

en buena compañía

10
años

Revista de la compañía aseguradora **Helvetia Seguros**

Diciembre 2015 Nº 37

Reportaje central

Nuevos productos, más soluciones
para el cliente

Nuestros proveedores

TIREA

En buena compañía con...

ACR Grupo





Carta del director general	3
Noticias	4
Responsabilidad Corporativa	
Día de la Responsabilidad Corporativa: pasión por el compromiso	20
Nuestros proveedores	
TIREA	22
Actualidad del seguro	24
Entrevista	
Carlos Fernández, socio director de NB21	26
En buena compañía con...	
ACR Grupo	28
Helvetia Seguros, al día	30
Reportaje central	
Nuevos productos, más soluciones para el cliente	32
De cerca	
Patxi Tapiz, Departamento de Desarrollo Informático de Helvetia Seguros	34
Entrevista doble	
Adoración Oliver y José García	36
Departamentos y Sucursales	
Sucursal Granada	40
Formación	42
Un paseo por...	
Lastres	44
El detalle	47
De cara	47

Sigue a Helvetia Seguros en:



www.facebook.com/helvetiasegurosES



twitter.com/Helvetia_ES



www.youtube.com/user/HelvetiaSeguros



www.linkedin.com/company/helvetia-seguros



google.com/+HelvetiaSegurosEspaña

Edita: Helvetia Seguros. Paseo de Cristóbal Colón, 26. 41001 Sevilla. www.helvetia.es

Consejo Editorial: Setefilla Berlanga, Carmen Caballero, José Alberto Calvo, Ana Conde, Javier García, Raquel González, Esperanza Maurelo, Nela Nieto y José Antonio Pérez.

Responsable editorial: Carmen Caballero

Coordinadora: Setefilla Berlanga
e-mail: setefilla.berlanga@helvetia.es

Redacta y Diseña: Euromedia Comunicación

Fotografía: Euromedia Comunicación y Helvetia Seguros

Imprime: Egondi

Depósito legal: SE-2043-05

Queridos lectores de "En buena compañía":

Se acerca el final de 2015, y con él un año que ha sido muy intenso para Helvetia Seguros. Aún quedan semanas, no obstante, para que redobléis vuestros esfuerzos a fin de alcanzar la línea de meta con los objetivos cumplidos.

La Convención Anual celebrada el pasado mes de noviembre en Sevilla, de la que encontraréis información en esta revista, ha servido para poner en común la situación de nuestra compañía y los objetivos de futuro, que cristalizarán pronto en la nueva estrategia "Helvetia 20.20", de la que os daremos cumplida cuenta a través de éste y otros canales.

Uno de los aspectos más recurrentes durante la Convención ha sido la necesidad de potenciar nuestro dinamismo y competitividad poniendo en valor nuestro potencial humano como elemento diferencial con respecto a la competencia. Ese potencial humano queda perfectamente definido en nuestro eslogan, "Con Pasión hacia 20.20", del que vosotros, los empleados y los mediadores, sois los mejores embajadores.

En lo comercial, han sido meses de mucha intensidad, y los días que quedan hasta final de año deben seguir siéndolo. Os recuerdo que afrontamos las últimas semanas de las campañas de Vida Ahorro, y que estáis a tiempo de conseguir los objetivos que éstas plantean. En el reportaje central encontraréis, además, información sobre los nuevos productos que hemos empezado a comercializar.

En el terreno de la imagen de marca, en los últimos meses se han producido importantes hitos que han reforzado nuestra visibilidad en el mercado. Así, el patrocinio del SICAB 2015, en su vigésimo quinta edición, ha supuesto un fuerte impacto para la compañía, que ha tenido especial presencia en el Salón con la concesión de un reconocimiento al director general del Grupo Helvetia, Stefan Loacker. En lo deportivo, la clasificación para la fase de grupos del Helvetia Anaitasuna en la Copa EHF permitirá al #EuroHelvetia llevar su pasión por toda Europa. Además de ello, la compañía ha obtenido importantes distinciones por parte del sector de la mediación, como la Estrella de Bronce de Adeco o el Premio del Colegio de Mediadores de Seguros de Andalucía Occidental.

Esta edición de "En buena compañía" es conmemorativa, ya que en 2015 se cumplen diez años desde la creación de nuestra revista. Creo no equivocarme si afirmo que es una de las publicaciones corporativas más longevas del sector asegurador nacional. A lo largo de diez años hemos venido tomándole el pulso a nuestra compañía, y llevando a cabo un ejercicio constante de transparencia de cara a nuestros empleados y mediadores, que sois los principales destinatarios de este medio de comunicación.

Espero y deseo que sigáis leyéndonos ahí, al otro lado. Nosotros seguiremos contando nuestra realidad y las historias de todos los que formáis parte de Helvetia Seguros. Nació precisamente para eso, como un espacio de "buena compañía". Ojalá que este medio cumpla, al menos, otros diez años más.

Aprovecho estas líneas para felicitaros estas Fiestas de Navidad, y para desearos un año 2016 lleno de satisfacciones, en lo personal y en lo profesional.

Un fuerte abrazo.

José María Paagman

Director general de Helvetia Seguros



“Con Pasión, hacia 20.20” en la Convención Anual



Bajo el lema “Con Pasión, hacia 20.20”, los pasados días 18, 19 y 20 de noviembre, ha tenido lugar en Sevilla la Convención Anual de Helvetia Seguros, que sirvió para corroborar la buena marcha de la compañía en 2015 y avanzar las líneas maestras de lo que será el nuevo Plan Estratégico “Helvetia 20.20”, que se presentará en los próximos meses.

En esta edición, se congregaron cerca de un centenar de directivos y ejecutivos de Helvetia Seguros, presididos por nuestro director general, José María Paagman, junto con Stefan Loacker, director general del Grupo Helvetia, quien en su discurso valoró de manera muy positiva los resultados y el posicionamiento de la compañía en España, avalando la apuesta del Grupo Helvetia por el mercado español y destacando asimismo el desarrollo del proceso de integración con Nationale Suisse.

En la Convención se hizo un balance de la Estrategia Helvetia 2015+, que ahora con-

cluye. Los distintos intervinientes de la compañía coincidieron en destacar el desarrollo que se ha producido en la empresa gracias a su implantación.

En su intervención, José María Paagman habló sobre “la buena marcha de Helvetia Seguros en un entorno económico en continuo cambio”, aunque previno sobre el riesgo de la autocomplacencia. Al mismo tiempo, valoró “la posición de la compañía en el sector y las notables expectativas que se abren ante un horizonte en el que ponemos todas

nuestras esperanzas, sustentadas siempre en el valor de las personas”.

El director general de Helvetia Seguros quiso felicitar a los presentes, haciendo extensible su reconocimiento a todos los empleados y mediadores de la compañía, por el buen trabajo realizado en el presente ejercicio, “para alcanzar unos objetivos basados en la confianza, el entusiasmo y el dinamismo, impregnados, siempre, por la Pasión, el *leit motiv* de nuestra actual campaña publicitaria”.





Recta final en la Campaña de Ahorro

Encaramos los últimos días del año, y llega el momento de "apretar" para alcanzar los objetivos anuales. También para redoblar los esfuerzos en nuestra tradicional Campaña de Ahorro, que como sabéis se desarrolla durante el último trimestre del año, pero que tiene en el mes de diciembre su punto más álgido.

Los productos que computan para este concurso son los incluidos en el ramo de Vida Ahorro, esto es, Ahorro Activo Plus, PIAS Activo Plus, Helvetia Inversión Flexible, PPA y aportaciones extraordinarias a algunos productos.

Todos aquellos clientes que contraten su póliza de ahorro de nueva producción antes del 31 de diciembre, o bien aquellos que hagan aportaciones extraordinarias a su actual póliza por importes mínimos comprendidos entre los 5.000 y los 35.000 euros, tienen acceso a obsequios como una selección de productos gastronómicos de alto nivel (incluyendo paleta ibérica, surtido ibérico y vinos) o como un iPad Air 2. Para los PPA, la aportación extraordinaria debe estar como mínimo entre los 6.000 y los 50.000 euros.

Por otro lado, los mediadores del Klub Vita cuentan con su propia campaña de ahorro específica, que además de las gratificaciones señaladas (con unos parámetros distintos), ofrece un iPhone 6S para aquellos mediadores del club que superen los 250.000 euros con un mínimo de 15 operaciones.



Y también las sucursales

Junto al Concurso de Ventas para nuestros agentes, es interesante recordaros que también están activas hasta final de año sendas campañas de Vida para las sucursales. Concretamente, dos campañas: una dirigida específicamente a comerciales internos, y otra para las sucursales en su conjunto.

En el caso de la campaña de Vida para comerciales internos, el concurso establece que aquel que se clasifique en primera posición de su zona, siempre que haya superado el objetivo mínimo marcado, recibirá como premio un magnífico viaje para dos personas a un destino europeo. Este viaje incluirá vuelo y un mínimo de tres noches de hotel. Los segundos clasificados serán obsequiados con un iPad Air 2, y los terceros, con una selección de productos gourmet. Los compañeros ganadores del pasado año llevaron a cabo un inolvidable viaje a Copenhague y Malmö (imagen inferior).

Por otro lado, también está en su fase final el Mundial Vida 2015, dirigido a las sucursales. En el concurso computan todas las primas de nueva producción Total Vida que se emitan desde el 1 de septiembre hasta el 31 de diciembre de 2015. El máximo premio es el Balón de Oro.



Aumentamos nuestra presencia en Castellón y Sevilla

Durante el último trimestre del año, se han llevado a cabo dos nuevas inauguraciones de oficinas de agencias, con las que Helvetia Seguros refuerza su presencia en enclaves estratégicos de las provincias de Castellón y Sevilla.

La primera inauguración tuvo lugar el pasado 22 de octubre, en Castellón. La puesta de largo fue presidida por el director de Zona Este, Juan Lliso, y el director de Sucursal Castellón, Jorge Viciano. La oficina está dirigida por Manuel Gallego, agente exclusivo de Helvetia Seguros desde 2007 e integrante del Plan de Agentes de Carrera (PAC).

Por su parte, el pasado 4 de noviembre se inauguró la nueva oficina de la agencia exclusiva Asesoría Andaluza de Servicios Integrales S.L., ubicada en la localidad sevillana de Alcalá de Guadaira. El acto fue presidido por el director general de Helvetia Seguros, José María Paagman, José Manuel Barba, director de la Zona Sur junto con Enrique Pérez, director de Sucursal Sevilla Provincia Oeste, y contó con la presencia de más de medio centenar de asistentes, entre personal de la aseguradora, mediadores y clientes.

Esta nueva oficina es regentada por José Manuel Gálvez, agente exclusivo de Helvetia Seguros desde 1991 y miembro del Club Helvetia Élite.



Nueva oficina en Alcalá.



La única aseguradora presente en “The Brand Leaders”

Helvetia Seguros ha tenido el privilegio de ser la única marca aseguradora española que ha sido invitada a participar en la primera edición del encuentro “The Brand Leaders” en nuestro país. Celebrado el pasado 17 de septiembre en Madrid, y organizado por la agencia YoungNetwork Group, el evento congregó a directores de Marketing y Comunicación de las principales marcas con presencia nacional para hablar y reflexionar sobre la situación actual y el futuro del marketing. Junto a Helvetia Seguros, que intervino a través de su director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Javier García, participaron en el encuentro diversas marcas líderes en sus respectivos sectores, tales como Heineken, Fnac, Siemens, Pascual, Honda o Air Europa, entre otras.

“The Brand Leaders” se concibe con el objetivo de convertirse en un proyecto de referencia entre los expertos del marketing y la comunicación en España, que espera no quedar tan sólo en la celebración de una gala anual, sino que promoverá seminarios y jornadas de forma periódica contando con la presencia y testimonios de las principales figuras del marketing nacional. De hecho, las marcas participantes han pasado a constituirse como socias del club “The Brand Leaders”.

La presencia de Helvetia Seguros en una plataforma de estas características representa todo un aliciente y también una indudable oportunidad de proyección para nuestra marca.



Los corredores premian nuestro PAF

Que nuestro Plan de Asistencia Familiar es uno de los más completos, atractivos y competitivos del mercado es algo de lo que nadie tiene dudas a estas alturas. Aun así, nos llena de alegría recibir distinciones como la de Adecoase (Asociación Española de Corredurías de Seguros), que ha reconocido con el Premio Estrella de Bronce a Helvetia Seguros en la categoría de Decesos, en el marco del Foro Gestión de Corredurías.

Los nuevos Premios Estrella Adecoase se han instituido para premiar el compromiso de las compañías con la mejora de la calidad y la excelencia, y reconocen a las aseguradoras que hayan obtenido los mejores resultados en el Barómetro que anualmente realiza la asociación reflejando el nivel de satisfacción profesional de las corredurías asociadas con las aseguradoras con las que trabajan.

De este modo, el Premio Estrella de Bronce, entregado el pasado 15 de octubre, supone un reconocimiento de las corredurías españolas al producto de Decesos de Helvetia Seguros. Ojalá otros productos del catálogo de Helvetia Seguros se vean reconocidos pronto con nuevas Estrellas Adecoase.



Con el Colegio de Mediadores de Granada

A la larga nómina de Colegios de Mediadores con los que Helvetia Seguros mantiene colaboración se ha unido desde hace pocos meses el Colegio de Granada, con el que Helvetia Seguros sostuvo recientemente un encuentro con la vista puesta en plantear un protocolo que les permita estrechar los vínculos y establecer alianzas.

El encuentro, celebrado el pasado 15 de octubre en la sede del Colegio, contó con la participación de algunos de los principales representantes del órgano colegial, encabezados por su presidente, Genaro Sánchez. Por parte de Helvetia Seguros, el encuentro contó con la participación del director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Javier García, del director de la Zona Sureste, Manuel Muñoz, y del director de Sucursal Granada, Luis Carlos González.

En el encuentro, los directivos de Helvetia Seguros trasladaron a los representantes del Colegio su compromiso con la mediación profesional, planteando el modelo de colaboración que la entidad ya mantiene con otros colegios de mediación españoles, y que se materializa en aspectos como la formación o el patrocinio de actividades profesionales.

Por su parte, los miembros del Colegio expusieron sus líneas de trabajo, deteniéndose especialmente en la celebración del Congreso Nacional de Agentes y Corredores de Seguros, que tendrá lugar en Granada en junio de 2016, y en el que Helvetia Seguros se ofreció a colaborar.



Reconocimiento colegial por nuestra colaboración

Si por algo se caracteriza, y mucho, el modelo de negocio de Helvetia Seguros es por su orientación hacia el mediador como una pieza indispensable en su actividad comercial. Esta consideración influye en el tratamiento que se le otorga en la compañía, a través de mecanismos como la formación o los programas de incentivación. Y los mediadores así lo reconocen, a través de premios como el que acaba de obtener por parte de los Colegios de Mediadores de Seguros de Andalucía Occidental.

Así, el pasado 12 de noviembre, en el marco del encuentro anual organizado por dichos Colegios denominado "Semana Mundial 2015", Helvetia Seguros recibió el "Reconocimiento a la colaboración colegial", con el que estos Colegios distinguen la importante trayectoria de apoyo a los mediadores de la aseguradora, así como su importante presencia en las cuatro provincias a las que representan: Cádiz, Córdoba, Huelva y Sevilla.

En el acto de entrega participó nuestro director general, José María Paagman, quien recibió el premio de manos de David Salinas, presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba. Paagman señaló, tras recoger el premio, que "es un honor para Helvetia Seguros aceptar este reconocimiento, por ser el primero de estas características que otorgan los Colegios de Mediadores de Seguros de Andalucía Occidental, instituciones que son absolutamente insustituibles para nosotros, como vehículos de cohesión e impulso de la profesión de los mediadores".



Los montañeros nos premian

Nuestros vínculos con los montañeros son estrechos, como evidencia la fructífera y longeva relación que mantenemos con diversas Federaciones de Montaña como la navarra, la vasca o la andaluza. De la Federación Andaluza de Montañismo proviene precisamente el más reciente reconocimiento recibido por nuestra compañía, el Premio Collado Sur 2015.

Los Premios Collado Sur, que han alcanzado su sexta edición, persiguen distinguir a las entidades que mejor contribuyen al fomento e impulso de la divulgación de los deportes de montaña. Con distintas categorías, una de ellas es la de empresas privadas, que en 2015 ha recaído sobre Helvetia Seguros, compañía que desde hace más de una década asegura a la Federación Andaluza de Montañismo y a sus miembros.

El director de Sucursal Sevilla Instituciones y Corredores, Manuel García, recibió el galardón el pasado 28 de noviembre, en la VI Gala del Montañismo Andalúz, que se celebró en la Biblioteca Municipal de Alhaurín El Grande (Málaga).

La Federación quiso destacar durante el acto el apoyo que Helvetia Seguros brinda al colectivo de los montañeros, un apoyo que permite la práctica de este deporte por parte de miles de aficionados.



El Nordic Walking, una tendencia imparable

Si te gusta el deporte, es difícil que no hayas oído hablar del Nordic Walking. Se trata de una actividad física que consiste en caminar ayudándose de unos bastones. Además de aportar seguridad, los bastones permiten un mayor movimiento del tren superior del cuerpo, convirtiéndolo en un deporte para todas las edades y condiciones físicas.

