

en buena compañía

Revista de la
compañía aseguradora
Helvetia Seguros
Diciembre 2016 N° 40

Reportaje central

Diez años haciendo
posible el sueño de
Helvetia Anaitasuna

Un paseo por

Burgos, mucho más que la Catedral

En buena compañía con

Agustín Bravo



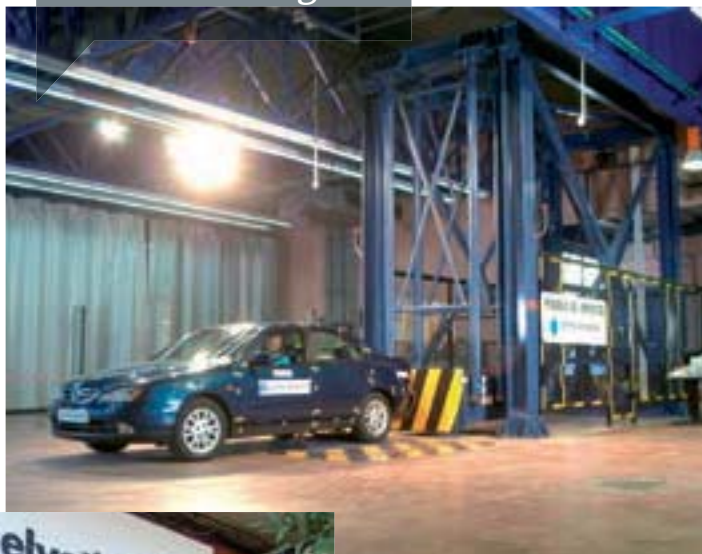
36

*Elena Pérez,
comercial interno
en Sucursal Sevilla
Instituciones y
Corredores*



26

*Nuestros
proveedores:
Centro Zaragoza*



28

*María Santiago,
agente de Helvetia
Seguros en Peligros
(Granada)*



<i>Carta del director general</i>	3
<i>Noticias</i>	4
<i>Responsabilidad corporativa</i>	
"Canciones para que no me olvides"	24
<i>Nuestros proveedores</i>	
Centro Zaragoza	26
<i>Entrevista</i>	
María Santiago, agente de Helvetia Seguros en Peligros (Granada)	28
<i>En buena compañía con</i>	
Agustín Bravo	30
<i>Reportaje central</i>	
Diez años haciendo posible el sueño de Helvetia Anaitasuna	32
<i>De cerca</i>	
Elena Pérez, comercial interno en Sucursal Sevilla Instituciones y Corredores	36
<i>Entrevista doble</i>	
Raquel González, responsable técnico de Multi-riesgo Particulares, y Miguel Ángel González, director Sucursal Madrid Grandes Agencias	38
<i>Un paseo por...</i>	
Burgos	44
<i>El detalle</i>	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, Laura Estévez 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":

Afrontamos los últimos días del ejercicio 2016 sabiendo que estamos dejando atrás un año con muchos nuevos retos, pero también con muchos logros y objetivos cumplidos. La Convención Anual celebrada en Málaga a finales de noviembre sirvió para tomar el pulso a la compañía y comprobar que asumimos los objetivos del Plan Estratégico helvetia 20.20 desde una posición de fortaleza, que, como planteaba el lema del encuentro, nos ayudará a ser "más ágiles, más innovadores y más centrados en el cliente".

En estos meses, también se ha producido un relevo importante en la Dirección del Grupo Helvetia que, desde el pasado 1 de septiembre, lidera Philipp Gmür como nuevo CEO. Le deseamos toda suerte de éxitos en su gestión, porque esos éxitos serán también los nuestros. Nuestro proyecto es a largo plazo y está muy consolidado, buscando un crecimiento sostenido y rentable, basado en relaciones fructíferas con el cliente y con la sociedad. El "matrimonio" que mantenemos con entidades como la SCDR Anaitasuna, el acuerdo de patrocinio más longevo del balonmano español y al que dedicamos el reportaje central de este número, es un buen ejemplo de la manera que tenemos de concebir y enfocar los proyectos, buscando la estabilidad y la consistencia.

Pero si hay un matrimonio bien avenido en Helvetia Seguros, ése es sin duda el que mantenemos con vosotros, los mediadores. Sin vosotros, no seríamos lo que somos hoy. Vosotros sois el rostro de la compañía ante los clientes, y seguiréis siendo esenciales en nuestro modelo, siempre que os vayáis actualizando y profesionalizando cada vez más, para lo que contaréis, siempre, con nuestro apoyo incondicional. Así lo comprobamos durante la celebración del tercer Meeting del Club Helvetia Élite, donde tuvimos la oportunidad de convivir con este selecto grupo de agentes, que se han ganado a pulso estar ahí por su trabajo y por su identificación total con Helvetia Seguros. O en la Convención de Corredores, que también nos permitió profundizar en unas relaciones, ya de por sí excelentes, con ese canal de mediación tan importante para nuestra compañía.

Llegamos a la recta final del año, pero todavía quedan algunos días para culminar diciembre. Aún hay tiempo, pues, para alcanzar los objetivos en la Campaña de Ahorro, aprovechando además las condiciones excelentes de los nuevos productos Helvetia Rentabilidad+ y Helvetia Salud Global. Recordad que todo está abierto aún y que muy pronto podríais ser vosotros los que disfrutéis de ese maravilloso viaje a Sudáfrica. Los objetivos para el año 2017 son claros: un crecimiento rentable con ratios por encima de la media del sector y, permitidme la insistencia, pero ¡debemos avanzar claramente entre todos para ser más ágiles, más innovadores y más centrados en el cliente!

Aprovecho para desearos a todos unas muy Felices Fiestas y para enviaros un fuerte abrazo.

José María Paagman
 Director general de Helvetia Seguros



Convención Anual 2016



> Foto de familia.

Málaga ha sido la ciudad elegida para acoger la celebración de la Convención Anual de Helvetia Seguros, que se celebró del 23 al 25 de noviembre. Bajo el lema “Más ágiles, más innovadores, más centrados en el cliente”, cerca de un centenar de directivos y ejecutivos de la compañía de toda España, presididos por nuestro director general, José María Paagman, tomaron el pulso a Helvetia Seguros, trazando las metas de cara al nuevo ejercicio.

El lema de la convención quedó sintetizado en el hashtag #máshelvetia, que se empleó en redes sociales para hacer seguimiento a la convención durante los dos días de celebración. Los miembros del Comité de Dirección y diversos ponentes centraron sus intervenciones en destacar los nuevos proyectos de la compañía para favorecer una mayor agilidad e innovación, buscando aportar un mayor valor añadido a los clientes para poder hacer frente a los nuevos retos del sector asegurador.

Especialmente novedoso con respecto a anteriores ediciones fue la organización de tres talleres de trabajo en los que se expusieron y debatieron tres proyectos innovadores que ya están en desarrollo y que van a contribuir a alcanzar los objetivos del Plan Estratégico helvetia 20.20 en los próximos años.



> José María Paagman durante una ponencia.



> Ponencia de Javier Luxor.

Durante su intervención, José María Paagman manifestó su satisfacción por el trabajo de los últimos años, valorando muy positivamente la labor realizada por los empleados y los mediadores, “sin cuyo compromiso y esfuerzo no hubiera sido posible alcanzar los resultados que Helvetia Seguros ha conseguido en la última década.” Al mismo tiempo, animó a todos a “incrementar nuestra eficiencia y nuestra productividad, de forma que seamos una compañía más ágil, más digital y más centrada en nuestros clientes actuales y potenciales.”

En la Convención también participó el COO del Grupo Helvetia, Marc von Wartburg, quien explicó los objetivos y proyectos corporativos del grupo, transmitiendo su felicitación a la unidad española por su exitoso desarrollo y por la plena culminación del proceso de integración de Nationale Suisse.

Asimismo, la Convención Anual contó con Javier Luxor como ponente invitado, mentalista de reconocido prestigio internacional que, a través de su intervención, incidió en la importancia que tiene la profesionalidad de todos y cada uno de los miembros de una empresa para lograr los objetivos de la misma.



> Asistentes en Sala Plenaria.

Octava Memoria de Responsabilidad Corporativa



En noviembre de 2016, Helvetia Seguros editó su octava memoria de Responsabilidad Corporativa, que supone un nuevo hito en la compañía en el ámbito de la Responsabilidad Corporativa al ser la primera que ha sido definida y diseñada de conformidad con la guía G4 de *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Esta guía implica la introducción de criterios de evaluación y medición más rigurosos, reflejando con claridad y transparencia toda la actividad que nuestra compañía ha desarrollado durante 2015, de acuerdo con la Estrategia de Responsabilidad Corporativa del Grupo Helvetia.

De este modo, la octava Memoria de Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros muestra toda la actividad que la compañía ha desarrollado durante el último año, en la línea de la Estrategia de Responsabilidad Corporativa del Grupo Helvetia, y el efecto que ésta ha tenido sobre sus diferentes grupos de interés.

De acuerdo con la Estrategia de Responsabilidad Corporativa del Grupo Helvetia, la Memoria se articula, al igual que en las anteriores ediciones, a través de los tres aspectos esenciales en los que Helvetia Seguros desarrolla su actividad: el negocio asegurador, el ámbito social y la protección medioambiental.

Proyectos como Helvetia Compromiso, la primera gama de productos de seguros diseñada para personas con discapacidad; la celebración del segundo Día de la Responsabilidad Corporativa; o el apoyo a colectivos y asociaciones como la Fundación Banco de Alimentos de Andalucía, Ceuta y Melilla o la Federación Guipuzcoana de Montaña, reflejan el compromiso que Helvetia Seguros tiene con la sociedad y su entorno, tal como queda de manifiesto en la memoria, que detalla también los principales avances que la compañía ha realizado durante el último año en materia de satisfacción del cliente, recursos humanos e iniciativas sociales. Además, como en anteriores ocasiones, el informe aporta los datos económicos más relevantes del ejercicio 2015 y los principales aspectos de su organización interna.

Philipp Gmür: nuevo CEO del Grupo Helvetia



> De izquierda a derecha Stefan Loacker y Philipp Gmür.

Desde el pasado 1 de septiembre el nuevo CEO del Grupo Helvetia es Philipp Gmür, un reconocido y competente líder de 53 años, jurista, que desde 2003 realiza una importante aportación al éxito de la empresa en calidad de CEO de Helvetia Suiza, y como miembro de la dirección del Grupo Helvetia. “Philipp Gmür cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector asegurador, ha colaborado de forma decisiva en el desarrollo de la estrategia helvetia 20.20 y reúne las condiciones ideales para seguir dirigiendo el Grupo Helvetia por la senda del éxito», según afirmaba el presidente del Consejo de Administración, Pierin Vincenz.

Philipp Gmür recordó los primeros días de sus 23 años de carrera en Helvetia, que transcurrían entonces en el servicio externo. «He aprendido a peritar cuartos de baño inundados, a tasar pajares de heno echados a perder y a contar ganado en los establos, y hoy estoy aquí, ante todos ustedes, como nuevo CEO del grupo. Sin ustedes no habría sido posible», declaró Philipp Gmür.

Philipp Gmür sustituye a Stefan Loacker quien ha estado al frente de la dirección del Grupo Helvetia durante los últimos nueve años.

Reconocimiento de Elkarkide



> Recogida de premio por parte de Francisco Astola, responsable del Departamento de Investigación y Desarrollo de Mercado.

En los dos últimos años, en el marco de su estrategia de Responsabilidad Corporativa, Helvetia Seguros viene colaborando de manera estrecha con Elkarkide, una empresa sin ánimo de lucro, referente en el ámbito de la integración sociolaboral de personas con enfermedad mental, discapacidad y en situación de exclusión social.

Concretamente, esta colaboración se ha materializado en un proyecto de lanzamiento de una línea específica de vehículos de movilidad eléctrica para personas con discapacidad.

El día 16 de junio de 2015, coincidiendo con el acto de presentación del producto Helvetia Compromiso en Pamplona, fueron presentado dos modelos de aplicaciones eléctricas para personas con problemas de movilidad: el carrito eléctrico multipropósito ZEV-A01 y el JOB, furgoneta eléctrica multifunción.

En 2016, Elkarkide ha cumplido 25 años de existencia. La empresa quiso convertir la celebración de su efeméride en un homenaje a todas las entidades que en este tiempo han venido colaborando con la organización. Entre ellas se encuentra Helvetia Seguros, que en el acto de celebración de su 25 Aniversario, celebrado el día 26 de octubre en el Auditorio de Barañain (Pamplona), distinguió a Helvetia Seguros como entidad colaboradora. La distinción fue recogida por Francisco Astola, responsable del Departamento de Investigación y Desarrollo de Mercado de Helvetia Seguros.

Convención del Área de Estrategia y Transformación Digital

Los días 28 y 29 de septiembre, el Área de Estrategia y Transformación Digital de Helvetia Seguros celebró en Pamplona su convención anual. En este encuentro participaron unas quince personas pertenecientes a los distintos departamentos y sirvió para poner en común la evolución de la compañía y más concretamente los avances en materia digital.

La convención contó con la presencia de nuestro director general, José María Paagman y, este año también con la participación del responsable de estrategia IT del Grupo Helvetia, Silvio Hefti.



> Convención del Área de Estrategia y Transformación Digital.

Unespa presenta la campaña publicitaria "Estamos seguros"



Helvetia Seguros, como integrante de Unespa, participa activamente en la campaña 'Estamos seguros', una ambiciosa iniciativa promovida por esta asociación empresarial con el objetivo de acercar el seguro a la sociedad, buscando mejorar su imagen, promover cambios en su funcionamiento y concienciar a la sociedad sobre la necesidad de cubrir los riesgos a los que los ciudadanos se enfrentan.

Con una duración de cuatro años, la iniciativa se vertebrará en buena medida a través de una web creada para tal fin (www.estamos-seguros.es), que está apoyada por el correspondiente ecosistema digital, con un perfil de Twitter, de Facebook, de YouTube, además de un blog específico para esta iniciativa. Asimismo, se ha editado el Libro Blanco del Seguro, disponible en la web, que es una versión resumida y mucho más divulgativa y accesible de la tradicional Memoria Social del Seguro.

En la web, se ofrece abundante material divulgativo de carácter gratuito, con contenido multimedia diverso, tales como vídeos, infografías o creatividades. En este contexto, la asociación ha creado también una herramienta informática cuyo objetivo es acercar el mundo de los seguros a los más jóvenes a través de una plataforma online. 'Aprendo seguro', que es el nombre de la herramienta, plantea a los escolares preguntas que están vinculadas con el temario de las asignaturas de su curso escolar.

La propia herramienta representa un hito dentro del sector, ya que es la primera actuación que, de manera conjunta, desarrollan las aseguradoras para colaborar con centros de enseñanza obligatoria en materia de educación financiera. La campaña de Unespa surge después de que en 2015 la asociación realizara una encuesta interna para determinar el grado de conocimiento de la sociedad española sobre el seguro, revelándose que había bastante margen de mejora.



