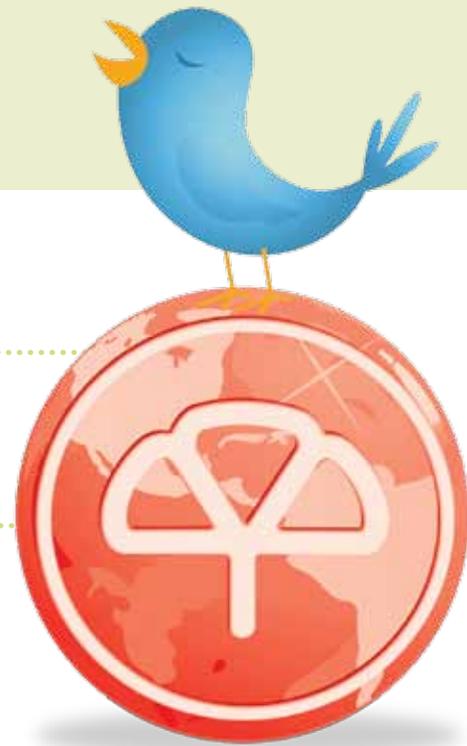
## La sala de prensa de MAPFRE, creciendo en TWITTER

*Según un estudio de la agencia de social media marketing "mktfan", somos la aseguradora española con la presencia más positiva en esta red social.*

MAPFRE es la aseguradora con mejor percepción por parte de los usuarios de la red social Twitter, ya que un 90 por ciento de los tweets en los que se cita a la Sala de Prensa son positivos. Esta es una de las principales conclusiones del informe "104 marcas españolas en Twitter, a examen", que analiza aspectos como el número de seguidores de la empresa -MAPFRE ocupa la primera posición- los tweets y retweets publicados y su evolución. Además, este estudio recoge el klout del perfil, es decir, la influencia que esa marca o empresa tiene entre la comunidad de la red social, esto es, la capacidad para amplificar y hacer llegar sus mensajes y contenidos.

MAPFRE es, por tanto, la aseguradora con la presencia más positiva de las cuatro analizadas -Línea Directa, Mutua Madrileña y VERTI Seguros-. Además, el perfil de la Sala de prensa en Twitter cuenta con una aceptación mayor que el de otras empresas del sector bancario, como, por ejemplo, Banco Santander o BBVA.

El estudio fue realizado por los alumnos del curso "Comunicación y Marketing 2.0", impartido en el centro Tadel Formació de Barcelona,



y ha contado con la asesoría técnica de la agencia de Social Media Marketing "MktFan". Para la muestra se analizaron 104 empresas del sector de la banca, seguros, medios de comunicación, moda, alimentación, telecomunicaciones, sector servicios y universidades.

La Sala de Prensa de MAPFRE cuenta con un perfil en la red social Twitter desde noviembre de 2011, y acumula ya cerca de 1.200 seguidores. (@PrensaMAPFRE)

Puedes leer el estudio entero aquí <http://www.slideshare.net/santiroch/100-cuentas-espaolas-de-twitter-a-examen>. 📈

## MAPFRE avanza 17 puestos en el Ranking FORTUNE de las 500 Mayores Empresas del Mundo. La Petrolera Holandesa Royal Dutch Shell encabeza el listado

**M**APFRE ha ganado 17 posiciones en el Ranking de las 500 mayores empresas del mundo, que publica cada año la revista estadounidense Fortune. Este ranking, elaborado en base a la cuantía de ingresos, sitúa a MAPFRE en el puesto 378, frente a la posición 395 que ocupaba en 2011.

El listado de la revista lo encabeza la petrolera holandesa Royal Dutch Shell, que obtuvo unos ingresos de 484.489 millones de dólares el pasado año y que desbancó del primer puesto a una de sus rivales en el sector energético, la estadounidense Exxon Mobil, que quedó en segundo lugar.



Otras empresas españolas incluidas en el ranking 2012 fueron Banco Santander (a la cabeza con el puesto 44), Telefónica (82), Repsol YPF (90), BBVA (186), Iberdrola (230), ACS (240) y Gas Natural Fenosa (376).

La mayoría de empresas que figuran en esta edición pertenecen a Estados Unidos (132 entidades). China y Japón, que se sitúan entre los 10 primeros puestos, también tienen una gran representación. 

## MAPFRE RE incrementa dos posiciones en el ranking mundial de reaseguro de AM Best y se sitúa en el décimo tercer puesto



**L**a agencia AM Best hizo público el Ranking Mundial 2012 de entidades reaseguradoras, que incluye a las 50 compañías que alcanzaron un mayor volumen de primas brutas en 2011. MAPFRE RE avanzó dos puestos respecto al informe publicado en la edición anterior y se situó en el puesto décimotercero de dicho Ranking.

En 2011, uno de los años más costosos por las catástrofes naturales y en un complejo contexto económico, la evolución del negocio de MAPFRE RE destacó por una política de suscripción profesional y estable que le permitió un crecimiento de primas de casi el 11 por ciento, un ratio combinado cercano al 100, unos fondos propios estables en el año y un ROE de casi el 10 por ciento. 



## *MAPFRE se adhiere a los principios para el Aseguramiento Sostenible promovidos por la ONU*

*30 multinacionales aseguradoras apoyaron la iniciativa hecha pública en la Cumbre Río+20*

**M**APFRE se adhirió a los Principios de Aseguramiento Sostenible promovidos por la Organización de Naciones Unidas (ONU) y hechos públicos en la cumbre sobre Desarrollo Sostenible Río +20. El Grupo MAPFRE es una de las 30 aseguradoras líderes del mundo que, junto a organismos aseguradores internacionales, formó parte de la iniciativa. Estas entidades alcanzan en conjunto un total de 5 billones de dólares en activos y representan el 10 por ciento del volumen de primas mundiales.

Los cuatro Principios para el Aseguramiento Sostenible suponen un hito en el compromiso de las aseguradoras con el medioambiente y con la adopción de herramientas aseguradoras de gestión del riesgo que ayuden a alcanzar una mayor sostenibilidad global medioambiental, social y económica. Para la industria aseguradora representan el primer marco global que tiene en cuenta el impacto económico de dichos aspectos. Los Principios acordados e impulsados en el seminario UNEP FI (United Nations Environment Programme's Financial Initiative) son:

- Incorporar en los procesos de decisión aspectos medioambientales, sociales y de buen gobierno relevantes para el negocio asegurador.
- Trabajar con clientes y socios para concienciarlos sobre los aspectos medioambientales, sociales y de buen gobierno, con el fin de gestionar el riesgo y desarrollar soluciones adecuadas.
- Trabajar con gobiernos, reguladores y otros stakeholders claves en la difusión de los temas mencionados en la sociedad.
- Responder públicamente y con transparencia de los avances en la implantación de Principios.

Cada uno de estos Principios incluye acciones concretas para mejorar la gestión de riesgos en las compañías, promocionar las mejores prácticas e impulsar soluciones aseguradoras innovadoras. Además, se abordan aspectos específicos como las catástrofes naturales, el cambio climático, la degradación de los ecosistemas, el envejecimiento de la población y otros nuevos riesgos para la salud.

D. Antonio Huertas, Presidente de MAPFRE señaló que “los Principios para el Aseguramiento Sostenible son la expresión de las principales cualidades de las compañías que se mantienen en el tiempo, junto a las virtudes características de la industria aseguradora”, y añadió que “implican una colaboración estable y equitativa de las aseguradoras con todos sus stakeholders”. 



## MAPFRE distribuirá en América Latina seguros de protección del estilo de vida de la aseguradora Genworth

*Esta nueva gama de productos se comercializará de forma exclusiva en los 18 países en los que el Grupo mantiene operaciones de seguro*

D. Antonio Huertas, Presidente de MAPFRE, y D. Peter Barrett, Global Managing Director de la División Lifestyle Protection de Genworth, firmaron un acuerdo exclusivo por el que la entidad aseguradora, segunda operadora global en esta región, distribuirá productos de protección del estilo de vida –Lifestyle Protection- en los 18 países de América Latina en los que opera en seguro en la actualidad.

