

en buena compañía

Revista de la
compañía aseguradora
Helvetia Seguros
Diciembre 2018 N° 46



Reportaje central

José María Paagman,
un hombre feliz

Un paseo por...

Tossa de Mar (Gerona)

En buena compañía con

Cecot

28

*En buena compañía
con Cecot*



24

*Nuestros
proveedores:
Grupo Serviall*



44

*Un paseo por...
Tossa de Mar
(Gerona)*

Editorial	3	<i>Estimados lectores de En buena compañía:</i>
Noticias	4	<i>Como muchos ya sabéis, el próximo 1 de enero, después de 30 años en Helvetia Seguros, de los cuales más de 20 como su máximo responsable, daré a petición propia un paso a un lado para dejar al frente de la Dirección General a Íñigo Soto, actual director general adjunto y director de Productos, como resultado de un proceso de sucesión sereno y bien meditado, tal como el Grupo Helvetia acostumbra a realizar. Me echo a un lado pero no me marchó, ya que continuaré ejerciendo importantes responsabilidades en nuestra entidad, ahora como director de Relaciones Institucionales. Eso quiere decir que mi salida de la Dirección General, totalmente voluntaria, no implica un hasta siempre, sino un “seguimos mañana”, si bien con otras competencias y asumiendo otros retos, entre ellos, apoyar la actividad tradicional a través de nuestros mediadores y la representación de la compañía en las instituciones sectoriales, así como reforzando la marca Helvetia. No obstante, es inevitable hacer balance de todos estos años, y de este balance sólo me cabe plantear una conclusión: todo lo que hemos conseguido en estos últimos veinte años no hubiera sido posible sin el esfuerzo, la dedicación, la visión y el entusiasmo de todos vosotros, empleados y mediadores, los que formáis la gran familia de Helvetia.</i>
Nuestros proveedores	24	
Grupo Serviall		
Nuestros mediadores	26	
García & Maluenda		
En buena compañía con	28	
Cecot		
Reportaje central	30	
<i>Employee Dialogue: optimizando el talento dentro de la organización</i>		
Reportaje central	32	
José María Paagman, un hombre feliz		
De cerca	36	
Sonia Laín, asesora comercial de la Sucursal Madrid Grandes Agencias		
Entrevista doble	38	
José María Parra, director de Sucursal Almería, y Maite Jiménez, técnico responsable Grupo Producción Sevilla		
Un paseo por...	44	
Tossa de Mar (Gerona)		
¿Estás seguro?	47	
		<i>Como decía antes, no me despido. Sigo aquí, al pie del cañón, contribuyendo a hacer posible este gran proyecto humano que es Helvetia Seguros.</i>

Aprovecho para enviaros mi más afectuosa felicitación para las próximas fiestas de Navidad y para desearos todo lo mejor, en el ámbito personal y en el profesional, en el Año Nuevo que pronto va a comenzar.

Un fuerte abrazo a todos,

José María Paagman
Director general de Helvetia Seguros



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/+HelvetiaSegurosEspana
-  [@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, Ana Gavilán, María Goyena, Pablo Ibars y M^a Angeles Martín. **Responsable editorial:** Carmen Caballero **Coordinadora:** Setefilla Berlanga **e-mail:** setefilla.berlanga@helvetia.es **Redacta y Diseña:** Euromedia Comunicación **Fotografía:** Euromedia Comunicación y Helvetia Seguros **Imprime:** Egondi **Depósito legal:** SE-2043-05

Una Convención Anual de "cine"



> José María Paagman durante su presentación enmarcada en el formato televisivo del programa *El hombre y la Tierra*.

Del 17 al 19 de octubre, Helvetia Seguros celebró su Convención Anual en Valladolid, donde se dieron cita un centenar de directivos y ejecutivos de Helvetia España.

La convención tuvo un formato innovador, muy diferente al de ediciones anteriores. Durante dos días, el Hotel Felipe IV de Valladolid se transformó en un gran plató de televisión, en el que en cada ponencia simulaba un programa de televisión con el objetivo de hacer este evento más atractivo y participativo para los asistentes.

La edición de este año se centró especialmente en la actividad comercial y en el desarrollo de nuevas estrategias para potenciar e incrementar la venta de seguros desde todos los canales de la compañía. De ahí, que el lema elegido para la Convención haya sido "Luces. Cámara. A vender".

Durante el encuentro, los participantes grabaron cuatro cortometrajes inspirados en situaciones relacionadas con la venta de seguros.

A través de esta dinámica de grupo, dirigida por un equipo de Radio Televisión Castilla y León (RTVCyL), los participantes no sólo pudieron conocer el proceso de elaboración de un cortometraje, sino que también pudieron desarrollar aspectos como el trabajo en equipo, la comunicación y la organización, tres valores que son básicos para la consecución de los objetivos de cualquier empresa.

En esta edición, en la Convención Anual se dieron cita dos invitados de excepción: el cineasta burgalés Antonio Giménez-Rico, que fue el encargado de entregar los premios "Cámara de oro Helvetia", y el director general de Icea, José Antonio Sánchez, que analizó la situación actual del sector asegurador y los nuevos retos a los que se enfrentan las aseguradoras y los mediadores.

Esta ha sido la última Convención Anual de José María Paagman como director general de Helvetia Seguros, ya que el próximo 1 de enero cederá el testigo a Íñigo Soto, actual director general adjunto y director de Productos de la com-

En buena compañía 12/18



> En la imagen, entrega de Premio "Cámara de oro Helvetia" al mejor cortometraje.

pañía. Por este motivo, todos los participantes aprovecharon la ocasión para agradecer a Paagman su liderazgo durante estos últimos veinte años, entregándole el premio "Cámara de oro Helvetia a la mejor trayectoria directiva", y deseándole a Soto el mayor de los éxitos en su nueva andadura al frente de la compañía.



> La presentación por parte del Área de Ventas estuvo inspirada en el programa *Callejeros Viajeros*.



> Foto de familia durante la visita a los viñedos de Abadía Retuerta.



> José García, director de Ventas durante el transcurso de su presentación.



> El Área de Productos llevó a cabo una tertulia "deportiva" denominada Chiringuito de Productos.



> El Área de Estrategia y Transformación Digital puso en escena un concurso inspirado en Quién Quiere Ser Millonario.



> Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, realizó una entrevista a Íñigo Soto, director general adjunto y director de Productos, ajustándose al programa de entrevista Chester.



> Javier García y Carmen Caballero abrieron la Convención con un Informativo.



> Santiago Álvarez, director de Zona Oeste, versó su ponencia en el programa de El Tiempo.



> El Área de Servicio al Cliente y Organización protagonizó un concurso adaptado al Boom.

Íñigo Soto, nuevo director general



Íñigo Soto, hasta ahora director general adjunto y con más de 27 años en Helvetia España, economista y actuuario, ha sido nombrado por el Consejo de Administración como nuevo director general de Helvetia Seguros, cargo que ocupará a partir del próximo 1 de enero de 2019.

Íñigo Soto, nacido hace 53 años en Sevilla, sucederá a José María Paagman como

director general de Helvetia Seguros, quien ha estado al frente de la Dirección General durante las últimas dos décadas.

Soto es licenciado en Ciencias Económicas y actuuario por la Universidad Complutense de Madrid, y durante casi toda su vida laboral ha estado vinculado al mundo del seguro y al Grupo Helvetia, al que se incorporó en noviembre de 1991 en la entonces Previsión Española. Desde la integración de Previsión Española en Helvetia Seguros en el año 2004, ha sido miembro del Comité de Dirección como director general adjunto y director de Productos.

La dilatada experiencia de Íñigo Soto, tanto en la industria aseguradora como en el Grupo Helvetia, garantizará una sucesión segura y exitosa que permitirá, por un lado, dar continuidad al negocio actual de Helvetia Seguros y, por otro, asumir con garantías los nuevos retos de la actual y exitosa transformación de la compañía dentro de su Plan Estratégico *helvetia 20.20*. La consecución de ambos objetivos será esencial para que Helvetia Seguros siga posicionándose entre las compañías de referencia del mercado asegurador español.

Por su parte, Philipp Gmür, máximo responsable del Grupo Helvetia, y Markus Gemperle, CEO para Europa y presidente del Consejo de Administración de Helvetia Seguros, han expresado tanto su reconocimiento a la excelente labor que ha realizado José María Paagman a lo largo de sus 30 años al servicio del grupo como su satisfacción por seguir contando con su valiosa experiencia y conocimientos en beneficio de Helvetia. De la misma manera, ambos han transmitido su gran satisfacción por contar con Íñigo Soto como nuevo máximo responsable de la unidad del Grupo Helvetia en España, resaltando su personalidad con una contrastada experiencia, formación y prestigio para poder seguir impulsando Helvetia Seguros, lo que será muy importante para cumplir con esos nuevos retos de crecimiento y rentabilidad, apoyado por todos los profesionales que forman Helvetia Seguros, que día a día ponen al cliente en el centro de su atención.

Manuel Catalina y Carlos Piñero, nuevos miembros del Comité de Dirección



> En la imagen, de izquierda a derecha, Manuel Catalina y Carlos Piñero.

A partir del 1 de enero de 2019, Íñigo Soto, actual director adjunto y director de Productos de Helvetia Seguros, asumirá la Dirección General de la aseguradora, y José María Paagman, actual director general, ocupará una nueva función como director de Relaciones Institucionales. Esto implicará nuevos cambios en el Comité de Dirección de la compañía. Así, a partir de ese día, la actual Dirección de Productos de la compañía se transformará en dos direcciones independientes: la Dirección de No Vida, cuya responsabilidad será asumida por Manuel Catalina, y la Dirección de Vida, cuya responsabilidad asumirá Carlos Piñero.

Manuel Catalina es natural de Tortosa (Tarragona), tiene 58 años y es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Sevilla. Cuenta con una dilatada trayectoria en Helvetia Seguros, donde comenzó a trabajar hace 30 años. Durante todo este tiempo ha estado al frente de diferentes departamentos como el de Riesgos Particulares, Automóviles o Riesgos de Empresas de la compañía. En la actualidad, es el responsable del Departamento de Automóviles, Riesgos Particulares, Reaseguro y Coaseguro.

Por su parte, Carlos Piñero, natural de Sevilla y con 40 años de edad, es Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Sevilla y cuenta con la certificación CFA (Chartered Financial Analyst). Se incorporó a trabajar en el Departamento de Riesgos Personales de Helvetia Seguros en 2002. En el año 2006 asumió la responsabilidad del Departamento de Seguros Personales Riesgo, donde ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional. Actualmente, Piñero es el responsable del Departamento de Riesgos Personales y Actuarial Vida.

José María Paagman confía plenamente en que "ambos consigan los mejores éxitos en su nueva e importante responsabilidad". Para ello, contarán con la máxima colaboración de todas las personas que forman parte de Helvetia Seguros.

Una Campaña de Ahorro muy atractiva



Ya quedan pocos días para que finalice la Campaña de Ahorro que Helvetia Seguros ha puesto en marcha en los últimos meses del año. A través de esta iniciativa, la compañía pretende incentivar la contratación de nuevas pólizas en los productos de este ramo y fomentar las aportaciones extraordinarias en los planes que ya se tengan contratados.

Los productos que computan para la campaña son los siguientes: Ahorro Activo Plus, PIAS Ahorro Activo Plus, Helvetia Inversión Flexible, Plan de Previsión Asegurada (PPA) y aportaciones extraordinarias a otros productos financieros.

La campaña está dirigida a todos los clientes que contraten una póliza de ahorro de nueva producción antes del 31 de diciembre, o bien aquellos que hagan aportaciones extraordinarias a su actual póliza. En función de la cuantía contratada, podrán optar a los siguientes regalos: un set gourmet de productos de gran calidad, un receptor digital multimedia Apple TV o un iPhone XR de 64GB, el teléfono estrella del mercado, disponible en los modelos blanco, negro y Red Special Edition (cada compra que Helvetia Seguros realice de este modelo supone una contribución directa al fondo mundial de lucha contra el Sida).

Además, este año como gran novedad, los clientes que contraten una póliza de Asistencia Familiar, en su modalidad de prima única, podrán conseguir un set de productos gourmet de gran calidad.

¡Si estás interesado en conseguir algunos de los productos de la Campaña Ahorro de 2018, date prisa y contrata tu póliza antes del 31 de diciembre!

Un nuevo seguro para flotas más simplificado

Las empresas y pymes que cuentan con más de diez vehículos en propiedad, ya pueden contratar el nuevo seguro para flotas de Helvetia Seguros. Con esta nueva póliza, el cliente tiene la posibilidad de agrupar en una sola póliza, con un sólo recibo y una renovación anual única para todos los vehículos que posea.

El nuevo producto presenta numerosas ventajas administrativas para los mediadores, ya que se ha diseñado especialmente para agilizar la emisión y posterior gestión de las pólizas de flotas de vehículos con independencia de su categoría. Los mediadores pueden gestionar mejor las pólizas de las flotas ya que, entre otras cosas, pueden obtener el certificado de cada uno de los vehículos o tener la relación de los vehículos asegurados en cada momento. Además, una vez establecidas las condiciones de la póliza, el mediador puede gestionar tanto el alta de las nuevas incorporaciones de vehículos como las bajas de los vehículos que dejen de formar parte de la flota.

La nueva estructura que presenta el nuevo producto Helvetia Flotas permite a los mediadores realizar con rapidez cualquier trámite en la póliza, como dar de alta a un nuevo vehículo, lo que supone un importante ahorro de tiempo.



Nuevo tarificador para Instrumentos Musicales



Desde el pasado 6 de noviembre, el producto Helvetia Instrumentos Musicales Penta se ha convertido en un producto de emisión descentralizada gracias a la puesta en marcha de un nuevo tarificador.

Este tarificador, desarrollado en una nueva plataforma, permite: crear proyectos de seguro; emitir pólizas a partir de nuevos proyectos, o bien a partir de los almacenados previamente; emitir suplementos a estas pólizas y a su vez, desde el propio tarificador se facilita y agiliza la gestión con el ramo técnico.

Las pólizas Helvetia Instrumentos Musicales Penta, llevan a partir de ahora un nuevo código de producto, "T51", incluyen en un sólo documento pdf tanto las Condiciones Generales como las Condiciones Particulares de la póliza.

Con este nuevo tarificador, Helvetia Seguros avanza en su Estrategia *helvetia 20.20* y da un paso más en su proceso de transformación digital, adaptándose a las necesidades actuales del mercado.