El Nordic Walking, como su nombre indica, tiene su origen en los países nórdicos, pero cada vez está más extendido en otras partes del mundo. La marcha nórdica ya es practicada por más de 15 millones de personas. Curiosamente, esta disciplina está en algunos países europeos subvencionada por la Seguridad Social, debido a su poder terapéutico y preventivo.

En colaboración con la agencia de viajes Adriano Grupo, proveedor habitual de nuestra compañía, Helvetia Seguros ha patrocinado el I Festival Internacional de Nordic Walking, que se ha celebrado en Sevilla. Este festival, desarrollado en el marco de un congreso sobre este deporte, se llevó a cabo en la localidad sevillana de Carmona durante la última semana del mes de septiembre. Unos 200 *nordic walkers* participaron en la primera marcha urbana celebrada en Sevilla, y todos ellos fueron además asegurados por Helvetia Seguros, cuya imagen fue muy visible en la marcha.

NOTICIAS CLUB HELVETIA ÉLITE

Concursos y promociones especiales para los “agentes Élite”



Desde el pasado número de “En buena compañía”, incluimos un nuevo espacio en la sección de Noticias para hablar de la actualidad del Club Helvetia Élite, un club exclusivo y de prestigio para agentes fuertemente vinculados a la compañía.

En los últimos meses, se han venido promoviendo diversas actuaciones dirigidas a este Club, pero en esta ocasión nos centramos en dos iniciativas de incentivación que se han llevado a cabo o se promoverán durante el ejercicio 2016: la pro-

moción especial “Élite Hogar 2015” y el Concurso “Club Helvetia Élite 2015-2016”. A ellos hay que unir la Campaña de Vida para miembros del Club Élite, de la que ya se ha informado en una noticia anterior de este mismo número.

Concurso Club Helvetia Élite

Este concurso de incentivos se convocó el pasado 1 de marzo, y se prolongará hasta el 30 de junio de 2016. Para este concurso computan distintos ramos de Vida y No Vida, y la clasificación se obtendrá tras la suma de primas de facturación incrementada logradas a través del Sistema de Cómputo del Concurso General de Ventas. Mensualmente, se establece una clasificación de los miembros del Club.

Los premios son de dos tipos. En primer lugar, las primas obtenidas en la clasificación del concurso podrán canjearse por regalos contenidos en el Club de Compras Helvetia Élite, un portal exclusivo que pone a disposición de los usuarios un catálogo de regalos canjeables por el montante de puntos acumulados por el agente. En segundo lugar, de acuerdo con la clasificación, los 50 primeros clasificados del

concurso obtendrán una plaza para participar en el Club Helvetia Élite, que se celebrará en Sevilla en el último cuatrimestre

de 2016. En próximos números, os iremos informando de las novedades en torno al Club Helvetia Élite. ¡Permaneced atentos!



Promoción especial Élite Hogar 2015

Esta promoción se llevó a cabo entre los pasados 1 de junio y 31 de julio. Dirigida a todos los agentes del Club, su objetivo era incrementar las ventas en el periodo de la promoción, obsequiando al agente participante con dos toallas de playa por cada tres nuevas pólizas contratadas y cobradas en el periodo de la promoción. El producto de la campaña era el Helvetia Hogar, con prima neta mínima igual o superior a 180 euros.





Éxito en el concurso de Redes Sociales

Como una extensión de nuestra campaña promocional y publicitaria anunciada a comienzos de año, que está teniendo su correspondiente eco en Redes Sociales a través del hashtag #contagiatuPasión, en verano se llevó a cabo una campaña específica en Facebook y Twitter dirigida a incrementar el nivel de *engagement* y de interacción con los seguidores de nuestras cuentas, especialmente con nuestros mediadores, así como a aumentar la captación. El concurso, que llevaba por título "En verano, #contagiatuPasión", se convocó a finales de julio, prolongándose hasta el 15 de septiembre.

Para participar, la persona debía ser seguidora de la página oficial de Facebook de Helvetia Seguros, dándole a 'me gusta', o del perfil oficial de esta compañía en Twitter, citando en este caso en el mensaje @Helvetia_ES y #contagiatuPasión. Los participantes debían compartir una fotografía desde sus perfiles en Twitter y Facebook, en la que aparecieran ellos mismos mostrando lo que les apasiona del verano. El premio consistía en una cámara fotográfica Canon modelo EOS 1200D.

Más de un centenar de fotografías participaron en el concurso, siendo finalmente ganador Fernando Crespo, agente de seguros de Helvetia Seguros desde el año 1992 y vinculado a la Sucursal Orense. Su imagen, con la curiosa bicicleta "invisible", resultó ser la más original de las presentadas.



Haciendo posible el *Diccionario de Ateneístas*

La colaboración de Helvetia Seguros con el Ateneo de Sevilla viene de largo, y se materializa no sólo en su condición de aseguradora de la entidad, sino también en la participación de nuestra compañía en proyectos promovidos por el Ateneo tan emblemáticos como la tradicional Cabalgata de Reyes Magos. Institución de referencia en Sevilla, con una larga tradición como agente dinamizador de la actividad social en la ciudad, uno de los muchos proyectos en los que el Ateneo de Sevilla viene trabajando desde hace años es el *Diccionario de Ateneístas*.

Como parte del patrocinio suscrito entre ambas entidades en el año 2014, Helvetia Seguros ha colaborado en la financiación del IV volumen del *Diccionario de Ateneístas*, que se presentó el pasado 14 de octubre, y que recoge semblanzas de 110 ateneístas fallecidos.

El acto estuvo presidido por el presidente del Ateneo, Alberto Máximo Pérez, quien glosó la obra y ofreció palabras de agradecimiento para Helvetia Seguros, "por su labor de mecenazgo hacia el Ateneo y hacia la cultura", y hacia las personas que han colaborado para que esta publicación haya sido posible. En representación de la compañía participó el director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Javier García, quien contextualizó este patrocinio en el marco de la colaboración general con el Ateneo como una de las entidades de referencia en la vida social y cultural sevillana. Nuestro director de Marketing escribe también un prólogo en la publicación, en el que resalta la estrecha relación entre ambas entidades.



En el 90º aniversario de Radio Sevilla

Radio Sevilla es una de las emisoras de referencia en la ciudad hispalense. En 2015, la radio, perteneciente a la Cadena Ser, ha cumplido la friolera de 90 años, lo que ha conllevado el desarrollo de muy diversas iniciativas para celebrar la efeméride.

Una de estas iniciativas ha sido la exposición "90 años de Radio", que fue inaugurada el pasado 16 de noviembre en la Casa de la Provincia, y que ha sido posible gracias al patrocinio, entre otras entidades, de Helvetia Seguros.

El acto de inauguración congregó a numerosas autoridades políticas y sociales, entre las que se encontraba la presidenta de la Junta de Andalucía, Susana Díaz, y el alcalde de la ciudad, Juan Espadas. El propio presidente de Prisa Radio, Augusto Delkáder, arropó este acto, poniendo en valor la importancia que este medio ha tenido a lo largo de las décadas para la ciudad de Sevilla.

La muestra, que permanecerá abierta hasta el próximo 10 de enero, dibuja un recorrido gráfico y auditivo por los 90 años de vida de Radio Sevilla, con paneles, imágenes, sonidos y objetos de diferentes etapas históricas. Entre los hitos recogidos en esta interesante exposición se encuentran el nacimiento de Radio Sevilla; la Posguerra; el papel de Radio Sevilla en el fomento de la cultura; la apuesta por la autonomía andaluza y los primeros informativos regionales; la gran transformación gracias a la Exposición Universal de 1992, o la relación con el Sevilla y el Betis. Como curiosidades, la muestra recoge una colección de radios antiguas o el micrófono de Queipo de Llano, que se exhibe de manera permanente en el Museo Militar.

El nuevo alcalde de Sevilla conoce nuestra sede

Coincidiendo con el acto central de conmemoración en Sevilla del 150 Aniversario del Grupo Helvetia, en 2008, se llevó a cabo la apertura de la Sala Helvetia como nuevo espacio de dinamización social y cultural abierto a la participación de los sevillanos. El día 16 de diciembre de aquel año, la Sala fue inaugurada por el entonces alcalde Alf-



do Sánchez Monteseirín, a quien el director general de Helvetia Seguros, José María Paagman, cedió simbólicamente la Sala, para uso preferente por parte del Ayuntamiento de Sevilla.

Han pasado siete años y mantenemos nuestro firme compromiso con el Ayuntamiento de Sevilla. Por ello, el nuevo alcalde, Juan Espadas, ha querido conocer de primera mano esta Sala y también el Edificio Helvetia, y

para ello, visitó el pasado 17 de noviembre, nuestra sede de Sevilla, acompañado por Antonio Muñoz, Teniente de Alcalde, en una recepción que estuvo presidida por el director general de Helvetia Seguros, José María Paagman, el director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Javier García y la responsable de Comunicación y Responsabilidad Corporativa, Carmen Caballero.

Todos juntos llevaron a cabo una visita por el

edificio, construido por el universal arquitecto Rafael Moneo, en la que el alcalde se mostró maravillado por su diseño arquitectónico y por la posibilidad de acceder a otra perspectiva de la Sevilla más conocida.

Tras la visita se le hizo entrega de un recuerdo simbólico de la compañía, así como de una Memoria con información específica de la Sala y de las actividades realizadas a lo largo de estos siete años.



Soplando las velas del 25 aniversario del SICAB



El Salón Internacional del Caballo (SICAB) ha alcanzado en 2015 su vigésimo quinto aniversario superando sus propios récords de asistencia, en lo que supone la indudable consolidación de este encuentro como el principal referente mundial en torno al caballo y tercer acontecimiento socioeconómico de Sevilla.

Así, en su 25ª edición, el Salón, organizado por la Asociación Nacional de Criadores de Caballos de Pura Raza Española (ANCCE), y celebrado entre los días 17 y 22 de noviembre, superó en un 10% la cifra de visitantes con respecto al año anterior. Más de 1.100 caballos de Pura Raza Española, procedentes de 329 ganaderías, han participado en este encuentro, con una fuerte presencia de ganaderos internacionales, procedentes de países

tan diversos como Costa Rica, Colombia, Nicaragua, Guatemala, México o EE.UU.

Sólo varios días antes de la celebración, el 12 de noviembre, en la Sala Helvetia, Helvetia Seguros suscribió un convenio con ANCCE por el que nuestra compañía volvía a convertirse en uno de los patrocinadores principales del SICAB, prolongando su compromiso hasta el año 2017. Durante el acto de firma, el presidente de ANCCE, Juan Tirado, puso en valor "el destacado apoyo que nos brinda Helvetia Seguros" y mostró "la satisfacción de nuestra entidad por contar con la protección de un patrocinador de marcada solvencia en el sector, que se ha comprometido por tres años más, porque cree en nuestra organización y en el sector del caballo de pura raza española".

Por su parte, nuestro director general, José María Paagman, enmarcó este apoyo en el "destacado compromiso" que la compañía mantiene con la Responsabilidad Corporativa, "desde el impulso de acciones relacionadas con la sociedad".

Como novedad, este año, se puso a disposición de los socios de ANCCE y los visitantes del Salón el seguro Helvetia Caballos, un producto exclusivo ideado especialmente para este evento y que cuenta con coberturas de responsabilidad civil e interesantes soluciones diseñadas para este sector.

A su vez, en la zona de entrada a Fibes, se instaló un stand en el que los visitantes podían conocer más detalles sobre las garantías de esta póliza.

Reconocimiento a Stefan Loacker

En el marco de la Convención Anual, los directivos de Helvetia Seguros participaron de una recepción en el SICAB. En este contexto, y en el momento previo al espectáculo ecuestre diario, el pasado 19 de noviembre el director general del Grupo Helvetia, Stefan Loacker, recibió de manos del presidente de ANCCE, Juan Tirado, un reconocimiento por la contribución de Helvetia Seguros al SICAB y al desarrollo de la cultura del caballo en España.





Convención Anual de corredores

Como cada año, en 2015 Helvetia Seguros volvió a celebrar una Convención específica dirigida a las corredurías más destacadas que colaboran con la entidad. Se celebró a finales del pasado mes de septiembre en la localidad gaditana de Jerez de la Frontera, y en ella participaron 25 corredores.

El encuentro, como es habitual, sirvió para poner en común aspectos estratégicos de la actividad de la empresa, así como para conocer la "hoja de ruta" de la misma y las perspectivas de futuro. Se plantearon las principales novedades de la compañía con respecto a este canal de mediación, así como la presentación de nuevos productos y herramientas tecnológicas.

El encuentro estuvo presidido por el director general, José María Paagman, y también por José García, director de Ventas, junto a Jesús de Sedas, responsable del Canal de Corredores. Arropados asimismo por algunos directores de Zona y de Sucursales, los mediadores pudieron comprobar el compromiso que Helvetia Seguros mantiene con el canal de la mediación como principal canal de ventas.



Asegurando a los voluntarios de la Gran Recogida de Alimentos

Todas las marcas han sido superadas en la IV Gran Recogida de Alimentos, organizada como cada año por los Bancos de Alimentos de España. Entre los días 27 y 28 del pasado mes de noviembre, establecimientos comerciales de alimentación de todo el país se han sumado a esta gran corriente solidaria, en la que los ciudadanos han recogido generosamente el guante dando muestras de su generosidad y su sensibilidad hacia los más desfavorecidos.

En 2015, Helvetia Seguros ha vuelto a colaborar, como viene haciéndolo en los últimos años, con uno de los Bancos de Alimentos más activos para hacer posible esta Gran Recogida. Nos referimos a la Federación de Bancos de Alimentos de Andalucía, Ceuta y Melilla, con la que el pasado 24 de noviembre se suscribió un acuerdo para materializar un año más su protección como aseguradora oficial de los voluntarios de este gran evento solidario.

Bajo el lema "Juntos ahora contra el hambre de aquí", la Gran Recogida movilizó a más de 2.000 supermercados de toda Andalucía, Ceuta y Melilla, con la colaboración de 29.000 voluntarios.

La Gran Recogida fue presentada en un acto dirigido a medios en el que, junto a las principales autoridades de la Federación del Banco de Alimentos de Andalucía, Ceuta y Melilla, encabezadas por su presidente, Juan Pedro Álvarez, participó la secretaria general de Servicios Sociales de la Junta de Andalucía, Purificación Gálvez, y nuestro director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Javier García.

A su vez, a principios del pasado mes de noviembre, la Federación de Bancos de Alimentos de Andalucía, Ceuta y Melilla presentó en la Fundación Cajazol de Sevilla el Informe Anual de Bancos de Alimentos de Andalucía, Ceuta y Melilla sobre la pobreza alimentaria, realizado por la Universidad de Loyola.

El estudio recoge los datos más significativos de la labor desarrollada en 2014 por los once Bancos de Alimentos encuadrados en la Federación, como son los kilos de alimentos repartidos, el número de beneficiarios que atiende, el número de centros benéficos a los que reparte o el número de voluntarios fijos con los que cuenta, entre otros. Asimismo, el informe analiza los índices de paro y de pobreza de nuestra Comunidad, como reflejo de la situación socioeconómica actual.

Puesta de largo de los “equipos Helvetia”

Tras el verano, arranca el calendario de las competiciones deportivas. Toca presentar las plantillas, los nuevos fichajes y los objetivos para la nueva temporada. Una liturgia que supone, cada año, el refrendo por parte de Helvetia Seguros de su apoyo a los equipos que defienden nuestros colores y portan nuestro nombre en su denominación o equipación a través de la renovación de los convenios de patrocinio.

Así, el pasado 10 de septiembre, Helvetia Seguros suscribió la renovación de su acuerdo de patrocinio con el Helvetia Anaitasuna durante las próximas tres temporadas (hasta la 2017/2018). Con esta renovación, nuestro patrocinio se convierte en el más longevo del balonmano nacional, y posibilita que el equipo navarro siga consolidándose en la élite del balonmano español. No en vano, gracias a nuestro apoyo, compite por quinto año consecutivo en la Liga Asobal, y este año participa por primera vez en la competición europea EHF Cup.

En el acto de la firma, protagonizado por Iñaki Azcona, presidente de la S.C.D.R. Anaitasuna, y por el director general de Helvetia Seguros, José María Paagman, y celebrada como es costumbre en el Pabellón Anaitasuna, se presentaron también las nuevas equipaciones oficiales del conjunto navarro y las camisetas promocionales para sus socios y aficionados, que se han diseñado de forma especial para conmemorar la décima temporada de este largo y fructífero acuerdo de patrocinio.

Varios días más tarde, el 16 de septiembre, se celebraba en la Sala Helvetia de Sevilla la presentación del Helvetia Rugby, que por noveno año consecutivo cuenta con el

patrocinio de nuestra compañía. En el acto fueron presentadas las principales novedades del equipo para la temporada, con el objetivo puesto en superar el sexto puesto alcanzado la temporada pasada en la División de Honor B del rugby nacional.

Por su parte, el 25 de septiembre le tocó el turno al Helvetia Balonmano Alcobendas. El Pabellón de Los Sueños acogió la puesta de largo de la plantilla y del cuerpo técnico para la nueva temporada del equipo en la División de Honor Femenina. El acto sirvió también para inaugurar oficialmente en las dependencias del propio Pabellón de Los Sueños, el “Espacio Helvetia”. En él se ha instalado una agencia exclusiva de la ase-

guradora, dirigida por Gema Blázquez, ex jugadora del club, que tiene como objetivo el asesoramiento integral, en materia de seguros, de los socios, aficionados y miembros del Club BM Alcobendas.