Con esta nueva gama de productos, que complementa la oferta aseguradora de MAPFRE en estos países, ambas compañías impulsarán su negocio en la región. Entre otros aspectos, ofrecerán a sus clientes coberturas que facilitan el mantenimiento de las obligaciones crediticias ante accidentes, enfermedades, desempleo o fallecimiento. Además, la amplia gama de productos de Genworth ofrece también protecciones para los activos patrimoniales, lo que permite a los asegurados continuar con su nivel de vida ante estos eventos.

“La amplia red de distribución de MAPFRE como aseguradora líder en América Latina y la experiencia de Genworth en la suscripción de este tipo de riesgos es una combinación claramente ganadora”, señaló D. Peter Barrett. “Estamos encantados de construir nuestra oferta aseguradora en América Latina con un socio de referencia”. D. Antonio Huertas, por su parte, indicó que “estamos muy satisfechos



del acuerdo alcanzado. La experiencia global de Genworth y su destacada capacidad para el diseño de este tipo de productos innovadores y altamente competitivos nos permite ampliar nuestra importante oferta aseguradora en la región”.

La División de Lifestyle Protection de Genworth opera a través de más de 250 acuerdos con socios globales en 20 países europeos, con una presencia creciente en América Latina y Asia. Esta división forma parte de Genworth Financial, Inc. (NYSE: GNW), una gran compañía aseguradora global incluida en la lista Fortune 500, dedicada a la protección de las personas, sus familias, sus obligaciones financieras y su futuro. 



## *D. Antonio Huertas destaca la internacionalización e innovación como pilares del éxito de MAPFRE*

innovación es un proceso destinado a marcar el futuro del Grupo, ya que es la clave del éxito empresarial en el nuevo entorno creado tras la crisis financiera.

D. Antonio Huertas recordó que MAPFRE es una compañía ambiciosa, que tiene que seguir creciendo. “Aspiramos a ser líderes en todos los mercados en los que estamos presentes”, señaló.

Este liderazgo que MAPFRE ya tiene en varios países se debe no sólo a la diversificación geográfica y a su apuesta por la innovación, sino también a la sólida cultura corporativa del Grupo.

En este sentido, subrayó que la organización es el motor que ha permitido a MAPFRE convertirse en una empresa cuyos valores de cara al cliente son la responsabilidad, proximidad, servicio, talento, actitud y compromiso. En palabras del propio Presidente, la confianza que depositan los más de 23 millones de clientes en el Grupo es la clave del éxito y nos ha permitido “convertirnos en una empresa más humana, más diversa y más responsable”. En definitiva, esta cultura hace realidad nuestro lema: personas que cuidan de personas.

D. Antonio Huertas se mostró asimismo partidario de prohibir las posiciones cortas en Bolsa o de que se creen mecanismos muy claros y transparentes que permitan saber quién presta y quién recibe las acciones prestadas para proteger a los inversores, sobre todo a los más pequeños. “Las posiciones cortas son maniobras especulativas que tienden a destruir el valor de las compañías y son claramente reprobables”, subrayó.

Estas Jornadas, que se celebraron en el marco de los Cursos de Verano que organiza la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, se han convertido en una cita clásica para el sector empresarial y financiero español. 

**D.** Antonio Huertas participó por segundo año consecutivo, y por primera vez como Presidente de MAPFRE, en las Jornadas organizadas por la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE) en Santander. En su intervención abordó la incidencia de la crisis en el sector seguros y destacó los pilares que han permitido a MAPFRE consolidarse como un modelo de éxito: la internacionalización, la innovación y una cultura corporativa propia.

El Presidente de MAPFRE destacó la expansión internacional iniciada hace más de treinta años, que ha permitido a la compañía consolidarse como el primer grupo de No Vida en Latinoamérica y el segundo asegurador global en la región. Otros de los puntos destacados por D. Antonio Huertas fueron las apuestas en Estados Unidos, a través de COMMERCE, y en Brasil, con la alianza firmada con Banco do Brasil. “Este proceso irá a más en aquellos mercados que se conviertan en estratégicos para MAPFRE y presenten un claro potencial de crecimiento”, afirmó.

En su intervención, subrayó además, que el tiempo ha demostrado que las inversiones de MAPFRE en los mercados exteriores han sido un éxito y destacó que pronto la mitad del beneficio vendrá de fuera de España. En la actualidad, España aporta al Grupo el 55 por ciento del beneficio total y el resto proviene de los negocios del exterior.

Respecto a la innovación como motor de crecimiento de la compañía, D. Antonio Huertas apuntó que en MAPFRE la

## El Grupo de responsables de Formación y Desarrollo de Entidades Financieras y Aseguradoras (GREF) entregó su máximo galardón a MAPFRE por sus méritos en materia de formación

El pasado mes de junio la Dirección General Adjunta de Recursos Humanos de MAPFRE acogió, con carácter institucional, las XVIII Jornadas de Estudio del Grupo de Responsables de Formación y Desarrollo de Entidades Financieras y Aseguradoras (GREF), en el Centro de Formación MAPFRE, Campus Monte del Pilar.

En el marco de este encuentro, el Presidente del GREF, D. Francisco Segrelles, concedió a MAPFRE el máximo galardón de la Asociación, la "F de Oro", por sus méritos en materia de formación. El Grupo recibió este galardón por el papel estratégico que juegan la preparación y el desarrollo de sus empleados y colaboradores en la empresa; la gran implicación de la organización en la formación comercial y técnica; la participación activa de la Dirección de MAPFRE; los programas de desarrollo corporativos y el Proyecto Actitud.

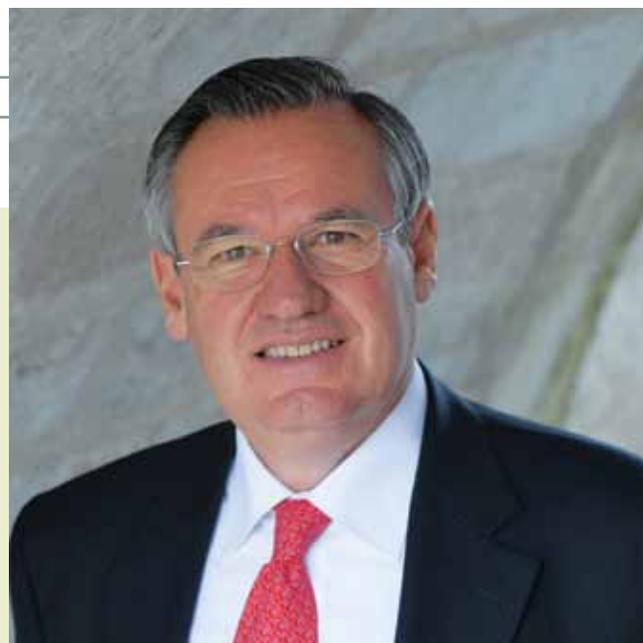
Las Jornadas, de carácter trimestral, se desarrollaron bajo el título "Recuperemos la confianza del Cliente". Estos encuentros se celebran en las sedes de las distintas compañías financieras y aseguradoras que pertenecen a dicha Asociación, entre las que se encuentran AXA, BANESTO, BANKIA, BANKINTER, BBVA, BNP PARIBAS, CREDIT SUISSE, GENERALI, ING DIRECT y CAIXABANK.



MAPFRE, además de ser la institución organizadora en esta ocasión, ha tenido una presencia destacada en el programa, participando activamente en las Jornadas a través de varias ponencias e intervenciones.

D. Alberto Manzano Martos, Presidente de FUNDACIÓN MAPFRE, desarrolló la Conferencia Institucional de Apertura sobre "Ética Empresarial y la Ética en MAPFRE", en la que destacó la importancia de la Ética como principio institucional de MAPFRE.

D<sup>a</sup> Elvira Arango Luque, Subdirectora General Adjunta de Formación y Desarrollo, destacó en el discurso de apertura el relevante papel de la formación y el desarrollo de los empleados en MAPFRE, así como las líneas generales de actuación en este campo.



## *D. José Manuel Martínez, distinguido con la medalla de la Universidad Pontificia de Salamanca*

**E**l Presidente de Honor de MAPFRE, D. José Manuel Martínez, fue distinguido con la Medalla de la Universidad Pontificia de Salamanca por su estrecha vinculación con esta Universidad.

La Junta de Gobierno de esta Universidad destacó la “estrecha colaboración”, a través de FUNDACIÓN MAPFRE, de D. José Manuel Martínez durante décadas con esta Universidad. Además, el Rector, Angel Galindo, subrayó que D. José Manuel Martínez ha demostrado “su compromiso con el enfoque humanista de la gestión”.