Nueva edición de Helvetia Rentabilidad+



En el mes de noviembre se llevó a cabo el lanzamiento de una nueva edición del seguro de Vida de ahorro-inversión Helvetia Rentabilidad+. Se trata de una emisión limitada y única de inversión, con la que se busca hacer partícipes a los clientes de la rentabilidad que ofrecen los mercados de renta fija a través de una estrategia de inversión con un mayor beneficio que los seguros tradicionales de ahorro. En este caso, el activo subyacente era un activo de Renta Fija, un Bono Subordinado garantizado por el Banco Santander.

El seguro Helvetia Rentabilidad+ es un seguro de ahorro 'unit-linked', donde el tomador del seguro asume el riesgo de la inversión, que incluye tanto el riesgo de mercado del activo como el riesgo de crédito o impago del garante del mismo.

Además de su atractiva rentabilidad, el seguro permite, una vez transcurrido el primer año, la posibilidad de realizar tanto rescates totales como parciales (con un mínimo de 3.000 euros) cuyos valores vendrán determinados por el valor de mercado de los activos asignados, de acuerdo a los plazos y penalizaciones indicadas en el contrato.

Además, este producto está incluido dentro de la campaña Ahorro. Como aún quedan algunos días para la finalización del mes, desde "En buena compañía" animamos a toda la red a aprovechar esta nueva oportunidad, para poder ofrecer rentabilidades superiores a los tipos de interés actuales ofrecidos en el mercado.

Campaña para potenciar el producto Helvetia Edificios

En el mes de abril, y con vencimiento al final del año, Helvetia Seguros ha venido llevando a cabo una interesante acción comercial dirigida a potenciar la comercialización del producto Helvetia Edificios en las comunidades de propietarios.

La acción buscaba la captación de comunidades que pueden considerarse de tamaño medio y en las que nuestra compañía pretendía incrementar su penetración.

Se trata de una campaña muy atractiva, ya que plantea una importante línea de descuentos que hacen la oferta muy atractiva para las comunidades. La evidencia de los números es incontestable: hasta el mes de octubre, la productividad en primas de Helvetia Edificios se había incrementado en un 12%.

Esta acción, que permanece vigente hasta final de diciembre, sirve como preámbulo al lanzamiento de un nuevo producto para comunidades, cuya salida está prevista para los primeros meses de 2017, y del que daremos cuenta en próximos números de "En buena compañía".



Helvetia Salud Global, un producto muy competitivo

Helvetia Salud Global es el nuevo producto de asistencia sanitaria de Helvetia Seguros. Lanzado a comienzos del pasado mes de noviembre, se trata de un producto que amplía y mejora las coberturas de productos aseguradores comercializados con anterioridad por Helvetia Seguros, ofreciendo un paquete de soluciones más ajustado a la demanda del actual cliente de Salud.

Con este nuevo producto, la compañía pone a disposición del cliente un extenso cuadro médico, integrado por más 37.000 especialistas y 1.100 centros de salud, para ofrecerle una asistencia sanitaria de calidad, con los últimos avances médicos y las prestaciones más novedosas del mercado.

La póliza abarca servicios de medicina primaria, especializada, urgencia médica, técnicas de diagnóstico y tratamiento. Además, las personas que deseen un cuidado bucal integral, tienen la posibilidad de añadir la cobertura dental a su seguro, por sólo un euro al mes.

Entre otras ventajas, los clientes que contraten Helvetia Salud Global podrán acceder sin listas de espera a los servicios sanitarios de los profesionales y centros incluidos en el cuadro médico. Para mayor comodidad, podrán pedir sus citas y realizar otras gestiones administrativas por teléfono o internet, sin necesidad de desplazarse.



Últimos días de la Campaña de Ahorro 2016



Faltan apenas unos días para el final del mes, pero aún estáis a tiempo de hacer el último esfuerzo para conseguir los premios de la Campaña de Ahorro 2016. Como sabéis, los productos que computan en la campaña son la mayoría de los incluidos en el ramo de Vida Ahorro (Ahorro Activo Pus, PIAS Ahorro Activo Plus, Helvetia Inversión Flexible, PPA y aportaciones extraordinarias a otros productos financieros).

Os recordamos que pueden conseguir su obsequio todos los clientes que contraten su póliza de ahorro de nueva producción hasta el 31 de diciembre, o bien aquellos que hagan aportaciones extraordinarias a su actual plan, siempre que el importe mínimo invertido en su póliza sea de 4.000 euros (para el caso del PPA, a partir de 5.000 euros).

Como bien sabéis, las opciones de regalos son bien un Set Gourmet (aportaciones de más de 4.000 euros o 5.000 si es PPA), o un iPad AIR 2 de 64 GB (aportaciones de más de 35.000 euros o 50.000 si es PPA). Vosotros también podéis acceder a estos fabulosos premios en función de los objetivos de venta marcados. El fin de año está cerca, ¡pero vosotros aún podéis!

Visita institucional de Espanor



El pasado 1 de diciembre el Comité Ejecutivo de Espanor, encabezado por su consejero delegado, Tomás Rivera, efectuó una visita institucional a la sede social de Helvetia Seguros en Sevilla. Nuestro director general, José María Paagman, junto a otros directivos, les mostraron las instalaciones.

Esta visita ha estado enmarcada dentro de la celebración de su Convención Anual, la cual ha tenido lugar en la ciudad de Sevilla. Dentro del programa de actividades de la convención José María Paagman participó de forma activa en una mesa redonda.

Helvetia Seguros y Espanor renovaron su acuerdo de colaboración en el mes de junio.

La agrupación Espanor está compuesta por 28 socios y 45 corredurías, contando con presencia en todo el territorio de la Península y en Baleares, donde tiene distribuidas 72 oficinas comerciales.

Convención Anual de Corredores

Como cada año, en 2016 Helvetia Seguros volvió a celebrar una Convención específica dirigida a las corredurías más destacadas que colaboran con la entidad. Se celebró entre los días 20 y 23 de septiembre en la localidad malagueña de Marbella, 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. En esta ocasión, el director general, José María Paagman, presentó el Plan Estratégico helvetia 20.20. El encuentro también contó con la asistencia de José García, director de Ventas, junto a Jesús de Sedas, responsable de Grandes Cuentas y Corredores.

En dicho acto se dieron cita algunos directores de Zona y de Sucursales, los corredores pudieron comprobar el compromiso que Helvetia Seguros mantiene con el canal de la mediación como principal canal de ventas.



Tercera Convención del Club Helvetia Élite



> Foto de familia de la Convención.

Los pasados días 7 y 8 de septiembre, el Club Helvetia Élite celebró la que es ya su tercera convención, después de su puesta de largo en el año 2009. En esta ocasión, el formato ha sido algo más distinto, ya que ha consistido en una dinámica eminentemente lúdica, como resultado de un concurso dirigido a todos los miembros del club.

Así, de los 135 agentes que hoy pertenecen al Club Helvetia Élite, sólo 50 elegidos tuvieron la oportunidad de disfrutar de una experiencia inolvidable en Andalucía, a través de dos intensivas jornadas en las que hubo tiempo para todo.

El evento se inició en la Sala Helvetia, donde nuestro director general, José María Paagman, y nuestro director de Ventas, José García, dieron la bienvenida a los asistentes. Tras este acto breve, todos los participantes se dirigieron al muelle del Guadalquivir localizado junto a la Torre del Oro, desde donde tomaron un barco que inició una atractiva travesía río abajo con destino a Sanlúcar de Barrameda. Allí, disfrutaron de un animado evento en la Bodega La Gitana.

Al día siguiente, cruzaron el río rumbo al Coto de Doñana en la tradicional barcaza que une el barrio marinero de Bajo de Guía con el Parque Nacional. Posteriormente, realizaron una visita que concluyó en un almuerzo en un lugar lleno de singularidad y encanto: la Casa Garvija, en pleno corazón del parque.

El colofón final fue una fiesta rociera en la aldea de El Rocío, en la Casa Hermandad de Dos Hermanas situada a muy poca distancia de la ermita.

Un viaje inolvidable a Budapest

Cuatro compañeros disfrutaron, junto a sus acompañantes, de un inolvidable viaje a Budapest. Era el premio al esfuerzo realizado en dos campañas de Vida Ahorro desarrolladas a lo largo del pasado año.

La primera campaña se llevó a cabo entre los meses de septiembre y diciembre de 2015. Esta campaña estaba dirigida a comerciales internos de la compañía. Se llevaron a cabo siete concursos, cada uno de ellos en una de las zonas comerciales de Helvetia Seguros. Los primeros clasificados de cada uno de estos *rankings* que hubieran alcanzado los objetivos previstos serían gratificados con un viaje a Budapest. Finalmente, llegaron al objetivo tres de nuestros comerciales internos.

La segunda campaña también se centraba en la comercialización de Vida Ahorro, pero estaba dirigida exclusivamente a los asesores comerciales de la Zona Sureste.

Dicho viaje se llevó a cabo entre el 29 de septiembre y el 2 de octubre. A lo largo de tres días, vivieron intensas experiencias en la capital de Hungría, como por ejemplo, un romántico paseo por el Danubio o una sesión de spa y tratamientos en un balneario lleno de sabor de la capital.



> De izquierda a derecha, los ganadores del concurso: Pablo León, comercial interno Sucursal Badajoz, Marcos Antonio Martínez, asesor comercial Sucursal Jaén, Mariano Rubén García, comercial interno Sucursal Santander y Santiago Seisas, comercial interno Sucursal Vitoria.

Inauguración de nuevas oficinas



>Inauguración de la oficina de Rueda Segur & WeB.

La red comercial de Helvetia Seguros no deja de crecer con la incorporación de nuevos mediadores y la apertura de nuevas oficinas. En este número de “En buena compañía”, toca hablar de la nueva agencia exclusiva localidad de Villaverde (Madrid) Localizada en la calle Canción del Olvido se encuentran las nuevas dependencias de la agencia exclusiva Rueda Segur & Web. Al frente de la misma, está Antonio Rueda, quien fue durante más diez años empleado de Helvetia Seguros y actualmente, agente Élite con una cartera consolidada, principalmente comercializa Particulares y Empresas.

Por su parte, en la localidad vecina de Getafe (Madrid) también se ha llevado a cabo la apertura de una nueva oficina. En este caso, el agente exclusivo Javier García ha abierto su negocio en la avenida de Los Ángeles. Este agente forma parte de Helvetia Seguros desde hace tres años. En 2014 se unió al programa Plan de Agentes de Carrera (PAC). La composición de su cartera es principalmente Particulares y Vida.

Ambos actos de inauguración se celebraron el pasado 30 de noviembre y contaron con la asistencia del director general, José María Paagman y la del director de Sucursal Madrid Expansión, Carlos Pizarro.



>Inauguración de la oficina de Javier García.

Concurso de Redireccionamiento hacia talleres Premium

El pasado día 7 de octubre se llevó a cabo la entrega de premios de los dos Concursos de Redireccionamiento hacia talleres Premium que se llevaron a cabo para los grupos de Atención Siniestros de Pamplona y Sevilla, y para el colectivo de Agentes Élite. Estos concursos perseguían como otros años incentivar el redireccionamiento de los vehículos siniestrados hacia nuestra red de talleres adscritos al Servicio Premium.

El premio consistía en un viaje a la ciudad de Barcelona para visitar las nuevas instalaciones de nuestro actual proveedor de la citada red de talleres, Innovation Group Nobilas Ibérica, para conocer *in situ* su funcionamiento y operativa, así como el personal que día a día gestiona los servicios y garantizan que el Servicio Premium cumple con la calidad requerida por Helvetia Seguros.

Los ganadores de este concurso fueron: Alicia Pérez y Silvia Díaz, del grupo de Sevilla, y María Mencos y Naiara Esquiroz, por parte del grupo de Pamplona. Desde el colectivo de Agentes Élite, los premiados fueron la agencia de seguros Clemente Novelda, desde Alicante, y M^a Pilar Gutiérrez desde Tudela (Navarra).



> Los ganadores del concurso visitan las instalaciones de Nobilas.

A por una temporada llena de éxitos deportivos



Llegó el otoño, y con él las presentaciones de los equipos patrocinados por Helvetia Seguros, dispuestos a dar lo mejor de sí en una temporada que se promete muy interesante para todos ellos.

El 8 de septiembre se presentaba en la emblemática Plaza del Castillo de Pamplona el Helvetia Anaitasuna, dispuesto a mejorar incluso los resultados obtenidos en la temporada 2015/2016. Por sexto año consecutivo en Asobal y con el recuerdo aún reciente del subcampeonato de la Copa del Rey, el combo entrenado por Juanto Apezetxea presentó a sus cinco nuevos fichajes, a los que les unen la experiencia y la calidad, con la meta puesta en lograr llegar más lejos en su segunda inmersión consecutiva en la EHF CUP.

Una semana después, el 15 de septiembre, en la Sala Helvetia de Sevilla, tenía lugar la presentación del equipo Helvetia Rubgy para la temporada 2016/2017, coincidiendo con la renovación del acuerdo de patrocinio por dos temporadas más con Helvetia Seguros. De este modo, nuestra compañía se comprometía a seguir siendo por décimo año consecutivo el patrocinador principal del Helvetia Rugby, equipo sevillano que compete en la División de Honor B del rugby nacional.

Sólo unos días más tarde, el 20 de septiembre, se anunciaba ante los medios la renovación del patrocinio, por tres temporadas más, con la Fundación Deporte Alcobendas (FUNDAL) y con el club BM Alcobendas, gracias al cual el equipo de balonmano Helvetia BM Alcobendas, que compete por octavo año consecutivo en la División de Honor Femenina, seguirá



contando con el apoyo de la aseguradora suiza como patrocinador principal durante las próximas tres temporadas. Dicho patrocinio implica seguir contribuyendo a la consolidación del Helvetia Balonmano Alcobendas en la máxima categoría del balonmano femenino español, en la que compete desde hace cinco temporadas. Gracias a este apoyo, el equipo ha tenido la oportunidad de disputar de nuevo la Challenge Cup europea, acogiendo por primera vez un partido europeo en el Pabellón de los Sueños.

Por su parte, el Xerez Deportivo F.C. presentaba a su plantilla el día 22 de septiembre, con la vista puesta en seguir la hoja de ruta de las hazañas logradas en los últimos años: conseguir su cuarto ascenso consecutivo. Durante la nueva temporada, el equipo competirá en la División de Honor Andaluza, contando por tercer año consecutivo con el patrocinio de Helvetia Seguros.

Ya a finales de noviembre, concretamente el día 28, se producía la renovación de otra de las grandes apuestas de Helvetia Seguros en su fomento del deporte amateur y minotiratio: el apoyo a la Real Federación Española de Hockey como patrocinador oficial hasta la temporada 2018.

Desde "En buena compañía" deseamos muchos éxitos durante la nueva campaña a todos los equipos patrocinados.



Más años respaldando el SICAB



> Javier García junto a José Juan Morales, vicepresidente primero de ANCCE, durante la renovación del convenio de patrocinio.

Un año más, el mundo del caballo volvió a congregarse durante el mes de noviembre en Sevilla en torno al SICAB, el Salón Internacional del Caballo. Y una vez más, en lo que hace el cuarto año consecutivo, Helvetia Seguros volvió a ser la aseguradora oficial y uno de las principales patrocinadores de este evento, que ha alcanzado en 2016 su vigésimo sexta edición.

