

en buena compañía

Revista de la
compañía aseguradora
Helvetia Seguros
Septiembre 2019 N° 48

Reportaje central

Lanzamiento de nuevos
productos

Nuestros proveedores

Logalty

En buena compañía con

Casa de la Misericordia



34

*De cerca:
Marc Palop*



24

*Nuestros
proveedores:
Logalty*



28

*En buena
compañía con:
Casa de la
Misericordia*

Editorial	3	<i>Queridos lectores de "En buena compañía":</i>
Noticias	4	<i>En este número de la revista encontraréis interesantes informaciones referidas a nuestra actividad en los últimos meses, ya que nuestra publicación siempre quiere ser un reflejo dinámico de la vida de Helvetia Seguros. Entre las más importantes de naturaleza social se encuentran la publicación de nuestra undécima Memoria de Responsabilidad Corporativa, una de las pioneras y más consolidadas del sector, y los acuerdos suscritos el pasado mes de junio con dos asociaciones forestales de Galicia y de Navarra para recuperar zonas de bosque deforestadas por incendios y plagas. Esta última es una iniciativa del grupo que demuestra su sensibilidad para proteger el medioambiente y para fortalecer la economía rural y su sostenibilidad.</i>
Nuestros proveedores	24	
Logalty		
Nuestros mediadores	26	
Castañer Ysasi, agencia exclusiva de Helvetia Seguros en Palma de Mallorca		
En buena compañía con	28	
Casa de la Misericordia		
Reportaje central	30	
Lanzamiento de nuevos productos		
De cerca	34	
Marc Palop, responsable comercial de Vida de Zona Este y Zona Cataluña		<i>Los reportajes centrales están dedicados a dos importantes lanzamientos de productos: las nuevas líneas de Unit-Linked, que trabajan con dos fondos multiestrategia caracterizados por su fuerte componente innovador, y el seguro de Helvetia Responsabilidad Civil General que engloba tres productos y cuya gran novedad es que se transforma en un ramo descentralizado. Con ello, damos cumplimiento a una de las aspiraciones de nuestra estrategia digital: profundizar en la autonomía de gestión de nuestros mediadores y de toda la organización a través del B2B.</i>
Entrevista doble	36	
Mireia Moñino, responsable del Departamento Técnico y Reaseguro y Miguel Ángel González, director de la Sucursal Valladolid		
Departamentos y sucursales	42	
Departamento de Infraestructura y Seguridad Informática, y sucursal de Albacete		<i>La apuesta por el canal de la mediación se ve materializada no sólo en este tipo de iniciativas, sino también en el apoyo que desde Helvetia Seguros prestamos a asociaciones y colegios profesionales de toda España, así como a entidades deportivas y culturales a través de nuestra estrategia de patrocinios, habiendo firmado numerosos acuerdos en estos meses.</i>
Un paseo por...	44	
Ribeira Sacra (Ourense y Lugo)		
¿Estás seguro?	47	
		<i>Os animo, por último, a redoblar vuestros esfuerzos en este último trimestre para conseguir cerrar un nuevo año excepcional, que siga reflejando la gran fortaleza comercial de nuestra compañía.</i>

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, Javier Cagigas, Ana Conde, Laura Estévez, Emilio Ferrer, Javier García, Ana Gavilán, María Goyena, Pablo Ibars y Manuel Ramos. **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

Un fuerte abrazo a todos,

Íñigo Soto

Director general de Helvetia Seguros



Comités de Dirección en Valencia y Málaga



> Miembros del Comité de Dirección junto a los empleados de las sucursales valencianas.

Este año algunas de las reuniones mensuales del Comité de Dirección de Helvetia Seguros, con el fin de intensificar aún más las relaciones con la red comercial, se están celebrando en diferentes ciudades donde tenemos presencia.

Así, el pasado 10 de abril los miembros del Comité de Dirección de Helvetia Seguros se trasladaron hasta Valencia para celebrar su reunión mensual. Allí, tuvieron la oportunidad de compartir una agradable jornada con los empleados y mediadores de nuestras dos sucursales en la capital del Turia.

Por otra parte, la reunión del pasado 12 de junio tuvo lugar en Málaga, en concreto, en la céntrica sucursal de la capital malagueña, donde los directivos tuvieron un encuentro con el equipo al completo de la Sucursal Málaga y el director de la Sucursal Marbella.



> Miembros del Comité de Dirección junto al equipo de la Sucursal Málaga y el director de la Sucursal Marbella.

Un padrino de graduación excepcional

El pasado 11 de abril, el director general de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, asistió a la ceremonia de graduación de los egresados de las promociones 2015-2019 de los Grados en Administración y Dirección de Empresas en inglés, en Finanzas y Contabilidad y en Análisis Económico de la Universidad Pablo de Olavide.

El director general de nuestra compañía tuvo el honor de ser el padrino de los 80 titulados (17 de Administración y Dirección de Empresas en inglés, 39 de Finanzas y Contabilidad y 24 del Grado en Análisis Económico) que se graduaron en la ceremonia celebrada en el Paraninfo de la Universidad y que estuvo presidida por el decano de la Facultad de Ciencias Empresariales, Jesús Juan Cambra.

También acudieron al acto la vicedecana de Ordenación Académica, Guadalupe Valera; la vicedecana de Relaciones Internacionales, Cecilia Téllez, y el vicedecano de Prácticas y Relaciones Externas, José Manuel Ramírez, así como los familiares de los titulados.



> Íñigo Soto junto los egresados. Foto cedida por Universidad Pablo de Olavide.

Íñigo Soto en Seguros TV y en el Foro "Directivos Líderes"



> En la imagen, Íñigo Soto durante la entrevista.

El pasado 27 de junio, siguiendo con el plan de comunicación iniciado con motivo del nombramiento de Íñigo Soto, como director general de Helvetia Seguros, ofreció una interesante entrevista a Seguros TV en la que hizo balance de sus primeros meses al frente de nuestra compañía y comentó los próximos retos y objetivos de la empresa.

En la entrevista, Íñigo valoró los buenos resultados que obtuvo Helvetia Seguros en 2018, al lograr incrementar un año más su volumen de negocio y su facturación tanto en Vida como en No Vida. En este sentido, el director de nuestra compañía destacó las ventajas que supone para la empresa contar con el respaldo de un grupo asegurador internacional con gran solvencia como es el Grupo Helvetia.

Íñigo también analizó la situación actual del sector asegurador, donde la digitalización está más presente que nunca. Además, volvió a destacar la importancia que tiene la figura del mediador en nuestra compañía, en la que continúa siendo el principal canal de ventas. En este sentido, comentó nuestra apuesta por la digitalización de procesos y servicios, sin renunciar al asesoramiento personalizado del mediador, ya que es eso lo que nos hace diferenciarnos del resto. La entrevista está disponible en la web de [Seguros TV](#).

Además, el director general de Helvetia Seguros impartió una conferencia el pasado 10 de julio en Madrid junto a directores de otras compañías. Una actividad enmarcada en la última edición del Foro Andalucía – Madrid "Directivos Líderes" que organiza periódicamente la revista Andalucía Económica.



