

en buena compañía

Revista de la compañía aseguradora **Helvetia Seguros**

Septiembre 2015 Nº 36



Reportaje central

Más y mejor oferta de productos
para particulares

Nuestros proveedores

Peritos médicos

En buena compañía con...

Daniel Alberó, piloto de motocross

20

Responsabilidad Corporativa

Una apuesta por la escalada segura y sostenible



28

Sigue a Helvetia Seguros en:



www.facebook.com/helvetiasegurosES



twitter.com/Helvetia_ES



www.youtube.com/user/HelvetiaSeguros



www.linkedin.com/company/helvetia-seguros



google.com/+HelvetiaSegurosEspaña

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

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

Responsable editorial: Carmen Caballero

Coordinadora: Setefilla Berlanga

e-mail: setefilla.berlanga@helvetia.es

Redacta y Diseña: Euromedia Comunicación

Fotografía: Euromedia Comunicación y Helvetia Seguros

Imprime: Escandón

Depósito legal: SE-2043-05

Carta del director general	3
Noticias	4
Responsabilidad Corporativa	
Una apuesta por la escalada segura y sostenible	20
Nuestros proveedores	
Peritos médicos	22
Actualidad del seguro	24
Entrevista	
José Vicente Vargas. Agente de Helvetia Seguros en Móstoles (Madrid)	26
En buena compañía con...	
Daniel Albero	28
Helvetia Seguros, al día	30
Reportaje	
Más y mejor oferta de productos para Particulares	32
De cerca	
Carlos Hernández, agente exclusivo de Helvetia Seguros en Los Realejos (Santa Cruz de Tenerife)	36
Entrevista	
Virginia Gorricho e Íñigo Soto	40
Departamentos y Sucursales	
Contabilidad financiera	44
Formación	46
Un paseo por...	
Sierra de Tramontana (Palma de Mallorca), con Juan Alonso Rodríguez	48
El detalle	51
De cara	51

Queridos lectores de "En buena compañía":

La publicación de este nuevo número de la revista coincide con la entrada en el tramo final del año. Nos queda por delante un apasionante trimestre, en el que tenemos la oportunidad de esprintar para llegar a la meta del cierre del ejercicio 2015 con nuestros objetivos cumplidos.

Atrás quedan unos meses muy intensos para la compañía y para todos nosotros. Hemos puesto en el mercado nuevos productos para particulares, con los que perseguimos incrementar nuestra competitividad y ofrecer aún más y mejores argumentos comerciales a nuestros mediadores. Nuevos productos de Hogar, Ahorro y Motos, que enriquecen aún más nuestra oferta comercial, actualizada constantemente por medio de la escucha de la organización comercial y sustentada en la calidad técnica.

Por lo que respecta a los mediadores, encontraréis en este número muchas informaciones que os resultarán de interés. Entre ellas, yo destacaría especialmente la creación del Club Helvetia Élite, el nuevo proyecto con el que la compañía persigue reconocer, premiar y acompañar a sus agentes más destacados, a fin de contribuir a la optimización permanente de su actividad. Y tampoco podemos olvidarnos de la importancia de las inauguraciones de nuevas oficinas de sucursales y agencias exclusivas que reflejan el continuo interés de la compañía por reforzar su modelo de negocio, centrado en los mediadores y cercano a los clientes.

También digna de destacar es la cada vez mayor y más intensa presencia de los representantes de Helvetia Seguros en los distintos foros sectoriales y de la mediación. Nuestra voz se deja oír con claridad y consistencia en el sector, siendo requerida con frecuencia, y ese es un signo claro del crecimiento continuo de nuestro proyecto empresarial.

En el ámbito de la Responsabilidad Corporativa, la publicación de la séptima edición de nuestra Memoria y la reciente celebración del Día de la Responsabilidad Corporativa 2015 de Helvetia España evidencian la apuesta firme de la compañía en esta materia, dentro de la estrategia que el grupo impulsa desde hace años.

Por lo que respecta a nuestros patrocinios, los equipos que compiten con nuestro nombre saldaron su temporada con un balance muy satisfactorio. A las alegrías que nos han dado clubes como el Helvetia Anaitasuna, el Helvetia BM Alcobendas o el Helvetia Rugby, se suman los nuevos éxitos obtenidos por las selecciones nacionales de balonmano en sus últimos torneos internacionales, lo que fortalece aún más la marca y la reputación de Helvetia Seguros. Esta estrategia ha sido reconocida por la propia Real Federación Española de Balonmano, distinguiendo recientemente la labor de la compañía a través de la concesión de varias Medallas al Mérito Deportivo a varios de sus directivos.

Finalmente, aprovecho para recordaros que nos acercamos a un tiempo decisivo para el Concurso Anual de Ventas, que encara su fase final. Os animo desde estas líneas a redoblar vuestros esfuerzos para embarcaros en el nuevo viaje, que nos llevará, con "pasión", a Malasia y Singapur. Todas las plazas están vacantes todavía, ¿os apuntáis?

Un fuerte abrazo.

José María Paagman

Director general de Helvetia Seguros



Siete años rindiendo cuentas de nuestra actividad social y medioambiental

Con siete ediciones a sus espaldas, la Memoria de Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros se ha afianzado como publicación de referencia en el sector asegurador en materia de Responsabilidad Corporativa, ámbito en el que nuestra compañía está firmemente posicionada. Este posicionamiento se ve reforzado por la Estrategia del Grupo Helvetia, que fija parámetros de implantación de la política de Responsabilidad Corporativa en todas las unidades de negocio del grupo, y que en el caso de nuestro país supone una continuidad en la línea de acción emprendida hace casi una década.

En coherencia con los parámetros requeridos por la GRI (*Global Reporting Initiative*), la memoria 2015, que vio la luz el pasado mes de julio, se vertebra en torno a tres aspectos esenciales de la actividad de Helvetia Seguros en esta materia: el negocio asegurador, el ámbito social y la protección medioambiental.

Más extensa que anteriores ediciones, con una mayor profusión de datos y gráficos, la memoria vuelve a rendir cuentas con los distintos grupos de interés de la compañía, dibujando un año 2014 especialmente intenso desde el punto de vista social. Así, como señala el director general de Helvetia Seguros en la carta introductoria, se han dado importantes pasos desde el punto de vista interno, “en ámbitos como la igualdad, las políticas de motivación o el desarrollo de la comunicación 2.0”. Así mismo, la publicación aporta información de interés sobre los principales avances en materia de satisfacción del cliente, recursos humanos e iniciativas sociales. Igualmente, y como en años anteriores, además de resaltar la misión, los valores y los compromisos de la compañía, la publicación aporta los datos económicos más relevantes del ejercicio 2014.

“En la Memoria de 2014 se puede verificar que hemos hecho importantes avances en materia de Responsabilidad Corporativa –explica Javier García, director de Marketing y Respon-



sabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, pero somos conscientes de que aún quedan muchas cosas por hacer”. En este sentido, destaca que, desde 2014, la Responsabilidad Corporativa ya está incluida formalmente en

el organigrama de la compañía, lo que “supone un hito muy importante y significativo del firme apoyo de la Dirección de la compañía a dicha función”.

La memoria resalta los proyectos más interesantes desarrollados durante 2014 en relación con la Responsabilidad Corporativa. Entre ellos destacan especialmente algunos como el estudio sobre la situación del seguro en el ámbito de las personas con enfermedades neurodegenerativas –que en 2015 ha cristalizado en una línea de productos específica, “Helvetia Compromiso”–, los avances en la Medida Estratégica Visión-Lealtad del Cliente o el Plan de Igualdad. Igualmente, la memoria resalta la dimensión social de la política de patrocinios, poniendo de relieve el alcance que muchas de estas acciones tienen sobre su entorno.

Tanto la nueva edición como todas sus precedentes publicadas en papel, pueden también descargarse en formato PDF desde la web de la compañía (www.helvetia.es), de acuerdo con la política de transparencia que rige la actividad de comunicación de la compañía.



Pasos de vanguardia en el ámbito de la discapacidad

Helvetia Seguros sigue dando importantes pasos en materia de Responsabilidad Corporativa. A mediados del pasado mes de junio, se celebró un acto en Pamplona dirigido a los medios, en el que se anunciaron dos importantes iniciativas: por un lado, el lanzamiento oficial de la nueva gama de productos "Helvetia Compromiso"; y por otro, el acuerdo de colaboración de Helvetia Seguros con Elkarkide y Zizu para el lanzamiento de una nueva línea de vehículos eléctricos.

"Helvetia Compromiso" supone todo un hito en el mercado nacional del seguro al ofrecer, por primera vez, una gama de productos expresamente pensados para personas con discapacidad, fruto de una investigación de más de dos años que ha contado con la colaboración de diversas entidades del sector social.

Además de ofrecer detalles sobre las características de esta gama de productos, durante el acto se dio a conocer que su comercialización se realizará por medio de agentes exclusivos de Helvetia Seguros provenientes del sector de la discapacidad, el primero de los cuales fue presentado ante los medios.

La otra interesante iniciativa presentada en el acto fue el convenio de colaboración con Elkarkide. Esta compañía, junto con Zizu Desarrollos Industriales, está trabajando en un proyecto conjunto con Helvetia Seguros encaminado a plantear soluciones de movilidad eléctrica a medida de los requerimientos surgidos en cualquier actividad, buscando la eficiencia y la mejora de las condiciones de trabajo de las personas. Como ejemplos de este proyecto, durante el acto se presentaron dos prototipos: el carrito eléctrico multipropósito ZEV-A01 y el JOB, furgoneta eléctrica multifunción.

Durante el acto, Ángel Gastón, gerente de Elkarkide, y Pedro Ancizu, socio-director de Zizu, explicaron el funcionamiento de los vehículos y, a su vez, expresaron su agradecimiento a Helvetia Seguros por este firme compromiso hacia el colectivo de personas con discapacidad y por su apoyo a la protección del medioambiente.



En el contexto del apoyo a las personas con discapacidad, Helvetia Seguros ha llegado también a un acuerdo con la empresa teatral Varela Producciones y con la compañía de la actriz y productora de Teatro Social Blanca Marsillach, para el desarrollo de una obra de teatro social e inclusivo. La propia Blanca Marsillach participó en la rueda de prensa ofrecida en Pamplona para ofrecer detalles sobre su proyecto. "Tan lejos, tan cerca" es el título de esta obra, dirigida a personas con discapacidad. El proyecto nació hace seis años con la idea de integrar a las personas con discapacidad dentro del ámbito de las artes escénicas, dándoles la oportunidad de subir al escenario una vez finalizada la representación, para hacerles partícipes de lo que allí ocurre. "Hace unos meses —explicó Marsillach—, Varela Producciones y mi compañía, tras una larga y fructífera charla con Javier García, descubrimos que Helvetia Seguros tenía la misma preocupación que nosotras: integrar a las personas con capacidades diferentes en la sociedad y ayudarles a que su vida, en la medida de lo posible, sea más fácil. De ahí nació esta colaboración que apuesta por eliminar las barreras en el terreno de la discapacidad dando pasos tan importantes como el que nos ha reunido aquí hoy y que, sin empresas como Helvetia Seguros, no serían posibles".



Reconocimiento a nuestra apuesta por el balonmano

Probablemente, haya pocas entidades en España que estén realizando una apuesta tan firme y decidida por el balonmano como la que hace Helvetia Seguros. Este apoyo está permitiendo que clubes como el Helvetia Anaitasuna o el Helvetia BM Alcobendas puedan alcanzar una mayor proyección y una mayor competitividad, realizando una importante promoción de este deporte. El apoyo de Helvetia Seguros resulta también especialmente visible en el caso de las selecciones nacionales, gracias a la colaboración que la compañía mantiene con la Real Federación Española de Balonmano (RFEBM), y que ha contribuido, entre otros logros, a que la selección masculina nacional se convirtiera en campeona del mundo en 2013.

La Federación ha querido reconocer la apuesta de Helvetia Seguros por este deporte, a través de una distinción expresa a tres de sus miembros, con sendas Medallas al Mérito Deportivo. De este modo, nuestro director general, José María Paagman (categoría: oro); nuestro director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Javier García (categoría: plata); y nuestro comercial interno de Sucursal Zaragoza, Miguel Ángel Navarro (categoría: bronce), fueron homenajeados en la gala que la Federación celebró el pasado 20 de junio.

Con dicha gala, celebrada en Ciudad Real, se puso el broche final a la temporada



2014/2015, en el marco de un fin de semana festivo para el balonmano español, que se completó ese día con la celebración de la Asamblea General Ordinaria de la RFEBM y con el desarrollo paralelo de actividades lúdicas dirigidas a los más jóvenes, entre las que se encontraba el "Handball Park", instalado en la Plaza Mayor de la ciudad manchega y copatrocinado por Helvetia Seguros.

El domingo día 21 se disputaron, en el mítico Quijote Arena, los Partidos de las Estrellas, en los que se enfrentaron un combinado de jugadoras de la División de Honor Femenina y las "Guerreras", por una parte, y por otra,

los "Hispanos", que jugaron contra una representación de la Asociación de Jugadores de Balonmano.

En esta fiesta del balonmano nacional, se ha puesto de manifiesto, una vez más, la estrecha afinidad y el compromiso con dicho deporte de Helvetia Seguros, que lleva muchos años patrocinando a las selecciones nacionales, a equipos de élite y a todos los árbitros nacionales, así como apoyando la formación de los jugadores de categorías más jóvenes en sus respectivos clubes y la promoción de la práctica del balonmano en general.



Una nueva temporada deportiva cargada de expectativas



El número de septiembre de “En buena compañía”, momento de inicio de una nueva temporada, es una buena ocasión para hacer balance de la temporada anterior, y dar a conocer los nuevos objetivos para la presente de los equipos que llevan la marca Helvetia en su denominación.

Nuestra nómina de entidades deportivas patrocinadas es extensa y variada, y en ella tienen cabida desde el deporte de base hasta equipos de élite nacional. Este es el caso de los “hispanos” y las “guerreras”, que volvieron a darnos grandes alegrías en 2014. Pero si nos ceñimos a los equipos que portan nuestra identidad, no sólo en sus camisetas sino también en su nombre, la temporada 2014/2015 ha sido en líneas generales bastante positiva, con unas expectativas muy propicias para la temporada que acaba de arrancar, especialmente en el caso del balonmano.

La primera alegría nos la proporcionó el Helvetia Anaitasuna, o habría que decir ya el “EuroHelvetia”, puesto que su cuarto puesto en la Liga Asobal le ha servido de pasaporte para participar en esta temporada en

la segunda competición continental, la EHF Cup. A pesar del coste económico que supone participar en una competición de estas características, gracias al apoyo de entidades como Helvetia Seguros se hará realidad un sueño para este equipo. Entre los días 22 y 29 de noviembre próximos, Helvetia Anaitasuna deberá disputar la tercera eliminatoria de la EHF Cup.

El equipo navarro tiene un equipo técnico renovado, al frente del cual se sitúa Iñaki Pérez, y un plantel de jugadores que combina veteranía y frescura, con algunas incorporaciones recientes como Ángel Pérez de Inestrosa y Ander Ugarte. Junto a ellos y al resto de jugadores, con el apoyo de nuestra compañía, todo es posible en la nueva temporada del “EuroHelvetia”.

Otro equipo que realizó una estupenda temporada fue el Helvetia BM Alcobendas, equipo que compite en la División de Honor Femenina, y que puso broche final a la temporada con una victoria heroica, de las que quedan en la memoria, frente al Aula Cultural de Valladolid: en el último segundo y a domicilio, con un memorable tanto de

Silvia Arderius desde los 7 metros. Como en el caso del Helvetia Anaitasuna, el equipo ha obtenido la cuarta plaza en la Liga, obteniendo su derecho a participar en la Challenge Cup.

El conjunto afronta con mucha ilusión la nueva temporada, como ha señalado Alba García, una de las capitanas. “Con las nuevas incorporaciones —explica— tenemos un equipo muy competitivo, con ilusión, muchísimas ganas de aprender, evolucionar y demostrar”. Para ello, cuenta con bazas importantes, como el fichaje de Macarena Gandulfo, flamante subcampeona en el último panamericano y clasificada con Argentina para Río 2016.

Por último, el Helvetia Rugby se ha consolidado en la División de Honor B con una sexta posición en el Grupo C. Gracias al buen hacer de Eusebio Quevedo, el equipo sevillano logró la permanencia matemática con varias jornadas de antelación. Así mismo, la temporada ha servido de aprendizaje para muchos jóvenes jugadores que se estrenaron durante el año, y que han ganado en veteranía para afrontar los retos de la nueva temporada.



Más anomalías detectadas en el concurso anual

El Concurso Anual de Detección de Anomalías es una de las iniciativas de eficiencia mediante la incentivación más consolidadas en la compañía. La participación es muy elevada cada año, de manera que el volumen de anomalías detectadas se mantiene en unos parámetros muy elevados, algo que también guarda relación con la situación general de crisis y la tendencia a un ligero incremento en el nivel de fraude. Así, en el concurso de 2014, se detectaron 2.156 anomalías, lo que supone un incremento del 14% respecto al cierre del año anterior.

La implicación de los tramitadores participantes, 85 en total, ha sido muy alta durante todo el proceso. Como viene siendo costumbre, las anomalías de mayor volumen fueron las referidas a Daños Corporales, cuyo importe se acercó a los 10 millones de euros.

Por lo que respecta a los ganadores, en 2014 fueron Fernando Villanueva y José García, del grupo de Daños Corporales; Julia Juguera, perteneciente al grupo de Automóviles 2; e Isabel Gómez, del grupo de Siniestros Personales.



V Edición Concurso de Redireccionamiento

Gracias a la promoción por parte de Helvetia Seguros y, muchas veces, al “boca a oreja”, cada vez son más los clientes que conocen las ventajas de nuestros Talleres Premium.

En 2014 se alcanzó la quinta edición del Concurso de Redireccionamiento de Talleres Premium, dirigido específicamente a los empleados de Atención de Siniestros. En todas las ediciones celebradas, dichos objetivos han sido superados, de manera que las cuotas de redireccionamiento logradas (conseguir el contacto de un cliente de vehículo siniestrado con un taller perteneciente a la red) vienen creciendo invariablemente a lo largo del último lustro.

En este sentido, el redireccionamiento hacia los Talleres Premium es un objetivo extensible a toda la red comercial, ya que un mayor uso de estos talleres repercute favorablemente sobre el negocio de la compañía y también, por supuesto, de los mediadores.

Durante el mes de mayo pasado, se llevó a cabo la entrega de premios de sendos concursos, uno dirigido a los empleados de Atención de Siniestros de Sevilla y otro dirigido a los de Pamplona.



Más visibles, accesibles y eficientes en Bilbao

Desde finales del pasado mes de abril, la compañía cuenta con una moderna, céntrica y eficiente nueva sede en Bilbao, desde la que pretende mejorar aún más los servicios que presta a sus asegurados y mediadores en esta zona del país.