Por último, el pasado 1 de octubre, Helvetia Seguros renovó su acuerdo de patrocinio con el Xerez Deportivo FC, que se extenderá hasta la temporada 2016/2017. El convenio, rubricado por el director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, Javier García, y por el presidente del Xerez Deportivo FC, José Ravelo en la Sala Helvetia, sitúa a Helvetia Seguros como patrocinador principal del equipo jerezano.



Soraya Sáenz de Santamaría con las “guerreras”

La vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, dio todo su apoyo y el del Gobierno a la selección femenina de balonmano, a la que patrocinamos, en un acto celebrado en la sede del Consejo Superior de Deportes el pasado 2 de diciembre. Sáenz de Santamaría deseó éxitos a la selección de cara al Mundial.





El #EuroHelvetia hace historia

Una de las mayores alegrías que nos han dado nuestros patrocinios deportivos en los últimos años es la clasificación del Helvetia Anaitasuna para jugar en la Copa EHF. Gracias a este hito, el equipo se ha convertido en el #EuroHelvetia, llevando nuestra marca más allá de nuestras fronteras. Pero no sólo eso. Ya que el estreno del Helvetia Anaitasuna en Europa no ha podido comenzar con mejor pie.

El 21 de noviembre fue un momento histórico para Helvetia Anaitasuna, para la sociedad Anaitasuna y para el balonmano navarro en general. Más de medio centenar de aficionados viajaron hasta Hasselt (Bélgica) para vivir en directo el debut del Helvetia Anaitasuna frente al Hubo Initia Hasselt. Un debut que se saldó con éxito (20-28), y que por unas horas convirtió la ciudad belga en una fiesta.

Álvaro Gastón tuvo el privilegio de convertirse en el primer goleador del Helvetia Anaitasuna en Europa, y es algo que nunca podrá olvidar. "Espero que pasemos a la liguilla de grupos y sigamos haciendo historia", ha comentado.

La vuelta contra el Hubo Initia Hasselt se celebró el 29 de noviembre en Pamplona. Fue también una gran fiesta del balonmano, ya que suponía el primer partido en casa de la competición europea. Y aunque no se ganó, el resultado fue lo suficiente para certificar el pase del Helvetia Anaitasuna a la liga de grupos.

Desde "En buena compañía" animamos al #EuroHelvetia a seguir haciendo historia en Europa.



II Trofeo Helvetia de Pádel en Mengíbar

Desde 2014, Helvetia Seguros también cuenta con un trofeo de pádel que lleva su nombre. El II Trofeo Helvetia de Pádel se celebró los días 27 y 28 de noviembre en Mengíbar (Jaén), concretamente en el Club de Pádel Pink Mengíbar, con gran asistencia de público, en lo que fue toda una fiesta del pádel en este municipio jiennense.

Cerca de cien personas se congregaron durante el fin de semana en este club, en el que Helvetia Seguros tuvo una presencia constante, gracias al patrocinio de la entrega de trofeos y también al *stand* que nuestro agente Antonio Barahona, de Multiservicios Bacoplus, habilitó en las instalaciones.

El Trofeo Helvetia es una prueba puntuable para el master final de la provincia. Es un *open* de consideración "Oro", con categorías para todos los niveles de juego, incluyendo como novedad una sección no puntuable para veteranos (más de 45 años).

"Como en la edición del año anterior, el II Trofeo Helvetia nos ha otorgado una gran visibilidad en Mengíbar -explica Antonio Barahona-. Somos cada vez más conocidos en el municipio, y ello es gracias a acciones de fuerte visibilidad como ésta". Además de ser interesante por la notoriedad que reportó a Helvetia Seguros, fue una acción muy positiva desde el punto de vista comercial.



El pádel también puede ser solidario

La Asociación Doble Cristal nació en agosto de 2013 como un grupo de amigos de Villafraanca de los Barros (Badajoz) con ganas de jugar al pádel y transformar ese juego en corrientes de solidaridad. Constituida como asociación sin ánimo de lucro, su principal objetivo es cooperar con entidades cuyos fines sean la integración de las personas con discapacidad, entre ellas las dedicadas al pádel adaptado. Desde entonces, Doble Cristal ha promovido numerosos proyectos solidarios, para los que cuenta con el apoyo de particulares y entidades.

Uno de los más recientes ha sido el I Open de Pádel Electrocash-Doble Cristal, un torneo solidario que se celebró en las instalaciones deportivas del Casino de Badajoz los días 29, 30 y 31 de mayo de 2015, y con el que se recaudaron fondos para proyectos de pádel adaptado y de equinoterapia.

A través de la agencia exclusiva de Helvetia Seguros, Hijos de Teito, cuya oficina se encuentra en Badajoz ha colaborado en el desarrollo de esta actividad que contó con gran asistencia de público. En ella participaron Patricia Llaguno y Eli Amatriain, campeonas del mundo de pádel, que protagonizaron un encuentro que incluyó una charla coloquio.



Agente de seguros: una interesante profesión

Organizada por el Ayuntamiento y la Cámara de Comercio de Granada los pasados 26 y 27 de octubre se celebró la Feria del Empleo. Su objetivo fue poner en contacto a personas desempleadas con empresas granadinas y profesionales de distintos sectores de actividad, así como promover charlas y otros seminarios formativos sobre empleo y emprendimiento.

El programa de actividades fue muy completo, y entre las mesas redondas que se llevaron a cabo hubo una específica, promovida por el Colegio de Mediadores de Seguros de Granada.

Dicha mesa congregó a seis compañías aseguradoras de referencia, entre las que se encontraba Helvetia Seguros. El director de Sucursal Granada, Luis Carlos González, participó en representación de nuestra entidad, dando a conocer la compañía, ofreciendo detalles sobre el Plan de Agentes de Carrera y su programa formativo como uno de los grandes alicientes para convertirse en agente de Helvetia Seguros.



Fiesta solidaria en Almuñécar

El pasado 24 de octubre, el municipio de Almuñécar (Granada) celebró en el estadio municipal de deportes "Francisco Bonet", una gran fiesta solidaria. Se trataba de la I Jornada Lúdico-Deportiva y Solidaria con Cáritas, organizada por la Policía Local del municipio, con la colaboración del Ayuntamiento y el apoyo de numerosas entidades, entre las que se encontraba Helvetia Seguros.

Fue un día intenso, lleno de actividades: deportes (fútbol 7, tenis de mesa, pádel y ajedrez), exhibición de perros policías, circuito de educación vial y muestras de baile. En una jornada de convivencia, amenizada con música y paella que permitió recabar fondos para varias familias necesitadas del municipio.

Además de estar presentes con una aportación, a través de nuestro agente Eduardo Montes, tuvimos oportunidad de hacernos muy visibles gracias a la entrega de obsequios promocionales a los asistentes.



El fútbol de base también lleva los colores de Helvetia

El apoyo al deporte de base es una constante en nuestra política de patrocinios, de manera que son numerosos los equipos modestos que gracias a Helvetia Seguros pueden seguir desarrollando su actividad y compitiendo. Uno de los equipos más recientes en incorporarse a la nómina de patrocinados por Helvetia Seguros es el de la Peña Deportiva La Herradura, equipo de Segunda Regional de Almuñécar (Granada) que desde este año compite con camisetas con la logomarca de nuestra compañía.

Esta acción ha sido posible gracias a nuestro agente Eduardo Montes, y permitirá que La Herradura siga realizando una actividad que viene de lejos. El equipo tiene cincuenta años de historia, y en este tiempo ha pasado por numerosos momentos, no todos agradables, como los duros años en que, al no disponer de campo de fútbol, hubieron de abandonar la práctica del fútbol. Hoy, gracias entre otros al apoyo de Helvetia Seguros, el equipo goza de buena salud.

De hecho, la dirección técnica sueña con el objetivo de estar al final de la temporada en la zona alta de la tabla, con la posibilidad de disputar el ascenso. Ojalá lo consigan y La Herradura vuelva a competir, como ya lo hiciera en otros tiempos, en Primera Regional.



Pesca de altura para una solidaridad de altura

No es la primera vez, y probablemente no sea la última, en que Helvetia Seguros colabora con el Concurso de Pesca de Altura "Ciudad de Chiclana", promovido por el Club Náutico Sancti Petri, con la colaboración del Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera (Cádiz). Su décimo quinta edición se celebró los días 29 y 30 de agosto, y volvió a saldarse con gran éxito de asistencia y participación.

Se trata del evento de pesca de altura más importante a nivel regional. Uno de los aspectos más valiosos del certamen es su carácter solidario y benéfico, ya que las capturas de todas las embarcaciones participantes son vendidas en el puerto. La recaudación se destina al Hogar de Nazaret, un albergue con más de 40 años de historia.

Se trata de un acontecimiento lleno de vistosidad que nuevamente contó con el patrocinio de Helvetia Seguros. Un total de 19 embarcaciones se dieron cita en el concurso, con 97 tripulantes, que durante las dos jornadas de pesca se batieron en busca del mayor número de capturas y del mayor ejemplar siendo el triunfo final para la embarcación "Barbacana".

La clausura del evento se celebró en el Hotel Fuente, con un acto de entrega de trofeos que concluyó con una animada convivencia.



Marchas procesionales con sonido "Helvetia"

La colaboración de Helvetia Seguros con la Banda de Nuestra Señora de La Oliva de Salteras (Sevilla), una de las más prestigiosas en el ámbito cofrade sevillano, viene de antiguo, y se materializa en el apoyo de la compañía a numerosos proyectos promovidos por la agrupación, tales como la app de la Semana Santa o el Premio Joaquín de la Orden. La banda pone música cada año al acto de presentación del programa de mano de la Semana Santa de Sevilla de Helvetia Seguros, "Orientación".

Un nuevo hito contribuye a fortalecer aún más la relación existente entre Helvetia Seguros y la Banda: el patrocinio de un nuevo disco. "Passio", que así se titula, tiene la peculiaridad de ser un disco grabado en directo. Concretamente, el álbum se grabó el 12 de septiembre, en una actuación ofrecida por la Banda en el Pabellón Riberas del Guadaira, de Alcalá de Guadaira (Sevilla). Se trata de once marchas, tres de ellas nunca grabadas con anterioridad y pertenecientes a compositores jóvenes de música cofrade.

El disco se presentará en los próximos meses, y cuenta con la participación activa de Helvetia Seguros.



Más originales para vender más

Nuevamente, la agencia exclusiva de Helvetia Seguros Servalba, de Huelva, llevó a cabo una original campaña comercial en el municipio para potenciar la contratación de seguros de Autos. Como ya ocurriera el año pasado, la agencia contó con la colaboración de la empresa Cristalbox, perteneciente a Asitur, para desarrollar su acción comercial.

Esta iniciativa se llevó a cabo el pasado 22 de octubre, cuando se instaló un stand en la entrada de la localidad, junto al que los vehículos podían detenerse y beneficiarse de un tratamiento "antilluvia" para las lunas y, en el caso de ser clientes, se entregaba un juego de escobillas para el parabrisas.

Según la agencia, la campaña fue todo un éxito, permitiendo no sólo la contratación de nuevas pólizas de Autos, sino también una interesante visibilidad para Helvetia Seguros y la agencia en una zona de fuerte tránsito de vehículos.



Foto: Pep Portas

Llevando el nombre de Melilla y de Helvetia por toda España

Parece pequeño, pero ya es muy grande, y va a serlo cada vez más. Pablo Cervilla es un joven regatista de la clase Optimist, natural de Melilla que, gracias al patrocinio de Helvetia Seguros, ha llevado a cabo una temporada cargada de éxitos, llevando el nombre de su ciudad (y también el de Helvetia) por toda España.

Gracias a sus triunfos en las competiciones melillenses, entre ellas el segundo puesto en la categoría sub 13 de la II Semana de Vela Ligera de Melilla, Pablo se clasificó para participar en las dos competiciones de su categoría más importantes a nivel nacional en la clase Optimist: la Copa de España, en Villagarcía de Arosa (Pontevedra), y el Campeonato de España, celebrado en Laredo (Cantabria).

La de Villagarcía de Arosa, celebrada entre los días 2 y 5 del pasado abril, fue la primera competición nacional para nuestro joven regatista. Su debut no estuvo del todo mal, teniendo en cuenta que era su primera competición a ese nivel y sufrió una avería.

Desde "En buena compañía" celebramos la pasión de Pablo y lo animamos a seguir trabajando para conseguir muchos éxitos deportivos.



Las viejas glorias del Real Madrid desembarcan en A Estrada

A Estrada (Pontevedra) fue el escenario de un divertido e importante acontecimiento a nivel local el pasado 24 de octubre: un encuentro de fútbol entre el Real Madrid de Veteranos y una selección de jugadores veteranos del municipio. Todo un acontecimiento al que Helvetia Seguros, a través de la agencia Inversia Insurance, quiso sumarse con su patrocinio.

Más de 2.000 personas se acercaron hasta A Estrada, para poder ver de cerca a muchos de los grandes jugadores que formaron parte de sus sueños futbolísticos de niños, como Paco Buyo, Amancio, Santillana... Y otros más recientes como Pavón, Contreras, Morales, Tote... Pudieron acercarse a ellos y disfrutar de una gran jornada dominada por la pasión, como explica Alejandro García, agente de Inversia Insurance y artífice de este patrocinio.

"Para nosotros es un placer y un orgullo poder colaborar con eventos como este -afirma-, que además de ayudar a dinamizar nuestro pueblo, engrandecen la imagen de Helvetia Seguros".

Antes del encuentro, el alcalde de A Estrada, José López, ofreció una recepción oficial a los veteranos del Real Madrid. El alcalde agradeció a Helvetia Seguros su apoyo a ésta y también a otras iniciativas deportivas que la compañía desarrolla.



Presentes en el Indoor de Villanueva del Ariscal

El mundo del caballo está fuertemente arraigado a nuestra cultura, y por toda la geografía nacional se llevan a cabo fiestas y manifestaciones lúdicas, culturales y sociales en torno a este animal. Decir caballo es decir cultura española, y también es decir turismo, actividad comercial y dinamismo económico.

Una de estas actividades es el Indoor que organiza la Hermandad del Rocío de Villanueva del Ariscal (Sevilla), y que en 2015 alcanzó su tercera edición. Se trata de un encuentro en torno al mundo del caballo, que en esta ocasión ha contado con el patrocinio de Helvetia Seguros.

El evento se celebró el pasado 3 de octubre en el recinto ferial de Villanueva, y Helvetia Seguros patrocinó el primer premio de la competición con la que se ponía punto y final a una convivencia en la que se llevaron a cabo otras actividades tales como un desfile de trajes de flamenca o una exhibición de carreteros.

El III Indoor de la Hermandad se saldó con gran éxito de público y asistencia, de manera que sus organizadores piensan ya en la cuarta edición. También sirvió para evidenciar, una vez más, el compromiso de Helvetia Seguros con las tradiciones y señas de identidad de su ámbito de actuación.



Un éxito inesperado contra el cáncer de mama

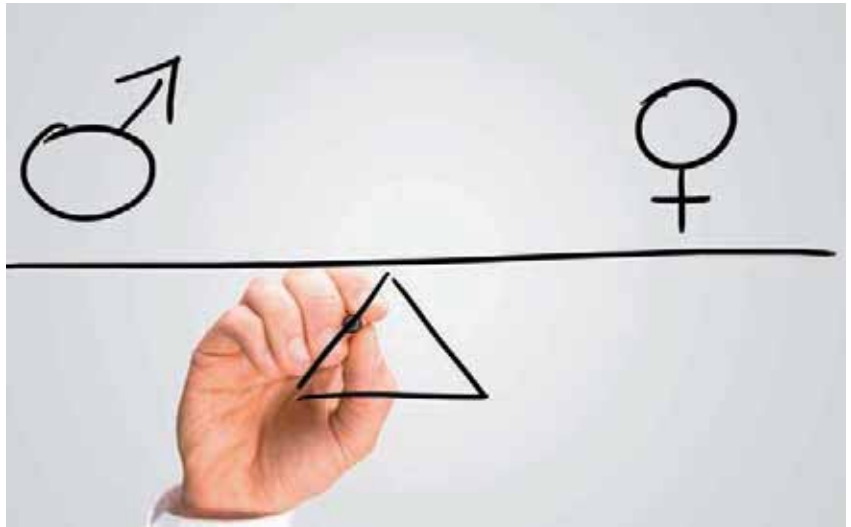
Se esperaba asistencia, pero ningún organizador podía prever que la I Marcha y Carrera Solidaria contra el Cáncer de Mama en Rota lograra congregarse, entre deportistas federados y aficionados, a más de 1.500 personas. Todo un éxito de convocatoria, que el pasado 24 de octubre convirtió el centro de este municipio gaditano en una fiesta deportiva y solidaria, que tuvo además un fuerte acento de Helvetia Seguros, gracias a la colaboración de nuestro agente Antonio García.

La carrera, organizada por la asociación Rota Lucha Contra el Cáncer (Rolucan) con la colaboración de la Delegación Municipal de Deportes del Ayuntamiento de Rota, se concibió como un encuentro familiar, ya que, al ser una marcha, podía realizarse también caminando. La carrera tenía una distancia de 5.700 metros, mientras que la marcha era de 3.000 metros, con siete categorías en función de los distintos tramos de edad.

