

en buena compañía

Revista de la
compañía aseguradora
Helvetia Seguros
Septiembre 2017 N° 42

Reportaje central

Seguros de Hogar:
tu casa en las
mejores manos

Un paseo por...

Valle del Baztán (Navarra)

En buena compañía con

Dolors Ricart

28

*Dolors Ricart,
subdirectora gerente
de la Fundació Joan
Miró*



24

*Nuestros
proveedores:
Edenred*



44

*Un paseo por...
Valle del Baztán
(Navarra)*



Editorial	3
Noticias	4
Responsabilidad corporativa	
Avanzamos en medioambiente	22
Nuestros proveedores	
Edenred	24
Nuestros mediadores	
Fernando Benítez. Ferdies Seguros	26
En buena compañía con	
Dolors Ricart	28
Reportaje central	
Seguros de Hogar: tu casa en las mejores manos	30
De cerca	
José María García, Centro de Servicio de Sevilla	34
Entrevista doble	
Antonio Soto, responsable del Departamento de Asesoría Jurídica y Atención al Cliente, y Eduardo Ábalos, director de Sucursal Ciudad Real	36
Departamentos y sucursales	
Servicio de Prevención Propio y Sucursales de Cataluña	42
Un paseo por...	
Valle del Baztán (Navarra)	44
¿Estás seguro?	47

Sigue a Helvetia Seguros en:

-  www.facebook.com/helvetiasegurosES
-  twitter.com/Helvetia_ES
-  www.youtube.com/user/HelvetiaSeguros
-  www.linkedin.com/company/helvetia-seguros
-  google.com/+HelvetiaSegurosEspaña
-  [@helvetia.seguros.espana](https://www.instagram.com/helvetia.seguros.espana)

Edita: Helvetia Seguros. Paseo de Cristóbal Colón, 26. 41001 Sevilla. www.helvetia.es **Consejo Editorial:** Setefilla Berlanga, Carmen Caballero, Ana Conde, Roberto Durán, Laura Estévez, Javier García, María Goyena, Pablo Ibars, M^a Angeles Martín y Silvia Tineo. **Responsable editorial:** Carmen Caballero **Coordinadoras:** Setefilla Berlanga y Silvia Tineo **e-mail:** setefilla.berlanga@helvetia.es **Redacta y Diseña:** Euromedia Comunicación **Fotografía:** Euromedia Comunicación y Helvetia Seguros **Imprime:** Egondi **Depósito legal:** SE-2043-05

Queridos lectores de "En buena compañía":

Después de las merecidas vacaciones estivales, afrontamos el último tramo de 2017 con la vista puesta en lograr los objetivos propuestos para este ejercicio, del que restan varios meses llenos de ilusionantes retos.

En este nuevo número de nuestra revista encontraréis información detallada sobre algunos de los proyectos que han centrado nuestras energías en los últimos meses. Entre ellos destaca el que ocupa nuestro reportaje central, el lanzamiento del nuevo producto Helvetia Hogar 20.20. Un producto ambicioso, flexible y competitivo con el que estoy seguro de que incrementaremos nuestra penetración en este ramo, para lo que necesitamos de todo vuestro esfuerzo.

Los mediadores sois, como sabéis muy bien, la fuerza comercial más importante de nuestro negocio. Por eso seguimos trabajando cada día en mejorar la atención y los servicios que os ofrecemos (estrategia digital, formación, etc.), y también en abrir nuevas líneas de colaboración con entidades representativas de la mediación. En esa línea constante, como podréis leer en la revista, recientemente hemos rubricado o renovado acuerdos con Colegios de mediadores de Cataluña, Andalucía y Aragón, y hemos firmado convenios con diversas asociaciones de corredores.

También quiero destacar la excelente nómina de proveedores de servicios con que cuenta Helvetia Seguros. La sección que les dedicamos siempre en nuestra revista corporativa es una muestra significativa de la importancia que tienen para nuestra empresa y del compromiso recíproco de calidad que mantenemos con todos ellos.

En este nuevo número también encontraréis información sobre nuestras iniciativas de patrocinio, con atención especial a las de carácter deportivo, entre las que destaca la nueva colaboración con el Club Bádminton Arjonilla, así como la consolidación de las más importantes ya conocidas, especialmente en el ámbito del balonmano. Especialmente interesante, por su dimensión social, es la acción de concienciación medioambiental para los más pequeños que hemos promovido de la mano de la Compañía de Teatro de Blanca Marsillach.

Desde estas líneas, os animo a seguir trabajando por alcanzar los objetivos de cierre propuestos para 2017 y a involucraros plenamente en las campañas de ventas de este último trimestre. Entre todos, estoy convencido de que vamos a conseguirlos.

Recibid un fuerte abrazo.

José María Paagman
Director general de Helvetia Seguros



Nueva imagen en Baleares



> Miembros del Comité de Dirección junto a responsables de la Zona y de la sucursal.

Desde hace unos meses, Helvetia Seguros cuenta con una sede más moderna y accesible en Palma de Mallorca, desde la que podrá ofrecer un mejor servicio a los clientes y mediadores de la zona. La nueva oficina se encuentra en la calle Ausiàs March, número 18, de la capital balear.

El director general de Helvetia Seguros, José María Paagman, presidió el acto de inauguración de las nuevas instalaciones de la Sucursal Palma de Mallorca, acompañado por el director de Ventas, José García, el director de la Zona Levante, Juan Lliso, y el director de la Sucursal Palma de Mallorca, Rafael Sánchez. El evento contó con la presencia de medio centenar de asistentes, entre personal de la aseguradora y mediadores.

Durante su intervención, José María Paagman destacó la importancia que tiene Palma de Mallorca para la compañía: "Con esta iniciativa, que se encuadra dentro de nuestra estrategia helvetia 20.20, potenciamos nuestra red de sucursales. Hemos apostado por unas instalaciones más modernas, funcionales y accesibles para nuestros empleados, mediadores y clientes, con el objetivo de potenciar nuestra presencia en las Islas Baleares y ofrecer un servicio de mayor calidad, ya que se trata de una zona muy atractiva para el sector asegurador".

El nuevo emplazamiento de la Sucursal tiene numerosas ventajas. La nueva oficina se sitúa en el centro neurálgico de la ciudad, en un local a pie de calle, que facilita el acceso a los empleados, mediadores y clientes. La oficina es más funcional y confortable que la anterior. Además, gracias a esta nueva ubicación, se potencia la visibilidad de la marca en la ciudad.

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.

Apuesta por la innovación empresarial

Helvetia Seguros volverá a patrocinar un año más la Nit de l'Empresari, el evento que cada año organiza la patronal empresarial Cecot para premiar las mejores iniciativas empresariales catalanas. La edición de este año, que será la vigésimo tercera, se celebrará el próximo 23 de octubre en el Teatro Nacional de Cataluña (Barcelona).

El pasado 30 de junio nuestra compañía renovó el acuerdo de patrocinio que mantenía con la organización empresarial catalana, concretamente con la Fundación Cecot Innovación, cuyo objeto social es promover la innovación tecnológica de las empresas. El director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, Javier García, y el secretario general de Cecot, David Garrofé, protagonizaron la firma del acuerdo en la sede de la patronal catalana.

Gracias a este acuerdo, Helvetia Seguros continuará contribuyendo a la modernización de las estructuras productivas de las empresas y la prestación de servicios y auxilios necesarios para fomentar la mejora de su gestión.

Desde 1978, Cecot, que tiene su sede en la comarca del Vallés y que está asociada a Foment del Treball, trabaja activamente para defender los derechos e intereses de las empresas catalanas a través de propuestas concretas y estructuradas con el objetivo de incrementar su competitividad. Actualmente Cecot representa aproximadamente a 50.000 empresas y empresarios de Cataluña.



> Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, junto a David Garrofé, secretario general de Cecot.

Invitados especiales en la Asamblea de Cojebro

Helvetia Seguros y la asociación de corredores Cojebro han estrechado sus vínculos de colaboración, tras renovar el pasado mes de mayo el acuerdo que mantenían. Gracias a este convenio, nuestra compañía continuará potenciando el desarrollo del negocio a través de la comercialización de ramos concretos en la red de corredurías que integran la asociación.

La buena relación que existe entre Helvetia Seguros y Cojebro quedó patente en la Asamblea Familiar que la asociación de corredores celebró del 18 al 20 de mayo en Sevilla, donde el director general de Helvetia Seguros fue el invitado principal.

José María Paagam acudió a esta asamblea, que sirve como punto de encuentro y debate entre los directivos de las entidades que forman parte del Panel Cojebro de aseguradoras y sus socios, acompañado de Jesús de Sedas, el director del Canal de Corredores de Helvetia Seguros.

El director general de Helvetia Seguros participó en el encuentro con una ponencia en la que analizó la situación actual del sector asegurador y de Helvetia Seguros. Además, ofreció su visión sobre la distribución y los corredores en el futuro, recalcando el importante papel que tienen los mediadores en la comercialización de los seguros y el valor añadido que aportan al cliente.

Durante su intervención, José María Paagman manifestó su deseo de colaborar con Cojebro en nuevos proyectos y afianzar las relaciones empresariales y personales entre las dos entidades.



> José María Paagman, director general de Helvetia Seguros, junto a Antonio Muñoz-Olaya, presidente de Cojebro.

Presentes en la Convención Anual de Gexbrok



> Foto de grupo de la Convención de Gexbrok.

La correduría de seguros extremeña Gexbrok, socia de Cojebro, con la que colabora Helvetia Seguros, celebró el pasado 8 de junio en Salamanca su Convención Anual. Más de 60 personas, entre ellos representantes de la red de oficinas de la correduría en Andalucía, Extremadura, Castilla La Mancha, Castilla León, Madrid, País Vasco, Canarias y Comunidad Valenciana, participaron en el encuentro.

Durante la Convención, el director general de Gexbrok, José Ángel Benito, realizó un balance de los últimos resultados de la compañía, además de analizar los objetivos que se habían alcanzado durante el primer semestre y comentar los nuevos proyectos que tienen previsto poner en marcha.

El evento también contó con la participación de Víctor Vaggiones, cofundador de Smart Discovery, que impartió una interesante ponencia sobre el futuro digital de la mediación de seguros.

Además, se llevó a cabo la mesa redonda "Fidelización en el sector seguros: ¿Cómo construir las bases para pasar de la Visión Póliza a la Visión Cliente?", en la que participó el director del Canal de Corredores de Helvetia Seguros, Jesús de Sedas, junto a representantes de otras compañías. El director gerente de Cojebro, Isidre Martínez, fue en el encargado de moderar la mesa, en la que se trataron temas como la innovación en el sector, la fidelización del cliente y la gestión de siniestros.

Un concurso muy atractivo para los asesores comerciales

Con el objetivo de aumentar la productividad de los ramos No Vida y mejorar la eficiencia de las sucursales, el Departamento de Desarrollo de Ventas ha puesto en marcha durante 2017 dos concursos dirigidos a los asesores comerciales de las sucursales para potenciar la venta de estos productos.

El primero de ellos se ha llevado a cabo entre los meses de enero y mayo. Y el segundo, que comenzó el 1 de junio, estará activo hasta finales del mes de noviembre.

Para participar, los asesores comerciales, ejecutivos de cuentas y directores de agencias se han dividido en cuatro grupos que se han establecido teniendo en cuenta la tipología de mediadores que gerencian y el volumen de negocio del equipo que tienen a su cargo.

Como premio, los clasificados de cada grupo participan en un Meeting de Asesores exclusivo, cuyo destino es una incógnita para ellos mismos hasta el último momento.

Además, también se reconoce el trabajo en equipo de todos los miembros de la sucursal que han ayudado al asesor ganador a cumplir su objetivo. En este sentido se asigna una cantidad económica a cada asesor clasificado, con la condición de que la invierta en la realización de una actividad grupal con todos los miembros de la Sucursal. Los días 5 y 6 de julio se celebró en Bilbao el I Meeting de Asesores Comerciales con los ganadores del primer concurso. Durante el encuentro, los asesores comerciales pudieron disfrutar del encanto de esta ciudad, a través de diversas actividades de ocio.



> Foto de los ganadores del concurso durante su estancia en Bilbao.

“Historietas de verano” con premio

Durante los meses de julio y agosto pusimos en marcha un divertido concurso en nuestras dos principales redes sociales, Twitter y Facebook, que denominamos “Historietas de verano”.

Cada quince días planteamos una pregunta curiosa relacionada con el verano a nuestros seguidores para que nos la respondieran de la manera más original y divertida posible. Para participar en el concurso los participantes debían ser seguidores de la página de Helvetia Seguros en Twitter o Facebook, compartir la publicación del concurso y responder a la pregunta que le habíamos planteado con el hashtag que indicábamos.

Primero les animamos a que nos contaran sus planes para el verano. Después, les preguntamos por su viaje más divertido. En la primera quincena de agosto, les pedimos que nos confesaran qué es lo que nunca podía faltar en sus maletas y, en la última quincena de agosto, cuáles habían sido sus momentazos del verano.

Entre todas las respuestas que recibimos a cada pregunta, elegimos a los ganadores del concurso (cuatro en Facebook y cuatro en Twitter). Cada uno de ellos recibió como premio una cámara Fujifilm Instax Mini 8.

El resultado del concurso ha sido muy positivo. Con esta iniciativa hemos incrementando notablemente nuestros seguidores en estas dos redes sociales y hemos aumentado la interacción con ellos.



> Imagen promocional del concurso.

En busca de nuevos agentes



> Imagen del stand de Helvetia Seguros en la III Feria de Empleo de Málaga.

En el último cuatrimestre, Helvetia Seguros ha participado en varias ferias de empleos para dar a conocer nuestra empresa entre los más jóvenes y encontrar nuevos profesionales que estén interesados en desarrollar su carrera profesional en el sector asegurador a través de la mediación.

Los días 10 y 11 de mayo, estuvimos presentes en la III Feria de Empleo de la Universidad de Málaga, a través de la Sucursal Málaga. Nuestra empresa contó con un stand en el evento para informar de su actividad e invitar a los visitantes a entregar su currículum. El objetivo fundamental de esta acción era informar sobre las posibilidades de proyección profesional de los agentes y sobre la actividad de mediación.

Helvetia Seguros también participó, a través de la Sucursal Almería, en el Foro de Empleo que organizó el Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo de la Universidad de Almería junto a la Fundación de la Universidad durante los días 16, 17 y 18 de mayo.

Además, Helvetia Seguros fue una de las empresas expositoras de la Feria Empleo para personas con discapacidad y el III Foro de Activación del Empleo de la Comunidad de Madrid. En este encuentro, teniendo en cuenta el público objetivo, se informó a los participantes de la gama de productos Helvetia Compromiso y de su programa de inserción laboral, que está destinado especialmente a personas vinculadas con el ámbito de la discapacidad.



> Participación en el III Foro de Activación del Empleo.

Apuesta por la cualificación y el empleo entre los jóvenes andaluces



> José García, director de Ventas de Helvetia Seguros, firma el acuerdo con el presidente del Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Antonio Ponce.

El pasado 10 de julio Helvetia Seguros firmó un importante acuerdo de colaboración con el Consejo Andaluz de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación para fomentar la formación y captación de Agentes de Seguros entre los jóvenes andaluces que participan en el Programa Integral de Cualificación y Empleo (PICE), con el objeto de convertirse a corto plazo en Agentes de Seguros exclusivos de Helvetia Seguros.