> Íñigo Soto durante su conferencia en el Foro Andalucía-Madrid "Directivos Líderes".

El Art Committee, por primera vez en España

La sede de Madrid de Helvetia Seguros acogió el pasado 17 de mayo el Art Committee del Grupo Helvetia. Era la primera vez que este encuentro se celebraba en nuestro país, en el que estuvieron presentes los responsables de los Departamentos de Arte del grupo, así como los responsables de negocio de los distintos países de Europa y de los mercados especializados (Asia y Latinoamérica).

En representación de Helvetia España acudieron al encuentro los integrantes del Departamento de Transportes y Arte, encabezados por su responsable, Pablo Ibars.

En la reunión se analizaron los resultados de este producto que registró cada país en el último ejercicio. Además, se trataron diversos temas de interés general relacionados con dicho negocio y se planteó la estrategia comercial para los próximos años.



> En la imagen, Pascal Barbato, responsable de Marine & Art del Grupo Helvetia, durante su presentación.



100 años con Helvetia

> En la imagen, Íñigo Soto, director general de Helvetia hace entrega de la placa conmemorativa.

El pasado 20 de marzo la agencia Ortiz Guzmán de Recas (Toledo) cumplía 100 años y para celebrarlo organizó un encuentro muy especial al que asistieron el director general de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, el director de Relaciones Institucionales, José María Paagman, y los miembros del Comité de Dirección, Susana Blanco, José García y Manuel Catalina, junto al director de la Zona Centro, Carlos Enrique González, y el director de la Sucursal Madrid Grandes Agencias, Miguel Ángel González.

La agencia de Seguros Ortiz nació el 20 de marzo de 1919. Poco podía imaginar Pedro Ortiz cuando firmó aquel día su primer contrato como mediador de Previsión Española que 100 años después su "legado" continuaría en el tiempo. Primero, tomó el relevo como mediador su hijo Florencio, luego se puso al frente de la empresa su nieto Carlos, que impulsó el negocio con Helvetia Seguros, y ahora sus dos bisnietas, Mar y Nieves.

Ese pequeño negocio, que comenzó con el bisabuelo de la familia, hoy se ha convertido en una gran agencia de seguros que cuenta con una considerable cartera de clientes en la provincia de Toledo.

Aunque no hay fórmulas para el éxito, todo lo que ha conseguido la familia Ortiz Guzmán no habría sido posible sin la perseverancia, la pasión y el compromiso que ha tenido con esta profesión y con sus clientes. En este sentido, Mar Ortiz recuerda con cariño uno de los consejos que le dio su padre cuando ella comenzó a trabajar en la



> Francisca Guzmán y Carlos Ortiz, padres de las actuales titulares de la agencia.

agencia: "Un buen servicio siempre da buen trabajo".

La agencia Ortiz Guzmán siempre ha destacado por el trato y el servicio personalizado que ha brindado a sus clientes. Ahí radica parte de su éxito. Prueba de ello es que muchos de los clientes con los que cuentan actualmente Mar y Nieves son hijos y nietos de clientes que antes lo fueron de su abuelo.

Desde Helvetia Seguros deseamos continuar celebrando muchos años más cargados de éxitos con la agencia Ortiz Guzmán.



> Primer contrato original suscrito en 1919.

Con los colegios de mediadores



> En la imagen, Carlos Eslava, director de la Zona Norte y Alberto Moreno, presidente del Colegio de Mediadores de Navarra.

El compromiso de Helvetia Seguros con la mediación es constante. Así lo demuestran los diversos acuerdos de colaboración que ha firmado con los colegios de mediadores de seguros de Andalucía Occidental, Álava y Vizcaya, Zaragoza, Barcelona y Navarra.

A través de estos convenios, nuestra compañía refuerza sus vínculos con los medidores colegiados de estas regiones, apoyándolos en su formación y colaborando activamente con las diferentes actividades que desarrollarán los colegios.

Estos acuerdos también permiten a Helvetia Seguros asociar su imagen al colegio, utilizar sus instalaciones para la formación, organizar acciones para dar a conocer sus productos entre los colegiados y asistir a los actos que organicen los colegios.



> Javier García y Francesc Santasusana, presidente del Colegio de Mediadores de Barcelona.

Importantes acuerdos en Cataluña



> Javier García y Antoni Abad, presidente de Cecot durante la firma del acuerdo.

En el mes de julio Helvetia Seguros renovó en Barcelona los acuerdos que mantenía con el Gran Teatre del Liceu, la Fundación Auditorium del Colegio de Mediadores de Barcelona y la organización empresarial Cecot. Tres entidades con las que comparte su apuesta por la cultura, el compromiso con la mediación y la innovación en la empresa, respectivamente.

Gracias al convenio con Cecot, Helvetia Seguros volverá a patrocinar un año más la *Nit de l'Empresari*, el evento que cada año desarrolla esta organización para premiar a las mejores iniciativas empresariales catalanas. Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, y Antoni Abad, presidente de Cecot, suscribieron la firma del acuerdo el 3 de julio en la sede de la confederación empresarial.

Por otra parte, la firma del acuerdo entre la Fundación Gran Teatre del Liceu y Helvetia Seguros tuvo lugar el 4 de julio en la sede del Liceu. Los encargados de firmar el convenio fueron Valentí Oviedo, director general de la Fundación del Gran Teatre del Liceu, y Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros. Con este acuerdo, nuestra compañía seguirá contribuyendo en el desarrollo de las diferentes actividades culturales que llevará a cabo el teatro en la próxima temporada.

Ese mismo día, Javier García también firmó el acuerdo de colaboración con el presidente del Colegio de Mediadores de Barcelona, Francesc Santasusana, para continuar fomentando la formación y profesionalización de los mediadores de esta corporación a través de las diferentes actividades que llevará a cabo su fundación durante en el próximo año.



> Javier García y Valentí Oviedo, director general de la Fundación del Gran Teatre del Liceu.

Reforzando vínculos institucionales en la Zona Norte



> En la imagen, Jorge Recio, director de la Sucursal Pamplona Corredores, Silvia Manjón, presidenta de Anacose y Carlos Eslava, director de la Zona Norte.

En estos meses, Helvetia Seguros ha suscrito dos importantes convenios de colaboración en la Zona Norte con el objetivo de reforzar y potenciar su presencia en esta área.

Primero, la compañía firmó un acuerdo con la Asociación Navarra de Corredurías de Seguros (Anacose) para fortalecer sus vínculos con los corredores navarros. La presidenta de la asociación, Silvia Manjón, y el director de la Zona Norte de Helvetia Seguros, Carlos Eslava, protagonizaron la firma del convenio, que tuvo lugar en la sede de Anacose el pasado 13 de mayo.

Y unos días más tarde, el 29 de mayo, Helvetia Seguros renovó el convenio que mantenía con la Asociación de Corredores de Seguros de La Rioja (Adecor), que se integra en la Federación de Empresarios de La Rioja (FER), para que los corredores de seguros riojanos puedan continuar ofreciendo a sus clientes productos y servicios de nuestra compañía.

El presidente de Adecor, Fernando Madorrán, y el director de la Sucursal Pamplona Corredores de Helvetia Seguros, Jorge Recio, formalizaron la firma de este acuerdo en las instalaciones de la FER.