Un asistente virtual para la contratación del seguro de Decesos

En su apuesta por la transformación digital, Helvetia Seguros ha incorporado a su página web, y próximamente a las de sus mediadores, un asesor virtual que utiliza la Inteligencia Artificial para asesorar a los clientes durante todo el proceso de consulta y cotización del seguro de Decesos (Asistencia Familiar).

A través de esta herramienta, el usuario tiene la posibilidad de consultar el precio del seguro, recibir un presupuesto personalizado e iniciar la contratación online. El asesor virtual, que ha sido desarrollado con la tecnología de inteligencia artificial IBM Watson, disponible en la nube de IBM, establece de forma autónoma, sin intermediarios, una conversación con el usuario, a través de preguntas y respuestas, para resolver sus dudas sobre el producto.

El asistente virtual se ha sometido a un proceso de aprendizaje para dotarle de la capacidad necesaria para responder a las preguntas más frecuentes que le pueden surgir a un cliente sobre el seguro de Decesos (Asistencia Familiar), interactuando con él de forma escrita y, si el dispositivo lo permite, también hablada. Su progresiva utilización, tanto por clientes como por mediadores y también empleados, permitirá acelerar este aprendizaje y mejorar el grado de entendimiento entre Helvetia Seguros y sus clientes.

Esta iniciativa se encuentra dentro de las acciones contempladas en la Estrategia *helvetia 20.20* que, siguiendo con el lema de "simple.claro.helvetia", tiene como objetivo que la compañía esté más cerca del cliente y sea más accesible y digital.



En la VII Convención de Espanor



> Javier García durante su participación en la Convención de Espanor.

El pasado 21 de septiembre, la agrupación de corredores de seguros Espanor celebró su VII Convención Anual en Madrid bajo el lema "Embarcando hacia el futuro". En el encuentro estuvieron presentes socios y representantes de entidades aseguradoras que mantienen relación con la asociación, como Helvetia Seguros.

Espanor, que este año celebra su 20 aniversario, realizó un balance de los últimos años, destacó todos los objetivos que ha logrado cumplir y planteó sus próximos retos para el futuro. Entre sus proyectos más inmediatos se encuentra la creación de un plan comercial y una marca común para todas las corredurías que forman parte de la agrupación. Para ello, está desarrollando un plan de marketing y comunicación para que sus socios potencien el uso de la marca Espanor.

En la convención, Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, participó, junto a otros responsables de otras compañías, en una interesante mesa redonda en la que se analizaron los grandes retos que enfrenta el sector asegurador.

Durante el encuentro, Espanor rindió homenaje a su presidente, Ramón Vieites, por su dilatada experiencia en el sector asegurador, a Flavia Rodríguez-Ponga, directora general del Consorcio de Compensación de Seguros, por el apoyo que han brindado a la agrupación cuando estuvo al frente de la Dirección General de Seguros.

Los grandes retos para Compliance

Ángel Abad, responsable del Departamento de Controlling de Helvetia Seguros, participó en el mes de octubre, junto a otros responsables de otras compañías, en una interesante mesa redonda que organizó la revista 'Actualidad Aseguradora' y Thomson Reuters para analizar los grandes retos a los que se enfrentan los directores de Cumplimiento y Auditoría Interna de las aseguradoras.

En el debate los participantes destacaron la dificultad que tienen actualmente las aseguradoras para compaginar las nuevas normativas. Pues a veces existen contradicciones entre unas normas y otras. Así, mientras que algunas normativas exigen recopilar la mayor información posible del cliente, otras insisten en recoger la información mínima imprescindible, como sucede con el Nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

Además, como la ley no es estática, los directores de Cumplimiento y Auditoría Interna tienen que estar siempre al tanto de todo lo que sucede a nivel nacional e internacional para evitar las grandes sanciones a las que se enfrentan cada día.

Los participantes de la mesa redonda también abordaron aspectos positivos para el compliance de cara al futuro, como el ahorro de tiempo y la simplificación en los procesos que supondrá la digitalización y la información extra que se tendrá sobre el cliente, ya que gracias a ella las compañías podrán conocerlos mejor para cumplir con sus demandas y necesidades.



> Ángel Abad durante la mesa redonda organizada por Actualidad Aseguradora.

VI Convención Anual de Corredores



> Foto de familia durante la Convención de Corredores.

Desde hace varios años Helvetia Seguros organiza en el último cuatrimestre del año una Convención Anual de Corredores en la que participan las corredurías más destacadas que colaboran con la compañía. En estas reuniones, que se desarrollan en un ambiente distendido y relajado, se tratan diversos temas relacionados con la mediación y el sector, la actividad de Helvetia Seguros y sus próximos objetivos estratégicos.

La Convención de Corredores 2018 tuvo lugar del 8 al 11 de octubre en Ibiza y Formentera. La Convención estuvo presidida por el director general de Helvetia Seguros, José María Paagman y asistieron 25 corredores, el director de Ventas, José García, el responsable del departamento de Grandes Cuentas y Corredores, Jesús de Sedas, y el director de la Zona Centro, Carlos González, entre otros.

Este evento tiene un gran valor estratégico para Helvetia Seguros, ya que permite a la compañía estrechar y potenciar sus vínculos con el canal de corredores.

IV Meeting Club Helvetia Élite

Los pasados 12 y 13 de septiembre Helvetia Seguros celebró en Benidorm el IV Meeting Club Helvetia Élite, la convención exclusiva a la que asistieron los 50 agentes Élite que consiguieron mayor puntuación en el concurso de incentivos del club durante el período 2016-2018.

En el encuentro participaron el director general de Helvetia Seguros, José María Paagman, el director de Servicio al Cliente y Organización, Joaquim Algueró, y el responsable del Departamento de Organización, Javier Prado, y otros responsables del Área de Ventas.

Durante dos intensas jornadas los participantes de la convención pudieron disfrutar de una experiencia inolvidable en Benidorm y Alicante, descubriendo su rica y variada gastronomía y algunos de sus lugares más emblemáticos.

La inauguración de este encuentro tuvo lugar en el restaurante Dársena en Alicante, donde el director general de Helvetia Seguros dio la bienvenida a los asistentes. Tras el almuerzo, los participantes se trasladaron hasta Benidorm, donde se encontraba el hotel en el que se iban a alojar. Esa noche los asistentes del encuentro mientras cenaban en la Sala Benidorm Palace disfrutaron de un gran espectáculo de baile, música y magia.

Al día siguiente, se dirigieron hasta el Puerto de Alicante para tomar un barco hasta la Isla de Tabarca, una de las zonas más hermosas de la costa alicantina. Durante toda la expedición por la isla contaron con un guía de excepción, un experimentado capitán de barco que conocía con detalle cada uno de los rincones de esa isla. Después de almorzar emprendieron el camino de vuelta a Benidorm para tomar un aperitivo en uno de los edificios con una de las mejores vistas de la ciudad. Y por la noche, tras una agradable cena en el hotel, disfrutaron de una gran fiesta inspirada en los años 60.



> Foto de familia de los asistentes al IV Meeting Club Helvetia Élite.

Nuestra apuesta por el presente y el futuro del balonmano



> Presentación de Helvetia Anaitasuna temporada 2018-2019.

Helvetia Seguros acompaña una temporada más al Helvetia Anaitasuna y al Helvetia BM Alcobendas como patrocinador. En el mes de septiembre nuestra compañía renovó los acuerdos de patrocinio que mantenía con los dos clubes para continuar siendo el patrocinador principal de los dos equipos durante los tres próximos años.

Con estas renovaciones, Helvetia Seguros reafirma su compromiso con el balonmano, apostando firmemente por estos dos equipos a los que apoya desde hace años. Actualmente el convenio de patrocinio que mantiene Helvetia Seguros con la S.C.D.R. Anaitasuna es el más longevo del balonmano nacional (doce años). A través de este acuerdo, nuestra compañía contribuye, como patrocinador principal, a la consolidación del equipo navarro en la élite del balonmano español y europeo. Como gran novedad, el nuevo convenio no sólo incluye el patrocinio del equipo sénior

masculino del club de balonmano navarro, sino también a todos los equipos de las categorías inferiores de la S.C.D.R. Anaitasuna, que está formado por más de 400 deportistas y técnicos.

En cuanto al Helvetia BM Alcobendas, esta es la sexta temporada que Helvetia Seguros apoya al equipo como patrocinador. La renovación del acuerdo se ha producido en la temporada en la que el Helvetia BM Alcobendas ha regresado a la máxima categoría del balonmano femenino español, tras realizar el año pasado una gran campaña en la División de Honor Plata y lograr el ascenso a la División de Honor Femenina. Gracias a este nuevo acuerdo, Helvetia Seguros ha ampliado su vínculo con el club, al incluir en su patrocinio al equipo sénior femenino y a todos los equipos de la Escuela de Balonmano del club, que está formada por más de 250 alumnos de edades comprendidas desde los 5 a los 11 años.



> Presentación de Helvetia BM Alcobendas temporada 2018-2019.

Ahorra. Disfruta.



iPhone XR.

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza



Helvetia Seguros, en el Sicab más internacional de la historia



> En la imagen, José María Paagman junto a las autoridades durante la inauguración de Sicab.

La 28ª edición del Salón Internacional del Caballo de Pura Raza Española (Sicab), que tuvo lugar del 13 al 18 de noviembre en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla (Fibes), fue un auténtico éxito. Y una vez más, Helvetia Seguros estuvo muy presente en el evento, ya que volvió a ser por sexto año consecutivo la aseguradora exclusiva del salón y uno de los patrocinadores principales.

Sicab es la feria ecuestre más importante del mundo dedicada al caballo de Pura Raza Español, lo que la convierte en un excelente escaparate comercial para el caballo español y una gran plataforma de negocios de referencia en el sector. De hecho, según apunta ANCCE, entidad que organiza el salón, cada año genera Sicab alrededor de cien millones de euros en distintas transacciones, y el 47% de ese dinero se concentra en el evento.

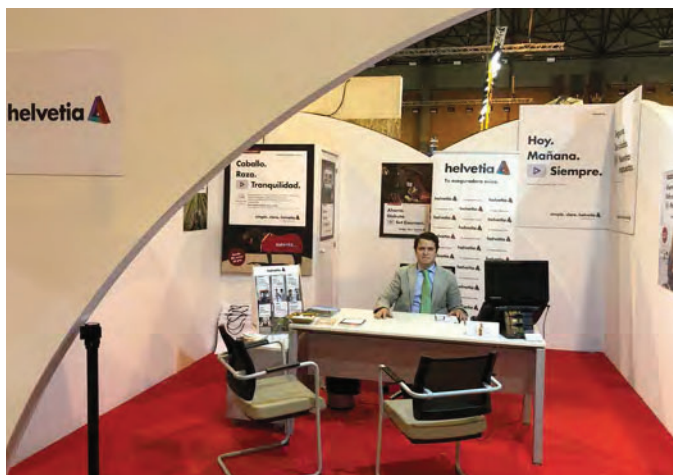
La finalidad de Sicab es reunir a los principales ganaderos y

criadores de caballos de Pura Raza Española y este año ha logrado datos de récord. En esta edición han participado 343 ganaderías y 1.077 ejemplares de pura raza española procedentes de 25 países. Y por primera vez en su historia han competido caballos extranjeros. Lo que nos demuestra el gran impacto que tiene este evento, que un año más ha vuelto a superar las 300.000 visitas.

Este año como gran novedad, Helvetia Seguros ha contado con un stand en el pabellón expositivo para dar a conocer sus productos aseguradores, en especial, Helvetia Caballos, un seguro exclusivo para los propietarios de caballos, que ofrece coberturas de responsabilidad civil y atractivas soluciones aseguradoras para los propietarios de caballos. De esta forma, la agencia de seguros exclusiva, Seguros Alén, durante unos días se "trasladó" a Sicab para dar a conocer en profundidad nuestra amplia oferta aseguradora.



> Javier García y José Juan Morales durante la firma del acuerdo de patrocinio.



> Pablo Alén en el stand instalado en la zona expositiva de Sicab.

Con el Niño "Perdío" de Guillena



> Entrega de trofeos durante la Carrera del Niño Perdío.

Desde hace siete años, el Ayuntamiento de Guillena, en colaboración con el Club de Atletismo Hijos del Viento, organiza la Carrera Benéfica "El Niño Perdío". Se trata de una carrera solidaria cuya recaudación se destina íntegramente a la obra social desarrollada por la Hermandad de la Virgen de la Candelaria y el Niño Perdido.

El pasado 4 de noviembre se celebró su séptima edición. Con un recorrido total de siete kilómetros, la carrera implicaba por parte de los participantes la donación de un dinero simbólico, a cambio de la cual recibían una bolsa de corredor con camiseta para los primeros 400 inscritos.

La carrera, que tenía su salida y su meta en el pabellón cubierto "La Villa", y que incluía tanto modalidad de adultos como de niños, contó asimismo con la participación de Helvetia Seguros. Se trata de la cuarta edición que cuenta con el patrocinio de nuestra compañía, y el balance ha sido altamente satisfactorio, como nos relata Antonio Villa, director de Sucursal Sevilla Capital 2. "Nuestra marca adquiere una gran notoriedad durante el evento, y participan corredores de toda la provincia. Nos da una importante visibilidad", explica.

Juntos contra el cáncer infantil

El pasado 28 de octubre el deporte y la solidaridad se unieron en Sevilla por una buena causa: correr contra el cáncer. Alrededor de 6.000 personas participaron en la 6ª Carrera Solidaria contra el Cáncer Infantil "Tus Kilómetros nos dan vida", que organizó la Fundación Sehóp (Sociedad Española de Hematología y Oncología Pediátricas), con la colaboración del Ayuntamiento de Sevilla, y que contó con el patrocinio de Helvetia Seguros.

Con el objetivo de lograr la máxima participación, se organizaron varias pruebas de diferentes distancias según la edad de los participantes. Así, hubo una carrera de 5,2 kilómetros para los corredores mayores de 14 años, una competición de mil metros para niños de 10 a 14 años, una prueba de 500 metros para los participantes de 6 a 10 años y otra de 250 metros para los de 4 a 6 años. Y cada una de ellas fue un auténtico éxito.

El proyecto "Tus kilómetros nos dan vida" nació hace seis años a partir de la iniciativa de un equipo de médicos que atienden a niños con cáncer en el Hospital Virgen del Rocío de Sevilla. Con los fondos recaudados en esta carrera se pretende potenciar la investigación científica de nuevos tratamientos que puedan combatir el cáncer infantil, apoyar la calidad asistencial al enfermo y consolidar el desarrollo del Registro Nacional de Tumores Infantiles. Gracias a la recaudación lograda en las ediciones anteriores, actualmente el servicio de Oncología Pediátrica del Hospital Universitario Virgen del Rocío está llevando a cabo 12 proyectos de investigación sobre esta enfermedad.