El director de Ventas de Helvetia Seguros, José García, y el presidente del Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, Antonio Ponce, fueron los encargados de suscribir el convenio.

El Programa PICE forma parte de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven del Sistema Nacional de Garantía Juvenil. Está cofinanciado por el Fondo Social Europeo y la red de Cámaras de Comercio de España. Se trata de un programa de cualificación y empleo que pretende favorecer la incorporación de jóvenes con edades comprendidas entre los 16 y los 29 años en el mercado laboral. Desde Helvetia Seguros, aprovechando las ventajas de este programa para el fomento del autoempleo, iniciamos un camino de introducción a la carrera de Agente de Seguros al colectivo joven que actualmente se encuentra en situación de desempleo, mediante un proceso de formación y selección de candidatos para formar parte de nuestra red comercial.

Gracias al acuerdo suscrito entre Helvetia Seguros y el Consejo Andaluz, los participantes del Programa PICE podrán recibir formación especializada sobre la mediación en seguros para poder incorporarse a corto plazo a la red de agentes exclusivos de la aseguradora, con el beneficio de importantes ayudas económicas para el comienzo de la carrera de agente de seguros.

Más cerca de los mediadores

En los últimos meses se han suscrito nuevos convenios y renovado acuerdos con Colegios de Mediadores de Cataluña, Andalucía y Aragón, con los que se reforzará la presencia de Helvetia Seguros en estas zonas de alto valor estratégico.

No hay revista de “En buena compañía” en la que no toque informar sobre la firma de nuevos convenios o la renovación de acuerdos con entidades relacionadas con la mediación. A través de estos convenios, nuestra compañía refuerza sus vínculos con corredores y agentes, colaborando de manera activa con la puesta en valor de este colectivo profesional tan importante para el modelo de negocio de Helvetia Seguros.

En los últimos meses, se han producido varias renovaciones y firmas de acuerdo con entidades representativas de la mediación en Cataluña, Andalucía y Aragón, que permiten afianzar la posición de nuestra compañía en estos mercados de gran valor estratégico.



Colegio de Mediadores de Barcelona

Uno de los mercados estratégicos para Helvetia Seguros es el de Cataluña. Desde la integración con Nationale Suisse, este mercado se ha vuelto aún más importante para la compañía. En este contexto, el pasado 3 de julio del 2017, se llevó a cabo la renovación del acuerdo de colaboración con el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona.

En la firma del acuerdo participaron, en representación de Helvetia Seguros, Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, y en representación del Colegio, Sandra Serra, gerente, y Lluís Ferrer, presidente.

“Para nosotros -explicó el presidente- es muy importante que una compañía como Helvetia Seguros siga confiando en el Colegio, que renueve y siga apoyando nuestra acción formativa como compañía que está apostando por Cataluña”.

De acuerdo con este convenio, se llevó a cabo el pasado día 5 de julio un desayuno de trabajo bajo el título “El seguro de Arte e Instrumentos Musicales. Una oportunidad de mercado”, con la participación de una cincuentena de media-

dores, en el que se abordó la evolución de estas modalidades de seguro en el mercado, tomando como referencia el producto de Helvetia. “Es un nicho muy especial de negocio y hay que darle visibilidad. ¿Qué mejor modo de hacerlo que a través de una jornada formativa en un colegio tan importante como el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona?”, explicó Javier García.

A este respecto, Lluís Ferrer puso en valor la importancia de la especialización para el mediador de seguros: “Todos los segmentos que se especializan en temas determinados, en nichos determinados, son muy importantes para la mediación porque son campos donde se requiere un contacto más profundo con el cliente, más claro. ¿Quién mejor que el mediador para poder darlo?”, sostuvo Lluís Ferrer. Actualmente, el Colegio Mediadores de Seguros de Barcelona es uno de los más importantes de España. Con una dirección territorial afianzada (ver sección Departamentos y Sucursales de esta revista), el acuerdo permitirá a Helvetia Seguros profundizar en sus vínculos con los mediadores de Cataluña. “La colaboración entre las dos instituciones es muy relevante, por cuanto es la mediación quien nos puede decir qué necesidades específicas o demandas especiales tienen hacia una compañía de seguros como la nuestra”, explicó Javier García, poniendo de relieve el hecho de que los Colegios de Mediadores, como el de Barcelona, “son los únicos reconocidos como instituciones de derecho público representantes de la mediación”.



Colegios de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla

No menos estratégica, por el fuerte peso que tiene en el negocio de Helvetia Seguros, es la zona de Andalucía. El pasado 29 de mayo la compañía afianzó su vinculación con los mediadores andaluces con la renovación del protocolo de patrocinio con los Colegios de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla.

A través de este protocolo, Helvetia Seguros materializa su interés en contribuir a través del patrocinio a las acciones formativas, informativas y de difusión promovidas por los Colegios, “siempre en pro de la actividad mediadora de seguros, al fin de contribuir y fomentar el ejercicio de la profesión y consecución de sus fines”, explica el protocolo.

Por su parte, los Colegios se comprometen, entre otras cuestiones, a dotar de difusión a la marca de Helvetia Seguros en todas las acciones desarrolladas en el contexto del convenio. Asimismo, todos los actos e iniciativas promovidas por estos colegios contarán con la presencia y participación de responsables de Helvetia Seguros.

El convenio, suscrito por Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros y por la presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Sevilla, Elena Romero Aliaga, sienta las bases de una línea



de colaboración aún más activa e intensa con los colegios de las tres ciudades andaluzas.

Colegios de Mediadores de Zaragoza y Teruel

Por último, el pasado día 26 de mayo, los Colegios de Zaragoza y Teruel suscribieron un acuerdo con nuestra compañía para potenciar la cooperación entre ambas entidades. El acuerdo fue rubricado por el presidente del Colegio de Zaragoza, José Luis Mañero, y el director de la zona Norte de Helvetia, Carlos Eslava, que estuvo acompañado por Alberto Chércoles, director en la Sucursal Zaragoza.

Durante el acto de firma, Eslava mostró la satisfacción de la compañía por el nuevo acuerdo, poniendo en valor la labor de los colegios de mediadores como garantes del buen ejercicio de la profesión y como defensoras y valedoras de los derechos de los mediadores.

El nuevo acuerdo implica un refuerzo de las relaciones entre Helvetia Seguros y los mediadores de la comunidad de Aragón. Además de poder utilizar sus instalaciones para acciones formativas, Helvetia Seguros se compromete a colaborar en los actos de celebración de la Patrona del Seguro, considerada la principal actividad lúdica de la institución.

“Helvetia Seguros siempre ha sido una gran aliada”

> Elena Romero, Presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Sevilla

¿En qué medida considera que las compañías aseguradoras pueden contribuir a mejorar la situación de los mediadores y poner en valor este colectivo profesional?

Fomentando al mediador colegiado para hacernos más profesionales, con apoyo técnico en aspectos como pueden ser la formación o la digitalización.

¿Qué opinión le merece Helvetia Seguros como compañía?

Es una compañía cercana que apuesta fundamentalmente por la mediación tradicional. Además, colabora permanentemente con los Colegios de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla.

¿Cuáles son los grandes retos para los mediadores en el contexto de la actual situación del sector asegurador?

La transparencia, la informatización y la digitalización permanentes, interactuando con el cliente para diferenciarnos de otros canales de distribución de seguros.



¿Qué espera, concretamente, del convenio suscrito entre Helvetia Seguros y los colegios de Córdoba, Huelva y Sevilla?

Estrechar, si cabe más aún, los lazos que unen a ambas instituciones, apoyándonos en formación y desarrollo profesional a los colegiados. Helvetia Seguros ha sido siempre una gran aliada del Colegio y nos tiene a su disposición con ánimo constructivo.

Campaña “Acciona tu hogar”



Desde el mes de abril, y con vencimiento al final del año, Helvetia Seguros está llevando a cabo una interesante acción comercial dirigida a potenciar la comercialización del producto de Helvetia Hogar (H15). La campaña, que se denomina “Acciona tu hogar”, está destinada exclusivamente a los clientes de la compañía que cuentan con una única póliza de Autos. Con esta iniciativa se pretende incentivar la productividad en el ramo de Hogar y, al mismo tiempo, fortalecer el vínculo de los clientes “unipóliza” de Autos con Helvetia Seguros.

Se trata de una promoción muy atractiva para los clientes que tienen un solo seguro de Autos, ya que plantea una importante línea de descuentos y servicios adicionales en la póliza de Hogar. Aquí destacarían la revisión gratuita de fontanería y de los eléctricos, la reparación de los eléctricos teniendo en cuenta su valor venal, o la posibilidad de continuar con el seguro, sin abonar la prima durante un año por causas de fallecimiento, invalidez o desempleo del tomador.

Como es habitual, la campaña -que está dirigida a todos los mediadores de Helvetia Seguros- se está desarrollando en una acción de venta cruzada a través de telemarketing. Asimismo, la acción también se está llevando a cabo a través de CRM, persiguiendo así, de manera indirecta, potenciar el manejo de dicha herramienta entre los agentes exclusivos de la compañía.

Concurso “Premiamos tu fidelidad”

Con el objetivo de agradecer a los clientes la confianza que le depositan día a día, del 19 de enero al 16 de febrero, Helvetia Seguros realizó el concurso “Premiamos tu fidelidad”. Durante ese periodo, la compañía contactó por SMS con 123.000 clientes para invitarles a participar en el concurso, que consistía en el sorteo de un iPhone 7 (32 GB), una cámara digital GoPro Hero 5 o un iPad Air 2 (128 GB) entre todos los participantes.

Para poder optar a alguno de los premios, los clientes debían cumplir un único requisito: proporcionar a la aseguradora una cuenta de correo electrónico que estuviera activa. Tras recibir el SMS de invitación, numerosos clientes se animaron a participar en el concurso.

El ganador del sorteo fue Pedro Moreno, cliente de la Sucursal Almería que, entre los tres premios, decidió escoger el iPhone 7.

Gracias a esta iniciativa, Helvetia Seguros ha podido captar más de 10.000 correos electrónicos de sus clientes. Algo de gran valor, ya que a través del email, los mediadores de la compañía pueden comunicarse directamente con ellos para cualquier cuestión relacionada con sus pólizas y para ofrecerles ofertas personalizadas de productos.



> Pedro Moreno recibe el premio del concurso.

Éxito del Concurso de Detección de Anomalías

25 años de la Expo'92 en Sevilla

El Concurso Anual de Detección de Anomalías es ya un clásico en Helvetia Seguros. Con esta iniciativa, que está dirigida a los tramitadores de siniestros de las Áreas de Productos y Servicio al Cliente de la compañía, se persigue un doble objetivo. Por un lado, se pretende motivar e incentivar a los participantes en su desempeño, y por otro, mejorar la detección de irregularidades relacionadas con la tramitación.

En el concurso de 2016 han participado 100 personas. En total se han identificado 2.574 anomalías, 446 casos más que en 2015, lo que supone un incremento de la cantidad defraudada del 13,4% respecto al cierre del año anterior. Como en anteriores ocasiones, las anomalías de mayor volumen fueron las referidas a Daños Corporales, cuyo importe superó los 8 millones de euros.

Mireia Barrés, del grupo de Siniestros de Automóviles, ha sido la ganadora del primer premio. Fernando Villanueva, del grupo de Siniestros Personales Graves, y Manuel García, de Siniestros Personales, se han llevado el segundo premio.

El concurso de 2016 ha sido un éxito, tanto por el volumen de irregularidades detectadas como por la elevada participación.

Agradecemos a todos los participantes la gran implicación que han tenido durante todo el concurso y les animamos a continuar realizando esta importante labor de detección de anomalías durante 2017. El concurso de esta edición ya está en marcha.



> Mireia Barrés recoge su premio.



> Mupis de la exposición.

La Expo'92 marcó un antes y un después en Sevilla. La Exposición Universal, en la que participaron 127 países y que contó con la visita de alrededor de 41 millones de personas, supuso la transformación y modernización de la ciudad hispalense. Este año se cumple el 25 aniversario de este gran acontecimiento y, para celebrarlo, el Ayuntamiento de Sevilla ha organizado diversas actividades conmemorativas.

Entre esas actividades se encuentra la muestra "Cómo Expo'92 (in)fluyó en Sevilla", que patrocina Helvetia Seguros y que hasta el 4 de octubre puede visitarse en la avenida de la Constitución de Sevilla. Se trata de una exposición de mupis, compuesta por treinta fotografías de gran tamaño de la agencia EFE, en la que se rememoran los momentos más importantes de este acontecimiento histórico, como el comienzo de las obras en la Isla de la Cartuja, la construcción del puente de la Barqueta o los primeros viajes del tren de Alta Velocidad (AVE) en Sevilla.

El alcalde de Sevilla, Juan Espadas, acompañado por el comisario del 25 aniversario de la Expo'92, Julio Cuesta, fue el encargado de inaugurar la muestra el pasado 18 de julio. El director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, Javier García, asistió al acto de inauguración, en el que estuvieron presentes diversos medios de comunicación.

Flamencos unidos contra el cáncer infantil



» Los promotores de la iniciativa posan junto a la donación.

El 10 de junio la Fundación Cámara de Comercio de Sevilla organizó en el Teatro de la Maestranza de la ciudad hispalense una Gala Flamenca a beneficio de la Asociación de Padres de Niños con Cáncer de Andalucía (Andex). El evento, que contó con la colaboración de Helvetia Seguros, también sirvió para rendir homenaje a la presidenta de la Asociación, María Luisa Guardiola, por la importante labor que realiza desde hace años para ayudar a los niños enfermos de cáncer y sus familias.

El productor y guitarrista flamenco Pedro Sierra se encargó de la dirección artística y musical de la gala. Artistas consagrados como Juan José Jaén "El Junco", Pastora Galván Carmen Lozano, Esperanza Fernández, La Tobala y Rafael de Utrera El Galli, acompañados por los guitarristas Pedro Sierra, Miguel Ángel Cortés, Miguel Iglesias y Rubén Romero, y el palmero Miguel Junior Fernández, se subieron esa noche al escenario para brindar un gran espectáculo.

Gracias a ese evento se recaudaron 25.000 euros que fueron entregados a ANDEX el pasado 25 de abril. En el acto de entrega estuvo presente el director de la Zona Sur de Helvetia Seguros, José Manuel Barba.

Andex trabaja desde hace más de 30 años para ayudar a los niños con cáncer y sus familias. Entre las numerosas iniciativas que realiza se encuentra el mantenimiento del Centro Oncológico Infantil de Sevilla ubicado en el Hospital Virgen del Rocío de Sevilla, que se ha convertido en uno de los centros de referencia en los tratamientos de esta enfermedad en España.

Fieles a nuestra cita con los Sanfermines



Este año Helvetia Seguros tampoco ha faltado a su tradicional cita con los Sanfermines. La compañía ha sido, una vez más, la aseguradora de los encierros, gracias a los convenios que suscribió con el Ayuntamiento de Pamplona y la Casa de Misericordia. En virtud de estos convenios, Helvetia Seguros se responsabilizó, entre otros, del seguro de Accidentes de los corredores y dobladores (empleados de la plaza de toros), así como del seguro de Responsabilidad Civil General. La cobertura de este aseguramiento también incluyó las vallas de los encierros dispuestas por toda la ciudad, incluyendo su montaje y desmontaje.