La inauguración de la nueva oficina, que se localiza en la céntrica calle Henao número 5, fue presidida por altos directivos de la compañía, entre los que se encontraban el director general, José María Paagman, y el director de Ventas, José García. Con la presencia de más de medio centenar de asistentes, entre personal de la aseguradora, mediadores, clientes y colaboradores, durante la inauguración nuestro director subrayó la importancia que Bilbao, y por extensión el País Vasco, tienen para el negocio de Helvetia Seguros, subrayando que este ámbito geográfico es uno de los que está recibiendo mayor impulso en el marco de la Estrategia Helvetia 2015+.

El hecho de estar situada en una zona muy bien comunicada implica no sólo una mejora de la accesibilidad para sus empleados, mediadores y clientes, sino también una mayor visibilidad de la marca, ya que el local se sitúa a pie de calle, en un entorno con una fuerte presencia de importantes entidades financieras y aseguradoras.

Por lo que respecta a la eficiencia y a la sostenibilidad, de acuerdo con la política de la compañía en materia de nuevos espacios de trabajo, los materiales y sistemas empleados en la nueva sede de la Sucursal siguen criterios de excelencia sostenible, favoreciendo el ahorro energético.



Asegurando un Patrimonio Mundial de la Humanidad

Si hablamos de una tradición con fuerte arraigo en Córdoba, debemos referirnos necesariamente a los Patios. Declarados Patrimonio Mundial de la Humanidad, esta fiesta convierte a la ciudad cordobesa durante el mes de mayo en un rico paisaje de hermosos patios. Uno de los elementos más destacados de la tradicional fiesta de los patios es su concurso, en los que las comunidades de vecinos del casco histórico compiten por ver reconocidos a sus patios como los mejor engalanados de la ciudad.

Junto al concurso de patios, que está próximo a cumplir los cien años de existencia, la fiesta cuenta asimismo con un festival en el que se dan cita los mejores cantaores y bailaores de Andalucía, siendo también un referente internacional en el ámbito del flamenco. A ello hay que unir, por supuesto, la degustación del característico vino de la tierra con Denominación de Origen Montilla-Moriles, y la rica oferta de tapas que hacen de Córdoba, también, una referencia en el ámbito gastronómico.

La organización de un acontecimiento de estas características requiere de una importante coordinación y de dotaciones y recursos que lo hagan posible. Como ya ocurre en acontecimientos como los Sanfermines, en 2015 Helvetia Seguros se convirtió en la aseguradora de esta fiesta, asumiendo la cobertura de Responsabilidad Civil de los Patios de Córdoba, y permitiendo así su normal desarrollo. De este modo, Helvetia Seguros refuerza su vinculación con las tradiciones de su entorno, y en este caso, con la ciudad universal de la Mezquita-Catedral.



Y no sólo los patios cordobeses

Aunque la fiesta de los Patios de Córdoba es la más universal, no es en absoluto la única que se celebra en Andalucía. El municipio gaditano de El Puerto de Santa María, especialmente conocido por su gastronomía, sus vinos y sus playas, acoge cada año su propia fiesta de los patios. Unos seiscientos patios forman parte del censo de este municipio, no sólo pertenecientes a núcleos residenciales: los hay conventuales, religiosos, señoriales, monumentales... Y desde hace quince años, gracias a la Asociación de Patios de El Puerto de Santa María, celebran la primavera abriendo sus espacios a los vecinos y visitantes de la localidad.

A través de la agencia exclusiva de Helvetia Seguros SegurVélez, liderada por Rafael Vélez, nuestra compañía ha estado presente en la edición 2015 de los patios de El Puerto, gestionando los seguros de Responsabilidad Civil de toda la organización. Y no sólo eso: en uno de sus patios, el organizado por la Asociación de Amas de Casa Virgen de los Milagros, la agencia quiso ir más allá, sufragando la elaboración de un guiso, que contó con la intervención directa de nuestro propio agente, en el marco de una jornada de convivencia animada y festiva.

De este modo, la imagen de Helvetia Seguros tuvo un espacio en esta singular fiesta, que, tras quince ediciones, se ha consolidado plenamente en el calendario de actividades de El Puerto de Santa María, uno de los municipios más populares y con mayor actividad turística del litoral gaditano.



Convenciones anuales de peritos

Sólo en 2014 se registraron 21.000 peritaciones de Autos y 49.800 peritaciones de Riesgos Diversos en Helvetia Seguros. Estas cifras reflejan de forma elocuente la importancia que las peritaciones tienen para la compañía.

Desde hace varios años, y en el marco del compromiso con los proveedores que forma parte de los fundamentos de su política de Responsabilidad Corporativa, la compañía lleva a cabo Convenciones anuales con sus peritos. Durante el primer semestre de 2015, la compañía ha llevado a cabo tres Convenciones, en Sevilla, Madrid y Pamplona, dirigidas a los peritos vinculados a cada zona. Las tres Convenciones fueron lideradas por el Departamento de Gestión de Redes Particulares, y se centraron en los peritos de Autos y Diversos de sendas zonas.

"El objetivo de estas Convenciones —explica Antonio Solís, responsable de Gestión de Redes Particulares— es revisar la normativa y los objetivos, así como optimizar los procedimientos y ofrecer formación a nuestra red de colaboradores".

En el caso de los peritos de Autos, las Convenciones incluyeron una ponencia sobre el recambio certificado, mientras que para los peritos de Diversos se ofreció una ponencia, presentada por Asitur, centrada en la mejora de la calidad en los siniestros mixtos, esto es, aquellos en los que intervienen un reparador, un perito y un tramitador.

Las Convenciones han servido, un año más, para fortalecer los vínculos entre Helvetia Seguros y su red de peritos, considerados un aliado de alto valor estratégico, haciéndoles partícipes de los objetivos y de la situación actual del proyecto empresarial.



7 de julio, San Fermín... con Helvetia

Desde hace años, Helvetia Seguros viene trabajando para potenciar su vinculación con las fiestas de San Fermín, a través de diversas acciones con las que la compañía responde a la sensibilidad de los pamploneses participando activamente de una de sus tradiciones más arraigadas. Estas acciones son, tanto publicitarias como relacionadas con el aseguramiento, con un enfoque muy orientado hacia la concienciación, en el marco de su política de Responsabilidad Corporativa.

Así, un año más, Helvetia Seguros ha sido la aseguradora de los encierros, responsabilizándose, entre otros, de los seguros de Accidentes de los corredores y de los dobladores (empleados de la plaza de toros), así como del seguro de Responsabilidad Civil General.

Junto a ello, desde hace varios años, nuestra compañía viene llevando a cabo campañas de concienciación dirigidas a los corredores, a través de carteles expuestos en marquesinas situadas estratégicamente en el centro de la ciudad, en los que se ofrecen normas y consejos de seguridad para los encierros.

Finalmente, durante la primera quincena de julio, nuestra compañía ha protagonizado una campaña publicitaria en los principales medios de comunicación de Navarra. De este modo, nuestra compañía patrocinó durante esos días los informativos de Navarra TV. Además, durante la emisión de los principales programas de la cadena se emitió nuestro spot. Para reforzar estas emisiones, se llevaron a cabo varias inserciones publicitarias en los dos periódicos con más difusión de la Comunidad Foral, Diario de Navarra y Diario de Noticias.

Nuevas oficinas de agencias exclusivas en Vitoria y Huelva

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 dos nuevas oficinas de agencias exclusivas, localizadas curiosamente en dos extremos de la geografía nacional: Vitoria y Huelva.

La nueva oficina de Vitoria se localiza en un punto estratégico de la ciudad. Se trata de la Avenida Gasteiz, considerada una de las arterias comerciales y de negocio de la capital vasca.

La agencia exclusiva está dirigida por Roberto García. Se trata de un negocio familiar, centrado en Particulares y Pymes, que pretende incrementar su cuota de negocio en la provincia de Álava. Aunque existe una fuerte competencia en la zona, su localización en pleno centro de negocios de Vitoria otorga a Helvetia Seguros una gran visibilidad.

El acto de inauguración de la nueva oficina, que se celebró el pasado 29 de abril, fue arropado por numerosos directivos de la compañía, encabezados por su director general, José María Paagman, así como por todos los empleados de Sucursal Vitoria, de la que dicha oficina depende.

En el otro extremo del mapa, concretamente en el municipio onubense de Cortegana, Hel-



Nueva oficina en Vitoria.

vetia Seguros cuenta con otra nueva oficina de agencia exclusiva desde el pasado 17 de junio. También se localiza en un punto céntrico del municipio, en la Avenida Pedro Maestre. Un municipio que es altamente estratégico para la compañía desde el punto de vista comercial, dado el peso que los sectores turístico y ganadero (fundamentalmente, del cerdo ibérico) tienen en el municipio. La oficina está gestionada por Aurelio Pérez y Javier Domínguez, quienes esperan, desde estas nuevas instalaciones, potenciar su presencia y notoriedad en el municipio, considerado uno de los más florecientes de la sierra de Huelva.

La inauguración estuvo presidida por José García, director de Ventas, como representante del Comité de Dirección de Helvetia Seguros, que estuvo acompañado por otros directivos de la compañía y diversas personalidades de la vida social y empresarial de Cortegana.



Nueva oficina en Cortegana.



Las Redes Sociales, un camino sin vuelta atrás

El reto de la digitalización y el desarrollo de una estrategia 2.0 es algo que preocupa al sector. Prueba de ello es la mesa de debate organizada el pasado 26 de mayo por Inese en Madrid, que contó con la participación de directores de Marketing y Comunicación de las principales compañías aseguradoras nacionales, entre las que se encontraba Helvetia Seguros. Dicha mesa, bajo el título "Social Media. Cómo impulsar la venta de seguros a través de las Redes Sociales" sirvió para fijar el posicionamiento del sector en torno a la irrupción de los nuevos medios. Una conclusión compartida por la mayor parte de los participantes fue que, en el escenario actual, resulta imprescindible tener presencia en las Redes Sociales, pero siempre con una estrategia clara y dando el tratamiento adecuado.

Concretamente, nuestro director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Javier García, destacó que "hay que estar, pero a partir de una estrategia de comunicación desde la marca". En la misma línea, incidió en la figura del Community Manager, un profesional que preste cobertura las 24 horas del día y los 7 días de la semana. "No entendemos un Community Manager que cierre el viernes a las tres y vuelva el lunes a las ocho de la mañana", explicó.

No obstante, nuestro director de Marketing y Responsabilidad Corporativa matizó el alcance que las Redes Sociales tienen aún como canal de venta, ya que "según datos de Icea, las ventas por Internet no llegaron al 0,9% en 2013".



Helvetia Hogar, un producto consolidado

Bajo el lema "¡Pásionate por Helvetia Hogar!", desde el 1 de mayo y hasta el 31 de agosto pasado se ha llevado a cabo la Campaña de Hogar 2015, con un considerable éxito de participación. Después de la campaña del pasado año, que coincidió con la presentación del producto y cuando se registró, como es habitual en estos casos, un alto volumen de contrataciones, el principal objetivo de la campaña 2015 era consolidar el producto, haciéndolo más conocido por parte de la red, al tiempo que incentivar el incremento en la prima media de contratación.

La campaña estaba dirigida a todos los mediadores de Helvetia Seguros, y de ella podían beneficiarse todos los clientes que contrataran el producto por una prima neta mínima igual o superior a 180 euros. Los clientes recibían un "Power Bank" corporativo de regalo, un cargador de baterías con posibilidad de hasta tres cargas.

Después de la fase de arranque de su comercialización, Helvetia Hogar se está afianzando en el mercado como uno de los mejores productos del ramo. Los clientes destacan especialmente su extenso abanico de coberturas, así como la inclusión de servicios como Bricohogar o la reparación de electrodomésticos.



En el Congreso de Marketing y Comunicación de Icea

Hace cinco años, Icea quiso dar respuesta a la cada vez más relevante dimensión de la comunicación y el marketing en la actividad de las empresas del sector asegurador con la organización de un Congreso de Comunicación y Marketing. Los pasados 7 y 8 de mayo, este congreso alcanzó su quinta edición, lo que supone toda una consolidación, hecho que queda reafirmado por el plantel de ponentes que participaron en el evento. Entre ellos, nuestro director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Javier García.

En su quinta edición, el congreso, celebrado en el Hotel NH Collection Eurobuilding de Madrid, abordó a través de diversas ponencias los principales retos y oportunidades en torno a la comunicación y el marketing del sector asegurador. Entre ellos, se encontraba el desafío de la innovación y la adaptabilidad digital, las nuevas perspectivas económicas o la conexión emocional con el cliente (*love branding*). Aunque centrado en el sector, el programa incluyó ponencias a cargo de destacados expertos en el ámbito global de la comunicación.

La intervención de nuestro director de Marketing y Responsabilidad Corporativa tuvo lugar el día 6 de mayo por la mañana. Javier García centró su ponencia precisamente en el *love branding*, o más concretamente en cómo impulsar el "diálogo emocional" con el cliente. En el contexto de la campaña corporativa en torno al concepto de la pasión, nuestro responsable de Marketing profundizó en la importancia de saber preguntar y escuchar al cliente, deteniéndose en el valor de generar contenidos de calidad para diferenciarse de la competencia.



“Crecemos para dar más” junto a los corredores

En los últimos años, de acuerdo con la Estrategia Helvetia 2015+, la compañía ha venido potenciando su vinculación con el canal de corredores, lo que la ha llevado a incrementar su penetración y alcance entre este colectivo de la mediación. La colaboración con grandes corredurías es cada vez más intensa y productiva, e implica la participación activa de Helvetia Seguros en muchas de las actividades comerciales o institucionales promovidas por dichas corredurías. Es el caso de la Convención Anual de Norbrok21, una de las corredurías más importantes del país y con una situación de liderazgo en la comunidad gallega, gracias a una cartera de más de 30.000 clientes. Helvetia Seguros participó en esta convención prestando su patrocinio y también mediante la intervención de algunos de sus directivos.

La convención, bajo el lema “Crecemos para dar más” contó con la participación de más de un centenar de empleados, proveedores y clientes de la correduría, que se reunieron los días 4 y 5 de junio pasado en Sangenjo (Pontevedra), en la que era su decimotercera edición.

El presidente del Consejo de Administración de Norbrok21, José Carlos Fernández, destacó el apoyo de las entidades patrocinadoras para hacer posible el evento, entre las que se encontraba Helvetia Seguros.

La convención sirvió para visualizar, ante los miembros y colaboradores de esta correduría, situada entre las diez más importantes de España, la apuesta que Helvetia Seguros realiza por el canal de los corredores como uno de los más estratégicos para la compañía desde el punto de vista comercial.



Una vez más, presentes en la Convención Nacional de Bárymont y Asociados

Tras tres ediciones, la Convención Nacional de la Correduría Bárymont y Asociados se ha afianzado como uno de los principales eventos nacionales en el ámbito profesional de las corredurías de seguros. Como es habitual, la Convención de este año, que supone su tercera edición, se celebró el pasado 1 de agosto, en Madrid. Y en ella, volvió a estar muy presente Helvetia Seguros, como *partner* y empresa patrocinadora del evento.

La colaboración entre nuestra compañía y Bárymont y Asociados viene siendo especialmente intensa desde el año 2013, cuando se suscribió un convenio para potenciar la comercialización de nuestros productos por parte de la correduría. Además de tener una fuerte presencia de imagen en el evento, Helvetia Seguros habilita un *stand* en la zona expositiva, y algunos de sus directivos participan con una presentación en torno a los productos y las principales novedades de la compañía.

Tanto Carlos González, director de la Zona Centro, como Alberto Lledó, responsable de Vida de dicha Zona y José María Pascual, en representación de la Sucursal Madrid Corredores, participaron activamente en el encuentro. La intervención de Helvetia Seguros corrió a cargo de Carlos González, que realizó una aproximación general a nuestra compañía, y de Alberto Lledó, quien desarrolló una ponencia sobre el presente y el futuro de las prestaciones sociales en España, avanzando los aspectos más interesantes de un nuevo producto de ahorro personalizado para la comercialización en exclusiva por parte de la firma.



En la II Cumbre Mediterránea de Mediación y Seguros de Vida

Desde el pasado año, Inese y MkSite organizan una Cumbre Mediterránea de Mediación y Seguros de Vida, que persigue fomentar el conocimiento y una mayor penetración de los seguros de Vida en el canal de la mediación. Su primera edición tuvo lugar en Barcelona, y la segunda, celebrada el pasado 1 de junio, se llevó a cabo en Málaga. Más de un centenar de mediadores y representantes de compañías participaron en este encuentro, que por segundo año consecutivo contó con la colaboración, entre otras entidades, de Helvetia Seguros.

Concretamente, nuestra aseguradora fue la patrocinadora de la primera mesa redonda del día, que llevaba por título “La venta de seguros de Vida en las corredurías: ¿cosa de especialistas? Cómo crear la estructura adecuada”. De acuerdo con su título, la mesa se centró en la comercialización de seguros de Vida por parte de las corredurías, y contó entre sus intervinientes con Jesús de Sedas, responsable de Grandes Cuentas y Corredores de Helvetia Seguros, así como con el presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Granada, Genaro Sánchez.

La presencia de Helvetia Seguros en esta Cumbre se materializó no sólo en la presencia en esta mesa, sino también en *displays* corporativos y en los propios programas de las jornadas, que incluían la imagen de nuestra marca.

El encuentro se cerró con una sesión de *networking* en la que mediadores y distintos responsables de Helvetia Seguros intercambiaron experiencias y estrecharon relaciones.



Pólizas con premio en San Fermín

Uno de los principales reclamos de la fiesta de San Fermín son las corridas de toros. La Plaza de Toros de Pamplona se convierte durante los días de celebración de esta fiesta universal en el principal espacio simbólico de actividad, no sólo por los encierros matutinos sino también por las propias corridas que se celebran durante los días de fiesta, y también por los espectáculos de rejones que tienen lugar en los días previos.

Dada la vinculación de Helvetia Seguros con la fiesta, por primera vez la compañía ha llevado a cabo una promoción, centralizada en la agencia de seguros que nuestra empresa posee en el Pabellón Anaitasuna, con el objetivo de incentivar la contratación de pólizas por parte de los socios de la S.C.D.R. Anaitasuna. El premio: acceder, mediante un concurso, a entradas para presenciar sendas corridas.

Concretamente, se llevaron a cabo dos concursos. El primero, para la corrida de rejones del 6 de julio, y el segundo, para la corrida de toros del 12 de julio. En ambos casos, la promoción era la misma: por contratar una póliza antes del 15 de mayo (corrida de rejones), o antes del 30 de junio (corrida de toros), los clientes participaban en un sorteo para conseguir alguna de las cinco entradas dobles ofertadas para ambos festejos. Las cinco entradas dobles se situaban en un lugar privilegiado de la Plaza de Toros de Pamplona, nada menos que en el Tendido 2 de sombra.

