



# Mapfre

Agencia: Omnicom | Producción: Hi-End

Mapfre apostó por la producción virtual inmersiva para transmitir la nueva estrategia de la compañía a nivel global, creando un evento corporativo virtual dirigido simultáneamente a miles de personas en más de 40 países.

En marzo de 2022 Mapfre, una de las principales aseguradoras españolas con 90 años de historia y más de 30M de clientes, convocó a todos sus empleados simultáneamente, por primera vez, para detallarles su nuevo plan estratégico. Claro que, convocar a 32.000 profesionales de más de 40 países más otras 250.000 personas entre agentes, delegados y proveedores, es imposible de llevar a cabo en un entorno normal. Tampoco era una opción para la empresa hacer una mera sesión de videoconferencia, tanto por la importancia del evento como el tamaño de la audiencia.

La agencia Omnicom se apoyó en Hi-End para crear un evento online y abierto, transmitido vía streaming, en el cual diferentes directivos y responsables de Mapfre hicieron posible un programa de

una hora transmitiendo el mensaje corporativo y la visión de futuro de la empresa. Conducido por la periodista Sonsoles Moralejo, el evento se realizó como un magazín televisivo, en el que los ponentes

formaban paneles temáticos y tertulias distendidas en los que desgranaban sus respectivos mensajes. En el programa, empleados y otras personas de diferentes países aparecieron en pantalla haciendo preguntas a los ponentes, que se contestaban en directo durante las



tertulias. Cuando era necesario, se incluían datos y gráficos en 3D como objetos AR en contexto dentro del evento.

El evento virtual tenía como hilo conductor un escenario absolutamente corporativo, creado por los diseñadores de Hi-End con Unreal Engine, que transmitía los valores que se estaban presentando, basado en una nave enorme, súper moderna y diáfana, en la que se incluyeron tres diferentes escenarios, uno para cada sección del programa. Al margen de su hiper realismo, todos ellos tenían el mismo tono corporativo y consecuente con el mensaje del evento, y contaban con pantallas de soporte para mensajes, vídeos, datos e imágenes.

El programa, de una hora de duración, se produjo en las instalaciones de Hi-End, en su plató de croma de más de 18 metros de largo, utilizando cámaras y grúa con tracking. Con el uso de la grúa el planteamiento de escenografía a 270 para la realización de cámaras dio un salto de calidad importante a este evento, haciéndolo mucho más atractivo para el espectador. Todo ello lo manejaban en su totalidad dos estaciones de trabajo InfinitySet de Brainstorm, que insertaron las señales de las cámaras sobre el fondo de Unreal Engine, añadiendo el resto de los recursos necesarios en cada momento, como gráficos AR, titulación, imágenes y



vídeos sobre las pantallas virtuales, etc. La información de tracking servía no solo para garantizar la correcta perspectiva y ajuste de los escenarios virtuales, sino que se utilizaron también para integrar los objetos AR para que éstos siguieran los movimientos de cámara en tiempo real.



“Un claro ejemplo de la aplicación de este tipo de tecnología llevado a un evento de comunicación interna. El entorno virtual enmarcó, además del contenido, los valores e imagen de la compañía”.  
**José María de Diego**  
 Desarrollo de negocio, Hi-End