Helvetia Seguros patrocinó la entrega de medallas, y a su vez, nuestro agente se encargó del aseguramiento de todos los corredores y de la propia organización. Fue, así, una acción con una doble vocación: comercial y de responsabilidad corporativa.

“Fue todo un éxito –explica Antonio García-. De hecho, ya se está trabajando para consolidar este evento en el calendario. Y además, sirvió para que la imagen de Helvetia Seguros saliera muy reforzada. Todo un acierto”.

RECURSOS HUMANOS



Plan de Igualdad de Helvetia Seguros

El pasado mes de octubre se publicó la tercera Memoria del Plan de Igualdad de Helvetia Seguros correspondiente al año 2014. Dentro de la planificación de medidas establecidas, durante el pasado año la Comisión de Igualdad ha venido trabajando en diferentes medidas en los ámbitos del acceso al empleo y selección, formación y retribución.

Específicamente en lo que se refiere al ámbito formativo, el pasado día 16 de octubre se lanzó un curso *e-Learning*

sobre el Plan de Igualdad, siendo obligatoria su realización para todos los empleados.

Dicho curso pretende dar a conocer el Plan, así como sensibilizar a toda la plantilla en materia de igualdad, haciendo más visible el contenido del mismo.

“Con esta medida –explica José Alberto Calvo, responsable de Recursos Humanos- se cumple con una de las vacantes dentro de la planificación de medidas de formación del Plan de Igualdad”.

SALA HELVETIA



Presentación del IV Congreso Nacional de Bandas de Música Procesional

La Sala Helvetia fue el escenario, el pasado 29 de octubre de la presentación del IV Congreso Nacional de Bandas de Música Procesional. Dicha presentación estuvo presidida por el alcalde de Sevilla, Juan Espadas, y el presidente del Consejo de Bandas de Música Procesional de Sevilla, Manuel Esteban.

Durante el acto se dieron a conocer detalles sobre este Congreso, que se ha desarrollado entre los días 5 y 8 de diciembre, incluyendo, entre otros eventos, un simposio sobre cornetas, tambores y trompetas y varios talleres y clases magistrales.

Encuentro con proveedores

El pasado día 16 de octubre, el Departamento de Riesgos Particulares, dirigido por José Félix Sánchez, llevó a cabo un encuentro con sus proveedores.

Como ya se viene haciendo desde hace varios años, los peritos, abogados, peritos médicos y demás proveedores vinculados a Daños Personales conocieron de cerca la evolución de la compañía y sus perspectivas para el nuevo ejercicio, desde una perspectiva muy orientada a los siniestros.



Segundo volumen de "Puerto Real en sus biografías"

Francisco Pérez sigue adelante con su proyecto de recuperar la memoria de su querido Puerto Real (Cádiz). Por ello, acaba de ver la luz el segundo volumen de "Puerto Real en sus biografías", una nueva obra de investigación bibliográfica en la que descubrimos a grandes personalidades nacidas o estrechamente vinculadas a dicha localidad gaditana.

El libro, editado como el anterior por "Los libros de Umsaloua", fue presentado en la Sala Helvetia el pasado 29 de octubre, con la participación del propio autor y también de Inmaculada Calderón, escritora y editora.

Entre las personalidades que desfilan por este nuevo libro se encuentran, entre otros, José Austrán de la Torre, un torero triunfador en México; Bernardo Gaviño, un alcalde reformador y urbanista; Antonio Capriles, un diplomático ministro plenipotenciario en EE.UU., o Francisco Barca del Corral, un filólogo y polígrafo krausista.



Día de la Responsabilidad Corporativa: pasión por el compromiso

Helvetia Seguros promueve una acción de concienciación en torno a la necesidad del compromiso social.



En el marco de la Estrategia de Responsabilidad Corporativa del Grupo Helvetia, la celebración del Día de la Responsabilidad Corporativa en cada una de las unidades de negocio que componen el grupo es una fecha más que reseñable.

En Helvetia Seguros el pasado 24 de septiembre se celebró el Día de la Responsabilidad Corporativa, con un programa de actividades que, en su segunda edición, tuvo como foco principal el compromiso social.

La estrategia de Responsabilidad Corporativa del Grupo Helvetia y todas sus unidades de negocio nacionales establece tres grandes ámbitos de intervención: la responsabilidad con el negocio, la responsabilidad medioambiental y la responsabilidad social. Así, si en la primera edición del Día de la Responsabilidad Corporativa, celebrada en diciembre de 2013 en la sede de Sevilla, el eje fue el desarrollo sostenible, en su edición de 2015 la celebración se articuló en torno al compromiso social.

No podía ser de otro modo, teniendo

en cuenta que en los dos últimos ejercicios la compañía ha acometido algunos importantes proyectos en materia social. Entre ellas, destaca muy especialmente la colaboración con Neuroalianza para la elaboración del primer Estudio sobre la discapacidad en el sector asegurador, totalmente pionero en el ámbito nacional, que ha derivado finalmente en la creación de "Helvetia Compromiso", la primera gama de productos adaptados a las personas con discapacidad, a sus familiares y a las personas que trabajan en dicho entorno.

Durante los días previos a la celebración, todos los empleados de la compañía recibieron una comunicación informando sobre el contenido del Día de la Responsabilidad Corporativa.

La celebración de este año, representó un nuevo hito para la compañía y también para el mundo del teatro a nivel nacional, al suponer el estreno de la obra teatral "Tan lejos, tan cerca" a cargo de la compañía de la actriz y productora Blanca Marsillach, hija del célebre autor Adolfo Marsillach, que está considera-

da una de las principales referencias en nuestro país del teatro social e inclusivo.

Éste fue, sin duda, uno de los principales acontecimientos en el programa de actividades del Día de la Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, pero no el único. El programa comenzó a primera hora de la mañana con el reparto de un obsequio a todos los empleados de Helvetia Seguros en España. En esta ocasión, el regalo fue una taza que incluía el siguiente mensaje: "Tú puedes ser el cambio que quieres ver en el mundo, el compromiso empieza en ti". La acción, como no podía ser de otra forma, tenía un componente social por doble motivo: en primer lugar, por el propio mensaje de concienciación, apelando al compromiso social; y en segundo lugar, porque en el proceso de embalaje y distribución del obsequio, había sido realizado por los empleados del centro Aturem.

Aturem es la asociación más antigua que existe en Sevilla de las que se dedican al apoyo de las personas con discapacidad intelectual. Constituida en el año 1961, y declarada de utilidad pública en



1965, fue una de las impulsoras de la propia FEAPS, que congrega a todas las organizaciones que existen en España a favor de las personas con discapacidad. Más de cien personas con discapacidad están ocupadas en sus centros.

Como parte central de la actividad, los empleados de Helvetia Seguros en Pamplona se desplazaron al Centro Cívico, para asistir a la representación. Allí se dieron cita también responsables y miembros de diversas asociaciones de personas con discapacidad. La obra contó con la activa participación de los espectadores, algunos de los cuales fueron invitados a subir al escenario. De hecho, uno de los elementos más característicos del teatro social que propugna Blanca Marsillach es la reflexión sobre la obra desde el mismo escenario, a través de un diálogo abierto y participativo.

A su vez, al finalizar el acto, Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, esbozó las principales directrices de la estrategia de Responsabilidad Corporativa de la compañía en materia social.

El balance del Día de la Responsabilidad Corporativa, según relatan los propios participantes, fue altamente satisfactorio, tanto para los empleados como para las distintas asociaciones participantes. Sirvió para que todos tomáramos un poco de conciencia sobre la importancia de la integración de las personas con discapacidad, y supuso un nuevo paso en la consolidación de la sensibilidad de Helvetia Seguros como agente comprometido con la sociedad.

Blanca Marsillach

“Es muy importante que empresas como Helvetia Seguros le den importancia a la integración de las personas con discapacidad”

¿Qué es, para que todo el mundo lo entienda, el teatro social?

Diría que es un teatro comprometido, participativo, que pretende ser una herramienta terapéutica para los colectivos poco favorecidos que se acercan a él, en cierto modo, para encontrarse a sí mismos. Como yo siempre digo, el teatro es una “tabla de salvación”, es donde naces y mueres, y es este pensamiento el que me ha llevado a dedicarme a ayudar a los demás por medio de la interpretación.

¿Cómo surge la colaboración con Helvetia Seguros?

Hace unos meses, Varela Producciones y mi compañía, tras una larga y fructífera charla con Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, descubrimos que esta compañía aseguradora tenía la misma preocupación que nosotras: incluir en la sociedad a los colectivos menos favorecidos de la sociedad y ayudarles a que su vida, en la medida de lo posible, sea más fácil, y de ahí nació esta colaboración.

¿Cuál es su balance del estreno de la obra?

Pues la verdad es que ha sido un balance muy positivo; ha sido la primera vez, que hemos trabajado con una compañía de seguros y creo que ambas partes hemos quedado muy contentas con el resultado. Gracias a que ambas entidades perseguimos un mismo fin, que es la integración de las personas con discapacidad en la sociedad, esta unión ha supuesto un intercambio de conocimientos, Varela Producciones ha aportado su experiencia en el terreno del teatro y Helvetia Seguros, su compromiso con la Responsabilidad Social.



¿Cómo fue la participación del público en este estreno?

Disfrutaron mucho la representación y en los talleres tuvimos mucha participación, que es lo que realmente enriquece esta parte de la obra; el público subiendo al escenario a improvisar con nuestros actores. Creo que todo el mundo salió muy contento y hubo personas que nos felicitaron. Fue una buena experiencia.

¿Qué valoración le merece Helvetia Seguros desde una perspectiva social?

Creo que es muy importante que empresas como Helvetia Seguros le den importancia a la integración de las personas con discapacidad, porque paso a paso, lo estamos consiguiendo, pero necesitamos mucho apoyo. España es un país mucho más abierto a la discapacidad que hace años, pero es importante que la unión venga por parte de todos los sectores. Del lado de los seguros, Helvetia Seguros está haciendo grandes progresos.

TIREA

Innovación y desarrollo tecnológico al servicio del sector

Creada en 1997, TIREA es hoy la principal referencia en el sector asegurador español en el ámbito de los servicios TICs (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones). Helvetia Seguros forma parte del grupo de entidades accionistas de esta sociedad, además de que la misma es uno de nuestros principales proveedores.



TIREA (Tecnologías de la Información y Redes para las Entidades Aseguradoras S.A.) se creó en 1997 como respuesta a la iniciativa del sector asegurador español para establecer un medio eficaz, seguro y económico que facilitara la comunicación y colaboración necesaria entre las empresas para alcanzar objetivos comunes en el ámbito de las TICs (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones).

CON UNA FACTURACIÓN SUPERIOR A LOS 17 MILLONES DE EUROS EN 2014, LA EMPRESA HA IDO AMPLIANDO SU ÁMBITO DE ACTUACIÓN DENTRO DEL SECTOR ASEGURADOR

Además de beneficiarse de sus servicios como empresa proveedora, Helvetia Seguros forma parte del grupo de entidades accionistas de esta sociedad, en la que también participa la mayor parte de las principales aseguradoras que operan en España.

Con una facturación que en 2014 superó los 17 millones de euros, a lo largo del tiempo la empresa ha ido ampliando

do su campo de actuación, abarcando progresivamente otras entidades que, sin ser propiamente aseguradoras, desempeñan su actividad dentro del sector, tales como centros sanitarios, talleres, peritos o despachos de abogados, entre otros.

Las cifras generales de los servicios ofrecidos por TIREA reflejan con bastante elocuencia el alcance de la actividad de la compañía: su servicio FIVA cuenta con más de 70 entidades adheridas, mientras que servicios como el SFE cuentan con aproximadamente 22.255 talleres y 347 proveedores de servicios de asistencia en carretera adheridos, o el CAS, con más de 1.317 centros hospitalarios públicos y privados.

Actualmente, en TIREA colaboran unos 200 profesionales, repartidos entre las diferentes áreas que componen la empresa. Su sede central se localiza en Las Rozas (Madrid), y actualmente, su Centro de Proceso de Datos está en fase de migración a Alcalá de Henares (Madrid).

El portfolio de servicios de TIREA es extenso y variado, aunque eminentemente orientado hacia el ramo de Automóviles. Así, cabría clasificar dichos servicios en:

- Servicios de soporte a la tarificación, selección del riesgo y contratación.
- Servicios de gestión de daños materiales, para facilitar el intercambio de información entre las compañías y con el Consorcio de Compensación de Seguros, referente a la gestión de siniestros, así como entre las entidades y sus colaboradores, para la facturación de los encargos realizados.
- Servicios de gestión de daños personales. En este caso, se trata de servicios que soportan la gestión de siniestros cuando se producen daños corporales, incluyendo el intercambio de información de la entidad con los centros médicos.
- Otros servicios de valor añadido, tales como detección de anomalías y prevención de fraude o gestión documental, entre otros.



Sede de TIREA.

Recientemente, la compañía lanzó iDEA, una app móvil para gestionar la Declaración Electrónica de Accidentes, lo que implicará, según la compañía, un sensible incremento en el número de usuarios de los servicios de TIREA, ya que hasta la fecha esta aplicación ha tenido más de 25.000 descargas desde los *markets* de Android y Apple.

ADemás DE BENEFICIARSE DE
SUS SERVICIOS COMO EMPRESA
PROVEEDORA, HELVETIA SEGUROS
FORMA PARTE DEL GRUPO DE
ENTIDADES ACCIONISTAS DE ESTA
SOCIEDAD

En el caso de Helvetia Seguros, nuestra compañía está adherida a la mayoría de los servicios de TIREA (CICOS, REGULA, CAS, Oficina Técnica, SDP, iDEA, FIVA, SGR, TCA Viento, SCCS, ESA, SINCO, etc.)

Sólo en 2014, TIREA gestionó para Helvetia Seguros 30.000 reclamaciones a través de la plataforma CICOS. Más de 700 peritaciones fueron solicitadas en el servicio SDP, con una tasa de éxito del 74%. Se tramitó el pago de más de

7.000 facturas a 1.852 talleres de toda España, así como más de 8.000 facturas del servicio CAS, y la gestión de más de 6.500 expedientes de lesionados.

La operativa diaria con Helvetia Seguros se lleva a cabo a través de un gestor de servicio, quien ejerce como interlocutor tanto para los aspectos comerciales como para los propios de la operación en cada uno de los servicios. Así mismo, el SAU (Servicio de Atención a Usuarios) de TIREA, operativo las veinticuatro horas del día y los siete días de la semana, es el punto inicial de contacto para la gestión de incidencias.

Según Clara Vega, responsable de Governance de TIREA, la empresa se siente muy próxima a Helvetia Seguros, ya que, como comenta, "es una compañía 'de las de toda la vida': es cercana, tradicional y con solera, rasgos que claramente la diferencian del resto. Ha sido - explica - muy colaboradora con TIREA desde los inicios, y siempre se ha mostrado dispuesta a participar en los proyectos y servicios sectoriales".

En un constante proceso de adaptación a las nuevas necesidades del sector, en los últimos dos años TIREA ha puesto en marcha diversas iniciativas, como por ejemplo, las surgidas alrededor de los cambios en el Sistema para la Valoración de Daños y Perjuicios Causados a las Personas en Accidentes de Circulación (más conocido como "Nuevo Baremo", y que tratamos en el reportaje central de este número de la revista). En este ámbito, TIREA ha llevado a cabo estudios de impacto sectorial y por entidades, así como diversas aplicaciones para facilitar a dichas entidades el cálculo de las indemnizaciones y una plataforma específica de *e-Learning*.

Otras iniciativas en las que TIREA ha estado trabajando son los servicios SGDS y GESCOL. Mientras que el primero es un servicio de apoyo a la contratación digital y a las comunicaciones fehacientes prescindiendo del papel (con el ahorro de tiempo y coste que ello supone), el segundo es una plataforma de colaboración entre la compañía y sus proveedores jurídicos.

Más crecimiento en seguros de Vida y Planes de Pensiones hasta septiembre

Los últimos datos de actividad del seguro de ICEA correspondientes a septiembre de 2015 son bastante positivos para el sector. Así, a cierre de septiembre, las aseguradoras gestionaban 203.618 millones de euros en seguros de Vida y Planes de Pensiones, lo que supone un avance del 1,67% interanual. De esa cantidad, 164.603 millones corresponden a productos de seguro, un 0,42% menos. Los restantes 39.015 millones constituyen el patrimonio de los Planes de Pensiones encomendados a gestoras de entidades del sector. Este importe ha crecido casi un 11,49% interanual.

Lo que ha descendido son las provisiones de los seguros de Ahorro, que a 30 de septiembre se elevaban a 159.267 millones, representando un descenso del 0,42%. El ahorro gestionado por el seguro de Vida individual se mantiene estable, con un avance del 0,14%; mientras que el colectivo cede un 2,19% en los primeros 9 meses. Respecto a los seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp), no hay datos para comparar: en los 9 primeros meses del año han recaudado 595 millones de euros. Hasta septiembre, 260.393 personas habían contratado una póliza de estas características.

Los ingresos por primas del seguro de Vida Riesgo se incrementaron entre enero y septiem-



bre un 6,75%, hasta los 2.855 millones. Según explica Unespa, la pujanza de esta línea de negocio se debe, en parte, a la reactivación del crédito hipotecario y de la financiación al consumo.