> Jorge Recio, director de la Sucursal Pamplona Corredores y Fernando Madorrán, presidente de Adecor.

En buena compañía 9/19

Nuestras campañas comerciales

Campaña	Periodo de duración	Finalidad	Estado
Salud	01-09-2019 a 31-12-2019	Potenciar ventas del producto Helvetia Salud Global (E71).	Activa
Vida	01-09-2019 a 31-12-2019	Incrementar ventas de nuestros productos de Vida Ahorro. A través de un asesoramiento e información al cliente sobre la importancia del ahorro.	Activa
Superagente CRM 20.20	Anual	Incrementar uso de CRM y generar agenda de vencimientos en póliza. Objetivo prestar servicio personal, eficiente, profesional e individualizado por parte del agente al cliente.	Activa



helvetia.es

**Hoy.
Mañana.
Siempre.**

simple. claro. helvetia 

Tu aseguradora suiza

Salud. Malestar.



Sentirse cuidado.

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza



Reuniones de agentes Élite



> Reunión agentes Élite en la Zona Norte.

En el mes de mayo se celebraron las reuniones con los agentes Élite de cada zona, en las que se analizó la situación de este colectivo, que tiene tanta importancia para Helvetia Seguros, y se plantearon nuevas acciones y objetivos. En este sentido, Antonio Bravo, responsable del Departamento de Desarrollo de Ventas, hizo un análisis sobre la productividad, crecimiento y comportamiento técnico que el colectivo Élite ha logrado y trazó las nuevas acciones comerciales y objetivos planteados para 2019.

En las reuniones también estuvieron presentes Joaquim Algueró, director del Área de Servicio al Cliente y Organización, Javier Prado, responsable del Departamento de Organización, Julia Casanova, responsable del Departamento de Automóviles Particulares y Riesgos Particulares, Sinestros Lesiones y Red Médico-Jurídica, y por parte del Departamento de Desarrollo de Ventas, Miguel Ángel Cinta.

Julia Casanova aprovechó estas jornadas para presentar su departamento, que fue creado a principios de año, a los agentes Élite, con el objetivo de que conocieran las funciones y las tareas de las que se hace cargo. Además, Javier Prado les ofreció a los asistentes diferentes consejos y recomendaciones para la tramitación de siniestros, una de las tareas exclusivas más importantes que realizan estos agentes.

Estos encuentros también han servido para enseñar a los agentes las últimas novedades en herramientas tan importantes como el CRM; para lo cual, Miguel Ángel Cinta les presentó la nueva app.

Finalmente, se les animó a redoblar sus esfuerzos de cara al concurso bienal que está en vigor hasta el próximo mes de junio de 2020, y cuyos ganadores participarán en el IV Meeting del Club Helvetia Élite, previsto para septiembre de 2020.

Colaboradores del V Foro Madrid Seguro

Helvetia Seguros ha sido una de las empresas colaboradoras de la V edición del Foro Madrid Seguro que se celebró el pasado 27 de junio en la capital española y que reunió a más de 400 profesionales del sector asegurador.

El evento estuvo centrado en la mediación y en los diferentes modelos de competencia. Entre los asistentes por parte de Helvetia Seguros se dieron cita el director de Relaciones Institucionales, José María Paagman, el director de la Zona Centro, Carlos González, y los directores de nuestras sucursales de Madrid: Nuria Bendito, Miguel Ángel González y Carlos Pizarro.

Ángel Corada, gerente del Colegio de Mediadores de Madrid, fue el encargado de abrir la jornada. Tras él, intervino la presidenta del Consejo General de los Colegios de Mediadores, Elena Jiménez Andrade, quien reconoció que los mediadores necesitan adaptarse a las nuevas herramientas "para ser más competitivos", aunque "el factor humano continuará siendo un valor diferencial con el cliente".

Entre otras cosas, los asistentes del encuentro pudieron disfrutar de la interesante entrevista que realizó el periodista Ernesto Sáez Buruaga a los expresidentes de la Comunidad de Madrid, Alberto Ruiz-Gallardón y Joaquín Leguina. En ella, se trataron diversos temas como el terrorismo, la nueva tipología de empresa que ha surgido en la región y cómo ha sido el proceso de adaptación.

Durante la jornada, el Foro Madrid Seguro distinguió al director del programa "Todos Seguros" de Capital Radio, Miguel Benito, con el premio 'Madrid Seguro' por su labor divulgativa e informativa del sector asegurador.



> En la imagen, Alberto Lledó, Fernando Martín, Nuria Bendito, Elena Jiménez, José María Paagman, Carlos Pizarro y Miguel Ángel González.

En mayo, ¡a la Feria de Sevilla!...



> El director general de la compañía, Íñigo Soto, dirigió unas palabras a los empleados en la caseta de Helvetia.

Un año más, el Ayuntamiento de Sevilla suscribió con Helvetia Seguros la póliza de Responsabilidad Civil y Patrimonial para la organización, funcionamiento y celebración de la Feria de Abril, que se celebró del 4 al 11 de mayo, y fue un auténtico éxito, con la visita de más de 4 millones de personas.

La póliza de Helvetia Seguros cubría las consecuencias económicas derivadas de la responsabilidad civil por daños personales, materiales y perjuicios ocasionados a terceros en el contexto de la organización, funcionamiento y celebración de la Feria. La protección abarcaba todas las instalaciones públicas relacionadas con el evento, desde la iluminación integral hasta el mobiliario urbano o el tradicional paseo de caballos y carruajes. Así como la portada de la Feria, que este año ha estado inspirada en el Pabellón de Sevilla de la Exposición de 1929, formado por el Casino de la Exposición y el Teatro Lope de Vega, en homenaje a Aníbal González.

Este seguro también protegía todo el proceso de montaje y desmontaje de las casetas, así como el tradicional castillo de fuegos con el que se clausura la feria. La póliza de Helvetia Seguros garantiza la protección frente a las posibles contingencias relacionadas con los suministros y demás riesgos, garantizando la tranquilidad y el normal desarrollo de uno de los eventos socioeconómicos más importantes de España.

Helvetia Seguros también patrocinó la retransmisión del alumbrado de la feria en directo a través de la web de ABC de Sevilla.

El martes de Feria, el director general de la compañía, Íñigo Soto, coincidiendo con el Consejo de Administración de Helvetia Seguros, invitó a todos los empleados de la sede central de Helvetia Seguros a una recepción en la caseta de la empresa, situada en la calle Pascual Márquez, número 201.

Y el 7 de julio, ¡San Fermín!

No podemos hablar de Pamplona sin hacer alusión a los Sanfermines, unas fiestas declaradas por la Unesco de Interés Turístico Internacional y que cada año reúnen a miles de personas de todo el mundo.

Este año Helvetia Seguros volvió a estar muy presente en estas fiestas. Nuestra compañía volvió a asegurar los encierros, responsabilizándose, entre otros, de los seguros de Accidentes de los corredores y de los dobladores (empleados de la plaza de toros), así como del seguro de Responsabilidad Civil.