Además, al igual que en años anteriores, la compañía llevó a cabo una campaña de concienciación dirigida a los corredores, a través de carteles expuestos en más de 50 marquesinas de la ciudad y de localidades de los alrededores, en los que se ofrecían normas y consejos de seguridad para los encierros en cuatro idiomas: español, euskera, inglés y francés.

A estas acciones, hay que sumar también la campaña publicitaria que desarrolló durante las fiestas y los días previos en Navarra TV, Diario de Noticias y Diario de Navarra, que ha ayudado a incrementar la visibilidad y notoriedad de la marca Helvetia en Pamplona.



Fundal reconoce nuestro apoyo al deporte de Alcobendas



> Momento de la entrega del reconocimiento a Helvetia Seguros.

El pasado 7 de junio, el Auditorio Paco de Lucía de Alcobendas acogió la XIX Gala Anual de Fundal (Fundación Deporte Alcobendas), el evento que reúne y reconoce cada año a distintas instituciones y personalidades del deporte por su contribución al fomento de la actividad deportiva en general y a la promoción de Alcobendas en particular.

Mar Rodríguez, concejal de Deportes de Alcobendas, y Vicente Hontagas, nuevo presidente de Fundal, fueron los encargados de dirigir la Gala, que este año volvió a contar con la presencia de numerosas personalidades del ámbito político y deportivo.

Durante la celebración del evento, Fundal agradeció a Helvetia Seguros el apoyo que le brinda desde hace años y le entregó una menina honorífica por la importante labor que realiza para fomentar el deporte base y de élite en la localidad madrileña. Carlos González-Hidalgo, director de la Zona Centro de Helvetia Seguros, fue el encargado de recoger el galardón.

En la edición de este año fueron nombrados como socios de honor de la Fundación Emilio Butragueño y Adelardo Rodríguez, dos auténticas leyendas del fútbol en España; también la jugadora de balonmano Eli Pinedo, el baloncestista Pepu Hernández, el seleccionador nacional de hockey sobre patines, Quim Paül, y los campeones del mundo de paratriatlón, Eva Moral y Kini Carrasco.

Javier Labairu, más de una década dedicada al Helvetia Anaitasuna

El crecimiento que ha experimentado el Helvetia Anaitasuna en la última década ha sido increíble. En estos últimos años no sólo ha regresado a la Liga Asobal, también ha disputado finales de nivel nacional y ha participado en competiciones europeas, compitiendo “de tú a tú” con los mejores equipos de Europa. Y uno de los grandes responsables de ello ha sido Javier Labairu. Durante catorce años este navarro ha estado al frente de la sección de balonmano de la S.C.D.R. Anaitasuna, trabajando día a día para llevar al club hasta donde está ahora.

La importante labor que ha realizado Javier Labairu por el crecimiento de este deporte en Navarra y el Helvetia Anaitasuna no ha pasado desapercibida para la Real Federación Española de Balonmano (RFEBM), que lo ha distinguido con la Medalla e Insignia de Bronce al Mérito Deportivo.

Javier Labairu recogió el galardón en la Gala de los Premios Nacionales de Balonmano, que tuvo lugar el pasado 17 de junio en el Auditorio Municipal de Almoradí (Alicante). Con este reconocimiento, Javier concluye su etapa en el club navarro para comenzar nuevos proyectos, en los que le deseamos mucha suerte.

A través de la Gala de los Premios Nacionales de Balonmano, la RFEBM puso el broche final a la temporada 2016-2017. Para festejarlo, durante ese fin de semana programó diversos actos y eventos en la provincia de Alicante en torno al balonmano, como el partido internacional entre los Hispanos y Finlandia, la celebración de la Asamblea General Ordinaria de la RFEBM y los dos Partidos de las Estrellas que disputaron las selecciones masculina y femenina absolutas contra un combinado de jugadores de la Liga.



> Javier Labairu, en el centro de la imagen. Foto: RFEBM.

Una temporada apasionante con final agridulce para nuestros equipos patrocinados



La temporada deportiva 2016-2017 nos ha dejado un sabor final agridulce, por las diferentes trayectorias de nuestros equipos patrocinados. Sin embargo, más allá de los resultados deportivos, hemos disfrutado con pasión y emoción con cada uno de los partidos que han disputado los equipos que esponsoriza Helvetia Seguros, a los que hemos apoyado al máximo.

Una de las mayores alegrías de la temporada nos la ha dado el Helvetia Anaitasuna. En septiembre de 2016, en el acto de presentación de la plantilla, desde el club navarro ya vaticinaron que iba a ser una temporada ilusionante, y no se equivocaron. Un año más, el equipo ha firmado una gran campaña.

En la Liga Asobal el Helvetia Anaitasuna ha ido de menos a más. Comenzó la temporada con algunas dudas pero, con el paso de los partidos, el equipo comenzó a mostrarse más seguro en las pistas de juego. Como resultado, ha realizado un final de temporada brillante, que le ha permitido conseguir una excelente quinta posición en la Liga.

Además, hay que destacar las buenas impresiones que ha dejado el Helvetia Anaitasuna en Europa. Por primera vez el equipo ha logrado pasar la fase de grupos de la Copa EHF y disputar sus primeros cuartos de final en Europa, donde finalmente cayó dignamente ante el Magdeburg alemán, con una asistencia espectacular al Pabellón Anaitasuna en todos los partidos allí disputados.

También ha sido muy destacable su trayectoria en la Copa del Rey al llegar, un año más, hasta las semifinales, tras derrotar en cuartos de final al equipo anfitrión, el Abanca Ademar León.

En cambio, para el Helvetia BM Alcobendas ha sido un año complicado. Desde el comienzo de la temporada las lesiones se han cebado con las jugadoras clave del equipo madrileño. Aún así, el Helvetia BM Alcobendas no ha bajado los brazos y ha luchado con pasión cada partido. Sin embargo, en el último partido de Liga no pudo evitar el descenso. Desde



Helvetia Seguros estaremos apoyando esta temporada a nuestras "Guerreras Helvéticas" para que vuelvan lo antes posible al lugar que se merecen y que les corresponde: la Liga DHF.

También hay destacar la temporada del Xerez Deportivo F.C. en la División de Honor Andaluza, pues hasta el último tramo del campeonato ha estado luchando por el ascenso a Tercera División, aunque finalmente no lo haya logrado. En cuanto al Helvetia Rugby, tras estar más de diez años apoyándolo como patrocinadores, este año ha finalizado dicho ciclo, uno de los más longevos del rugby nacional. Le deseamos mucha suerte en su nueva etapa.

Por otra parte, en diciembre de 2016 la selección española femenina absoluta de balonmano disputó el Campeonato Europeo de Croacia 2016 sin demasiada suerte, ya que quedaron eliminadas en la Main Round. A la selección española masculina de balonmano tampoco le fue muy bien en el Mundial de Francia 2017. Los "Hispanos" cayeron eliminados en los cuartos de final del campeonato ante Croacia.

Sin embargo, para las selecciones españolas de balonmano playa 2017 será un año inolvidable. Este verano los "Hispanos Arena" han vuelto a proclamarse campeones de Europa y las "Guerreras Arena" han ganado la medalla de Bronce en el Campeonato Europeo de Croacia 2017."

Patrocinadores del Club Bádminton Arjonilla



> Acto de presentación de firma del convenio con el CB Arjonilla.

El apoyo al deporte base continúa siendo una de las principales prioridades de la estrategia de Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros. La compañía apuesta por proyectos que, por su carácter minoritario o por su condición amateur, difícilmente podrían salir adelante sin el apoyo de entidades públicas o privadas. Un claro ejemplo de ello es el Club Bádminton Arjonilla (Jaén), que compite en la máxima categoría nacional de bádminton. Desde el pasado 27 de junio, Helvetia Seguros es uno de los patrocinadores principales del club, tras firmar un acuerdo de patrocinio para la temporada 2017-2018.

El director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, Javier García, y la presidenta del Club Bádminton Arjonilla, María José Segado, protagonizaron la firma del acuerdo en el Centro Cívico de la localidad jienense.

A través de esta colaboración, Helvetia Seguros impulsará las actividades de este club, que nació en 2006 a partir de la Escuela Municipal de Arjonilla y que en este corto periodo de tiempo ya ha cosechado importantes éxitos. Y es que, desde sus inicios, el Club Bádminton Arjonilla ha prestado especial atención a la formación de los jugadores de su cantera. Varios de los jugadores del club han conseguido títulos como campeones de España y Andalucía a nivel individual y forman parte de las selecciones de España y de Andalucía en sus distintas categorías.

Javier García destacó que “con este convenio Helvetia Seguros quiere contribuir al crecimiento de este gran club, que promueve la formación de este deporte entre los más jóvenes y que ha llevado al bádminton jienense hasta lo más alto del panorama nacional. Para nuestra entidad, es especialmente importante este acuerdo, en una localidad en la que tenemos muchos clientes desde hace años, gracias al excelente trabajo de los profesionales de la mediación que aquí nos representan”.

Cita con los mejores socorristas españoles en El Sardinero

La Playa de El Sardinero acogió el 8 y 9 de julio el Campeonato de España Absoluto de Salvamento y Socorrismo, en el que participaron 258 deportistas de 28 clubes procedentes de ocho comunidades autónomas.

Helvetia Seguros fue uno de los colaboradores de este evento que organizó el Club ACN Marisma junto al Ayuntamiento de Santander y la Real Federación Española de Salvamento y Socorrismo (RFSS).

El ganador del Campeonato fue el Club Alcarreño. En la segunda posición quedó el ACN Marisma y en la tercera, el Noja Playa Dorada.



> Cartel promocional del campeonato.

Un circuito de golf muy solidario



> Momento de la entrega de premios.

El 22 de abril comenzó el II Circuito Solidario de Golf Rotary Tenerife, que organizan los clubes rotarios de la ciudad tinerfeña y que cuenta con la colaboración de Helvetia Seguros.

Este circuito benéfico comprende cinco torneos, que se celebran entre el 22 de abril y el 17 de septiembre en los diferentes Clubes Rotary de Tenerife. Los participantes que acumulan más puntos en los torneos se clasifican para la final del campeonato, que tendrá lugar el 1 de octubre en el Campo de Golf de El Peñón.

El primer torneo se celebró el 22 de abril en el campo de Amarilla Golf (Rotary Club Ramblas). El segundo fue el 30 de mayo en el Costa Adeje Golf (Rotary Tenerife Sur). El 24 de junio y el 12 de agosto se celebraron el tercer y el cuarto torneo en el Golf del Sur (Rotary Club Sta. Cruz), y el último torneo, el 17 de septiembre, tendrá lugar en el campo de Buenavista Golf (Rotary Club Puerto de la Cruz).

Todos los beneficios que se obtengan en el circuito estarán destinados a la obra social Rotary, que colabora ayudando a asociaciones de niños discapacitados, familias en riesgo de exclusión, Cáritas, asociaciones contra el cáncer y colegios de la zona, proporcionando libros de texto, juguetes y comidas a familias con insuficientes recursos, entre otras múltiples acciones.

“Como en la edición del año anterior, el II Circuito Solidario Golf Rotary nos ha otorgado una gran visibilidad en Tenerife. Gracias a acciones como ésta, cada vez somos más conocidos en la ciudad”, explica Francisco José Jover, director de la Sucursal Tenerife, que ha estado presente en la entrega de premios de los diferentes torneos como representante de Helvetia Seguros.

El XI Trofeo de Golf Helvetia

El pasado mes de junio el Club de Golf Castillo de Gorraiz, en el Valle de Egües (Navarra), acogió la XI edición del Trofeo de Golf Helvetia. Al igual que otros años, el torneo contó con una elevada participación. Más de 110 golfistas amateurs no quisieron perderse este gran evento deportivo, que ya se ha convertido en uno de los torneos de golf de referencia del verano en la Comunidad Navarra.

Helvetia Seguros tuvo una presencia constante durante todo el evento, gracias al patrocinio de la entrega de trofeos y también al stand que habilitó en las instalaciones del club de golf. Como en ediciones anteriores, la compañía realizó un sorteo entre todos los participantes de una estancia de una semana en el Hotel Valle del Este, en Vera (Almería).

Carlos Ayerra y Eduardo Echarren fueron los ganadores de la competición, que consiguieron 46 puntos. En la segunda posición, con 45 puntos, quedó la pareja compuesta por José María Satrustegui y Elena Echeverría, y en tercer lugar, la formada por Eduardo Huder y Eduardo Díaz, que anotó 44 puntos.

En la entrega de trofeos participaron el director de Estrategia y Transformación Digital, Víctor T. Lizarraga, y el director de la Zona Norte, Carlos Eslava.

A través de este patrocinio, la compañía establece interesantes relaciones comerciales con deportistas, aficionados al golf y socios del club.



> Entrega de premio del XI Trofeo de Golf. Foto: Club de Golf Castillo de Gorraiz.

La carrera en la que gana la solidaridad

Por tercer año consecutivo, Helvetia Seguros ha vuelto a colaborar con la Carrera Benéfica “El Niño Perdío”, que organiza el Ayuntamiento de Guillena junto al Club de Atletismo Hijos del Viento, a favor de la bolsa de caridad de la Hermandad de la Virgen de la Candelaria y el Niño Perdío.

La carrera, que este año celebraba su sexta edición, tuvo lugar el 14 de mayo. Para inscribirse, los participantes realizaron un donativo de cinco euros, en el caso de los adultos, y tres euros, en el de los niños. Además, como en anteriores ocasiones, las personas que desearon colaborar con la causa sin participar en la carrera pudieron aportar su granito de arena a través del dorsal “0”.

Cuatrocientos corredores, entre mayores y niños, de diferentes provincias andaluzas, se dieron cita en la prueba. La carrera de los seniors, que tenía un recorrido total de siete kilómetros, comenzó a las 9:30 horas de la mañana en el pabellón municipal La Villa y finalizó un poco más tarde en ese mismo punto.

Juan Francisco Fernández fue el vencedor en la categoría absoluta masculina, con una marca de 22 minutos y 20 segundos, mientras que María Esther Maqueda, que logró una marca de 28 minutos y 36 segundos, fue la ganadora en la categoría femenina.



> Entrega de premios.

En la feria náutica más importante de Palma de Mallorca



> Imagen del stand de Helvetia Seguros en la feria.

Un año más, Helvetia Seguros ha estado presente en la XXXIV edición del Boat Show Palma, la mayor feria náutica de Baleares, a través de nuestro agente exclusivo Castañer Ysasi. La octava edición del evento, que se celebró del 28 de abril al 2 de mayo en la Dársena del Muelle Viejo del Puerto de Palma de Mallorca, congregó a más de 20.000 personas.

En la feria, Helvetia Seguros dispuso de un stand informativo para ofrecer información a los visitantes sobre sus productos específicos para el sector náutico. Durante los cinco días que duró la exposición, muchas personas se acercaron hasta el stand de la compañía para interesarse por su seguro para embarcaciones.

Helvetia Seguros estuvo muy presente durante todo el evento, ya que además del stand, su imagen también se insertó en la cartelería, los folletos y en el resto de material informativo y promocional del evento.

Como en años anteriores, la participación de la compañía en la feria ha sido muy positiva. Gracias al encuentro, Helvetia Seguros no sólo ha podido potenciar la comercialización de su producto para embarcaciones, sino también establecer interesantes contactos comerciales que le permitirán incrementar su visibilidad en la zona y aumentar su vinculación con este sector que es tan importante en Palma de Mallorca.