El salón, considerado el encuentro de caballos de Pura Raza Española más importante del mundo, se celebró en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla (FIBES) entre el 15 y el 20 de noviembre, y nuevamente nuestra compañía gozó de gran visibilidad durante el evento, con una notable presencia gráfica en la propia feria y en los espectáculos de la tarde.

La colaboración con Helvetia Seguros se mantendrá hasta la edición de 2017, en virtud del acuerdo de renovación de patrocinio que fue suscrito el pasado 10 de noviembre en la Sala Helvetia. En dicho acto, Javier García afirmó que “para Helvetia Seguros es un orgullo poder colaborar un año más con este Salón que se ha convertido en un referente mundial para el mundo del caballo y en un acontecimiento de gran valor para la cultura y economía de la ciudad hispalense, donde tenemos nuestra sede social”. Por su parte, el vicepresidente 1º de ANCCE, José Juan Morales destacó “la importancia de contar con el respaldo y el apoyo de una empresa como Helvetia Seguros, con la que mantenemos una sólida relación desde hace cuatro años”.

La edición 2016 de SICAB estuvo dedicada al Foro Iberoamericano de Ciudades y realizó un especial homenaje al cine. Como en anteriores ediciones, Helvetia Seguros ofreció a los visitantes durante todos los días de celebración del salón su producto Helvetia Caballos, una solución exclusiva ideada para propietarios de caballos, con coberturas de responsabilidad civil e interesantes soluciones para este sector.



> José Mª Paagman junto a varias personalidades en SICAB.

La relación de Helvetia Seguros con SICAB comenzó en 2013. Desde entonces, la aseguradora ha sido uno de los patrocinadores principales de este evento, que cada año congrega en Sevilla a cientos de miles de personas de todo el mundo, siendo el tercer acontecimiento socioeconómico en la capital hispalense, después de la Semana Santa y la Feria de Abril. Cada año recibe más de 200.000 visitantes y exhibe a más de 1.000 ejemplares de caballos españoles.



> Momento del espectáculo en SICAB.

Apoyando a los empresarios catalanes



> Antoni Abad, presidente de Cecot, Carles Puigdemont, presidente de la Generalitat, representante de Casa Ametller y Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa.

En junio de 2016, Helvetia Seguros suscribió un convenio con el Cecot, patronal catalana que representa a una de las mayores asociaciones empresariales de la comunidad. Concretamente, el convenio se firmó con la Fundación Cecot Innovación, cuyo objeto social es promover la innovación tecnológica de las empresas.

En este contexto, nuestra compañía estuvo muy presente en la Noche del Empresario (Nit de l'Empresari), una cita promovida por Cecot que premia a empresas que destacan por buenas prácticas empresariales en distintas categorías.

La vigésimo segunda edición de la Noche del Empresario se celebró el pasado 20 de octubre en el Auditorio de Barcelona, con la presencia de numerosos empresarios y autoridades políticas de la comunidad.

En representación de Helvetia Seguros, nuestro director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Javier García, se encargó de entregar una de las distinciones, concretamente el galardón a Casa Ametller como Comercio más Dinámico.

La presencia de Helvetia Seguros sirvió para visibilizar la implicación de nuestra aseguradora en la sociedad catalana, una de las zonas de gran valor estratégico para la compañía.

Helvetia Seguros colabora con Fecor

El pasado día 7 de octubre, Helvetia Seguros firmó un acuerdo de colaboración con la Federación de Corredores y Corredurías de España (Fecor) con el objetivo de fomentar e impulsar la figura del corredor de seguros. El convenio, suscrito por nuestro director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Javier García, y por el presidente de la Federación, Tomás Rivera, permitirá a Helvetia Seguros mantener una relación más fluida y directa con los corredores y corredurías de Fecor, logrando que la actividad empresarial entre ambas partes se desarrolle en un entorno de confianza y seguridad jurídica.

Fecor, desde que se fundó en 1998, representa y defiende los intereses profesionales de los corredores y corredurías de seguros de España, formando parte del Grupo de Trabajo asesor de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP).

Para Javier García “este acuerdo reafirma nuestro compromiso con la mediación, entendiendo esta actividad como la garantía de la excelencia en el servicio y el principal nexo entre la compañía y el cliente”.

Por su parte, Tomás Rivera, destacó que “para el colectivo de corredores y corredurías de nuestra Federación este convenio con Helvetia Seguros es muy positivo, ya que contribuye a afianzar un importante proyecto de la Federación cuyo objetivo principal es que las relaciones con las aseguradoras se mantengan en un entorno de confianza y transparencia”.



> Javier García y Tomás Rivera firman acuerdo de colaboración.

También con los autónomos



> José García y Lorenzo Amor firman acuerdo de colaboración.

La Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA es, desde el pasado 17 de noviembre, una entidad colaboradora de Helvetia Seguros, y como tal todo el colectivo de trabajadores por cuenta propia socios de la federación podrán acceder a los servicios de nuestra compañía con descuentos preferentes.

Ello ha sido posible gracias a un convenio suscrito por Lorenzo Amor, presidente de ATA, y José García, director de Ventas de Helvetia Seguros, que establece diversas líneas de colaboración entre ambas entidades con el fin de aunar esfuerzos y dar las mejores coberturas a los socios de ATA.

Entre otros servicios, el acuerdo contempla descuentos preferentes en Seguros de Comercio, Transporte y Mercancías, de Colectivos de Empleados, de Autos para empresas, de Ingeniería Seguros Agrícolas, etc., además de los seguros particulares de Autos, Hogar y Decesos.

“La seguridad en el día a día y en el de nuestros negocios es primordial para los autónomos -comentó Lorenzo Amor-. Para preocuparnos de lo que de verdad importa y que estemos preparados ante cualquier eventualidad, con el respaldo de una de las compañías de seguro más prestigiosas de Europa”.

Para José García “este acuerdo supone un paso más en nuestro compromiso con los trabajadores autónomos, que son uno de los motores principales de la economía española”.

Celebrando el centenario de la Cabalgata de Sevilla

Desde hace varios años, Helvetia Seguros viene colaborando con el Ateneo de Sevilla en la promoción de diversas actividades sociales y culturales, como por ejemplo el Diccionario de Ateneístas Ilustres, algunos de cuyos volúmenes cuentan con el patrocinio de nuestra entidad.

Este año, la compañía ha querido ir un paso más allá, de manera que ha colaborado con el programa de actos conmemorativos del Centenario de la Cabalgata de Reyes de Sevilla, sin duda una de las principales actividades promovidas por esta histórica institución.

En concreto, nuestra compañía ha patrocinado la exposición fotográfica realizada por el Ateneo de Sevilla en la Avenida de la Constitución. La exposición, denominada “Cabalgata de Reyes Magos del Excmo. Ateneo de Sevilla 1918-2017: Un Siglo Ilusionando”, está compuesta por imágenes de la historia de la Cabalgata, y permanecerá en la céntrica avenida hasta el 6 de enero de 2017. Se trata de un recorrido gráfico plagado de anécdotas y curiosidades por los cien años de la Cabalgata de Reyes Magos de la ciudad de Sevilla.

Para hacer posible este proyecto, se llevó a cabo un acuerdo de colaboración, suscrito en la sede de Helvetia Seguros en Sevilla el pasado día 24 de octubre, con la presencia del presidente del Ateneo de Sevilla, Alberto Máximo Pérez Calero, y el director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, Javier García García.



> Exposición. “Cabalgata de Reyes Magos del Excmo. Ateneo de Sevilla 1918-2017: Un Siglo Ilusionando”.

Aseguradores oficiales de “Cabalgemos”



> Juan Ángel Corzo, comisario de la exposición, Javier García, Juana Muñoz, comisario de la exposición, Juan Manuel Rico, responsable del Departamento de Formación de Helvetia Seguros y Carmen Barriga, jefe de Servicio de Archivo y Publicaciones de la Diputación de Sevilla.

Helvetia Seguros dentro de su estrategia de Responsabilidad Corporativa viene colaborando con asociaciones culturales comprometidas con su entorno. Muestra de ello, es la iniciativa llevada a cabo con el patrocinio de la Exposición “Cabalgemos”. Dicha exposición conmemora el IV Centenario de la Muerte de Miguel de Cervantes a través de 100 ejemplares inéditos de El Quijote. La muestra, que ha sido organizada por Área de Cultura y Ciudadanía de la Diputación de Sevilla y la asociación Feria del Libro de Sevilla ha contado con el apoyo de Helvetia Seguros en cuanto al aseguramiento mediante nuestro producto Obras de Arte. Ha tenido lugar entre los días 11 de noviembre al 11 de diciembre en la Casa de la Provincia.

Según indica la Diputación de Sevilla en un comunicado, “Cabalgemos” es una muestra que pretende concentrar el espíritu quijotesco y su título responde al refrán popular alusivo al Quijote de “si los perros ladran, Sancho, es que cabalgamos”. De ahí que, cabalgar, obtenga múltiples interpretaciones como pasear a caballo, estar en varios sitios, trabajar, moverse, hacer cosas y, “en el ambiente quijotesco, luchar por conseguir sueños, obstinarse y apasionarse, entre otras”. Se trata de un homenaje al Quijote, a su espíritu de lucha y, sobre todo, a la elocuencia de su autor, Miguel de Cervantes, que con esta obra logró contar al mundo la importancia del respeto hacia los valores esenciales.

En los 50 años del Colegio de Mediadores de Baleares

A lo largo de toda la geografía nacional, Helvetia Seguros mantiene una estrecha relación con numerosas entidades representativas de la mediación. Consciente del importante papel que juegan los mediadores en nuestro modelo de negocio, potenciamos la actividad institucional de diversos colegios profesionales, favoreciendo una mayor visibilidad del colectivo.

Uno de estos colegios es el Colegio de Mediadores de Seguros de Baleares que en 2016 alcanzó los cincuenta años de existencia. Helvetia Seguros no quiso ser ajena a esta efeméride, de manera que fue una de las entidades patrocinadoras de las XXIII Jornadas del Seguro Balear 2016, que en esta ocasión tuvieron un marcado carácter conmemorativo.

Las jornadas se celebraron los días 20 y 21 de octubre en Palma Activa (Palma de Mallorca), bajo el título “Inventemos nuestro futuro”. En ellas se dieron cita numerosos mediadores, así como diversas compañías de seguros de referencia, entre las que se encontraba Helvetia Seguros. La trascendencia de la efeméride implicó también la participación de autoridades de la región, encabezadas por Francina Armengol, presidenta del Gobierno de las Islas Baleares.



El C.D. Galapagar también es Helvetia



El Club Deportivo Galapagar es el club de fútbol de referencia de este municipio de Madrid. Un club modesto pero con una filosofía muy marcada de favorecer hábitos de vida saludables asociados a la práctica deportiva. Esta filosofía se canaliza especialmente a través de su escuela de fútbol, desde donde se promueve la práctica del deporte a partir de edades muy tempranas.

La escuela sigue así unos objetivos sociales, educativos y deportivos, con presencia en todas las categorías del fútbol.

Como apoyo a un mediador de la zona, la agencia exclusiva Alanís, vinculada al club, se ha convertido en entidad patrocinadora, más específicamente del equipo juvenil, a los que ha dotado de camisetas que lucen los colores de Helvetia Seguros.

Asimismo, se han habilitado vallas y espacios promocionales en el propio estadio, con los que se refuerza la identificación del equipo con nuestra compañía.

Esta acción supone una más en las desarrolladas por Helvetia Seguros a lo largo de toda la geografía nacional para potenciar el deporte *amateur* y de base. Que contribuye, además, a dotar de mayor visibilidad a nuestra compañía en la Comunidad de Madrid.

En la Feria Empresarial de Niebla

Dar visibilidad a nuestros productos de Vida y Decesos, al tiempo que favorecer el conocimiento de nuestra marca en el área de El Condado de Huelva, era lo que perseguía la Sucursal Huelva con la participación en la Feria Empresarial de Niebla celebrada en este municipio entre los días 28 de octubre y 1 de noviembre.

La feria, organizada por el Ayuntamiento de Niebla y celebrada en el Pabellón Municipal de Deportes de la localidad, reunió a numerosas empresas del entorno. Helvetia Seguros fue la única compañía aseguradora presente en el evento. El equipo DPF de Huelva fue el encargado de atender el *stand* que permaneció abierto al público durante todos los días de celebración de la feria, ya que la meta era potenciar la contratación del producto del Plan de Asistencia Familiar (PAF).

"Estamos muy contentos por los resultados obtenidos -ha explicado Diana Eugenio, comercial interno de Sucursal Huelva-. Se han generado muchos contactos interesados en nuestro producto, de manera que queremos exportar esta iniciativa a otras ferias de la provincia".



> Imagen del stand de Helvetia Seguros en la feria de Niebla.

Apoyo a deportistas gallegos



> Cristóbal de los Ríos llega a la meta.

Nuestra actividad de patrocinio deportivo no se limita al apoyo a equipos y clubes. También abarca, en algunos casos, a deportistas individuales. Es el caso de Cristóbal de los Ríos, un triatleta que a buen seguro va a dar muchas alegrías a Helvetia Seguros y al deporte español.

Cristóbal, que es cliente también de Helvetia Seguros, ha ganado ya, a pesar de su juventud, varias importantes competiciones. Así, ha sido campeón de España de media distancia sub 23 y subcampeón absoluto. También ha sido campeón de España de triatlón de larga distancia. Y lo que a buen seguro queda por venir.

Pero su logro más reciente, por su gran espectacularidad y por la repercusión internacional obtenida, ha sido su victoria en el Desafío Triatlón de las Islas Cíes. Se trata de una vistosa prueba, que el 24 de septiembre alcanzó su cuarta edición.

Sin salirnos de A Coruña, Helvetia Seguros también cuenta con un equipo de pádel patrocinado en la provincia. Se trata del Helvetia 3d3 Pádel, un equipo vinculado al club 3d3 de Carballo, que compite en la tercera categoría provincial.



> Campeonato de pádel.

Moteros con póliza de Helvetia Seguros

Las concentraciones moteras representan una interesante oportunidad comercial para acceder a un perfil de clientes especialmente interesados por los seguros de motocicletas. Y es un terreno que dos agentes exclusivos de Helvetia Seguros de Sevilla, Pilar Vázquez y Padisa Seguros e Inversiones, han empezado a sondear. De manera colaborativa, ambos llevaron a cabo una primera experiencia piloto en el mes de junio.

Se trataba de la XIII Concentración Motera «Las Zaguilas», que se llevó a cabo en el municipio sevillano de El Saucejo en el fin de semana del 10 al 12 de junio, donde se instaló un stand y se sorteó una póliza de motos gratuita durante un año.

La concentración, como es habitual, fue todo un éxito, con 'moteros' venidos de toda la provincia, y con iniciativas tan llamativas y propias de esta tribu como una ruta silenciosa de antorchas, una ruta 'barítima' o, por supuesto, conciertos. Y fue también una interesante iniciativa para nuestros dos agentes, ya que les permitió establecer cerca de cien contactos, que se han materializado hasta el día de hoy en la contratación de una veintena de pólizas.