Durante la celebración de los Sanfermines, Helvetia Seguros ha llevado a cabo diferentes campañas publicitarias en medios. La primera de ellas se desarrolló en Navarra TV, donde se proyectaron nuestros spots entre el 2 y el 14 de julio. A su vez, se patrocinó el magazine Viva San Fermín o Gora San Fermín, espacio dedicado a los encierros y emitido en horario de tarde por Navarra TV. Como es habitual y se viene haciendo desde hace bastantes años se han publicado inserciones en los periódicos Diario de Navarra y Diario de Noticias. A nivel nacional, y por segundo año consecutivo, Helvetia Seguros ha patrocinado la sección especial en la edición digital del diario El País para estas fiestas.

Junto a ello, en el perfil corporativo de Facebook se ha llevado a cabo una campaña publicitaria donde hemos publicado nuestro spot especial creado para San Fermín.

A su vez, los miembros del Comité de Dirección de Helvetia Seguros celebraron su reunión mensual en la sede de Mutilva el pasado 9 de julio y aprovecharon la ocasión para mantener un encuentro con los empleados, con su correspondiente cóctel.



> Los empleados de la sede de Mutilva celebraron un encuentro con el director general de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, con motivo de los Sanfermines.

XIII edición del Trofeo Helvetia de Golf



> En la imagen, de izquierda a derecha, Carlos Eslava y Victor Lizarraga junto a los premiados.

Un año más, el Club de Golf Castillo de Gorraiz ha acogido el Trofeo Helvetia. Este torneo, que ya va por su 13ª edición, se ha convertido en uno de los eventos deportivos indispensables de este club, que es todo un referente en la práctica golfista de la comunidad navarra.

En la edición de este año, que se llevó a cabo el 1 de junio, participaron alrededor de 150 deportistas amateurs, que competían por parejas en la modalidad *Fourball* (mejor bola). A pesar del calor, los participantes disfrutaron de una agradable jornada de golf en la que reinó el buen ambiente y la deportividad.

Un año más, Helvetia Seguros patrocinó la entrega de los distintos trofeos y premios del torneo. En esta ocasión, la pareja ganadora del Trofeo fue la compuesta por Miguel y Jorge Bayo, seguidos por Kaleigh Telfer y Jaime Hualde en segunda posición. Un podio que completaron Silvia Azpilicueta y Javier Catalán tras conseguir el tercer puesto.

En la entrega de trofeos estuvieron presentes Víctor T. Lizarraga, director de Estrategia y Transformación Digital de Helvetia Seguros, y Carlos Eslava, director de la Zona Norte de la compañía.

Reconocimiento de Fundal

La Fundación Deporte Alcobendas (Fundal) volvió a celebrar un año más su Gala Anual para reconocer a las distintas instituciones y personalidades del deporte que han contribuido durante la temporada 2018-2019 al fomento de la actividad deportiva general y a la promoción de Alcobendas en particular.

Numerosas personalidades del ámbito político y deportivo estuvieron presentes en la gala, que tuvo lugar el 19 de junio en el Hotel Eurostars Madrid Congress de Alcobendas. Entre los que se encontraban el nuevo alcalde de la ciudad, Rafael Sánchez, y el presidente y la directora de Fundal, Vicente Hontangas y Mayte Pinto, que ejercieron como anfitriones del evento.

Durante la gala, Fundal entregó a Helvetia Seguros una menina honorífica en agradecimiento al apoyo que le brinda desde hace años al Club Deportivo Alcobendas a través de su patrocinio. Un galardón que recogió el director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de la compañía, Javier García.

Además, en la edición de este año hubo nuevos nombramientos como socios de honor: la nadadora y ganadora de 26 medallas paralímpicas, Teresa Perales; el jugador de la selección española y del Alcobendas Rugby, Jaime Nava y el entrenador de la selección española de balonmano, Jordi Ribera, que llevó a los "Hispanos" a conquistar el último Campeonato de Europa.



> De izquierda a derecha, Rafael Sánchez Acera, alcalde de Alcobendas; Miguel Ángel Arranz, vicealcalde; Javier García, director de Marketing y RC de Helvetia Seguros; y Vicente Hontangas, presidente de Fundal.

20 años de gerencia en la S.C.D.R. Anaitasuna



> Foto de familia durante el homenaje a Ángel Azcona.

El pasado 17 de mayo la S.C.D.R. Anaitasuna preparó en su sede una sorpresa para despedir al que ha sido gerente de la sociedad durante 20 años, Ángel Azcona.

En el homenaje estuvieron presentes miembros de la junta directiva de la sociedad, representantes del Gobierno Foral y del Ayuntamiento de Pamplona, el director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, Javier García, familiares y amigos.

Durante el encuentro, el club entregó a Ángel un escudo de vidrio como reconocimiento a su gran trayectoria. Él, por su parte, agradeció a todos los asistentes el apoyo y el cariño que le han brindado siempre.

Helvetia Seguros mantiene actualmente con la S.C.D.R. Anaitasuna uno de los patrocinios más longevos del balonmano nacional. Ángel Azcona, gracias a su compromiso y su buen hacer, ha sido uno de los principales responsables de la excelente relación consolidada entre nuestra compañía y el club desde hace tantos años. Desde Helvetia Seguros le deseamos mucha suerte en esta nueva etapa que comienza.

Una temporada más con el club Arkote

Las traineras del club de remo Arkote han vuelto a lucir una temporada más el logo de Helvetia Seguros. A lo largo del verano, el equipo que patrocinamos ha participado en varias regatas de distintas regiones como parte del campeonato de la liga ARC-1. Una de las más especiales fue la Bandera de Plentzia (Vizcaya), que tuvo lugar el pasado 6 de julio en la bahía de esta localidad.

Aunque no fue la regata más brillante que realizó el Helvetia Arkote durante la temporada, sí fue una de las más emocionantes, ya que el equipo competía en su casa y durante todo el tiempo contó con el apoyo de sus familiares y aficionados.

La bandera la ganó la tripulación guipuzcoana de Zarautz. En segundo y en tercer lugar quedaron las tripulaciones de Deusto y la Donostiarra. Helvetia Arkote logró el séptimo puesto.

La costa de Vizcaya está llena de pueblos con encanto como es el caso de Plentzia. Está localidad está situada a pocos kilómetros de Bilbao y destaca especialmente por la belleza de su bahía, donde desemboca el río Butrón en el Mar Cantábrico. En esta zona hay mucha afición a los deportes acuáticos, especialmente al remo. Por eso, no es de extrañar que la regata que organiza la ARC1 en esta localidad cada año reúna a numerosos aficionados.



> La trainera del club Helvetia Arkote durante la regata de Plentzia.

Premio Helvetia Seguros



> Momento de la entrega del Premio Helvetia Seguros

Por segundo año consecutivo Helvetia Seguros ha sido la aseguradora oficial y uno de los principales patrocinadores de las Carreras de Caballos de Sanlúcar de Barrameda, celebradas los pasados días 9, 10, 11, 25, 26 y 27 de agosto.

Catalogadas como una fiesta de Interés Turístico Internacional, estas carreras, únicas en el mundo, cuentan con una gran repercusión social y mediática, y se desarrollan en un entorno de singular belleza, como es el hipódromo natural que forman las playas del estuario del Guadalquivir.