D. José Manuel Martínez, que desarrolló toda su trayectoria profesional en MAPFRE, fue el Presidente del Grupo desde el año 2001 hasta marzo de 2012 y en la actualidad, además de Presidente de Honor de MAPFRE, es Presidente del Instituto de Acción Social de FUNDACIÓN MAPFRE. 

Por su parte, D. José Luis Sánchez Báscones, Director del Canal Banca Seguros, compartió con los asistentes la experiencia de MAPFRE en la Fidelización de Clientes y subrayó la importancia de la Ética en la relación con el cliente.

Por último, D<sup>a</sup> Elena Sanz Isla, Directora General Adjunta de Recursos Humanos, cerró las Jornadas y destacó los proyectos más importantes que se están llevando a cabo por parte de Recursos Humanos.

Desde la Dirección General Adjunta de Recursos Humanos agradecemos la concesión de este premio, fruto del trabajo conjunto de todos los empleados y directivos que confían en la Formación como elemento clave del éxito empresarial de MAPFRE. 



## *D. Antonio Huertas, Presidente de MAPFRE, reafirma en Panamá la apuesta del Grupo por América Central*

El pasado julio, el Presidente de MAPFRE, D. Antonio Huertas, destacó en Panamá, el excelente momento que atraviesa la economía de este país y el importante potencial de crecimiento del sector asegurador en América Central, donde el Grupo es líder y la única aseguradora presente en los seis países de la región. “Tenemos una sólida presencia en todos estos mercados y confiamos plenamente en su desarrollo durante los próximos años”, ha señalado en su primer viaje al país como máximo ejecutivo de MAPFRE.

*MAPFRE, líder en la zona, es el único grupo asegurador presente en los seis países de la región*

D. Antonio Huertas visitó la sede de las operaciones del Grupo en la zona tras el anuncio realizado en julio por el que MAPFRE pasó a controlar el 100 por cien de su holding regional, que mantiene operaciones en Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, además de Panamá. El Presidente

de MAPFRE destacó que el Grupo se encuentra en una excelente posición para acompañar el desarrollo de Panamá y América Central en los próximos años, países en los que MAPFRE ya cubre más de 1,5 millones de riesgos y mantiene una cuota de mercado global del 10,6 por ciento.

Asimismo, el Presidente del Grupo recordó en su encuentro con los medios locales que MAPFRE opera en esta zona desde 1997. En la actualidad, Panamá aporta el 42,8 por ciento del

negocio de la región, seguido de Honduras (16,2 por ciento) y El Salvador (15,8 por ciento). “Estamos muy satisfechos con los resultados alcanzados en la zona. Asumir el control de la totalidad de nuestro holding regional supone reafirmar nuestro compromiso y dar un paso adelante en la consolidación de MAPFRE como líder del sector asegurador”, señaló.

Durante el encuentro con los medios de comunicación panameños, D. Antonio Huertas estuvo acompañado por D. José Antonio Arias, máximo dirigente del Grupo en la zona, y D. Dino Mon, Vicepresidente Ejecutivo de MAPFRE PANAMÁ. D. José Antonio Arias destacó que “sólo en Panamá, estamos asegurando más de 62.000 vehículos y más de 300.000 riesgos personales. Somos la compañía de referencia del sector y mantenemos una cuota de mercado del 12,7 por ciento en este país”. Además, el máximo ejecutivo del Grupo en la región, adelantó que las buenas perspectivas en estos países se confirman al cierre del primer semestre de 2012, periodo en el que el Grupo ha obtenido 130 millones de euros (169 millones de dólares) en primas, lo que representa un 22 por ciento más que en el mismo periodo del año anterior.

MAPFRE inició sus operaciones en América Central mediante la apertura de filiales de asistencia en varios países. En 1999 comenzó su actividad en seguro en El Salvador y desde entonces ha ido ampliando su presencia en la región. En 2009 adquirió una participación mayoritaria en Aseguradora Mundial y creó el primer holding regional asegurador de América Central, que controla en su totalidad desde julio de 2012. En 2011, MAPFRE alcanzó un volumen de primas de 203,6 millones de euros (284 millones de dólares) en la región. Con más de 800 empleados, MAPFRE es uno de los referentes en el sector asegurador de América Central. 

## MAPFRE ASSISTANCE recibe en Estados Unidos el segundo premio en los "Call Center Excellence Awards 2012"

*El Grupo se sitúa en el puesto número 6 en el ranking que elabora cada año la revista Actualidad Económica*



**R**OAD AMERICA, filial de MAPFRE ASSISTANCE en Estados Unidos, fue galardonada con el segundo puesto en la categoría de Mejor Centro de Atención Telefónica de grandes empresas en los premios 'Call Center Excellence Awards 2012'. De las 40 compañías del país que participaron en la categoría, los jueces del concurso destacaron, entre otros factores, la mejora en la productividad y el grado de satisfacción de los clientes de ROAD AMERICA.

El jurado del certamen, formado por consultores y ejecutivos con amplia experiencia en los servicios de Asistencia, tuvo como objetivo detectar y promover las mejores soluciones empresariales, y galardonar a los centros de atención telefónica más destacados del país. ROAD AMERICA logró durante el pasado año reducir el tiempo promedio de gestión de las llamadas en casi 30 segundos, mientras el índice de quejas se mantuvo por debajo del uno por ciento y más del 90 por ciento de los clientes declaró estar satisfecho.

D. Claudio Caggiano, Director de Operaciones de ROAD AMERICA, agradeció el galardón y destacó el empeño de la filial de MAPFRE ASSISTANCE en "funcionar de manera colectiva para proporcionar al cliente un servicio de calidad comparable a las mejores experiencias en atención al cliente del mundo". Además, añadió que "para ello celebramos los logros individuales y corporativos, cultivamos el talento y las habilidades, y retenemos a los buenos empleados, ofreciéndoles oportunidades para desarrollarse en ROAD AMERICA."

El certamen Call Center Excellence Awards 2012 se celebró en el marco de la 13th Annual Call Center Week, un encuentro anual de profesionales y expertos del sector de la atención telefónica de Estados Unidos organizado por el prestigioso International Quality & Productivity Center (IQPC). Además de la categoría de Mejor Centro de Atención Telefónica de grandes empresas (aquellas con más de 200 empleados), en esta edición se concedieron galardones en otras ocho categorías: Mejor Estrategia Móvil para Clientes, Mejor Proveedor Externalizado o Mejor Proveedor de Soluciones Tecnológicas, entre otros.

ROAD AMERICA, la filial de MAPFRE ASSISTANCE en Estados Unidos, opera en el país desde hace más de 30 años y está integrada dentro del grupo MAPFRE desde 2003. En la actualidad, cuenta con dos grandes centros de atención telefónica en Georgia y Miami, y ofrece una amplia variedad de servicios de asistencia que incluyen, entre otros, coberturas de Asistencia en carretera y viaje a más de 21 millones de clientes en el país a través de sus 15.000 proveedores.

MAPFRE ASSISTANCE es la marca comercial de MAPFRE ASISTENCIA, líder en el mercado de programas de Asistencia y en el mercado de seguro de viaje. Ofrece soluciones integrales a sus clientes en cuatro sectores principales: seguros, automoción, finanzas y viajes y turismo. Con presencia directa en 44 países, con más de 1.550 clientes corporativos y operando en todo el mundo, MAPFRE ASISTENCIA cuenta con más de 195 millones de beneficiarios. 

Ya estamos entre las

# 10 mejores empresas para trabajar

*El Grupo se sitúa en el puesto número 6 en el ranking que elabora cada año la revista Actualidad Económica*

**M**APFRE es una de las “revelaciones” en el ranking de las mejores empresas para trabajar, al haberse colocado en el puesto número seis de la clasificación que elabora cada año la revista Actualidad Económica. El Grupo, con un total de 835 puntos, se sitúa por delante de empresas tan importantes en España como BBVA, Inditex o Repsol.

Además, MAPFRE ocupa el primer puesto del sector asegurador y entre los grandes avances que señala la revista, destaca la importante inversión que el Grupo destina a formación y los esfuerzos por mejorar la gestión del talento. Asimismo, hace una referencia especial al proyecto Actitud MAPFRE, una iniciativa que pretende transmitir la esencia del Grupo: su cultura y su forma de tratar a las personas.