«La experiencia funcionó bastante bien -explica José Manuel Páez, de Padisa Seguros e Inversiones-. Así que ya estamos planificando nuestras participaciones en concentraciones moteras».



> A la derecha, la agente exclusiva Pilar Vázquez en el stand.

Ayuda sanitaria a familias de Mongolia



> Imagen de la expedición solidaria.

Asral es una ONG de origen irlandés que desde hace muchos años lleva a cabo una intensiva labor solidaria dirigida a poblaciones con dificultades de Mongolia. Gracias a su actividad, muchas familias y niños de distintos lugares del país asiático han podido salir adelante y mejorar sus expectativas de futuro.

Desde Jerez de la Frontera, un grupo de voluntarios y empresas han decidido unir sus fuerzas para hacer posible un proyecto de Asral: se trata del transporte de medicinas hasta Ulan Bator, considerada la ciudad más poblada de Mongolia.

Junto a la empresa y cliente Montesierra, que ofreció una donación de alimentos, Helvetia Seguros contribuyó a la acción ofreciendo gratuitamente el seguro de automóviles para la camioneta encargada del transporte, que igualmente fue cedida por otra empresa colaboradora, Solera Motor.

Entre todas juntas, hicieron posible la donación de medicinas y material sanitario de primera necesidad a personas con dificultades de Ulan Bator, que se realizó durante el pasado verano. Una nueva acción solidaria que refuerza el compromiso social de Helvetia Seguros, en el marco de su política de Responsabilidad Corporativa.

Correr contra el cáncer



> Ángel Abad, responsable de Controlling, hace entrega de premios.

Durante los últimos meses, Helvetia Seguros ha contribuido a hacer posible dos competiciones de naturaleza deportiva cuyo objetivo era luchar contra el cáncer. La primera carrera solidaria se celebró en Sevilla el domingo 16 de octubre. Se trataba de la cuarta edición de la carrera contra el cáncer infantil 'Tus kilómetros nos dan vida', que una vez más contó con el patrocinio de Helvetia Seguros. Con un recorrido de 5 kilómetros, la carrera fue promovida por la fundación SEHOP (Sociedad Española de Hematología y Oncología Pediátricas), y en ella participaron unos 5.000 corredores, de los que 500 eran menores de 14 años.

El objetivo de la carrera era recaudar fondos para desarrollar y potenciar la investigación científica en oncología pediátrica, apoyar la calidad asistencial al enfermo y consolidar el desarrollo del Registro Nacional de Tumores Infantiles. Helvetia Seguros no sólo patrocinó el evento, sino que estuvo también presente en la entrega de premios, a través de Ángel Abad, responsable del Departamento de Controlling de la compañía.

La segunda se celebró en Rota (Cádiz). Por segundo año consecutivo, la asociación Rolucan convocó la Carrera Solidaria contra el Cáncer de Mama. Y también por segundo año, Helvetia Seguros, a través de su agente exclusivo en Rota Antonio García, fue una de las entidades patrocinadoras. La carrera se celebró el pasado 22 de octubre.



> Carrera Solidaria contra el Cáncer de Mama (Rota).

Resultados de Commit 2016



El pasado mes de junio, Commit 2016 dio la oportunidad a todos los empleados del Grupo Helvetia, por tercera vez (antes en 2010 y 2013), de expresar su opinión sobre el ambiente de trabajo en la empresa.

Con respecto al grupo, los resultados de Commit 2016 difieren ligeramente de los obtenidos en la encuesta realizada en 2013. Muchos empleados están contentos con su ambiente de trabajo, dando un resultado muy positivo a sus responsables directos, al equipo y al trabajo. A su vez, los empleados de Helvetia presentan un fuerte sentimiento hacia la compañía -el compromiso de los empleados con la compañía alcanza un resultado del 76 puntos (sobre 100). Destaca la alta puntuación obtenida en la pregunta "El éxito de Helvetia es importante para mí", alcanzando 86 puntos. La satisfacción de los empleados a nivel de grupo alcanza también un respetable resultado de 68 puntos, cuatro menos que la puntuación alcanzada en otras empresas del sector asegurador. Con respecto a los clientes, como muestra la encuesta, la mayoría de los empleados disfrutan con el trato personal con los clientes, alcanzando 87 puntos. Estos últimos resultados indican que la compañía está en una posición óptima para mejorar su orientación hacia el cliente, lo que es crucial para conseguir el éxito de la estrategia helvetia 20.20.

Los empleados en España valoran muy positivamente el éxito de Helvetia, alcanzando 86 puntos (sobre 100) y superando en un punto el resultado alcanzado en 2013. El grado de compromiso alcanzó 79 puntos, superando igualmente en un punto el resultado anterior, y la sensación de pertenencia a Helvetia alcanzó 80 puntos, mejorando en cuatro puntos el resultado obtenido en la pasada edición de Commit. El grado de satisfacción general aumenta tres puntos respecto a 2013 y se sitúa en 66 puntos.

Los resultados también revelan una clara necesidad de acción en algunos campos, particularmente en la información y el rendimiento/desarrollo. Esto confirma que la nueva estrategia corporativa está persiguiendo los objetivos correctos hacia helvetia 20.20. Los empleados serán informados sobre las medidas conforme éstas se vayan implementando.

Formación

Formación para empleados

Gestión de conflictos y liderazgo preventivo	Sevilla, del 10 de octubre al 11 de noviembre (3 cursos de seis horas cada uno) y Madrid, el día 7 de noviembre. Participantes: 65 empleados.
--	---

CRM-B2B Comercial Interno 20.20	Sevilla, del 18 de octubre al 15 de diciembre (6 cursos de 10 horas cada uno). Participantes: 58 comerciales internos.
---------------------------------	--

Solvencia II	Toda la plantilla, en modalidad e-learning. Curso de 4 horas.
--------------	---

<i>Outsourcing</i>	Modalidad <i>e-learning</i> . Para comité de Dirección, responsables de departamento y directores de Zona. Curso de 1 hora.
--------------------	---

Seguridad y Salud en oficinas	Modalidad <i>e-learning</i> . Para empleados diversos. Curso de 4 horas.
-------------------------------	--

Formación para mediadores

Sucesores (Módulo 2)	Sevilla, del 19 al 23 de septiembre (40 horas). Participantes: 12 hijos de agentes exclusivos.
----------------------	--

«Modelo de Acercamiento Comercial» (Curso Formación Agentes PAC)	Sevilla, 18 y 19 de octubre (16 horas). Participantes: 12 agentes del 2º año del PAC.
--	---

«Agente Emprendario»	Sevilla, 4 y 5 de octubre de 2016 (15 horas). Participantes: 13 agentes exclusivos.
----------------------	---

«Agente Emprendario – Fidelización y Retención de Clientes»	Sevilla, 10 de noviembre de 2016 (8 horas). Participantes: 10 agentes exclusivos.
---	---

Culmina la sexta edición del curso "Sucesores"

El día 23 de septiembre, se celebró el acto académico de entrega de los diplomas de la sexta edición del curso "Sucesores", el programa de formación dirigido a hijos de agentes exclusivos de la compañía que desean continuar con el negocio familiar.

El curso, de 68 horas de duración, estuvo dividido como es habitual en dos módulos, impartidos del 6 al 10 de junio y del 19 al 23 de septiembre de 2016 respectivamente. Durante la formación, los monitores internos y externos han enseñado a los doce alumnos de esta edición elementos básicos de la actividad aseguradora, para facilitar su desempeño como futuros agentes de Helvetia Seguros, así como una sesión expresamente orientada a tratar la cartera de clientes de sus padres y la sucesión de la actividad comercial de los mismos.

A través de este curso, en el que han participado más de 60 alumnos desde 2010, Helvetia Seguros contribuye a mantener el negocio familiar, ofreciendo a los hijos de sus agentes exclusivos una formación profesional y cualificada para que puedan gestionar con solvencia su propia agencia en un futuro.

Durante el acto de clausura, el director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, Javier García, destacó que "gracias a esta formación, los hijos de nuestros agentes exclusivos pueden introducirse en el sector asegurador de la mano de nuestra compañía, favoreciendo así el paso de testigo de padres a hijos".



> Promoción del curso "Sucesores".

Objetivo: fortalecer el PAF



> Un momento lúdico de la masterclass.

A través del Departamento de Asistencia Familiar, Helvetia Seguros llevó a cabo entre los días 2 y 4 de noviembre en Antequera (Málaga) una experiencia piloto muy innovadora desde el punto de vista comercial. Se trataba de reunir a un grupo de agentes exclusivos con un volumen de cartera considerable pero con escasa penetración del producto de Decesos, a fin de implementar un proceso de fomento de crecimiento de su cartera en el Plan de Asistencia Familiar (PAF).

La iniciativa, bautizada como "Masterclass Asistencia Familiar", reunió durante tres días en Antequera a once agentes exclusivos pertenecientes a la red tradicional con un volumen de cartera superior a los 300.000 euros. Dichos agentes provenían de toda España.

Dos mediadores fuertemente especializados en el Plan de Asistencia Familiar llevaron a cabo presentaciones de su modelo de negocio. Se buscó a dos agentes con un modelo de gestión muy distinto, para mostrar modalidades empresariales que permitieran a los agentes exclusivos conocer los entresijos para la comercialización innovadora de un producto con muy buena aceptación y con un fuerte potencial. Tras las presentaciones se llevaron a cabo puestas en común y resoluciones de dudas.

«Fue una experiencia muy positiva -explica Antonio Díaz, responsable de Asistencia Familiar de Helvetia Seguros-. No se había hecho antes nada así en la compañía, y los resultados son muy interesantes. El siguiente paso será que los agentes se decidan por uno u otro modelo para fortalecer la presencia del Plan de Asistencia Familiar en sus carteras. Helvetia Seguros los acompañará en todo ese proceso».

Campaña de Donación de Sangre

Una vez más, la Sala Helvetia acogió una campaña de donación de sangre, dirigida tanto a empleados como a aquellos otros donantes que quisieran acudir a la sede de Helvetia Seguros en Sevilla.

La fecha elegida fue el pasado 3 de octubre. Y, una vez más, quedó evidenciada la solidaridad de los empleados de Helvetia Seguros, ya que acudieron un buen número de ellos a realizar su donación. Su compromiso con la donación de sangre y el Centro de Transfusiones de Sevilla ha permitido que Helvetia Seguros siga siendo un Socio de Honor de la Asociación de Donantes de Sangre, Órganos y Tejidos.



“Estudio” de Hoy por Hoy por un día

La Sala Helvetia se convirtió el pasado 8 de noviembre en el “estudio radiofónico” del programa matinal de Cadena Ser (Radio Sevilla), *Hoy por Hoy*, conducido por Salomón Hachuel.

Durante toda la mañana la emisión en directo se realizó desde las instalaciones de Helvetia Seguros donde se dieron cita un nutrido número de oyentes, entre empleados de la compañía y alumnos del I.E.S Los Viveros de la capital hispalense.

Entre los invitados del programa, estuvo el director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, Javier García; y Raúl Farrate, policía nacional recientemente condecorado por sus méritos profesionales.

También participó María José Montes, especialista en riesgos de internet y redes sociales para los más pequeños de la casa. A su vez, también hubo una actuación musical del grupo Serendeep.

A su vez, se retransmitió “La Cámara de los balones”, espacio patrocinado por Helvetia Seguros y que analiza en clave de humor la actualidad deportiva con un extraordinario equipo de profesionales liderado por el conocido humorista gaditano: Yuyu; junto a Fran Ronquillo, Luis Lara y Bienvenido Sena.





Luchando contra el Alzheimer a través de la música

“Canciones para que no me olvides”

Todo empezó en la Universidad de Oxford. Allí, en el año 2015, un grupo de investigadores demostraron a través de un estudio que muchos de los pacientes que sufren Alzheimer conservan sus recuerdos musicales, incluso cuando la enfermedad está en su fase más tardía.

A pesar de los efectos devastadores de esta enfermedad en la memoria, los enfermos, concluía aquel estudio, siguen conservando sus recuerdos musicales. ¿La razón? Puede ser, probablemente, porque la música es archivada por el individuo en áreas cerebrales distintas a las del resto de recuerdos.

Este área es el lóbulo temporal, la parte del cerebro que va desde la sien hasta la zona posterior del oído, donde se gestiona nuestra memoria auditiva. Así al menos lo aseguran estudios neurocientíficos desarrollados por el Instituto Max Planck de Neurociencia y Cognición Humana de Leipzig (Alemania). Según su investigación, las áreas cerebrales donde se aloja la memoria musical resisten mejor los efectos de esta enfermedad que otras zonas.

Partiendo de esta idea, Helvetia Seguros, inspirada por el estudio creativo Bungalow 25, quiso llevar a cabo una campaña para potenciar la concienciación social en torno a la enfermedad del Alzheimer. Se trataba, simbólica-



> Familiares de Inés en un momento del vídeo.

mente, de mostrar a enfermos de Alzheimer recuerdos de su vida encapsulados en canciones que les ayudaran a no olvidar.

El resultado ha sido “Canciones para que no me olvides”. Una iniciativa solidaria y de concienciación que se ha articulado a través de una web (www.cancionesparaquenomeolvides.com) y de redes sociales.

La campaña se ha centrado en mostrar la experiencia de dos enfermos de Alzheimer en fase de desarrollo. Juanjo e Inés y sus respectivas familias ofrecieron su testimonio vital y sus recuerdos de vida a Helvetia Seguros. De este modo, conocimos los momentos más importantes de su vida, aquellos que no les gustaría olvidar: el nacimiento de sus hijos, sus bodas, detalles de su infancia.

A partir de estos relatos, se compuso para cada uno de ellos una canción autobiográfica de sus propias vidas. De manera que, cuando la enfermedad avance, gracias a esa canción,



> Momento de composición de las canciones.