Contratación online del producto de Motos

Helvetia Seguros ha incorporado a su página web, y a la de aquellos mediadores con web corporativa, la tarificación, contratación y firma digital del Seguro de Motos (A79).

A través de este tarificador online para ciclomotores, motocicletas y quads, los usuarios tienen la posibilidad de contratar, desde cualquier dispositivo y en cualquier momento, el producto que mejor se adapte a las necesidades de su vehículo. Tienen la oportunidad de elegir entre varias opciones, desde la póliza más básica, que incluye el seguro obligatorio, hasta la más completa, la modalidad de todo riesgo. Además, también pueden personalizar su póliza, gracias a las ampliaciones de garantías que se encuentran disponibles, como la Ampliación de Responsabilidad Civil del propio conductor como peatón o ciclista, la defensa y reclamación de daños al vehículo, etc.

Para facilitar el proceso de contratación online, Helvetia Seguros ha apostado por una herramienta sencilla e intuitiva, que cuenta con un novedoso diseño. Desde el primer momento, el tarificador establece un diálogo en primera persona con el usuario para guiarle durante todo el proceso, indicándole paso a paso lo que debe hacer.

El Seguro de Motos Online supone un paso más en el proceso de transformación digital que tiene en marcha Helvetia Seguros en su estrategia helvetia 20.20. Con el lanzamiento de este producto, la compañía se adapta a las necesidades actuales del mercado, en el que el consumidor digital tiene cada vez más protagonismo.

Helvetia Seguros con estos tipos de iniciativas no sólo pretende desarrollar su presencia en Internet, también busca posicionar a sus mediadores en este canal, posibilitándoles la oportunidad de que sean ellos mismos quienes proporcionen a sus clientes los servicios online que estos demandan.



Nueva actualización de la app para clientes



Ya está disponible la nueva actualización de la aplicación de Helvetia Seguros, donde los clientes podrán encontrar nuevos servicios para consultar a través de su móvil. Una nueva versión que responde a las necesidades de los usuarios de esta app y que busca dar mayor autonomía al cliente.

En concreto, las novedades que presenta la nueva versión de la app de Helvetia son:

- Acceso a los cuadros médicos del Seguro de Salud y Decesos: se proporciona a los clientes un acceso directo a dichos cuadros médicos desde el menú de Servicios de la propia aplicación.
- Opción de activar / desactivar notificaciones: la nueva versión de la app pone a disposición de todos los clientes registrados la opción de recibir notificaciones de sus próximos recibos.
- Enlace a la app 'Helvetia casos de emergencia': dirigida a los usuarios de iPhone, estos clientes tendrán disponibles consejos prácticos, teléfonos y soluciones útiles para reaccionar ante cualquier emergencia.
- Acceso a nuestro perfil de 'Instagram': se ha añadido un acceso al nuevo perfil de Helvetia Seguros en la red social 'Instagram'.

Helvetia Seguros sigue trabajando en optimizar esta aplicación para sus clientes y en los próximos meses presentará nuevos avances.

Sin diferencias entre hombres y mujeres



La igualdad entre hombres y mujeres a nivel empresarial es una cuestión primordial para Helvetia Seguros. Desde 2012, nuestra compañía cuenta con un Plan de Igualdad propio, conforme a lo establecido en el artículo 45 de la Ley Orgánica 3/2007 del 22 de marzo, de cara a garantizar la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y eliminar cualquier tipo de discriminación por razón de sexo.

Con este Plan de Igualdad Helvetia Seguros pretende alcanzar una representación equilibrada de la mujer en la empresa, promoviendo y mejorando el acceso de la mujer a puestos de responsabilidad.

Con el objetivo de prevenir el acoso sexual y acoso por razón de sexo en la empresa, Helvetia Seguros cuenta con un código de conducta para proteger a todos los empleados y empleadas de cualquier ofensa de naturaleza sexual.

Desde la puesta en marcha de este plan se han alcanzado grandes logros en la empresa en este sentido, como una mayor concienciación gracias a diferentes iniciativas de formación, una mejora sustancial en nuestro sistema de selección que garantiza la ausencia de discriminación y también la medida de ampliar en dos meses la posibilidad de acogida a un permiso no retribuido para atender determinadas circunstancias.

Pero aún queda camino por recorrer. Es por ello por lo que desde el Departamento de Recursos Humanos, a través de la Comisión de Igualdad, se lleva a cabo una revisión continua del documento para corroborar su vigencia y se prevé una próxima actualización con la que esperamos continuar garantizando las condiciones de igualdad y de trato entre las mujeres y los hombres en nuestra empresa.

Las novedades del nuevo Convenio Colectivo General

Desde el mes de junio, los trabajadores de las aseguradoras, corredurías de reaseguros y mutuas colaboradoras de la Seguridad Social de España cuentan con un nuevo Convenio Colectivo General, que abarca el periodo 2016- 2019.

El nuevo convenio, que ha sido suscrito por las asociaciones empresariales UNESPA, AMAT y ASECORE y por los sindicatos CC.OO y UGT, presenta destacadas novedades en algunos ámbitos.

En lo que a los salarios se refiere, para los ejercicios de 2017, 2018 y 2019 se contempla una evolución salarial acorde con el ritmo de actividad de la economía española en términos del Producto Interior Bruto (PIB). De manera que con un PIB superior a 0% se producirá un incremento salarial con la introducción del Índice de Precios al Consumo (IPC) como elemento moderador o potenciador.

En cuanto al nuevo sistema de previsión social complementaria, hay que destacar que se ha sustituido el actual premio de jubilación por un seguro de aportación definida. Este nuevo sistema se aplicará de forma directa a los nuevos empleados. Aquellos trabajadores que ya formaban parte de la plantilla con anterioridad tendrán la posibilidad de elegir entre este nuevo sistema o permanecer en el anterior. La aportación anual a realizar por la empresa se concreta en el 1,9% sobre el sueldo base del Convenio del sector. Estas aportaciones se consolidan a partir de los 10 años de permanencia del trabajador en la empresa (art. 62.1.C).

Por otra parte, desde 2018 el Día del Seguro, tradicionalmente día festivo para las entidades aseguradoras, se sustituirá de forma general por un día de vacaciones. Asimismo, el permiso de dos días laborables establecido para los supuestos de accidente o enfermedad grave, hospitalización o intervención quirúrgica de familiares directos podrá disfrutarse por horas en lugar de por días completos, de cara a favorecer su mejor utilización.



> Participantes en la firma del nuevo Convenio. Foto: UNESPA.

Formación

Formación para empleados

Programas de Desarrollo Directivo (PDP1 y PDP2) 21 asistentes, 40 horas en 5 jornadas de trabajo (PDP1) y 32 horas en 3 jornadas de trabajo (PDP2). En Sevilla de febrero a mayo. Impartido por la consultora Otto Walter,

Introducción a Metodologías Ágiles 24 asistentes, 2 cursos de 4 horas celebrados en Sevilla e impartidos por Aitor Bilbao.

Mejoras en CRM 150 asistentes, 9 sesiones formativas dirigidas a tramitadores, operadores del Call Center, UGC, PIN, CDA, etc. Impartidas por Francisco Astola en Sevilla, Madrid y Pamplona durante mayo y junio.

Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo 132 asistentes, 10 cursos impartidos por Zonas Comerciales y Departamentos específicos. Impartidos por Juan Manuel Díaz Roca de abril a junio.

Gestión Comercial 12 asesores comerciales, 16 horas de formación impartidas en junio en Sevilla a cargo del consultor Javier Sierra.

Metodologías Ágiles - Product Owner 11 asistentes del Área de Estrategia y Transformación digital, 14 horas de formación en 2 sesiones impartidas en Pamplona el 13 y 14 de junio.

Formación para mediadores

El Agente Empresario (sesión de seguimiento) 13 agentes exclusivos, celebrado el 25/04/17 en Sevilla e impartido por el consultor Javier Sierra

Planificación estratégica 12 agentes del cuarto año del Plan de Carrera - Agentes PAC. Sevilla 9 y 10 de mayo, 16 horas.

Nuevos Agentes Élite 31 agentes exclusivos, 2 acciones formativas: Sevilla (9 y 10 de mayo) y Madrid (23 y 24 de mayo). 22 horas

Jornada formativa en Colegio de Granada

El Colegio de Mediadores de Granada realizó el 10 de mayo su tercera jornada formativa de 2017 con la colaboración de Helvetia Seguros. La sesión, que estuvo dirigida por Juan Manuel Rico, responsable del Departamento de Formación de Helvetia Seguros, y Francisco Astola, responsable del departamento de Investigación y Desarrollo de Mercado de la compañía, estuvo centrada en "La formación de las aseguradoras y la inteligencia de los clientes".



La jornada despertó gran interés entre los asistentes. Al término del encuentro, todos valoraron positivamente la información recibida y coincidieron en la necesidad de seguir recibiendo estos tipos de acciones formativas que ayudan a mejorar su labor profesional.

Profundizando sobre "El Seguro de Arte e Instrumentos Musicales"

El pasado 5 de Julio, Helvetia Seguros organizó, junto con el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona y la Fundació Auditorium, un desayuno para analizar las especiales características de los seguros de arte e instrumentos musicales.



> Un momento de la jornada celebrada en el Colegio de Mediadores de Barcelona.

La jornada, que tuvo lugar en las instalaciones del Colegio de Barcelona, estuvo dirigida por Pablo Ibars de Muller, responsable de Empresas de Helvetia Seguros.

Durante el encuentro, se revisó la situación actual del mercado de seguros de arte a instrumentos musicales en España, se analizaron los principales riesgos y coberturas de los productos y se trataron los principales aspectos relativos a siniestros. Asimismo, se ofreció a los asistentes un desayuno, por cortesía de Helvetia Seguros.

Ésta ha sido la primera jornada de formación que celebra Helvetia Seguros conjuntamente con el Colegio de Mediadores de Barcelona, tras la firma del acuerdo de colaboración que suscribieron en junio. El encuentro, que tuvo muy buena acogida por parte de los corredores y agentes que asistieron al acto, se enmarca dentro de las acciones de formación que la compañía realiza sobre la mediación de seguros.

La importancia de la comunicación en la tauromaquia

La Asociación para el Progreso de la Comunicación celebró el pasado 29 de mayo en la Sala Helvetia un case study sobre los retos de comunicación de la cultura taurina, que se denominaba “Tauromaquia: construir un mensaje relevante”.

La sesión, que estuvo dirigida por el consultor experto en comunicación Arturo Pinedo, estaba especialmente destinada a los profesionales de la comunicación y de la tauromaquia. En ella, se profundizó sobre todo lo que la cultura taurina puede aprender de la Comunicación para construir un mensaje relevante.

Los participantes estuvieron muy implicados durante todo el taller, donde aprendieron cómo comunicar con sentido de relato y cómo construir un estilo propio de comunicación, teniendo en cuenta el público objetivo al que pretenden dirigirse.



Convención de peritos



Los peritos realizan una importante y valiosa labor en Helvetia Seguros. Su trabajo es determinante para el éxito de nuestro proyecto empresarial. Por ello, desde hace varios años nuestra compañía, a través del Departamento de Gestión de Redes Particulares, organiza diversas convenciones anuales con los peritos de Autos y Riesgos Diversos de las distintas zonas por todo el territorio nacional.

Los días 12 y 13 de junio la Sala Helvetia acogió uno de estos encuentros en los que se combina la información con la formación. Durante la convención, los peritos pudieron compartir e intercambiar experiencias con sus compañeros. Además, se realizó un balance de la actividad de peritación de Helvetia Seguros.

El balance de estas reuniones ha sido muy satisfactorio. Gracias a ellas, Helvetia Seguros ha podido reforzar sus vínculos con estos proveedores que tienen gran valor estratégico para la compañía.

Avanzamos en medioambiente



La apuesta por la sostenibilidad medioambiental es una de las señas de identidad de la Estrategia helvetia 20.20, dentro de la cual cada año se plantean ambiciosos objetivos de reducción de la contaminación ambiental y ahorro en el consumo eléctrico, de agua o de papel. Helvetia Seguros se adhirió hace varios años al Carbon Disclosure Project (CDP), un sistema de divulgación global para medir y gestionar el impacto de la compañía en el medioambiente. De manera anual se completa un cuestionario específico donde se recogen diversos indicadores acerca del consumo de electricidad, de agua, de papel y de residuos, y se calcula el total de emisiones de CO₂.

Dentro de la política de Responsabilidad Corporativa, y no sólo relacionado con el medioambiente, Helvetia Seguros reporta en base los principios recogidos por la Global Reporting Initiative (GRI), lo que supone someter a la actividad del negocio a unos estándares orientados a la responsabilidad social y medioambiental.

Auditorías energéticas: optimización de los recursos

La tendencia en la sociedad va hacia una mayor preocupación y concienciación sobre la protección del entorno y cada vez surge normativa relativa a este tipo de cuestiones. La entrada en vigor del Real Decreto 56/2016, de 12 de febrero, obligaba a todas las compañías de más de 250 empleados a realizar una auditoría energética que abarcara, como mínimo, el 85% de sus instalaciones en el territorio nacional con el objeto de comprobar si la gestión energética de los edificios está optimizada.

Así, Helvetia Seguros ha llevado a cabo esta auditoría energética en sus tres sedes de Madrid, Pamplona y Sevilla y 19 sucursales que, de acuerdo con los registros de la compañía, suponen más del 85% de su consumo total de energía.

Las auditorías incluían diversos elementos de análisis, ofreciendo una visión integral del consumo energético en las instalaciones. Así, en cada instalación se analizaban los consumos de electricidad y de gas, tanto de oficinas como de zonas comunes.

El resultado de los informes emitidos muestra una valoración positiva, si bien desde Helvetia Seguros se continúa en la búsqueda de una mejora continua y se suceden nuevas iniciativas relativas, por ejemplo, al cambio de luminarias, orientadas a una reducción del consumo y a un mayor uso de las energías renovables.

Objetivo: concienciar a los más pequeños

Uno de los objetivos de la Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros es la formación y concienciación sobre los problemas que afectan actualmente al medioambiente, promoviendo una actitud responsable y cuidadosa. En el marco de este objetivo, el pasado 6 de junio, en A Coruña, tuvo lugar la representación 'El invisible Nikolaus'.

De la mano de la compañía de teatro de Blanca Marsillach, más de 500 alumnos de diversos colegios coruñeses asistieron a este musical donde, a través de las aventuras del toro Cortés y sus amigos, aprendieron

valores ecológicos y de protección del medioambiente, con vistas a su puesta en práctica en su día a día.

"El invisible Nikolaus" es una obra educativa y pedagógica que pretende hacer entender a los más pequeños que, con la colaboración de todos, se puede ayudar a proteger a nuestro entorno. Valores como la amistad, el compañerismo o el respeto por el medioambiente están presentes en este musical. Una obra que se enmarca dentro del programa de teatro social educativo que la Compañía de Teatro de Blanca Marsillach lleva desarrollando desde hace más de ocho años.





> Edenred es proveedor de Helvetia Seguros desde el año 2004.

40 años cuidando la calidad de vida de los trabajadores

Tras cuatro décadas de actividad, Edenred se ha convertido en la empresa líder mundial en el campo de los vales de servicio prepago para empresas. Con presencia en 42 países y una plantilla de 127 empleados, la compañía crea y gestiona soluciones para mejorar la eficacia de las organizaciones, buscando también mantener el poder adquisitivo de los trabajadores. Desde sus inicios, es empresa proveedora de Helvetia Seguros.