> Entrega de Trofeos.

Rota se vuelca contra el cáncer de mama

Un año más, Helvetia Seguros, a través de su agente exclusivo en Rota, Antonio García, ha participado en la IV Carrera y Marcha Solidaria Contra El Cáncer de Mama que ha organizado la Asociación Rota Lucha Contra El Cáncer (Rolucan) en Rota (Cádiz), con la colaboración de la Delegación de Deportes del Ayuntamiento del municipio, para recaudar fondos para ayudar a las personas que padecen esta enfermedad y a sus familiares.

La carrera, que se celebró el pasado 20 de octubre, ha batido el récord de participación. Casi 3.600 personas se inscribieron en la prueba, que una vez más ha constado de dos modalidades: una carrera de seis kilómetros de distancia para corredores mayores de 15 años y una marcha solidaria de tres kilómetros en la que podían participar personas de todas las edades.

Al igual que en las dos anteriores ediciones, la entrega de medallas estuvo patrocinada por Helvetia Seguros, que también se encargó del aseguramiento de todos los corredores y de la organización de la carrera.

Tras la carrera, los participantes de todas las edades pudieron disfrutar de diversas actuaciones y actividades en la Plaza de España de la localidad, donde estaba la salida y la meta de la prueba.

La Asociación Rolucan trabaja diariamente desde hace doce años para ayudar, apoyar y asistir a las personas que sufren cáncer. En la actualidad cuenta con más de 180 asociados, de los que la mitad son personas afectadas por cáncer, y la otra mitad familiares, amigos y colaboradores.



> En la imagen, las calles de Rota durante la carrera.

De feria en Aragón



> El equipo comercial en el stand instalado durante la Feria de Zaragoza.

Durante los últimos meses la Sucursal Zaragoza ha llevado a cabo varias iniciativas para dar a conocer los productos de Helvetia Seguros, a la vez que expandir el conocimiento de nuestra marca en la comunidad de Aragón.

Así, en la Feria del Pilar de Zaragoza, celebrada desde el 9 al 14 de octubre, en el palacio de congresos de la capital, se instaló un stand donde se dio cita un equipo de ventas de la Sucursal Zaragoza, capitaneado por la asesora comercial Carmela Gomes, quien estuvo acompañada por José Daniel Maldonado (agente PAC), Teresa M^a Monzón, Genoveva Villegas, Pilar Galaz, Fernando Barbacil, todos ellos pertenecientes al colectivo de agentes Red.

Entre los días 9, 10 y 11 de noviembre este mismo equipo se trasladó a la III Expo Utrillas Motiva, que ha tenido lugar en Utrillas (Teruel). En esta ocasión, se ofreció información a los visitantes sobre los productos específicos para el sector comercios y agrario. Durante los tres días que duró la muestra se dieron cita más de 6.000 personas.



> Parte del equipo comercial de la Sucursal Zaragoza durante la Feria de Utrillas.

Con los colegios de mediadores

El pasado 24 de octubre, Pablo Ibars, responsable del Departamento Riesgos de Empresas de Helvetia Seguros, impartió una interesante formación sobre el seguro de Arte e Instrumentos Musicales a los mediadores del Colegio de Mediadores de Seguros de Granada. Junto a él, también acudió a esta jornada Juan Manuel Rico, responsable del Departamento de Formación de Helvetia Seguros.

Con esta actividad Helvetia Seguros refuerza su compromiso con el Colegio de Mediadores de Granada, con el cual mantiene un acuerdo de colaboración desde hace dos años.

Por su parte, Helvetia Seguros también ha estado presente como patrocinador en las XXV Jornadas del Seguro Balear celebradas durante los días 18 y 19 de octubre en Palma de Mallorca. Como cada año, además de la jornada técnica, se celebró un concierto, y como colofón una cena solidaria en la que se recaudaron fondos para la ONG Antics Solidaris de Montesión y los afectados por las últimas inundaciones en Sant Llorenç (Palma de Mallorca).

Por su parte, el pasado 22 de noviembre Francisco Astola, responsable del Departamento de Investigación y Desa-

rollo de Mercado de Helvetia Seguros, impartió una formación a los mediadores de los Colegios de Mediadores de Córdoba, Huelva y Sevilla sobre la 'Inteligencia del Cliente'.

Los mediadores de los Colegios de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla participaron en una interesante sesión que les ayuda en su trabajo diario. El objetivo de esta formación es rentabilizar el conocimiento hacia el cliente, a través de técnicas que permiten convertir los datos en conocimiento útil para la toma de decisiones.



> Francisco Astola, responsable del Departamento de Investigación y Desarrollo de Mercado, durante la jornada formativa en el Colegio de Mediadores de Córdoba, Huelva y Sevilla.



> Pablo Ibars y Juan Manuel Rico durante la jornada formativa celebrada en el Colegio de Mediadores de Granada.



> Baltasar Barros, de la agencia Hestia Balear SL, y Margarita Nicolau durante la XXV edición de las Jornadas del Seguro Balear.

Más sobre Vida Riesgo para los socios de Apromes

El pasado 22 de octubre se celebró una jornada para analizar el producto de Vida Riesgo en la sede de Helvetia Seguros en Madrid. Esta iniciativa forma parte del convenio de colaboración y distribución suscrito entre Helvetia Seguros y Apromes el año pasado.

La asociación profesional de mediadores de seguros, a través de su presidente, Javier García-Bernal, destacó la importancia de contar con este tipo de acuerdos comerciales y subrayó la importancia de que los corredores "se apoyen en el desarrollo de negocio en las nuevas técnicas de digitalización, así como en la modernización de productos no tradicionales, con inclusión de nuevas coberturas para hacerlos atractivos y vanguardistas".

Por parte de Helvetia estuvieron presentes el director de la Zona Centro, Carlos González, y el responsable comercial de Vida en la Zona Centro y Sur, Alberto Lledó.



> Foto cedida por Apromes de los asistentes durante la jornada formativa.

Las mejores iniciativas empresariales de Cataluña

Para Helvetia Seguros ha sido un placer patrocinar una vez más la Nit de l'Empresari, el evento que cada año organiza Cecot, la patronal que representa a una de las mayores asociaciones empresariales de Cataluña, para premiar a las mejores iniciativas empresariales catalanas.

La vigésimo cuarta edición de la Nit de l'Empresari, que tuvo como lema 'Smart society. Transformación Digital y empoderamiento social', se celebró el pasado 23 de octubre en el Teatro Nacional de Cataluña y contó con la presencia de 900 personas, entre las que se encontraban numerosos empresarios y autoridades políticas de la comunidad, como el presidente de la Generalitat de Cataluña, Quim Torra, y el comisionado de Promoción Económica, Empresa e Innovación del Ayuntamiento de Barcelona, Lluís Gómez.

El director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, Javier García, en representación de Helvetia Seguros, fue el encargado de entregar a la empresa Dormity el premio al "Comercio más dinámico".

Con este patrocinio Helvetia Seguros demuestra una vez más su apoyo al sector empresarial y a los emprendedores que apuestan por nuevas iniciativas. Además, aumenta la visibilidad de su marca en Cataluña, una de las zonas de gran valor estratégico para la compañía.



> Javier García durante la entrega de premios.

De "Masterclass" en Carmona



El Departamento de Asistencia Familiar de Helvetia Seguros llevó a cabo entre los días 21 y 22 de noviembre en Carmona (Sevilla) un segundo encuentro denominado "Masterclass". El objetivo de esta reunión es fomentar la figura del agente empresario.

Durante dos días en Carmona doce agentes exclusivos pertenecientes a la red tradicional provenientes de toda España se dieron cita para tratar de forma exhaustiva el modelo de ventas del ramo Decesos.

El formato de la reunión está basado en la experiencia de dos mediadores fuertemente especializados en la comercialización de nuestro producto Helvetia Plan de Asistencia Familiar.

En esta ocasión, Óscar J. Albert, de la Sucursal Cataluña Agentes, y Carlos Peña, de la Sucursal Ciudad Real, llevaron a cabo unas presentaciones sobre su modelo de negocio. A continuación, se dio abría un diálogo donde los asistentes tuvieron la oportunidad de plantear todo tipo de cuestiones y dudas sobre su forma de comercializar el producto de Decesos.

El acto de bienvenida estuvo respaldado por el alcalde del Ayuntamiento de la localidad sevillana, Juan Ávila.

Desde el Departamento de Asistencia Familiar califican este encuentro como una experiencia muy positiva y muy bien valorada por los asistentes.

Inauguración del nuevo campo del Atlètic Terrassa Hockey Club

El pasado 20 de octubre el Atlètic Terrassa Hockey Club inauguró su nuevo Campo 4 de hockey y para celebrarlo organizó una gran fiesta en la que participaron socios del club y más de 100 niños pertenecientes a diferentes categorías, según edad.

Helvetia Seguros, que patrocina al club desde la pasada temporada, no faltó al evento. Nuestra compañía, a través de la agencia vinculada JPiris, aprovechó la ocasión para presentar a todos los asistentes de la fiesta nuestros productos y servicios. Para ello, llevó a cabo una acción comercial sencilla, pero efectiva: el sorteo de un jamón.

Para participar en el sorteo los participantes tenían que rellenar una tarjeta con sus datos personales. En total participaron 91 personas.

Además del sorteo, durante el evento la agencia informó a los socios del Atlètic Terrassa Hockey Club sobre las prestaciones de los seguros de accidentes.

Atlètic Terrassa Hockey Club, uno de los clubes catalanes más importantes de hockey sobre hierba. Actualmente, compite en la Liga División de Honor A, la máxima categoría nacional de este deporte y tiene más de 3.000 socios.



Captando talento a través de LinkedIn

En el último año Helvetia Seguros ha experimentado un gran crecimiento en LinkedIn, la red social profesional por excelencia, consiguiendo una comunidad de más de 5.500 seguidores. A través de esta red social no sólo podemos aumentar la notoriedad de nuestra marca, sino también darnos a conocer entre los profesionales del sector, teniendo la posibilidad de conectar e interactuar con ellos.

En Helvetia Seguros somos conscientes del gran potencial que tiene LinkedIn, por esa razón este año el Departamento de Desarrollo de Ventas ha comenzado a trabajar el reclutamiento de agentes a través de esta plataforma.

Para apoyar la captación de agentes en esta red social, el Departamento de Comunicación y Responsabilidad Corporativa ha reorientado su estrategia en este canal con el objetivo de proyectar una imagen más atractiva aún de nuestra empresa hacia los profesionales del sector.

Una de las acciones que se han desarrollado ha sido la creación de una página de empleo en esta red social para que los usuarios conozcan mejor a la empresa. Además, ha desarrollado una campaña de publicidad en la misma que ayudará a incrementar la notoriedad de la marca Helvetia y, por tanto, a aumentar el conocimiento de la empresa entre los potenciales agentes.



Un belén muy especial

Si vives en Toledo o este año vas a pasar las vacaciones de Navidad por esta zona, te recomendamos que vayas a Recas y visites el increíble Belén que monta cada año Carlos Ortiz, el padre de María Nieves Ortiz y María del Mar Ortiz, de la agencia Ortiz Gúzman.

Aunque a Carlos siempre le han gustado los belenes, su verdadera pasión por el montaje surgió hace cinco años, cuando su nieto le pidió ilusionado que "hiciera un belén más grande". Y él no se pudo negar.

Así que poco a poco fue incorporando figuras y elementos al "pequeño" belén que montaba cada año en su casa hasta transformarlo en un gran belén de casi 30 metros cuadrados.

El belén, que está realizado completamente de forma artesanal, actualmente, cuenta con unas 150 figuras entre personajes y animales. Se encuentra en su casa, en una habitación colindante a su oficina (en la calle Serranos, 1) y cada Navidad recibe la visita de numerosas personas.

Cada año Carlos intenta montar el belén con una temática diferente para sorprender a las personas que lo visitan. En 2018 el belén cuenta la vida de Jesús por escenas, en orden cronológico. Es destacable que en el Belén está perfectamente diferenciado el día de la noche.

Sin duda, una pasión muy singular la que se vive en esta agencia, la cual, está vinculada con Helvetia Seguros desde hace casi un siglo.



Una versión mejorada de "El Morador Insomne"



El pasado 4 de octubre la Sala Helvetia acogió la presentación de un libro muy especial. Se trataba de la nueva edición de la novela "El Morador Insomne", una auténtica joya literaria que fue Premio "Felipe Trigo" en 1988, y que ahora ha sido corregida y ampliada por su autor, Antonio Jiménez Casero, y la escritora Elena Marqués.

La novela, que ha sido editada por la editorial Extrovertida, está ambientada en la época de la Guerra Civil. El punto de partida de la historia, que se desarrolla en un lugar imaginario de Extremadura, es la ocupación de tierras por parte de los yunteros extremeños, que tuvo lugar en marzo de 1936.

Informe sobre la Economía Andaluza

El pasado 9 de noviembre en la Sala Helvetia se presentó el informe Economía y Política Económica para una Andalucía próspera, elaborado por la entidad el Club de los Viernes. El mismo fue presentado por Daniel Rodríguez, coordinador de esta entidad y Juan Carlos Valverde, presidente de la asociación Stop Impuestos Sucesiones. El acto fue conducido por Christian Romero, coordinador regional del Club de los Viernes y reunió a un nutrido grupo de políticos y agentes sociales en general de la sociedad andaluza.



Un concurso de pintura inspirado en Murillo



> Entrega de premios certamen "Miradas de Murillo".

El pasado 6 de octubre Helvetia Seguros patrocinó junto a Cope Sevilla un concurso de pintura rápida, bajo el título "Miradas de Murillo", que tuvo lugar en las calles de Sevilla dentro de las actividades conmemorativas enmarcadas dentro del IV Centenario del pintor sevillano, Juan Esteban Murillo (1617-2017).

Los 40 pintores que participaron en el concurso tan sólo tuvieron un par de horas para plasmar en sus lienzos, paisajes, obras o personajes vinculadas con la figura del maestro sevillano. Sin embargo, parece que eso no supuso para ellos ningún problema, ya que algunos en tan poco tiempo lograron crear auténticas obras de arte inspiradas en la obra de Murillo.