Comunidades, la modalidad de Multirriesgos más rentable

El estudio "Cuentas Técnicas Comparadas de los Seguros Multirriesgos" elaborado por INESE y correspondiente al año 2014 llega a la conclusión de que Comunidades fue la modalidad de seguro Multirriesgos más rentable durante el pasado año, ya que su cuenta técnica presentó un resultado del 21,11% de las primas imputadas. Comunidades también destacó por registrar el mejor ratio combinado de entre las diferentes modalidades, situándose en el 85,96%.

En cuanto al volumen de primas imputadas, Otros Multirriesgos fue la modalidad que más creció en 2014, el 5,71% respecto a 2013. En cambio, los mayores gastos de adquisición se dieron en Industriales, alcanzando el 34,31% de las primas imputadas del ejercicio, siendo los gastos de administración más altos los correspondientes a Hogar, el 3,53%.

Cambios legislativos en el sector asegurador

A partir del próximo 1 de enero de 2016, entrarán en vigor dos importantes cambios legislativos: la Ley de Ordenación, Supervisión y Solvencia de las Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (LOSSEAR), y la Ley de Reforma del Sistema para la Valoración de los Daños y Perjuicios Causados a las Personas en Accidente de Circulación, más conocida coloquialmente como el "Nuevo Baremo". Ambas tendrán una influencia determinante para el sector asegurador.

La LOSSEAR se sustenta sobre tres grandes pilares: información y transparencia, riesgo y supervisión. "La nueva Ley - explica Anto-

nio Soto, responsable de Asesoría Jurídica y Atención al Cliente de Helvetia Seguros – regula, sobre todo, el nivel de solvencia de las entidades e introduce mucho rigor en el sector". A su vez, se establecen novedades en cuanto a denominación de algunas figuras de la mediación, como es la del auxiliar. Esta información se puede consultar, en detalle, en la página web de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP): www.dgsfp.mineco.es.

En cuanto a la Ley de Reforma del Sistema para la Valoración de los Daños y Perjuicios Causados a las Personas en Accidente de Circulación, en palabras de José

Félix Sánchez, responsable de Riesgos Particulares de nuestra compañía, frente al "Nuevo Baremo", por parte de las aseguradoras, se requiere, en líneas generales, algo que en Helvetia Seguros ya son unas constantes: formación y adecuación a los nuevos requerimientos legales. De esta forma, una norma que va a requerir esfuerzos a los clientes, a los mediadores y a las compañías, en lo que se refiere a las tarifas a aplicar, debe convertirse en una oportunidad que alinee al mercado español de seguros con el del resto de Europa, lo que siempre representa un beneficio, a medio plazo, para todos los grupos de interés.

Crece el ahorro financiero de las familias

Según datos del Banco de España recopilados por Inverco, el ahorro financiero de las familias españolas volvió a crecer en el segundo trimestre en un 0,2%, y se consolida en la cota de los 2 billones de euros que alcanzó el trimestre anterior. Concretamente, el volumen de activos financieros de los hogares españoles se situó en 2,063 billones, lo que supone un incremento del 4,4% en

el conjunto del primer semestre del año. De la cifra total, los recursos que las familias se destinan a seguros y entidades de previsión social alcanzan los 229.316 millones, tras un incremento del 3,8% en el semestre, por lo que representa en el segundo trimestre el 11,1% del total de activos financieros (al cierre del primer trimestre este ratio estaba en el 11,2%).

Menos de un tercio de la población ahorra para complementar su pensión

El IV Barómetro del Ahorro elaborado por el Observatorio Inverco ofrece interesantes conclusiones sobre hábitos de ahorro en la población española. Según este barómetro, sólo un 30% de la población que ahorra lo hace para complementar la jubilación pública. Aunque no llega a un tercio de los ahorradores, supone un incremento sensible con respecto a 2011, cuando el 25% aseguraba ahorrar para tal fin. El principal motivo de ahorro es como remanente para imprevistos (50%, frente al 31% de 2011).

El 62% de los ahorradores españoles se define conservador, es decir, busca una rentabilidad razonable pero sin asumir riesgos. Mientras tanto, un tercio (33%) se considera moderado y solo un 5%, dinámicos. En 2011, el 55% del total se definía como conservador y en 2009, solo el 26%.

En este sentido, la mayoría de los ahorradores conservadores son mujeres, de aproximadamente 44 años, que contratan los productos a través de su oficina bancaria, y en el caso del perfil moderado se trata principalmente de hombres, de 42 años de media, que contratan los productos de forma presencial, a través de su oficina bancaria y con su asesor de banca privada.

El ahorro se canaliza, fundamentalmente, a través de depósitos bancarios, produc-

to con el que cuentan el 63% de los encuestados. El porcentaje de ahorradores con depósitos ha aumentado desde 2011 (56%). La segunda opción son los planes de pensiones, con un 47%, mientras que hace cuatro años el 50% declaraba tener un plan de pensiones. Además, los datos de Observatorio de Inverco muestran que los fondos de inversión están en la cartera del 29% de los ahorradores, solo un punto porcentual más que hace dos años.



Decesos, un seguro con gran capilaridad en España

Según los datos proporcionados por Unespa, Decesos es, tras Autos, el ramo con mayor capilaridad de España. Así, 20,9 millones de personas de los 46,5 millones de residentes en el país están protegidas por una de estas pólizas, de acuerdo con datos de ICEA. Lo que supone el 45% de la población.

Su implantación es particularmente destacada en Extremadura (protege al 65,5% de las personas), seguida por Asturias (62,2%) y Andalucía (58,9%). Incluso en las regiones donde el Decesos tiene un peso comparativamente bajo, su presencia sigue siendo perceptible; es el caso de La Rioja (27,1%), Navarra (21,6%) y Baleares (21,3%).

En 2014, el sector se hizo cargo del entierro de 245.629 personas, es decir, el 62% de los fallecidos. Los siniestros supusieron el pago de 753 millones de euros el pasado año, y la mayor parte de este importe fue entregado a empresas funerarias.

Madrid, capital del Seguro europeo en 2018

En 2018, la Asamblea General de Insurance Europe y la X Conferencia Internacional del Seguro se celebrará en Madrid, después de que Unespa presentara su candidatura en el mes de noviembre. Se trata de uno de los más importantes eventos que celebra el sector asegurador en todo el mundo, al que acuden cada edición unos 600 delegados de decenas de países. Será, como remarca Unespa, la primera vez que se celebrará en España un acto de la industria aseguradora de esta magnitud y relevancia.

“Helvetia Seguros ha sabido ganarse un lugar preferente en la mediación profesional”



¿Cómo, cuándo y por qué surge el proyecto de NB21?

En el año 1997, un grupo de corredurías pusimos en marcha una Agrupación de Interés Económico (A.I.E.) para tratar de enfrentarnos en mejores condiciones a las dificultades en las que ya por aquel entonces nos encontrábamos para ejercer nuestra profesión como corredores de seguros: reducción de márgenes, cesión de tareas administrativas por parte de las compañías, aumento de los costes legislativos, feroz competencia... El sector ya avanzaba entonces hacia un entorno altamente competitivo y dinámico. En 2002, se constituyó NB21 tal y como es hoy en día: una correduría de corredores, con clave única y basada en un modelo de integración de negocios.

NB21 está situada en el *top ten* de las corredurías nacionales. ¿Cómo consigue una correduría alcanzar esta situación de referencia y mantener la competitividad?

Estar en el *top ten* es un reconocimiento a nuestro trabajo. Y se ha logrado porque el modelo ha probado que es muy válido para que pequeños y medianos corredores accedan a ventajas competitivas que de una forma aislada no estarían a su alcance: mayor capacidad de inversión, descarga de tareas administrativas, acceso a un equipo humano altamente capacitado, apoyo técnico y comercial... En definitiva, mayores ingresos y menores gastos. Y con cada nueva integración, se retroalimenta el modelo.

Aunque poseen una situación de liderazgo en Galicia, tienen una vocación nacional. ¿Cuáles son los grandes objetivos de NB21 a medio y largo plazo?

Nuestro objetivo es seguir creciendo e incorporando nuevas corredurías y corredores. No tenemos prisa, y nos gusta ir paso a paso, consolidando etapas antes de conquistar nuevas metas, pero la verdad es que NB21 lleva en sus genes el crecimiento, porque del volumen derivan todas las ventajas competitivas de las cuales disfrutamos y que ponemos a disposición de cualquier correduría de este país. El objetivo final sería gozar de presencia en todas las comunidades autónomas.

¿Cree que el sector de la correduría es suficientemente conocido y valorado en el ámbito asegurador nacional?

En general, creo que en el ámbito asegurador las compañías sí aprecian el valor añadido que aportan las corredurías. Somos otro canal más de distribución, con nuestra idiosincrasia y con nuestro valor añadido.



Instalaciones de NB21 en A Coruña.

Llevan más de 5 años colaborando con Helvetia Seguros. ¿Cómo valoraría este tiempo de colaboración?

Desde una perspectiva estrictamente de marca, ¿por qué cree que es especialmente valorada una compañía como Helvetia Seguros? ¿Cuáles diría que son sus elementos diferenciales?

En el ámbito de la correduría, ¿cuáles son los principales retos que se le presentan al sector en la situación actual?

La apuesta por el canal corredores es cada vez más fuerte en Helvetia Seguros. ¿Qué aportan las corredurías como valor añadido en el mundo de la mediación?

¿En qué manera considera que las Nuevas Tecnologías, y muy especialmente Internet, pueden contribuir a una mayor competitividad del negocio?

Efectivamente, llevamos colaborando con Helvetia Seguros ya unos años y la colaboración no puede definirse de otra forma que no sea de muy gratificante. No exenta de ciertas dificultades, derivadas sobre todo del momento de mercado que estamos viviendo, pero contando siempre con la buena voluntad de todo el equipo de Helvetia Seguros. Más allá de que tengamos un negocio en común, las relaciones son muy fluidas y eso repercute de forma muy positiva en el negocio.

Helvetia Seguros es una aseguradora que goza de una gran reputación, con un reconocimiento de marca muy potente por parte de los clientes. Transmite mucha confianza, y ha sabido ganarse un lugar preferente entre las compañías de mayor prestigio, no sólo a nivel de cliente o consumidor, sino también dentro de la mediación profesional. Su elemento más diferenciador es el espíritu de servicio que caracteriza a la compañía, con su equipo humano a la cabeza. Su entendimiento de nuestra profesión es otra de las claves de su éxito.

Quizás el gran reto sea lograr sobrevivir en un sector altamente competitivo. La guerra de precios vivida en los últimos años ha provocado un descenso notable de los ingresos de las corredurías, provocando que en muchos casos se tuvieran que realizar ajustes para adecuar las estructuras a los volúmenes gestionados. Otro reto, que está siendo acelerado por la caída de ingresos, es que parece que, por fin, se ha iniciado un proceso de concentración en el sector, en el cual comienzan a proliferar asociaciones de corredores dispuestos a compartir de una u otra forma sinergias y recursos. No se nota todavía en cuanto al número de claves autorizadas por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones porque en su mayoría se trata de procesos asociativos, pero es un fenómeno que está ahí. Parece lógico pensar que cada vez habrá menos competidores, pero más grandes y mejor preparados.

Nuestro profundo conocimiento del mercado (productos, servicios, etc.), unido al amplio abanico de compañías con las que colaboramos, obliga a las aseguradoras a ser mejores cada día, a innovar y a actualizarse. En definitiva, favorecemos la mejora continua tanto de procesos como de productos que tienen que llevar a cabo las compañías para seguir siendo competitivas.

Hablar de Nuevas Tecnologías implica hablar de una mayor eficiencia y, por tanto, de una mayor competitividad. Internet es un gran escaparate, que funciona las 24 horas del día, y que está revolucionando los hábitos de consumo de los clientes. El mercado asegurador no puede ser ajeno a estas tendencias y poco a poco comienza a subirse al tren de Internet, sobre todo, desde el punto de vista de las compañías. A la mediación, en general, le va a costar más subirse a este tren, ya que requiere de inversiones importantes, que si bien pueden aportar visibilidad, no siempre son rentables. Por este motivo, modelos como el de NB21 son cada vez más competitivos, dado que permiten "socializar" inversiones, y con ello emprender proyectos que de otra forma serían inasumibles para una correduría tradicional.

Michel Elizalde. Consejero delegado de ACR Grupo

“Helvetia Seguros aporta las mejores soluciones a nuestras necesidades”



Con más de cuarenta años de experiencia, ACR Grupo se ha consolidado como empresa nacional de referencia en el ámbito de la construcción y la promoción inmobiliaria. En 2014, superaron los 90 millones de facturación, y en 2015 esperan incrementar con creces esa cifra, alcanzando los 126 millones de euros. Desde hace años confían en Helvetia Seguros el aseguramiento de muchas de sus actividades. Asimismo, la empresa ha sido la responsable de un emblemático proyecto reciente acometido para nuestra compañía: la reforma de la sede de Madrid. En esta entrevista, su consejero delegado, Michel Elizalde, destaca su colaboración con Helvetia Seguros, compañía con la que dice compartir muchos de sus valores.

Con fuerte presencia en todo el territorio nacional, ACR Grupo desarrolla diferentes actividades en otros países, compartiendo con Helvetia una vocación internacional. ¿Es buen momento para la internacionalización de los grupos constructores españoles?

Desde el comienzo, en ACR tuvimos claro que era necesaria la búsqueda de nuevos mercados para evitar estar expuestos a posibles crisis como la vivida en España. Ampliar los horizontes nos ha permitido ver otra manera de hacer las cosas y nos ha enseñado a competir en mercados donde no eres conocido y debes aportar un valor añadido a los clientes. En nuestro caso, comenzamos nuestra internacionalización en el año 2006 y hemos contado con presencia en países como Francia y Polonia, pero actualmente, centramos nuestros esfuerzos en Latinoamérica, en concreto en Colombia, un país en el que observamos un gran potencial. Desde ACR seguimos estudiando y valorando las opciones que nos ofrecen otros mercados, pero ahora mismo nuestra prioridad es España, donde se concentran la mayor parte de nuestros proyectos.

Más de 40 años de trayectoria avalan a ACR Grupo. En un sector que en los últimos tiempos ha sido tan vapuleado como el suyo, ¿en qué les está ayudando esa experiencia?

La experiencia nos ha servido para ser cautos y prudentes, y gracias a eso, hemos logrado superar la crisis de una manera positiva, incluso con cifras de crecimiento positivas. Esta manera de entender el negocio también nos lleva a ser precavidos con la recuperación del sector y continuar con nuestra estrategia de evaluar con el máximo detalle y rigurosidad cada uno de los proyectos que ejecutamos, ofreciendo al cliente la mayor calidad, adaptabilidad y compromiso, sin asumir riesgos innecesarios.

Al mismo tiempo, ACR Grupo es todo un referente en la innovación aplicada a la construcción. ¿Queda aún terreno para avanzar en el ámbito de la innovación en su sector?

Estamos convencidos de que la innovación es fundamental y necesaria, y somos conscientes de que siempre se puede dar un paso más en nuestro sector. Tenemos muy presente que las necesidades de nuestros clientes cambian de manera constante y desde ACR debemos buscar soluciones a esas nuevas demandas. Hemos trabajado en la flexibilidad y adaptabilidad de las viviendas y actualmente, estamos adoptando diversos estándares punteros en lo que se refiere a la tecnología, como el uso de las metodologías LEAN o BIM en nuestros proyectos.

Nunca ha estado tan de moda como ahora el concepto de construcción sostenible. Desde ACR lo demuestran con muchas de sus propuestas. ¿Hacia dónde se encamina la construcción en el ámbito de la sostenibilidad?

Para nosotros, la sostenibilidad es uno de los ejes sobre los que debe girar la actividad de la construcción. Los clientes y los constructores se muestran cada vez más comprometidos y, lo que es más importante, convencidos de que es necesario apostar por ella. En ACR llevamos tiempo aplicando este concepto en todas nuestras áreas de negocio. Desarrollamos reformas y rehabilitaciones que permiten mejorar la eficiencia energética de los edificios, promovemos y ejecutamos proyectos con la mayor calificación energética (A), estudiamos nuevos materiales y procesos que nos permitan ser más eficientes, etc. En definitiva, incorporamos la sostenibilidad como uno de los factores fundamentales dentro de cada proyecto que desarrollamos.



Imágenes de la intervención de ACR Grupo en la sede de Madrid de Helvetia Seguros.

De estos años de crisis, ¿qué han aprendido?

Creo que la crisis nos ha enseñado que los excesos y asumir excesivos riesgos no es positivo para ningún sector. También ha servido para demostrar que aquellos que hacen las cosas bien, sin dejarse llevar por euforias o desarrollos exacerbados, no sólo pueden superar una crisis como la que hemos vivido, sino que incluso pueden salir reforzados.

Para Helvetia Seguros han desarrollado un proyecto que concilia innovación y vocación medioambiental: la reforma de la sede de Madrid. ¿Cuál es su valoración sobre este renovado espacio?