La participación en ambos sorteos fue muy elevada, y algunos de los agraciados han relatado su satisfacción por la experiencia, destacando muy especialmente las vistas, desde el privilegiado emplazamiento de las localidades de estas entradas.



Cuando el pedaleo se convierte en un espectáculo

Por tercer año consecutivo, el gimnasio Feel&Bike organizó en mayo pasado una gran Master Bike de ciclo *indoor* (en cubierto), que reunió a un centenar de deportistas en torno a la disciplina de la bicicleta estática. Fue el día 16 de mayo, en la II Master Bike de Pamplona/Iruña que tuvo lugar en el Zentral Café Teatro de Pamplona. Un espacio perfectamente equipado por su condición de sala de fiestas para acoger este acontecimiento, que no se limita a ser una concentración de deportistas, sino que integra lumotecnía y música, acaparando la atención de los paseantes y convirtiéndose en todo un espectáculo en la vía pública.

Helvetia Seguros, un año más, patrocinó este encuentro, que se celebró durante la mañana del 16 de mayo. A lo largo de tres horas de ejercicio, con la compañía de cinco monitores, un centenar de deportistas recorrieron kilómetros y kilómetros a lomos de las bicicletas estáticas, mientras que en pantalla se iban reproduciendo diversos vídeos y montajes musicales. La imagen de Helvetia Seguros estuvo muy presente durante toda la mañana, tanto mediante la emisión de la identidad corporativa en las pantallas como con los pases de su *spot* televisivo. Dada la ubicación de la sala, en pleno centro de la ciudad, el acontecimiento tuvo gran repercusión con gran atención por parte de los viandantes, muchos de los cuales detenían su paso para contemplar el acontecimiento.

Desde la organización valoran muy positivamente la experiencia. Hasta el punto de que el gimnasio ha decidido volver a celebrar su cuarta edición en el mismo espacio. Para el próximo año, esperan asimismo contar con el apoyo de Helvetia Seguros.



Por segundo año, muy visibles en la Gran Semana Anglo-Árabe

Nuestra vinculación con el mundo y la cultura del caballo, tan arraigada al sur de España, tiene su principal evidencia en el patrocinio del Sicab, pero este no es el único acontecimiento relacionado con la cría, doma y cuidado de este animal que cuenta con el apoyo de Helvetia Seguros. Por segundo año consecutivo, nuestra compañía ha patrocinado la Gran Semana Anglo-Árabe, un importante acontecimiento deportivo, lúdico y social en torno al caballo que se celebra en el Real Club Pineda de Sevilla y que en 2015 ha tenido lugar entre el 17 y el 20 de septiembre.

La firma del convenio se llevó a cabo el pasado 28 de julio, con la presencia de Antonio Villa, director de la Sucursal Sevilla, y de Pablo Parias, agente de Helvetia Seguros y responsable de la gestión de esta cuenta. Y es que, además de patrocinar el evento, la compañía ha llegado a un acuerdo con la Asociación Española de Criadores de Caballos Anglo-Árabes (Aeccaá) para ofrecer productos de seguros en condiciones preferentes a los miembros de esta asociación.

Durante la celebración de la Gran Semana Anglo-Árabe, una vez más, nuestra compañía gozó de gran visibilidad, con un espacio específico para la exposición de su oferta. Helvetia Seguros desarrolló asimismo una *landing page* específica en la web de la asociación para presentar su oferta de productos y servicios.

Gracias a este patrocinio, y en general a la firma del convenio, Helvetia Seguros refuerza sus vínculos con el mundo del caballo.



III Fiesta del Mejillón en Ferrol

La gastronomía gallega es muy rica y diversa, con abundancia de marisco y productos muy característicos como el pulpo, la empanada... o el mejillón. Precisamente de mejillones va esta noticia, ya que Helvetia Seguros colaboró en la III Fiesta del Mejillón de Ferrol, organizada por la Asociación de Comerciantes Ultramar Village.

La fiesta se celebró el sábado 29 de agosto desde las 20:30 horas en la Plaza de Ultramar de la ciudad. Más de 400 kilos de mejillón fueron servidos en una gran fiesta de convivencia en torno a este producto, donde Helvetia Seguros estuvo muy presente, tanto mediante la visibilidad de su patrocinio como a través de un stand.

En dicho espacio, la compañía tuvo oportunidad de presentar su oferta de productos, al tiempo que establecer relaciones tanto con el numeroso público asistente como con los distintos organismos públicos y privados que han apoyado la iniciativa, entre los que se encontraba el Excelentísimo Concello de Ferrol.

La colaboración entre Helvetia Seguros y la asociación abre asimismo la puerta a nuevas colaboraciones en el futuro, ya que la asociación se ha comprometido con la compañía a asegurar aquellos eventos celebrados al aire libre que requieran de protección, tanto en materia de Prevención de Riesgos Laborales como en cualquier otro tipo de aseguramiento. El convenio suscrito entre ambas entidades plantea la oferta de seguros para los asociados en condiciones preferentes.



De peregrinación a Santiago

El Camino de Santiago cada año acapara la atención de miles de peregrinos que, movidos por la experiencia y muchas veces por la fe, llevan a cabo un camino -exterior e interior- con destino a la catedral de Santiago, y a la mítica Plaza del Obradoiro, lugar conocido universalmente por el encuentro de viajeros y devotos.

Como expresión religiosa y cultural, el Camino de Santiago representa una materia de observación y estudio por parte de centros educativos de toda España. Pero algunos centros van más allá, organizando sus propias peregrinaciones. Es el caso del Colegio Ntra. Sra. de las Delicias de Madrid, colegio de la Diócesis de Madrid, que propuso a sus alumnos de 4º de ESO realizar una parte del Camino, correspondiente al trazado portugués, desde el municipio de Tui, acompañados de algunos de sus profesores. Profesores y alumnos plantearon de este modo un camino de convivencia como broche final del curso, que en este caso contó con la colaboración de Helvetia Seguros, quien contribuyó a la peregrinación donando camisetas corporativas a la expedición. De este modo, en cierta forma, Helvetia Seguros también fue de peregrinación a Santiago este verano.

Esta acción se suma al patrocinio de la Carrera Popular que el Colegio de Ntra. Sra. de las Delicias organiza cada año.



Peña Ruiz Barroso, una trayectoria meteórica de la mano de Helvetia Seguros

Uno de los patrocinios deportivos más peculiares de Helvetia Seguros, por la naturaleza de la disciplina a la que se refiere -el bolo-palma cántabro- es el de la Peña Bolística Ruiz Barroso. Con sede en el municipio cántabro de Sarón, Helvetia Seguros viene contribuyendo a la práctica deportiva de esta peña desde hace muchos años, concretamente desde su propia creación, hace casi una década. La práctica de los bolos a través de peñas está bastante extendida en Cantabria y goza de gran tradición. En el caso de la Peña Ruiz Barroso, hablamos de una de las peñas más jóvenes de la comunidad, que a pesar de su corta edad ha obtenido importantes éxitos.

Así, de jugar en Tercera División, en apenas ocho años se han visto no sólo jugando en la Primera División, sino llegando incluso a ser subcampeones. Cuatro temporadas, cuatro categorías y cuatro ascensos es un logro que nadie había conseguido hasta ahora en este deporte, y Helvetia Seguros tiene la suerte de formar parte de su historia, siendo el principal patrocinador privado de la peña, y teniendo una presencia muy destacada en la propia equipación del equipo. Asimismo, desde hace años, Helvetia Seguros ha reforzado la visibilidad de la Peña y de la marca Helvetia mediante un acuerdo con Popular TV para las retransmisiones de las partidas.



En Senegal también tenemos un equipo

La Asociación Mamanáfrica Humanitaria se define en su página web (www.mamanafrica.com) como “una pequeña y humilde familia que creemos que un mundo mejor es posible”. Una frase que define bien el carácter modesto y a la vez comprometido de esta ONG que viene luchando desde hace varios años por mejorar las condiciones de vida de los niños de Senegal.

Todos los años, esta asociación, afincada en Tenerife, lleva a cabo una expedición a diversos campamentos de Senegal, haciendo posibles proyectos humanitarios en este país. Concretamente, la asociación desarrolla tres proyectos desde 2012. El primero es la cobertura de medicamentos y material sanitario a los niños talibés de Saint Louis. Los talibés, también llamados “niños de la calle”, son niños que desarrollan su vida a la intemperie, con muchas carencias tanto físicas como emocionales.

El segundo de los proyectos se centra en la atención a la Unidad de Prematuros del Centre Hospitalier de Abbass Ndao con muchas necesidades de equipamientos. Y el tercero está dirigido a la comunidad Sare Bala, que se encuentra en el interior de Senegal, y donde se está construyendo un puesto de salud. La ONG ayuda a equipar a los niños de la zona con material deportivo. Un material deportivo que, en el caso del equipo de fútbol, ha permitido llevar los colores de Helvetia Seguros hasta este rincón de Senegal, gracias al patrocinio de nuestra compañía. Nuestros colores debieron darles suerte, ya que, curiosamente, el equipo resultó campeón regional el pasado año. Ilusióna saber que en Senegal, gracias a nuestra actividad de Responsabilidad Corporativa, llevada a cabo entre un mediador y una asegurada, también contamos con un equipo.



#todosconprieto, también Helvetia

A cualquiera que conozca el mundo del fútbol en Huelva no le será ajeno el nombre de José Manuel Prieto. Este gijonés de 47 años es muy conocido y querido en el entorno del deporte de base en la ciudad por haber enseñado a centenares de niños a practicar el fútbol. Y lo que es más importante, a educarse en valores a través del deporte. Sin embargo, Prieto atraviesa un momento delicado en su vida. Después de haberlo dado todo por el fútbol, y de ser considerado como el principal experto de este deporte en las categorías inferiores en Huelva, ha vivido meses en situación de indigencia. Sin empleo y sin techo, su historia ha conmovido a la sociedad onubense y a numerosas entidades de la provincia que se decidieron a crear la plataforma #todosconprieto. Si en un primer momento, la plataforma llevó a cabo una campaña de recogida de alimentos y ropa, en junio llevaron a cabo una acción más ambiciosa y multitudinaria: la celebración de un partido solidario para recaudar fondos para el entrenador.

Este encuentro se celebró el martes 9 de junio en el estadio Nuevo Colombino, y en él se enfrentaron los veteranos del Recreativo de Huelva contra una selección de veteranos del resto de Huelva. Con un precio único de entrada de 3 euros y la activación de una fila cero, el encuentro también contó con el apoyo de diversas entidades privadas. Entre ellas se encontraba la propia Helvetia Seguros, que intervino como patrocinadora, a través de nuestro agente de Aracena, Antonio Martín, quien participó en el partido.

La actividad concitó un gran interés. Evidencia de ello es que más de 2.200 espectadores acudieron al estadio.



Trofeo de Golf Helvetia, mucho más que un patrocinio

Un año más, el Club de Golf Castillo de Gorriza ha acogido el Trofeo Helvetia. Una cita que va camino de convertirse en indispensable en el calendario deportivo de este club, que es todo un referente en la práctica golfista de la comunidad navarra, y que siempre se celebra durante el verano. En la edición de 2015, el Trofeo Helvetia se llevó a cabo el pasado 13 de junio, con la participación de más de 60 deportistas *amateurs*, que se entregaron durante todo el día a la competición.

Como viene siendo costumbre, Helvetia Seguros corrió con el patrocinio de los distintos trofeos y premios, incluyendo el más suculento de todos: el sorteo de una semana para la práctica del golf de dos personas en el Hotel Bahía del Este, de Vera (Almería). Asimismo, la imagen de la compañía, comenzando por la propia denominación del trofeo, estuvo muy presente tanto durante el evento como en el acto final de entrega de trofeos. Dicha entrega, como es habitual, volvió a contar con el respaldo y la participación de destacados directivos de la compañía, encabezados por Víctor T. Lizarraga, director de Estrategia y Sistemas de Información de Helvetia Seguros.



Con las mejores bendiciones

San Miguel in Excelsis es una de las joyas del arte y la tradición religiosa de Navarra. Se trata de un milenario santuario levantado en plena Sierra de Aralar, junto a la cima del monte Artxueta, y conocido universalmente por su singular retablo, obra maestra del arte románico. En el retablo se enclava la imagen de San Miguel, un relicario del siglo XVIII que representa al arcángel y que guarda una antigua talla de madera. Una reliquia que es objeto de devoción ya que, según la tradición, fue dejada por el propio ángel en dicho lugar. Esa misma tradición ha dejado escrito que al santuario de San Miguel subían los matrimonios que querían tener hijos, representando un símbolo de fertilidad.

Como ya viene ocurriendo desde hace años, en primavera el relicario es paseado por distintas localidades navarras, bendiciendo a los vecinos y ciudadanos del entorno. De este modo, el Arcángel visita hospitales, centros de salud y lugares emblemáticos, llevando su bendición a todos los rincones. Y una de sus paradas es la sede de Pamplona de Helvetia Seguros, a cuyas inmediaciones es conducida y donde se le oficia una breve ceremonia. Este año, el acto se celebró el pasado 5 de junio. Los trabajadores de la sede mostraron su agradecimiento y devoción por la figura del Arcángel y recibieron sus bendiciones.



Nueve años celebrando el “espíritu Helvetia” de los mediadores de Jaén

En alguna ocasión hemos informado sobre las jornadas de convivencia que cada año organizan los mediadores vinculados a la Sucursal Jaén. Se trata de encuentros extraprofesionales en los que se siente el espíritu familiar que gobierna en muchos casos la relación entre mediadores vinculados a una misma Sucursal. En 2015, estas jornadas han alcanzado su novena edición, y han servido, un año más, para evidenciar la unidad que existe entre los agentes de Jaén.

La convivencia se celebró durante el primer fin de semana de junio pasado. Como es costumbre, la organización recayó sobre algunos de los agentes de la Sucursal, de acuerdo con un turno preestablecido y pensado para lograr una mayor implicación en la actividad.

En su novena edición, el lugar elegido para la celebración fue la Sierra de Huelva. Hasta allí se desplazó una expedición formada por 38 personas, entre personal de la Sucursal y mediadores, por supuesto acompañados por sus familias. La convivencia contó asimismo con la participación del director de la Zona Sureste, Manuel Muñoz, y de otros representantes de la compañía.

Durante todo el fin de semana se programaron diferentes actividades, incluyendo, cómo no, una visita al “centro de la tierra”, la Gruta de las Maravillas de Aracena. Posteriormente, se desplazaron a Almonaster la Real, donde Manuel Muñoz ejerció de guía para mostrar los encantos de este rincón de la sierra onubense.



Más cerca aún de los mediadores de Álava y Vizcaya

Los Colegios de mediadores desarrollan una valiosa labor de asesoramiento, colaboración, formación y desarrollo de sinergias con los agentes y corredores de sus ámbitos de actuación. A través de esta actividad, contribuyen al desarrollo de estas figuras profesionales y a su mejora permanente, al tiempo que ponen en valor al colectivo desde el punto de vista social e institucional.

Helvetia Seguros es consciente de la importancia de los órganos colegiales, y por ello, mantiene estrechos vínculos con muchos de estos Colegios a través de convenios específicos, con los que también plantea espacios de interrelación y colaboración en el ámbito comercial.

El acuerdo de colaboración con el Colegio de Mediadores de Álava y Vizcaya se suscribió el pasado mes de mayo, sentando las bases de una provechosa relación entre el Colegio y nuestra compañía.

La plana mayor del Colegio arropó la firma de este convenio, con Ignacio Soriano, su presidente. Por parte de Helvetia Seguros, participó en la firma Fernando Álvarez, director de las Sucursales Bilbao y Vitoria.

En virtud de este nuevo convenio, Helvetia Seguros empleará las instalaciones del Colegio para acciones formativas. El convenio establece otras líneas de colaboración, todas ellas tendientes a convertir a nuestra compañía en un aliado para favorecer una mejora de las condiciones y una mayor visibilidad de los mediadores de la zona.

NOTICIAS CLUB HELVETIA ÉLITE

Un club para los mejores agentes

Nace el Club Helvetia Élite, un espacio exclusivo con numerosas ventajas para los agentes más destacados de nuestra compañía

Cuentan con una considerable cartera de clientes, tienen ratios de siniestralidad óptimos y desde hace años mantienen una estrecha vinculación con Helvetia Seguros. Son los agentes Élite, los más destacados de la compañía. Y para ellos se ha creado el Club Helvetia Élite, un espacio exclusivo de prestigio y condiciones preferentes con el que la compañía reconoce el esfuerzo que dichos agentes realizan.

El Club Helvetia Élite no sólo ayudará a vincular, aún más, a la compañía a nuestros mejores agentes, sino que también servirá para estrechar lazos entre ellos, fomentar el intercambio de prácticas y experiencias, generar sinergias y fortalecer nuestros valores corporativos.

A este selecto club sólo pueden pertenecer los agentes que hayan sido seleccionados anualmente como agentes Élite y los delegados de Helvetia Seguros, de acuerdo con una serie de criterios muy exigentes. Para identificarlos, todos contarán con una tarjeta nominativa que los acreditará como miembros del club.

El Club Helvetia Élite ofrece multitud de ventajas y beneficios para sus socios. Una de ellas

es el acceso al Club Helvetia Compras, un espacio en el que podrán encontrar ofertas y comprar productos en condiciones especiales.

Los miembros del club también podrán participar en las jornadas de formación específicas para ellos que Helvetia Seguros desarrollará anualmente en cada zona comercial. Además, se les dotará de un *software* para acceder a la plataforma de formación de la compañía, donde contarán con diversos cursos para ellos.

Asimismo, cada vez que la compañía lance una nueva campaña comercial, ellos recibirán con suficiente antelación información sobre las bases de esa acción y, si procede, un regalo de muestra promocional de esa campaña.

Los 50 mejores agentes Élite (que serán elegidos a partir del Concurso Club Helvetia Élite) asistirán al "Meeting Club Helvetia", una Convención exclusiva para ellos que se celebrará cada dos años y en la que se realizará una mención especial a aquellos miembros que hayan destacado en algún aspecto. Por otro lado, los miembros del Club Helvetia Élite dispondrán de una sección en cada número de



nuestra revista, "En buena compañía", para promocionar sus actividades, destacar sus logros, etc. Por ello, cada trimestre recibirán en su domicilio un nuevo número de esta publicación y, al comenzar el año, la compañía les obsequiará con una agenda corporativa anual y un pequeño detalle.





Gran visibilidad “náutica” en el Puerto de Sotogrande

Si tenéis ocasión de viajar a Sotogrande (Cádiz) y, por casualidad, al pasear por el puerto, os topáis con una embarcación surcando las aguas del puerto que lleva el logotipo de Helvetia Seguros bien visible, no penséis que nos hemos introducido en la competición náutica (aunque es cierto que patrocinamos algunos eventos). Se trata de una embarcación de la empresa Servicios Náuticos Sotogrande Services.