En el caso de España, Edenred tiene oficinas en Madrid, Bilbao, Sevilla, Valencia y Valladolid. Inicialmente, su actividad en nuestro país se centraba en la gestión de Ticket Restaurant. Con el paso de los años, la oferta de la empresa fue creciendo mediante la incorporación de nuevas soluciones, tales como, en 2003, Ticket Guardería; en 2009, Ticket Corporate; en 2010, Ticket Transporte; y finalmente, en 2016, el lanzamiento de Ticket Gasolina. Las soluciones que propone Edenred

garantizan a las empresas que sus fondos se asignan a un uso específico y permiten la gestión de tres ámbitos o áreas de actividad: primero, los beneficios para empleados, con algunos de los productos ya mencionados como Ticket Restaurant®, Ticket Guardería, Ticket Transporte o Ticket Flex; segundo, los gastos profesionales, con productos como Ticket Gasolina y Ticket Corporate; y tercero, la motivación y las recompensas, a través de Ticket Regalo y Ticket Compliments. Actualmente, la



> Pierre Gagnoud, director general de Edenred.



compañía cuenta con un volumen de 10.000 clientes, 400.000 usuarios y 80.000 afiliados en todo el mundo.

Desde el año 2004, Edenred es proveedor de Helvetia Seguros, quien abastece a la compañía de las soluciones Ticket Restaurant. Desde 2012, este servicio se ofrece no sólo en formato papel sino también a través de tarjeta electrónica. “Ambos productos conviven -explica Pierre Gagnoud, director general de Edenred-, respondiendo así a las distintas preferencias y necesidades de sus empleados”. Es en el sector del seguro, y en el de servicios en general, donde la empresa tiene mayor penetración en el mercado nacional.

Como Helvetia Seguros, Edenred mantiene un firme compromiso con la actividad de Responsabilidad Social

Corporativa. “Para nosotros es algo estratégico -sostiene Gagnoud-. Por eso, mantenemos una estrecha colaboración con asociaciones como Acción contra el Hambre, con la que pusimos en marcha Comparte Ticket Restaurant, un programa que permite que, cada año más de 70 empresas y sus empleados donen sus Ticket Restaurant para que 40.000 niños y niñas reciban diariamente sus tratamientos contra la desnutrición aguda. El 100% del importe nominal del ticket va destinado a la ONG y contribuye a apoyar sus programas contra la desnutrición infantil, implantados en más de 40 países”.

Asimismo, desde 2009, la empresa colabora con el programa europeo FOOD (Fighting Obesity through Offer and Demand). Así, desde la posición de Ticket Restaurant, en contacto diario

con restaurantes y usuarios, promueven la oferta y el consumo de menús equilibrados y sanos cada día.

Con respecto a Helvetia Seguros, el CEO de Edenred considera que “es una compañía sólida, con un gran valor en España, y eso mismo hace que sea un orgullo que confíe en nuestros productos”.

De cara al futuro, Edenred apunta hacia una mayor flexibilidad: “Vivimos cada vez más una clara apuesta por parte de las compañías por ofrecer a sus empleados soluciones de retribución flexible, incentivos o ayuda a la conciliación laboral y personal. Y, lo que es más importante, los propios trabajadores otorgan cada vez mayor valor a este tipo de beneficios. Lo que comenzó tal vez como una forma de mejorar las condiciones económicas de los trabajadores de un modo que no fuera únicamente salarial debido a la crisis económica, se ha convertido en un ‘plus’ que el empleado valora enormemente y que comienza a demandar”.

Como principal valor diferencial de Edenred con respecto a la competencia, el director general valora, por un lado, el servicio al cliente y, por otro, la amplitud de la oferta, capaz de responder prácticamente a cualquier necesidad. “De hecho -explica-, una de las cosas de las que más orgullosos estamos es del elevado grado de satisfacción que muestran nuestros clientes con todos nuestros productos y soluciones, especialmente con Ticket Restaurant”. Y no menos importante, la innovación: “Con el objetivo de dar la mejor respuesta a nuestros clientes y sus necesidades, siempre vamos un paso por delante del propio sector, convirtiéndonos en un *early adopter* de cualquier innovación tecnológica”, explica. De hecho, Edenred fue la primera compañía del sector en ofrecer sus servicios en Apple pay, la plataforma de pago móvil de Apple.



“Contar con personal que habla inglés nos diferencia de la competencia”

A pesar de su corta vida, Ferdiesa (suma de los nombres de sus tres socios, Fernando -quien contesta la entrevista-, Diego y Sandy) se ha afianzado como una de las agencias de Helvetia Seguros más dinámicas de España. Nació en 2010 en Santa Cruz de Tenerife y desde entonces ha obtenido distinciones como Agencia del Año (2010, 2014 y 2015), Especialista Vida 2016 y Club Helvetia Platino 2011. Su negocio es eminentemente de clientes extranjeros y, aunque el ‘Brexit’ les está afectando, afrontan el futuro con mucho optimismo.



Fernando Benítez. Ferdiesa Seguros

¿Cómo es el comportamiento de los seguros en vuestra zona?

Hay que tener en cuenta que nuestros principales clientes son de Gran Bretaña e Irlanda, residentes y no residentes en la isla de Tenerife. Ahora mismo los productos de PAF (Plan de Asistencia Familiar) y Hogar son los más populares. La mayoría de los clientes van y vienen, por lo tanto, no son residentes fijos; el ‘Brexit’ ha afectado mucho a los productos de ahorro.

¿Cómo crees que ha evolucionado el sector en los últimos años? ¿Y particularmente el mundo de los agentes?

Diría que hay una mayor informatización de los sistemas, así como más facilidad a la hora de ofrecer

presupuesto y proyectos en el momento, es decir, una respuesta más rápida a los clientes. Por otro lado, se ha mejorado mucho en la información que tenemos y podemos ofrecer, también en otros idiomas. El sector es más estable ahora, se ha recuperado mucho después de la crisis del 2007.

¿Crees que Helvetia Seguros es una marca conocida y valorada en su zona de implantación?

Nuestros clientes están contentos en general con los productos que desde Helvetia Seguros les ofrecemos. Y aunque hay mucha competencia en nuestra zona, contar con personal que habla inglés nos diferencia de otras agencias de nuestro alrededor y hace que muchos clientes extranjeros prefieran trabajar con nosotros.



¿Cuáles son los valores diferenciales de tu agencia con respecto a otras agencias de seguros de la competencia?

Además de la ya comentada del idioma, ofrecemos servicios personalizados a cada cliente, entregando pólizas a domicilio o realizando visitas. La atención y el servicio al cliente es clave en el éxito de nuestra agencia. El Customer Care (Atención al Cliente), como lo llamamos aquí, es muy importante para nosotros.

¿Quién ha sido tu principal maestro en esto de los seguros?

Sin lugar a dudas José María Rodríguez Frías, asesor comercial de Sucursal Tenerife.

¿Cómo valoras la cobertura que Helvetia Seguros ofrece a sus agentes exclusivos?

Es muy buena. Nos sentimos muy apoyados por la Sucursal que la compañía tiene en Santa Cruz.

¿Cuáles son los objetivos de tu agencia a medio y largo plazo?

Nuestro principal objetivo es seguir creciendo, intentando aumentar nuestra cartera de clientes y atraer a nuevos clientes de la isla y de otras nacionalidades que viven también en Tenerife, siempre tratando de dar un servicio y una atención al cliente de alta calidad. Asimismo, nos proponemos mejorar el trabajo que realizamos directamente en nuestra agencia utilizando aún más las herramientas informáticas que la compañía nos ofrece para poder dar respuestas más rápidas a nuestros clientes.

Parece que empezamos a dejar atrás la crisis. ¿Crees que eso está teniendo reflejo en la decisión de contratar seguros por parte de las familias?



Claro que sí, aunque ahora nosotros tenemos el problema del “Brexit” que afecta a las decisiones de nuestros clientes británicos a la hora de contratar productos de ahorro.

¿Qué cualidades debe tener, a tu juicio, un buen agente de seguros?

Sin duda, lo primordial es disponer de un conocimiento profundo del producto que se vende y también tener experiencia en la venta. Esto permite poder contestar a las preguntas y dudas del cliente de manera rápida, clara y segura, lo que puede suponer un valor añadido a la hora de contratar un seguro.

“Estamos muy satisfechos con el servicio que ofrece Helvetia Seguros”

Hace cuarenta años, Joan Miró soñó con un centro vivo y dinámico dedicado al estudio de su obra, atento al arte del momento y abierto a la ciudad. La Fundació Joan Miró nació entonces como agente dinamizador de la cultura en Barcelona, en torno al legado del universal artista. Siguiendo su mandato, la Fundació ha consolidado un espacio mironiano de referencia internacional, que se extiende al estudio y la investigación del arte contemporáneo. Todas las pólizas de la fundación están a cargo de Helvetia Seguros, siendo uno de los clientes más importantes de la compañía en la zona de Cataluña.

¿Qué grandes proyectos e iniciativas contempla la fundación de cara al futuro?

El desarrollo de proyectos de investigación de la obra de Miró. Ya somos un centro de referencia internacional, gracias a iniciativas como la Cátedra Miró, que tiene el objetivo de profundizar en el estudio y difusión del artista a partir del Grupo Internacional de Investigación Joan Miró. Ahora también queremos consolidarnos como centro de producción de proyectos que permitan comprender mejor la obra del artista. Por este motivo y, a partir de la actividad del Grupo de Investigación, se ha puesto en marcha la serie Miró Documents, un ciclo de exposiciones, simposios y publicaciones que, con el apoyo del Círculo Miró, aborda y analiza nuevas aproximaciones a la obra de Joan Miró a partir de los fondos del Archivo de la fundación.

La fundación promueve una intensa actividad de divulgación tanto para escolares como para familias. Entendemos que esto forma parte de un compromiso social con su entorno. ¿Cuál es la filosofía de la Fundació Joan Miró en este aspecto?

La fundación tiene desde sus inicios y como ilustración de su compromiso social un departamento educativo del cual surgen una serie de líneas de programación para apoyar la labor de divulgación sobre Miró y sobre arte contemporáneo a todo tipo de público desde una perspectiva experiencial. En concreto, la Fundació Joan Miró ofrece un programa de actividades educativas vinculado a su colección, al edificio de la fundación y a las exposiciones temporales. Con relación a los centros educativos, la fundación diseña contenidos específicos para cada una de las etapas: educación infantil, educación primaria, educación secundaria obligatoria y bachillerato. Por otro lado, el departamento educativo ha desarrollado una línea de actividades específicas para familias, siendo esta programación, desde sus inicios, un referente en la ciudad de Barcelona. El programa educativo de la fundación tiene un enfoque global y, por este motivo, incluye también actividades para colectivos de público adulto y tiene una especial vocación por la labor de proximidad y la vinculación activa a su entorno más inmediato.



Dolors Ricart, subdirectora gerente de la Fundació Joan Miró



Confían su aseguramiento en Helvetia Seguros. ¿Cuál es la valoración sobre su servicio?

Pues la verdad es que estamos muy satisfechos con el servicio que ofrecen. Por una parte, un buen conocimiento y sensibilidad del mundo del arte -tan específico y exigente-, una atención personalizada que nos permite estar tranquilos en todo momento y una gran solidez empresarial.

Y en términos de imagen, ¿qué imagen cree que proyecta Helvetia Seguros a la sociedad como compañía aseguradora?

Creo que la imagen de la empresa genera confianza por su proximidad con el cliente y el conocimiento de sus necesidades. Y, sobre todo, la certeza de una respuesta positiva de la empresa en la asunción de los riesgos asociados a la naturaleza de su servicio.

¿Cuál ha sido la exposición que ha cosechado mayor éxito en los últimos años? Y entre las piezas de Joan Miró, ¿cuál diríais que es 'la joya de la Corona'?

Muchas. Probablemente “La escalera de la evasión” sea una de las más importantes de los últimos años, una muestra retrospectiva sobre el compromiso de Miró con los tiempos que le tocó vivir, coproducida con la Tate Modern de Londres y con más de 170 obras en exposición. Más recientemente, destacaría también exposiciones como “Barcelona, Zona Neutral” o “Fin de Partida”, con las que la fundación acerca los grandes artistas del siglo XX y XXI al gran público. Por lo que respecta a

la colección, toda ella tiene un carácter singular por haberse constituido en torno a la selección original de obra que el artista legó para la creación de la institución. De entre estas piezas que Miró quiso que fueran conservadas, estudiadas y mostradas aquí en la fundación, destacan por su relevancia y significación artísticas “La estrella matinal” (1940), una de las piezas más destacadas de la serie Constelaciones, y los trípticos “Pintura sobre fondo blanco para la celda de un solitario” (1968) y “La esperanza del condenado a muerte” (1974), obras que gracias a la nueva presentación de la colección actualmente su pueden volver a contemplar en los espacios diseñados específicamente para ello por el artista y el arquitecto Josep Lluís Sert.



Seguros de Hogar: tu casa en las mejores manos

Recientemente, Helvetia Seguros puso en el mercado su nuevo producto Helvetia Hogar 20.20. Se trata de un producto más flexible, con mayor amplitud de coberturas y muy competitivo con el que nuestra compañía se sitúa a la vanguardia del mercado en el ámbito del seguro multirriesgo del Hogar. Aprovechando este lanzamiento, dedicamos el reportaje central de En buena compañía de septiembre para ofrecer algunos interesantes datos y reflexiones sobre lo que este seguro representa en España. Por ejemplo, probablemente no sabías que más del 70% de los hogares de nuestro país cuenta con seguro de Hogar.





Como explica la última Memoria Social del Seguro editada por Unespa, el seguro multirriesgo del Hogar ha sido uno de los ramos que ha protagonizado un mayor desarrollo en las últimas décadas, hecho que ha venido favorecido por la fuerte penetración de la propiedad en nuestro país y por el importante 'boom' inmobiliario de los años 90. Llama la atención, además, que, con la excepción del año 2008, la crisis económica no ha conseguido invertir esta tendencia, que se mantiene hasta hoy. Así, según Unespa, la tasa de aseguramiento de los hogares españoles está en un nivel muy cercano al 71%.

Tomando como referencia la última radiografía disponible, correspondiente a 2014, el número de viviendas aseguradas en España se situaba por encima de los 18 millones, de las que 13,5 millones se correspondían con pisos y 4,5 millones con viviendas unifamiliares. Este volumen supone un valor económico de unos 2,3 billones de euros.

Una de las cuestiones que despiertan más curiosidad es saber cuál es el siniestro más frecuente en las viviendas. En este apartado, el daño por agua gana con diferencia (1,9 millones de averías en 2014), seguido por la rotura de cristales (1 millón de siniestros en 2014) y, a mayor distancia, por los eventos ocurridos por fenómenos atmosféricos o por fallos eléctricos.

Si nos centramos en el análisis por comunidades, las de Cataluña, Andalucía, Madrid y la Comunidad Valenciana son, por este orden, las que concentran mayor volumen de asegurados de Hogar.