No cabe duda de que es un proyecto realmente destacado, especialmente, por el grado de complejidad que conlleva desarrollar cualquier tipo de obra en edificios con carácter histórico. En este caso, nos encontrábamos ante una construcción de finales del siglo XIX. Tuvimos que adecuar los espacios a las necesidades reales, modernizándolos y dotándolos de la funcionalidad necesaria de una oficina, sin renunciar a un diseño acorde con la imagen general de Helvetia Seguros. Asimismo, hemos tenido muy presentes los requisitos del cliente, adaptándonos y ofreciendo nuestro máximo compromiso con el desarrollo y ejecución de proyectos.

Cuentan precisamente entre sus empresas con ACR Rehabilitación. Con la degradación paulatina de lo ya construido, frente a un cierto exceso de oferta en nuevos suelos, ¿no está llamada la rehabilitación a tener un peso cada vez mayor?

Desde ACR consideramos que la rehabilitación es un área con un enorme potencial de crecimiento. El mantenimiento y adecuación de espacios en el centro de las ciudades es cada vez más necesario y ofrece múltiples posibilidades. Además, desde la Unión Europea cada vez se desarrollan más normativas que incorporan nuevos criterios de eficiencia energética y sostenibilidad. Así supimos verlo en el grupo en el año 2006, momento en el que apostamos por desarrollar un área especializada en la rehabilitación. El tiempo nos está dando la razón y hemos podido ir reforzando constantemente esa línea iniciada hace casi diez años.

Confían en Helvetia Seguros para asegurar buena parte de su negocio. ¿Qué opinión les merece como compañía?

Helvetia Seguros es una compañía que aúna el conocimiento del sector en España con la garantía que ofrece un grupo asegurador internacional. Además, comparte con nosotros muchos de los valores principales a nivel de compañía, como la atención y el trato personalizado hacia el cliente o un alto grado de solvencia.

Un negocio tan complejo como el que representa ACR Grupo precisa, suponemos, de gran cantidad de proveedores de confianza. ¿Qué esperan de sus proveedores?

Buscamos que nuestros proveedores tengan unos valores y un modo de entender el negocio como el nuestro, es decir, orientación al cliente, compromiso con los plazos fijados, la máxima calidad y adquisición como propios de los retos y necesidades que plantean nuestros clientes.

Y en el caso de Helvetia Seguros, ¿responde adecuadamente a sus necesidades?

Para una empresa como ACR, es básico contar con una buena compañía que proporcione la seguridad necesaria para llevar a cabo nuestra actividad con las mayores garantías, y Helvetia Seguros aporta las mejores soluciones a nuestras necesidades.

Nuevos productos, más soluciones para el cliente y para el mediador

Helvetia Seguros comercializa nuevos productos de protección de Obras de Arte y de Instrumentos Musicales, al tiempo que ha renovado sus gamas de Transporte e Ingeniería. Todo, con la vista puesta en ofrecer más soluciones de aseguramiento a nuestros clientes y un catálogo más amplio para nuestros mediadores.

Desde comienzos de noviembre se comercializan dos nuevas pólizas: la de Obras de Arte y la de Instrumentos Musicales Penta. Se trata de dos productos altamente específicos pensados para un *target* de mercado muy concreto.

Helvetia Obras de Arte es un exclusivo producto para quienes quieran mantener a salvo su patrimonio artístico. Está especialmente diseñado para coleccionistas privados, museos, fundaciones, galerías y organizadores de exposiciones. Se trata de una póliza "Todo Riesgo" a medida, que incluye coberturas de daños materiales (principalmente robo, incendio, daños por agua, daños accidentales y hurto de los bienes asegurados), y

de transporte de las piezas, en su modalidad "clavo a clavo".

Por otra parte, Helvetia Instrumentos Musicales Penta es un seguro idóneo para coleccionistas, músicos profesionales, conservatorios, bandas de música y grandes orquestas. Está especialmente pensado para los propietarios de instrumentos musicales que no quieran arriesgar en la conservación de su instrumento, ya sea en el momento del transporte durante los traslados y estancias o debido a algún accidente durante su utilización.

De nuevo se impone la flexibilidad, ya que el producto se adapta a las necesi-

dades específicas de cada cliente, permitiendo la contratación de coberturas temporales o seguros de duración anual, así como elegir el ámbito de aplicación (nacional, europeo o mundial).

La póliza implica la puesta a disposición del cliente de un servicio exclusivo de luthiers y profesionales especializados que se ocupan de la reparación del instrumento en caso de siniestro.

Junto a estos nuevos productos, Helvetia Seguros ha llevado a cabo la renovación de su gama de Transportes e Ingeniería.

En el caso de Transportes, la nueva gama ofrece una cobertura más amplia y flexi-



¿Pasión?
"Pasión es cruzar todas las fronteras".
El amor, el conocimiento, la amistad, la pasión.



Helvetia Transporte de Mercancías
Sea cual sea tu pasión,
estaremos siempre a tu lado.

Tu aseguradora somos. **helvetia**

ble en el ámbito terrestre, marítimo y aéreo, con opciones que garantizan la responsabilidad civil contractual derivada de la pérdida total o parcial de la mercancía durante su desplazamiento. Estas cobertu-

¿Pasión?
"Para mí, pasión es hacer que todas las piezas encajen".
El amor, el conocimiento, la amistad, la pasión.



Helvetia Ingeniería
Sea cual sea tu pasión,
estaremos siempre a tu lado.

Tu aseguradora somos. **helvetia**

ras son idóneas para transportistas, transitorios, agentes de aduanas, etc.

Respecto a la gama de Ingeniería, Helvetia Seguros presenta una imagen renova-

da dentro de su oferta dirigida a empresas de ingeniería y construcción, que incluye los productos de Helvetia Todo Riesgo de Construcción, Helvetia Avería de Maquinaria, Helvetia Decenal de la Construcción y Helvetia Equipos Electrónicos.

Las características de los nuevos productos pueden consultarse en la web de Helvetia Seguros. Asimismo, la compañía está llevando a cabo una campaña de difusión a los mediadores a través del correo electrónico y de informaciones en el portal B2B.

Tanto los nuevos productos como la renovación de los ya existentes suponen indudables mejoras en la oferta de Helvetia Seguros, que se dejan sentir en los siguientes aspectos:

- Nuevas condiciones generales, particulares y cláusulas.
- Mejoras en la emisión.
- Productos segmentados que facilitan la contratación y mejoran su claridad.
- Posibilidad de emitir certificados de mercancías y arte *online*.
- Nuevas garantías en Helvetia Todo Riesgo de Construcción, Helvetia Avería de maquinaria y Helvetia Decenal de la Construcción.



"Pasión es conseguir que la música no sea sólo una partitura".

All that jazz

Patxi Tapiz, Departamento de Desarrollo Informático de Helvetia Seguros

Colaborador en diversos medios especializados, y un referente en el ámbito de la crítica del jazz, es además el creador de uno de los portales especializados de mayor prestigio en este género en habla hispana.

Dentro de dos años, se conmemorará formalmente el primer centenario del jazz como género musical, ya que la primera grabación de una canción de jazz, a cargo de la Original Dixieland Jazz Band, data del año 1917. Será una fecha que seguro que celebrará Patxi Tapiz, integrante del Departamento de Desarrollo Informático de Helvetia Seguros, si bien él tiene razones más que fundadas para matizar: "El jazz tiene bastante más de cien años. Se tocaba mucho jazz antes de que fuera grabado por primera vez". No seremos nosotros quienes se lo discutamos, ya que si de algo entiende Patxi (además de Informática, y también de Estadística y Matemáticas: es profesor de estas materias en la Universidad Pública de Navarra y en la UNED), es de jazz. De hecho, fue el fundador de www.tomajazz.com, uno de los portales especializados en jazz más importantes en el mundo de habla hispana, en el que actualmente colaboran más de 30 personas.

Al jazz, Patxi llegó por curiosidad. Y es la curiosidad lo que de hecho mantiene viva su afición. Una curiosidad musical que trasciende el género, y le lleva a escuchar todo tipo de música. Él comenzó escuchando, como muchos de sus amigos, rock duro y heavy metal, aunque su gusto fue puliéndose pronto y derivando hacia el rock clásico. Del rock pasó al blues, y del blues al jazz el camino ya era menor. Y como suele ocurrir en estos casos, se produjo el "advenimiento" del disco que propició ese tránsito de inflexión: *Jam sessions from the Vault*, del trompetista Buck Clayton, o más concretamente el tema que abría el disco, "All the cats join in". "Cuando escuché aquel tema, dije: esto es lo que de verdad me gusta", recuerda. Tenía unos veinte años, y aunque antes ya ha-



bía escuchado a maestros como Duke Ellington o Louis Armstrong, el ritmo y los fraseos de aquel trompetista lo cautivaron, y empezó a tirar del hilo: "En cada disco hay miles de pistas que te

SI HAY UNA PALABRA QUE DEFINE EL GUSTO MUSICAL DE PATXI, ESA SERÍA ECLÉCTICO. YA QUE, AL CONTRARIO DE MUCHOS PURISTAS DEL JAZZ, ÉL DISFRUTA IGUAL DEL BEBOP QUE DEL FREE JAZZ O DEL JAZZ FUSIÓN

llevan a otros discos. Cada músico que figura en una grabación es una puerta abierta a otra discografía. Hay un efecto dominó".

Si hay una palabra que define el gusto musical de Patxi, esa sería "ecléctico".

Ya que, al contrario de muchos puristas del jazz, él disfruta igual del bebop que del free jazz o del jazz fusión. "Me puedo sentir tan deslumbrado por discos de Armstrong de los años 20 como por discos grabados en enero de este año", explica Patxi, aunque es cierto que tiene una debilidad: la improvisación. "Me deslumbra la improvisación, y aún más lo que se llama la libre improvisación no idiomática, en la que los músicos se unen para tocar sin tener nada escrito, ningún programa de referencia. Surgen magníficas ideas y planteamientos musicales en esas reuniones", comenta. Y no deja de resultar algo chocante, viniendo de la boca de un matemático, a quien uno le presupone cierta tendencia a la precisión, escuchar que "la improvisación es una fantástica experiencia, que está incluso presente en los actos religiosos, donde el organista está muchas veces obliga-

do a improvisar para acoplarse a los ritmos de la ceremonia”.

Hace tiempo que Patxi perdió la cuenta del número de discos que posee. Lo que sabe seguro es que son más de 5.000. Tanto volumen le ha obligado a optimizar la metodología de almacenamiento: cada disco que recibe, cuando se puede, es introducido en unas fundas de plástico finas y flexibles que permiten una mayor acumulación. Además, por precaución, todo el material que recibe es pasado a formato digital.

Los discos le llegan de muchos sitios, de las casas discográficas o incluso de los propios artistas, y él les da cobertura, bien mediante sus habituales colaboraciones en medios de prestigio como *Ruta 66* o *Más jazz*, bien a través de su web, con críticas, entrevistas o incluso, en los últimos tiempos, entradas de *podcasts*. Es su última innovación, la grabación de audios en los que reflexiona sobre algún aspecto relacionado con el jazz, introduciendo cortes o temas completos. “He tenido experiencias en radio, y desde hace cuatro o cinco temporadas colaboro con el programa *La casa del mundo*, un programa de radio por Internet que realizan unos amigos de Almendralejo, con una sección específica sobre jazz. Eso me hizo preguntarme: ¿por qué no subo *podcasts* al portal?”. Este audioblog, que lleva por título “Hablando de oídas”, está a disposición de los visitantes de www.tomajazz.com, y ya cuenta con más de cuarenta entregas.

En general, todo lo que envuelve a www.tomajazz.com es un reto. Nació como una aventura solitaria en el año 2002, y trece años y un buen número de cambios más tarde se ha convertido en el epicentro de una ingente comunidad *online* en torno al jazz, con sus espacios en Twitter y Facebook en los que Patxi hace sus “pinitos” como *community manager* aficionado.

Casado y con dos hijos, de una manera suave, nunca impositiva, ha sabido cultivar en su familia la pasión por la música. Tanto Miguel, de 14 años, como Rubén, de 11, tocan instrumentos musicales, el mayor el violín y el segundo la viola. A los

Algunos discos imprescindibles

Pistas imprescindibles para amar el jazz para siempre, según Patxi Tapiz.

Ornette Coleman. *Free Jazz*. “La portada es un cuadro de Pollock. El disco dio título a una corriente imprescindible del jazz... Rompiendo normas y creando lenguajes”.

Miles Davis. *Kind of Blue*. “El disco de jazz más vendido de la historia... y con razón. Una obra maestra”.

John Coltrane. *A Love Supreme*. “Cualquier disco de Coltrane a partir de 1960 es un disco a tener en un altar, pero este es un clásico en cualquier lista de discos más influyentes en las últimas décadas... y que no tiene que ser una lista de discos de jazz”.

Peter Brötzmann. *Machine Gun*. “Un clásico del free jazz a la europea: todavía no ha perdido un ápice de su rabia y su energía”.

Thelonious Monk: cualquier grabación. “Es una debilidad, lo sigo escuchando y me sigue transportando a sitios insospechados”.

Charlie Parker: cualquier grabación. “En los años 40 Bird puso patas arriba el jazz; durante un período de mi afición al jazz fue lo único que me dediqué a escuchar”.

Anthony Braxton. *Six Compositions: Quartet*. “Braxton... otra debilidad, un músico con un lenguaje propio, un genio con pintas de profesor universitario, aficionado al ajedrez... que no se complica a la hora de poner título a sus temas; en esta grabación está mi tema favorito de Braxton, *Composition 40B*”.

Albert Mangelsdorff. *Trombirds*. “Una genialidad a trombón solo: técnica, imaginación, creatividad, melodías...”.

Abe Rábade. *Tránsitos*. “Un CD y un DVD recién publicados por el trío de este pianista gallego más la orquesta Real Filharmonía de Galicia. Su música aumentada... que no corregida, sino mejorada. ¿Y estos son músicos nacionales? No creo, comenta alguien en voz alta...”.

dos, además, les encanta acompañar a Patxi a los conciertos de jazz, al igual que a su mujer, Sera, que se ha aficionado a realizar fotografías de dichos conciertos. “Pero cuando vamos en coche —matiza Patxi— acepto la música que cualquiera proponga, *Los 40 Principales*, rap, Serrat o lo que cualquiera plantee”.

Porque no es que Patxi escuche sólo jazz. Le encanta descubrir cosas nue-

vas, de todo tipo, y eso incluye por supuesto la fusión. “Se están llevando a cabo proyectos interesantísimos no sólo en la fusión entre distintos estilos musicales, sino también entre diversas disciplinas artísticas”, sostiene, poniendo como ejemplo el de su amigo Ramón López, baterista que vive desde hace años en París y que lleva a cabo performances con solos de batería improvisando sobre proyecciones de dibujos animados.

Adoración Oliver, responsable del Centro de Servicio Madrid



“Todo el personal debería dirigir sus esfuerzos a la fidelización del cliente”

En este número nos toca conocer y confrontar las opiniones del director de Ventas de Helvetia Seguros, por un lado, y la responsable de un Centro de Servicio, por otro. Dos perfiles que, aunque a distinta escala, forman parte del organigrama ejecutivo de Helvetia Seguros. ¿Qué aspectos estratégicos consideráis que a veces tienden a pasar desapercibidos para el resto de la organización?

A los dos, desde vuestras respectivas funciones, os une el hecho de ocupar puestos de responsabilidad y de coordinar equipos humanos. Detengámonos primero en la responsabilidad. ¿Cómo definiríais ese término desde vuestra experiencia de tantos años?

José García, director de Ventas



“Debemos estar más orientados a formar a nuestros agentes para que sean completamente autónomos”

Adoración Oliver: Creo que todo el personal no comercial de la compañía debería dirigir sus esfuerzos no sólo a conseguir los objetivos propios de nuestra área sino también a la fidelización de nuestros clientes, que son en última instancia los que van a hacer que crezca nuestra empresa. En Helvetia Seguros, precisamente, existe un proyecto estratégico llamado Lealtad del Cliente, dirigido precisamente a incrementar la orientación al cliente en todas las áreas de la empresa, no solo la comercial.

José García: A mi entender, creo que no percibimos con total claridad el cambio que se está produciendo en la relación cliente/compañía, propiciado por la aparición de otro tipo de competidores, por la incorporación de los nuevos aplicativos informáticos, (*smartphone*, PC, Internet, etc), por tener que dar cobertura a los segmentos jóvenes, etc. El cliente de hoy demanda otro tipo de servicio con mucho mayor contacto y con una expectativa más amplia que hace unos años. Esto requiere una adaptación por parte de Helvetia Seguros de las herramientas y del servicio, tanto por parte de nuestros mediadores como de nosotros como empleados.

A.O.: En mi caso, aprendí hace muchos años en un curso de Dirección de Personas lo siguiente: “Un jefe puede delegar tareas pero nunca se delega la responsabilidad”. A partir de este principio, lo que un buen jefe debe hacer es planificar bien las tareas a delegar, ocuparse de que el personal a su cargo esté bien formado para realizarlas y por supuesto controlar que se están cumpliendo siguiendo los procedimientos establecidos.

J. G.: Bueno, la responsabilidad es algo inherente a cualquier integrante de Helvetia Seguros, no sólo a partir de determinado nivel en el organigrama de nuestra empresa. Si cada uno de nosotros no tomamos decisiones hasta el nivel que nos compete, sería muy complicado que la compañía funcionase de forma ágil y sería imposible ser eficientes. En esa línea, para mí la responsabilidad es tomar decisiones basadas en nuestros principios y en nuestras habilidades, que contribuyan al funcionamiento que se requiere de nuestra compañía, siempre con la visión más amplia posible de las cosas.