La idea, desde el punto de vista del marketing, es bastante brillante. Si hay una empresa que se dedica a prestar servicio y mantenimiento a las embarcaciones, y también de ofrecer servicios de apoyo y logístico durante las regatas y eventos náuticos que se llevan a cabo en el Puerto de Sotogrande, ¿por qué no patrocinar a esa empresa, llevando nuestra marca a la embarcación que realice el servicio?

Y así lo hemos hecho. Gracias al contacto con el empresario responsable de “Sotogrande Services”, Antonio Núñez, un buzo con una dilatada experiencia en labores de mantenimiento, que ha creado la empresa junto a su hijo, con el que llegamos al acuerdo de rotular el casco de una de sus embarcaciones con la identidad corporativa de Helvetia Seguros.

Gracias a esta acción, la imagen de Helvetia Seguros es habitual en todas las regatas y actividades que se realizan en este puerto deportivo, considerado uno de los más florecientes de España debido al alto nivel del turismo de esta zona residencial.

RECURSOS HUMANOS

Satisfacción por los resultados de la segunda Encuesta Person@

Con el objetivo de analizar el nivel de satisfacción de los empleados en relación con aspectos que tienen que ver con su desempeño, el Departamento de Recursos Humanos promueve la Encuesta Person@. Dicha encuesta tiene una periodicidad trienal, y su primera convocatoria fue en el año 2012, por lo que la nueva encuesta se ha realizado en 2015.

La encuesta, dirigida a toda la plantilla de Helvetia España, se gestiona a través de un formulario *online*, a fin de facilitar su cumplimentación a los empleados. Mediante un *link*, el empleado accede a su encuesta, rellenándola de manera totalmente anónima. Las principales cuestiones planteadas están basadas en

la encuesta Commit, desarrollada para todo el Grupo Helvetia.

La segunda edición de Person@ se llevó a cabo entre los días 27 de mayo y 10 de junio pasados y, como en su anterior edición, contó con una participación de más del 75%. Con respecto a su precedente, la nueva encuesta incluía preguntas relacionadas con la gestión de Recursos Humanos.

La encuesta se dividió en cinco bloques temáticos: Organización y procesos; Cultura empresarial, igualdad y conciliación; Remuneración y objetivos; Transferencia de conocimientos;

Cuarta edición de Ev@lua

Para llevar a cabo la evaluación del desempeño de su plantilla, Helvetia Seguros cuenta con dos instrumentos: por un lado, el PEP2, inspirado en un programa del Grupo Helvetia y que se centra en la evaluación de todos los responsables de Departamento y directores de Zona (mandos intermedios); y por otro, el sistema de evaluación Ev@lua, dirigido al resto de empleados de la compañía.

Basado en la gestión por competencias, Ev@lua se viene realizando desde 2011,

y analiza tres niveles de competencias: competencias clave (aquellas que deben tener todas las personas que forman parte de la organización, independientemente del puesto que ocupen); competencias gerenciales (las que se requieren a aquellas personas que ocupan puestos con mando); y competencias específicas (aquellas que están asociadas a un puesto de trabajo en concreto). El sistema incluye entrevistas de desarrollo, en las que evaluador y evaluado se reúnen para analizar la evaluación realizada y otros

aspectos que tienen que ver con el rendimiento o la satisfacción personal. Una vez llevado a cabo el proceso de evaluación correspondiente a Ev@lua 2014, el Departamento de Recursos Humanos celebró reuniones con los distintos directores de Área para trasladarles su *feed-back*, extractando en grandes bloques





Recursos Humanos; y Helvetia como empresa.

Desde el Departamento de Recursos Humanos se valoran positivamente los resultados obtenidos, tanto desde el punto de vista cuantitativo (participación) como desde el cualitativo (información recabada). Una vez analizados en detalle los resultados, como en anteriores ocasiones, se implementarán las medidas y acciones de mejora que sean detectadas.

las principales fortalezas y espacios de mejora, a partir de la información recabada en las entrevistas entre evaluadores y evaluados.

Como conclusiones principales a partir de estas reuniones con los directores de Área, el Departamento de Recursos Humanos plantea, fundamentalmente, las siguientes: la primera, que existe satisfacción por el alto porcentaje de participación y los resultados obtenidos. En segundo lugar, que se detecta una mayor asimilación de una "cultura evaluadora" en la compañía por parte de los supervisores y evaluados, después de cuatro ediciones del programa. Tercera, que existe consenso en cuanto a la importancia de la formación para los empleados, considerándose un pilar básico, y que hay un buen nivel de retroalimentación entre las Áreas y el Departamento de Formación a la hora de planificar el Plan de Formación individual. Y cuarta y última, que las Áreas consideran a Ev@lua como una buena herramienta motivadora para los empleados.

SALA HELVETIA

Presentación del cartel oficial del SICAB 2015

Helvetia Seguros es desde el año 2013 patrocinador oficial del Salón Internacional del Caballo (SICAB), cuya XXV edición se celebrará entre el 17 y el 22 de noviembre de 2015. En este contexto, el pasado 13 de mayo la Sala Helvetia acogió la presentación del cartel oficial de esta nueva edición. Titled "El caballo español, nuestro arte, nuestra historia", el cartel es obra de la pintora sevillana Magdalena Almero, ganadora del concurso convocado por Ancce, asociación organizadora del SICAB. La artista participó en la presentación junto a diversas autoridades, entre las que se encontraban José María Paagman, director general de Helvetia Seguros; el teniente de alcalde y delegado de Empleo, Economía, Fiestas Mayores y Turismo del Ayuntamiento de Sevilla, Gregorio Serrano; y el presiden-



te de la comisión organizadora del SICAB, Manuel Novales. La presentación sirvió para poner de manifiesto el compromiso y la buena sintonía entre Ancce y Helvetia Seguros, entidad que, además de ser uno de los principales patrocinadores de la feria ecuestre, es la aseguradora oficial de la misma. Este evento es considerado como el más importante acontecimiento socioeconómico en la capital hispalense, después de la Semana Santa y la Feria de Abril. En la pasada edición, el Sicab recibió la visita de más de 200.000 personas, y la exhibición de 1.000 ejemplares de caballos de Pura Raza Española.

Visita de mediadores italianos



El pasado 12 de junio, la sede de Helvetia Seguros en Sevilla recibió la visita de una expedición de mediadores italianos. Eran los ganadores de uno de los concursos de incentivos promovidos por Helvetia Italia, y cuyo premio consistía en un viaje por distintos enclaves de la geografía nacional. Como no podía ser de otro modo, una de las paradas obligatorias de este viaje era Sevilla, con una visita especial al Edificio Helvetia y, en concreto, con una sesión en la Sala Helvetia.

La expedición de colegas italianos, más de 30 en total, estaba comandada por el director de Ventas de Helvetia Italia, Sandro Scapellato. Ejerció de cicero excepcional su homónimo español, José García, quien además de ofrecer una visita por el edificio hizo los honores de anfitrión, ofreciendo una amena presentación sobre la implantación del Grupo Helvetia en España. En la sesión celebrada en la Sala Helvetia, los visitantes disfrutaron de un audiovisual, en el que se recogían diversos momentos de su viaje, así como de una charla a cargo de Sandro Scapellato. La visita concluyó con un ágape en la Sala de Comités de la compañía. Todos los asistentes coincidieron en alabar la belleza del edificio diseñado por Rafael Moneo, destacando muy especialmente las magníficas vistas hacia la Torre del Oro y el río Guadalquivir.

Una apuesta por la escalada segura y sostenible

Helvetia Seguros colabora con la iniciativa de la Federación Guipuzcoana de Montaña de renovar las Escuelas de Escalada de Guipúzcoa, con el objetivo de ofrecer mayor seguridad a los montañeros que practican esta actividad.



Promover la práctica de los deportes de montaña en el ámbito federativo, bajo unas condiciones óptimas de seguridad y de respeto del medioambiente es uno de los principales objetivos de la Federación Guipuzcoana de Montaña. Por ello, desde hace un año, junto a la Diputación Foral de Guipúzcoa y la colaboración de Helvetia Seguros, está desarrollando una ambiciosa iniciativa para renovar las Escuelas de Escalada de la provincia, garantizando así la protección de los escaladores.

No hay que olvidar que la escalada deportiva es una de las disciplinas que

más interés despierta entre los montañeros, y a la vez, una de las que más riesgos conlleva si no se realiza con precaución y con el material adecuado. En

A TRAVÉS DE ESTE PROYECTO, LA FEDERACIÓN GUIPUZCOANA DE MONTAÑA NO SÓLO PRETENDE REFORZAR LA SEGURIDAD DE LOS ESCALADORES, SINO TAMBIÉN MINIMIZAR EL IMPACTO QUE ESTE DEPORTE PUEDE GENERAR EN EL MEDIOAMBIENTE

este sentido, es importante resaltar la labor que realizan las Escuelas de Escalada, proporcionando a los montañeros guipuzcoanos la base de formación necesaria para practicar este deporte con las máximas garantías de seguridad. Sin embargo, para que las escuelas cumplan esta misión es imprescindible que muchas de ellas renueven sus equipos y materiales deportivos, ya que con el paso del tiempo se han quedado obsoletos y no son tan seguros como antes.

Desde que la Federación Guipuzcoana de Montaña ha puesto en marcha el proyecto de Reequipamiento de Escue-



Tetxus Barandiarán, gerente de la Federación Guipuzcoana de Montaña.



las de Escalada de Guipúzcoa, se han renovado más de una decena de escuelas y se espera que a finales de año sean un total de veinticinco. Esta iniciativa favorecerá a los más de 14.000 montañeros que actualmente cuentan con una licencia federativa en Guipúzcoa, una de las provincias españolas que tiene mayor volumen de federados en este deporte. Algo que no es de extrañar, ya que el montañismo es una de las actividades deportivas que cuenta con más arraigo en el País Vasco.

Antes de llevar a cabo la renovación de las escuelas, la Federación Guipuzcoana de Montaña, con la colaboración de montañeros y técnicos, está realizando un diagnóstico previo de cada una de ellas para detectar sus posibles necesidades y comprobar que están ejerciendo su actividad en una zona óptima para la escalada, en la que no existan riesgos para los escaladores ni para las especies protegidas que habitan allí.

El proceso de mejora de estas escuelas incluye la optimización de su equipamiento, proporcionándoles materiales de mayor calidad y sustituyendo los anclajes deteriorados por otros nuevos. Además de la correcta señalización a través de paneles informativos de las zonas de escalada y la habilitación de un canal de comunicación permanente con los escaladores de la escuela para recibir sus sugerencias de mejora o avisos de deficiencias.

A través de este proyecto, la Federación Guipuzcoana de Montaña no sólo pretende reforzar la seguridad de los escaladores, sino también minimizar el impacto que este deporte puede generar en el medioambiente, ya que algunas paredes de las montañas donde se practica escalada suelen ser

el hábitat natural de muchas especies protegidas.

Para cumplir ese objetivo, la Federación Guipuzcoana de Montaña tiene previsto poner en marcha una regulación de la escalada a nivel provincial. Para ello se están identificando las zonas óptimas para practicar esta disciplina en la provincia, para la creación de futuras Escuelas de Escalada en estas áreas y para proteger a las especies amenazadas que viven en ese territorio.

La colaboración de Helvetia Seguros en este proyecto demuestra una vez más su compromiso con el montañismo vasco, ya que desde hace más de 25 años es la aseguradora de la Federación Vasca de Montaña y la patrocinadora de las diferentes actividades que ésta lleva a cabo.

LA COLABORACIÓN DE HELVETIA SEGUROS EN ESTE PROYECTO DEMUESTRA UNA VEZ MÁS SU COMPROMISO CON EL MONTAÑISMO VASCO, YA QUE DESDE AÑOS ES LA ASEGURADORA DE LA FEDERACIÓN VASCA DE MONTAÑA Y LA PATROCINADORA DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES QUE ÉSTA LLEVA A CABO



Peritos médicos

La importancia de una correcta valoración del daño

Uno de los colectivos más valiosos para desarrollar adecuadamente la gestión de las coberturas a los asegurados dentro de Helvetia Seguros es el constituido por los peritos médicos. Su labor como evaluadores de lesiones, patologías o cualquier incidencia de carácter médico que puede tener influencia sobre coberturas, resulta decisiva para realizar una gestión eficiente en caso de siniestro.



Los peritos médicos son figuras imprescindibles en Helvetia Seguros. Sin ellos, la labor de la compañía estaría incompleta, ya que se encargan de valorar las lesiones ocasionadas por un siniestro y de investigar sus causas, para determinar después la indemnización que corresponda al asegurado, según las coberturas y exclusiones que contenga su póliza.

Actualmente, Helvetia Seguros cuenta con la colaboración de más de 150

facultativos o centros médicos especializados en la valoración de lesiones. "Con el objetivo de ofrecerles un servicio de calidad a nuestros clientes, a los peritos médicos que colaboran con Helvetia Seguros les exigimos tener la máxima formación para poder evaluar correctamente estos daños, honestidad, profesionalidad y que cumplan con los tiempos de peritaje", explica José Félix Sánchez, responsable del Departamento de Riesgos Particulares.

En todos los casos, la relación con estos proveedores está cimentada en una acreditada profesionalidad y una confianza que se renueva regularmente en función de la evolución de la colaboración. De hecho, antes que proveedores, como destacan algunos de los peritos consultados, se consideran *partners* de Helvetia Seguros.

Según José Cobos, director general de CED VDC SAU, "Helvetia Seguros es

una compañía con personal muy cualificado y las ideas muy claras. Exige el máximo a sus proveedores, es creativa en sus propuestas y solicita -siempre- la máxima implicación en sus proyectos". "Para nosotros -añade- es todo un orgullo la confianza que deposita en nuestros servicios y siempre nos hemos sentido muy bien tratados e informados, haciéndonos partícipes activos en la gestión".

Algo que corrobora José Félix Sánchez: "En Helvetia Seguros mantenemos una estrecha relación de confianza y cooperación con los peritos médicos, estando a su disposición para lo que requieran".

La labor del perito médico es extensa y diversa. El doctor Cipriano González, colaborador de Helvetia Seguros desde hace varios años, sintetiza de este modo su labor: "Contribuimos a que la compañía obtenga una valoración justa del daño corporal ocasionado en los siniestros y a prevenir el fraude que se pueda presentar". Su consulta, con más de 30 años de experiencia y localizada en Sevilla, está especializada en valoración del daño corporal en todos los ámbitos.

CED SPAIN es otro de los proveedores que colabora con Helvetia Seguros en la evaluación de siniestros. Con domicilio en Sant Cugat del Vallés (Barcelona), su filial CED VDC SAU presta servicios al sector asegurador, especialmente en el ámbito de los siniestros. Su red está compuesta por unos 170 profesionales médicos expertos en valoración del daño corporal, siendo una de las compañías más destacadas en este ámbito.

En el caso de esta empresa, además de llevar a cabo el análisis del daño corporal, colabora en los informes mé-

dicos necesarios para la contratación de pólizas del ramo de Vida.

José Cobos resume bien la sensibilidad de este colectivo profesional en relación con la compañía: "Somos -explica- la imagen de Helvetia Seguros ante asegurados y perjudicados en el momento de realizar valoraciones y peritaciones de daños a indemnizar".

La labor de perito médico no acaba con la elaboración del correspondiente informe. También puede requerir la participación del perito en los tribunales. Los informes, cuando corresponde a casos enjuiciados, deben ser ratificados en sala judicial, por lo que deben ser escrupulosamente elaborados.

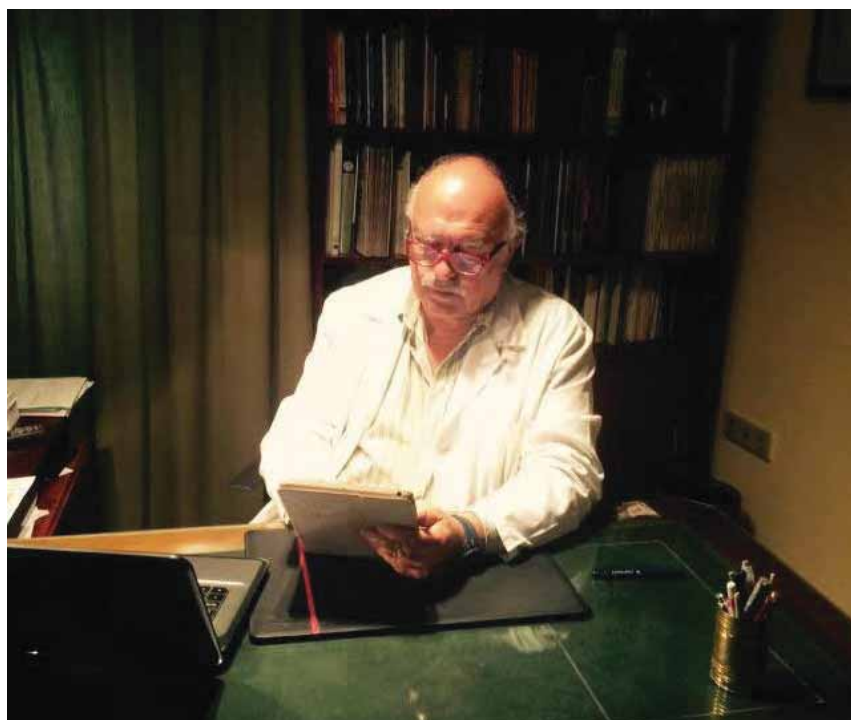
Es una labor normalmente sencilla, aunque en ocasiones se encuentra con la falta de colaboración de algunos letrados o lesionados. "Pero se dan pocos casos", matiza el doctor González.

Evitar los abusos es otro de los aspectos que forman parte de la gestión de este colectivo profesional. Ello revierte en el control de costes de los siniestros. Y en el camino de la mejora constante, algunas compañías, como el caso de



José Cobos, director general de CED VDC SAU.

CED, colaboran con los propios equipos de siniestros de Helvetia Seguros, ofreciendo formación. "Esto supone una participación activa en la mejora de los procesos de tramitación de siniestros", explica José Cobos.



Doctor Cipriano González, perito médico.

ACTUALMENTE, HELVETIA
SEGUROS CUENTA CON LA
COLABORACIÓN DE MÁS DE
150 FACULTATIVOS O CENTROS
MÉDICOS ESPECIALIZADOS EN LA
VALORACIÓN DE LESIONES.

¿Cuál es el perfil de quien contrata seguros de viaje?

¿Cómo es la persona que contrata un seguro para viajar? Los datos del 'II Estudio de Comparación Online hacia el Ahorro' de Rastreator.com, muestran que el perfil medio del usuario es el de mujeres de más de 55 años, con altos ingresos y estudios superiores.