La publicación también destaca que MAPFRE es una de las empresas que ha puesto en marcha este año programas de innovación en los que participan sus empleados.

El ranking de las mejores Empresas para trabajar está basado en un exhaustivo cuestionario, con un centenar de preguntas, que es valorado por prestigiosos expertos. Entre los aspectos que se tienen en cuenta figuran la gestión del talento, la retribución, el ambiente de trabajo, la Responsabilidad Social Corporativa o la formación. Además, se valora la opinión que diferentes empleados tienen sobre la política laboral de la empresa.

### *¿Qué nos diferencia del resto?*

Apoyo al empleo estable y de calidad: La política de empleo de MAPFRE fomenta la contratación fija y prueba de ello es que al cierre de ejercicio 2011 más del 98 por ciento de los empleos

del Grupo eran de este tipo. Además, en momentos como los actuales, en los que la destrucción de empleo es uno de los principales problemas de la economía española, MAPFRE ha seguido creando puestos de trabajo. En 2011 incrementó el número de contratados en todo el mundo en 3.470, un 11,2 por ciento más.

El Grupo fomenta también medidas que facilitan la conciliación de la vida familiar y laboral, como la flexibilidad en el horario de entrada y salida, el trabajo a tiempo parcial o la reducción de jornada por motivos de salud o para cuidar de hijos y familiares.

Beneficios sociales para todos: Descuentos en los seguros contratados con el Grupo, plan de pensiones, ayuda escolar para los hijos o anticipos; son algunos de los beneficios sociales que MAPFRE pone a disposición de todos los empleados, independientemente de que su contrato sea fijo o temporal. En 2011, el Grupo destinó a beneficios sociales casi 125 millones de euros.

Apuesta por la formación: MAPFRE otorga una importancia estratégica a la formación de todos sus empleados, un aspecto prioritario para el Grupo y una de sus señas de identidad. Sólo en 2011, MAPFRE destinó más de un millón de horas a formación e invirtió más de 10 millones de euros.

Un Grupo solvente y con beneficios: MAPFRE sigue explorando nuevos mercados. El Grupo ya está presente en los cinco continentes, y esto se ha conseguido manteniendo una



situación financiera saneada y solvente e incrementado sus beneficios todos los años. Desde 2007, MAPFRE ha incrementado sus ingresos en un 58 por ciento y su beneficio neto en casi un 32 por ciento.

Cuidado de los empleados: Conseguir entornos de trabajo seguros y saludables es primordial para incrementar el rendimiento y la

satisfacción de los empleados. Por ello, MAPFRE cuenta con un Servicio de Prevención Mancomunado, cuyas Unidades Básicas de Salud son muy valoradas.

Además, a través del área de Asistencia y Promoción de la Salud se desarrollan campañas para sensibilizar y asesorar a los empleados sobre diferentes materias, como el cáncer de piel, las adicciones o la alimentación saludable, etc.

Por otra parte, la política de prevención de riesgos laborales permite evaluar los centros de trabajo y los diferentes puestos y tomar las medidas necesarias para evitar cualquier lesión. 

## *D. José Manuel Martínez, nuevo miembro del Consejo Social de la Universidad de Murcia*

*El Presidente de Honor de MAPFRE será el responsable de representar los intereses económicos de la región en la Universidad*

El Presidente de Honor de MAPFRE, D. José Manuel Martínez, fue designado nuevo miembro del Consejo Social de la Universidad de Murcia, según acordó el Gobierno Autonómico el pasado 13 de julio.

Este Consejo es el órgano que garantiza la participación de la sociedad en la gestión y supervisión de la Universidad de Murcia y en el mismo, D. José Manuel Martínez es el responsable de representar los intereses económicos de esta región.



D. José Manuel Martínez, que fue Presidente de MAPFRE durante los últimos 11 años, nació en Murcia en 1947. Durante su trayectoria profesional ha sido distinguido con numerosos galardones como la Medalla de Honor de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio o su inclusión en el Insurance Hall of Fame, institución que reúne a personalidades mundiales que han contribuido al avance de la industria del seguro.

En la actualidad, además de Presidente de Honor de MAPFRE, es Presidente del Instituto de Acción Social de FUNDACIÓN MAPFRE. 



## FUNDACIÓN MAPFRE

a través de MAPFRE | LA CENTRO AMERICANA impulsa campaña vial

Con el propósito de concientizar y promover los buenos hábitos al conducir entre los salvadoreños, el Instituto de Seguridad Vial de Fundación MAPFRE, a través de MAPFRE I LA CENTRO AMERICANA, realizó por dos meses consecutivos, el seguimiento de su campaña de prevención de accidentes “Tú decides”.

El mismo adoptó un formato innovador por su interacción con el público objetivo, realizándose en conjunto con una de las radios de mayor rating en el país, radio 102 .9, la cual se dirige a un público adulto joven.

Dicha emisora transmitió de lunes a jueves, durante el turno de los conocidos presentadores Ivonne Veciana y Tony Cabezas, distintos consejos de seguridad vial tomando como texto de referencia el Reglamento General de Tránsito. Ambos locutores interactuaron con el público motivándoles a poner

atención a los consejos proporcionados durante la semana, ya que los días viernes regalaban premios a quienes llamaran a cabina y les mencionaran cuáles habían sido los cuatro consejos dados por ellos durante esa semana.

La dinámica se realizó durante ocho viernes consecutivos y cada viernes se regalaron dos vales de combustible de \$30.00 cada uno, a igual número de conductores cada vez.

Y como parte del mismo esfuerzo en materia de prevención vial, adicional a esta dinámica se transmitió a lo largo de toda la programación, cuñas radiales rotativas en las cuales se hacía hincapié a esta temática.

Con esta campaña FUNDACIÓN MAPFRE, a través de MAPFRE I La Centro Americana, reafirma su compromiso con El Salvador mediante el apoyo de actividades que promuevan una cultura de educación vial entre la población. 🚗

### Campaña “Descongestionemos San Salvador”

MAPFRE I La Centro Americana y la radioemisora 102.9, líder en el formato adulto contemporáneo, trabajan conjuntamente en el mantenimiento de la campaña “Descongestionemos San Salvador”, la cual se lleva a cabo de lunes a viernes, y tiene como finalidad auxiliar a todos sus radioescuchas que en algún momento tengan algún problema con su vehículo y se hayan quedado detenidos en algún lugar de nuestra ciudad capital.

Dicha campaña consiste en brindar servicio de grúa gratuito, para lo cual, el radioescucha interesado, deberá comunicarse a la radioemisora y solicitar le brinden este beneficio. Este servicio también es válido los días sábados, para los oyentes del programa “Fiebre del Sábado por la mañana” de dicha emisora.

Con esta iniciativa, se han beneficiado a la fecha más de 120 conductores, auxiliándolos con la grúa en el lugar en donde se quedaron detenidos con su automóvil y se trasladaron al taller o lugar que indicaron.

### Capacitaciones

Como parte del plan de acercamiento que MAPFRE I La Centro Americana mantiene para con las diferentes corredurías y agentes independientes, se inició el ciclo de capacitaciones en el ramo de Incendio, con muy buena acogida por parte de los asistentes.

Estas capacitaciones se realizan con grupos reducidos de representantes de las diferentes corredurías y de agentes independientes, para el logro de un mejor aprovechamiento de los diferentes aspectos abordados, al tratar los temas de manera personalizada. En dichas capacitaciones se les retroalimenta acerca de los múltiples beneficios de los productos del ramo, además de reforzar sus conocimientos técnicos-comerciales sobre los mismos. El alcance de estas capacitaciones llega hasta abordar también nuestros renovados productos de Pymes. 🚒

Entrevista con

*Sra. Yesenia Grimaldi*

Delegada de Usulután

***¿Cómo te iniciaste en la Comercialización de Seguros?***

Mi experiencia había sido durante 9 años y medio en la comercialización de productos del sistema bancario. Me encontraba desempleada desde hacía nueve meses en ese entonces, cuando recibí la llamada del Lic. Evelio Hércules y me preguntó si me gustaría trabajar en un proyecto de crecimiento y desarrollo en el campo de los seguros. Fue así que posteriormente nos reunimos en la oficina de la delegación, en donde me manifestó las condiciones de contratación, que no se cuenta con salario base, pero si con la oportunidad de crecer y desarrollarse, que de mí dependería si deseaba obtener buenos ingresos. Eso llamó mucho mi atención y acepté el reto de estar a cargo de la Delegación de MAPFRE La Centro Americana en Usulután.