En esta ocasión el Premio Helvetia Seguros se ha otorgado a la cuarta carrera de la jornada del domingo, 11 de agosto (tercer día del Primer ciclo). Fue una gran carrera con un inicio muy igualado, hasta que, en la recta final, acabó escapándose Llerena, con la monta de F. Fernández (de la cuadra Ajedrez Racing) y preparado por Blas Rama. Tras él, completaron el cuadro de honor Diboy, liderado por Hrubosova, y Havana Magic, con Raúl Ramos.

Nuestra marca ha gozado de gran visibilidad a través de los soportes publicitarios instalados en el recinto de las carreras, así como en la revista editada por la Real Sociedad de Carreras de Sanlúcar de Barrameda y en los boletines informativos repartidos en la playa con carácter diario.



> Helvetia Seguros, presente en todo el recinto de Las Piletas

En la XXXVI Boat Show Palma

Más de 270 empresas nacionales e internacionales participaron del 29 de abril al 1 de mayo en la XXXVI Boat Show Palma, la mayor feria náutica de Baleares. El evento, que fue organizado por el Institut d'Innovació Empresarial (IDI) con la colaboración de Balearic Yacht Brokers Association (BYBA), tuvo lugar en el recinto ferial de Moll de Vell de Palma y recibió la visita de más de 25.000 personas.

En la edición de este año se han expuesto 600 barcos, entre los que se podía encontrar numerosas embarcaciones de grandes esloras, *day boats* con esloras de hasta 50 pies y una gran exposición de yates de lujo.

Como ya es tradición, Helvetia Seguros tuvo un papel destacado en la feria a través de nuestro agente exclusivo Castañer Ysasi. La imagen de nuestra compañía estuvo presente en la cartelería, en los folletos y en el resto de material informativo del evento. Además, como en ediciones anteriores, nuestro agente volvió a disponer de un stand en la feria para ofrecer información a los visitantes sobre nuestro seguro específico para embarcaciones.

Esta iniciativa permitió a Helvetia Seguros potenciar su visibilidad en esta zona, y también incrementar su vinculación con el sector náutico al contactar con potenciales clientes que se acercaron hasta nuestro *stand* para conocer un poco más sobre nuestros productos.



> Stand Helvetia Seguros en Feria Náutica (edición 2019).

Eugenio, un donante de récord



> Eugenio Baisón junto a SM, el rey Felipe VI, tras el acto de imposición de condecoraciones.

Eugenio Baisón, agente exclusivo en Helvetia Seguros durante muchos años y actual colaborador de nuestra compañía, fue condecorado el pasado 19 de junio en el Salón de las Columnas del Palacio Real por Su Majestad, el rey Felipe VI con la Orden del Mérito Civil por el gran servicio que ha brindado a la sociedad a través de sus numerosas donaciones de sangre.

Desde que cumplió los 18 años y hasta su jubilación, Eugenio no ha faltado nunca a su cita con la solidaridad. Tanto es así que, actualmente tiene el récord de donaciones de sangre de España, con 161 donaciones. Ahora, con 71 años ya no puede donar sangre, pero continúa muy ligado a esta práctica, pues colabora con diferentes asociaciones e institutos para animar a los más jóvenes a donar sangre.

Durante el acto, el monarca recalcó el profundo sentido del deber, la generosidad y la valentía de Eugenio y del resto de los condecorados, a quienes definió como protagonistas de una España "solidaria y universal, generosa y abierta".

«Vuestra actitud, vuestras acciones y obras alentadoras demuestran que somos un gran país, capaz de superar las adversidades, de avanzar y de progresar; un país generoso, lleno

de vitalidad y comprometido con los valores democráticos que, por todo ello, no debe temer al futuro», aseguró el rey Felipe VI en su discurso.

Este no es el primer reconocimiento que recibe Eugenio. Hace unos años fue nombrado Hijo Predilecto de Mairena del Aljarafe por la Asociación de Donantes de Sangre, Tejidos y Órganos de Sevilla (Adstos), y las Federaciones Andaluza y Española de Sangre lo distinguieron con el galardón de Gran Donante.

Eugenio es un gran ejemplo de solidaridad. Y tú, ¿te animas a donar?



> Eugenio Baisón recibe la medalla de manos de SM, el rey Felipe VI.

Apoyo a la literatura



> Antonio Villa, director de la Sucursal Sevilla Capital junto a los ganadores.

El pasado 15 de junio, el Real de Alcázar de Sevilla acogió la entrega de los Premios Ateneo de Novela 2019 y que contaron con la colaboración de Helvetia Seguros.

Este año se presentaron 258 obras para el Premio Ateneo de Novela de Sevilla y 37 para el Premio Ateneo de Novela Joven, lo que supone un auténtico éxito. En cuanto a la procedencia, cada vez son más los autores internacionales que se animan a participar en este prestigioso certamen, que cuenta con el apoyo y el respeto de la crítica literaria.

Los ganadores de esta edición han sido José Ángel Mañas por "La última juerga", en la categoría senior, y Mercedes Fisteus por "Dentro de dos años", en la categoría de escritores jóvenes. Gracias a estos galardones, los dos autores verán publicadas sus novelas en la editorial Algaida y disfrutarán de un premio en metálico.

"La última juerga" trata sobre dos amigos que se reencuentran tras muchos años sin verse y quieren revivir viejos tiempos, mientras que, "Dentro de dos años" recrea la época en la que fueron juzgadas las Brujas de Salem.

Una completa experiencia cultural con #LiceuUnder35

En el mes de mayo se puso en marcha a través de los perfiles de las redes sociales de Facebook e Instagram un concurso dirigido a menores de 35 años para que pudieran disfrutar de una experiencia única en el Gran Teatre del Liceu de Barcelona.

En cada una de las dos redes sortearon dos entradas dobles para asistir a Liceu Under 35 con el prestreno de la ópera "Tosca" de Puccini, cuyo estreno fue el pasado 8 de junio en el Gran Teatre del Liceu de Barcelona.

El premio no sólo incluía las entradas, sino también el acceso a una sesión en directo con DJ Cucut en el Foyer del Liceu hasta la medianoche y de varios food stands, acompañado de una copa de cóctel Bellini de bienvenida dentro del teatro.

El concurso tuvo muy buena acogida en las dos redes sociales, especialmente en Instagram, donde logramos un gran número de interacciones y sumamos alrededor de 200 nuevos seguidores en tan solo una semana.

Liceu Under 35 es una exitosa iniciativa que puso en marcha el Gran Teatre del Liceu el año pasado para incentivar la ópera entre los más jóvenes.



Por un futuro verde y sostenible



> En la imagen, Carmen Caballero, responsable del Departamento de Comunicación y Responsabilidad Corporativa junto a los técnicos de Foresna y el director de Zona Norte, Carlos Eslava.

Helvetia Seguros firmó en junio dos importantes acuerdos con dos asociaciones forestales de Galicia y Navarra para reforestar zonas de bosque destruidas por incendios y plagas en estas regiones, como parte de su compromiso con el medioambiente.