Asimismo, este informe indica que más de la mitad de los consumidores contrata estos productos para asegurar a una sola persona. En lo que respecta a la duración de los viajes, éstos oscilan entre 7 y 14 días, mientras que su coste medio abarca desde los 1.000 a los 2.000 euros.

La asistencia médica destaca como la cobertura más solicitada y, por otra parte, tres de cada diez viajeros prefieren un seguro más completo que combine esta asistencia con una protección que cubra los gastos de cancelación e interrupción del viaje.



Según este análisis, el 52,4% de los españoles ha contratado alguna vez un seguro de este tipo y el 21% lo hizo por primera vez en 2014. Un 25% de los viajeros contrató este producto en una o dos ocasiones concretas,

mientras que el 15,8% lo hizo al estar incluido en su paquete de vacaciones. Por otro lado, de quienes nunca han contratado este tipo de productos, un 18% no lo ha hecho porque desconoce sus ventajas.

La industria del seguro, vital para gestionar riesgos emergentes

La industria aseguradora destaca como pieza clave para ayudar a las empresas de Europa, Oriente Medio y África a gestionar riesgos emergentes. Estas compañías están preocupadas por una nueva ola de riesgos de rápida evolución que generan cambios en el contexto económico global, así como por el papel de la evolución tecnológica y la expansión internacional como motores de crecimiento.

Concretamente, la tecnología, la cadena de suministro y la regulación son los tres grandes riesgos, según el *Barómetro de Riesgos Emergentes de ACE European Group 2015*, que parte de una encuesta realizada a 500 empresas. Completan el ranking el riesgo relacionado con las personas, en cuarta posición, y el de índole geopolítica, que se coloca en quinto lugar.

En este contexto, un 82% de los encuestados considera que esta industria desem-



peña un papel clave en la gestión del riesgo tecnológico, mientras que el 80% espera que, de aquí a tres años, exista un seguro que gestione los tres riesgos emergentes más inquietantes para las compañías en la actualidad.

El 43% de las empresas sitúan el riesgo tecnológico, que incluye los ciberataques, pérdida de datos e interrupción del negocio debido a un fallo del sistema, como una de las principales preocupaciones.

Las aseguradoras, más competitivas en Vida

Un reciente estudio conjunto de Inese y Global Actuarial refleja que las aseguradoras son más competitivas en precios de Vida que las entidades bancarias. Precisa que las tarifas aplicadas en los seguros de Vida Riesgo comercializados por estas últimas son superiores en todas las edades y tramos de capital, aunque se han acortado diferencias recientemente.



A modo de ejemplo, para un cliente de 30 años y un capital de 30.000 euros, la prima media de un producto de Vida Riesgo vendido por un banco es de 63,34 euros anuales en 2015, tras subir un 4,3% en el último año. En el caso de un producto comercializado por una compañía de seguros, la tarifa media es de 52,08 euros, lo que implica un incremento anual del 27,3%.

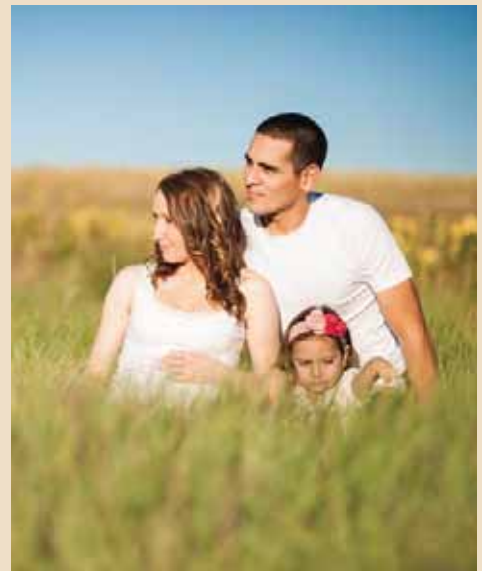
El sector gana terreno en el ahorro de las familias

Un reciente informe de Inverco, con datos procedentes del Banco de España, indica que el sector gana terreno en el ahorro de las familias. En concreto, el ahorro en seguros y entidades de previsión social alcanzó los 212.225 millones de euros en 2014, un 8% más que en 2013. Estos activos suponen el 10,7% del ahorro financiero total de las familias. Por otra parte, los fondos de pensiones se mantienen en un 5,5% del total del ahorro, con 109.502 millones gestionados, un 7% más que el ejercicio anterior.

Según esta publicación, el total de activos financieros de las familias españolas a finales del pasado año totalizó 1,99 billones de euros, máximo histórico al cie-

rrer de un ejercicio, con un incremento del 6,2% (115.141 millones de euros). Tres cuartas partes de este incremento del saldo de activos financieros 2014 correspondieron a la revalorización de sus carteras, mientras que el 25%, a nuevos flujos (28.140 millones de euros).

En este contexto, Inverco puntualiza que, en términos porcentuales sobre PIB, el ahorro financiero neto de las familias españolas alcanza el 110,6%, frente al 63,3% en diciembre 2008, "lo que significa que en sólo seis años las familias españolas casi han duplicado su riqueza financiera".



Crece el patrimonio de los planes de pensiones

Los datos de Inverco sobre el patrimonio de los planes de pensiones muestran que éstos se situaron en 102.471 millones de euros a finales de junio pasado. Esta cantidad supone un incremento de 6.805 millones, un 7,1% más, respecto a la misma fecha del año anterior. Si se compara esta panorámica con las cifras de cierre del pasado año, el volumen de activos gestionados en estos seis meses ha crecido un 2,9%.

Las aportaciones acumuladas en el primer semestre del año alcanzan los 1.638 millones de euros, mientras que las presta-



ciones han sido de 2.279 millones, por lo que durante 2015 las prestaciones netas son de 641 millones. Estas cifras no incluyen las movilizaciones hacia planes de pensiones desde otros instrumentos de previsión social complementaria (PPA), que durante estos seis meses se estiman en 1.800 millones de euros, y que no son propiamente aportaciones.

Inverco señala, por otra parte, que los planes de pensiones mantienen una rentabilidad media anual para el total de productos del 3,8%.

“Es una inmensa satisfacción que nuestros hijos puedan recoger el testigo de lo que nosotros iniciamos”

José Vicente Vargas es agente de Helvetia Seguros en Móstoles. Allí tiene, desde hace varios años, una agencia que regenta junto a su mujer, María Ángeles, y que, en unos años, cuando ellos se jubilen, pasará a manos de sus hijos. Con una cartera de más de 2.700 pólizas y una facturación que supera los 700.000 euros, en 2016 cumplirá 25 años como mediador. En esta entrevista repasa su trayectoria profesional y analiza la situación del sector asegurador en la actualidad.



Dentro de no mucho tiempo, se jubilará, dejando el testigo del negocio a sus hijos. Si tuviera que resumir toda su vida profesional en tres grandes recuerdos, ¿cuáles serían?

El primero se remonta a los años 70, en los que yo era administrativo de la antigua compañía Cervantes, y tenía vocación comercial. Recuerdo lo que tuve que luchar para poder salir de inspector ya que, según los test psicotécnicos, no reunía las condiciones necesarias.

Otro momento muy importante para mí fue mi primer año como agente (1990), en el que conseguí el primer premio especial a nivel nacional en la Convención de Río de Janeiro. Y aunque después vinieron muchos más premios, ese por el ser el primero, fue bastante especial.

Otro recuerdo que tengo y este no por ser bueno, sino por una experiencia desagradable, fue el único siniestro grave que he tenido que gestionar. Se trataba del incendio que se produjo en una imprenta. Daba la casualidad que esa imprenta era de mi amigo y al ver el estado en el que quedó la tienda, con todo calcinado, me impresionó demasiado.

El paso de testigo de padres a hijos es uno de los momentos más sensibles en el desarrollo de una agencia. ¿Qué cree que pueden aportar ellos al negocio?

Para nosotros es una inmensa satisfacción que nuestros hijos puedan recoger el testigo que nosotros iniciamos y que ellos van a continuar, ya que pueden aportar nuevas ideas, ilusión, frescura e innovación tecnológica al negocio.

Se da la circunstancia de que Vd. se inició en Helvetia Seguros como empleado, y después pasó a ser mediador. ¿De qué manera cree que esa doble condición ha podido ayudarle en su negocio?

Entré en Cervantes en el año 1965 y estuve como empleado hasta el 1989, año en el que pasé a ser mediador. Indudablemente, la formación, los conocimientos adquiridos y el contacto con los clientes que tuve en mi etapa de empleado me han ayudado a la hora de desarrollar la actividad de mediador.



En todos estos años, ha asistido como protagonista activo a una espectacular evolución del sector. ¿Qué cosas buenas y qué cosas no tan buenas ha traído esta evolución?

He de destacar, como positiva, la preocupación de las entidades de profesionalizar a los mediadores, facilitándoles continua formación sobre las nuevas aplicaciones informáticas, así como la innovación en el mercado de nuevos productos con amplias coberturas.

En cambio, como aspecto negativo, destacaría la incorporación al sector de nuevas formas de comercialización de los seguros, a través de bancos, líneas directas, centros comerciales, concesionarios, etc., ya que nos ha perjudicado mucho, no sólo por la competencia existente, sino por la inseguridad y desconfianza que ha generado en los clientes.

Seguro que tiene enseñanzas que hacerle a sus hijos. Como "maestro" de agentes, ¿cuáles son las principales recomendaciones y enseñanzas que le daría a alguien que quiere desarrollar su actividad profesional en la mediación?

Lo más importante es que conozca los productos que se comercializan, que tenga seriedad, formalidad y que asesore siempre al cliente con lo que más se ajuste a sus necesidades.

De cara al futuro, ¿cómo ve el negocio del seguro? ¿Detecta oportunidades o aspectos para un posible desarrollo?

Es un sector que está en continua evolución y en el que siempre existen nuevas oportunidades. Por ejemplo, hasta hace poco apenas se comercializaba en el sector financiero y ahora es uno de los sectores con mayor potencial. Tenemos que trabajar la cartera de clientes, conocer sus necesidades y ofrecerles mediante campañas comerciales lo que más les pueda interesar.

¿Qué elementos son los que forjan la personalidad de un buen agente?

Ser un gran profesional, demostrar seriedad y transmitir seguridad y confianza a sus clientes.

¿Tiene muchos clientes que también son amigos?

Afortunadamente, después de 26 años como agente, una gran parte de los clientes son amigos. Muchos de ellos los conocí en mi época de empleado y llevan con nosotros más de 30 años.

Por su condición de histórico, ha tenido oportunidad de vivir las distintas etapas de la compañía que han conducido hasta la actual Helvetia Seguros. ¿Percibe una mayor solidez de la marca ahora, bajo el paraguas de la entidad suiza?

Desde que empecé como mediador en Cervantes han cambiado muchas cosas, como la relación con los mediadores, su formación y sobre todo la solvencia y solidez con la que hoy cuenta en el sector. Y eso se debe sin duda al esfuerzo y empeño a nivel internacional que ha puesto el Grupo Helvetia.

Daniel Albero

“Siempre he sentido la sensibilidad de Helvetia Seguros hacia mi afición”



Daniel Albero podría hacer historia el próximo año al convertirse en el primer piloto de motos con diabetes en participar –y esperamos que completar– el rally Dakar, considerado sin duda el raid más duro del mundo. Este cliente de Helvetia Seguros nacido y criado en Carcaixent (Valencia) vive con pasión el deporte del motociclismo desde que tenía 14 años, una pasión que la diabetes mellitus tipo 1 que le diagnosticaron con sólo 8 años no pudo apaciguar, o que incluso la alentó aún más, desde la conciencia de que vida sólo hay una y a pesar de todos los obstáculos hay que vivirla con intensidad.

¿Cómo nació en ti la afición por el motociclismo?

Siempre y desde temprana edad ya tenía una gran inclinación por el mundo de las dos ruedas, y en especial las de campo. Con 15 años, compré mi primera moto, una Anvian 125 de motocross, e hice mis primeros pinitos, sin que ni siquiera se enteraran en casa. Yo me costeaba la afición a través del dinero que obtenía tocando la trompeta, ya que era músico, y participaba en bandas, con lo que obtenía algunos ingresos. En esos primeros años fue decisiva la influencia de un primo mío, Salva, que competía en motocross. Yo lo acompañaba a todas las carreras, lo ayudaba en sus desplazamientos. Me fascinaba todo aquel mundo. Después de la Anvian me compré una Kawasaki KX 125 con la que comencé a competir en el campeonato territorial de motocross. Si bien mis éxitos no eran muy grandes, lograba terminar todas aquellas carreras a las que me presentaba con los pocos recursos con los que contaba. Ya con 21 años, empecé en el mundo del Enduro y el Rally TT, lo que me ha permitido participar durante los últimos veinte años en el Campeonato de España de Rally TT, en pruebas tan conocidas como la baja España Aragón, Montes de Cuenca, El altiplano, Transmatarraña, o el Memorial Toni Soler.

Siempre se piensa que las personas que padecen diabetes han de llevar un ritmo de vida muy equilibrado, con un régimen cotidiano estricto. Sin embargo, tú eres todo un ejemplo de persona inquieta y emprendedora, ya que, además de ser aficionado a las motos desde muy joven, ejerciste como empresario hostelero durante más de diez años. ¿Cómo se consigue el equilibrio?

Las personas con diabetes, en efecto, estamos obligados a mantener un régimen de vida muy controlado, con hábitos muy rígidos, y aun así resulta difícil conseguir estabilidad en nuestros niveles de glucosa. Además, los cambios en estos niveles influyen sobre el ánimo, convirtiéndonos en algo cercano a las personas bipolares. Esto te marca a fuego en el carácter y en tu vida, por eso no hay otra que “tirar para adelante”, llevando a cabo una lucha diaria con la enfermedad. Hasta el punto de que te acostumbras a vivir con ella y se convierte en tu mejor amiga. Yo he sido siempre una persona muy emprendedora, desde muy pequeño, y creo que lo que me ha llevado hasta aquí ha sido precisamente el esfuerzo, el espíritu de superación. Si no fuese un luchador, no podría haberme ni planteado mantener un deporte como el de la moto.



Centrándonos precisamente en el deporte del motociclismo, ¿cuáles son los principales inconvenientes para una persona diabética?

El motocross me ha convertido en una persona más fuerte, tanto física como mentalmente. Eso me ha valido mucho para mi vida. Muchas veces, cuando vemos a los pilotos de motos corriendo en la tele, no imaginamos la labor física que hay detrás. Pilotos como Pedrosa, Márquez o Coma son atletas. Tienen una alta forma física. Lo que implica no sólo realizar ejercicios con sus motos, sino también correr o montar en bici. Para un diabético hay una desventaja adicional, que tiene que ver con nuestra imposibilidad de realizar tratamientos para crecer físicamente, debido a las limitaciones del régimen impuestas por la diabetes. Nos venimos abajo antes, necesitamos control permanente. Todo es mucho más difícil para un diabético, también en el deporte.

Y de repente surge la idea de participar en el Dakar. ¿Cómo, por qué?

Por casualidad conocí a Rafa Tibau, un experimentado piloto de trail que ha participado más de diez veces en el Dakar y que es conocido por poner cara y voz a las retransmisiones de esta carrera en Teledeporte, de TVE. Tibau es farmacéutico y, además, tiene un hijo diabético, así que enseguida se interesó por mi historia, y recogió el guante de mi meta, de manera que a través de su empresa, Puravida Sportwear, inició el camino para difundir y buscar apoyos para conseguir este sueño. Remitimos una carta de solicitud a la ASO (organización encargada, entre otros cometidos, de la organización del Dakar), pero desde este organismo nos plantearon, como paso previo a participar en la carrera, la necesidad de que yo participara previamente en algunas carreras internacionales. En eso estamos ahora, "cogiendo currículum" para poder participar en el Dakar, que confío que se produzca en el año 2017. No pretendo ir a ganar, con cubrir todo el recorrido será suficiente. Y a lo mejor ni siquiera lo consigo –es bastante costoso, y todo dependerá de los patrocinios que obtenga-, pero si me dan la conformidad al menos habré abierto el camino para que otras personas con diabetes lo lleven a cabo en el futuro.

¿Cómo se concilia esta afición con su vida familiar?

Es cierto que, además de un deporte caro, es un deporte que le quita horas a la familia. Pero en mi caso esto no es un problema, porque cuento con el apoyo incondicional de mi mujer. Ella me apoya en todo lo que emprendo, de hecho si ella no estuviera, nada de esto sería posible. Es más, mi mujer realiza una aportación determinante al proyecto, ya que entre otras cosas es la que se encarga del control de mi diabetes durante las carreras y los entrenos.

Confía todo su aseguramiento personal en Helvetia Seguros. ¿Cómo valora esta relación?

En efecto, cuento con diversos seguros, no sólo el de motos (también el de coche y el seguro de vida), y todos ellos los tengo contratados con Helvetia Seguros desde hace años. La relación con mi agente de Carcaixent es muy cercana (tan cercana, como que es mi mujer), y la compañía siempre me ha respondido cuando lo he necesitado. Se nota que es una compañía suiza, porque como buenos suizos siempre responde. Aunque yo soy de la opinión de que los seguros están ahí para no utilizarlos nunca, en mi agencia y en la compañía siempre he contado con una buena respuesta, así como con sensibilidad hacia mi afición. Llevo con satisfacción el logotipo de Helvetia Seguros en mi moto.

Más y mejor oferta de productos para Particulares

En el último trimestre, Helvetia Seguros ha lanzado al mercado cuatro nuevos productos para particulares que destacan por su gran flexibilidad y adaptabilidad a las necesidades específicas de cada cliente: Helvetia Ahorro Activo+, Helvetia Ahorro Activo+ PIAS, Helvetia Motos y Helvetia Hogar Top.



Imagen de folleto de producto Helvetia Ahorro Activo+.

En Helvetia Seguros continuamos trabajando día a día para desarrollar productos más flexibles y personalizables que respondan con más precisión a las demandas del cliente al tiempo que contribuyan a optimizar la actividad comercial de nuestros mediadores. Prueba de ello son los últimos lanzamientos de productos que hemos realizado en estos meses, con los que mejoramos de forma sensible

nuestra oferta dirigida al segmento de Particulares.



Helvetia Ahorro Activo+ y Helvetia Ahorro Activo+ PIAS

Una de las novedades de este trimestre han sido Helvetia Ahorro Activo+ y Helvetia Ahorro Activo+ PIAS, los nuevos seguros de ahorro e inversión de gestión activa de Helvetia

Seguros, que sustituyen a los antiguos productos de Ahorro Activo, PIAS Activo y Vida fondo XXI.