La entrega de premios del concurso se celebró el pasado 22 de octubre en la Sala Helvetia. En el evento estuvieron presentes: Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros; Joaquín López Sáez, director regional de Cadena Cope; Eva María Carreño, del Instituto de la Cultura y las Artes de Sevilla (ICAS); y Antonio Martín, del Grupo Martín Casillas.

Los premiados fueron: Joaquín Suárez, Jessica González, Francisco Javier Fernández y Antonio Moreno, éste último galardonado con el primer premio. También se realizó una mención especial para María Platero, la participante más joven del concurso (con 6 años).

Las obras del concurso fueron expuestas en la Sala Helvetia durante una semana para que todos los amantes del arte y la pintura pudieran apreciar cada uno de los trabajos que realizaron los participantes del concurso.

Una década al servicio de Sevilla

La Sala Helvetia se encuentra ubicada en el emblemático edificio diseñado por Rafael Moneo en Sevilla, siendo la sede central de Helvetia Seguros en España. La Sala Helvetia, después de una intensa década, se ha erigido en un espacio al servicio de la sociedad y de la cultura, constituyéndose en un modelo muy peculiar de desarrollo de la Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros.

La historia de la Sala Helvetia comienza a escribirse, como tal, en 2008, año de su inauguración en el contexto de los actos conmemorativos organizados en España para celebrar el 150 Aniversario del Grupo Helvetia.

Desde entonces, este espacio sociocultural se ha convertido en una pieza indispensable en la Responsabilidad Corporativa de la compañía en España y en su compromiso con la ciudad que la ve crecer cada día.

La Sala Helvetia es sinónimo de dinamismo, de implicación social y, en definitiva, de pasión por la ciudadanía. Está concebida como un espacio abierto, al servicio de la capital hispalense y de su gente, con una intensa actividad que incluye la celebración de los más variados eventos, para los que se cede gratuitamente. Durante esta



> José María Paagman junto a Alfredo Sánchez Monteseirín, alcalde de Sevilla en el momento de inauguración de la Sala Helvetia.

década se han celebrado más de un centenar de actividades de diversa índole.

Su vocación de servicio público se concreta, aún más, en el hecho de cederse su uso también al Ayuntamiento de Sevilla, mediante un protocolo que ha sido entregado a los tres últimos alcaldes de la capital de Andalucía.



> Jornada formativa impartida por la APC en julio de 2014.



> Retransmisión en directo del programa La cámara de los balones en mayo de 2012.



Campaña Ahorro 2018

helvetia.es

Ahorra. Disfruta.



Set Gourmet.

simple. claro. helvetia 

Tu aseguradora suiza

Formación

Formación para empleados

Cómo hablar en público Curso realizado en la Sede de Sevilla los días 2 y 3 de octubre 2018 en modalidad presencial y con asistencia de 15 empleados de la Sede de Sevilla con una duración de 8 horas e impartido por Luis Baras, director del Aula de Comunicación Verbal (ACV).

Aportación de valor comercial Realizados 6 cursos en la Sede de Sevilla entre los días 22/10/18 y 28/11/18 en modalidad presencial, dirigido a todos los comerciales internos y personal de la UGC con una duración de 15 horas por curso e impartido por el Departamento de Organización, Desarrollo de Ventas y la Consultora Eutropía.

Seguridad de la información Realizado un curso entre el 01/11/18 y el 01/12/18 en modalidad *e-learning* dirigido a todos los empleados de Helvetia Seguros.

Curso PBC/FT Realizados 4 cursos en la Sede de Sevilla entre el 13/09/18 y el 19/10/18 en modalidad presencial y dirigido a empleados de Comercial Vida, responsables de Vida de Zona, CDA, Seguros Personales y UGC.

Formación para mediadores

Aprovechamiento de la inteligencia de negocio para la gestión de la cartera Curso realizado en la Sede de Sevilla los días 18,19 y 20 de septiembre de 2018 en modalidad presencial, dirigido a 12 hijos de agentes exclusivos dentro del programa formativo Sucesores con una duración de 18 horas e impartido por la Consultora Eutropía.

Futuro/presente del Mediador de Seguros Curso realizado en la Sede de Sevilla los días 9 y 10 de octubre 2018 en modalidad presencial dirigido a 17 agentes exclusivos dentro del programa formativo El agente empresario con una duración de 12 horas e impartido por la Consultora Eutropía.

Modelo de acercamiento comercial Curso realizado en la Sede de Sevilla los días 16 y 17 de octubre 2018 en modalidad presencial dirigido a 12 agentes exclusivos dentro del programa formativo Agentes Plan de Carrera (PAC) con una duración de 16 horas e impartido por la Consultora Eutropía.

Fidelización y retención de clientes Curso realizado en la Sede de Sevilla el día 15/10/18 en modalidad presencial dirigido a 12 agentes exclusivos dentro del programa formativo El Agente Empresario con una duración de 8 horas e impartido por la Consultora Eutropía.

En el II Foro Talento de ESIC

Juan Manuel Rico, responsable del Departamento de Formación de Helvetia Seguros, participó el pasado 19 de octubre junto a otros profesionales del sector, en el II Foro Talento en ESIC Sevilla, un encuentro muy interesante en el que se analizó el *mentoring* inverso como herramienta para ayudar a la generación silenciosa en las nuevas tecnologías.

En dicho encuentro, el cual fue conducido por Carlos González, profesor de Esic, también estuvieron presentes: Penélope Serrano, jefe de Red Externa de Asisa, Nicolás Díaz, director Financiero de Grupo Atlantic Blue y Gema Gómez, técnico de Recursos Humanos en Isotrol.



> Juan Manuel Rico, responsable del Departamento de Formación durante el II Foro Talento en Esic.

Fe de erratas

En el número anterior de esta revista, en la página 20, se publicó una información referente al Plan de aportación definida que no era correcto. En el párrafo se decía:

A mediados de 2017 la Seguridad Social suscribió un nuevo convenio colectivo de ámbito estatal para el sector de Seguros, Reaseguros y Mutuas Colaboradoras que estará vigente hasta 2019

en lugar de:

A mediados de 2017 se publicó (BOE 1 de junio de 2017) el nuevo convenio colectivo de ámbito estatal para el sector de Seguros, Reaseguros y Mutuas Colaboradoras que estará vigente hasta 2019.



Asistencia sanitaria y legal de excelencia para nuestros asegurados

En apenas quince años de existencia, Grupo Serviall se ha consolidado como una de las principales empresas proveedoras de servicios legales y médicos para el sector asegurador en España. Más de 21.000 facultativos, 1.100 centros médicos y una extensa red de letrados que abarca todo el territorio nacional ofrecen diariamente sus servicios a compañías como Helvetia Seguros. Una compañía con la que el grupo se siente muy satisfecho de colaborar.

Grupo Serviall es reconocido dentro del sector asegurador español por la prestación de servicios sanitarios y jurídicos, a través de diversas líneas de negocio que, desde su creación, en 2002, hasta la fecha, les ha permitido mantener un crecimiento constante, ganando cada vez más cuota de mercado hasta superar los dos millones y medio de euros de facturación en 2017. Con sede central en Málaga, actualmente el cuadro médico de Grupo Serviall está formado por más de 21.000 facultativos y 1.100 centros médicos especializados, además de una amplia red de letrados altamente

cualificados que cubre todo el territorio español.

Cuatro son, fundamentalmente, las líneas de negocio de Grupo Serviall: Serviall Salud, Serviall Segunda Opinión Internacional "Worldcare", Serviall Legal y Serviall Assistance. Con estas cuatro líneas, como explica Juan Carlos Urbano, su consejero delegado, el grupo se adapta como un 'traje a medida' para sus *partners*. "Actuamos como 'marca blanca' que añade valor a la empresa a la que destinamos nuestro servicio", explica Urbano. Una marca blanca, eso sí,

alejada de todas las posibles connotaciones negativas del término. Ya que si hay algo que prima en Grupo Serviall, es la excelencia. Una excelencia que está en la base de la propia misión de la compañía: "Somos una empresa de servicios especializada en dar servicios a nuestros clientes, por lo que si no cumplimos con nuestra misión, no servimos", explica Urbano. Para cumplir con los estándares de calidad, de hecho, el grupo ha desarrollado su propio Departamento de Calidad, cuyo objetivo es asegurar que los servicios ofrecidos superen un ratio de calidad previamente marcado



que garantice el éxito de cara al beneficiario final.

Junto a la vocación de excelencia, otro de los aspectos singulares de Grupo Serviall es su orientación neta hacia el sector asegurador. “Somos una empresa nacida de la cultura del mundo asegurador -explica Urbano-. Los socios fundadores provienen de ese sector y es algo que está presente en la filosofía de la empresa. Compartir esas bases hace que corredores de seguros o agentes del mundo asegurador de toda la geografía española se sientan identificados y les resulte más sencillo conectar con nuestro ‘modus operandi’. Es algo que también trasladamos a todo nuestro personal, desde los operadores hasta el Departamento de Informática. Todos deben ser conocedores de la dificultad que entraña hacer una póliza y mantenerla. Deben saber que cuando se produce una incidencia, no sólo está en juego el nombre de Helvetia Seguros o el nuestro, también está en juego la credibilidad del mediador que en su zona representa a la entidad. Tener esa delicadeza, tanto a la hora de tratar al beneficiario final del servicio como de informar de lo sucedido al mediador, entendemos que nos hace ser diferentes y dar un mejor servicio”.

La colaboración con Helvetia Seguros se remonta a hace más de una década. Desde el grupo, el balance de esta colaboración es muy positivo: “Nos sentimos orgullosos y afortunados de compartir nuestro quehacer con una empresa altamente valorada en el sector asegurador y que se muestra como un referente a nivel nacional e internacional”, considera Urbano. “Esperamos continuar colaborando muchos años y seguir creciendo juntos”.

“Desde nuestro punto de vista -añade-, Helvetia Seguros destaca por la agilidad y eficacia a la hora de tomar decisiones importantes, a pesar de ser una empresa de gran tamaño, donde la toma de decisiones suele ralentizarse. También destaca por mantener a lo largo del tiempo una actitud innovadora incansable a la hora de mejorar el

producto existente, algo que le lleva a ser líder del sector asegurador, además de un referente”.

De cara al futuro, Grupo Serviall prevé avanzar en la internacionalización de su línea de *outsourcing* de servicios socio-sanitarios Serviall Assistance, a través de la que han sido proveedor oficial de eventos de gran repercusión internacional como La Vuelta Ciclista a España. Asimismo, la firma prevé el desembarco en breve en Italia de los servicios de Segunda Opinión Médica Internacional “World-

Care”, de la que son distribuidores exclusivos en varios países.

Junto a estas líneas, el grupo trabaja de forma constante para evaluar y detectar posibles nuevos servicios. “Constantemente estamos valorando nuevos servicios que reúnan estas particularidades -sostiene Urbano-, siempre con la máxima de que sean servicios con un ratio de uso importante por parte del beneficiario final. Somos un radar de nuevos servicios, por nuestra filosofía, con un alto grado de componente tecnológico.”



> Juan Carlos Urbano, consejero delegado de Grupo Serviall.

Servicios desarrollados para Helvetia Seguros:

- Cuadro médico baremado.
- Servicios diversos relacionados con la salud (historial médico en la nube, vídeo-consulta médica, etc.).
- Servicios legales (consulta jurídica telefónica, trámites de gestoría, etc.).
- Interlocutores habituales en Helvetia Seguros: Departamento de Asistencia Familiar.

“La fortaleza de Helvetia Seguros son sobre todo las personas”

García & Maluenda es una correduría con sede en Madrid, con la que nuestra compañía viene colaborando desde hace tiempo, y que tiene la particularidad de estar especializada en el producto de Instrumentos Musicales. De hecho, cuentan con más de 3.200 pólizas de este producto, lo que los sitúa en una posición de referencia en este nicho de mercado.

García & Maluenda nace en 1997. ¿Cómo, por qué, en qué contexto?

Mis inicios laborales fueron en el sector industrial, pero, en 1975 decidí iniciarme y formarme intensamente en la actividad comercial. Por casualidades de la vida, en el año 1976 y a raíz de una recomendación de una compañera, acepté una propuesta para incorporarme a una compañía de seguros en el Departamento de Ventas, donde tuve la responsabilidad de dirigir una red comercial especializada en seguros de Vida y Ahorro. En 1983 obtuve el título de corredor e inicié la actividad de mediación en seguros, y ya en 1997 decidí crear García & Maluenda C.S., S.L.

Dentro del sector asegurador, estáis muy especializados en el producto de Instrumentos Musicales. ¿Qué circunstancia os hizo especializaros en la comercialización de este producto?

Fue por una situación circunstancial de un cliente. Tuve la ocasión de conocer al presidente del Montepío de la Música, el pianista Manuel Gracia, que me propuso crear algún seguro especial para los músicos y cantantes. La primera póliza que hicimos fue un colectivo de Accidentes con un baremo especial. Por ejemplo, contaba con una garantía que aseguraba el 100% de indemnización, en caso de accidentes tales como la pérdida del dedo pulgar para el músico, o de la voz para el cantante. Posteriormente, por petición de los socios del Montepío, comenzamos a asegurar sus instrumentos musicales. En España, en esos momentos, no podían hacerlo. Empecé a buscar y en todas las compañías me decían que no. Recabamos información de lo que se estaba haciendo en Londres, y al fin, tras aportar información gustó la idea y lo pusimos en marcha.



¿Cuáles dirías que son las principales singularidades de un seguro como el de Instrumentos Musicales?

En principio, los instrumentos musicales suelen ser objetos de mucho valor económico, y para el músico, su instrumento musical es algo más que una herramienta de trabajo. Él es el mejor aliado de la compañía para cuidar su instrumento, ya que, más allá del valor económico y profesional, estas piezas tienen también un importante valor afectivo. En caso de que ocurra cualquier incidente, va a valorar mucho una rápida atención de nuestra parte (correduría y compañía) y su correspondiente reparación de su luthier de confianza.

Rafael García, gerente de García & Maluenda



¿Cuál es vuestro feedback por parte de los clientes de este tipo de seguros?

Muy positivo. Por lo general, es gente muy seria y profesional. El cliente es consciente y percibe como muy necesario este tipo de seguro, que garantiza la protección de una herramienta especialmente valiosa ante cualquier imprevisto. Por nuestra parte, apoyados por la compañía, hemos podido satisfacer en un porcentaje muy alto sus expectativas, estamos a su servicio y eso el cliente lo percibe.

¿Qué margen de mejora crees que queda todavía en esta póliza?