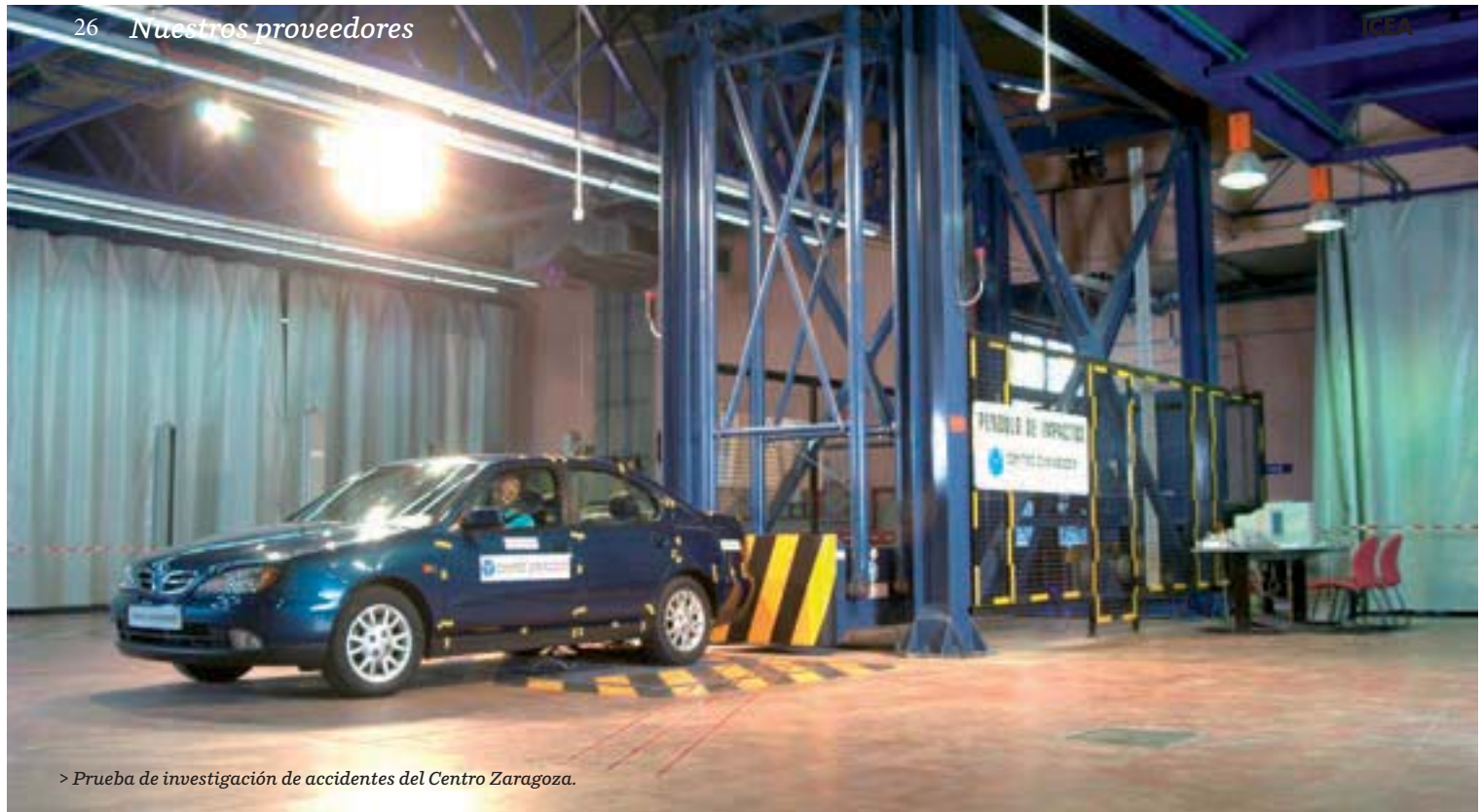
ellos puedan seguir recordando los mejores momentos de sus vidas gracias a la música. Todo el proceso fue filmado y editado, dando como resultado dos audiovisuales. En estas piezas, cargadas de emotividad, se muestra el momento en que los enfermos escuchan las canciones compuestas por primera vez junto a sus familiares.

La campaña empezó a difundirse a través de redes sociales a finales de octubre, habiendo conseguido hasta la fecha más de 7.000 reproducciones en el canal YouTube de la compañía.

“Canciones para que no me olvides” entronca con la estrategia de Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros y el desarrollo de proyectos de concienciación social. Se estima que actualmente alrededor de 600.000 personas padecen Alzheimer en España, y es previsible que esa cifra aumente en los próximos años, hasta llegar a afectar a 1,5 millones de personas en 2050, según los datos de la Sociedad Española de Neurología (SEN).



> Juanjo y Marisol escuchan por primera la canción.



> Prueba de investigación de accidentes del Centro Zaragoza.

Centro Zaragoza: Inteligencia al servicio de los seguros de automóvil

"Los valores de calidad y Responsabilidad Corporativa en Helvetia Seguros, están muy implementados", afirma José Antonio Carcaño, director general de Centro Zaragoza.

El Instituto de Investigación sobre Vehículos, S.A., más conocido como Centro Zaragoza, surgió en 1987 gracias a la iniciativa de un grupo de 14 entidades aseguradoras que operaban en el sector del seguro del automóvil en España, y que decidieron unir sus fuerzas en materia de investigación en el ámbito del seguro del automóvil. Entre estas 14 entidades –más tarde pasarían a ser 19, que actualmente representan aproximadamente el 65% de las primas del seguro del automóvil en España y más del 30% en Portugal– se encontraban dos de las compañías (Cervantes y La Vasco Navarra) que más tarde pasarían a formar parte de Hel-

vetia Seguros. Por lo que nuestra compañía ha participado accionarialmente en esta sociedad desde sus inicios, hace prácticamente treinta años.

Por aquel entonces, las entidades aseguradoras fundadoras demandaban un centro de investigación de vehículos para trabajar en la gestión y control de los daños materiales del seguro del automóvil. Dada la situación estratégica de Zaragoza, en una posición central de la península, y a menos de 300 kilómetros de grandes capitales como Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, se decidió crear y construir su centro en la localidad de Pedrola (Zaragoza).



> José Antonio Carcaño, director general.

Después de treinta años de actividad, los objetivos de Centro Zaragoza siguen siendo los mismos para los que fue concebida: la investigación en todo lo que atañe al seguro del automóvil.

Con respecto a otros organismos centrados en la investigación del sector asegurador como Icea, Centro Zara-

goza aporta su especialización en el ámbito del seguro del automóvil. Así, el centro investiga, experimenta y estudia las características, métodos y sistemas de reparación de los daños de los vehículos que se han presentado como consecuencia de un accidente de tráfico. De igual modo, trabaja activamente en proyectos de I+D+i relacionados con los accidentes de tráfico y en el análisis de los vehículos y sus elementos de seguridad, para disminuir la siniestralidad de las carreteras y la mejora de la seguridad vial. La formación está muy presente en su portfolio de servicios, ya que el centro lleva a cabo una labor permanente de formación de los profesionales implicados en la peritación y reparación de los vehículos siniestrados. No menos importante es su labor de certificación, ya que el centro también certifica la calidad de piezas, talleres, productos y servicios. Y una labor que probablemente muchos desconozcan: Centro Zaragoza es el enlace técnico de Unespa con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado (F.C.S.E.) en materia de tráfico ilícito de vehículos, para incrementar la recuperabilidad de los vehículos sustraídos e indemnizados del sector asegurador.

Más concretamente en el caso de Helvetia Seguros, los servicios que la empresa ofrece a nuestra aseguradora se centran en la localización y recuperación de vehículos y el acceso al fichero de vehículos sustraídos. De hecho, la compañía trabaja activamente en el Comité de Vehículos Sustraídos. Por otro lado, Centro Zaragoza es un proveedor recurrente en la impartición de formación relacionada con diversos aspectos del seguro de automóvil.

Como miembro activo del Consejo de Administración de la sociedad, Helvetia Seguros conoce en profundidad todas las iniciativas promovidas por el Centro Zaragoza. Este conocimiento se complementa con las reuniones informativas que, de manera regular, se llevan a cabo en relación con los distintos servicios.

La valoración de la receptividad que desde Centro Zaragoza encuentran en Helvetia Seguros es muy positiva. Y también la propia opinión sobre nuestra entidad: “Por lo que conocemos de la compañía –explica su director general, José Manuel Carcaño–, los valores de Calidad y Responsabilidad Corporativa están implementados a todos los niveles”.

En términos generales, desde Centro Zaragoza ponen el acento sobre la necesidad de la formación y la certificación como elementos para la mejora del sector asegurador: “La formación técnica continua de los profesionales del sector, así como los procesos de certificación de la calidad de los profesionales, productos y procesos, son dos actividades que constituyen un proceso

continuo de aprendizaje y de puesta en valor de la actualización de los procesos de trabajo continuo –sostiene Carcaño–. Por esta razón, la formación y la certificación constituyen dos valores diferenciales en los que trabajamos para ayudar a la mejora continua de los profesionales del sector”.

De cara al futuro, Centro Zaragoza prevé profundizar en algunas líneas de trabajo, descritas en su Plan Estratégico 2014-2017, tales como la internacionalización (desde 2011 la empresa opera en Turquía, a través de la división CZ TURK, con sede en Estambul), la innovación en sistemas de seguridad a través de proyectos con financiación pública o el aumento de actividades para la reducción del coste de los daños materiales.

Principales hitos en materia de investigación y desarrollo:

- Base SIETE. Se trata de un producto informático soportado sobre una base de datos que se actualiza diariamente a través de un portal web, a la que tienen acceso todas las compañías que contratan el producto.
- Certificaciones. Centro Zaragoza cuenta con las siguientes: Certificación CZ de piezas de carrocería, Certificación CZ de talleres de carrocería, y Certificación CZ de equipos, herramientas y productos de reparación de carrocería de vehículos.
- Servicio de localización y recuperación de vehículos sustraídos e indemnizados.
- Informes de dañabilidad y reparabilidad, que proporcionan a las entidades aseguradoras adscritas unos índices con los resultados de reparabilidad del vehículo analizado en las diferentes pruebas de choque a baja velocidad.
- Reconstrucción de accidentes de tráfico. Hasta la fecha, Centro Zaragoza ha realizado más de 1.900 informes de reconstrucción de accidentes de tráfico.
- Estudios de Seguridad Vial, sobre la eficacia de sistemas de seguridad, para el desarrollo de nuevas tecnologías de seguridad, auditorías de seguridad vial, etc.
- Plataforma “Gestión de Subastas de Vehículos (GSV)”, cuyo objetivo es la comercialización, mediante subasta, de vehículos accidentados declarados como pérdida total, en acceso restringido para usuarios autorizados.
- CZ bals. Sistema de análisis de la biomecánica de colisiones a baja velocidad.
- CZ plus. Sistema de facturación electrónica creado por CZ, en colaboración con Tirea, por medio del cual el taller cobra la factura de la reparación a la compañía de seguros.
- CZ recambios. La plataforma CZ recambios proporciona a los talleres el acceso vía web, en tiempo real, y de una forma directa, estandarizada, precisa y fiable, a los diferentes tipos de recambios necesarios para una reparación.
- Formación. Ha formado a más de 30.000 profesionales de España y otros países del extranjero.

“*Helvetia Seguros es cercana, es profesional... es tu familia*”

Cuando apenas está estrenando la treintena, esta agente exclusiva de Peligros (Granada) se desenvuelve en nuestra entrevista como toda una veterana. No en vano, lleva vinculada a Helvetia Seguros desde muy joven, y pertenece al Plan de Agentes de Carrera, habiendo realizado cursos de gran valor estratégico como el de “Agente Empresario”. Con dos hijas pequeñas, se considera una agente Helvetia de pura cepa, y siente hacia la compañía algo más que afecto: “Considero Helvetia Seguros como parte de mi familia”, afirma.

¿Qué aspectos crees que definen con más precisión al “agente Helvetia”?

Con el transcurso de los años, que me han permitido conocer a fondo la compañía y a otros colegas, concluiría que los rasgos fundamentales de un “agente Helvetia” son transparencia, cercanía y profesionalidad.

También llevaste a cabo el curso “Agente Empresario”. ¿En qué medida consideras que el curso te ha servido para tu desempeño en la agencia?

Este curso para mí ha sido sencillamente imprescindible. Me ha hecho ver la manera de potenciar mi negocio con la venta cruzada, así como conocer la calidad y la rentabilidad de un cliente. Además de otras cuestiones como saber priorizar las tareas en el desarrollo diario o conocer las formas de desarrollar las carteras. También es muy útil por lo que supone de intercambio de experiencias con tus compañeros.

Tu padre ha sido, probablemente, tu principal maestro. ¿Qué lecciones principales aprendiste de él?

Mi padre ha sido y es mi maestro en varios aspectos. La lección número uno ha sido: “María, haz siempre el bien, para que por las noches puedas dormir tranquila”. Y también: “Sé humilde y sencilla, y una gran profesional en tu trabajo”.

Dicen de ti que eres una persona muy conocida en Peligros, con una activa vida social. ¿Cómo te definirías a ti misma?

En el curso del Agente Empresario, Javier Sierra, que era nuestro tutor, nos preguntó algo parecido.

Concretamente, quiso saber: si le preguntaran a tus asegurados qué piensan de ti, ¿qué crees que dirían? Y yo contesté: “Que soy muy apañá”. Creo que soy una persona que se involucra mucho con sus asegurados y sus necesidades, explicándoles el producto de manera que lo entiendan. En cuanto a la vida social que comentas, siempre intento ser participativa en la actividad empresarial de mi localidad. Así, actualmente pertenezco a la Asociación de Empresarios, ocupando una vocalía. Y tengo una relación muy estrecha con el Ayuntamiento, que está asegurado desde hace muchos años con nuestra compañía.



> María Santiago, ante su oficina.

María Santiago, agente de Helvetia Seguros en Peligros (Granada)



Háblanos un poco del mercado asegurador de Peligros. ¿Existe mucha competitividad?

Te diría que sí y no. Porque yo no compito con las demás aseguradoras: cuando un asegurado me pregunta qué diferencia hay entre ésta y aquella, y si son buenas ambas, mi contestación siempre es la misma: todas las compañías son buenas, pero lo que hace diferente a Helvetia Seguros del resto son los mediadores y el respaldo de la oficina. En este caso, cuento con un gran equipo humano y profesional. De la sucursal a la que pertenezco, Sucursal Granada, el asegurado sale sabiendo perfectamente el producto que ha contratado y sobre todo que yo voy a ser sus pies y sus manos para cualquier incidente.

En medio de ese contexto, ¿cuáles son los principales valores diferenciales de Helvetia Seguros con respecto a otras aseguradoras competidoras?

Helvetia Seguros se define en su eslogan: es Pasión, y eso es lo que nos enseñan desde el primer minuto. Es cercana, es profesional... es tu familia.

Concretamente en el caso de tu agencia, ¿cuáles son los principales objetivos que te planteas a medio y largo plazo?

Básicamente: seguir aquí. ¡Todavía tengo mucha guerra que dar! Seguir peleando, y trabajando, con la misma ilusión que ahora, junto a los míos. ¡Y ganar un viaje de incentivos!

¿Qué les dirías a los agentes que consideran la formación como un aspecto secundario, que les aporta poco a su desempeño?

Que van por muy mal camino, pues unos de los valores fundamentales de un agente de Helvetia Seguros es ser profesional. Y eso sólo se consigue con experiencia y mucha formación.

¿Algo que se te haya quedado en el tintero?

Pues sí, una reflexión personal: considero Helvetia Seguros como parte de mi familia. De hecho mis hijas conocen perfectamente a lo que se dedica su mamá: ven el triángulo de la compañía y lo reconocen en seguida. Tanta es la familiaridad que tienen con Helvetia Seguros que de pequeñas estaban jugando con las bicicletas y se dieron un golpe entre ellas. Y mi hija mayor, con sólo seis años por aquel entonces, le dijo a su hermana: "¡Saca los papeles que vamos a escribir un parte!". Con esto me gustaría trasladar a todos mis compañeros y a los futuros que nuestra compañía es cercana y apoya a sus mediadores, lucha porque el mediador sea un profesional y cuentes con el equipo para cualquier aclaración, gestión o duda. Animo a los que empiezan a que se formen y a que pregunten cualquier duda antes de asesorar, ya que tienen una empresa con la que siempre pueden contar para hacerse todavía mejores profesionales.