Esta nueva gama de seguros de ahorro-inversión destaca por su gran flexibilidad y rentabilidad, permitiendo al cliente ajustar su cartera a las circunstancias del mercado. En comparación con las pólizas anteriores, estos dos nuevos productos



Imagen de folleto de producto Helvetia Motos.

ofrecen mayor rentabilidad al cliente, ya que presentan una estructura más eficiente de los gastos.

Helvetia Ahorro Activo+ está constituido por dos Fondos de Inversión, Fondonorte y Eurobolsa, contando cada fondo con una cartera diferente, que combina activos de renta fija y renta variable. Gracias a esto, el cliente tiene la posibilidad de invertir en dichos fondos en distintas proporciones, en función de la evolución del mercado y de sus expectativas de rentabilidad.

Según las perspectivas de cada inversor y su perfil de riesgo (conservador, mo-

derado o dinámico), Helvetia Ahorro Activo+ propone al cliente diferentes estrategias de inversión en estos fondos para que saque el máximo rendimiento de ellos. Y en el caso de que éste no se sienta identificado con ninguna de estas estrategias, le ofrece la posibilidad de diseñar la cartera a su medida, pudiendo cambiar la composición de ésta todas las veces que crea conveniente. Además, también cuenta con libertad a la hora de establecer la cuantía de las aportaciones, teniendo la posibilidad de rescatar la inversión desde el primer día.

A estas interesantes ventajas se suma una más: un capital adicional en caso de fallecimiento del asegurado, que tiene como objetivo optimizar el rendimiento financiero y fiscal del seguro.

Helvetia Ahorro Activo+ PIAS reúne las mismas ventajas que Helvetia Ahorro Activo+ (flexibilidad en las aportaciones,

gestión activa de la inversión, liquidez inmediata, diseño de cartera personalizado y capital adicional en caso de fallecimiento) y además, como suele ser habitual en este tipo de productos de Planes Individuales de Ahorro Sistemático, ofrece al cliente importantes beneficios fiscales, ya que todos los rendimientos que se generen están exentos de tributación.



Helvetia Motos

Helvetia Motos ha sido otro de nuestros lanzamientos más recientes. Con esta nueva póliza nos acercamos aún más al cliente, ofreciéndole un producto hecho a su medida, destinado a cubrir sus necesidades específicas, y que incluye un amplio abanico de garantías y coberturas.

A través de este producto, Helvetia Seguros ofrece al cliente mayor flexibilidad y autonomía a la hora de se-

LOS NUEVOS PRODUCTOS PARA
PARTICULARES COMERCIALIZADOS SE
CARACTERIZAN POR SU FLEXIBILIDAD
Y LA AMPLITUD DE COBERTURAS



leccionar un seguro para su moto, ciclomotor o quad, ya que será él quien determine el nivel de protección de su póliza y el precio que va a pagar por ella, contratando sólo aquellas coberturas que realmente necesite para su vehículo.

Una de las principales novedades que incorpora esta póliza con respecto a otros productos de la competencia es que la cilindrada del vehículo ya no es el factor principal y determinante para la fijación del precio de la prima. En fun-

ción de la antigüedad y el uso que se le dé al vehículo, Helvetia Seguros propone al cliente diferentes modalidades de contratación. De esta forma, podrá optar por contratar desde el seguro más básico, si se trata de una moto antigua o que conduce de vez en cuando, hasta el seguro más completo, a todo riesgo, si desea dotar a su vehículo de una protección integral, con numerosas garantías y coberturas.

Con respecto al producto anterior, el nuevo seguro de Helvetia Motos introduce nuevas ventajas y mejoras, entre las que cabe destacar las siguientes:

- **Precio más competitivo**, al realizar un mejor ajuste de los costes. El cliente sólo paga por lo que realmente necesite.

- **Mayor flexibilidad en la contratación**, en función de las necesidades concretas de cada asegurado.

- **Nuevas garantías**. Con el objetivo de brindar la mayor protección al cliente, esta nueva póliza incorpora algunas de las coberturas más novedosas del mercado:

- Rotura de faros.
- Daños al casco.
- Responsabilidad civil del conductor como peatón o ciclista y del vehículo en reposo.
- Reclamación de lesiones de ocupantes del vehículo.
- Gastos de ITV y gestión.
- Adelanto de indemnizaciones.
- Defensa y reclamación de daños como peatón, pasajero o ciclista.

- **Más servicios de asistencia**. El producto incorpora una amplia gama de servicios adicionales, tales como asistencia en viaje, desde el km 0, las 24 horas del día, asistencia jurídica o asistencia psicológica.

HELVETIA HOGAR TOP AMPLIA
LA OFERTA DE SEGUROS PARA EL
HOGAR CON UN PRODUCTO
ESPECIALMENTE DISEÑADO
PARA GRANDES PATRIMONIOS Y
VIVIENDAS DE ALTO NIVEL



Helvetia Seguros ha logrado diseñar así un producto actual y muy competitivo, que incorpora las tendencias más actuales del mercado en lo que respecta a garantías, primas, coberturas, etc.



Helvetia Hogar Top

Con el lanzamiento de Helvetia Hogar Top hemos ampliado nuestra oferta de seguros para el hogar. Se trata de un producto especialmente diseñado para grandes patrimonios y viviendas de alto nivel.

Esta nueva póliza de Todo Riesgo sin franquicias, que se integra dentro de la gama de productos de Helvetia Hogar (sumándose a Helvetia Hogar Vital, Helvetia Hogar Élite y Helvetia Hogar Alquiler), proporciona al cliente una protección integral y exclusiva de todos sus bienes.

Helvetia Hogar Top incluye todas las garantías, coberturas y límites a la medi-

da de cada asegurado, tanto en daños materiales y daños patrimoniales, como en servicio de asistencia 24 horas. Y no sólo en cuestiones referidas al hogar, sino también en viajes, mascotas, dispositivos de electrónica, medicina y cuestiones legales.

Entre las prestaciones que ofrece Helvetia Hogar Top destaca la de "Ayuda a domicilio", con servicios como:

- Atención a la persona.
- Atención doméstica.
- Ayuda para relacionarse con su entorno.
- Servicio de limpieza e higiene.

Una de las principales ventajas que presenta este producto, y que lo diferencia del resto del mercado, es la opción que ofrece al cliente de poder incluir en una sola póliza varias situaciones de riesgo, protegiendo así, con

un sólo contrato todo su patrimonio inmobiliario.

Helvetia Hogar Top cuenta con coberturas específicas para obras de arte y objetos especiales con valores convenidos o pactados. Para ello, si el cliente lo desea, un especialista en obras de arte puede valorar sus bienes, respetando la confidencialidad de la información.

A diferencia de las otras gamas de productos de Helvetia Hogar, con Helvetia Hogar Top el cliente tiene la posibilidad de contratar un límite de Responsabilidad Civil de hasta dos millones de euros, así como la opción de contratar coberturas específicas para obras de arte frágiles, como pueden ser las esculturas, objetos decorativos y demás obras realizadas en cristal, porcelana, loza, piedra o cualquier otro material similar.

Cazador de amaneceres

Carlos Hernández, agente exclusivo de Helvetia Seguros en Los Realejos (Santa Cruz de Tenerife)

Carlos Hernández compagina su trabajo como agente exclusivo de Helvetia Seguros en Los Realejos (Santa Cruz de Tenerife) con su gran pasión: la fotografía. Una afición por la que comenzó a interesarse cuando era adolescente y a la que ahora le dedica la mayor parte de su tiempo libre.



Seguramente Yolanda, su mujer, cosa que él le agradecerá eternamente, nunca hubiera imaginado que haciéndole aquel regalo en el año 2008, una cámara fotográfica digital marca Nikon, D60, le estaba en realidad inoculando un veneno del que Carlos Hernández, agente de Helvetia Seguros en Los Realejos (Santa Cruz de Tenerife), ya no lograría curarse. Aunque no se trataba de una afición nueva, ya que a mediados de los 90, con la Zenit rusa de su hermano, había llevado a cabo un curso de fotografía, eso sí, analógica, y con su primera cámara

propia, la Praktica, había tomado miles de fotos.

Pero vinieron los hijos, años de intensidad profesional y doméstica, y también los cambios tecnológicos. Y lo cierto es que, por algún tiempo, Carlos dejó “aparcada” su afición. El tiempo suficiente para que el mundo de la fotografía se viera envuelto en uno de los mayores procesos de cambio que ha protagonizado este arte a lo largo de su Historia: el paso de la fotografía analógica a la fotografía digital, y la consiguiente democratización y extensión de la afición a través

de dispositivos más intuitivos, sencillos y manejables. A partir de 2008, gracias al regalo de su mujer, Carlos retomó su antigua afición, pero ya sí, en formato digital.

Hoy, la afición por la fotografía paisajística ocupa buena parte del tiempo libre de este agente, miembro del Club Helvetia Élite, con más de 15 años de recorrido profesional y un volumen de cartera alrededor de 400.000 euros. Empleado en una agencia en Los Realejos, adquirió la cartera a su anterior propietario para convertirse en empresario. Ya entonces



había aprendido a sacarle mucho rendimiento a su cámara fotográfica.

"Recuerdo que fuimos al viaje del concurso anual de incentivos a EE.UU en 2009 -comenta Carlos-. Aún no manejaba bien la cámara, tiraba todas las fotos en automático. Hice por los menos 5.000 fotos". Llevaba poco tiempo con la nueva cámara, pero muy pronto se puso manos a la obra. Se matriculó en un curso de iniciación en fotografía digital con Juanjo Díaz, un amigo que impartía el curso en La Orotava, en la Casa Espacio Cultural, que fue determinante para la reafirmación de su afición y para su propia vivencia como aficionado a la fotografía de paisajes. Tras este curso de iniciación vinieron otros, entre ellos el curso que le impartió Gustavo Paulino, argentino residente en la isla, primero admirado maestro y más tarde amigo y compañero de muchas madrugadas para tomar fotografías de amaneceres o algún que otro atardecer (la formación como fotógrafo, al igual que la formación como agente, es algo que nunca termina). En otro de los cursos trabó amistad con otra persona que él considera decisiva en el mantenimiento y aprendizaje de su hobby: Benigno Benítez. "Hemos formado un grupo de tres, muy bien avenido, y solemos salir los tres cada fin de semana a buscar la mejor fotografía", explica. "De vez en cuando sale algún amigo más como Paco Sevillano o Lorenzo Sosa con

nosotros, y Carla Benítez, hija de Benigno, que con doce años es una artista de la fotografía".

Como fotógrafo paisajista, son dos sus grandes motivos o temas: atardeceres naturales y, sobre todo, amaneceres. En estos ha cultivado fundamentalmente dos tipos de paisaje: el de playa y el de montaña, este último casi siempre en la zona de Las Cañadas y del Teide y su entorno. "A mí me gusta más el mar, porque soy muy de mar, pero los amaneceres en la montaña, en Las Cañadas del Teide, en Izaña, etc., tienen un gran encanto", explica.

Así que los tres amigos viajan cada madrugada del sábado a la captura de amaneceres hermosos. Son, en cierto sentido, una suerte de coleccionistas de amaneceres, o también podría decirse de "cazadores". El arma de caza es la cámara. Es una caza especialmente sacrificada en periodos como el verano, cuando amanece antes: dependiendo del destino, suelen quedar hacia las 4 o las 5 de la madrugada, para viajar de noche hasta el punto seleccionado. Una vez allí, toca tomar posiciones, y después paciencia: esperar el momento oportuno para atrapar la presa del mejor amanecer.

"Lo que obtienes por este sacrificio es mucho más que el esfuerzo que conlleva -explica Carlos-. Además, soy una persona que necesita pocas horas de sueño. De hecho, no pocas veces vuelvo con mi mujer de cenar un viernes a eso de la una de la mañana, y a las cuatro o cinco ya estoy preparándome para salir". Después de amanecer, el refrigerio. "Y a las 11 de la mañana, ya estoy con mi familia, y dispuesto a hacer lo que se haya planificado para ese día", comenta.

Con el sueño, pues, no tiene ningún problema, pero sí, algunas veces, con las temperaturas, sobre todo cuando toca salir a fotografiar amaneceres en la montaña durante el invierno. "En El Teide, cuando está nevado, hace mucho



Carlos Hernández (izquierda), junto a sus dos compañeros de "caza" fotográfica.



frío, y hay que ir muy bien parapetado. Pero la montaña nevada también te da muchas sorpresas, gracias a su belleza –matiza-. Es lo que nos ocurrió en una ocasión en que subimos al Observatorio Astrofísico de Izaña. Casi nadie subió aquel día salvo nosotros, y nos encontramos con la zona congelada, dibujando maravillosas figuras congeladas al-



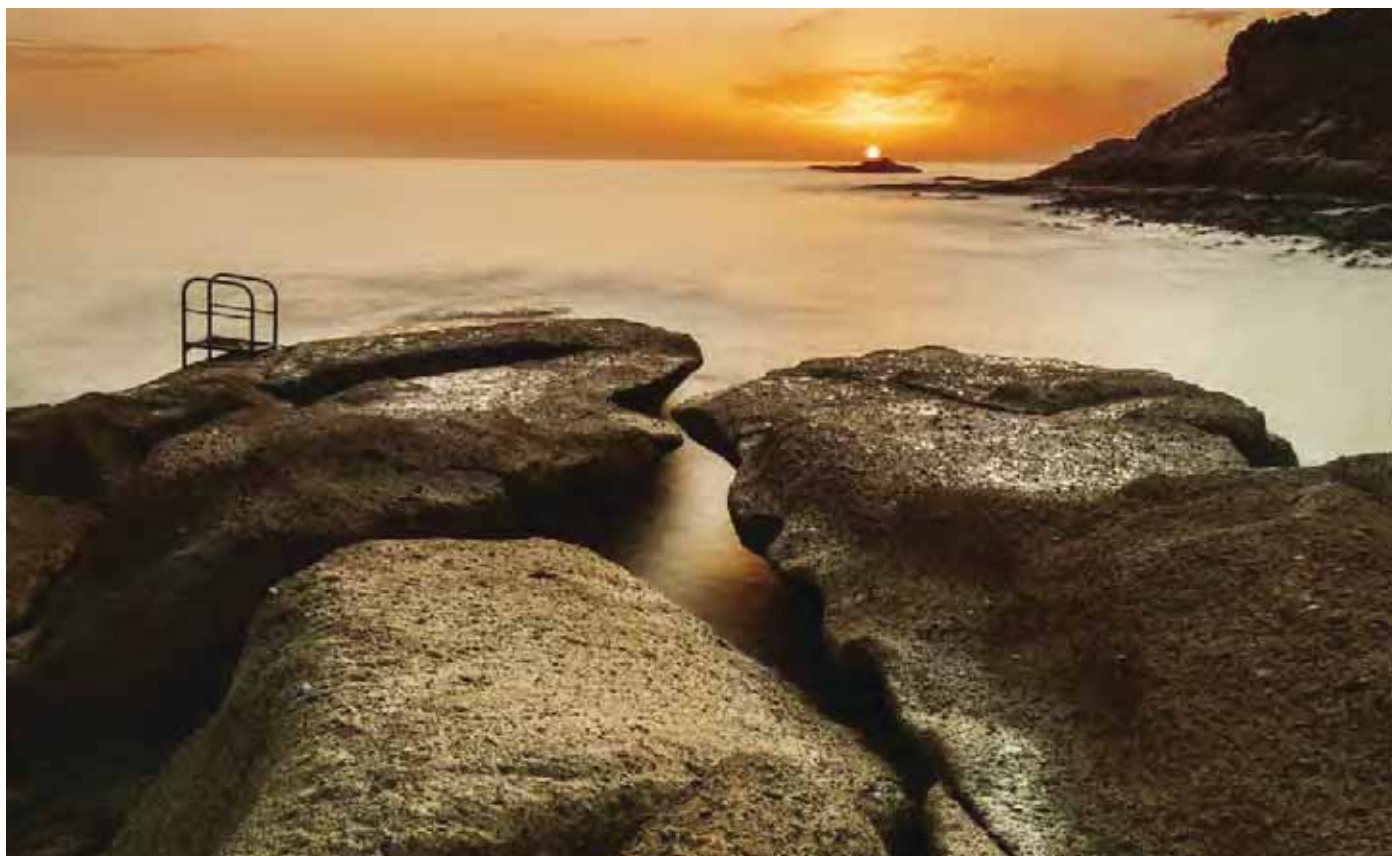
rededor de la retama, planta autóctona de Las Cañadas del Teide”, recuerda.

De sus tres hijos (Nazaret, de 25, y Sergio, de 19 años, son los mayores), es curiosamente su hija pequeña Daniela, de sólo 6 años, la que por el momento demuestra más interés por la fotografía. “A Sergio parece que le llama la atención la fotografía más de insectos y microorganismos, por aquello de que estudia Biología. Y a la mayor, lo que le gusta es que le hagan fotos”, bromea. Nunca viaja sin su cámara y su correspondiente trípode. “La cámara va conmigo a todos lados”. Y busca un hueco en las madrugadas de cada día de escapada familiar para hacer la correspondiente foto de amanecida o si es posible algún atardecer.

“Agradezco a mi familia que me dejen tiempo para cultivar esta afición –explica Carlos-, en especial a mi mujer Yolanda, que es la que más la soporta, y aunque hay momentos en que puedo parecer un obsesionado, lo mío es pasión por la fotografía”.

Su agencia se ha convertido en una extensión natural de su afición, que muchos clientes alimentan, cediéndole viejas cámaras fotográficas, analógicas, con las que adorna su oficina, convertida en un pequeño museo de cámaras clásicas. Es, lo admite, una afición bastante cara. Ahora mismo trabaja con una Nikon D90 (la D60 se rompió), pero también están los equipamientos, que suelen ser costosos, salvo que, como hace Carlos, busque por Internet en páginas de distribuidores asiáticos, cuyos productos suelen ser algo más baratos. Ahora, de hecho, espera la llegada de un trípode cuyo coste (unos 200 euros) es prácticamente la mitad de lo que cuesta en el mercado occidental. “Soy consciente de que llevo una ‘pasta’ en la mochila”, confiesa.

Sus trabajos, que cuelga regularmente en su muro de Facebook (Carlos Hernández Pérez, por si lo quieren visitar), no han pasado desapercibidos para algunas empresas. Esto ha derivado en colaboraciones con algunos proyectos empresariales, que se han valido de sus bonitos paisajes para ilustrar productos



o servicios. Canarias Natural, una empresa comercializadora de plantas que se distribuyen en tiendas de souvenirs del archipiélago, oferta sus productos en unos expositores que están decorados con una fotografía de Carlos. Oro del Atlántico, perteneciente a la firma Frutos Secos El Crusanero, lleva en sus furgonetas vinilos con la reproducción de un paisaje fotografiado por este agente. El libro *Tierras de Momias*, coescrito por Milagros Álvarez e Irene Morfini, y que

versa sobre técnicas de momificación en Egipto y Canarias, incorpora una hermosa fotografía del Teide tomada también por Carlos. Hasta un grupo musical de folclore y músicas populares de las islas y sudamericanas, ha recurrido a nuestro agente para ilustrar su CD. Se trata de Magec, del que curiosamente Carlos fue también uno de sus fundadores, y que tanto en el librito interior como en la galleta del CD incluye varias fotografías paisajísticas tomadas por nuestro artista.