La póliza "Penta" desde sus inicios ha ido mejorando de forma progresiva, en los primeros años básicamente en el precio. Nació con coberturas amplias, pero con limitaciones y exclusiones para cierto tipo de instrumentos y con una prima altísima. No obstante, los buenos resultados y la estadística, permitieron realizar las mejoras necesarias por exigencia del cliente o del mercado y también por la vocación de seguir siendo un referente del sector. Actualmente, las primas están al nivel de las que se estaban aplicando en Londres hace 30 años. Esto nos muestra que estamos llegando a los límites, donde espero nos mantengamos muchos años más.

¿Cómo es la relación con Helvetia Seguros?

Como todo, se puede mejorar, sobre todo con los distintos departamentos que tenemos menos relación. No obstante, con los que más trato tenemos -el Departamento de Transportes, Comité de Dirección, Producción y Siniestros-, es excelente. ¡Nos conocemos desde hace tantos años! Sabemos

que podemos confiar, que queremos hacer las cosas bien, este ha sido el fundamento para que la póliza "Penta" naciera sana y fuerte. Siempre hemos pensado que nuestro trabajo habría de beneficiar al cliente y a la compañía.

¿Recuerda algún caso especialmente crítico o curioso en relación con el seguro de Instrumentos Musicales?

La verdad que en todos estos años de andadura ha habido muchos, pero es realmente llamativo ver cómo entra en nuestra oficina una chica llorando, con una congoja tremenda, y con su contrabajo destrozado, porque había tropezado y se había caído encima, más preocupada por si se podría reparar o no, que en el posible valor económico de la indemnización. En otra ocasión, nos dieron un parte de robo de un violín y la realidad de lo que pasó es que había una ruptura de la pareja y el uno reclamaba que el violín se lo había llevado el otro.

¿Cómo valoraría en líneas generales a Helvetia Seguros como compañía? ¿Cuáles diría que son sus principales fortalezas?

Como he indicado anteriormente, sobre todo las personas, la cercanía que demuestran y la capacidad para escuchar y atender los problemas que puedan surgir en el día a día. Cuando se produjo la integración de Nationale Suisse tuvimos un tiempo de preocupación, como es lógico ante un cambio, pero poco a poco fueron disipándose los obstáculos. Como correduría siempre queremos mejorar en la relación con las compañías, en ello nos va la vida de nuestro negocio. Creemos que Helvetia Seguros es uno de los mejores aliados que podemos tener.

“Nos sentimos partícipes del crecimiento de Helvetia Seguros en Cataluña”

Cecot se define como una patronal de patronales: una gran asociación empresarial multisectorial con una fuerte representación del tejido productivo catalán. En 2018, esta organización cumple 40 años.

¿Cómo ha sido la evolución de la organización hasta llegar a soplar tantas velas?

Lo cierto es que la historia de nuestra organización empresarial es la consecuencia de siglos de dinamismo económico anteriores al 1978. En 1401 se creó el Gremio Textil Medieval que agrupaba, mediante diferentes secciones industriales, la mayor parte de la actividad textil de lo que hoy es la comarca del Vallès. Posteriormente, en 1912, se crea la Unión Comercial e Industrial, federación de gremios independientes estructurado por ramos de actividad, que agrupaba la mayor parte de las actividades comerciales e industriales, a excepción de la actividad textil. A partir de 1975, la situación política, social y económica desveló en algunos empresarios la necesidad de poner al día las estructuras empresariales, incidiendo en la necesidad de agrupar a los empresarios, además de sectorialmente, globalmente. Esta necesidad de integración llegó a las dos entidades, cosa que hizo reestructurar los servicios, la organización y la financiación de la confederación gremial. La reflexión sobre este tema impulsó al Instituto Industrial y a la Unión Comercial e Industrial a concertar una mutua integración. El 15 de marzo de 1978 ambas organizaciones constituyeron la Cecot, con el fin de promover y defender los intereses de las empresas tanto industriales, comerciales, como de servicios.

¿Y a partir de 1978?

A partir de entonces, desde la Cecot hemos ayudado a las empresas en el desarrollo de su actividad, intentando adelantarnos siempre a las consecuencias de los ciclos económicos del momento, ya fueran momentos de crecimiento, de estabilidad o de crisis (en el 1992 y en el 2008), para poder orientar y asesorar a las empresas en sus planes y

estrategias por un lado, y por el otro, para poder incidir en la elaboración o supresión de normativa o procesos administrativos con el fin de mejorar la competitividad empresarial. Aquí podríamos hablar de internacionalización, innovación, transformación digital, gestión del talento, simplificación administrativa y un largo etcétera de aspectos en la actividad empresarial.

La asociación representa a 45.000 empresas y 40 colectivos empresariales vinculados. ¿Cómo se logra semejante tamaño manteniendo las señas de identidad?

Como todo en esta vida, buscando un equilibrio sostenible y beneficioso para todas las partes. Nuestro ámbito de influencia y de actuación viene determinado por el de los colectivos empresariales que integramos o están vinculados a nuestra organización, la mayor parte de ellos dentro del territorio catalán y, en especial, en la comarca del Vallès, una de las mayores regiones industriales del sur de Europa.



> Antonio Abad durante la Nit del Empresari..

En la imagen, foto de familia de Cecot



¿Qué encuentra en Cecot la empresa que decide formar parte del proyecto?

Siendo concisos, el servicio de la Cecot se basa en tres líneas de trabajo: trabajamos para influir, es decir, defendemos los intereses del tejido empresarial ante las administraciones públicas; generamos redes, es decir, promovemos las relaciones entre empresas del sector, entre empresas de distintos sectores, con instituciones de ámbitos distintos, con agentes sociales y con todo aquel que crea que la suma de esfuerzos nos hará avanzar porque estamos convencidos de que la cooperación es necesaria para poder competir. Y, finalmente, prestamos servicios de valor: colaboramos con grandes proveedores de servicios profesionales, conseguimos ventajas importantes que benefician la competitividad de nuestras empresas. Y, sobre todo, apostamos por la innovación, la formación y las personas como herramienta imprescindible de generación de valor en nuestras empresas.

La relación de Helvetia Seguros con Cecot siempre ha sido muy cercana. ¿Qué valoración haría de una compañía como la nuestra?

Nuestra relación con el equipo de la compañía en Cataluña se forjó en etapas anteriores a la introducción de la marca Helvetia Seguros y se ha mantenido, así que no podemos por menos que estar muy satisfechos de dar continuidad a unos vínculos que más

allá de acuerdos de colaboración tienen su raíz en el hecho de compartir valores. Ambas entidades tenemos un gran conocimiento de la actividad empresarial y abogamos por ofrecer soluciones adecuadas en cada circunstancia de una manera directa y buscando nuevas fórmulas siempre que incidan en una mejora de la competitividad de los negocios o en un mejor servicio. Y lo que más valoramos es que todo ese proceso de mejora y de dinamismo compartido, lo entendemos desde la motivación y el entusiasmo por ofrecer un buen servicio que a su vez repercute de una u otra manera en el entorno social. En resumen, más hechos que palabras.

Desde Helvetia Seguros, se están haciendo importantes esfuerzos para potenciar su visibilidad en la zona de Cataluña. ¿Cree que está dando resultados?

Sin lugar a duda. El bagaje de Helvetia y el reconocimiento que se suele dar desde el mercado catalán a una manera de trabajar seria, afianzada, con valores de crecimiento sostenible, relacionados a una compañía de cultura empresarial suiza como la de Helvetia, se valora y mucho. Es un factor positivo, de credibilidad para un sector como el asegurador y de confianza en entornos tan volátiles e inciertos como en los que nos movemos últimamente. Nos consta que las acciones en la zona de Cataluña están teniendo buena respuesta institucional y comercial y, en cierto modo, nos sentimos partícipes de ese desarrollo.

Employee Dialogue: optimizando el talento dentro de la organización

En 2017, Helvetia Seguros puso en marcha un nuevo sistema de evaluación del desempeño de los empleados, denominado *Employee Dialogue*. Éste se basa en un modelo de competencias, que reorienta y actualiza los anteriores modelos de evaluación dentro de la compañía (Ev@lua, PEP 2 y PEP Internacional). Con carácter piloto, en 2017, se planteó para determinados niveles de la organización, y ya en 2018 se ha extendido a toda la plantilla.



Uno de los aspectos más interesantes de este sistema es que por primera vez estandariza y fija un único modelo de competencias para todo el Grupo Helvetia. Para hacerlo posible, han sido necesarios tres años de trabajo, desarrollados en el marco del proyecto Talent & Sucession Management que forma parte de la Estrategia *helvetia 20.20*. “La introducción del *Employee Dialogue* -explica José Alberto Calvo, responsable de Recursos Humanos de Helvetia Seguros- supone un avance considerable en materia de evaluación del desempeño dentro de la compañía, no sólo porque establece un único sistema homogéneo en toda la organización, sino porque además es mucho más transparente, delimitando muy claramente la responsabilidad de los empleados en su marco de desempeño dentro del organigrama”.

El *Employee Dialogue* ha precisado la definición de todas las familias de puestos profesionales (18 familias) y también todos los roles profesionales (64 roles) que existen en el grupo. En 2017, el sistema se aplicó para los niveles 1 (Comité de Dirección) y 2 (responsables de departamento y directores de zona), con unos resultados muy positivos y su ampliación a toda la plantilla.

El nuevo sistema ha implicado la institución de unos encuentros anuales de análisis y evaluación del talento dentro de la organización. Es lo que se denominan las *Talent Conferences*, que se celebran en las sedes de Sevilla, Madrid y Pamplona. En estas conferencias del talento, los responsables de cada uno de los perfiles evaluados, con la coordinación del Departamento de Recursos Humanos, establecen dos niveles de perfiles, los *high potential* y los *high performance*, para articular las medidas y decisiones en relación con el potencial y la oportunidad de sucesiones.



La primera edición del *Employee Dialogue* para toda la plantilla se inició en julio de 2018 y se extendió hasta final de octubre.

El sistema de evaluación diferencia entre competencias básicas para empleados (8) y para directivos (10); competencias específicas o técnicas, basadas en las actividades principales del puesto de trabajo; y criterios definitorios del potencial (3).

La experiencia ha resultado muy positiva, según el Departamento de Recursos Humanos. “Una vez que tengamos todos los datos -explica José Alberto Calvo-, trabajaremos en profundizar en las capacidades y el potencial de cada persona, reforzando aspectos como la actitud o la reorientación a nuevos roles”. “La herramienta -concluye el responsable de Recursos Humanos- constituye una gran oportunidad para poder posicionar correctamente el talento en la organización, adecuando cada perfil a su desempeño y optimizando el rendimiento y las capacidades para cada puesto”.

Un proceso en cuatro fases

El proceso de evaluación se realiza a través de una herramienta SAP, conocida como *SuccessFactor (HR Suite)*, y común a todo el Grupo Helvetia. Este proceso incluye cuatro fases:

Autoevaluación: El empleado evalúa sus competencias y rendimiento profesional, sus fortalezas y áreas de desarrollo. Además, trata con su supervisor otras cuestiones relativas a su

situación laboral, trabajo en equipo, etc.

Evaluación: El supervisor valora las competencias evaluadas por cada uno de sus colaboradores, así como de los demás aspectos relativos al rendimiento profesional, fortalezas y las áreas de desarrollo de éstos.

Reunión individual (entrevista): En la entrevista personal de desarrollo se comentan las

competencias y el rendimiento del empleado, así como posibles acciones formativas.

Firma y cierre: Para finalizar la entrevista, el supervisor envía el formulario al colaborador quedando por su parte ya firmada. A continuación, y una vez revisada por el colaborador, es firmada y alojada en la plataforma para su consulta y seguimientos oportunos.

José María Paagman, un hombre feliz

El próximo día 1 de enero, José María Paagman abandonará la Dirección General de Helvetia Seguros para asumir la dirección de Relaciones Institucionales de la compañía. Este cambio de rol y el paso de testigo en la Dirección General a su sucesor, Íñigo Soto, coincide con el cumplimiento por parte de José María de 30 años en Helvetia Seguros. Tres décadas que han marcado el rumbo de la aseguradora, después de sucesivos procesos de integración, hasta transformarse en lo que es hoy: un gran proyecto empresarial, decisivo para el Grupo Helvetia, pero sobre todo un fantástico equipo humano. “Somos una empresa de personas”.

José María Paagman se siente tranquilo y en paz. Y es capaz de transmitir esa tranquilidad a través de su mirada. Es la mirada de quien ha sido capaz de hacerlo todo en su proyecto empresarial, el proyecto de Helvetia Seguros, que siente tan suyo como si casi hubiera nacido en él. La mirada del que sabe que ha hecho bien las cosas y ha cumplido con todos sus deberes. El próximo 1 de enero, José María cumplirá 30 años en Helvetia Seguros. El mejor momento, ha considerado, para echarse a un lado. “Creo que hay gente más joven en la casa con magníficas ideas y muchísima experiencia, en cuyas manos el proyecto no sólo irá bien, sino incluso mejor”, explica convencido. Su nueva responsabilidad será como director de Relaciones Institucionales de Helvetia Seguros. Un movimiento algo más común en otras empresas multinacionales fuera de España, donde las formas más frecuentes de abandonar un puesto de alta dirección son, bromea José María, “la muerte o el despido”. Desde esta responsabilidad, se ha marcado una gran meta general: “Intentar estar todavía más cerca de la gente, los mediadores, los empleados, prestándoles toda la atención que merecen y que mis responsabilidades como director general no me han permitido en todo este tiempo”. Además de este objetivo primordial, su labor se centrará en mantener la presencia de Helvetia Seguros en el ámbito sectorial, gracias a su condición de representante de la compañía en el Comité Ejecutivo de Unespa o en el Consejo Rector de Icea, y también en apoyar a los colegios y asociaciones de mediadores de seguros. Por último, su labor se centrará en ejercer como embajador de la marca Helvetia España, representando a la compañía en los principales foros y espacios sectoriales y sociales. “En definitiva -sostiene- volcaré toda mi experiencia y conocimiento de la cultura de Helvetia Seguros sobre el proyecto, para seguir dándolo todo desde mis nuevas responsabilidades”.



Cede de este modo el bastón de mando a Íñigo Soto, “persona en la que tengo una alta confianza y a la que considero enormemente competente”. De hecho, fue Íñigo, entre otros, quien lo introdujo no sólo en el conocimiento de la compañía integrada Previsión Española, sino también en la propia cultura de Andalucía y de Sevilla. Esa cultura de la que se ha convertido en un gran amante, e incluso un conocedor: en foros tan dispares como el Sicab, Salón Internacional del Caballo, o el mundo de las cofradías, se le conoce, valora y respeta, generando una corriente de simpatía que florece siempre que el nombre de José María Paagman sale en la conversación.