***¿Qué puedes comentar acerca de tus logros o satisfacciones al frente del mismo?***

Llevo 3 años y medio al frente de la Delegación, y me siento satisfecha profesionalmente porque estoy obteniendo un crecimiento y desarrollo profesional permanente. Me hubiese gustado conocer de esta carrera de seguros mucho antes. Mi mayor satisfacción es que gracias primeramente a Dios, y después a mi esfuerzo y empeño diarios, puedo proveer de lo necesario a mis dos hijos y cubrir mis demás necesidades. Además, estoy aprendiendo cada día sobre nuevos productos y estrategias de ventas, gracias a las capacitaciones que recibimos constantemente.

***¿Alguna anécdota o experiencia particular a lo largo de la gestión comercial que puedas compartírnos?***

Al principio cuando comencé a trabajar desconocía de todas las ventajas de los seguros y aun así coloqué en mi primer



mes ocho seguros. Sin embargo, en mi primera experiencia en reclamos, cuando un vehículo asegurado fue robado, para su propietario fue algo muy difícil y al final él pudo obtener tranquilidad cuando su compañía de seguros le respondió de acuerdo a lo establecido en su póliza de seguros. Esta experiencia me marcó, pues pude ver de cerca los beneficios de contar con un contrato de seguros. Además, ver que los productos que ofrecía son productos de calidad, que brindan total seguridad y tranquilidad a nuestros asegurados, hizo que con mayor convencimiento los ofreciese a la población usuluteca.

***¿Cuáles son los proyectos futuros?***

Llevar nuestros productos a los 23 municipios de Usulután, continuar avanzando con profesionalismo, lograr la fidelidad de mis clientes a través del buen servicio y atención. Porque creo que un cliente satisfecho me recomendará a muchos otros más, lo cual me ayudará a incrementar mi cartera.

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de ser parte de esta gran Empresa. También agradezco a mis padres y a mi hermana Yaneth Grimaldi por su apoyo, a mis compañeros delegados y a todo el personal de la compañía por su ayuda diaria que facilita mi labor. ☺



# Agencia Comercial Occidente

Por Sra. Beatriz Gómez,  
Asistente Administrativo de la Agencia



La Agencia Comercial Santa Ana, nace como una necesidad de servicio para toda la zona occidental del país. Año con año se han venido ampliando/renovando los servicios que prestamos en dicha Oficina y desde luego sus instalaciones, las que en la actualidad ofrecen a nuestros clientes y asegurados, modernas, espaciaosas y confortables oficinas para que puedan realizar dentro de un ambiente agradable sus trámites de seguros.

La comercialización de seguros se realiza a través de dos grupos de ventas asignados a la Agencia: el Grupo Tecana y el Grupo Lamatepec, ambos conformados por asesores de seguros altamente capacitados en nuestro diverso portafolio de productos, para brindar una eficiente asesoría y atención personalizada a nuestros asegurados y a todo aquel interesado en nuestros productos y servicios.

En la Agencia se desarrollan casi todas las actividades que se realizan en la Oficina Central, como son: recepción de pagos, visitas a clientes por medio de nuestros cobradores, préstamos sobre pólizas a nuestros asegurados, como también, la recepción de documentos para la realización de

reclamos o trámites específicos. En el ramo de automotores se realizan inspecciones para facilitar el trámite de adquisición de los seguros de Automóviles, fortaleciendo así la gestión de ventas.

Nos apoyamos en los diferentes departamentos de la Oficina Central para la oportuna obtención de resultados a los trámites que se reciben en la Agencia, sean éstos de reclamos de Vida, Accidentes Personales, Médicos Hospitalarios, Automotores, Daños, etc.; o la elaboración de pólizas de Daños y de Fianzas.

Además se realiza la recepción de solicitudes a los agentes que pertenecen a los Grupos de Venta asignados a la Agencia, para su correspondiente análisis y posterior suscripción del ramo a que corresponda, con el fin de agilizar los mismos y brindar una pronta cobertura al interesado.

Y al igual que en las diferentes oficinas, delegaciones y áreas operativas de la Empresa, nuestro objetivo primordial es trabajar día a día por lograr la plena satisfacción del cliente, tanto externo e interno, brindando un servicio de calidad y la completa satisfacción a sus necesidades y demandas. ☺



# ISO 17799

(Estándares internacionales)

La seguridad informática no es un producto sino un proceso

Por Ing. Eric Quintanilla,  
Interlocutor de Seguridad de la Información

Como todos sabemos, es una “misión imposible” conseguir el 100% de seguridad informática en cualquier aspecto de la vida. Por lo tanto, el objetivo de la seguridad en los datos es para asegurar la continuidad de las operaciones de las organizaciones, reduciendo al mínimo posible los daños causados por eventualidades o emergencias (eventos tipo “cisne negro”), así como optimizar la inversión en procesos de tecnologías, procesos de negocio, operativos, administrativos, patrimoniales y financieros que nos brindará el prevenir en el tiempo de respuesta, las emergencias no esperadas como pueden ser: terremotos, tsunamis, incendios, inundaciones, etc. (eventos “cisne negro”).

Como todo buen estándar, el ISO 17799 da la pauta en la definición sobre cuáles metodologías, políticas, normas y/o procedimientos establecidos se deben seguir ofreciendo a las personas que integran las organizaciones, para seguir procedimientos detallados y manejar la seguridad operativa de la información en su conjunto (tecnología, administrativa, operativa, patrimonial y financiera).

La toma de decisiones sobre un marco de referencia de seguridad basado en ella, proporciona beneficios a toda organización que lo implemente, ya sea en su totalidad o parcialmente, minimizando el grado de amenazas presentadas por estas situaciones.

Su elaboración y práctica integra mecanismos de controles necesarios que permiten a las organizaciones demostrar que cuentan con estados de seguridad de la información aceptables; situación que resulta muy importante en aquellos convenios o

contratos (SLA's) con terceros que establecen como requisito contractual la Declaración BS7799 u otras disposiciones de perfil similar que se acentúan mucho en “los tiempos de respuesta de servicios”.

## *Una de las buenas prácticas son los Respaldos de Datos (Backups)*

¿Podré seguir trabajando si se produce un siniestro en la empresa en la cual trabajo (sin poseer respaldo de la información que manejo)? ¿Qué ocurriría si la competencia cuenta con el acceso a mis balances? ¿Cómo sé si habrá algún tercero externo interceptando el flujo de datos en mi red corporativa? ¿Podrán robar el código fuente, las agendas, las claves o nuestros futuros proyectos programados? ¿Alguien podrá entrar al centro de cómputos sin restricciones o control, copiar información o agregar un usuario de altos privilegios? ¿Y si cambian las reglas en el software de manejo cotidiano sin previo aviso? ¿Podremos seguir trabajando si se origina alguna catástrofe natural (de magnitudes típicas)?

Este tipo de cuestionamientos es común cuando las empresas detectan que sus sistemas de información son vulnerables ante este tipo de amenazas, accidentes y muchos otros puntos que podrían ser prevenidos si se anticipasen a estos cuestionamientos con medidas de prevención convenidas o previamente pactadas.

Una normalización de modelos a seguir son los siguientes: PCI (plan de contingencia informática), DRP (plan de recuperación ante desastres), BCP (plan de continuidad de negocio), los cuales ya hemos publicado en ediciones anteriores. 📄

# La agresividad de cerca

Tomado de [www.vidaysalud.com](http://www.vidaysalud.com)



¿De dónde nace la agresividad? Algunos pensarían que de las circunstancias a las que se enfrenta una persona y cómo esa persona las percibe. Si bien esto es cierto, unos científicos encontraron que la agresividad, la competitividad y la ira también tienen que ver con el hecho de que los niveles de un compuesto químico del cerebro estén bajos.