Mención aparte merecen los robos en los hogares. Tomando como referencia los más de 80.000 siniestros de robo ocurridos en 2014 en España, la Memoria Social de Unespa lleva a cabo un interesante análisis de los robos en los hogares españoles. De este modo, concluye con afirmaciones sorprendentes, como por ejemplo el hecho de que en Madrid la probabilidad de robo es un 56% mayor que en el conjunto de España. Y llama la atención asimismo la alta probabilidad de comunidades como Murcia (un 44% superior al conjunto del país) a pesar de su baja concentración urbana comparativamente con otras comunidades.

Si nos atenemos a los periodos anuales con mayor concentración de robos, son los meses de enero, marzo y agosto los más propicios para los 'cacos'.

Otra cuestión curiosa en relación con la contratación de seguros de hogar tiene que ver con la influencia que el tipo de casa tiene en la contratación. Así, las familias que residen en edificios de 10 o más viviendas tienden a asegurar más su casa que aquellas que habitan en viviendas unifamiliares. Así, el porcentaje de familias aseguradas alcanza el 80% en el caso de los pisos. Si atendemos al número de habitaciones y su influencia en las contrataciones, sucede que cuantas más habitaciones tiene una casa, mayor tendencia existe a la contratación de un seguro de hogar. Así, el 78% de las casas con cinco y seis habitaciones están aseguradas. En las que tienen una única habitación, el ratio de aseguramiento se queda en un 13%.

En el caso de Helvetia, las pólizas de Hogar ascienden a 268.087, lo que representa un 26,5% del total de pólizas de la compañía. Incrementar esa cuota es el principal objetivo que se persigue con el nuevo Helvetia Hogar 20.20, un producto que persigue ser "algo más que un seguro de Hogar".

El producto ofrece un catálogo de coberturas que, por su amplitud y alcance, se sitúa a la vanguardia del mercado. Así, el seguro cubre goteras y filtraciones, desatascos, fontanería urgente sin daños, exceso de consumo de agua, robo o restauración estética para bienes inmobiliarios. Asimismo, el producto plantea una selección de servicios en ámbitos como la asistencia en el hogar e informática, bricohogar, reparación de electrodomésticos de línea blanca, navegación segura en Internet o línea médica, entre otras.

Por otro lado, fiel a su vocación flexible, el seguro permite el diseño a medida, con posibilidad de elegir entre una extensa gama de garantías opcionales, entre las que destacan algunas como la responsabilidad civil de perros peligrosos, vehículos y motos en garaje o instalación solar.

Pero probablemente una de sus principales bazas sea su adaptabilidad a distintos niveles de necesidades. Así, más que un producto, Helvetia Hogar 20.20 es una



familia de productos formada por tres líneas: Helvetia Hogar Vital, Helvetia Hogar Élite 20.20 y Helvetia Hogar Alquiler 20.20.

Helvetia Hogar Vital no es en realidad nuevo. Se trata del producto anterior de Hogar de Helvetia Seguros, que asegura las garantías imprescindibles en un seguro de este tipo y cuya producción se mantiene. Helvetia Hogar Élite y Helvetia Hogar Alquiler 20.20 van un paso más allá, con un concepto multirriesgo que abarca numerosas coberturas y servicios adicionales.

Helvetia Hogar Élite 20.20 y Helvetia Hogar Alquiler 20.20 comparten muchas de sus ventajas, con la diferencia de que el de alquiler va destinado a coberturas en este tipo de inmuebles.

Seis son las principales ventajas de Helvetia Hogar en sus dos modalidades (Élite y Alquiler):

- Tarifa competitiva. Los productos mejoran las tarifas en el tipo de vivienda Piso Intermedio para aumentar la competitividad en el precio.
- Mejor presentación. Los productos cuentan con un nuevo diseño que incluye información más atractiva.

- Documentación más sencilla. Asimismo, la redacción de las garantías y coberturas es mucho más sencilla para favorecer una mejor comprensión de los clientes.

- Facilidad en la contratación. Ambos productos ofrecen coberturas básicas muy completas. Son, fundamentalmente, las siguientes:

- Goteras
- Filtraciones de lluvia al 100%, con independencia de la precipitación registrada.
- Desatasco de instalaciones residuales.
- Fontanería urgente sin daños.
- Filtraciones por defecto en el sellado de juntas en aparatos sanitarios.
- Robo en anexo.
- Restauración estética para bienes inmobiliarios.

"Las posibilidades de personalización de estos nuevos productos suponen un gran avance para considerar todas las necesidades de nuestros clientes"

> Raquel González Vélez, responsable técnico del Departamento de Riesgos Particulares.



¿Por qué es importante disponer de un buen seguro de Hogar?

La conciencia aseguradora de Hogar en nuestro país está bastante arraigada. Hay que tener en cuenta que un alto porcentaje de la renta familiar se destina a la compra de la vivienda, de ahí la importancia de contar con un buen seguro que pueda cubrirnos en caso de siniestro.

¿Qué define a los nuevos productos de Hogar Élite 20.20 y Hogar Alquiler 20.20?

El producto Helvetia Hogar 20.20 es un producto de fácil contratación,

con preguntas mínimas, con el que garantizamos una alta cobertura. Uno de los valores añadidos con que cuenta este nuevo producto es la prestación de servicios, tales como 'el manitas' o el servicio de electrodomésticos.

Por su parte, el producto de Hogar Alquiler 20.20 está enfocado tanto a arrendatarios como a inquilinos. Actualmente un tercio del sector inmobiliario se corresponde con viviendas vacacionales, y es importante para ambas partes poder contar con una póliza completa que les cubra en caso de algún percance.

¿Cómo se pueden contratar estos nuevos productos?

Las opciones de personalización que ofrecen ambos productos deben ir respaldadas por un buen asesoramiento en función de las necesidades de cada cliente, y éste es un servicio imprescindible que prestamos desde Helvetia Seguros. Por ello, lo mejor es contactar con uno de nuestros mediadores y conocer de primera mano todas las opciones.

- Ampliación de coberturas. Los productos contemplan ampliación de coberturas y límites para proporcionar una protección aún mayor a los clientes:

- Coberturas con límites de indemnización al 100%.
- Optimización de la contratación de la Edificación de la vivienda asumiendo las dependencias eléctricas.
- Cobertura al 100% de daños eléctricos e indemnización a valor de nuevo de aparatos con antigüedad menor a 5 años.
- Optimización de los límites de coberturas de robos y daños por agua.

- Mejora de servicios. Por último, como mejoras adicionales los productos incluyen:

- Asistencia de reparación de electrodomésticos.
- Servicio Bricohogar. Dicho servicio integra tanto revisión de fontanería como revisión eléctrica.

En el caso de Helvetia Hogar Alquiler 20.20, el producto incluye dos opciones de contratación, dirigidas tanto a arrendador como a inquilino.

Garantías básicas del Seguro Helvetia Hogar Alquiler 20.20

Arrendador	Inquilino
Responsabilidad Civil de la vivienda y frente al inquilino	Responsabilidad Civil de la vivienda y frente al propietario
Impago de alquiler	Inhabitabilidad temporal
Robo (edificación)	Robo y vandalismo (contenido y fuera del hogar)
Actos vandálicos del inquilino	Todo riesgo accidental

Otras interesantes garantías opcionales

Responsabilidad Civil de perros peligrosos

Responsabilidad Civil del cazador

Rotura de peceras

Accidentes

Retirada de árboles

Vehículos y motos en garaje

Instalación solar

Defensa jurídica



Una pasión construida pieza a pieza

Uno podría pensar, al hablar de una afición como la de montar puzzles, que ese tipo de pasiones sólo pueden despertar en la infancia. El ejemplo de José María García Gely lo desmiente, ya que nuestro compañero del Centro de Servicio de Sevilla se inició en este *hobby* ya entrado en la veintena.

Era todavía estudiante cuando sus padres le regalaron un puzzle de 800 piezas para entretenerse durante sus estancias de tiempo libre en la casa de campo familiar. Ese primer puzzle, que reproducía un bucólico paisaje rural, lo resolvió sin dificultad pero ni siquiera todavía le azuzó el gusanillo.

Poco después, José María conoció a la que más tarde sería su mujer, Esperanza. Ya siendo novios, Esperanza lo invitó a la casa de la playa de su familia. Para vencer las reticencias de José María en relación con la playa -no le gustaba por aquel entonces, aunque hoy ya sí: pasan buena parte de su tiempo libre en su apartamento de

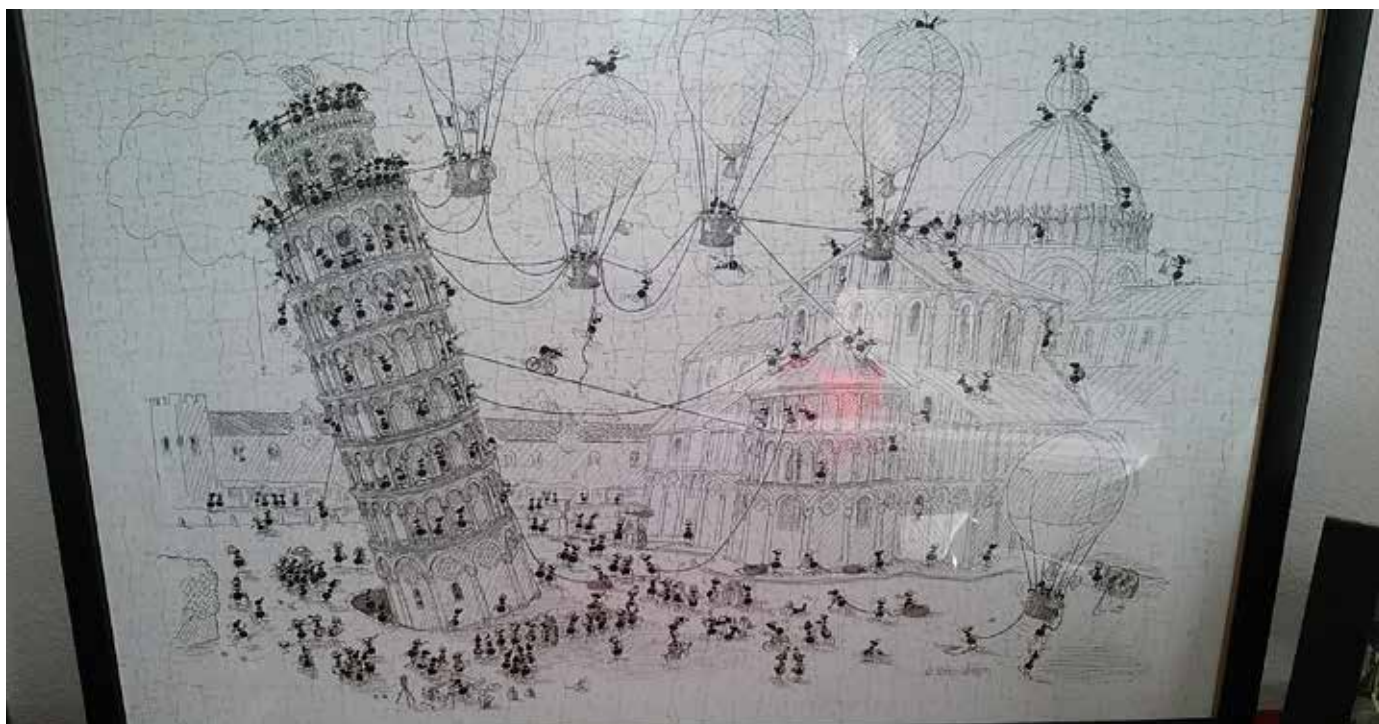


Chipiona (Cádiz)-, su futura mujer le regaló un nuevo puzzle. Esta vez, el reto era más ambicioso: 3.000 piezas. “Me quedaba muchas veces en el piso haciendo el puzzle, mientras mi mujer iba con la familia a la playa -recuerda-. Finalmente lo terminé, aunque acabó en el trastero”.

Cuando se casó tuvo varias tentativas, pero siempre con puzzles menores (entre 400 y 500 piezas). No fue hasta que sus hijos se hicieron mayores cuando se le despertó con toda su intensidad la pasión. Sus hijos, de hecho -Luis Felipe, de 33 años, y Marina, de 30-, fueron los principales culpables de que reverdeciera la antigua afición, mediante continuos regalos de puzzles cada vez que una efeméride lo propiciaba.

Hoy, José María está siempre enfrascado en algún puzzle, todos a partir de 1.000 piezas, y conserva más de 50 perfectamente enmarcados. “Hago una media de cinco puzzles al año -comenta-, pero con un ritmo desigual. En verano, por ejemplo, siempre hago más de uno”.

Los puzzles de muchas piezas suponen un gran reto, pero José María tiene el problema del espacio. Él trabaja en una mesa de 1,30m y los puzzles mayores de 4.000 piezas necesitan una logística más sofisticada. Ya que todo parte de una técnica, perfeccionada a



través de los años. “Primero hay que clasificar cromáticamente las piezas, para lo que las voy almacenando en cajas según la tonalidad -explica-. A continuación, empiezo a montar ‘los filos’, es decir, las piezas que forman el marco. Una vez que tengo eso, voy componiendo por masas. Tengo tres focos de luz que apuntan a la mesa, ya que la cuestión del color es esencial. Y todos los días me siento un rato”.

Hay jornadas más productivas y otras que no lo son tanto. “Hay días que monto tres piezas y otros que monto 20. He llegado a estar ocho horas seguidas delante de un puzzle y me he levantado para despejarme un poco y a continuación he vuelto a sentarme”, comenta.

Así, hasta ver que la composición se vuelve madura ante tus ojos. “Hay un momento en el puzzle en el que te das cuenta de que él ya no te domina a ti: es tuyo, tú lo dominas a él”, sostiene.

Una afición como ésta es incompatible con un carácter impaciente. Y aunque José María se considera una persona inquieta, es también una persona muy hogareña. “No me gusta demasiado la calle, solo para pasear y sobre todo al amanecer, y eso me hace estar muchas horas en casa. Me dedico sobre todo a leer, a ver algo de tele -cada vez menos-, fundamentalmente, a montar puzzles. Es lo que más me relaja e

intento que me obsesione lo justo”. A pesar de haber llegado tarde a la afición, José María ha compuesto a lo largo de todos estos años más de 100 puzzles. Muchos, una vez resueltos, los ha donado a obras de beneficencia. Algunos otros, como su serie de Sorolla, los tiene en su piso de Chipiona. Y otros los tiene almacenados. “Mi mujer no quiere ni un puzzle en su casa -dice sonriendo-. Así que yo les voy dando la salida que puedo”. Esperanza, sin embargo, lo acompaña durante muchas tranquilas sesiones en casa: mientras él compone puzzles, ella hace *patchwork*.

A José María le gustan, sobre todo, los puzzles artísticos, que representan obras de arte pictóricas y monumentales. Empezó por catedrales (Notre

Dame de París, Catedral de Milán...) y de ahí pasó a las obras de Picasso, Miguel Ángel, Velázquez o Van Gogh. Y como todo aficionado, tiene sus debilidades y preferencias. Así, por ejemplo, una de sus composiciones favoritas es *El Cambista y su mujer*, la obra más conocida del flamenco Quentin Massys, que luce en un lugar privilegiado de su piso en Chipiona. En la actualidad esta terminando una de las locuras del Dalí.

El próximo día 17 de octubre, José María se convertirá en jubilado al cumplir los 65 años. Y como regalo de jubilación, se ha propuesto a sí mismo un reto: “Quiero montar *El Jardín de las Delicias* de El Bosco, un puzzle que tiene 9.000 fichas”. Estamos convencidos de que lo conseguirá.