“Helvetia Seguros proyecta una imagen sólida”

Durante los años 90, Agustín Bravo fue uno de los rostros más familiares de nuestra televisión. Discípulo de Jesús Hermida, en quien reconoce a su principal maestro, en sus treinta años de trayectoria ha hecho prácticamente de todo en la radio y la televisión. Hoy dirige un magazine en Cope, pero ama por igual a los dos medios. Desde hace años, confía su aseguramiento en Helvetia Seguros, a la que considera una compañía con una imagen solvente, veterana pero en constante actualización.

Eres una de las caras más visibles y representativas de la televisión de los años 90, y se te asocia al periodo de la eclosión de la televisión privada en nuestro país. ¿Cómo ha cambiado la televisión en estos últimos veinte años?

Ha cambiado muchísimo. La televisión se ha ido especializando, dando lugar a los canales temáticos. En cuanto a las generalistas, también se han definido, buscando cada una su target.

Tu trayectoria está jalonada de reconocimientos, tanto en televisión como en radio, fundamentalmente. Ahora diriges un magazine en Cope Andalucía (Bravo por Andalucía). ¿En qué medio te sientes más a gusto, y por qué?

Desde mis comienzos utilizo una metáfora que trata de dos tipos de mujeres o novias. Una es fiel: la radio; y la otra es más caprichosa: la tele. Pero ambas son apasionantes y apasionadas. Las amo.

Tienes mucha experiencia asimismo tanto en medios privados como en medios de carácter público y local/autonómico. ¿Qué ventajas tienen los canales públicos con respecto a los privados?

A la hora de producir o presentar un programa existen pocas diferencias. En la televisión privada son más exigentes con las audiencias a conseguir, ya que se rigen por cuestiones puramente empresariales, al jugarse su propio dinero. En los canales públicos este extremo es bastante más laxo.

¿Qué opinión te merece la parrilla actual, prácticamente colapsada por el fenómeno de la telerrealidad?

Todo empezó en el año 2000 con Gran Hermano. En ese instante yo dije: “La televisión ha cambiado para siempre. Nada volverá a ser lo mismo”. Fíjate si lo tenía claro... Si lo ves como un producto rentable, es aceptable; pero si lo ves desde el plano ético, yo lo llamaría “competencia desleal”. Ahora cualquiera puede hacer tele, y eso no es bueno.

Siempre se te ha asociado, tanto en radio como en televisión, a los magazines. También en este formato se ha producido una sensible evolución a lo largo de los años. ¿Qué aspectos del antiguo estilo crees que se ha perdido en el camino, y por el contrario qué aspectos crees que se han mejorado con los años?

Creo que es el formato que menos ha evolucionado, y es lógico. Como formato es el más abierto y personal. Si viéramos un *show* de un presentador norteamericano de los años 60 encontraríamos muchos parecidos con un buen magazine actual. En cuanto a las mejoras, son eminentemente técnicas. Las conexiones desde cualquier rincón del planeta, digitalización, etc.

Durante tus más de 25 años de trayectoria, ¿qué enseñanzas principales te llevas en esto de la televisión?

Que el comunicador nace, y que si Dios me da

Agustín Bravo, periodista



Foto: Mar Gallardo

fuerzas seguiré en la brecha como si fuera norteamericano, o sea que me jubilaré cuando crea que deba de hacerlo y no cuando los directivos quieran.

Habrás aprendido de muchos, pero si tuvieras que señalar a alguien del que hayas aprendido especialmente en esto del oficio periodístico, ¿a quién señalarías?

A mi descubridor, Jesús Hermida. Viéndole arrancar el programa cada mañana, se aprendía más que en todas las facultades del mundo...

Impartes clases en talleres de presentador de televisión, y allí tienes mucho contacto con chavales que sueñan con llegar adonde tú has llegado. ¿Cuáles son las recomendaciones que sueles hacerles?

Les doy tres consejos prácticos: primero, que jamás digan "no" a un trabajo. Segundo, que aunque no les apetezca nada, "pasen" por Madrid. Y tercero, que procuren llevarse bien con el que manda. Pero ojo: de peloteo, nada.

Eres asegurado de Helvetia Seguros. ¿Qué opinión te merece la imagen de la compañía?

Proyecta una imagen sólida. De gran compañía, cargada de experiencia pero en permanente actualización. Moderna y fiable, en definitiva.

¿Qué esperas, como cliente, de tu compañía de seguros?

Que me resuelva cualquier tipo de consulta o problema en el menor tiempo posible.

En tu larga trayectoria, has hecho prácticamente de todo. ¿Hay algo que crees que aún te queda por hacer, en la comunicación o en cualquier otro ámbito?

Tú lo has dicho, he hecho prácticamente de todo, por eso donde me muevo como pez en el agua es siendo yo mismo. Un buen magazine en radio, como el que tengo la suerte de estar haciendo en Cope, o en televisión, colman todas mis expectativas.

Diez años haciendo posible el sueño de Helvetia Anaitasuna

En 2016 se han cumplido diez años del que se considera el patrocinio más longevo de un club de balonmano en España. Gracias a este patrocinio, Helvetia Anaitasuna ha dado un importante salto de calidad, convirtiéndose en un club de referencia en el balonmano español. Nadie duda de que es el club revelación. De militar en la división de plata han pasado a disputar finales como la Copa del Rey y a competir en Europa. Un logro cimentado sobre muchos años de trabajo y sobre una relación, la de la S.C.D.R. Anaitasuna y Helvetia Seguros, basada en la confianza, la sintonía y la identificación con unos valores compartidos. En nuestro reportaje central soplamos las velas de este décimo cumpleaños. Y que vengan muchos más.

Foto de portada:
Óscar Aznar





“Helvetia es un seguro”. Con este titular tan gráfico, Diario de Noticias informaba, en su edición del día 16 de abril, de la renovación del patrocinio de la SCDR Anaitasuna por parte de Helvetia Seguros por tres temporadas más. Una renovación que, como explicaba el anterior presidente del club navarro, Iñaki Azcona, suponía seguir garantizando la actividad del club, haciendo posible la gestión social y deportiva del Anaitasuna y sus distintas líneas de actividad.

La renovación supone, en realidad, mucho más que eso. Representa el patrocinio más longevo por parte de una entidad privada a un club de balonmano en España. Un patrocinio que, en 2016, sopló las velas de su décimo aniversario, en lo que sin duda es el símbolo más visible y contundente del apoyo que desde hace una década viene brindando Helvetia Seguros al deporte del balonmano en nuestro país.

Diez años bien merecen una celebración. Por eso, durante todo este año, tanto Helvetia Seguros como Anaitasuna lo conmemoran con una identidad corporativa diseñada para la ocasión y reforzando aún más sus vínculos, hecho que queda patente en el convenio de patrocinio suscrito en 2015, en vigor hasta 2018.

Estos diez años de matrimonio entre Helvetia Seguros y Anaitasuna han estado llenos de buenas noticias. Y han supuesto, especialmente para el club navarro, un sensible salto cualitativo en lo que respecta a su alcance, visibilidad y, por encima de todo, su nivel de competitividad. Valga un único dato: hoy por hoy, el Helvetia Anaitasuna es el único equipo navarro que compite en la liga Asobal. Cuando Helvetia Seguros inició su patrocinio, el equipo aún militaba en la División de Honor B. Pero hay más: por primera vez en estos años, Helvetia Anaitasuna ha disputado una final de la Copa del Rey. También se ha estrenado en competición europea. Hay quien habla del “milagro del Helvetia Anaitasuna”. Y lo que nadie duda es de que, en la última década, ha sido el equipo revelación.

El patrocinio de Helvetia Seguros representa sin duda el modelo de patrocinio deportivo por el que aboga la compañía: un patrocinio con una dimensión deportiva pero también social, que fomenta el deporte de base, incentiva valores sociales y tiene una función vertebradora del entorno en el que se inscribe (Pamplona). Asimismo, existe una indudable identificación entre los valores de la compañía y los del propio club, lo que refuerza la sintonía y el desarrollo de sinergias. “Nos encontramos muy cómodos



>Helvetia Seguros galardonada con la Mención de Oro en los Premios al Patrocinio Deportivo del Gobierno de Navarra (26 de marzo de 2010).

con el balonmano y con Anaitasuna -explicó Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, durante la firma del último acuerdo de renovación-. Porque son un deporte y un club que encarnan unos valores con los que nos sentimos muy identificados”. También es modélico como patrocinio para Helvetia Seguros por su estabilidad: el mantenimiento de tantos años de colaboración ha permitido que el club pueda asumir con tranquilidad una visión estratégica a medio y largo plazo, con la oportunidad de obtener resultados sin la ansiedad propia de enfoques cortoplacistas.

En esta línea, Carlos Chocarro, capitán del Helvetia Anaitasuna, explica: “El apoyo de Helvetia Seguros al club durante este tiempo ha sido fundamental para que Helvetia Anaitasuna haya crecido tanto en los últimos años y esté en el lugar en el que se encuentra ahora. Este patrocinio ha aportado muchas cosas al club: nivel, seguridad, promoción... Podría decirse que Helvetia Seguros es la piedra angular de este equipo”.

Pero el proyecto de balonmano de Anaitasuna no es sólo un equipo de Asobal, sino también lo ha sido, lo es y lo seguirá siendo, la creación y consolidación de una escuela de balonmano en la que están involucradas muchas personas y que no sería posible sin la confianza que supone contar con Helvetia Seguros. Javier García refrenda esta opinión: “Una de las razones fundamentales por las que venimos apoyando desde el año 2006 este proyecto es la excelente gestión social y deportiva que se hace en Helvetia Anaitasuna. Y es que Helvetia Seguros no patrocinaría nunca un proyecto donde no hubiera una base sólida, transparente, de honestidad empresarial, contable, financiera y de buena gestión”.



> Pabellón de la S. C. D. R. Anaitasuna, conocido como "La Catedral".

Los resultados están ahí: durante 2016, Helvetia Seguros compite por segundo año consecutivo en la Copa EHF. Y ello gracias a haber resultado subcampeones de la Copa del Rey, frente a un FC Barcelona que sólo les pudo superar por tres goles (30-33) en la Catedral, en lo que es la final de la Copa del Rey más ajustada que se recuerda de los últimos años. A su vez, el pasado 3 de septiembre el Helvetia Anaitasuna se volvía a enfrentar en la Catedral al FC Barcelona en el torneo de la Supercopa. El Helvetia Anaitasuna, no pudo alzarse con el triunfo en su primera presencia en la final del torneo, pese haber realizado un primer tiempo con un marcador muy igualado (15-18).

La cercanía de Helvetia Seguros con el club se reforzó en el año 2014 con la creación de una oficina permanente de la

compañía en las instalaciones de la sociedad Anaitasuna. Atendida por la agente Elizabeth Pérez, la oficina se ha convertido en la principal referencia de Helvetia Seguros en la Catedral, y de cara a los socios.

Durante todo el año, desde la oficina se llevan a cabo numerosas acciones de carácter promocional, cuyo objetivo es, por un lado, difundir la oferta de productos y servicios de la compañía entre los socios, y por otro, permitir que dichos socios aprovechen las condiciones especiales que Helvetia Seguros les ofrece. Ya que el hecho de pertenecer a Anaitasuna implica el acceso de los socios a unas condiciones preferentes en la contratación de seguros.

Según Elizabeth Pérez, "ofrecemos condiciones muy



> Javier García y Javier Labairu en la firma del acuerdo de patrocinio (15 de septiembre de 2009).



> José María Paagman, Iñaki Azcona y Javier García en la firma del acuerdo de patrocinio (9 de septiembre de 2015).



> Presentación del equipo en la Plaza del Castillo, temporada 2016-2017, encabezada por el actual presidente de la S.C.D.R. Anaitasuna, Miguel Ollacarizqueta.

ventajas a los socios de Anaitasuna, con descuentos en determinados seguros”.

Comunicación. Cercanía. Atención a las necesidades. Y también, cómo no, dimensión social. “El valor que le ha aportado Helvetia Seguros al club ha sido muchísimo -sostiene Raquel Elizalde, socia de Anaitasuna-. Ha hecho que se visualice mucho más la camiseta verde del equipo allá donde va. Además, su relación no se ha limitado exclusivamente al ámbito deportivo. También ha realizado muchas actividades a nivel social y cultural, que le han dado una gran notoriedad al equipo”.

Esta dimensión social es muy probablemente lo que motivó la distinción, en el año 2010, del Gobierno de Navarra, en el marco de sus Premios al Patrocinio Deportivo. A través del Instituto Navarro del Deporte, Helvetia Seguros fue galardonada con la Mención de Oro, reconociéndose así el apoyo que Helvetia Seguros presta al deporte navarro, especialmente por medio del patrocinio del equipo de balonmano Helvetia Anaitasuna, así como a través de distintas acciones de naturaleza social.

La entrega de este prestigioso premio se produjo durante una gala celebrada en el Palacio de Navarra el 26 de marzo de 2010, a la que acudió una delegación de Helvetia Seguros encabezada por Javier García. En la entrega del galardón, nuestro director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, ya entonces (han transcurrido seis años), puso en valor el apoyo de la compañía al balonmano y en general a los deportes minoritarios, especialmente necesitados de apoyo público y privado.

Actualmente, Helvetia Anaitasuna es uno de los principales patrocinios de Helvetia Seguros dentro de su férrea apuesta por el apoyo al deporte del balonmano.

La historia de un matrimonio muy bien avenido

2006	Firma del primer acuerdo de patrocinio.
2007	Firma del segundo acuerdo de patrocinio.
2009	Firma del tercer acuerdo de patrocinio.
2010	Mención de Oro para Helvetia Seguros por el Instituto Navarro del Deporte.
2012	Firma del cuarto acuerdo de patrocinio. Ascenso a Liga Asobal.
2015	4º puesto en Liga Asobal. Firma del quinto y actual acuerdo de patrocinio (hasta 2018). Debut en competición europea (Copa EHF).
2016	Subcampeonato de Copa del Rey. Subcampeonato de la Supercopa 2016. Segunda participación en la Copa EHF.



Playmobil, un mundo submarino

Elena Pérez, comercial interno en Sucursal Sevilla Instituciones y Corredores, cuenta con una colección de “clics” que supera las 800 piezas, todas ellas centradas en el mundo acuático y submarino.

A Elena Pérez, comercial interno en Sucursal Sevilla Instituciones y Corredores, la afición por los Playmobil le llegó de manera tardía. Ya que, si bien siempre había sentido simpatía por los “clics” durante la infancia, no se había planteado nunca el coleccionismo. Hubieron de concurrir dos experiencias que han sido a la vez determinantes en su vida: por un lado, el descubrimiento del buceo; y por otro, conocer a la que hoy es su pareja. Ambas circunstancias se dieron casi de forma simultánea, ya que Elena lo conoció practicando submarinismo. Y una cosa llevó a la otra, ya que su colección de Playmobil es monográfica: todos tienen que ver con el mundo acuático.

“Esto del coleccionismo de Playmobil es todo un mundo –señala Elena-. Nosotros estamos centrados en muñecos y complementos relacionados con el ámbito marítimo y submarino”. Actualmente, Elena y su pareja tienen una colección superior a las 800 piezas. Y la cifra sigue creciendo.