Adoración Oliver

Una frase que odiabas escuchar de pequeña: “Esto se hace así porque lo digo yo”.

Aún recuerdas como si fuera ayer aquel día: Con 16 años y con minifalda empecé a trabajar en la compañía, en el Departamento Comercial.

Una ciudad que no sea la tuya: Cualquiera que tenga vistas al mar, es mi debilidad.

Un olor que siempre te transporta: El de romero, lavanda y tomillo en el campo en primavera.

Piensas en él/ella, e instantáneamente sonríes: Siempre en mi madre, que se fue muy pronto.

Una frase que grabarías y enmarcarías en el salón de tu casa: “Lo bien hecho, bien parece”.

Una moda que siempre te resultó horrible: La de los 70: pelo en la cara y pantalones campana.

La mejor década fue: La de los 80, se respiraba libertad en todos los ámbitos.

Con la edad, una va aprendiendo a: Ser más reflexiva y menos primaria.

Algo que últimamente te dicen bastante: Que soy genio y figura.

El/La mejor cantante de todos los tiempos ha sido: Los Beatles.

Una manía doméstica cotidiana: El orden, creo que nos pasa a los nacidos bajo el signo de Virgo.

Esperas que los Reyes Magos te traigan: Siempre pido dos cosas porque también es el día de mi santo, pero para 2016 me conformaría con que se reduzca el paro, sobre todo el juvenil.

José García

Una frase que odiabas escuchar de pequeño/a: “Tómame el vaso de leche”.

Aún recuerdas como si fuera ayer aquel día: El desayuno del día de mi Primera Comunión.

Una ciudad que no sea la tuya: Lisboa.

Un olor que siempre te transporta: El de la flor de la jara.

Piensas en él/ella, e instantáneamente sonríes: Mi mujer y mis hijas.

Una frase que grabarías y enmarcarías en el salón de tu casa: “Hoy puede ser un gran día”.

Una moda que siempre te resultó horrible: La ropa de los años 60.

La mejor década fue: Los 90.

Con la edad, uno va aprendiendo a: Valorar las cosas que tiene.

Algo que últimamente te dicen bastante: No te sulfures.

El/La mejor cantante de todos los tiempos ha sido: Camarón de la Isla.

Una manía doméstica cotidiana: Obsesión por las cosas extraviadas.

Esperas que los Reyes Magos te traigan: Una sorpresa.

Por lo que respecta a la gestión de equipos, ¿cuáles creéis que son las claves para un trabajo en equipo eficiente y productivo?

A.O.: En primer lugar, conseguir que el personal del grupo realmente se convenza de que tiene más valor el resultado global del equipo que el de cada persona a nivel individual. En segundo lugar, todos los integrantes del equipo deben tener una formación adecuada y actualizada en el tiempo, porque se producen cambios muy rápidamente. Y en tercer lugar, hacerles partícipes periódicamente tanto de temas que les afectan directamente en su trabajo como de otros que les pueden interesar como empleados de la compañía: evolución de la empresa, desarrollo de las acciones planificadas, seguimiento de indicadores, novedades (nuevos productos, nuevas oficinas, nuevos nombramientos, etc.).

J.G.: Creo que antes bastaba con confiar en las grandes “individualidades” que tenemos y potenciar las habilidades de los integrantes de un equipo. Hoy es necesario añadir un método y sistema de funcionamiento homogéneo para que todos caminemos hacia el mismo objetivo y con un mismo ritmo. Aún recuerdo una experiencia anterior, cuando comencé a trabajar en una entidad financiera. En aquellos años contaba con un sistema donde cada día había que terminar todas las operaciones que habían entrado en el circuito de servicio montado sin que ningún empleado pudiera interrumpir la cadena. Debemos ser críticos con nosotros mismos y ser conscientes que no estamos contribuyendo al impulso de Helvetia Seguros si se deja para mañana vender una póliza, tramitar un siniestro o atender a un cliente.

Entrevista

También tenéis en común vuestra veteranía. Tanto en el ámbito comercial como en el relacionado con los servicios vinculados a nuestra actividad se han producido importantes cambios en los últimos años. En el caso del sector, y dentro de vuestros respectivos ámbitos, ¿cuáles diríais que han sido los principales?

Centrémonos en Helvetia Seguros. ¿Podríais apuntar una fortaleza destacable de la compañía en cada una de vuestras áreas de actividad? (José García en la actividad comercial, y Adoración en el caso de los Centros de Servicio y gestión interna).

Y ahora más difícil. ¿Algún aspecto en el que todavía es posible avanzar y mejorar?

Tanto en la relación comercial (José García) como en la gestión de los asuntos cotidianos que se refieren al mantenimiento y la gestión de las pólizas con los clientes (Adoración Oliver), el trato con el mediador debe ser constante, productivo y dinámico. ¿Cómo valoráis, de manera general, la relación de Helvetia Seguros con los mediadores?

A.O.: En los últimos años gran parte de los cambios han venido de la mano de la tecnología, que en el caso de tramitación de siniestros nos ha permitido logros como conseguir la “oficina sin papel” al tener todos los documentos escaneados, simplificar muchos procedimientos con el consiguiente ahorro de tiempo o mejorar y agilizar las comunicaciones con nuestros clientes, mediadores, proveedores, etc.

J.G.: Diría que la aparición de la multidistribución, que ha hecho aumentar el número de competidores y ha removido completamente el sector, lógicamente acompañada por las nuevas aplicaciones y herramientas informáticas. Esto ha modificado completamente el conocimiento de los productos por parte de los clientes, los precios y los plazos de respuesta.

A.O.: En el caso de los centros de servicio, nuestra fortaleza sigue siendo que, al contrario que ocurre en otras compañías en las que no se puede acceder al tramitador directamente o existe un acceso restringido (por ejemplo de 10 a 12 horas), nuestros tramitadores, los responsables de grupo y los responsables de los centros somos accesibles para nuestros mediadores y clientes siempre que es necesario, para lo que nos hemos incluso inventado una palabra: “Tramiempatía”, que es igual a tramitar con empatía.

J.G.: Tenemos un posicionamiento en el canal de mediadores con una base muy sólida de agentes muy fieles a Helvetia Seguros, lo que nos da bastante estabilidad y seguridad ante cambios bruscos del mercado. De igual forma, tenemos una amplia red de sucursales que nos permiten ser cercanos a nuestros agentes y dar un trato muy personal, lo que marca una línea clara de diferencia respecto a otras entidades que han apostado por una centralización y un servicio solo sustentado en plataformas poco personales.

A.O.: Con el fin de mejorar el servicio al cliente, que es nuestro objetivo final, tenemos todavía algunas asignaturas pendientes, y entre ellas conseguir la unificación de todas las aplicaciones informáticas que utilizamos en nuestro trabajo en un único entorno que nos permitirá ahorrar “tiempos muertos”, para poder dedicar nuestros esfuerzos en agilizar nuestras comunicaciones e informaciones con nuestros clientes.

J.G.: En la profesionalización de una parte de nuestra red comercial, es un problema endémico del sector del seguro el elevadísimo número de mediadores existentes, que hace imposible dar un servicio acorde con los tiempos que vivimos, cuando hoy las circunstancias mandan un alto grado de formación de los agentes que permita una especialización para poder seguir siendo competitivos. También debemos mejorar en el método de trabajo en el equipo del Área de Ventas, donde cada día cuesta más encontrar diferencias entre las funciones que debe realizar un comercial interno, un asesor comercial o un director de sucursal. Estamos intentando tener un sistema único de trabajo donde cada componente comercial preste un servicio mucho más global. A nivel de compañía, debemos mejorar las aplicaciones que permitan una verdadera eliminación “ya” de muchos procedimientos administrativos que en la mayoría de los casos no aportan ningún valor y son un impedimento para que nos podamos dedicar a funciones mucho más comerciales.

A.O.: Dado que Helvetia Seguros es una compañía de tamaño medio, todavía nos podemos permitir el lujo de decir que conocemos a nuestros mediadores, sabemos de dónde son e incluso en algunas jornadas formativas o en algunas visitas tenemos la oportunidad de compartir mesa con ellos, con lo que nuestros tramitadores los consideran compañeros “en distancia”, ya que tratan con ellos diariamente.

J.G.: Entiendo que nuestra relación, en general, es buena y está bien valorada por nuestra red comercial, si bien nuestro cometido ha cambiado de forma drástica en los últimos años. Hoy, debemos estar más orientados a formar a nuestros agentes muy bien para que sean completamente autónomos. En la actualidad, tener a un agente que dependa de nosotros se ha convertido en un demérito, cuando hace unos años engrandecía nuestra labor y nuestro papel en la empresa.

Imaginamos que han sido muchos, pero ¿podrías quedarnos con un recuerdo dentro de vuestra trayectoria en la empresa que conservéis con especial cariño o simpatía?

A.O.: Nunca olvidaré un detalle que tuvo conmigo la Dirección de la empresa: estando embarazada de ocho meses de mi primer hijo, me dieron la oportunidad de ejercer mi carrera como economista ofreciéndome un puesto de responsabilidad trabajando en colaboración con un directivo que vino de Suiza y que en aquel momento ni sabía hablar español. Trabajando juntos, él aprendió español y yo aprendí a manejar hojas de cálculo, a modernizar nuestras comunicaciones, documentos y oficinas y otras muchas cosas.

J.G.: Sin duda me quedo con los compañeros que, por el hecho de trabajar aquí, he podido conocer. Muy especialmente de algunos que por desgracia ya no nos acompañan, siendo continuos los pensamientos que llegan a mi mente sobre recuerdos, anécdotas y vivencias que he tenido con ellos durante muchos años.

A debate: La retención de los clientes



En su estrategia de potenciar una mayor lealtad del cliente, Helvetia Seguros viene trabajando de forma estrecha con los mediadores para el desarrollo de medidas y herramientas pensadas para favorecer la retención. ¿Cuál es, según vuestro criterio, el camino más corto y más eficaz para lograr dicha retención?

A.O.: En nuestra Área estamos trabajando en el proyecto de Lealtad del Cliente y en la parte que nos afecta directamente se han acometido medidas como la creación de la figura de los Agentes Élite, la elaboración de un Protocolo de Actuación para clientes VIP, la realización de auditorías de nuestros proveedores o la realización de cursos de atención telefónica.

J.G.: Mejorar el servicio para podernos diferenciar por el valor que este aporta hacia el cliente de Helvetia Seguros, y evitar cualquier tentación de nuestros clientes por el "factor precio".

¿Creéis que los mediadores pueden sacar más provecho aún de las herramientas que Helvetia Seguros pone a su disposición para potenciar la retención?

A.O.: Todo es mejorable, pero me consta que con la implica-



ción de todas las áreas de la compañía se están haciendo grandes esfuerzos en este sentido, unificando y simplificando la política de descuentos, mejorando las tareas de pre-cartera y ofreciendo en nuestras pólizas garantías novedosas en el sector a través de nuestra compañía de asistencia.

J.G.: Aumentar la información sobre los clientes (hoy, no tener una dirección de correo electrónico es un *hándicap* difícil de poder asumir) y aumentar los contactos con los clientes.

¿Qué carencias detectáis aún entre los mediadores para favorecer un mayor uso de dichas herramientas?

A.O.: Para mejorar y sacar el mayor aprovechamiento de estas herramientas la solución viene dada por la Formación con mayúsculas (tanto presencial como a través de *e-learning*), y nos consta, por las visitas que se realizan periódicamente y por las auditorías anuales que en algunas sucursales se están haciendo, que se están produciendo grandes avances en este sentido.

J.G.: Conocimiento de los beneficios que hoy le pueden aportar e insistencia por parte del equipo comercial en la necesidad de unir estas herramientas en la fórmula de ofertar productos.



Más de 75 años en la provincia

Los orígenes de la implantación de Helvetia Seguros en Granada se remontan a hace más de 75 años. La evolución de la propia sucursal viene a ser una suerte de trasunto, a nivel provincial, de los distintos procesos de integración que dieron como resultado la actual Helvetia Seguros. Ya que en la ciudad existía implantación de las tres compañías que acabaron confluyendo en nuestra aseguradora. Los más veteranos del propio equipo que conforman la plantilla de la sucursal tienen de hecho distinta procedencia. Hoy todos trabajan de forma integrada, compenetrada y con una única impronta: la propia del 'estilo Helvetia'.

La Sucursal Granada se localiza en el número 64 de la calle San Antón, una

bocacalle de una de las principales arterias comerciales y de negocio de la ciudad, la Calle Recogidas. Su director, Luis Carlos González, viene siéndolo desde hace diecisiete años. Mientras que Javier Cenalmor con 25 años en la empresa, y Javier Castillo, otro de los veteranos (18 años). Los dos "Javieres" son los comerciales internos, a los que se une Restituto Valverde, asesor comercial con cinco años de antigüedad en Helvetia Seguros. "Tuve la suerte -explica Luis Carlos- de contar con un equipo que supo adaptarse desde el principio a todas las modificaciones, y que hoy representan todo un modelo del perfil de empleado de Helvetia Seguros".

La tarta de negocio de la sucursal es bas-

tante equilibrada. Con cinco millones de euros de facturación, el 34% pertenece a pólizas de Autos, el 31% a Vida y el 35% al resto de ramos. Un negocio muy compensado que se caracteriza además por un nivel de siniestralidad bastante rentable.

La red de mediadores operativos se sitúa en torno a 40, pero el objetivo de la sucursal es incrementar esa cifra. Para ello, como explica Luis Carlos, pueden ser de utilidad nuevas herramientas como la diseñada por el Departamento de Investigación y Desarrollo de Mercado, una herramienta de geomarketing para conocer zonas con especial capacidad productiva y optimizando al máximo los nombramientos teniendo en cuenta una serie

de variables. En todo caso, la sucursal fija sus miradas en incrementar su penetración comercial en nuevas zonas de la provincia de Granada. Y tan importante como realizar nuevos nombramientos es consolidar los ya realizados. "Es un trabajo constante por parte de nuestra estructura comercial", sostiene el director de Sucursal Granada.

Un aspecto en el que han avanzado considerablemente en los últimos ejercicios, de acuerdo con la propia estrategia de la compañía, es en la captación de corredores. Es algo que en la sucursal se tenía algo olvidado, pero desde 2014 la situación ha cambiado mucho. "Hemos incrementado de forma considerable nuestra red de corredores en los dos últimos años", explica Luis Carlos.

Todos los esfuerzos de los comerciales internos están enfocados a mejorar la comunicación y la atención a la red. Para ello, en 2015 se realizó una organización y agrupación de los mediadores, que gestionan de forma coordinada los comerciales internos. Éstos y el asesor comercial llevan a cabo mensualmente una reunión que es dirigida por el responsable de la sucursal. Y el asesor comercial reporta semanalmente todas sus gestiones y avances al director. En todo caso, prima la flexibilidad y el contacto permanente: todos deben saber en todo momento y comunicar internamente cualquier cuestión relevante que afecta a la red.

Para reforzar la vinculación con los mediadores, cada vez son más importantes las nuevas herramientas B2B. La penetración de estas herramientas entre los mediadores vinculados a Sucursal Granada es elevada. Así, el 88,2% de toda la red está conectado al B2B, y esperan pronto alcanzar el 90%. El 82% de las pólizas gestionadas por los mediadores se trami-



tan ya a través del B2B, cifra que supera en dos puntos el objetivo mínimo planteado por la compañía para esta sucursal.

CON CINCO MILLONES DE EUROS DE FACTURACIÓN, Y UNA TARTA MUY EQUILIBRADA, POSEEN ADEMÁS UNA TASA DE SINIESTRALIDAD BASTANTE RENTABLE, QUE SE HA REDUCIDO EN MÁS DE CINCO PUNTOS DESDE 2013

Otro aspecto esencial para potenciar la implicación de los mediadores son las campañas. La sucursal incentiva la participación de sus mediadores en las campañas promovidas por la compañía, y también plantea campañas específicas adicionales que complementan a las convocadas de manera

general. Así, por ejemplo, a comienzos de año, la sucursal planteó una campaña de Vida adicional a la campaña promovida por Helvetia Seguros. "Cuando comprobamos que hay determinados productos que no están llegando a los objetivos marcados para nuestra sucursal, desarrollamos acciones comerciales para nuestros mediadores", comenta Luis Carlos.

Nuevas Tecnologías, campañas de incentivación y por supuesto, formación. Porque la formación es uno de los caminos más interesantes para reforzar la vinculación con los agentes. Un camino, por otro lado, necesario para mantener el nivel de excelencia. "Una red no formada no aporta nada —explica del director de la sucursal—. Por eso tanto nosotros como la propia compañía está muy atenta a la formación. Formación

que impartimos nosotros mismos a nuestros mediadores y que también proporciona Helvetia Seguros. Es algo que deben valorar los agentes, porque los convierte en mejores profesionales".

De su equipo de trabajo, el director de Sucursal Granada destaca muy especialmente "la capacidad de adaptación a cada nuevo reto planteado por la compañía". Como aspecto de posible mejora, y con un ánimo constructivo, Luis Carlos sugiere "la necesidad de que todos consideren los objetivos de la sucursal como objetivos propios". En un mercado del seguro fuertemente competitivo como el granadino, el director de la sucursal defiende las fortalezas del modelo de negocio de Helvetia Seguros para ganar en dinamismo: "Apoyo incondicional a los mediadores y a los clientes por parte del personal, con productos flexibles capaces de adaptarse a las necesidades del mercado".