En diciembre de 2014, además, Carlos protagonizó su primera exposición, que aún hoy permanece abierta, ya que está instalada en un establecimiento hostelero de Los Realejos, la Tasca TR Me Gusta, negocio cuyos propietarios son además amigos y clientes de Carlos. "Regularmente, cedo algunas fotografías colaborando así con donaciones para proyectos benéficos, pero ésta ha sido mi primera exposición monográfica", explica.

Durante este verano ha tomado muchas nuevas fotografías en la zona de Anaga, en la playa de Benijos. Y aunque está muy centrado en el paisajismo, ha comenzado a experimentar con el retrato. No del retrato humano, sino de elementos con formas y texturas diferentes, como el agua salpicada u otros detalles. Para 2016, junto a sus dos amigos y otros fotógrafos, llevarán a cabo una exposición en Los Realejos sobre el mar, durante las fiestas del Carmen y con la colaboración del Ayuntamiento.

Felicitemos a Carlos por su "pasión" fotográfica y por compartirla amablemente con los lectores de "En buena compañía".



Virginia Gorricho, asesora comercial de la Sucursal Pamplona Agentes



“Helvetia Seguros se adapta cada día”

Íñigo Soto, director general adjunto y director de Productos



“Hemos caminado mucho”

En esta entrevista reunimos a dos perfiles que, indirectamente, están muy relacionados: por un lado, Íñigo Soto, director general adjunto y director de Productos y máximo responsable de su diseño y configuración, y por otro, Virginia Gorricho, asesora comercial y, por tanto, muy conocedora de la “piel” de la red y de la sensibilidad de los mediadores, encargados, en última instancia, de la comercialización de los productos. ¿Creéis que hay un trasvase fluido entre la “cocina” (donde se diseñan los productos) y la “sala de comensales” (cuando esos productos se lanzan al mercado)?

La relación con el mediador, como no puede ser de otro modo, es bidireccional. ¿Creéis que hay fluidez en la manera en que Helvetia Seguros asimila las recomendaciones, sugerencias y observaciones de su red comercial?

Virginia Gorricho: Esta respuesta es fácil de contestar. Sí existe comunicación entre la red comercial y los ramos de productos, porque somos una misma compañía, no somos diferentes, y todos queremos conseguir el mismo objetivo: vender. Quien conoce cómo está el mercado es la red comercial, y somos los que vamos a vender los productos. Otra cosa diferente es que el producto que se comercializa sea el que la red comercial quisiera que fuera, y que algunas veces no es posible por las propias limitaciones técnicas del seguro, que debe atenerse a criterios como la siniestralidad.

Íñigo Soto: Creo que todos entendemos la importancia de tener productos con la adecuada combinación de garantías, servicios, precios y mecanismos de aceptación de riesgos que los hagan atractivos, estables en el tiempo y beneficiosos para todos. Desarrollamos los productos a través de equipos multidisciplinares que incluyen a comerciales, gente de Marketing y técnicos. Pero es que además el estilo de nuestra empresa nos obliga a mantener un contacto muy estrecho entre todos día a día, por lo que en esos equipos no se analizan documentos “fríos” preparados por cada parte, sino que se genera una puesta en común de ideas casi desde el principio.

V.G.: Pienso que muchas de las cosas que se hacen en Helvetia Seguros son debidas a la demanda, recomendación o sugerencia de los mediadores, que son realmente los que están a pie de calle y conocen verdaderamente las necesidades e inquietudes de los clientes y de cómo está el mercado asegurador.

I.S.: Una señal de identidad de nuestra compañía es la cercanía con el mediador, a través de la red de Sucursales, por supuesto, pero también a través del contacto continuo que las mismas tienen con los departamentos centrales. Creo que somos conocedores de las inquietudes de nuestra red, e intentamos por supuesto incorporar soluciones en nuestros productos a las necesidades que se generan.

Virginia Gorricho

La melodía que debería acompañar la banda sonora de tu vida: Rosas, de La Oreja de Van Gogh.

El “minuto de oro” de todos tus años en Helvetia Seguros: El viaje de incentivos de Tailandia, cuando me entregaron el diploma.

No te gusta demasiado hablar de: Política.

Y sin embargo te encanta hablar de: Amor.

De no haber estado en Helvetia Seguros, te hubiera gustado ser: Pitonisa o nutricionista.

El sitio que abandonaste jurando: “repetiré”: Cádiz.

Las mejores puestas de sol se viven en: Cádiz.

Cerveza o vino: Vino.

No puedes con la gente que: Es falsa y con doble personalidad.

A todo el mundo le maravilló, pero tú piensas que no es para tanto: No recuerdo ninguno ahora, pero alguno sí que ha habido....

Está totalmente sobre valorado: El fútbol.

Una marca que piensas que hace bien las cosas (que no sea de seguros, claro): Coca-cola.

No sale en ningún sitio, ni es famoso, pero alguien debería rendirle un homenaje a: Mis padres.

Una frase que te gusta especialmente: Haz el amor y no la guerra.

Íñigo Soto

La melodía que debería acompañar la banda sonora de tu vida: No puedo quitar mis ojos de ti.

El “minuto de oro” de todos tus años en Helvetia Seguros: Afortunadamente, tras tantos años tengo muchos minutos para recordar.

No te gusta demasiado hablar de: De los defectos de otros.

Y sin embargo te encanta hablar de: Soy muy racional, me empeño en analizar la lógica y consistencia de cualquier cosa.

De no haber estado en Helvetia Seguros, te hubiera gustado ser: Siempre quise ser médico.

El sitio que abandonaste jurando: “repetiré”: La playa de Oyambre.

Las mejores puestas de sol se viven en: Sanlúcar de Barrameda, y si corren los caballos, mejor aún.

Cerveza o vino: Vino.

No puedes con la gente que: Actúa con resentimiento.

A todo el mundo le maravilló, pero tú piensas que no es para tanto: No creo que haya nada singular que sea “para tanto”, ni bueno ni malo.

Está totalmente sobrevalorado: Casi todo está sobrevalorado, necesitamos muy poco para estar bien.

Una marca que piensas que hace bien las cosas (que no sea de seguros, claro): El Sevilla F.C. (Igual se me ven los colores...).

No sale en ningún sitio, ni es famoso, pero alguien debería rendirle un homenaje a: A mi compañero Ángel Abad. Un ejemplo de afrontar dificultades desde la serenidad. Seguro que algún día sus hijos se lo hacen.

Una frase que te gusta especialmente: “Gracias, ¡buen trabajo!”.

El escenario social ha cambiado de manera determinante en los últimos diez años. ¿De qué manera consideráis que esto está influyendo en el comportamiento del negocio asegurador?

V.G.: Positivamente y negativamente. En positivo, porque el cliente nos ve con mejores ojos que hace años. Hemos demostrado que hacemos mejor las cosas que los bancos y no nos ven sólo como aseguradoras de vehículos, sino que el cliente es un “cliente integral” de productos de diversos y financieros. En negativo, por la continua pelea de subasta de precios y ya no sólo en el ramo de autos... La publicidad de la guerra de precios está ayudándonos a contactar con nuevos clientes, pero también a sufrir con la cartera.

I.S.: Durante los años de crisis está claro que la sensibilidad con respecto al precio del producto ha subido, pero sin embargo, lo ha hecho también la demanda de un servicio de mucha calidad. Creo que el sector asegurador ha dado muestras de una madurez y profesionalidad que ha permitido aportar grandes dosis de seguridad y solvencia al tiempo que atendía las demandas del mercado. La esperada recuperación debe cambiar un poco el escenario, el cliente va a mantener o incrementar su demanda de calidad y al mismo tiempo, con el incremento de la actividad económica, vendrá también un incremento de la frecuencia. Estoy convencido de que el mercado encontrará las fórmulas adecuadas de desarrollo en precios y garantías para hacer frente a este nuevo entorno.

Entrevista

Íñigo, como director general adjunto y miembro del Comité de Dirección, lleva a cabo una activa labor institucional y de contacto con entidades sectoriales y otras compañías. Virginia, como asesora comercial, vive el día a día de la actividad de sus mediadores, y también mantiene un contacto muy directo con los clientes. ¿Qué imagen creéis que proyecta Helvetia Seguros hacia el exterior, en cada uno de vuestros ámbitos de intervención?

Ambos lleváis casi 25 años en la compañía. Una (Virginia), procedente de la antigua Vasco-Navarra. Otro (Íñigo), de la extinta Previsión. Vivisteis, cada uno desde vuestra perspectiva, todo el proceso de la integración, y habéis sido parte activa en el proceso de consolidación de la marca Helvetia en España. ¿Cómo valoráis ese proceso, hasta llegar a la compañía que conocemos hoy?

Tanto en el ámbito del diseño de productos como en el de la actividad comercial, el mercado ha cambiado de forma significativa en los últimos 25 años. ¿Cuáles diríais que han sido los cambios principales en ambos casos?

V.G.: Actualmente, en mi zona, a Helvetia Seguros se la ve como una compañía moderna, actual, con capacidad de introducir cambios en todos sus aspectos y muy bien referenciada por parte de mediadores y clientes. La estructura que mantiene nuestra compañía, con las Sucursales y los Centros de Servicio, es un punto positivo de cara a otras aseguradoras. También nos ayuda la realización de patrocinios en todas las zonas de España. En concreto en Pamplona, patrocinamos al equipo de balonmano Helvetia Anaitasuna, a las Federaciones de Montaña Vasca y Navarra o los encierros de San Fermín, de los que somos la aseguradora oficial, entre otros.

I.S.: Fundamentalmente la imagen de una empresa seria, cumplidora y ordenada pero al mismo tiempo, llena de ilusión, llena de dinamismo y nuevos planes. Creo también que en el sector se tiene una alta consideración de los profesionales que formamos parte de esta empresa, muchos de nosotros formados en casa y con muchos años sobre nuestras espaldas de experiencia en diferentes disciplinas.

V.G.: Todo proceso conlleva cambios en la forma de trabajar y de adaptación a las nuevas normas de la marca Helvetia, pero también es el propio mercado asegurador el que nos obliga a adaptarnos a los cambios que se han producido en 25 años. Si Helvetia Seguros no se adaptara estaría fuera del mercado, por eso adaptarse es lo que viene haciendo cada día, desde su aquella fusión.

I.S.: Lo valoro ya muy en pasado, todo tiene un origen y el de la actual configuración de Helvetia Seguros incluye la unión en su día de diferentes empresas, unión que sin duda nos enriqueció y fortaleció, pero hace ya mucho tiempo que en la empresa sólo hay una sensibilidad, sólo una identidad, conformada por todos los profesionales que trabajamos en España y por supuesto con mucha interacción con nuestros compañeros en Suiza y el resto de unidades del grupo. Además una gran parte de la plantilla se incorporó a la empresa con posterioridad a esos momentos. En el Comité de Dirección, por ejemplo, provenimos de diferentes compañías pero hemos evolucionado mucho desde entonces, hemos crecido juntos y tenemos la clara sensación de compartir una obra que hemos hecho entre todos.

V.G.: El cambio sigue, pero ¡todavía quedan muchas cosas por hacer! Ha cambiado sustancialmente, por ejemplo, la profesionalidad de los agentes: el agente ya no es cualquiera, es una profesión cada vez con más exigencias. Han cambiado también las herramientas. Y por supuesto, el cliente. Hace 25 años, el cliente no era sabedor ni participaba en la gestión de sus pólizas o de siniestros, mientras que hoy en día está informado desde el minuto uno a través de herramientas como el portal del B2C o la App.

I.S.: Aunque yo algunas veces digo que en el seguro no se puede innovar demasiado, que una cobertura de incendios es parecida a lo que era hace 100 años, lo cierto es que se mira hacia atrás y se ven muchos cambios desde muchos ángulos diferentes. Pensemos, por ejemplo, en los sistemas de comunicación y gestión con mediadores y clientes, en las mejoras de redacción e información en aras de que los productos sean claros, en la incorporación de numerosas garantías y muy especialmente de diferentes servicios que acompañan a las coberturas principales, en la flexibilidad para “paquetizar” necesidades concretas, en la sofisticación de las diferentes fórmulas de ahorro que se ofrecen, y desde luego en los procedimientos de determinación de precios y aceptación de riesgos. Ciertamente, hemos caminado mucho.

Pamplona y Sevilla. Dos puntos del mapa situados prácticamente en ambos extremos de España. Dos sensibilidades muy concretas y características. Dos maneras de afrontar la vida y de entender el mundo. Y dos caracteres que Helvetia Seguros ha obligado a "entenderse" bajo una bandera empresarial común. ¿Qué aspectos valoraríais especialmente del carácter andaluz (para Virginia) y del carácter navarro (para Iñigo)?

V.G.: El aspecto que más valoro es el carácter tan abierto y divertido que tienen, que llevan el arte en la sangre, que animan cualquier fiesta... Y que tienen el sol que brilla más y mejor que en el norte. Eso sí, existen diferencias entre el carácter andaluz y navarro, pero no en la manera de trabajar, porque todos tenemos el mismo objetivo común.

I.S.: Es posible que seamos diferentes, pero no cabe duda de que tenemos mucha facilidad para llevarnos estupendamente. Yo creo que los caracteres del norte y del sur encajan perfectamente. Los navarros son gente seria y trabajadora, de la que te puedes fiar. Creo que el tópico de que ponen mucho "tesón" en sus cosas es cierto, lo puedo ver tanto en el amor que tienen por su tierra y por sus tradiciones como en la importancia que le dan al trabajo bien hecho, una garantía de seguridad y calidad para Helvetia Seguros.

A debate: adaptación de los productos a las nuevas necesidades del mercado



La compañía cuenta con una Dirección de Ventas y una Dirección de Marketing y Responsabilidad Corporativa que, entre otros cometidos, lleva a cabo una labor de "escucha" sobre nuevas necesidades del mercado en el ámbito del aseguramiento. ¿Creéis que el portfolio de productos de Helvetia Seguros responde de manera cercana y actual a la sensibilidad del mercado?

V.G.: Por supuesto que sí, hace varios años se creó de hecho la dirección de Marketing y Responsabilidad Corporativa con el objetivo precisamente, entre otras funciones, de poder prestar atención y gestionar las necesidades del mercado.

I.S.: Trabajamos para ello, para tener un catálogo de productos actualizado que alcance todos los ramos y garantías demandadas y multitud de servicios propuestos. No obstante el mercado no se detiene, y tenemos que mantener una permanente atención y actividad para no quedarnos atrás.

En el marco de la Responsabilidad Corporativa, ¿tienen las compañías aseguradoras margen para el desarrollo de productos que, por un lado, supongan una oportunidad de negocio, y por

otro, satisfagan determinadas necesidades sociales?

V.G.: Helvetia Seguros es puntera en varios asuntos y en concreto en productos para colectivos con necesidades sociales. Como sabéis, en el mes de junio se presentó en Pamplona "Helvetia Compromiso", la primera gama exclusiva de productos adaptados para personas con discapacidad del sector asegurador nacional. También hemos copatrocinado la nueva línea de movilidad eléctrica de Elkarkide y Zizu Desarrollos Industriales.

I.S.: Sin duda, y creo que nuestra empresa es pionera en este tipo de productos, muy especialmente con la gama que hemos lanzado este año para atender a colectivos con discapacidad. Doy fe de que en la concepción de los productos se ha aunado la oportunidad de negocio con una clara conciencia de Responsabilidad Social.

En el ámbito del desarrollo de nuevos productos, y con el conocimiento que ambos poseéis del mercado y de nuestra realidad comercial, ¿hacia qué líneas creéis que pueden producirse desarrollos de nuevas soluciones?

V.G.: El desarrollo va encaminado hacia las redes sociales, hacia una atención más especializada e individualizada entre Helvetia Seguros y sus clientes y la red comercial: web corporativa, portal B2C, apps, blog, publicidad, etc.

I.S.: El mundo avanza muy deprisa, pero no siempre sabemos qué camino va a elegir. Flexibilidad, servicios complementarios, y sin duda la cobertura a nuevas necesidades y procedimientos que van surgiendo como consecuencia de la revolución digital deberán encontrar la adecuada respuesta en el mundo asegurador.



Los “pulmones” de Helvetia Seguros

Cinco personas conforman la plantilla de Departamento de Contabilidad Financiera. Se trata de un equipo joven y a la vez muy experimentado en el ámbito contable. A la juventud y la experiencia hay que añadir su compenetración, que se ve favorecida por el hecho de que trabajan todos en un mismo espacio, en la sede de Helvetia Seguros en Madrid. Comenta el responsable del departamento, José Luis Bilbao, que se trata de un trabajo que requiere necesariamente de mucha comunicación. “Somos un equipo bastante conjuntado, que trabaja de forma eficaz con un único objetivo. Somos un verdadero equipo”, sostiene.

Junto a José Luis, forman parte del departamento Juan López, Pilar Otero, Laura Sanz

y María Jesús Vidaurre. Dependiente de la Dirección de Administración y Finanzas, el Departamento tiene como cometidos todos los referidos a la actividad contable desde el punto de vista financiero: registro de las operaciones económicas y financieras de la compañía y gestión de toda la documentación financiera necesaria para el normal desarrollo de los diferentes Departamentos de la compañía. Asimismo, el Departamento lleva a cabo todos los estudios, informes, comprobaciones, cuadros y demás labores necesarias sobre los datos disponibles a fin de asegurar que la contabilidad financiera refleje la imagen fiel de la compañía.

Su servicio a toda la organización lo convierte en un Departamento transver-

sal. “Tenemos mucho contacto e interactuamos activamente con todos los departamentos y áreas. Todo lo que implique dinero debe pasar por aquí”, explica gráficamente José Luis, quien lleva unos quince años al frente de este departamento, que se creó entonces, en su actual ubicación en Madrid. Un departamento cuya contribución es esencial para la compañía, ya que aporta el control contable global de su situación financiera.

En este sentido, se trata de un departamento que opera de una forma muy rigurosa, con unos plazos muy pautados e invariables. Equilibrio y rigor son dos buenos conceptos para definir al departamento. “Nos encargamos –explica José Luis– de unas tareas concretas dentro de



la compañía y éstas se deben cumplir, tanto en las fechas previstas como con la calidad exigida”.

Con todo, hay momentos en el calendario de especial intensidad. El cierre trimestral es uno de ellos, ya que en ese momento hay que cuadrar con precisión las cuentas de la compañía. Después, estas cuentas deben reportarse tanto a la dirección como al Grupo Helvetia.