A todos nos ha tocado encontrarnos en la vida con personas que siempre están a la defensiva o que siempre quieren ganar en todo. También hemos visto que mucha gente reacciona ante las situaciones con enojo, rabia e insultos hacia los demás. O tal vez nosotros mismos hemos sido víctimas de dichas reacciones. Incluso, cuando conducimos por la ciudad nos encontramos con conductores que hacen lo que quieren y nos preguntamos de dónde viene tanta agresividad.

La verdad es que más allá de la personalidad y los valores con los que hayamos sido educados, la agresividad tiene un componente químico. Unos científicos alemanes descubrieron que quienes tienen los niveles de dopamina bajos, un componente que se encuentra en el cerebro que se relaciona con el placer y la recompensa, son más propensos a ser agresivos en situaciones competitivas.

Para llegar a esta conclusión, unos psiquiatras de la Universidad RWTH Aachen, en Alemania, estudiaron a 18 participantes sanos que tenían entre 21 y 29 años, y les dieron un juego de computadora en el cual supuestamente podían ganar dinero. Además, se les dijo que un contrincante ubicado en otra habitación estaba haciendo trampa para robar algunas de sus ganancias.

Durante el juego, los jóvenes con niveles más bajos de dopamina estuvieron más distraídos y más agresivos. Estos resultados sorprendieron a los investigadores, pues ellos

pensaban que serían los que tenían los niveles más altos de dopamina los que se comportarían de manera más agresiva.

Aunque tú no sepas si tus niveles de dopamina son altos o bajos, la realidad es que a todos nos sucede que podemos enojarnos. La clave es saber qué hacer para controlar la ira y no que la ira nos controle a nosotros, pues además de dañar las relaciones con los demás, la rabia y la agresividad también atentan contra tu salud. Por eso, ¿qué te parece si tomas nota de estas recomendaciones para manejar el enojo?

- Respira profundamente, pero desde el diafragma. La respiración desde el pecho no es relajante y al contrario, es sinónimo de tensión. Visualiza que el aire entra a tu barriga y haz todo para respirar desde allí.
- Repite una palabra o alguna frase tranquilizadora mientras respiras de manera profunda. Puedes decir, "todo está bien", "relájate", "tómalo con calma" o inventa tu propia mantra (una palabra para enfocar tu mente).
- Visualiza alguna situación o experiencia relajante.
- Para que la tranquilidad se vuelva un hábito, puedes practicar yoga o meditación de manera regular.
- Cada vez que te encuentres en una situación de tensión, detente a observarla antes de reaccionar. Respira y verás cómo a medida que practicas esta nueva forma de enfrentar la vida, se volverá algo natural que beneficiará a tu salud física y emocional de forma permanente.
- Independientemente de tus niveles de dopamina, si practicas técnicas de relajación y "reprogramas" tu cerebro para no reaccionar con agresividad ante ciertas situaciones que se te presenten, podrás llevar una vida más calmada y tranquila.

No dejes que la ira y la agresividad perjudiquen tus relaciones y tu salud. Si necesitas ayuda para manejar estas emociones negativas, no dudes en consultar con un profesional. 

# Accidentes causados por los ángulos muertos en los vehículos pesados

Tomado de [www.estrucplan.com.ar](http://www.estrucplan.com.ar)

Los ángulos muertos en un vehículo de gran porte son las partes de la ruta que el conductor no puede ver mientras conduce, debido a las dimensiones de su vehículo.

Cuando automóviles de pasajeros se encuentran en esas posiciones, el conductor del vehículo mayor, como hemos dicho, no puede verlos.

Las probabilidades de una colisión son en ese caso muy importantes. Los vehículos de gran porte tienen ángulos muertos al frente, a los costados y atrás, creando sectores en los que se produce el ocultamiento de vehículos menos situados en esas posiciones.

Podemos describir cinco situaciones típicas.

## *El vehículo menor se coloca adelante:*

Cuando el automóvil de pasajeros se cruza en el recorrido del vehículo mayor, el conductor del vehículo mayor no advierte la presencia o no puede verlo y se puede producir una colisión. Se observa en las figuras 1 la zona roja en el frente, que se mantiene inaccesible para la visión del conductor del camión. Figura 1

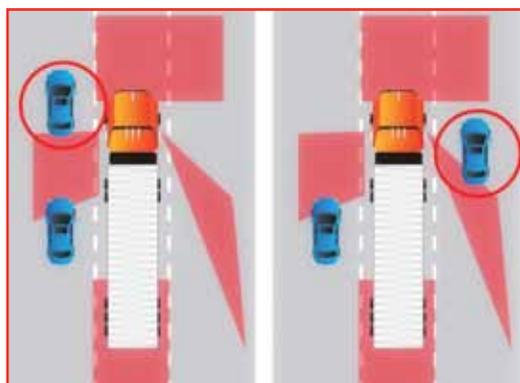


Figura 1

## *El vehículo menor va detrás:*

El accidente puede producirse en una situación como la expuesta en la figura 2, cuando el vehículo menor va detrás del mayor y éste frena o baja su velocidad bruscamente, sin advertir la presencia del que le sigue. En este caso existe también una alta probabilidad de que se produzca una colisión. Figura 2



Figura 2

## *El vehículo menor circula al costado del mayor:*

Al costado del vehículo mayor existen zonas muertas que no pueden verse por el espejo retrovisor. La colisión puede producirse cuando el vehículo menor se encuentra en una de esas zonas muertas y el vehículo mayor gira hacia la derecha o la izquierda. En las figuras 3 se observan las zonas que quedan ocultas a la visión del conductor del camión. Figura 3