*“Helvetia Seguros
suena a música de
orquesta”*

*> Antonio Soto, responsable del Departamento de
Asesoría Jurídica y Atención al Cliente*



“En el 98% de los conceptos, las cosas en Helvetia Seguros han cambiado a mejor”

> Eduardo Ábalos, director de Sucursal Ciudad Real

Antonio es el responsable del Departamento de Asesoría Jurídica y Atención al Cliente. Eduardo es director de la Sucursal Ciudad Real. Un responsable de servicios centrales frente a un director que desarrolla su actividad de cara a los mediadores. Ambos con muchos años de experiencia en la compañía (Eduardo, 20; Antonio, 30). ¿Qué ha cambiado y qué sigue siendo igual que vuestro primer día en la empresa?

Antonio Soto: Muchas cosas han cambiado, incluyendo integraciones y también importantes modificaciones legislativas. Por ejemplo, desde que entré en la compañía, se ha vivido la implantación de dos leyes reguladoras de la actividad de mediación y ya está en trámite administrativo la tercera (IDD). También disposiciones que han afectado a la propia gestión de la entidad, léanse Leyes sobre Ordenación, Supervisión y Solvencia (término incluido en la más reciente disposición) de entidades aseguradoras, y así un número importante de disposiciones que han venido a condicionar la vida de la entidad. Por lo demás, la profesionalidad y preparación de los que conformamos Helvetia Seguros sigue siendo un importante valor que ha venido formando, forma y estoy seguro de que seguirá formando parte de la propia entidad y de su cultura.

Eduardo Ábalos: Por supuesto que en todos los aspectos tecnológicos, y sobre todo en la autonomía de los mediadores en esta materia. Por otro lado, todos los ámbitos de la operativa de siniestros han cambiado enormemente. En otras cuestiones, aunque muy pocas, los cambios han sido superfluos, como algún producto que, por su idiosincrasia, lo único que ha variado es la conversión de la peseta al euro, y la permuta de las solicitudes y condicionados con los distintos logos y nombres derivados de la evolución de la empresa. El mercado o la legislación vigente y futura nos harán seguir adaptándonos a los nuevos tiempos. En el 98% de los conceptos, las cosas han cambiado a mejor.

También vosotros mismos habéis evolucionado como profesionales. ¿Qué principales competencias diríais que habéis incorporado a vuestros perfiles a lo largo de todo este tiempo?

A.S.: Esencialmente la adaptación al cambio. Es necesario adquirir habilidades para transformarse y aceptar los retos que tus responsabilidades te van poniendo y las circunstancias de lugar y tiempo establecen.

E.A.: El uso de herramientas informáticas para uso interno en detrimento del uso de otras herramientas como el teléfono, aunque a veces siga siendo necesaria una conversación telefónica y por supuesto una visita cara a cara. Mis funciones también han ido orientándose cada vez más hacia la supervisión y la dirección, aunque a veces, por circunstancias, no me queda más remedio que hacer otro tipo de actividades que hace años ya realizaba y que me toca hacer otra vez, como si empezara de nuevo. Si formas y

asesoras bien a tu equipo, podrás delegar más, y delegar más no significa trabajar menos sino trabajar mejor y de ese modo obtener un rendimiento favorable en beneficio de toda la gente que tienes a tu alrededor.

Como responsable de Asesoría Jurídica, Antonio, tu trabajo se parece en cierto modo al de una especie de "oráculo" legal, a quien todo el mundo consulta cuando se plantean dudas. Eduardo, tu trabajo tiene mucho de gestión interna y de equipos, y también, cómo no, hacia la calle. ¿Cómo es la comunicación entre una sucursal y un servicio tan específico como el de Asesoría Jurídica y Atención al Cliente?

A.S.: En mi trabajo como Asesoría Jurídica existe una enorme transversalidad y, como bien dices, me convierto en un referente necesario. La profusa regulación normativa que incide en la actividad aseguradora hace que en muchos casos el departamento se convierta en una parada obligatoria para la toma de decisiones. Los canales de comunicación con toda la organización, sin excepción, son flexibles para facilitar el acceso a todos. Lástima que no pueda llegar a todas las consultas con la agilidad e inmediatez que mis compañeros demandan.

E.A.: La comunicación es directa y más personal con Asesoría Jurídica en mi caso que la que pueda mantener con otros compañeros. No es que yo reciba un trato preferencial ni mucho menos, simplemente conozco a Antonio de hace muchos años y hemos batallado juntos contra muchas adversidades, y cuando surge algo fuera de lo común suelo tratarlo directamente con él porque nos hemos acostumbrado a ese método. Eso no quita que en el día a día mi equipo no siga los procedimientos habituales en materia de Asesoría Jurídica y Atención al Cliente, lo hacen de la forma y por el procedimiento establecido y con buena fluidez con dicho staff. Pero hay dudas sobre la Ley de Mediación o la Ley Orgánica de Protección de Datos que prefiero consultarlas en primera persona.

Eduardo, probablemente muy poca gente sabe que eres un gran aficionado a la guitarra y al coleccionismo musical. Antonio también es un buen aficionado a la música en general. Os pido un ejercicio de imaginación: ¿a qué suena la música de Helvetia Seguros? ¿Es una música alegre, divertida? ¿Música clásica o rock?

A.S.: Helvetia Seguros suena a música de orquesta, alegre y que fusiona ambas músicas, la clásica y la moderna.

E.A.: Desde luego que a clásica. Dicho esto, creo que el equilibrio perfecto estaría en una fusión, como por ejemplo el folk-rock o el power pop: músicas con raíces, alegres, contundentes y con pasión, pero respetuosas con la tradición, la realidad social actual y el sentimiento de la gente. Creo que esos estilos encajarían perfectamente con la música de Helvetia Seguros.



Antonio Soto

Esa canción es la banda sonora de tu vida: No es tanto una canción como una música. La banda sonora de la película *La Misión*.

Una música que te pone increíblemente triste:

La música nunca me pone triste.

Y otra que te alegra el día: Desde la Sinfonía del Nuevo Mundo a Yolanda, de Pablo Milanés o cualquier tema de Bruce Springsteen, Dire Straits o Fito.

Aunque estés “hasta arriba” de trabajo, siempre tienes tiempo para: Escuchar al que me lo pide.

El viaje que volverás a repetir alguna vez: Roma.

Un personaje histórico al que admiras: Diré dos que son contrapuestos: Mahatma Gandhi y Alejandro Magno.

Es pensar en él/ella y que se te dibuje una sonrisa: Sin dudarlo, mis nietos.

Algo que todo el mundo que va a tu ciudad tendría que conocer: Todo aquel que venga a Sevilla tiene que conocer toda Sevilla. Le recomendaría que se sumerja en sus calles y que trate de imbuirse de sus olores, de sus colores, de su luz.

Un libro que siempre recomiendas: Pura vida, de José María Mendiluce

Una coetilla que utilizas continuamente y no puedes evitar: No tengo ninguna coetilla especialmente, pero me gusta repetir mucho un refrán: “Dichosa la rama que al tronco sale”.

La última vez que has llorado de risa: No recuerdo la última vez, me río mucho con los amigos y la familia. Creo que es una terapia extraordinaria para combatir el estrés.

Algo de lo que te hayas arrepentido en tu vida: De nada.

Tu principal virtud (no seas modesto): El optimismo.

El defecto con el que eres más indulgente: El desorden.



Eduardo Ábalos

Esa canción es la banda sonora de tu vida: *Shake some action*, de The Flamin’ Groovies.

Una música que te pone increíblemente triste: Days of the lords de Joy División.

Y otra que te alegra el día: *I feel so good*, de Richard Thompson.

Aunque estés “hasta arriba” de trabajo, siempre tienes tiempo para: Nada.

El viaje que volverás a repetir alguna vez: Londres.

Un personaje histórico al que admiras: Práxedes Mateo Sagasta.

Es pensar en él/ella y que se te dibuje una sonrisa: Mi hijo Eduardo, con perdón de mis Susanas (mujer e hija).

Algo que todo el mundo que va a tu ciudad tendría que conocer: Los bares, aunque mejor acercarse a las Tablas de Daimiel o una rutilla por Almagro.

Un libro que siempre recomiendas: El viaje al fin de la noche, de Louis Ferdinand Céline.

Una coetilla que utilizas continuamente y no puedes evitar: No se me ha quitado el “pues” del norte en La Mancha.

La última vez que has llorado de risa: Leyendo Mi tío Oswald, de Roald Dahl.

Algo de lo que te hayas arrepentido en tu vida: De no haber pasado más tiempo con mis padres.

Tu principal virtud (no seas modesto): Tengo mucha memoria.

El defecto con el que eres más indulgente: La iracundia esporádica (mala leche temporal).



¿Qué creéis que es lo que hace distinta a Helvetia Seguros con respecto a otras compañías? ¿Cuáles son sus valores diferenciales?

A.S.: Helvetia Seguros es consciente de la necesidad de atender las necesidades de los clientes de forma directa y próxima, así como dar un trato extraordinariamente personalizado a nuestro tesoro más importante, nuestros agentes. Tal vez estos sean signos de identidad propia de Helvetia Seguros frente a otras compañías. Tampoco podemos olvidar nuestra pertenencia al Grupo Helvetia y la confianza que esto transmite a nuestros clientes.

E.A.: La cercanía, la flexibilidad y el trato personalizado son valores indiscutibles, así como un trabajo cada vez más volcado hacia el cliente y una segmentación de los mediadores realista y consecuente con la realidad del mercado. En este último aspecto no se trata de crear clases sino de crear realidades de negocio objetivas con cada perfil determinado para darles una mejor atención. Ya sé que todo lo comentado suena a “tópico”, pero se trata de toda una realidad. Conozco profundamente el sector y puedo asegurar que hay de todo, “como en botica”. A veces no valoramos lo que tenemos, y por supuesto que no somos perfectos, pero todo llegará, estamos a punto.



¿Cómo trabaja Helvetia Seguros para garantizar que toda la nueva normativa que afecta a la actividad aseguradora sea debidamente cumplida por parte de los que desarrollan su actividad de cara a los clientes?

A.S.: Principalmente, implicándonos de forma decidida en los grupos de trabajo que desde Unespa se han creado, manteniendo un análisis permanente de los procesos legislativos más influyentes en nuestra actividad y con la creación de grupos de trabajo internos que van analizando las repercusiones que los cambios legislativos pueden implicar en nuestra propia actividad, tratando así de adelantarnos a los acontecimientos.

E.A.: Con una pulcritud envidiable en la prevención del blanqueo y los cumplimientos legales, con las auditorías y con los distintos análisis internos que se hacen continuamente. Todo apunta a que se están haciendo las cosas bien, y aunque a veces nos pueda parecer que todo este trabajo interno de adaptación a la normativa ralentiza nuestra actividad comercial, creo que es positivo que se nos conozca por ser unos puristas en esta cuestión. Es interesante e importante, y los clientes lo valoran.

A debate: Nueva Ley de Distribución de Seguros

La nueva Ley de Distribución de Seguros es un buen ejemplo de normativa con una influencia muy directa sobre la gestión de los clientes. El borrador de la Ley fija sanciones de hasta cinco millones por la venta indebida de productos de inversión. ¿Una Ley como ésta representa una amenaza para el sector o es más bien una oportunidad?

A.S.: En todas estas modificaciones debemos encontrar siempre nuevos retos que nos lleven a mejorar. La nueva normativa viene a consolidar una tendencia importante, que es la defensa del cliente. Todo aquello que suponga una mayor claridad en nuestros procesos de cara al cliente, que pueda comprender mejor nuestros productos y sus derechos y sus obligaciones, es un claro aliado para Helvetia Seguros.

E.A.: Creo que la ley afectará en mayor medida a los productos IBIP, que son prácticamente la mayor parte de nuestros productos del catálogo de Vida, Ahorro e Inversión. Humildemente creo que no nos va a pillar desprevenidos, ya que ante las nuevas exigencias legales nos hemos acostumbrado a ampliar la información en la recepción de la documentación. Creo que es una gran oportunidad, ya que supone un paso más en la venta, al garantizar que la información transmitida es totalmente entendida por el contratante.

La Ley también afecta directamente a los mediadores. ¿Cómo creéis que debería abordarse internamente la preparación de la red comercial para este importante cambio?

A.S.: Precisamente éste es un tema en el que Helvetia Seguros no escatima esfuerzos para llegar a la red de mediadores: la formación. Tenemos un Departamento de Formación, reconocido por toda la organización, que coordinará las acciones necesarias. En todo caso, será preciso que toda la organización interna, especialmente

la comercial, se sumerja en lo que pueda suponer de adaptación la nueva regulación y trasladar a los mediadores las bondades y oportunidades que nos pueda brindar la nueva Ley.

E.A.: Habrá que esperar a la resolución definitiva del Anteproyecto de Ley, pero en principio la red tradicional sí se verá afectada, así como los otros sistemas de distribución tales como internet o los call center. Por lo que respecta a nuestra red, creo que se les brinda la oportunidad de profesionalizarse todavía más y diferenciarse de otros canales frente al consumidor. Hay que abordarlo con optimismo y ofreciendo a los mediadores la formación y motivación adecuada. Además, con la “gobernanza” de productos, la Ley definirá mejor el perfil del consumidor, y por lo tanto nos ayudará a conocer mejor a los clientes y saber qué, por qué y a quién hemos de vender determinados productos.

¿Está bien posicionada Helvetia Seguros para asumir un cambio como el que plantea la nueva Ley?

A.S.: Sin duda. Helvetia Seguros está dando los pasos necesarios para afrontar los posibles cambios sin ningún tipo de alteración. Fue capaz de asumir los cambios que supuso la vigente Ley y ello otorga la experiencia de una extraordinaria relación con los mediadores capaz de hacerlos cómplices en la necesidad del cambio.

E.A.: Por nuestra dimensión, infraestructuras y personal respecto a nuestras primas facturadas, confío plenamente en que así sea. Va a haber más exigencia documental pero tenemos capacidad para asumirla, todas las áreas y las personas que las dirigen y que se vayan a ver afectadas están plenamente cualificadas para realizar la adaptación necesaria.

Departamento Servicio de Prevención Propio

El Servicio de Prevención Propio es un departamento de carácter unipersonal que depende del Área de Recursos Humanos. José María Gutiérrez es su responsable, aunque realmente no está solo, ya que dentro de la empresa hay un equipo de personas designadas como recursos preventivos. Asimismo, José María cuenta con el apoyo de servicios de prevención ajenos.

El Servicio fue creado el 1 de abril de 2009, conforme a la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, que exigía a las empresas con más de 500 trabajadores contar con un servicio de prevención propio, con especialización en los ámbitos de la Higiene Industrial, Vigilancia de la Salud, Seguridad Laboral, Ergonomía y Psicología Aplicada. José María es licenciado en Psicología y titulado de nivel superior en Prevención de Riesgos Laborales en estas dos últimas especialidades, y para el resto de cobertura, cuenta con el soporte de servicios externos especializados.

Junto al Servicio de Prevención Propio y al Servicio de Prevención Ajeno, también se cuenta con los Comités de Seguridad y Salud, localizados en los tres centros de trabajo (Sevilla, Madrid y Pamplona), órganos constituidos por representantes de la empresa y de los trabajadores. En algunas sucursales existen también Delegados de Personal.