Un trabajo, pues, intenso que requiere concentración y profesionalidad y que, según José Luis, no sería posible sin el equipo que dirige, del que su responsable destaca especialmente “la implicación, las ganas de mejorar y la asunción de responsabilidades dentro de las funciones que cada uno realiza”. “Tenemos un objetivo común: que el trabajo sea de óptima calidad y se pueda cumplir con todas las tareas que tenemos encomendadas”. De hecho, es el equipo humano, según José Luis, el principal punto fuerte del Departamento.

Los cambios y novedades que se producen en el ámbito contable tienen una influencia determinante sobre la actividad

**EQUILIBRIO Y RIGOR SON DOS
CONCEPTOS QUE DEFINEN
BIEN A ESTE DEPARTAMENTO,
CUYA ACTIVIDAD ABASTECE
TRANSVERSALMENTE A TODA LA
COMPAÑÍA, GARANTIZANDO
EL NORMAL DESARROLLO DE LA
ACTIVIDAD FINANCIERA Y CONTABLE**

del Departamento. Estos cambios pueden venir derivados tanto de la normativa contable nacional e internacional como del propio desarrollo de nuevas aplicaciones informáticas. Ello obliga al equipo a un ejercicio de formación y reciclaje constante, que le permita mantener un conocimiento actualizado de todo el nuevo contexto contable y financiero, al tiempo

que un manejo solvente de las nuevas herramientas informáticas. Por su contacto constante con el grupo, también es muy importante un buen manejo del idioma inglés, cuyo aprendizaje se consigue gracias al programa que la compañía pone gratuitamente a disposición de un importante número de empleados.

Por su carácter transversal, el Departamento está obligado a tener un extenso conocimiento de la labor que desarrollan el resto de departamentos de la entidad. En estos momentos, Contabilidad Financiera se encuentra involucrado en importantes proyectos, entre los que destacan la integración contable con Nationale Suisse y el Proyecto Solvencia II.

Quizá porque con su actividad garantizan el normal desarrollo de la compañía, cuando se le pregunta a José Luis con qué órgano de un cuerpo humano compararía a su departamento, el responsable se decanta por los pulmones, al ser un órgano vital.

Segunda promoción de Graduados Helvetia

Uno de los aspectos que hacen distinta a Helvetia Seguros con respecto a otras compañías del sector es su compromiso con la formación de su red comercial. Esto, unido a la calidad de su formación (que, recordemos, está certificada conforme a la Norma UNE en ISO 9001:2008 desde 2011), hace que la compañía se sitúe a la vanguardia nacional, lo que se materializa en programas formativos absolutamente pioneros en el sector. Es el caso del denominado "Graduados Helvetia", una titulación propia creada por la compañía, que acaba de completar su Segunda Promoción.

El "Graduado Helvetia" supone el colofón al principal programa formativo para agentes de la compañía, el Plan de Agentes de Carrera (PAC), que se prolonga durante cinco años y que capacita a los participantes para asumir la gestión profesional y eficiente de su agencia, tanto en sus aspectos comerciales como desde una perspectiva gerencial y empresarial.

La segunda promoción la han integrado tres agentes (Elizabeth Pérez, Rafael Camargo y Antonio J. García), después de superar los tres módulos formativos del programa: Modelo de acercamiento comercial al cliente; Visión comercial; y Plan de Desarrollo de Agencias. Este último, con una duración de un año, ha consistido en una acción de acompañamiento y seguimiento personalizado a los agentes seleccionados por un coach especializado, con una planificación de objetivos anuales que, finalmente, han superado con éxito.

El acto académico de entrega de diplomas, celebrado en la Sala Helvetia el pasado día



10 de junio, contó con una alta representación directiva de Helvetia Seguros, entre los que se encontraban el director general, José María Paagman, el director de Ventas, José García, y el director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Javier García.

El encargado de dar la bienvenida y dirigir el acto fue este último, quien se refirió al mismo como un "momento histórico", especialmente feliz para la compañía y sobre todo para los nuevos mediadores graduados.

En representación de la primera promoción, el agente Antonio García dirigió unas palabras de felicitación y aliento a los nuevos graduados. "Me he dado cuenta –comentó– de que la formación me ha hecho crecer como profesional, y eso es algo que se lo debo a Helvetia Seguros".

En representación de los nuevos graduados tomó la palabra Antonio J. García, quien puso en valor el concepto del "agente del siglo XXI": "Para este proyecto no vale atender tan sólo al día a día –sostuvo–. Hay que tener visión, perspectiva, conciencia de que se impone un



nuevo modo de funcionar, propio del siglo XXI. Es una visión distinta de nuestro trabajo".

El acto, al que también asistieron como invitados los familiares de los graduados, contó con las intervenciones de Javier Sierra, socio director de Eutropía Consultores (uno de los responsables del programa junto con los Departamentos de Formación y de Desarrollo de Ventas de la compañía), quien alabó la ambición de Helvetia Seguros al proyectar un ciclo de estas características, y de José García, director de Ventas de Helvetia Seguros, que insistió en la necesidad estratégica de favorecer la profesionalización de la red para mantener la competitividad.

José María Paagman, director general de Helvetia Seguros, se encargó de clausurar el acto. Durante su discurso, Paagman destacó el importante papel de los mediadores en el negocio de Helvetia Seguros, poniendo en valor la formación: "Sólo en 2014 –señaló–. Helvetia Seguros impartió 110.723 horas de formación a su red de agentes, lo que supone un incremento con respecto a 2013 de un 20,22%".

Potenciando la lealtad del cliente

El pasado mes de junio, 10 agentes del tercer año del Plan de Agentes de Carrera participaron en el segundo módulo del programa de Desarrollo de Agencia, denominado "Visión comercial: fidelización, blindaje de cartera y mercado local".

Este curso, que ya es uno de los habituales que forman parte de este programa, se engloba dentro de las diferentes acciones

estratégicas que desde hace un tiempo viene desarrollando Helvetia Seguros con el objetivo de lograr una relación estable y duradera con el cliente.

Con una duración total de 12 horas, el curso estuvo orientado hacia la optimización de la oferta de productos y servicios que ofrecen los Agentes PAC, en relación a su cartera de clientes y el mercado local, me-



dante un análisis de la productividad y la rentabilidad del esfuerzo comercial.

Perfeccionando las técnicas de venta

Los días 6 y 7 de mayo, once responsables comerciales y tres jefes de Equipo de las unidades de negocio de DPF de la compañía participaron en una nueva edición del curso de “Técnicas de Venta”, que se celebró en la sede de Helvetia Seguros en Sevilla. A lo largo de 16 horas lectivas, los participantes recibieron formación específica para mejorar

sus habilidades comerciales y aprender técnicas de ventas más eficientes, de acuerdo con el modelo de gestión de la entidad.

Una vez más, Helvetia Seguros volvió a apostar por la profesionalidad y la experiencia de la consultora Eutropía para la impartición de este curso.

La empatía, un valor fundamental

La clave de una buena atención al cliente reside, entre otras cosas, en la empatía. Este valor nos ayuda a ponernos en el lugar del asegurado para conocer mejor sus necesidades, sus inquietudes y sus preocupaciones, especialmente cuando tiene un problema y necesita que se le escuche y comprenda.

En este sentido, uno de los momentos más críticos que tenemos con los clientes es cuando se produce un siniestro. En estos casos, más que nunca, conviene tener empatía con ellos, saber escucharlos, tener paciencia y ponernos en su lugar. Y es que, especialmente en situaciones como éstas, la empatía puede ser determinante para recuperar la confianza del cliente.

Conscientes de la importancia que tiene este valor en el servicio de atención al cliente, especialmente en la tramitación de siniestros, el pasado 9 de junio se celebró en Madrid una nueva edición del curso “Empatía y Mejora de la Atención Telefónica”. En la formación, que tuvo una duración de 7 horas, participaron ocho tramitadores de siniestros particulares y dos empleados de Anomalías y Recobros.

Al igual que en anteriores ocasiones, durante el curso los participantes reflexionaron sobre la importancia que tiene para la empresa, para el asegurado y para el propio tramitador la resolución exitosa de un siniestro y aprendieron nuevas técnicas para “pilotar” desde la empatía situaciones difíciles y conflictivas con los clientes.

Prevención ante el blanqueo de capitales

Con el fin de prevenir e impedir con mayor eficacia la utilización fraudulenta del sistema financiero, en mayo de 2014 el Gobierno aprobó el Reglamento de Prevención del Blanqueo de Capitales, que introducía importantes novedades en la Ley de Prevención del Blanqueo de Capitales y de la Financiación del Terrorismo (Ley 10/2010, de 28 de abril).

Esto ha supuesto un nuevo marco legal para las aseguradoras y para los mediadores que

ahora deben de establecer nuevos procedimientos internos para detectar estos posibles fraudes.

Por esta razón, durante los meses de mayo y junio, Helvetia Seguros desarrolló nueve acciones formativas en las distintas Zonas para dar a conocer las actuaciones que se llevarán a cabo para la detección de operaciones que puedan estar relacionadas con el blanqueo de capitales o la financiación del terrorismo.

Los nuevos Agentes Élite

Como ya sabéis, uno de los propósitos de la Estrategia Helvetia 2015+ es lograr la profesionalización y la excelencia de los agentes. Entre las diferentes medidas que Helvetia Seguros está llevando a cabo para conseguirlo se encuentra la segmentación de los mediadores en diferentes grupos, en función del valor que aportan a la compañía, con el objetivo de mejorar sus competencias profesionales. En este contexto, entre los meses de mayo a junio pasados, se

han llevado a cabo dos acciones formativas en Madrid y Sevilla dirigidas a 27 agentes del colectivo “Agentes club”, entre los que se encuentran los más cualificados y afines de la compañía. En dichas acciones, entre otras cosas, los agentes han recibido formación técnica sobre la tramitación de siniestros de ramos Particulares y han aprendido el manejo de todas las aplicaciones existentes (B2B y Filenet) para dar de alta y tramitar los siniestros.

De agentes a empresarios

Convertir a los agentes de Helvetia Seguros en excelentes empresarios. Ese es el objetivo del programa “Agente Empresario”, que ya va por su cuarta edición. Un programa de larga duración y de acompañamiento continuo que pretende brindar a los agentes más consolidados de la compañía los conocimientos y las herramientas necesarias para que sean capaces de gestionar eficientemente sus propias agencias. La transformación de agente a

empresario no se realiza de un día para otro. Se trata de un proceso complejo y progresivo, que requiere diferentes fases de formación. En este sentido, el pasado mes de mayo los 12 agentes exclusivos de la segunda edición de “Agente Empresario” participaron en Sevilla en una acción de seguimiento del programa, centrada en la fidelización y en la retención de clientes. El curso, que tuvo una duración de 11 horas, fue impartido por Francisco Astola, res-



ponsable del Departamento de Investigación y Desarrollo de Mercado de Helvetia Seguros, y Javier Sierra, director de la Consultora Eutropía.

Un paseo por...

Un paseo por la Sierra de Tramontana.

Un tesoro escondido entre las montañas



Juan Alonso Rodríguez, director de la Sucursal de Palma de Mallorca, nos lleva de ruta por una de las zonas más preciadas de las Islas Baleares: la Sierra de Tramontana. Un lugar cargado de encanto y tradición, en el que podremos disfrutar de algunos de los paisajes más impresionantes de toda España.

Más allá de sus kilométricas playas de arena fina, sus fiestas, su gastronomía y sus maravillosas calas, existen mil y una razones para viajar a la isla de Mallorca en cualquier época del año. Una de ellas es conocer la Sierra de Tramontana, uno de esos lugares mágicos, cargados de encanto y tradición, que cautiva a todo aquel que lo visita.

Esta sierra ubicada en el noroeste de

Mallorca, que debe su nombre al viento que sopla en esa dirección, es la cordillera más importante de la isla. Con una extensión de 90 kilómetros de largo y 15 kilómetros de ancho, la Sierra de Tramontana se extiende desde el cabo Formentor en Pollença, hasta el cabo de Sa Mola en Andratx, abarcando más de 18 municipios mallorquines. Entre ellos destacan paisajes tan espectaculares como los de Deia, Valldemossa, Espor-

les, Na Foradada, Calviá o Formentor, entre otros.

Con el objetivo de que conozcáis esta otra "cara" de la isla, os proponemos realizar una ruta por esta zona, que en junio de 2011 fue declarada por la Unesco como "Patrimonio de la Humanidad". Para ello contaremos con un guía de excepción, Juan Alonso, que intentará trasladar a los lectores de "En buena



Ermita de Valldemossa.



Estudio del pintor Coll Bardolet.

compañía" la pasión que él siente por estas tierras.

El primer lugar que visitaremos en esta ruta será el municipio de Valldemossa. Es el lugar donde Juan Alonso ha pasado todos los veranos de su infancia y muchos fines de semana de invierno, ya que su familia tenía una casa allí. "Uno de los paisajes más bellos que conozco de la isla es Valldemossa en invierno. Estar en este increíble paraíso natural y ver al fondo la sierra con las montañas completamente blancas, cubiertas por la nieve, es maravilloso", nos explica Juan, que confiesa estar "enamorado de este pueblo".

Valldemossa, que se encuentra a 18 kilómetros de distancia de Palma de Mallorca y se sitúa a 435 metros sobre el nivel del mar, ofrece al viajero una de las vistas más impresionantes de la isla, al

estar rodeada de montañas, numerosas fuentes y abundante vegetación.

La enorme tranquilidad que se respira en esta localidad durante cualquier época del año, lo convierte en el destino ideal para aquellos turistas que desean disfrutar de unos días de relax en un entorno natural como este.

Sus estrechas calles empedradas, las macetas que adornan sus casas, su coca de patata, su horchata de almendras, su quietud y sus increíbles paisajes son algunas de las razones que hacen inolvidable la estancia en este lugar.

Uno de los lugares que Juan nos recomienda visitar de Valldemossa es la Real Cartuja, un antiguo monasterio del siglo XIV, en el que se han alojado personajes tan ilustres como el compositor

polaco Frédéric Chopin y su compañera, la escritora Aurore Dupin, conocida como George Sand y autora del libro "Un invierno en Mallorca". Durante la visita a este conjunto monumental, el turista puede ver algunas de las zonas más destacadas del monasterio, como la celda que ocuparon Chopin y Sand, el palacio del rey Sancho (la parte más antigua), el claustro o la iglesia, entre otros.

Al lado de la Real Cartuja se ubica el Mirador de Miranda des Lladoners. Un lugar privilegiado desde el que puede contemplarse todo Valldemossa y parte de la ciudad de Palma, que no debemos olvidar incluir en nuestra ruta.

Otros lugares de Valldemossa de obligada visita son la casa natal de Santa Catalina Tomás, la santa más venerada de



Coca de patata.



Coca de pimientos y trampo.



Ensaimada de chocolate.

La gastronomía de la Sierra de Tramontana es variada y está llena de exquisiteces, en algunos casos con platos muy típicos de la región. Entre ellos destacan las cocas y las ensaimadas, tanto dulces como saladas.

Un paseo por...



Valldemossa.



Calles de Valldemossa.

la isla, que data del siglo XVI, y la ermita de Santísima Trinidad, que ofrece una de las vistas más espectaculares de la isla.

Tras conocer Valldemossa, continuaremos nuestra ruta hasta Deia, un pequeño municipio que rodea la costa, de tan sólo 850 habitantes, que se extiende desde las puntas de Na Foradada hasta la Cala de Deiá.

Al sumergirnos en este pueblo sentiremos la sensación de habernos trasladado hasta otra época del tiempo. La belleza de su paisaje, la hospitalidad de sus habitantes y sus hermosas casas de piedra tradicional nos atraparán desde el primer momento.

La Cala de Deiá, la Iglesia Parroquial, el cementerio municipal, el museo arqueológico o la casa de Robert Graves, escritor británico y autor de *Yo, Claudio*, son algunos de los lugares que no podemos olvidar visitar en nuestro particular recorrido por esta localidad.

Como destino final de nuestra ruta por la Sierra de Tramontana hemos elegido Na Foradada, un pequeño islote de Palma de Mallorca al que podremos llegar a través de la carretera que une Valldemossa con Deia. Allí subiremos hasta su mirador para disfrutar de uno de los mejores atardeceres de toda España. Sin duda, la mejor manera de ponerle punto y final a nuestro viaje.



Casa donde nació Catalina Thomas.



Antiguo lavadero y abrevadero.



El detalle

Soluciones a medida para un cliente que sabe lo que quiere

En un mercado asegurador marcado por la concentración empresarial y la estandarización de productos y servicios, la oferta de productos flexibles y la atención personalizada al cliente son dos bazas fundamentales para que el sector avance.

En Helvetia Seguros nos apasiona proporcionar un trato profesional próximo, amparado en estrictos estándares de calidad. Estamos en continua evolución y nos adaptamos cada día a la demanda del mercado, proporcionando soluciones a medida para un cliente que sabe lo que quiere.

En la actualidad, el cliente ha intensificado su papel activo en el sector, algo que nos motiva e incrementa nuestros niveles de autoexigencia para optimizar nuestros productos y servicios. La persona que quiere contratar un seguro busca prestaciones adaptadas a sus demandas en los distintos ramos y requiere gamas flexibles que puedan evolucionar según precise en

cada momento de su vida personal y profesional.

Carteras a medida e inversiones flexibles, según cada situación financiera; pólizas dirigidas a patrimonios determinados; aseguramiento de vehículos clásicos; protección para dispositivos electrónicos; amplia asistencia en viajes; etc. Aparece así un amplio abanico de casos que requiere una buena cobertura y, por este motivo, merece toda nuestra atención.

De este modo, la especialización se ha convertido en una oportunidad en el sector, para proporcionar una seguridad plena y personalizada para cada cliente. Todo ello, en un mercado que sigue creciendo y que va remontando, poco a poco pero con solidez, los peores años de la crisis.

A esto se añade un reto indispensable de innovación, que Helvetia Seguros ha asumido y desarrolla continuamente, para responder a

las necesidades de movilidad del cliente, que puede localizar *online* su oficina más cercana de Helvetia Seguros o el taller que más le conviene, además de disponer de la app de la compañía en su teléfono móvil, utilizar el Portal del Cliente o interactuar a través de las Redes Sociales, en las que nuestra entidad presta un servicio muy bien valorado por el sector y por sus propios clientes.

Esta variedad de canales de acceso a la compañía, en la que están plenamente involucrados sus mediadores, abarca desde la declaración de un siniestro al cálculo del precio de una póliza o cualquier tipo de consulta, propiciando una atención al cliente cada vez más inmediata y eficiente.

En definitiva, caminamos en la misma dirección para crecer juntos, innovando, atendiendo a las tendencias del mercado y a las necesidades de cada persona, y exigiéndonos cada día más, para optimizar las soluciones a medida que proporcionamos a cada cliente.