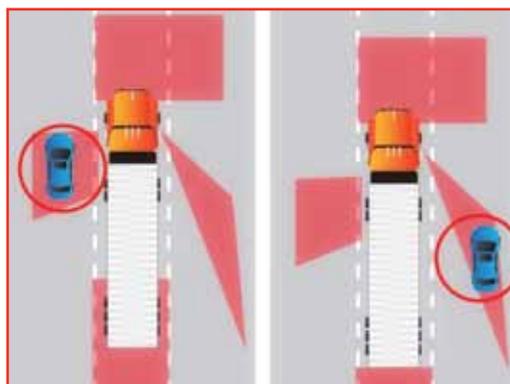
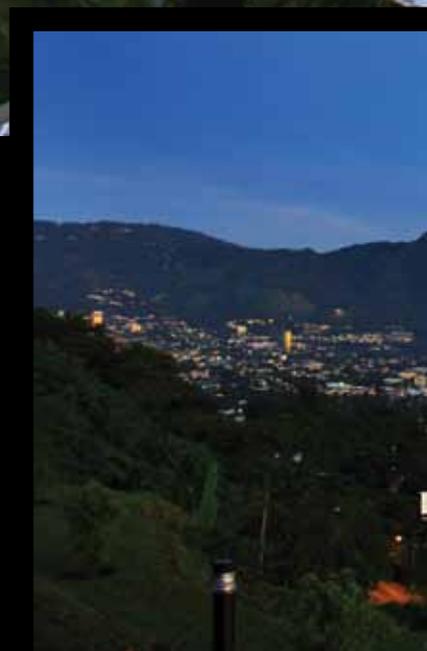
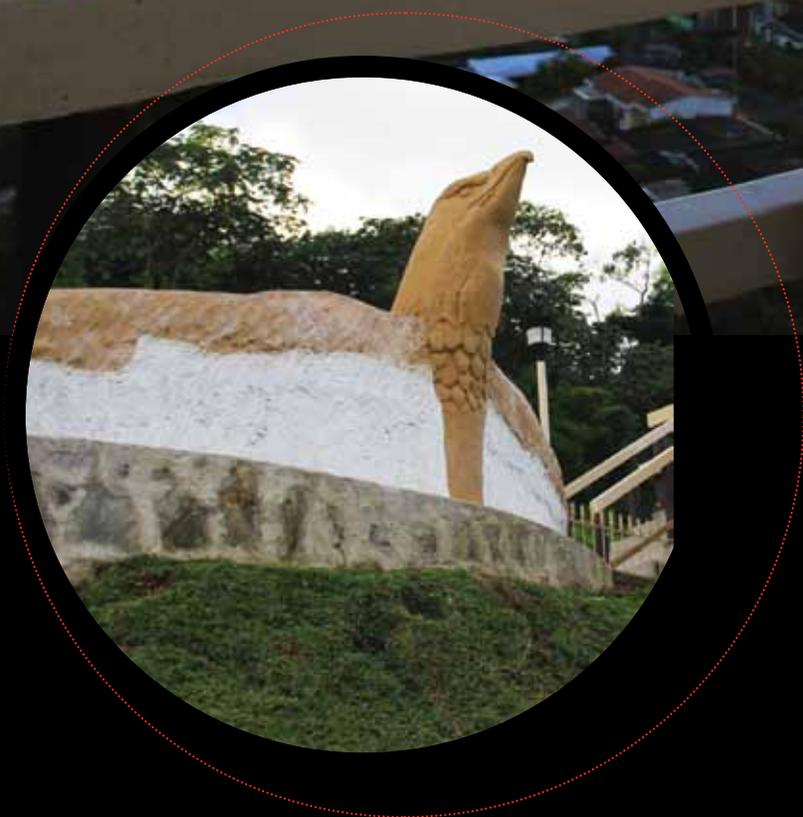
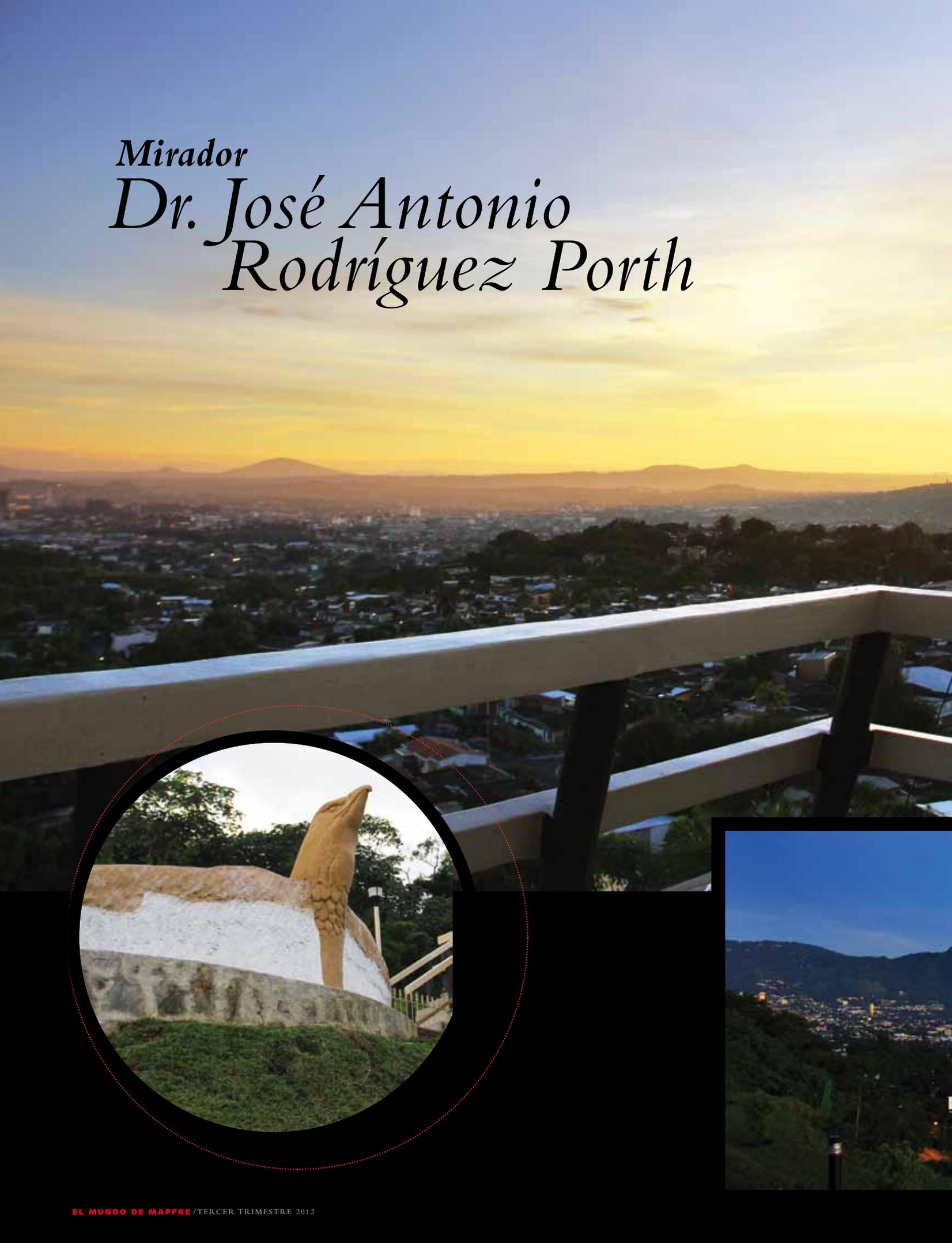


Figura 3

Según las estadísticas disponibles de los accidentes de los últimos cinco años, en valor promedio se producen anualmente 30 fatalidades y 530 heridos de todo tipo como consecuencia de la falta de visibilidad en las zonas muertas del vehículo mayor. 🚚

*Mirador*  
*Dr. José Antonio*  
*Rodríguez Porth*

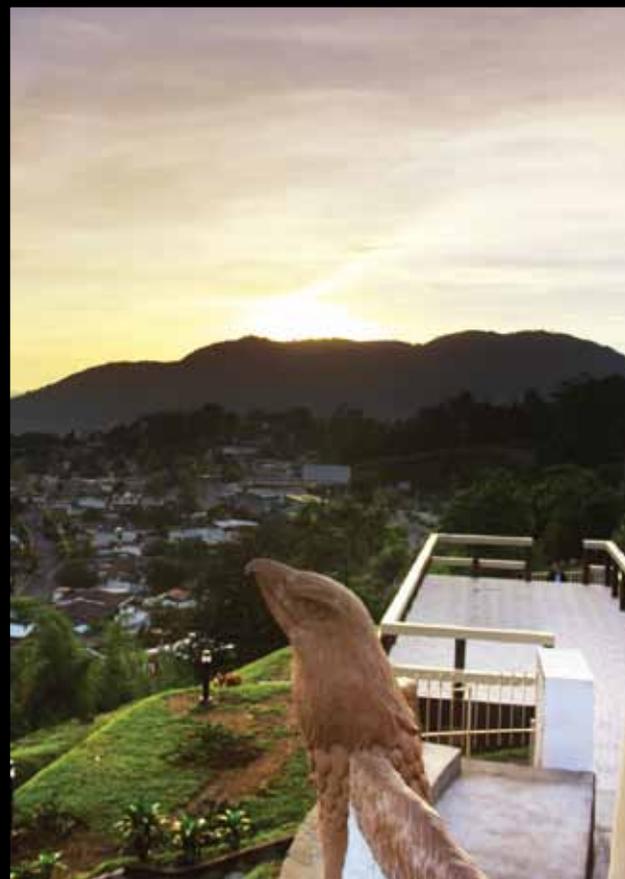


**E**n el mes de julio pasado, fue inaugurado el primer mirador turístico municipal, nombrado como Mirador José Antonio Rodríguez Porth, por estar ubicado entre la avenida del mismo nombre y el Boulevard Los Ángeles, de esta capital.

Este mirador es el primero de tres que la Alcaldía Municipal de San Salvador, anunció serían construidos en el municipio, para que la población cuente con espacios de sano esparcimiento desde donde se pueda apreciar la belleza y colorido de nuestra capital.

Esta obra se construyó en un período de tres meses y en ella se invirtió más de \$5 mil. Para la construcción del mirador se realizaron las siguientes obras: construcción de plafones de losa de concreto pre-comprimido, pasamanos de concreto, rampas de acceso, construcción de gradas, construcción del monumento del Águila, remodelación de la zona verde, y obras de mitigación para garantizar su permanencia.

Además del área de esparcimiento, este mirador cuenta con un estacionamiento para 14 vehículos y con una vista que permite ver la zona sur poniente de la ciudad capital, además de diversión para chicos y grandes. 🦅



# Espumillas

Tomado de [www.nuestrosdulcesyatoles-sv](http://www.nuestrosdulcesyatoles-sv) y [www.pixeles.cuscatlecos.com](http://www.pixeles.cuscatlecos.com)



## Espumillas

Tiempo de preparación: 2 horas

### Ingredientes

- 1 taza de claras de huevo (sin rastros de yemas)
- 1 libra de azúcar
- 5 gotitas de limón
- Canela en polvo o dulces de colores para decorar

### Procedimiento

Batir las claras con un cuarto de libra de azúcar y las gotas de limón hasta que tomen punto de nieve.