Es, en todo caso, una afición muy

estacional. Que se compagina con la otra gran afición, la del submarinismo. “En la estación veraniega, o mientras dura el buen tiempo, nos centramos en el buceo, y frenamos un poco con los Playmobil –explica-. Y cuando llega el invierno, como ahora, nos concentramos en buscar y engrosar nuestro catálogo de muñecos”. Una simpática dualidad que no pocos en su entorno más cercano siguen como una simpática extravagancia. “Mi madre –comenta, jocosa- me dice que estoy loca por partida doble: primero, por ponerme a estas alturas a coleccionar “clics”, algo más propio de la infancia. Y segundo, por mi afición por el buceo en cuevas”. Y es que el buceo en cuevas es una modalidad de buceo bastante más técnica y peligrosa que la del buceo a mar abierto, ya que se bucea en zonas cerradas, normalmente con una única zona de entrada y de salida, sin luz (se necesitan focos), a través de galerías por las que se avanza mediante un sistema de hilos (hilo de Ariadna) que evitan perderse dentro de ellas.

En ese contexto conoció hace siete

años a quien sería su pareja. Él ya realizaba buceo técnico, y no tardó en inculcarle el veneno por la práctica del buceo, que sirvió además para unirlos. Y un buen día, casi de broma, adquirieron un Playmobil buzo. Tras éste vino otro, y más tarde el siguiente, y poco a poco su casa se fue llenando de piezas y muñecos de Playmobil. Hoy los tienen expuestos por el salón, y también en su estudio, donde guardan el material de buceo. Pero la gran mayoría se conserva en las cajas, bien resguardados.

Cada cual tiene sus predilecciones, aunque ambos comparten un mismo gusto: “Nos gustan más los antiguos que los nuevos. Tienen un aire vintage que los nuevos han perdido”. Particularmente, Elena siente predilección por los buzos con doble botella, un detalle típico del buceo en cuevas que ellos practican. “Los de doble botella son muy antiguos, al igual que los que usan escafandra. Esos me encantan”, sostiene.

También, cómo no, cuentan con “clics” personalizados con las características



de Elena y su pareja. La “customización” es algo muy extendido entre los aficionados a los Playmobil. De hecho, ellos mismos han personalizado un barco con el mismo aspecto del barco del centro con el que colaboran.

Para un coleccionismo tan succulento como el de los Playmobil, no tener hijos es una verdadera ventaja. Claro que también están, como en el caso de

Elena, los sobrinos. Ellos tienen tres sobrinos, pero cuando han ido a casa siempre han sabido comportarse. “Tienen mucho cuidado con los muñecos, saben cómo cuidarlos. De hecho siempre les regalamos alguno”, comenta Elena. Regalar sí, pero vender más bien poco: “somos coleccionistas, no hacemos negocio con esto –matiza-. Algunas veces vendemos alguno que tengamos repetido, o bien que no sea de tipo acuático y hayamos tenido que adquirir porque venía en un pack. Pero para nosotros está muy lejos de ser un negocio”. A pesar de que, como reconoce, cuentan en su catálogo particular con algunas piezas bastante cotizadas. “Tenemos un barco pesquero muy antiguo, cuyo valor en el mercado puede rondar los 800 euros, todo embalado en su caja original. Pero es una de nuestras joyas”, explica.

Como todo coleccionista que se precie, ellos cuentan con sus propios canales de investigación y abastecimiento. Están los rastros (el de El Charco de la Pava, los domingos, o el de Hytasa, los sábados, ambos en Sevilla, son de los más recurrentes), y también, por supuesto, Internet: foros especializados y San eBay.

¿Y hay alguna pieza que tengan especialmente en mente? Hace poco, por



> Elena Pérez, comercial interno de Sursal Sevilla Instituciones y Corredores.

fin, se han hecho con una que llevaban buscando desde hace tiempo: “Estábamos detrás de una camper, la típica furgoneta de acampada. Hay tres modelos diferentes de esa camper, y nos faltaba uno de ellos. Ya las tenemos las tres”.

No hay dudas de que seguirán con su afición adelante. Porque les encanta y porque, en el fondo, al contrario que el buceo, no es nada caro. “Siempre, en Navidad o en los cumpleaños, los amigos y la familia nos regalan Playmobil –bromea Elena-. De buceo, sin embargo, no nos regalan tanto”.





*“Es necesario
tender a un mayor
conocimiento
de los productos
para poder luego
venderlos”*

*> Raquel González, responsable técnico de
Multirriesgo Particulares*



“Debemos seguir fomentando la transparencia en todos los estamentos de la compañía”

> Miguel Ángel González, director Sucursal Madrid Grandes Agencias

Hoy reunimos en la entrevista doble a dos “González”, ambos con acreditada experiencia y una fuerte identificación con Helvetia Seguros. ¿Cómo resumiríais, en pocas líneas, vuestra trayectoria en la compañía?

Raquel González: Mi entrada en la empresa se produjo en el año 1999, como becaria. Eligió Clavijo, responsable de Diversos por aquel entonces, creyó firmemente en mis capacidades y apostó por mí para los ramos de Hogar, Comercios y Comunidades, donde he crecido profesionalmente hasta ocupar, actualmente, el cargo de responsable técnico de Multirriesgo Particulares. Es difícil resumir en pocas líneas mi trayectoria en la empresa sin nombrar a todas las personas que han apostado por mí y me han ayudado en mi crecimiento y formación profesional.

Miguel Ángel González: Empecé a los 25 años como subinspector de Producción y Organización en Previsión Española. En el 2004 me nombraron director de sucursal de Helvetia Seguros (Madrid-C, Móstoles), hasta llegar a hoy día, cuando ejerzo como director de la Sucursal Madrid Grandes Agencias. Siempre he trabajado en el entorno geográfico de Madrid y otras provincias limítrofes como Ávila y Toledo. En estos años ha habido importantes cambios (pasando de un sistema informático “CICS” a lo que tenemos en la actualidad: CRM, B2C, App, Good Driver; no digo más...), pero siempre hemos tratado con la misma materia prima: las personas. Personas junto a las que he desarrollado toda mi vida, y a los que considero compañeros.

Miguel Ángel tiene más años de experiencia en la compañía, en su mayor parte relacionados con la actividad comercial. La veteranía de Raquel tampoco es discreta: dentro de no tanto hará veinte años en Helvetia Seguros. ¿Cómo ha sido, desde vuestras respectivas experiencias, la evolución de la compañía en estos años?

R.G.: Es evidente que el paso de la extinta Previsión Española a Helvetia Seguros fue consecuencia de la ambición de crecimiento y consolidación de la empresa en el sector del seguro. La evolución ha sido paralela a mi trayectoria, por lo que, al mismo tiempo que yo voy creciendo, la empresa también lo hace, lo que me anima a pensar que ambas tenemos mucho recorrido aún.

M.A.G.: La sucursal ha pasado de ser una mini-compañía en sí misma a ser un punto de venta y servicios estrictamente comercial. Cuando yo empecé en 1989, si mal no recuerdo, el negocio de Madrid era de unos tres millones de euros y 19 empleados. En la actualidad, sólo nuestra sucursal factura nueve millones con un equipo de tan sólo cuatro personas. Actualmente, tenemos un desarrollo informático puntero en el sector, y unos protocolos de actuación que hacen posible que podamos ser competitivos en un mercado muchísimo más exigente. Todo un acierto de los distintos responsables de la compañía que, a lo largo de estos años, han sabido traernos hasta aquí.

Para Raquel: ¿en qué medidas crees que las sucursales podrían profundizar para mejorar la rentabilidad y los riesgos asociados a la contratación de productos? Y para Miguel Ángel: ¿de qué manera crees que podría optimizarse la información que emana de gestión de riesgos para mejorar la eficacia comercial?

R.G.: No resulta fácil sintetizar en estas líneas una pregunta como ésta. Es necesario tender a un mayor conocimiento de los productos para poder luego venderlos, ayudando desde la empresa a una mayor síntesis de la información para dejarla en lo estrictamente relevante, en aras de maximizar los esfuerzos para lograr mejor rentabilidad en el producto vendido.

M.A.G.: Debemos seguir fomentando la transparencia en todos los estamentos, desde el mismo departamento técnico, hasta las sucursales, pasando por Ventas o el resto de áreas. De manera que garanticemos la claridad de la información de cara a los mediadores. De esta forma, desde el inicio de la operación seremos mucho más eficaces, evitando explicaciones adicionales o carencia de la documentación necesaria.

Cuando se trabaja de cara a los mediadores (Miguel Ángel), hay aspectos que son difíciles de comprender desde el punto de vista de la organización. De igual modo, hay aspectos que tienen que ver con el diseño de los productos y la planificación de riesgos que quizá no son todo lo conocidos y valorados que se debiera por la red comercial. ¿Qué aspectos de vuestros respectivos ámbitos de actividad creéis que no son todo lo comprendidos que se debiera dentro de la compañía?

R.G.: Hay que dejar claro al mediador y a toda la red o canal el objeto del seguro en cuestión. Simplificar al máximo el riesgo cubierto para evitar inesperadas reclamaciones que nos hacen incurrir en costes innecesarios, lo que, a la larga, encarece el coste medio del siniestro y obliga a revisiones de primas técnicas.

M.A.G.: En la sucursal confluyen muchas tareas de las distintas áreas, y esto a veces no se tiene en cuenta por parte de cada una de ellas por separado, que nos requieren tareas sin tener en cuenta al resto de áreas a las que también hay que atender simultáneamente. Aunque el resto de compañeros lo pueda intuir, resaltaría que no se tiene un conocimiento real del trabajo en la sucursal y la tensión que se acumula en éstas porque “todo es urgente”. Por otro lado, también exige un plus de concentración y de paciencia para poder atender las tareas, a pesar de las continuas interrupciones de teléfono, o de agentes y clientes.

Hay una eterna tensión en las compañías, de seguros y de otros muchos sectores, en torno al equilibrio entre la actividad comercial, que es la que genera el negocio, y que precisa de mucha agilidad y dinamismo, y la actividad de lo que podríamos denominar la “trastienda”, que es donde



Raquel González

El sitio de España que todo el mundo debería conocer: Las Médulas, León (Patrimonio de la Humanidad).

El atardecer más bonito lo has visto en: También, en Las Médulas: impresionante el color de las montañas cuando cae el sol.

Una mala experiencia que se volvió buena con los años: Afortunadamente, ninguna que merezca la pena resaltar.

Una frase con la que te identificas: Haz lo que haces.

Y otra que detestas especialmente: Te lo dije...

Un personaje de ficción que sería tu reencarnación perfecta: Dímelo tú. Debe ser honrada, profesional, gentil, amable, firme en sus ideas, disciplinada y que asuma responsabilidades. Tiene que ser un tipo de personaje "justiciero".

Algo muy sobrevalorado: La amistad. Para mí es un sentimiento muy puro, desinteresado y sincero.

Y algo, por el contrario, no apreciado lo suficiente: La honradez.

Algo de ti misma que no te acaba de gustar: Mi revés "cortado" (jajaja, ¡no me sale!).

Un rasgo de tu personalidad que valoras especialmente: La empatía.

A pesar de los años, sigue dándote miedo: Perder a un ser querido.

Lo que te gustaría que tus hijos recordaran de ti: El amor incondicional.

La banda sonora de tu vida estaría encabezada por esa canción: Me gusta la variedad musical y no me quedo con una sola.

Al mundo le falta: Pararse. Nos llega mucha información que no logramos asimilar.

Y en cambio le sobra: Velocidad.



Miguel Ángel González

El sitio de España que todo el mundo debería

conocer: Ávila, (barriendo para casa), Sierra de Gredos y, por supuesto, mi pueblo, El Barraco.

El atardecer más bonito lo has visto en: La luz del sol sobre el mar de la costa gallega en cualquiera de sus rías.

Una mala experiencia que se volvió buena con los años: No me admitieron en la facultad de veterinaria. No estaría respondiendo a esta pregunta.

Una frase con la que te identificas: Haz el bien y no mires a quién.

Y otra que detestas especialmente: Te lo dije.

Un personaje de ficción que sería tu reencarnación perfecta: Probablemente, El Zorro.

Algo muy sobrevalorado: El estatus social pretendido, pero no real, por querer ser más que los demás. Creo que es una falta de autoestima, y sin embargo esta muy generalizado y con tendencia al alza.

Y algo, por el contrario, no apreciado lo suficiente: El respeto hacia los demás; la educación.

Algo de ti mismo que no te acaba de gustar: Soy incapaz de "temporizar" cualquier cosa que tenga que hacer. Todo es "ya".

Un rasgo de tu personalidad que valoras especialmente: Suelo ser bastante resolutivo y rápido tomando decisiones.

A pesar de los años, sigue dándote miedo: Pocas cosas. Puedo destacar miedo a enfermedades importantes.

Lo que te gustaría que tus hijos recordaran de ti: Mi tenacidad, y mi idea de mantener la palabra dada hasta el final.

La banda sonora de tu vida estaría encabezada por esa canción: El tema central de El último mohicano.

Al mundo le falta: Ésta la tengo muy clara: tenemos que recuperar los valores éticos fundamentales (respeto, tolerancia, educación, etc...).

Y en cambio le sobra: Agresividad, y una competitividad mal entendida en la que todo vale.



se planifica, diseña y testa el producto, que requiere de mayor planificación. ¿Dónde está o debe estar el equilibrio?

R.G.: La respuesta a esta pregunta pasa por una reunión a dos bandas entre ambas partes. No obstante, quien me conoce (y así lo llevo a rajatabla en la formación que imparto), procuro siempre realizar una escucha activa para luego planificar y diseñar el producto.

M.A.G.: Por suerte, tenemos algo indispensable para conseguir este equilibrio, y no es otra cosa que la buena disposición y relación entre las sucursales y los distintos departamentos. Si bien no hay un equilibrio real, ya que quien parece determinar los ritmos son las exigencias del mercado. Desde las sucursales lo queremos “todo para ayer”, pero debemos ser conscientes de que cada departamento tiene su ritmo.

Volviendo a vuestras trayectorias, ¿qué momentos especiales destacaríais en vuestras respectivas carreras?

R.G.: Son muchos y variados, y camino de los veinte años en Helvetia Seguros, destacaría la confianza incondicional que ha depositado en mí la empresa.

M.A.G.: Destacaría la última etapa en Previsión Española, en la que se produjo una evolución en mi desempeño muy buena. Igualmente, al integrarnos en Helvetia Previsión, con la oportunidad que se me dio de pasar a ocupar el puesto de director de sucursal en Móstoles, donde se creó un gran equipo con miembros que proce-

díamos de las tres compañías distintas fusionadas. Conseguimos salvar las diferencias y funcionar como un verdadero equipo integrado. Por último, también destaco el momento actual de la gestión de la Sucursal Madrid Grandes Agencias, y el desarrollo de la red de agentes que lo componen, como un reto y una ilusión hacia el horizonte helvetia 20.20, intentando ayudarles con cuestiones como las nuevas herramientas informáticas, las redes y la digitalización.

Raquel en el ámbito de los Productos, y Miguel Ángel en el ámbito comercial, ¿qué aspectos consideraríais que nos hacen distintos con respecto a otras compañías del mercado?