> José María Paagman en una recepción ante el entonces Príncipe de Asturias, actual Rey Don Felipe VI.

“Aunque pueda parecer una persona seria, por mi origen holandés y por mi concepción del mundo laboral desde unas coordenadas muy suizas -explica-, admiro profundamente a España y lo que representa. Suiza y Holanda son países pequeños, mientras que España es un país enorme en todos los sentidos: en su extensión, en su diversidad de culturas, en la variedad de caracteres... Helvetia Seguros es un fiel reflejo de esa diversidad que es España, pero también de su propia unidad a pesar de la diversidad. Nos hemos hecho fuertes gracias a la integración de negocios en distintas regiones. Ojalá que este principio calara también en España como país, a pesar de su diversidad de idiomas, costumbres y culturas. Porque Helvetia Seguros es sobre todo una compañía de personas, diversas, pero unidas por un proyecto común. Es igual que España”.

Aunque su cambio de responsabilidad no sea una retirada -“me siento lleno de fuerza en estos momentos, con capacidad para aguantar diez años más”, explica, y el brillo de su mirada no lo contradice-, es inevitable echar la vista atrás. Su balance de los treinta años en Helvetia Seguros es sencillamente impresionante. Él, siempre modesto, prefiere atribuir todos los éxitos a su equipo humano, pero no puede sino reconocer lo obvio: durante su dirección, la compañía ha vivido un periodo jalonado de grandes éxitos. “Hemos hecho historia -dice- año tras año, y durante muchos años ya, venimos siendo el segundo país del grupo en aportación de beneficios al Grupo Helvetia. Esto es un logro de todo el equipo humano de Helvetia Seguros: trabajadores, mediadores, colaboradores... Sólo puedo, una vez más, sentirme muy satisfecho de haber estado ahí, liderando a ese maravilloso equipo”.

Pero no todo ha sido, ni mucho menos, un camino de rosas. “Los inicios fueron complicados -explica-. Entré en la antigua Cervantes lleno de ilusión, pero con escaso conocimiento del sector. Fue una etapa de aprendizaje, en una compañía que no era sencilla, pero poco a poco fui dando pasos para que internamente la situación se

normalizara”. En aquel momento, a pesar del empeño de Suiza por adquirir íntegramente Previsión Española, la operación no fue posible, por lo que Helvetia dio un primer paso al norte, con la adquisición de La Vasco Navarra. Allí, José María se encontró con un equipo muy profesional. “Fue una experiencia muy interesante, y no sólo por lo laboral. Desde el punto de vista humano, me enriqueció enormemente”, sostiene. La integración de las dos aseguradoras fue el primero de muchos éxitos que vendrían después. “Aquella integración -bromea- fue un trabajo duro: dicen que los holandeses son todos rubios, pero ahí mi pelo empezó a ponerse gris en ese momento. Acabó de ponerse blanco con la integración con Previsión Española”. Lo más complicado de las fusiones, reconoce José María, es la cuestión humana: cómo dar el mejor trato a las plantillas integradas. “Tengo muy claro, y siempre lo he tenido, que somos una empresa de personas. Si las personas fallan, el proyecto empresarial fallará siempre. Por eso mi mayor preocupación siempre fueron las personas, tanto en la primera integración, en el año 2000, de la que me acuerdo como si fuera ayer aunque han pasado ya 18 años, como cuando tuvimos la oportunidad de adquirir la mayoría de Previsión Española y de integrarla en el grupo”. Esto se produjo en 2004, y fue ahí cuando conoció a quien muy pronto le sucederá al frente de la Dirección General de la compañía. “Fue un proceso de integración diferente al primero, porque el tamaño de las empresas también era diferente. El encanecimiento total del pelo sólo fue un pequeño daño colateral, en realidad, frente al gran logro que supuso esta integración, que vista en el tiempo ha merecido absolutamente la pena”. La última integración que le tocó gestionar es más reciente: Nationale Suisse en 2015, una nueva operación saldada con éxito. Gracias, una vez más, a la clave de todas las integraciones: poner por delante el aspecto humano.

“Creo que el hombre más feliz del mundo dentro de Helvetia Seguros desde el punto de vista profesional soy yo -afirma-. Me siento un absoluto privilegiado: un holandés que vino a España por amor y se topó con un



> Viaje de incentivos 2012 (Tailandia y Camboya).

proyecto empresarial suizo interesante donde aprendió y recibió un apoyo incondicional que permitió al proyecto crecer en el mercado español. Un apoyo que siempre estuvo ahí, incluso en los momentos más complicados. Haber podido devolver al grupo la confianza depositada en mí, gracias al buen trabajo del equipo humano de Helvetia España, ha sido una enorme satisfacción personal. No cabe otro balance que la felicidad.”

Durante la entrevista, sale a la palestra el nombre de Iniesta, el ex capitán del Barça y de la Selección Española de Fútbol. Él decidió abandonar su club y la selección en un momento álgido de forma, y en lugar de optar por otro equipo nacional prefirió marcharse al mercado japonés. “No lo había pensado nunca, pero es cierto que encuentro analogías con él”, explica, a pesar de reconocer que aún le escuece un poco que fuera Iniesta, con su gol, el causante de que España le ganara a Holanda, su Holanda natal, la final del Mundial de 2010. “Tengo mucha admiración por Iniesta. Me parece un enorme profesional y también muy humilde. A pesar de su capacidad de liderar a un gran equipo. Igual que él, yo cuento con un gran equipo de estrellas a mi alrededor que lo dan todo. Quizá en lo que no me identifico del todo es que él se ha retirado para no lastrar al grupo. No es mi caso: ahora mismo me siento con una gran energía. Pero sí me identifico con algunas cosas: la prudencia, la capacidad de crear equipo,

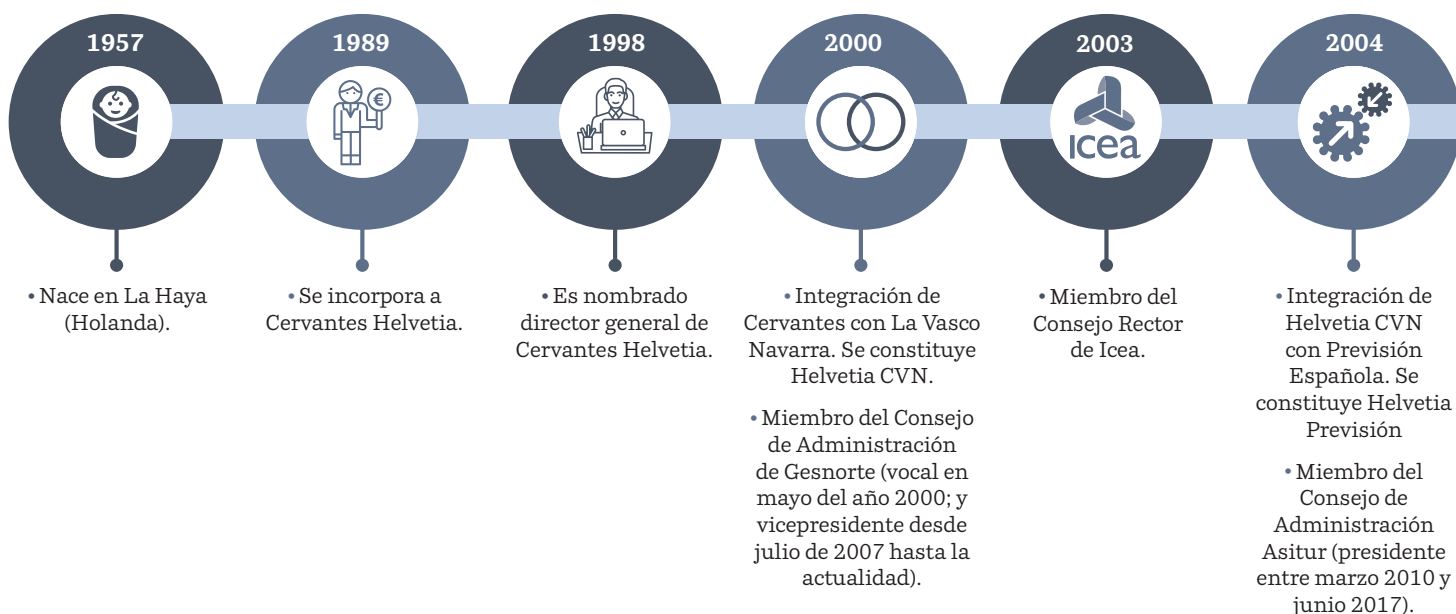


> Foto de familia durante el Viaje de incentivos 2016 (Malasia y Singapur).

el talante general. Él se ha marchado de España para no hacerle la competencia al Barça. Yo, en cambio, me quedo aquí. Porque tengo aún mucho que hacer en Helvetia Seguros”.

“Es posible que mi decisión haya pillado por sorpresa a muchos -continúa-, pero creo que es el paso que procede dar”. De hecho, hacía más de un año y medio que José María había planteado la cuestión al grupo, que le había mostrado, como siempre, su apoyo incondicional. “Creo que es el mejor momento para hacerlo: tenemos un magnífico equipo directivo, que todavía puede dar mucho de sí gracias a las nuevas incorporaciones que se acaban de comunicar. Esta forma tranquila de ceder el testigo garantiza la continuidad del proyecto, desde un principio de evolución y no de revolución. Que yo me eche a un lado no significa que vaya a estar controlando los pasos de mi sucesor, sino más bien ayudándolo a tomar del todo las riendas. He estado al frente de Helvetia Seguros durante muchos años dándolo todo, con mis errores y aciertos, pero siempre con empeño y aportando toda mi profesionalidad. En mis nuevas competencias, seguiré representando allá donde vaya la imagen de Helvetia Seguros, pero con una intensidad algo menor, absolutamente tranquilo de saber que la Dirección General está en muy buenas manos. Mi mayor deseo, y también mi convicción, es que en los próximos años,

Una vida entregada a Helvetia Seguros





> José María Paagman durante la entrega del "Premio Ejecutivo del Año" (2014).



> José María Paagman durante una entrevista en un programa de radio.



> José María Paagman en la imagen junto al actual Comité de Dirección (diciembre 2018).



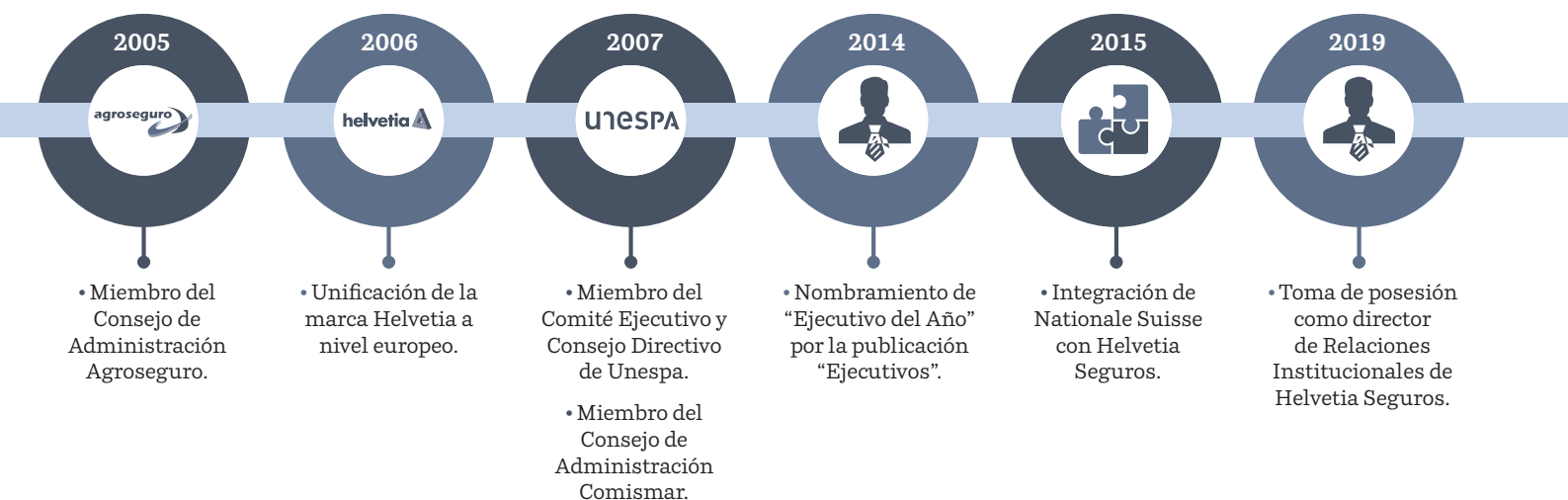
> José María Paagman recibe el premio "Cámara de oro Helvetia a la mejor trayectoria directiva" durante la última Convención Anual de Helvetia Seguros.

siguiendo la tendencia invariablemente ascendente, la compañía irá a mejor".

José María Paagman, no hay duda, es un hombre feliz. Pero de todos sus logros, el que seguramente le proporciona mayor felicidad es el que tiene que ver con el patrimonio humano que el proyecto de Helvetia Seguros ha generado. "A través de las distintas integraciones, con compañías del norte, del centro, del sur y del este, hemos logrado forjar una empresa con una absoluta capilaridad en toda España, con presencia en toda la geografía

española. Esto implica también una gran riqueza cultural, una integración de visiones que no hace sino enriquecernos como aseguradora".

Nos despide con el mismo talante apasionado de siempre. En menos de dos horas, le toca asistir a la inauguración de Sicab 2018. No hay pausa en la agenda de alguien que lleva Helvetia Seguros en sus venas, que se ha convertido en el principal embajador de la marca en nuestro país y en el artífice del estilo empresarial de la compañía.



Escribir como terapia



Junto a Sonia Laín, asesora comercial de la Sucursal Madrid Grandes Agencias, nos sumergimos en la pasión por la literatura y por la palabra como gran terapia. Ya que, gracias a escribir, ha logrado enfrentarse a sus propios demonios. De eso va su primera novela.