El Grupo Helvetia, en su apuesta activa por la conservación y la protección del medioambiente, colabora desde el año 2011 con programas de reforestación de bosques en Europa, involucrándose en diferentes proyectos sociales en los países en los que está presente.

Durante el pasado año, el Grupo Helvetia realizó siete nuevos proyectos de "Bosques protectores" en diversas áreas; unos datos que, sumados a los de años anteriores, resaltan la implicación de la compañía con 35 proyectos diferentes en los que se han plantado alrededor de 360.000 árboles en Alemania, Austria, Francia, Italia y Suiza. Una lista a la que se ha sumado España desde el mes de junio, tras la firma de estos dos acuerdos.

Este proyecto, bautizado como "Tu seguro verde" ha dado sus primeros pasos en el mes de junio con la firma de los convenios de colaboración entre la aseguradora y las dos asociaciones, lo que dará lugar a la plantación de 20 hectáreas de bosque entre los meses de noviembre de 2019 y enero de 2020.

La primera de las actuaciones se desarrollará en el área de Pontevedra, una de las zonas más afectadas por los incendios forestales. En esta provincia se replantarán cerca de diez hectáreas de bosque quemado en los municipios de Pontearreas y Caldas de Reis, fruto del acuerdo alcan-

zado entre Helvetia Seguros y la Asociación Forestal de Galicia.

Además, esta actuación servirá para crear barreras naturales que harán la función de cortafuegos en caso de nuevos incendios forestales, así como para favorecer la biodiversidad y ayudar a recuperar la masa arbolada de los montes de Couso (Pontearreas) y Paradela de Bemil (Caldas de Reis).

Helvetia Seguros también desarrollará una segunda actuación de "Tu seguro verde" junto a la Asociación Forestal de Navarra en el municipio de Igantzi. En este caso, se repoblarán diez hectáreas de montes que se han visto afectados por graves problemas fitosanitarios.

Dos grupos de hongos han sido los principales responsables de las enfermedades que han afectado a esta masa forestal de coníferas, lo que ha obligado a llevar a cabo una corta de amplias superficies que deben ser restauradas.



> En la imagen, Santiago Álvarez, Carmen Caballero y Javier García junto a los responsables y técnicos de la Asociación Forestal de Galicia.

11ª Memoria de Responsabilidad Corporativa

Un año más, Helvetia Seguros ha presentado su Memoria de Responsabilidad Corporativa, en la que refleja con claridad y transparencia todas las actividades e iniciativas que llevó a cabo durante 2018, de acuerdo con la Estrategia de Responsabilidad del Grupo Helvetia, y el efecto que éstas han tenido sobre sus diferentes grupos de interés.

Continuando con la iniciativa de las dos últimas publicaciones, la undécima memoria de Helvetia Seguros ha sido elaborada conforme a los estándares de *Global Reporting Initiative (GRI)*.

En 2018 Helvetia Seguros, siguiendo la línea de años anteriores, ha seguido avanzando en su estrategia de Recursos Humanos. Así, ha llevado a cabo diferentes iniciativas y actividades para fomentar el crecimiento y el desarrollo profesional de sus empleados y mediadores. Además, en su compromiso por ofrecer una "oferta sostenible", ha continuado trabajando en el desarrollo de nuevos productos y en incrementar el nivel de satisfacción de los clientes.

En esta memoria también se hace referencia a uno de los pilares fundamentales de la compañía: los patrocinios deportivos, sociales y culturales. La apuesta de Helvetia Seguros por el deporte base se refleja en la ampliación de algunos de sus patrocinios deportivos.

En cuanto a su compromiso con el medioambiente, en el último año Helvetia Seguros ha logrado reducir su huella de carbono y se ha implicado en diferentes proyectos de protección contra el cambio climático. En 2018 Helvetia Seguros fue certificada como empresa climáticamente neutra. Este certificado confirma que las emisiones de CO2 que genera la empresa se neutralizan por medio de proyectos de compensación de carbono. Además, la compañía ha continuado ligada a la iniciativa RE100, con la que se compromete a que su abastecimiento eléctrico proceda únicamente de energías renovables.



El CRM para móviles ya es una realidad

Los mediadores de Helvetia Seguros ya están utilizando la aplicación (app) de CRM en sus móviles y tabletas. Hasta ahora, esta app sólo estaba disponible para los asesores comerciales de nuestra compañía, pero desde el pasado mes de febrero los agentes operativos en CRM y los agentes Élite que la han solicitado ya pueden hacer uso de ella.

La app de CRM de Helvetia Seguros, que es compatible con los dispositivos Android e iOS, incluye la mayoría de las funciones de la versión de CRM para PC. Así, desde el móvil el agente puede consultar su calendario de actividades, revisar los datos de sus clientes, programar visitas comerciales, dar de alta a un cliente potencial y mucho más.

Todo esto supone importantes ventajas para el mediador, ya que puede acceder a cualquier dato que necesite sobre sus clientes o consultar sus tareas desde esta app a cualquier hora y desde cualquier lugar, sin necesidad de conectarse a un ordenador.

Con este proyecto Helvetia Seguros da un paso más en la digitalización y paralela profesionalización de su red comercial y ayuda a que las sucursales se desprendan de labores administrativas para que puedan centrarse en la actividad comercial, ya que el uso del CRM ayuda a sistematizar y segmentar toda la información relacionada con el cliente, lo que supone un importante ahorro de tiempo en labores administrativas.



Importantes mejoras en B2B



helvetia Nueva Producción y Anulaciones Diaria

Dispositivo: [icon] Fecha mostrada: 15/02/19

Inicio Operaciones Pólizas Temporales Operaciones Temporales

Producto	% Total NP y Anul. (pólizas canceladas)	% Total NP y Anul. (pólizas firmadas)	% IEA estimado (pólizas firmadas)	% IEA estimado (pólizas canceladas)
H. Total	125.110,87	125.110,87	119,05	6,82
H. NO VIDA	206.867,87	206.867,87	97,43	-10,34
H. R01 - AUTOMÓVILES	129.827,32	129.827,32	98,63	-17,44
H. R02 - PARTICULARES	35.079,19	35.079,19	107,66	5,61
H. R03 - AGROSEGUROS	676,83	676,83	-49,29	6,38
H. R04 - EMPRESAS	31.666,71	31.666,71	73,17	-38,88
H. R05 - TRANSPORTES	16.486,20	16.486,20	93,05	-10,45
H. R06 - ACCIDENTES	2.626,49	2.626,49	67,39	6,38
H. R07 - SALUD	4.669,83	4.669,83	361,91	34,32
H. VIDA	52.253,30	52.253,30	247,79	-5,16
H. R08 - PRODUCTOS FINANCIEROS	34.226,80	34.226,80	708,21	-13,28
H. R09 - VIDA INDIVIDUAL	2.792,97	2.792,97	-1,87	19,36
H. R10 - VIDA COLECTIVO	15.233,53	15.233,53	87,66	-4,91

El Departamento de Proyectos e Innovación viene impulsando desde hace ya algún tiempo un interesante proyecto para mejorar la eficiencia y operatividad de las aplicaciones. Esta iniciativa se enmarca dentro del "Operating Model" cuyo objetivo es mejorar la experiencia de los mediadores y empleados de las sucursales que usan a diario la plataforma B2B. Para ello, se han ido realizando diversas encuestas y entrevistas a mediadores y empleados.