No sólo formación, también acompañamiento

Después de cinco años, el curso “Sucesores” se ha consolidado como uno de los programas formativos específicos para mediadores más y mejor valorados por la red comercial. Gracias a este curso, dirigido a hijos de agentes exclusivos, Helvetia Seguros contribuye a mantener el negocio familiar ofreciendo una formación cualificada y profesional, que permite a los que toman el testigo de un proyecto, asumir con solvencia su gestión, mediante una visión moderna y adaptada a las exigencias y circunstancias del mercado.

Pero el programa “Sucesores” no concluye con la superación del curso. Fiel a su filosofía de acompañar al agente en su trayectoria,



contribuyendo a su formación permanente y favoreciendo su adecuado reciclaje, Helvetia Seguros lleva a cabo acciones de formación continua para los beneficiarios de este programa.

ma. Así, entre el 22 y 24 de octubre pasado, un total de 15 agentes que en su día realizaron el curso llevaron a cabo un módulo formativo específico, que se celebró en Sevilla.

El curso versaba sobre el “Aprovechamiento de la inteligencia de negocio para la gestión de cartera”, y su objetivo era contribuir a la optimización de la productividad y rentabilidad del esfuerzo comercial sobre la cartera de clientes y el mercado local.

El concepto “inteligencia de negocio” fue recurrente durante las tres jornadas formativas, con la vista puesta en rentabilizar la información ofrecida por los sistemas de información a disposición de los mediadores.

Cinco años de Agentes Empresarios

Otro de los programas que también acaba de cumplir cinco años es El Agente Empresario. Como el anterior, es un curso que persigue dotar a los agentes de los conocimientos y las herramientas necesarias para asumir una gestión profesional de su negocio. Ya que, además de agente, o antes que eso, un agente es un empresario, y como tal debe dotarse de los recursos necesarios para desenvolverse en su negocio, tanto más cuando los agentes en su mayoría son autónomos o dirigen diferentes tipos de sociedades.

La quinta jornada del programa ha contado con la participación de 15 agentes exclusivos, con representación de la mayor parte de las zonas comerciales de España. El curso se celebró los pasados 14 y 15 de octubre en Sevilla, con una duración total de 15 horas.

Pero al igual que el Programa “Sucesores”, El Agente Empresario se concibe como un programa dinámico, en constante evolución, que no concluye con la obtención del

diploma, sino que contempla una labor de acompañamiento prolongada en el tiempo. De hecho, los nueve agentes exclusivos que participaron en la primera edición del programa, en el año 2012, participaron en una sesión formativa de refuerzo y seguimiento el pasado 27 de octubre. De carácter intensivo (ocho horas de duración), este módulo se centró en la “Retención y fidelización de clientes”, a través de la asimilación, entre otros, del concepto de “Gestión de la experiencia del cliente”.

Una gestión comercial profesionalizada para los PAC

Como en años anteriores, durante el mes de octubre los alumnos de segundo año del Plan de Agentes de Carrera (PAC) participaron en el primer módulo del programa formativo “Desarrollo de la Agencia”. En esta ocasión, el curso se celebró los pasados 20 y 21 de octubre, como es habitual en la sede de Sevilla, y en él participaron un total de 20 agentes.

El programa “Desarrollo de la Agencia” está considerado uno de los más útiles y valiosos de todos los que forman parte del PAC, ya que en él se ofrece la metodología y las herramientas necesarias para facilitar una

gestión comercial verdaderamente profesionalizada.

El curso, que tuvo una duración de 16 horas, buscaba fundamentalmente consolidar e interiorizar los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para emplear con éxito nuevos y más efectivos modelos de acercamiento en la comercialización.

Entre los contenidos ofrecidos en el curso, se encuentra la aportación de nuevas formas de comportamiento que faciliten la propuesta de soluciones con valor diferencial para el cliente, así como la valoración y sistematización de

las mejores prácticas comerciales. De carácter eminentemente práctico, el curso incluía sesiones de entrenamiento sobre situaciones comerciales claves, tales como entrevista con cliente, presentación de producto o la postventa.



La seguridad de la información es cosa de todos

Al igual que la formación para mediadores, los últimos meses también han sido muy intensos por lo que respecta a la formación interna. Al margen de los distintos cursos programados para distintos perfiles, se ha llevado a cabo una acción formativa dirigida a toda la plantilla a través de la plataforma

e-Learning, que ha versado sobre Seguridad de la Información. Además de formar, con esta acción se pretende concienciar a los empleados sobre las actuales amenazas existentes para la seguridad de la información, al tiempo que plantear soluciones a dichas amenazas.



Videoconferencias, una realidad consolidada en Helvetia Seguros

WebEx es una herramienta que facilita, a través de Internet, el desarrollo de conferencias virtuales y reuniones en línea. Gracias a las videoconferencias, se mejora de manera sustancial la productividad, con un mejor aprovechamiento del tiempo, gracias a la posibilidad de mantener comunicación con otras personas sin necesidad de presencia física.

Hace años que Helvetia Seguros recurre a videoconferencias para el desarrollo de sus reuniones, pero el sistema WebEx es cada vez más utilizado dentro de la empresa. Para potenciar aún más su uso, 38 empleados de las tres sedes de Helvetia Seguros participaron en sendas sesiones formativas, los días 4 y 6 de noviembre, con el objetivo de profundizar en el conocimiento de WebEx. Estas personas, además, actuarán como tutores o moderadores de reuniones a través de la plataforma *online*, favoreciendo la familiarización de toda la plantilla con la herramienta.



Conocimiento de los productos y procedimientos para mejorar la atención al cliente

Cada nuevo producto que Helvetia Seguros saca al mercado requiere de una necesaria labor formativa y divulgativa, que comienza en los propios empleados y debe concluir en los mediadores, encargados en última instancia de su comercialización. Es por ello que la comercialización de cada nuevo producto, especialmente cuando entraña cierta complejidad, va acompañada de acciones formativas. Es lo que ha ocurrido con los nuevos productos de Transportes e Ingeniería, que fueron presentados a todos los tramitadores de siniestros de la compañía y a las sucursales en seis sesiones, una por cada zona comercial, celebradas entre los días 27 y 29 del pasado mes de octubre.

Pero tan importante como conocer los productos es tener claro el funcionamiento interno de departamentos que tienen que ver con la gestión de las pólizas. Esto resulta especialmente decisivo para las personas que se encargan de atender los siniestros.

Durante las dos primeras semanas de octubre, se llevaron a cabo tres sesiones formativas dirigidas a empleados de Atención de Siniestros de Pamplona y Sevilla, así como a colaboradores externos de la empresa Servitelco. Concretamente, los cursos contaron con la participación de 34 personas. Las sesiones, celebradas durante las dos primeras semanas de octubre, persiguen favorecer el conocimiento por parte de estos profesionales del funcionamiento del Departamento de Riesgos Particulares.

El mar de la infancia

Probablemente haya mucha gente a quien el nombre de Lastres no le diga nada. Pero si nos referimos a San Martín del Sella, seguro que a muchos les sonará bastante. Este era el nombre ficticio utilizado para designar el pueblo asturiano en el que se desarrollaba la acción en la serie española *Doctor Mateo*, que fue un gran éxito televisivo entre los años 2009 y 2011. “No sé por qué le cambiaron el nombre, no le veo ningún problema a la denominación real”, explica Víctor Castañón, asesor comercial de Sucursal Asturias y cicerone de excepción para el paseo que estamos dispuestos a iniciar por Lastres, el concejo de Colunga y todo su ámbito de influencia en la costa oriental de Asturias.



Fue allí, en Lastres y en otros pueblos de la costa de Asturias, donde Víctor pasó la mayor parte de sus veranos. Nacido en la Asturias de interior, concretamente en el término de Moreda de Arriba, localizado en el concejo de Aller, de tradición minera, viajaba junto a su familia cada verano al litoral. “El ‘centro de

operaciones’-explica- estaba en Gijón, donde teníamos una casa. Y desde allí viajábamos a las distintas playas. Gracias a esto, he podido conocer toda la costa”. Pero de todos los atractivos de la costa asturiana, Víctor se queda, sin duda, con Lastres y el concejo de Colunga. “Lo más conocido en la zona oriental

es Llanes, pero Lastres no tiene nada que envidiarle”, aclara.

Más que un municipio, Lastres está considerada una villa marinera o una parroquia, como también se las conoce en Asturias, perteneciente al concejo de Colunga. Con una superficie de 13 ki-

lómetros y medio, los habitantes apenas llegan a los 2.000, repartidos entre Lastres y la población de Lucés.

“Esta es una villa marinera bastante distinta al resto, si bien comparte elementos con algunas de las villas que pueblan la costa de Asturias”, comenta Víctor. De hecho, para él guarda cierta semejanza con Cudillero, parroquia situada al otro extremo del litoral asturiano, en la costa occidental. Hay elementos similares reconocibles en todas ellas: actividad pesquera tradicional (en Lastres se recogen unas cinco toneladas de pescado al año), puertos con aroma añejo, vida social en torno a los bares, hospitalidad. La singularidad se la da el hecho de combinar mar y sierra en un mismo paisaje. Ya que, además de playa, se da la circunstancia de que Lastres está muy próxima a la Sierra del Suevo, por lo que “se pueden hacer dos cosas casi a la vez: vivir la sierra y vivir la playa”, explica Víctor.

Visitar Lastres, el núcleo, requiere poco tiempo. O mucho, todo depende. Porque es obligado visitar la Iglesia de Santa María de Sábada, consagrada a la vida marinera. También el Barrio de los Balleneros, la Torre del Reloj y la Capilla del Buen Suceso. Pero todo ello está al alcance del visitante en muy pocos metros, unidos por las calles empedradas y empinadas, en un pueblo construido como a capas descendentes, sobre un escarpe con vistas al Cantábrico. Sin embargo, el tiempo puede extenderse si nos detenemos en algunas de las muchas tascas de pescadores, donde los lugareños han aprendido a disfrutar de la vida pausada y sencilla y de pequeños grandes placeres como una buena charla. A la que, por supuesto, están invitados los forasteros. “Pero yo no diría forasteros —matiza Víctor—. En Asturias, el forastero nunca es considerado como tal. La hospitalidad del asturiano es algo que nos hace singulares. Lo más importante es que la gente que viene se sienta como en casa. De hecho, ahí están elementos como la sidra, que es, como decimos aquí, muy de *comuña*. Una bebida para compartir, tanto que incluso se comparte el vaso”, explica.



El carácter asturiano, para Víctor, es algo que hermana a toda la comunidad, independientemente de que se sea de interior o exterior. “Siempre digo que somos un poco como los galos Astérix y Obélix: nos pegamos entre nosotros, pero sobre todo nos pegamos a la *tierrina*. Y cuando estamos fuera, sólo portamos una bandera, la de Asturias”, explica.

La visita a Lastres no concluye con su patrimonio histórico. Es obligado, para tener una bonita visión de conjunto, visitar el mirador de San Roque, desde donde se divisa una hermosa panorámica del pueblo, y también de las playas de La Griega y La Isla, y de la Sierra del Suevo. En días muy despeja-

dos, incluso, se llegan a ver los Picos de Europa.

Además de su característico patrimonio de pueblo marinero, el Concejo cuenta con algunas joyas de gran valor histórico. Es el caso del MUJA, el Museo Jurásico de Asturias, junto a la playa de La Griega, en muchas de cuyas rocas quedan restos de huellas de dinosaurio, y que constituye uno de los principales atractivos turísticos de la zona.

En las despejadas y verdes lomas que dan al Cantábrico, durante mucho tiempo se criaron los asturcones, los caballos típicos de Asturias, junto al urogallo, una de las principales especies autóctonas

Un paseo por...



de la región. “Ya se ven muchos menos –nos ilustra Víctor-, pero durante épocas antiguas, especialmente la romana, fueron muy preciados, porque eran, y son, pequeños y fuertes”.

Sus primeros recuerdos de Lastres se desdibujan en la memoria de su niñez. Víctor sí recuerda bien, en cambio, una imagen: la de la primera vez que vio

el mar. “A un niño, como yo lo era, de interior, la visión del mar fue algo que nunca olvidaré: toda esa inmensidad enfrente de ti, absorbiéndote”, explica. Su relación con el mar sigue siendo muy estrecha a día de hoy. Aunque vive en el Concejo de Siero –“un lugar idílico”, reconoce-, siempre está asomándose al mar. Lo cual no es nada difícil en una comunidad en la que nada está a excesiva distancia. “Además, aquí somos muy familiares –explica-, siempre hay algún amigo o algún pariente dispuesto a abrirte su casa”. Y si hay un lugar de visita en el que se siente a gusto, ése es Lastres. “Cuando visito la playa de La Griega –explica-, siempre siento que es como volver un poco a la infancia”. Una infancia que tiene tanto el color inflamado de los días de radiante sol como el color encantador de los días de *orbayu*, como le llaman a la característica lluvia fina de Asturias, y de *borrina*, la niebla baja.

Helvetia Seguros tiene una fuerte penetración en la zona, no sólo en Lastres sino en general en todo el Concejo. Por eso Víctor no se atreve a decantarse por un solo restaurante o bar cuando le pedimos sugerencias. “Hay muchos que son clientes”, considera. Sí nos sugiere, en cambio, un plato, o mejor dicho, un producto: “Por supuesto, el marisco”. Y es que, aunque Galicia se lleva la mayor fama –“una fama merecida”, apostilla-, en Asturias hay una gran variedad de

marisco, que puede encontrarse generosamente en Lastres. Y también, cómo no, el tradicional pote asturiano y la típica fabada.

Pero ni la mejor comida del mundo sería agradable sin la verdadera especialidad de Lastres: la amabilidad. “Creo que aquí ofrecemos algo único, la calidad del trato, o lo que llamamos nosotros, el *prestate abondo*. Quien viene repite, porque aquí se sienten muy a gusto”.

La serie *Doctor Mateo*, como recuerda, fue una gran revolución para el municipio. Llegó un momento en que resultaba difícil visitar Lastres sin aglomeraciones. “El pueblo dio un salto importante, la serie lo puso en el mapa”, explica Víctor. “Pero después de esos años, poco a poco el pueblo ha recuperado el equilibrio: es más turístico, pero sigue conservando su esencia”.

Es esta esencia la que en 2010 la llevó a ser reconocido con el premio Pueblo Ejemplar. Esta distinción propició la visita del entonces Príncipe de Asturias y hoy, Rey al municipio en aquel año, un nuevo reclamo más para añadir a los motivos que convierten Lastres en un lugar idílico de la costa asturiana.

Víctor nos despidió a la entrada de Lastres, no sin antes desearnos un pronto regreso. “Ya sabéis que aquí tenéis vuestra casa”, afirma.



El talento

Buscar una definición de talento es tan difícil como encontrar el propio talento. La base de este concepto es poliédrica y asociada a las necesidades y situaciones que vivamos en cada momento. Cuando finaliza sus estudios y busca trabajo, la persona con talento querrá colocarse y tener la oportunidad de lograr un empleo o desarrollar un proyecto y poder demostrar, en ambos casos, que se pueden hacer cosas para las que en un principio uno no estaba preparado. La experiencia, en este caso, no es tan importante como el entrenamiento, el desarrollo y la visión que se tenga en el largo plazo. A esto hay que añadir el no tener miedo a fracasar, ya que nos hará ir avanzando, lograr hitos en la carrera profesional y ser capaces de aprender y saber aprovechar las oportunidades que se presenten.

Si la definición era complicada de establecer, lo son aún más sus acepciones y

nos referimos, en este caso, tanto al talento académico como al profesional, que son diferentes y cambiantes. El primero lleva mucho tiempo de contraste y consolidación en las escuelas y universidades, mientras que es el segundo el que hay que trabajar, y, a veces, no se sabe cómo, en las organizaciones. Desde las empresas, se realizan distintas iniciativas con programas de becas curriculares (o no) y oportunidades de prácticas que hacen que podamos dar un enfoque de acercamiento a ambos. Aunque ha llovido mucho desde entonces, hacia finales de los años ochenta, un recién titulado con un máster especializado de prestigio conseguía un puesto de directivo en muchas organizaciones, aunque le faltara mucho recorrido y dominio de la gestión empresarial que se requiere para esos puestos. Las cosas desde entonces han cambiado mucho. ¿Será cuestión de talento?

Por supuesto, que el talento académico es importante, pero siempre debe ser arropado por el profesional para que los dos estén perfectamente ensamblados en la persona. Por ello, si logramos candidatas o personas en nuestras organizaciones con ese equilibrio, o con la posibilidad de obtenerlo en un futuro, estaremos en el buen camino de dotar a los equipos con ese intangible tan buscado para conseguir la excelencia.

Teniendo en cuenta todo lo anterior y contando con una buena dosis de talento, la clave del éxito es estar preparado: siempre hay que estar preparado, símbolo de estar siempre en forma, y para ello, la formación personal no debe parar nunca. Es obligación de cada uno cuidarla, y nuestra curiosidad por aprender debe ser siempre como la de un niño. Y cabe que nos hagamos la pregunta siguiente: ¿el talento se gestiona o se cuida?