El de Sonia Laín, protagonista de la sección De Cerca de este número, es un caso típico de entrada en la literatura por la puerta de la terapia. Ya que fue eso lo que la animó a escribir su primera novela, *El arte de la persuasión*, que antes de novela fueron reflexiones en redes sociales. Estas reflexiones fueron cobrando cuerpo, hasta transformarse, gracias al ánimo de muchos de sus amigos y seguidores, en una historia de más largo aliento. En la ficha de venta del libro en Amazon, que lleva por título *El arte de la persuasión*, se incluye una cita de Blaise Pascal que ayuda a entender el sentido de la obra: “El arte de persuadir consiste tanto en el de agradar como en el de convencer; ya que los hombres se gobiernan más por el capricho que por la razón”. La historia narra la difícil relación que Sophie, la protagonista, mantiene con su pareja,

John, marcada por la persuasión. “La persuasión anestesia las mentes que sufren, Sophie lo sabía bien, pero tendría que aprender a gestionarlo”, dice el texto promocional.

“Escribí este libro como un desahogo -explica Sonia-. Todo ocurrió en un periodo de mucho estrés, con un ataque de ansiedad incluido. Recurrí a la ayuda de varios coaches, y ninguno me ofreció un asesoramiento que me convenciera. Así hasta que uno me planteó por qué no volcarlo en palabras, por qué no exteriorizarlo a través de la escritura. Le hice caso”.

Así que Sonia comenzó a publicar sus reflexiones en redes sociales. Al principio eran frases, y más tarde pequeños monólogos escritos. Los escribía en tercera persona, aunque todas ellas eran vivencias que tenían que ver con

sus circunstancias personales. Así que algunos seguidores comenzaron a sugerirle por qué no se decidía a convertir aquellas reflexiones improvisadas en un texto más largo.

De este modo se puso manos a la obra. Fue dándose cuenta de que las páginas de Word crecían y crecían, hasta superar la barrera psicológica de las cien páginas. Y la técnica, asimismo, se fue perfilando: comenzó a introducir diálogos. El proceso se dilató durante más de un año, para dar como resultado *El arte de la persuasión*. “El título tiene que ver con la obra que escribe uno de los personajes, que se dedica a la consultoría”, explica Sonia. Ella define su novela como “un intento de superación de los monstruos que me atormentan”. “La lección del libro es que todos somos capaces de superar lo que nos lastima, aunque nos deje

secuelas”, sostiene, defendiendo que “aunque la han tildado de novela romántica, porque se centra en una relación sentimental, en realidad es una vivencia extensible a todos los ámbitos de la vida”.

Pero su proyecto de novela no concluyó con el punto final. Ahora llegaba el momento, tanto o casi más difícil, de verla publicada. Al llevar el original al registro de la Propiedad Intelectual, una funcionaria muy amable se convirtió en su mejor coach literaria: “Me atendió en relación con mi manuscrito, pero en realidad me prestó un valioso asesoramiento. Ella conocía el sector y se mostró encantadora para evitar que errara o diera los pasos equivocados”. De manera que esta “buena samaritana” le proporcionó un listado de editoriales modestas pero que trabajaban con mimo con los textos y los autores. “Envié mis textos a bastantes editoriales. Y por fin, un día, contactó conmigo una de ellas. Un informe de lectura positivo recomendaba su publicación”, explica ilusionada, recordando el momento en que técnicamente se convirtió en novelista editada.

Pero publicada no quiere decir, ni mucho menos, consagrada. Ya que ella se considera realmente una aprendiz todavía. De hecho, está realizando un curso de escritura creativa, para perfeccionar aspectos que aún se le resisten, como la escritura de diálogos más naturales o

descripciones más precisas. “Una escribe o aspira a escribir como lo que le gusta leer -sostiene-. Y eso no es nada fácil: requiere dar forma al texto, trabajar en el estilo, en la estructura... Todas esas cosas que no piensas cuando te lanzas a la ligera por primera vez a escribir”.

Es curiosa, por cierto, su forma de escribir. Se conoce el caso de novelistas que escribían de pie (Hemingway, Dickens) o de escritores que lo hacían acostados (Proust, Valle-Inclán). Sonia es un caso de escritora en transporte público. Ya que ahora escribe sobre todo en los trayectos en tren desde su oficina en Madrid hasta su residencia en Guadalajara. “Siempre llevo el portátil conmigo en esos viajes -explica-, lo que me garantiza dos horas al día de escritura”. Si bien ahora suele escribir mientras acompaña a su hija en el salón, entretanto juega o ve la tele. Su primera novela la escribió durante las largas noches de insomnio derivadas de su ansiedad. “Puede decirse -comenta- que escribí *El arte de la persuasión* con nocturnidad y alevosía”.

Amante de autores como Dan Brown o Patricia Cornwell, siempre aprovecha los encuentros literarios con autores para participar en ellos y así conocer su forma de trabajar, la manera de desarrollar su creatividad y cómo abordar las cuestiones técnicas. Pero probablemente de quienes más aprende es de sus lectores, muchos de



> Sonia Laín, asesora comercial de la Sucursal Madrid Grandes Agencias.

ellos amigos, quienes siempre le ofrecen buenos consejos. “De hecho, algunos de mis amigos lectores reconocen elementos y aportaciones que me han hecho. Es bonito que en cierto modo el texto surja como producto de la aportación de gente a la que aprecio”, explica.

Finalmente, Sonia, que ya piensa en un segundo libro, reconoce que su primera novela tiene muchas deudas con Italia, donde se desarrolla la mitad de la historia. “Soy una enamorada de ese país, de su cultura, su historia, su gastronomía... Es allí donde siempre recargo las pilas. Así que incluirlo como uno de los escenarios de mi novela era rendir tributo y homenaje a este lugar tan importante para mí”.

Capítulo 1 de *El arte de la persuasión*

“Tal vez sea demasiado tarde pero ya no puedo más, la culpa me está consumiendo lentamente, tengo que hablar con Él y explicárselo todo...”

Me dirigía a coger el teléfono...

- Yo que tú, no haría eso.

Esa voz... no era posible, no podía ser... Un escalofrío recorrió todo mi cuerpo y terminé por helarme la sangre; hacía tiempo que no escuchaba esa voz, aunque no el sufi-

ciente para olvidarla, sería capaz de reconocerla entre miles. Poco a poco la figura fue abandonando la oscuridad del salón acercándose lentamente hacia mí, y gracias a la tenue luz que desprendía la chimenea tomó forma ante mis ojos.

El miedo inicial se tornó en pánico cuando confirmé su identidad, y apenas fui capaz de balbucear.

- No, no es posible, no puede ser, tú... Tú deberías estar muerto...

Intenté retroceder y huir, pero sus brazos me alcanzaron sin apenas esfuerzo como tantas otras veces, podía notar el calor de sus manos a través de mi camisa, y empezaba a quemarme.

- Deberías haberte asegurado macherie, hay que comprobar el resultado de nuestros actos, yo no voy a fallar en el mío, en cambio tú... tendrás que aprender a gestionarlo.

... pero nunca llegué a hacerlo.



*“Helvetia Seguros
ha mejorado mucho
y muy rápido en los
últimos años”*

> José María Parra, director de Sucursal Almería



*“Siempre estoy
aprendiendo y
siempre tendré que
aprender”*

*> Maite Jiménez, técnico responsable Grupo
Producción Sevilla*

En este número de En buena compañía, reunimos a una responsable de Centro de Producción (Maite Jiménez) y a un director de Sucursal (José María Parra, director de Sucursal Almería). A pesar de la diferencia de su ámbito de competencias, tienen más aspectos en común de lo que parece. En esta entrevista, conocemos algunos.

Una responsable de Centro de Producción frente a un director de Sucursal. ¿Qué aspectos de vuestro desempeño profesional consideráis que tenéis en común?

José María Parra: Más de los que a primera vista podría parecer. De nuestro buen hacer, y me refiero a la parte comercial que nos corresponde, está que el Centro de Producción haga el suyo de manera correcta. Nuestro "lenguaje" debe ser el mismo y entonces el resultado final será el idóneo. El cliente recibirá su póliza con las condiciones que ha solicitado a la sucursal y todos quedaremos satisfechos. El trabajo debe ser interdepartamental para conseguir éxitos.

Maite Jiménez: Principalmente, la responsabilidad de formar equipo para un objetivo común: la satisfacción final de nuestro cliente. Hacer común esos objetivos marcados, que son los mismos de la compañía, nos permitirán conseguir la agilidad y calidad que nos demandan a ambos departamentos.

En ambos casos, la gestión de equipos humanos tiene un fuerte peso. ¿Qué cuestiones consideráis indispensables para un buen desarrollo del trabajo en equipo?

J.P.: Ganar la confianza de mi equipo y el liderazgo en el día a día en los objetivos marcados. Lo que yo puedo hacer, mi equipo puede hacerlo. Y además así lo transmitimos puesto que no somos una unidad independiente y todo tiene que fluir.

M.J.: Para un buen desarrollo del trabajo en equipo es indispensable que todos y cada uno de los componentes sepan en todo momento cuándo, cómo y qué tienen que hacer, con planificación, interdependencia, funciones bien definidas, implicación y apoyo en las dudas o dificultades que se puedan plantear en el desarrollo de su trabajo.



Ambos, directa o indirectamente, tenéis relación con la emisión de pólizas. ¿Qué margen de mejora cabe aún en esta gestión?

J.P.: Para los que llevamos un tiempo en Helvetia Seguros y conocimos tiempos pasados, estos no fueron mejores, al revés, diría que hemos mejorado mucho y muy rápido en los últimos años. Es cierto que los procesos de gestión, deben avanzar hacia la descentralización, la simplificación y la eficacia porque si no, la estrategia de digitalización no será factible. Además, esto implica que todos avancemos en la misma dirección. No pueden existir unidades 20.20 (siglo XXI) y otras “siglo XX”. Creo que tenemos todavía en este campo un amplio margen de mejora. Todavía tenemos productos que no se emiten en sucursales.

M.J.: Siempre hay cosas que se pueden mejorar en la emisión, sobre todo pensando a nivel de la utilización por parte de distintos usuarios, entre ellas indicaría, por ejemplo, la mejora en los ajustes de primas.

Los dos contáis con una larga experiencia en Helvetia Seguros. Si tuvierais que resumir vuestra historia en la compañía en cinco momentos, ¿cuáles serían?

J.P.: En primer lugar, mi incorporación a la Delegación de Murcia como subinspector de Diversos en Previsión Espa-

ñola. También, mi traslado a la recién abierta Sucursal Murcia con mi buen amigo Paco Mateo. A su vez, las expectativas, ilusiones e incertidumbres que rondaban en el momento de la fusión con Helvetia CVN. Y para finalizar, y no último espero, el momento en que el director de mi zona, Manuel Muñoz, me confía la dirección de la Sucursal Almería, donde actualmente trabajo.

M.J.: El primero sería remontándome a septiembre de 1997, cuando se creó el Departamento de *Call Center* (atención telefónica) y éramos inicialmente dos personas. El segundo, en Agroseguro, donde estuve aproximadamente un año ayudando en las campañas. El tercero, en el Departamento de Automóviles, donde estuve aproximadamente cinco años. El cuarto, en el año 2004, en el Centro de Servicio Sevilla, donde empecé a formar parte del Grupo de Producción. Y el quinto, en el año 2009, cuando me nombraron responsable. El resumen de estos cinco momentos, me veo siempre siendo una más, con dedicación, involucrada, aunque por supuesto en el momento actual, con más experiencia y asumiendo la responsabilidad de trabajar con un gran equipo.

A pesar de vuestra experiencia, siempre se sigue aprendiendo. ¿Qué os queda a vosotros por aprender?

J.P.: De todo he aprendido, contestando a esta entrevista, por ejemplo. En el terreno profesional, creo que nos queda



por aprender mucho, por ejemplo, en cuanto a nuevas tecnologías queda muchísimo, porque no evolucionan, sino que vuelan. Tenemos que ponernos las pilas con todo lo relacionado con Internet y las redes sociales o sucumbir en el intento, porque la sociedad en todos sus ámbitos y en todas sus relaciones está cambiando con estas herramientas.

M.J.: Nada es siempre igual, por lo que siempre estoy aprendiendo y siempre tendré que aprender. Más ahora con las nuevas tecnologías, donde los cambios exigen una continua adaptación.

¿Y qué consejos o enseñanzas soléis recalcarles a los nuevos empleados que se incorporan a vuestro departamento o sucursal?

J.P.: Trabajo, trabajo y luego trabajo, con constancia, disciplina y no parar de formarse y de exigir formación.

M.J.: Ante todo, ser equipo, aportando cada uno lo máximo según sus aptitudes. Además de tener en cuenta el compañerismo, imprescindible para mantener siempre un buen ambiente de trabajo.

La relación estrecha con el mediador es una de las claves del modelo de negocio de Helvetia Seguros. ¿Cómo valoráis la evolución del perfil del mediador a lo largo del tiempo?

J.P.: El perfil del mediador como tal ha sufrido pocos cambios: seguimos valorando para mediador a personas con ganas de triunfar, con afán emprendedor, con dotes para la venta, que generen confianza. Sin embargo, sí ha cambiado y mucho, el entorno, la sociedad, los medios... Actualmente, el nivel cultural de la mediación ha subido, su nivel de profesionalización también (apoyados muchas veces en planes y estrategias de las propias compañías, qué decir de nuestro programa PAC). Si hay un cambio evidente e imparable es por las redes sociales e Internet. Y por supuesto, por las nuevas leyes que van a modificar el perfil del mediador. Lo veremos en breve con la nueva ley de mediación (la IDD va a significar un gran cambio). Creo que debemos prepararnos a nivel individual y de empresa para mantener el modelo actual atendiendo a la nueva tipología de mediador que se nos viene.

M.J.: La evolución del mediador tiene que ir paralela a la evolución de la compañía. Actualmente, contamos con unos mediadores que han ido adquiriendo poco a poco mayor autonomía con la incorporación de nuevos productos y avances tecnológicos, adaptándose a lo largo de tiempo, debido a las necesidades que demandan nuestros clientes.

A debate: la comunicación como herramienta de trabajo

¿Cómo valoráis actualmente el flujo de comunicación existente entre servicios centrales y las sucursales?

J.P.: Decía en una de mis primeras respuestas que hoy sin un trabajo interdepartamental sólido y con fluidez, nos veríamos abocados al fracaso. Hoy estamos siendo mejores porque la comunicación entre departamentos ha mejorado. Se han depurado algunos procesos, se ha conseguido más claridad en otros, y eso es de agradecer desde las sucursales. Además, vemos que se siguen dando pasos en ese sentido. Mi valoración es muy positiva.

M.J.: Con respecto a nuestro departamento y teniendo una visión amplia a nivel de todas las sucursales, lo valoro, en general, como una comunicación fluida con la utilización de varios canales y en función a las necesidades requeridas por nuestros clientes.