Fruto de ello, en el último año se han realizado las siguientes mejoras:

- Reorganización de los menús centrales y mejoras generales de navegación..
- Acceso a la cartera ampliada (que les permite ver la información de la precartera y cartera del año anterior), a las estadísticas corporativas BO y a la consulta ampliada de los siniestros.
- Nuevos accesos como la "Agenda del Usuario", donde los usuarios reciben todas las notificaciones de autorización de riesgos y de otros flujos BPM.
- Acceso a la agenda de pólizas (permitiéndoles hacer anotaciones para sus propios recordatorios) y a determinados formularios prácticos para solicitar directamente sus peticiones a la compañía o dirigir comunicaciones a sus clientes, así como visualizar y subir documentación de pólizas y clientes.
- Desde Siniestros también pueden imprimir finiquitos, visualizar documentos no confidenciales (incluidas las hojas de valoración y fotografías de las peritaciones) y subir directamente documentación al gestor documental.
- En Administración se puede llevar a cabo una reimpresión de recibos cobrados en papel normal y otras cuestiones adicionales (domiciliación/desdomiciliación de recibos, reimpresión de recibos de cartera...).

Actualmente también se está llevando a cabo un proyecto para "modernizar" totalmente el Portal B2B para darle una apariencia más fresca y actual y mejorar el acceso a las aplicaciones.

Ya es posible la firma digital manuscrita

Helvetia Seguros da un paso más en el desarrollo de la estrategia Helvetia 20.20 incorporando a su firma electrónica una nueva opción: la firma digital manuscrita.

Con este novedoso sistema de firma, una vez se accede al enlace para firmar el contrato, tan sólo se debe introducir la firma en el recuadro que aparece, como si fuera en un papel. Si el dispositivo empleado tiene una pantalla táctil, se puede utilizar un lápiz digital o simplemente firmar con el dedo. Si no tiene pantalla táctil, se puede utilizar el ratón o el touch pad.

La firma digital manuscrita es una opción más de firma que se añade en la misma plataforma a las actuales opciones de "biometría de voz" y "certificados electrónicos reconocidos" y cuenta con las mismas garantías jurídicas que aquellas.

Se ha incorporado en todos los procesos que actualmente disponen de firma electrónica: emisión de pólizas y suplementos (B2B, contratación digital B2B y contratación *on-line*), firma de órdenes de domiciliación de pólizas, de documentos contractuales de mediadores, de órdenes de domiciliación (mandatos) de mediadores, de finiquitos, así como en la aplicación de "Gestión de la firma electrónica". Actualmente está disponible para todos los mediadores y, en el caso de clientes, cuando el firmante es una persona física.

Este nuevo sistema de firma es muy sencillo y proporciona una excelente experiencia de usuario. Además, facilita el trabajo a los mediadores, ya que garantiza la recepción inmediata de los documentos firmados y evita así pagos importantes de siniestros por no disponer de las Condiciones Particulares firmadas. Además, supone un importante ahorro de costes (ejemplo, evitando el uso del papel, costes de impresión, desplazamiento, archivado físico, etc.).



Formación

Cursos Formación Empleados

Paralización de actividad y pérdida de beneficios aplicada a sistemas fotovoltaicos	Celebrado en Sevilla el pasado 30/05/19 con asistencia de 15 tramitadores de Empresa y con una duración de 4 horas. Impartido por técnicos de Ceprinsa.
Certificado Asesor Financiero	En modalidad online, a través del aula virtual de la Escuela de Finanzas AFI. Impartido entre el 07/03/19 y el 17/07/19 con una duración de 185 horas. Este curso lo han realizado 82 personas pertenecientes al Área de Ventas, principalmente asesores comerciales y directores de sucursal.
Uso eficaz del CRM	Celebrado en Sevilla los días 29/04/19 y el 30/04/19 con asistencia de 18 empleados de las áreas de No Vida y Vida. Este curso ha sido impartido por Francisco Astola, responsable del Departamento de Investigación y Desarrollo de Mercado.
Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo	Celebrado entre los meses de mayo y junio con una duración de 4 horas y la asistencia de más de 100 personas. Impartido por Juan Manuel Díaz, responsable de Prevención y Blanqueo de Capitales, a toda la red comercial de sucursales.
Gestionar y Liderar equipo de plataformas telefónicas	Celebrado en Sevilla los días 04/06/19 y el 05/06/19 con una duración de 14 horas y la asistencia de 7 personas (pertenecientes al Área de Servicio al cliente y Organización). Impartido por la consultora Nuria Gómez.

Liderazgo @ helvetia

Celebrado los días 5, 6 y 7 de junio en la sede de Madrid. Programa basado en el Liderazgo en la era de la digitalización. Dirigido al Comité de Dirección, e impartido por Javier Fernández (Leadership & Development, Helvetia) y Carola Gründler (osb Consulting, Hamburgo).

Cursos Formación Agentes

La visión comercial (tercer módulo del programa PAC)	Celebrado en Sevilla los días 28/05/19 y 29/05/19 con asistencia de 8 agentes y con una duración de 16 horas. Impartido por la consultora Eutropía.
Sucesores (primer módulo)	Celebrado en Sevilla durante los días 10/06/19 al 14/06/19. Con una duración de 32 horas y asistencia de 7 agentes dirigido a hijos o colaboradores de agentes exclusivos de Helvetia Seguros con vocación de continuidad en el negocio familiar. Impartido por monitores internos de las áreas de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Ventas y No Vida y Vida.
Acciones formativas a nuevos Agentes Élite.	Celebrado durante los meses de abril y mayo. (2 acciones a nuevos agentes, 6 acciones de reciclaje). Dirigido a agentes Élite de todas las zonas comerciales. Impartido por monitores internos de las áreas de Ventas, Servicio al Cliente y Organización y Productos No Vida.

Concienciando a los más jóvenes sobre la prevención y el riesgo

Helvetia Seguros ha participado, por segundo año consecutivo, en el programa educativo "El riesgo y yo" que organiza Estamos Seguros (Unespa) junto a la Fundación Junior Achievement para estudiantes de 15 a 17 años con el objetivo de promover entre los jóvenes la reflexión sobre la gestión y la prevención del riesgo en su día a día.

Así, a lo largo de cuatro semanas, seis profesionales de Helvetia Seguros, especialistas de departamentos centrales y de la organización comercial, han impartido cuatro sesiones de formación de este programa a estudiantes de 4ª de la ESO de colegios e institutos de Sevilla, Madrid y Barcelona.



> Jornada formativa en Madrid.



> Jornada formativa en Barcelona.

A través de este programa, que combina contenidos divulgativos y prácticos, se pretende que los alumnos tomen conciencia de los riesgos a los que se exponen en su vida diaria y se familiaricen con las diferentes herramientas que existen para evitar sus efectos adversos.



> Jornada formativa en Sevilla.

Esta iniciativa se enmarca dentro de las acciones de Responsabilidad Corporativa que desarrolla Helvetia Seguros como parte de su compromiso con la sociedad y la formación de los jóvenes.