Aparte colocar el resto de azúcar en una sartén y llevarla al fuego hasta que tome punto de hilo, cuando se haya formado un almíbar añadir en forma de chorro al turrón de claras y batir vigorosamente y dejar que se enfríe la mezcla y colocarla en una manga pastelera con duya.

Preparar y engrasar un molde para hornear o colocarle papel esterinado, dándole forma a las espumillas y añadirles canela en polvo o los dulces. Colocar al horno a 100° C durante 2 horas; cuando culmine el tiempo retirarlas del horno y dejar enfriar. Para verificar que estén listas pincharlas con un palillo y observar si presentan consistencia dura o si se despegan del papel esterinado.

# Y Alborotos

## *Alborotos*

*¡Quién no ha degustado alguna vez, un alboroto!*

Su sabor es peculiar, tan singular que nada se compara. Son de maicillo y miel a punto de caramelo, no de maíz.

El maicillo es una planta gramínea, cuyo fruto es muy nutritivo; por cierto, constituye el único alimento de ciertos pueblos de la América Central. Los alborotos se compraban antes como se compran hoy las "boquitas". Éstas han desplazado en gran porcentaje el consumo de dulces y manjares artesanales por su costo, que es mucho más bajo, en tanto que los dulces y otros antojitos artesanales, específicamente el alboroto cuesta \$0.25 ctvs. cada uno de los grandes. Hay pequeños y grandes pero en realidad lo que ha elevado su costo es la mano de obra y la materia prima.

El volumen de venta también influye, no se producen por millares en plantas industriales, sino que son hechos en pequeñas industrias caseras. Su elaboración parece sencilla, pero en realidad no lo es. He aquí su procedimiento.

El maicillo se moja lo necesario, luego, se coloca en un comal bien caliente. Se tapa rápido con un guacal de metal para que éste no se caiga pues tan pronto toca el comal empiezan a reventar estos diminutos granitos, en estrépito desorden e inquietud. Saltando por doquier parece una lluvia de minúsculas rositas. El alboroto que se forma es grande, de ahí toma su nombre.

La miel de caña a punto de caramelo, caliente, se coloca sobre el maicillo que ha sido previamente trasladado a un guacal grande. Se bate muy bien para que se incorporen de forma homogénea maicillo y miel; mágica combinación que da como



resultado un toque inconfundible. Así, caliente, se procede a formar bolas grandes y pequeñas, se dejan enfriar y ¡listo! ¿parece sencillo verdad?, pero no lo es. Hay que conocer el punto para remojar el maicillo y para la miel que debe haber alcanzado el toque exacto de consistencia para trabajar el producto cuando aún está caliente. Es cuestión de segundos.

La próxima vez que usted vea un alboroto, regálese uno. Le aseguro que le parecerá delicioso. Y si ya lo probó... continúe consumiéndolo porque es parte de nuestra cultura y con esto permite que esta delicia no desaparezca del mercado o plaza de su pueblo o ciudad. Muchos artesanos dependen de esta industria, pequeña, pero perfilada a mantener un delicioso producto. 🍯

# Sin levantar

# Polvo

Tomado de [www.renuevodeplenitud.com](http://www.renuevodeplenitud.com)



Un día, un comerciante de caballos llevó dos magníficos corceles a un príncipe y los ofreció en venta. Ambos animales eran semejantes: jóvenes, robustos y de buena constitución.

Pero el comerciante pedía por uno de ellos el doble de lo que pedía por el otro. El príncipe llamó a sus cortesanos y les dijo:

- Le regalaré estos magníficos potros al que pueda explicarme por qué uno de ellos vale el doble que el otro.

Los cortesanos se acercaron a los dos animales y los observaron cuidadosamente, pero no pudieron descubrir ninguna diferencia que justificase una disparidad de precios tan grande.

- Ya que no comprenden la diferencia entre los dos caballos, será mejor probarlos, así podrán ver con mayor claridad por qué tienen un valor tan distinto.

Hizo que dos jinetes los montaran e hizo que dieran algunas vueltas alrededor del patio del palacio. Ni siquiera después de esta prueba los cortesanos lograban entender la diferencia de precio entre los caballos.

Entonces el príncipe explicó:

- Habrán notado que, al correr, uno de ellos casi no dejaba rastros de polvo, mientras que el otro levantaba una gran polvareda. Por esto el primero vale el doble que el otro, porque cumple con su deber sin levantar tanto polvo."

Al parecer, la humildad y sencillez no son virtudes muy valoradas en nuestra época. Cumplir el deber con responsabilidad es muy cotizado hoy en día porque importan los resultados; también el estar preparado con estudios y experiencia práctica y el saber trabajar en equipo tienden a estimarse como cualidades invaluable; sin embargo la modestia y humildad de quien no presume de sí mismo, ni de sus cualidades, ni de sus logros -sintiéndose superior a los demás y merecedor de los más altos reconocimientos y remuneraciones no está bien visto. Hoy al igual que hace dos mil años: "en nuestra sociedad hace carrera el que más polvo levanta..."

"Levantar polvo", presumir de logros o cualidades personales, "hacerse notar", puede ser una manifestación de falta de afecto o de reconocimiento por parte de la familia, de los amigos o de los jefes en el trabajo, que busca compensar el reconocimiento que otros no hacen sobre uno.

Puede ser también una señal de soberbia, de ser reconocido y alabado por los demás a los que se percibe como inferiores. En cualquier caso el hacerse notar, aunque uno sea realmente bueno, desdice de la calidad humana que no busca la recta intención de cumplir el deber como un servicio a los demás, sino ante todo, como una fuente de halagos y deferencias, centrando la acción no en el Tú o Ustedes, sino en el Yo.

*Pero ¿por qué el cumplir con el deber sin levantar tanto polvo puede llegar a ser una cualidad tan valiosa?*

Quizá porque encarna a la humildad, y sólo la gente humilde es capaz de reconocer sus errores, que es el punto de partida de la superación personal. Sólo el humilde acepta la crítica constructiva de los padres, de los profesores o de los jefes y compañeros de trabajo; sólo los humildes reconocen cuando se equivocan y piden disculpas si ofendieron o afectaron a alguien con su mal proceder, con sus comentarios u omisiones.

La humildad también es una virtud excepcional porque gracias a ella no sentimos que lo sabemos todo y por tanto reconocemos que podemos aprender de los demás, aún de la gente sencilla. Sólo los humildes saben encontrar la riqueza en los demás.

La humildad de quien no levanta polvo además se agradece porque una persona presumida, jactanciosa y soberbia cae mal en todas partes y crea a su alrededor una atmósfera densa, ya que sólo se preocupa por sí misma y se olvida de los demás, en cambio, el humilde y sencillo es fácil de trato porque es transparente, porque comparte logros y fracasos, porque se preocupa por los demás tanto como por sí mismo y, además, porque sabe escuchar y aprender de las experiencias de otros.

El humilde cumple su deber sin presunción, está abierto al diálogo y al conocimiento, aprende de sus experiencias, reconoce sus errores y es agradable, por eso vale "oro" comparado con el que simplemente es muy capaz. 🌟

# ASISTENCIA



**MAPFRE**

**LA CENTRO AMERICANA  
EL SALVADOR**

Te brinda asistencia vial las 24 horas del día y los 365 días del año proporcionando todos aquellos servicios relacionados con la necesidad de:

- Coordinadores de emergencias
- Abogados
- Grúas
- Ambulancias
- Hoteles
- Abastecimiento de gasolina
- Paso de corriente
- Envío de cerrajero, etc.

**SOLICITA ESTOS SERVICIOS AL:**

**2257-6677**



## MAPFRE, personas que cuidan de personas

Protegiendo lo que más quieres: tu familia, tu vida, tus propiedades, tu empresa.

Estamos a tu lado, con casi 35.000 personas y más de 70.000 colaboradores en 46 países de todo el mundo esforzándose todos los días en seguir mejorando nuestro servicio. Para que cada una de las más de 23 millones de personas que ya confían en nosotros, puedan sentirse seguras y protegidas en la mejor compañía.

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



**MAPFRE**