¿Qué aspectos crees que se podrían trabajar para mejorarla?

J.P.: Simplificando procesos que a veces son farragosos, posibilitando que las sucursales tengamos más capacidad de gestión (descentralizando procesos) y por supuesto, siguiendo con la conversión de programas (B2B, B2C, CRM, Filenet...) hacia una mayor digitalización.

M.J.: Creo que el canal de comunicación que utilizamos vía mail, si se sabe utilizar de manera correcta, avanza bastante la gestión. En nuestro caso, tenemos unas pautas a seguir para la utilización de dicho canal en asuntos de mayor urgencia, que funciona bastante bien.

¿Cuáles son, para ti, los elementos que favorecen una buena comunicación interna?

J.P.: La fluidez en la comunicación se consigue con el trabajo en equipo, la sencillez de la información, un mayor conocimiento por parte de todos de los procesos de gestión y por la agilidad de consulta que deben darnos las nuevas tecnologías. Todo esto no servirá, sin un mejor aprovechamiento de los recursos humanos de los que disponemos en Helvetia Seguros.

M.J.: El *feedback* de la escucha activa es clave para conseguir buenos resultados en una comunicación interna, estableciendo los medios y pautas adecuadas a seguir en dicha comunicación. Además contar con la colaboración y compromiso de ambas partes, asumiendo cada uno su responsabilidad.



José María Parra

Un adjetivo que te define: Romántico.

Otro adjetivo no tan bueno en el que te reconoces:

Dicen que subversivo y terco.

Un objeto al que tienes especial cariño: De elegir, mi pluma y bolígrafo Mont-Blanc.

La felicidad para ti es: No lo sé bien, se es feliz muchas veces y en muchas situaciones, pero la felicidad plena es con mis hijos.

Mar o montaña: Ambas, pero me quedo con la mar.

Una frase para enmarcar: *Tempus fugit.*

A lo que siempre digo no: Al ruido.

A lo que siempre digo sí: A un libro.

La penas con eso son menos: Con pan, pero no qué va, suelen ser menos, con buena compañía.

El viaje que tienes pendiente: A Nunca Jamás, pero creo que no lo haré ya.

La persona más lúcida que has conocido: Mi catedrático de Historia Antigua en la Universidad de Murcia, Antonino González Blanco, siempre maestro.

Un defecto con el que eres condescendiente: La prepotencia, bien entendida.

Y otro que te produce mucha irritación: La intolerancia.

El mundo sería un lugar mejor si: Si leer y viajar fuera obligatorio.

Una imagen que resume tu infancia: El río Segura a su paso por mi pueblo, Blanca (Murcia) y niños en la playa fluvial.



Maite Jiménez

Un adjetivo que te define: Responsable (en todos los aspectos de mi vida).

Otro adjetivo no tan bueno en el que te reconoces:

Protectora (con todo lo relacionado a mis hijos).

Un objeto al que tienes especial cariño: Tengo varios de mis hijos cuando eran bebés.

La felicidad para ti es: Compartir mi vida junto a mi familia y amigos, además del bienestar de todos ellos.

Mar o montaña: Mar.

Una frase para enmarcar: "Si quieres llegar rápido, camina solo. Si quieres llegar lejos, camina en grupo".

A lo que siempre digo no: A algo que considere no sea correcto.

A lo que siempre digo sí: A disfrutar junto mi familia.

La penas con eso son menos: Con el apoyo de mi familia y amigos.

El viaje que tienes pendiente: Tenemos alguno pensado, aún sin concretar.

La persona más lúcida que has conocido: Mi padre.

Un defecto con el que eres condescendiente: Con ciertas manías.

Y otro que te produce mucha irritación: Las malas formas.

El mundo sería un lugar mejor si: Hubiese siempre respeto hacia los demás.

Una imagen que resume tu infancia: Mi barrio y antigua vivienda familiar, donde guardo muy buenos recuerdos de mi infancia.



> Josefina Ballesteros junto a una de las bonitas calas de Tossa de Mar.

Tossa de Mar (Gerona)

El paraíso azul de la Costa Brava

Junto a Josefina Ballesteros, comercial interno la Sucursal Cataluña Agentes, viajamos hasta Tossa de Mar. Un destino de la Costa Brava frecuentado por artistas como Marc Chagall, quien la bautizó como el Paraíso Azul. Aunque es durante el verano cuando concentra más turistas, perderse por sus calles es un placer ideal para todo el año.

Hay pocos lugares que relajen tanto a Josefina Ballesteros, comercial interno de la Sucursal Cataluña Agentes de Helvetia Seguros, como Tossa de Mar. Para ella, este destino de la Costa Brava, situado en la provincia de Gerona, a sólo 88,5 kilómetros de Barcelona, ciudad en la que reside, es sinónimo de paz y tranquilidad. “Siempre que vengo, me gusta detenerme largo rato en la muralla y contemplar el mar. Me llena de serenidad”, explica.

Tossa de Mar es una de las pequeñas grandes joyas del litoral catalán. En este pueblo numerosos artistas fueron incapaces de resistirse a su influjo. Marc Chagall, creador luminoso y gran pintor de azules, llamó precisamente a este lugar “el Paraíso

Azul”, seguramente por la potencia turquesa del Mediterráneo que baña su orilla. La mítica Ava Gardner también quedó rendida a sus encantos, después de rodar en su centro histórico la película *Pandora y el holandés errante*, junto a James Mason. En aquella película, la ciudad fue rebautizada con un nombre de elocuente belleza: Esperanza. Junto al recuerdo inmortal de la cinta, hoy sigue siendo muy perceptible la huella de Ava Gardner en Tossa de Mar: está convertida en estatua a tamaño real, y muchos comercios exhiben al público carteles y fotografías que rememoran el paso de la actriz por la localidad. Los más enamoradizos y fans de la diva optarán por comprar en las pastelerías de la zona los dulces conocidos como Besos de Ava Gardner.

Tossa de Mar pertenece a la comarca de La Selva. Con poco más de 6.000 habitantes, es un destino preferente de verano para españoles y también para extranjeros provenientes de Francia y Alemania. En este destino, los turistas encuentran una propuesta de playa que está muy lejos del tipo de turismo más masivo que caracteriza a otras zonas como Lloret de Mar o Sant Feliú de Guixols. Aquí, se impone el turismo familiar, animado pero sin resultar bullicioso, alegre sin dejar de ser relajante. Y ello, fundamentalmente, gracias a la impronta de su pasado como pueblo pesquero y a la magia de su centro histórico, perfectamente conservado dentro del recinto amurallado de su principal icono patrimonial y al que debe su personalidad, el castillo de Tossa de Mar.



> El centro de Tossa de Mar se caracteriza por pequeñas calles y rincones llenos de encanto.

Monumento Histórico Artístico Nacional desde 1931, a su belleza suma el hecho de que es el único ejemplo de población medieval fortificada que aún pervive en la costa de Cataluña.

“Lo bonito de Tossa de Mar es que, a pesar del turismo, sigue conservando su esencia de pueblo acogedor y con raíces históricas -explica Josefina-. Al contrario que otros muchos núcleos, que han perdido personalidad debido al abuso del turismo, en el centro de Tossa tienes la sensación de estar en un lugar muy auténtico”. Auténtico y con profundas raíces históricas, ya que los 300 metros del perímetro del recinto amurallado fueron construidos entre los siglos XII y XIV para proteger el espacio frente a los piratas.

Una de las zonas más hermosas de Tossa de Mar es Vila Vella. Sus irregulares y estrechas calles invitan al visitante a perderse en un fascinante paseo, gracias a la abundante oferta de tiendas y restaurantes que generan en el turista la sensación de tiempo detenido.

Pero no todo el encanto de Tossa de Mar queda constreñido por su muralla. De hecho, la localidad cuenta con tres playas, las tres compitiendo en belleza entre sí. En primer lugar, la playa Grande, muy cerca del centro de la población. En segundo lugar, Codolar, una cala muy tranquila. Y en tercer lugar, la Playa de la Mar Menuda, la predilecta de nuestra cicerone, una cala deliciosa rematada por una for-

mación rocosa conocida como “Sa banyera de ses dones” (“la bañera de las mujeres”). “Siempre que viajo a Tossa de Mar en verano, me gusta visitar esta playa”, explica, matizando que, aunque en junio y julio, es una visita obligada, “Tossa es ideal para cualquier época del año”. Aunque sólo en verano tiene ocasión de disfrutar de la maravillosa experiencia que es asistir a uno de sus amaneceres. “Estar en la Playa Grande a las seis de la mañana y ver amanecer es una de las experiencias más hermosas que puedes disfrutar en Tossa de Mar”, sostiene.

E igual que tiene una playa predilecta, Josefina también tiene sus sitios de parada preferidos en el casco histórico. El Restaurante Carlus, al pie de la muralla, es sin duda su favorito. Allí hacen muy bueno el “Cim i Tomba”, un

plato típico de Tossa fuertemente arraigado a su tradición marinera. Como salir a pescar implicaba largos periodos fuera de casa, los pescadores de la zona embarcaban también utensilios básicos para cocinar un guiso típico, que se preparaba con el pescado descartado para la venta, incluyendo alimentos básicos como cebolla, patatas, pimientos, tomates y ajo. El resultado es una de las grandes exquisiteces de Tossa. Que tiene en el cremat su remate perfecto, una bebida de postre flambeada con ron, cáscara de limón, azúcar y granos de café. Esta bebida puede encontrarse en muchos lugares de la Costa Brava, pero en pocos sitios sabe tan bien, asegura Josefina, como en Tossa de Mar.

Cuando llega el mes de julio, una de las experiencias más intensas en este municipio son los concursos de Haba-



> Una figura rinde tributo a Ava Gardner, una de las visitantes más ilustres de Tossa de mar.



> Tossa de Mar tiene una rica oferta gastronómica.

neras. Junto a la muralla, en dirección a la Playa Grande, se celebra cada año un concurso, y en el repertorio siempre hay un tema, muy típico de Tossa, que acapara las mayores ovaciones: el 'Meu Avi', una de las habaneras catalanas más célebres.

Muy pronto, Tossa de Mar celebra su fiesta mayor de invierno. Hablamos de la celebración de Sant Vincenç, que arranca cada 20 de enero con numerosas actividades tales como verbenas, desfiles o exposiciones.

"Vengo a Tossa -explica Josefina-, al menos diez veces al año. Y en todos los casos hago lo mismo: aprovecho para visitar las calles del centro, voy a las tiendas y siempre subo a la muralla y dedico algunos minutos para contemplar el mar. Es muy relajante".

El 'flechazo' de Josefina con Tossa no se produjo cuando era pequeña, sino ya siendo madre, durante una semana de vacaciones con su hija en la que su marido no pudo acompañarlas. "Raquel, mi hija, tenía sólo cinco años.



> Una de las delicias culinarias de la zona es el "Cim i Tomba".

Pero fue una experiencia maravillosa: durante una semana, disfrutamos muchísimo de Tossa, conocimos sus rincones, sus playas. Fue fantástico".

Tossa de Mar siempre está, de hecho, entre las recomendaciones que hace a todas las visitas que le consultan qué tienen que ver de su tierra. "A todos les digo lo mismo: no te contaré nada, simplemente visita Tossa y cuando vuelvas me lo cuentas. Nadie a quien se lo haya recomendado ha regresado de su visita sin contar que les ha fascinado".



¿Estás seguro?

Derecho de propiedad y derecho de uso en el siglo XXI

Desde hace años, existe una tendencia clara en la sociedad a devaluar el derecho de propiedad y, a la vez, a revalorizar el derecho de uso de las cosas sin que se tenga la propiedad de las mismas.

Supongo que esta tendencia responde a un cambio evolutivo más, como muchos de los que se han dado en la historia de la humanidad, en los que se han modificado derechos, paradigmas, objetivos, etc.

No obstante, este cambio me parece un retroceso social muy relevante, al que no se le da la importancia que tiene. En este sentido, creo necesario recordar lo que establece el artículo 17 de la Declaración Universal de Derechos Humanos:

1. Toda persona tiene derecho a la propiedad, individual y colectivamente.
2. Nadie será privado arbitrariamente de su propiedad.

Sin embargo, el mundo actual, en lugar de potenciar este derecho a la propiedad, favorece la evolución señalada, reduciendo su valor de distintas formas:

- tener una vivienda en propiedad empieza a ser algo anticuado (cuando no, imposible, por los precios y salarios actuales), resaltándose las ventajas del alquiler, como un modo más versátil y asequible para vivir.
- poseer como propio un coche es algo caro, contaminante y poco útil, teniendo en cuenta la mejora de los transportes públicos, el creciente uso de las bicicletas y otros vehículos individuales en las ciudades, la popularización del uso compartido de los coches, etc.
- hacerse con la propiedad de una vivienda secundaria es, cada vez, más inasequible y poco rentable, prefiriéndose gastar el ocio en viajar a

lugares diversos, contratando temporalmente hoteles, casas rurales, apartamentos turísticos, etc.

- las mismas empresas, cada vez más concentradas y de mayor tamaño, pertenecen, no a personas o familias con nombres y apellidos, con las que se puede hablar y negociar, sino a heterogéneos fondos de inversión, de carácter anónimo, que cuentan con representantes que transmiten sus decisiones como meros testaferros.

Podríamos señalar más ejemplos pero creo que estos son suficientemente significativos de que algo está cambiando en el mundo y de que las próximas generaciones disfrutarán mucho menos del derecho a la propiedad y tendrán que conformarse con ejercer el derecho de uso de las cosas... en tanto en cuanto lo permitan los propietarios de las mismas, que serán cada vez más escasos y más poderosos.

Conviene subrayar aquí el cambio significativo que también supondrá esta evolución para el sector asegurador, que tendrá que ir adaptando sus productos para asegurar, no sólo la propiedad de los bienes, sino también el uso de los mismos. Pero, en ello, nuestra industria tiene una larga experiencia y no tendrá problemas en esa reconversión, siempre que la realice con agilidad y con anticipación.

En definitiva, y en mi modesta opinión, creo que el gran avance de las libertades individuales y del progreso social que ha experimentado la humanidad en los últimos dos siglos se ha producido gracias a la diversificación y a la socialización del derecho a la propiedad, al que ha accedido una gran clase media que es el auténtico pilar de las sociedades más libres y más justas. Y si ahora se produce el proceso contrario, ¿qué futuro nos espera? ¿Será mejor o peor para cada uno de nosotros y para la humanidad? ¿Estás seguro?

Javier García

Director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros

🐦 @Javier_GarG