R.G.: Fundamentalmente nuestra personalización, cercanía y servicio con la red comercial. Tenemos herramientas para poder ofrecer productos atendiendo a la demanda según canal, agente y tipología de cliente. La planificación y normalización de los procesos de lanzamiento de nuevos productos es una necesidad y deseamos ofertar productos que estén adaptados “a medida”, atendiendo al canal de distribución o a las características del conjunto de clientes a quienes se dirijan.

M.A.G.: Desde mi experiencia en el mercado de Madrid considero que destacamos en la flexibilidad de los productos y las tarifas, en la calidad de muchos procesos, en sistemas informáticos, como ya he resaltado, y sobre todo en el excelente trato a mediadores y clientes, no sólo desde la sucursal, sino también desde el resto de áreas.

A debate: Optimización de los procesos de suscripción

¿De qué manera consideráis que podrían optimizarse los procesos de suscripción de los seguros?

R.G.: El control sobre los procesos de suscripción es un desafío que nos atañe a todos. A pesar de lo complejo que nos pueda parecer, la mejor forma de abordarlo es intentando mejorar la eficacia. Con la creación de un producto, hemos de plantearnos el “objeto del seguro” y el “interés asegurable”. Tener disciplina en la contratación de la póliza y honestidad en la venta, es primordial. La automatización de los procesos de emisión de pólizas es sinónimo de eficiencia, y estamos consiguiendo logros en esta parcela. Para comenzar el proceso de suscripción, hemos de contar con factores precisos (datos/información) para hacer una correcta evaluación, y con ellos debemos empezar a analizar la información. Es aquí donde empiezan las normas de suscripción. La importancia de la suscripción, sin selección de riesgo, te lleva a un terreno inestable. Una correcta suscripción es el método para determinar que el producto funcione dentro de los límites rentables establecidos, asegurándose así la no caída en pérdidas. Esto, además, nos ayuda a clasificar los riesgos y nos permite cotizar adecuadamente el costo del seguro.

M.A.G.: Yo abogo por dotar a la sucursal de mayor autonomía de decisión en la contratación y gestión de riesgos. Entiendo que haya que medir descuentos y otras cuestiones, pero tenemos que buscar soluciones más ágiles y menos costosas tanto en tiempo como en personas implicadas. Asimismo, también creo que hay que mantener una formación continua e información a los mediadores sobre normativa de contratación de riesgos y el resto de requisitos para la suscripción. Hemos de procurar a los mediadores mayor autonomía en emisión de pólizas y suplementos.

¿En qué medida consideráis que los propios mediadores pueden contribuir a mejorar dichos procesos?

R.G.: Favoreciendo la información real de datos por el “interés asegurable”. De esta manera podremos ofrecer tarifas adecuadas al cliente. La honradez de los mediadores es vital para una correcta selección del riesgo.

M.A.G.: Una vez se les traslada toda la información en cuanto a normas de suscripción y contratación, y les exigimos que se cumpla, todo debe ir mucho más ágil, ya que solo comenzarán el proceso cuando tengan todos los requisitos y recabada toda la documentación que se necesite.

¿Existe entre los mediadores una verdadera cultura de valoración del riesgo, o es un aspecto a mejorar?

R.G.: No todos los riesgos son iguales, y dependiendo del ramo, la cultura de la verificación de un riesgo es diferente. Hemos de alimentar el crecimiento profesional en los mediadores para que repercuta en la calidad del servicio a sus clientes. Debemos ayudar en hacerles conocer técnicas para una correcta valoración de capital asegurado y valorar los bienes. Nuestras condiciones generales fijan los criterios de valoración e indemnización y esto hace necesario que los mediadores sean informados para que puedan hacer un adecuado asesoramiento al cliente.

M.A.G.: En general, sí. Los agentes consolidados son conscientes de que el negocio ha de ser rentable para que sea duradero. Si es bueno para la compañía será bueno para sus comisiones. Y los nuevos agentes, en cuanto empiezan los cursos y sobre todo conociendo los riesgos, toman consciencia de las diferencias entre un riesgo bueno y otros que no lo es tanto. Es muy importante la actitud de la sucursal. No debemos permitir aceptar un riesgo con una mala valoración por el hecho de que son primas que nos ayudan a facturar.



> Juan Bernardo ama su ciudad, y reconoce que ha dado un salto increíble en los últimos cinco años.

Burgos

Mucho más que la Catedral

Acompañamos a Juan Bernardo Gutiérrez, director de Sucursal Burgos, por una ciudad que ha dado un cambio radical en la última década, revelándose como una joya patrimonial, natural y gastronómica.

Según Juan Bernardo Gutiérrez, director de Sucursal Burgos, hay un antes y un después en la dimensión y el alcance de Burgos como ciudad turística: el año 2013, cuando la ciudad castellano-leonesa fue reconocida como Capital Nacional Gastronómica. Aquello supuso un verdadero “boom” no sólo del sector de la restauración, sino del propio turismo. A ello hay que sumar otro elemento que ha representado un revulsivo para el

turismo de Burgos: el Museo de la Evolución Humana.

Juan Bernardo lo resume muy gráficamente: “Antes, cuando un compañero me decía: ‘Voy a ir a Burgos. ¿Qué me recomiendas ver?’ Yo siempre le contestaba: ‘Llegas a Burgos y ves la Catedral’. Hace no mucho, un amigo me preguntó lo mismo y le detallé las cosas que podía visitar. ¡Y al final me salía una ruta de cuatro días!”.

Porque Burgos es, y siempre ha sido, en efecto, la ciudad de la Catedral. Capital del reino de Castilla y de la Corona de Castilla entre los siglos XIII y XVI, su época de mayor esplendor, su Catedral (Santa María La Mayor) es uno de los principales exponentes de la arquitectura gótica universal, que no en vano está declarada Patrimonio de la Humanidad. Una declaración que curiosamente se extendió a todo el casco histórico en el año 2014, sólo un



> De Burgos destaca, sobre todo, su "verde".

año después de la eclosión mencionada por Juan Bernardo gracias a su capitalidad gastronómica.

La Catedral destaca por encima del vasto número de construcciones religiosas de Burgos, donde se integran iglesias, conventos, monasterios y edificios diversos en su mayor parte de arquitectura gótica (si bien, como matiza Juan Bernardo, Burgos también acoge importantes muestras de estilo mudéjar y renacentista). De hecho, constituye el principal icono de la ciudad, aunque sigue contando, a pesar de su afluencia de turismo, con curiosidades que no mucha gente conoce. Así, por ejemplo, ocurre con uno de los elementos más llamativos de la Catedral, su ausencia de vidrieras. "Esto no fue siempre así -explica Juan Bernardo-. Los franceses se las cargaron durante la Guerra de la Independencia, y ya se quedó para siempre sin ellas". O con el Papamoscas, el popular autómatas que corona el reloj interior de la Catedral, y que ha sido recogido por la obra de escritores como Edmundo de Amicis, Víctor Hugo o Benito Pérez Galdós. "Poca gente sabe por qué esa figura está ahí -comenta nuestro compañero-. Y tiene que ver con una leyenda de un amor no correspondido entre el Rey Enrique III y una doncella que acudía a rezar a la Catedral. La doncella, según la leyenda, extravió un pañuelo en el templo. El Rey lo tomó e indagó para averiguar dónde vivía la

doncella para devolvérselo. Cuando llegó a la casa, al parecer, ésta había sido derruida. Entonces, en recuerdo de aquel amor imposible, el Rey decidió erigir esta pieza con el autómatas".

En todo caso, siendo muy importante, Burgos es mucho más que su Catedral. "La gente piensa que Burgos es sólo 'piedra'. Pero es mucho más que eso. Está lleno de vida", sostiene Juan Bernardo, que ha vivido toda la vida en la ciudad. De su infancia en relación con Burgos, conserva, más que recuerdos concretos, sensaciones asociadas a determinadas experiencias.

"Recuerdo mucho el frío, cuando nevaba, y el desborde de los canalones. Y sobre todo recuerdo los carámbanos, que colgaban de las fachadas como estalactitas. Ahora se ven mucho menos, porque en dos días los servicios municipales retiran la nieve de las calles", comenta.

Calles de una ciudad que es también, como recuerda Juan Bernardo, muy literaria. "Mucha gente desconoce que el primer ejemplar de *La Celestina* se imprimió en Burgos, en la imprenta de Fadrique de Basilea, célebre impresor del siglo XV". "Hay, curiosamente -abunda Juan Bernardo- muchísimos escritores, de muy diversas épocas, que han aludido a Burgos en su literatura". De hecho, una de las actividades culturales más típicas de Burgos son las visitas teatralizadas en torno a *El Cid Campeador*, también muy asociado a la ciudad.

El Museo de la Evolución Humana, erigido sobre el suelo ocupado por un antiguo convento, se inauguró en 2010, y hoy es uno de los museos más visitados de España, con más de 40 premios nacionales e internacionales a sus espaldas. Está integrado en la declaración de los yacimientos de Atapuerca como Patrimonio de la Humanidad, representando todo un gran centro de investigación y divulgación asociadas a los yacimientos. "Es un lugar transitadísimo continuamente -comenta Juan Bernardo-.



> Juan Bernardo junto al cráneo de "Miguelón".



> Ante la catedral, el espacio más emblemático de la ciudad.

Siempre hay muchos autobuses de excursionistas que vienen a visitarlo. Está lleno de vida”. Esto proporciona un flujo de turismo continuado a Burgos durante todo el año, a pesar de que lo que es propiamente el yacimiento está abierto sólo en verano. En sus puertas está una réplica a tamaño gigante del cráneo de “Miguelón”, un fósil hallado en Atapuerca que debe su nombre al célebre ciclista navarro y junto al que Juan Bernardo posa en una de las fotos de este reportaje.

Pero sin duda, la zona más animada de la ciudad es la que configura el centro, formado por la Plaza Mayor y sus alrededores. Allí predominan los comercios turísticos pero también los bares y los servicios diversos de restauración. “Desde Capitanía hasta la Plaza Mayor, el número de bares es incontable. Y cada uno es mejor que el ante-

rior. Uno empieza y no sabe cuándo terminará”, explica Juan Bernardo. En la mayor parte de los bares se sirven los platos típicos, el lechazo (cordero) y la morcilla, pero la capitalidad gastronómica trajo a Burgos una mayor sofisticación en el diseño y la preparación de los pinchos, de manera que es posible encontrar preparaciones a gusto de cualquier paladar.

Por recomendar alguno, Juan Bernardo propone La Favorita. “Es un lugar donde, si llevas a gente, siempre quedas fenomenal. En su paseo para enseñarnos la ciudad, se decanta por un bocadillo de anchoas a la brasa, regado, por supuesto, con un vino de Ribera del Duero. De hecho, Juan Bernardo es todo un entendido en vinos de Ribera del Duero, que defiende a capa y espada como uno de los principales patrimonios gastronómicos de su

ciudad y de la propia Castilla-León. Los fines de semana, una de sus grandes aficiones es dedicarse al cultivo de la vid, en su residencia de fin de semana en un precioso pueblo (Peñaranda de Duero) cercano a la población de Aranda del Duero.

Un espacio que también es muy transitado en Burgos es el Bulevar del Ferrocarril. Se trata de una de las avenidas más largas de Europa (12 kilómetros), que atraviesa la mayor parte de la ciudad de este a oeste, siguiendo el trazado de las antiguas vías del tren. En su parte arbolada, en torno a la Cartuja de Miraflores, se concentra una gran actividad. Es, como muchas otras partes de Burgos, una zona con bastante vegetación. “Burgos es muy verde -explica Juan Bernardo-. Tenemos grandes espacios ajardinados y preparados para el paseo, como el Parque de la Quinta, el Parque de la Isla o Fuentes Blancas. Y son, además, lugares muy cuidados. Es algo que llama mucho la atención a los visitantes: lo limpia que está la ciudad”.

La sucursal de Helvetia Seguros en Burgos se localiza en la margen derecha del río Arlanzón, que atraviesa la ciudad, a escasos diez minutos de la Plaza del Cid, junto al propio Museo de la Evolución Humana.

“La presencia de Helvetia Seguros viene de antiguo. Lleva más de treinta años en la ciudad -explica Juan Bernardo-. Y la propia evolución de la sucursal ha ido pareja a la evolución de Burgos. Antes, era una sucursal con un aspecto más antiguo. Ahora es moderna, con una imagen impecable, en consonancia con la imagen de Burgos”. Desde esta sucursal se atiende toda la provincia de Burgos y de Soria.

Juan Bernardo, se nota, está encantado con Burgos. “Es una ciudad muy cómoda, donde se vive muy bien. Hay tranquilidad, los niños pueden jugar sin miedo en la calle. Y tienes todos los servicios propios de una gran ciudad. Además, está muy bien situada en el mapa, con acceso rápido a las principales vías de comunicación y a una distancia razonable de las grandes capitales del norte”.

Habrà que echarle cuenta. ¿Cuándo nos vamos a Burgos?

El detalle

Ahorrar más para jubilarse mejor

Uno de los retos más urgentes y complicados que tienen el nuevo Gobierno y los legisladores españoles es el de diseñar un nuevo modelo de pensiones que genere tranquilidad y estabilidad para todos los que aspiran a jubilarse en el futuro.

Las urgencias, en un asunto tan estructural e importante de nuestro sistema económico y social, nunca son buenas. Pero la desidia durante décadas de nuestros gobernantes, por un lado, y la imparable presión demográfica, por otro, nos han llevado hasta donde estamos: un constante decrecimiento de la ratio entre el número de cotizantes y el de beneficiarios; un Fondo de Reserva que en 2017 se habrá agotado; y, como consecuencia, un sistema que se demuestra insostenible ya a corto plazo.

Pero las soluciones a esta situación para los futuros pensionistas no pueden ser aisladas, sino que deben ser el resultado de la combinación de varias iniciativas que podemos resumir a continuación:

- Los gobernantes deben informar, con rigor y claridad, a los futuros jubilados de los ingresos que recibirán de la Seguridad Social cuando se jubilen, para que éstos puedan planificar su pensión con tiempo y adecuadamente.
- Los gobiernos tienen que potenciar el ahorro, especialmente a través de políticas fiscales estables, incentivadoras, neutrales y simples.
- Los actuales cotizantes deben tomar conciencia de que deberán ahorrar algo más, desde hoy mismo, para poder alcanzar, cuando se jubilen, una pensión que les permita mantener su nivel de vida deseado.
- Las entidades financieras y, de una forma especial, las aseguradoras deben desarrollar y comercializar productos sencillos, asequibles para todos y adecuados a las demandas y expectativas de cada ciudadano.
- La colaboración entre el sistema público y el ahorro privado es absolutamente necesaria para poder garantizar, en el futuro, el nivel de vida de nuestros jubilados.

En definitiva, las soluciones no van a venir sólo de la mano de los dirigentes políticos, que tendrán que hacer sus deberes, y esperemos que acierten en esa tarea. Además de confiar en que los gobernantes doten de sostenibilidad a largo plazo a un sistema que ahora no la tiene, los actuales cotizantes (todos, pero especialmente, los menores de 50 años) deben tomar conciencia de que deberán ahorrar algo más, desde hoy mismo, para poder alcanzar una pensión digna cuando se jubilen.

Tu aseguradora suiza.

helvetia 