Las funciones principales del Servicio de Prevención Propio son todas aquellas que tienen que ver con la prevención de riesgos laborales, esto es: vigilancia de la salud, evaluación de los riesgos de los puestos de trabajo, concesión y actualización de los planes de emergencia, designación del personal con responsabilidades en prevención de riesgos, coordinación de actividades empresariales del personal ajeno que trabaja en centros de Helvetia y que incorporan riesgos a la empresa, gestión del personal proveniente de ETTs, análisis de daños a la salud, investigación de causas de



accidentes de trabajo y, por último, formación e información a los trabajadores en materia preventiva.

Entre los proyectos más importantes acometidos por el Servicio de Prevención Propio, destaca la integración progresiva de la prevención de riesgos en la cultura de empresa, el Análisis de los Riesgos Psicosociales, realizado en el año 2011 y pionero en el sector por aquel entonces, y que ha permitido a la compañía importantes avances en la materia con una formación adaptada a estos aspectos en cuestiones

tales como gestión del estrés, liderazgo o trabajo en equipo. También son destacables los planes de autoprotección de edificios, que se han acometido recientemente en las sedes de Madrid, con motivo de su rehabilitación, y de Sevilla (este último, actualizado en 2017). Una de las últimas medidas acometidas ha sido la dotación de desfibriladores en las sedes de Sevilla, Madrid y Pamplona. Esta acción ha conllevado la formación de 8 personas en cada centro de trabajo, que ya se consideran espacios cardioprottegidos.



Sucursales de Cataluña

Carlos Navarro fue nombrado en abril de 2016 director de Zona Cataluña. Antiguo director comercial de Nationale Suisse, es quien lidera el proyecto comercial que Helvetia Seguros desarrolla en esta comunidad, que tenía un fuerte peso en el negocio de la compañía integrada el pasado año y que se ha reforzado con la nueva estructura, formada por dos sucursales, con un objetivo muy claro: doblar su volumen de cartera.

Las Sucursales Cataluña Agentes y Cataluña Corredores comparten edificio con la Dirección de Zona. Ésta se sitúa en la Calle Aragón, donde trabajan un total de 17 profesionales. “Hemos creado una estructura muy flexible y horizontal -explica Carlos-. Así, aunque hay dos directores de sucursal (Francesc Casanovas, de la de Agentes y Jordi Bruguera, de la de Corredores), el trato entre los equipos comerciales de sendas sucursales y el director de Zona es directo y cotidiano”.

Se trata de una zona con un fuerte peso del canal de corredores, lo que justifica esa dualidad de la estructura comercial en Cataluña. Como explica Carlos, a pesar del poco tiempo que ambas sucursales llevan operando tras la integración de Nationale Suisse, la unidad es un hecho. “La integración de los equipos fue muy rápida -comenta-. Hasta el punto de que, si los conoces a todos a la vez, sin saber nada de ellos, no serías capaz de adivinar quiénes vienen de Nationale Suisse y quiénes vienen de Helvetia. Hay un verdadero sentimiento de equipo”.

Además de duplicar su volumen de cartera, en materia de agentes, la Dirección de Zona se ha marcado un objetivo muy exigente: triplicar el número de agentes operativos. En corredores, el objetivo es consolidar el modelo de negocio pero potenciando la penetración en particulares, pymes y vida. Para 2020, se pretende configurar una cartera con un 70% de No Vida y un 30% de Vida.

“El equipo de Cataluña vive estos momentos con un sentimiento de logro -comenta Carlos-. Tenemos un proyecto, que es Helvetia Seguros, y una gran ilusión para convertir esta marca en un referente en la comunidad”. Una meta que se ve cada vez más cerca, en parte, como reconoce el Director de Zona, por el apoyo que la compañía les está prestando en general y en materia de promoción y visibilidad, con importantes operaciones como el patrocinio del Palau de la Música y el Liceo de Barcelona, el acuerdo con el Colegio de Mediadores de Barcelona o el acuerdo con la organización empresarial Cecot (que aglutina a más de 50.000 empresarios).

El trabajo de comunicación ha sido muy bueno y la integración ha sido un éxito, explica Carlos Navarro, para concluir con un mensaje lleno de vitalidad: “Hay un buen proyecto, tenemos un horizonte ilusionante y estamos en la mejor compañía. ¿Qué más podemos pedir?”.



Valle del Baztán (Navarra)

El valle encantado

Acompañamos a Iosu Iturri, compañero del Departamento de Proyectos SAP de Helvetia Seguros, a conocer el Valle del Baztán. El municipio más extenso de Navarra, con un gran valor patrimonial, que ahora está especialmente de moda gracias a la película *El guardián invisible*, adaptación de la Trilogía del Baztán de la escritora Dolores Redondo. Un lugar que Iosu conoce a la perfección, porque en él están los paisajes de su infancia, a los que vuelve cada vez que encuentra algo de tiempo libre.

Para Iosu Iturri, empleado del Departamento de Proyectos SAP de Helvetia Seguros, hablar de la comarca de Baztán es hablar de su infancia. Una infancia que extiende aún hoy sus redes hacia el presente. Porque, aunque creció en Burlada, trabaja en Mutilva y vive en Sarriguren, el pueblo de Aniz siempre está en su memoria y su recuerdo, y vuelve a él casi todos los fines de semana. Fue el pueblo de nacimiento de su madre y allí con-

servan una casa familiar, al cuidado de la cual está su tío, ganadero de toda la vida y al que Iosu ayuda cada vez que viaja.

Aniz es el más pequeño de los 15 lugares del Valle del Baztán y, seguramente, uno de los menos poblados (apenas si llega a las cien personas). Más que un pueblo, una comunidad de amigos que son familia, donde todo el mundo se conoce y convive en un

ambiente cercano, tranquilo y acogedor.

“Aquí no tienes ocasión de enfadarte con nadie -nos explica Iosu-. Todos nos conocemos desde hace mucho y el ambiente es extraordinario”.

El Valle de Baztán se sitúa en la zona noroeste de la Comunidad Foral de Navarra. Con una población que en 2016 ascendía a menos de 8.000



> Desde el mirador Baztán hay unas bonitas vistas del pueblo de Ziga.

habitantes, su superficie es de 375,55 kilómetros cuadrados, lo que lo convierte en el municipio más extenso de Navarra. Le debe su nombre al único río que lo recorre, el Bidasoa, que en esa zona recibe el nombre de río Baztán.

Extenso, lleno de valores naturales y muy disperso, el Valle del Baztán es muy peculiar. Frente a la mayor parte de los municipios compuestos navarros que se dividen en concejos, aquí cada lugar tiene su propio alcalde pedáneo. Las cuestiones de interés comunitario son abordadas por la Junta General del Valle, una agrupación de carácter tradicional.

La famosa trilogía del Baztán de la escritora Dolores Redondo, cuya primera parte (*El guardián invisible*) ha sido recientemente llevada al cine, se ha convertido en la biblia del Valle y también en un poderoso reclamo que ha revolucionado el turismo en la zona, muy especialmente en Elizondo, el pueblo donde se centra la trama. Pero todo el entorno ha acabado beneficiándose. Y así, la red de casas rurales del Valle está prácticamente todo el año a pleno rendimiento, con reservas que se tramitan con muchos meses de antelación. Eso contribuye a crear un ambiente lleno de encanto, donde los 'forasteros' conviven plácidamente con la gente de los lugares. Y en algunos momentos, como en las fiestas patronales de Aniz, que se celebran el

primer fin de semana de octubre, el Valle se llena de animación.

Gracias al turismo, municipios como el de Aniz pueden enfrentarse al peligro de la despoblación. De hecho, como comenta Iosu, no hay exactamente nadie de su quinta en el pueblo. A él no le importa: le encanta estar con los mayores. En todo caso, en los últimos años, algunos vecinos más mayores que él han empezado a tener hijos y ahora es habitual que las calles estén llenas de gritos y sonrisas de niños.

"Aquí la gente es muy abierta y muy sana -explica-. Siempre están dis-

puestos a recibirte con los brazos abiertos, te hacen sentir bien al instante. Y cuando te ven con el ganado, despierta mucha curiosidad".

Cuesta creer que un ingeniero informático, ducho en el manejo de tecnología y que pasa toda la jornada de trabajo frente a un ordenador, se transforme cuando llega a Aniz en todo un ganadero, capaz de manejar con mano diestra al rebaño de vacas, levantándose muy temprano. "El ganado no entiende de fiestas", explica, al hablar de cuando ayuda a su tío, reconociendo no obstante que el sacrificio tiene sus compensaciones: "La más importante, disfrutar de la naturaleza".

Eso mismo, disfrutar de la naturaleza, es algo que Iosu hace siempre, ayude o no a su tío con el ganado. Porque si tiene día libre suele salir al monte a practicar senderismo, a través de caminos que se conoce al dedillo. "Tenemos el privilegio de disfrutar de un terreno que está lleno de colorido 10 de los 12 meses del año".

Hay muchos lugares encantadores en el Valle, pero Iosu siempre recomienda la Cascada de Xorroxin, a la que se accede a través de un sendero circular, que es uno de los más visitados de la zona. También le encanta el Parque Natural del Señorío de Bertiz, con más de 2.000 hectáreas de exuberante vegetación y donde es una delicia pasear.



> Localidad de Elizondo, donde está ambientada la famosa novela *"El guardián invisible"*.

Pero no todo va a ser entorno rural. También hay otros muchos motivos para viajar al Baztán. Por ejemplo, conocer Elizondo, sin duda el pueblo más bonito de la zona, donde es obligado atravesar los puentes sobre el río Bidasoa. O, cómo no, disfrutar de su gastronomía única, “echando unos potes” (degustar unos pinchos) en lugares como el Restaurante Beola, en Almandoz. Allí o en las propias fiestas de comunidad, hay que probar sí o sí el cordero al chilindrón. Y si aprieta el frío, son ideales como reconstituyentes las Baztan-Zopak, sopas tradicionales elaboradas sobre caldo de oveja con torreznos de pan. O también el Txuritabeltz, un succulento guisado de tripas de cordero que se elabora con sangre cocida.

Además de las fiestas de octubre, en el Valle hay otras tradiciones que se mantienen a lo largo del tiempo y en las que Iosu, siempre que puede, participa. Entre las más singulares destaca, en Navidad, la llegada del Olentzero, un personaje de la tradición navarra que, vestido de carbonero, trae los regalos a los niños. O, el día de Año Nuevo, el canto de los niños de puerta en puerta.

El punto de encuentro de los vecinos de los lugares del Valle siempre es la



> Paso del río Baztán por la localidad de Oronoz-Mugaire.

Sociedad. La de Aniz se reformó hace unos seis años y hoy es el lugar donde suelen realizarse los encuentros de convivencia. Cuando el encuentro es más multitudinario, el lugar elegido suele ser el frontón. “En uno o en otro sitio, siempre te encuentras con alguien. Y al final te lías con la charla y pasas un buen rato”.

Un día en Aniz

Le pedimos a Iosu que nos describa cómo es un día en el Valle: “Normalmente, si viajo allí el do-

mingo, llego a Aniz sobre las 11. Visito a la familia y nos vamos a la Sociedad a echar un vermú. Más tarde, nos reunimos toda la familia y comemos juntos. Pasamos la sobremesa charlando y, ya por la tarde, es raro el día que no veamos en casa la retransmisión de pelota vasca. Antes o después de esa hora, salimos a dar una vuelta por el campo y, de camino, si hay necesidad, ayudamos a la familia y echamos una mano. Cuando ya hemos paseado un buen rato, volvemos a la Sociedad y allí echamos unos potes con los vecinos, antes de volver a casa”.

¿Estás seguro?

El seguro, ¿es individual o es social?

Desde el origen de la humanidad, ésta se ha movido siempre entre dos tendencias opuestas, que han configurado el desarrollo social de las distintas etapas de la Historia.

En un lado de la balanza, el principio individual, que en su desarrollo más extremo prioriza siempre el bien de cada individuo sobre el de la comunidad. Y en el otro, el principio social, que en su desarrollo más radical da la preferencia siempre al bien común sobre el del individuo.

Esta dicotomía histórica se refleja en las sociedades modernas, influyendo en la política, en el modo de vida y hasta en la religión. Así, por ejemplo, en los países de origen anglosajón, donde el protestantismo es mayoritario, prima habitualmente lo individual sobre lo social. Mientras, en los de origen grecolatino, en los que el catolicismo es la confesión más extendida, lo social se sitúa normalmente por encima de lo individual.

Creo que una reflexión sensata y equilibrada sobre esta realidad nos llevaría a concluir que los derechos individuales de cada persona son inalienables y preferentes para ser protegidos, siempre que su protección no lesione o limite los derechos y los intereses de la comunidad.

Y ahí es donde el seguro ha jugado, y juega, un papel decisivo:

- En primer lugar, porque nace de la necesidad individual de proteger lo individual, apoyándose en la aportación colectiva de recursos. Tanto el seguro de transporte marítimo como el de incendios, origen de nuestra industria, que surgen de la imposibilidad de que un solo individuo o empresa asuman el riesgo de pérdida de sus bienes ante un siniestro, son la base de la mutualización de dicho riesgo, que ha supuesto una de los más grandes avances de la economía social.
- El seguro afecta a todos, ayuda a todos y es útil para todos, sin discriminación alguna.
- Además, el seguro equilibra las diferencias económicas y sociales, evitando la ruina de empresas y

familias y, por tanto, contribuyendo de manera decisiva a la estabilidad social y económica de la sociedad y a su sostenibilidad.

- Y, por si fuera poco todo lo señalado, la actividad aseguradora también suple las posibles lagunas en la cobertura de determinados riesgos mediante instituciones públicas que persiguen específicamente ese objetivo, como es el caso del Consorcio de Compensación de Seguros en España.

Por tanto, vemos que la mutualización o colectivización del riesgo es esencial e ineludible en una sociedad económicamente avanzada y que tenga vocación de sostenibilidad y progreso.

Sin embargo, actualmente existe una tendencia creciente a la individualización de las tarifas de los seguros que, desde mi punto de vista, es peligrosa ya que, llevada al extremo, supondría la completa desnaturalización del seguro y, a largo plazo, su desaparición. Porque si cada uno tuviese que pagar la prima que le correspondiese para asegurar todos los riesgos que le puedan afectar o que pueda provocar frente a terceros, sin contar con esa mutualización de los mismos, no tendría dinero suficiente para ello.

Con un ejemplo sencillo esto se puede entender mejor. Está claro que no debe pagar la misma prima un buen conductor que otro que genera siniestros con frecuencia. Pero también está claro que ese no tan buen conductor está pagando una prima para que se pueda indemnizar a un gran lesionado causado por el atropello no querido por (pero del que sí pueda ser responsable) ese buen conductor.

En definitiva, el seguro es social por su propia naturaleza, aunque debe tener en cuenta, siempre, las circunstancias individuales del riesgo asegurado a la hora de fijar sus precios y sus coberturas. La proporción en la que debe influir lo individual sobre lo colectivo es un buen asunto para debatir entre los técnicos de productos de las aseguradoras, que no deben olvidar nunca que el seguro nació como una necesidad social y su supervivencia y futuro desarrollo sólo se producirán sobre esa base.

Javier García

Director de Marketing y Responsabilidad
Corporativa de Helvetia Seguros

🐦 @javier_garg

Tu aseguradora suiza.

helvetia 

www.helvetia.es