La cuarta promoción de "Graduados Helvetia" recibe sus diplomas

El pasado 29 de mayo se celebró en la Sala Helvetia el acto de entrega de diplomas de la cuarta promoción de 'Graduados Helvetia', el título académico que acredita la culminación exitosa del principal programa formativo de la compañía dirigido a agentes que han finalizado el Plan de Agentes de Carrera (PAC). En el acto intervinieron Íñigo Soto, director general de Helvetia Seguros, Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, Juan Manuel Rico, responsable de Formación y Javier Sierra, socio de Eutropía Consultores.

Gracias a este programa, desarrollado durante cinco años, los dos agentes que se han graduado en esta promoción, Javier García, de la Sucursal Madrid Expansión, y Juan Luis Serrano, de la Sucursal Sevilla Provincia 3, han adquirido los conocimientos necesarios, tanto teóricos como prácticos, para gestionar sus agencias de manera eficiente y con una orientación absolutamente profesional.

La obtención del título "Graduado Helvetia" implica la superación de un ambicioso programa formativo en torno al desarrollo de la agencia que se compone de tres grandes módulos: Modelo de acercamiento comercial al cliente; Visión comercial y Plan de desarrollo de agencias. Éste último, que dura todo un año, conlleva una acción de acompañamiento y seguimiento personalizado a los agentes seleccionados que han superado los anteriores módulos, incluyendo una planificación de objetivos anuales. Este acompañamiento ha sido dirigido por Javier Sierra.

En el acto de graduación, Íñigo Soto destacó la importancia que tienen los mediadores para el negocio de Helvetia Se-



> En la imagen, los Graduados Helvetia 2019, Javier García, de la Sucursal Madrid Expansión, y Juan Luis Serrano, de la Sucursal Sevilla Provincia 3.

gueros, ya que "no sólo son el principal canal de distribución de la compañía, sino también el mejor nexo de comunicación con el cliente".

Con estos nuevos graduados, ya son diez los agentes PAC que han alcanzado esta titulación, aportando a la entidad un importante volumen de negocio y una cartera de clientes que valoran, de forma muy satisfactoria, el asesoramiento y el servicio que reciben de sus agentes.

Estudio de radio de "Hoy por Hoy"



> Retransmisión Hoy por Hoy.

El pasado 28 de mayo la sede de Helvetia Seguros acogió una nueva edición del programa "Hoy por Hoy Sevilla" de la Cadena Ser, que dirige el periodista Salomón Hachuel. Ese día, la Sala Helvetia se convirtió en un gran estudio de radio donde se dieron cita más de ochenta personas.

Desde allí, también se emitió "La cámara de los balones", el espacio radiofónico que patrocina Helvetia Seguros y que conduce el popular humorista Manu Sánchez junto a Fran Ronquillo.

Salomón Hachuel forma parte del equipo de Cadena SER de la capital hispalense desde 1994 y este año ha recibido la Medalla de Sevilla; un galardón que le ha otorgado el Ayuntamiento como reconocimiento a su dilatada trayectoria profesional y a su gran labor solidaria.

Jornada APC

La Asociación para el Progreso de la Comunicación (APC) organizó el pasado 6 de junio en la Sala Helvetia la tercera edición del "Foro de Reputación, Comunicación y Gestión de Intangibles" junto a Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership y a la Corporación Jiménez Maña.

En el evento se presentó la cuarta edición del Informe "Approaching the Future: Tendencias en Reputación y Gestión de Intangibles 2019", que recoge el presente y el futuro de las empresas en la gestión de intangibles, especialmente respecto a las tendencias emergentes en reputación, marca, sostenibilidad, ética y transparencia.

Durante la jornada también se trataron otros temas como el papel de los directores de Comunicación en la gestión de la reputación de una empresa o a modo de caso, práctico el proceso de transformación digital a través de la app para los empleados de El Corte Inglés.



> La Sala Helvetia acoge la tercera edición del "Foro de Reputación, Comunicación y Gestión de Intangibles".

Sesión de trabajo del Colegio de Mediadores de Córdoba, Huelva y Sevilla

El pasado 26 de junio Helvetia Seguros cedió la Sala Helvetia al Colegio de Mediadores de Córdoba, Huelva y Sevilla, con el que mantiene un acuerdo de colaboración, para que celebrara una jornada de formación para sus colegiados. La sesión estuvo dirigida por Javier Sierra, socio de Eutropía Consultores, la empresa que lleva a

cabo muchos de los cursos que ofrece nuestra compañía a empleados y mediadores.

Durante la jornada se analizó el presente y el futuro del mediador en un sector en el que la digitalización cada vez está tomando mayor protagonismo. A la jornada asistieron 30 personas.

Antena. Tormenta.



No te pierdas el partido.

simple. claro. helvetia 

Tu aseguradora suiza



Logalty, el primer “Legaltech” español

Desde hace más de una década, Helvetia Seguros confía en Logalty la seguridad de sus transacciones electrónicas. La empresa gestionó sólo en 2018 más de 20 millones de transacciones y 27 millones de firmas electrónicas.

Logalty es una empresa con casi quince años de trayectoria que está considerada el primer “Legaltech” español. Su especialización es la prestación de servicios de generación y custodia de prueba mediante interposición electrónica, a través de lo que garantiza la seguridad jurídica en las transacciones electrónicas. Es un *partner* que trabaja con información muy sensible y que ayuda a sus clientes en el desarrollo de sus negocios multicanales. Entre esos clientes se encuentra, prácticamente desde sus orígenes, Helvetia Seguros.

Con sede central en Madrid y más de cincuenta trabajadores, Logalty aparece en la Trust Service List (TSL) de la UE, y dispone de su propia infraestructura de Clave Pública (PKI) para la emisión de

certificados válidos a nivel internacional.

“La actividad de Logalty -explica José Manuel Oliva, director de la compañía- se basa en actuar como tercero por interposición con sus soluciones de servicios. Desde 2005, fuimos el primer *Legaltech* español, generando pruebas por interposición electrónica en Europa desde España”. En este tiempo, han recorrido un largo camino, habiéndose convertido en la principal referencia en su sector en España. Sólo en 2018, la empresa hizo posible 22 millones de transacciones y 27 millones de firmas electrónicas, con las que sus clientes han cerrado contratos en 147 países.

“Esto nos ha permitido abordar la expansión internacional acompa-

ñando a nuestros principales clientes fuera de España -comenta Oliva-. Se prestan servicios en empresas a nivel europeo, y también a empresas mexicanas y corporaciones internacionales en Latam desde nuestra oficina central en Ciudad de México.”

En el caso de Helvetia Seguros, es una relación larga y fluida. “La colaboración ha sido muy satisfactoria en todos los sentidos”, explica su director general. “Esperamos seguir colaborando con la compañía para mejorar la experiencia de sus clientes en todos los nuevos retos que nos ofrece la continua evolución digital. Quiero agradecer sinceramente a Helvetia su confianza en nosotros”.

En relación con la imagen proyec-

tada por Helvetia Seguros, “desde Logalty vemos un mensaje de claridad, transparencia y seguridad hacia el cliente, lo que repercute positivamente en un tipo de negocio como es el asegurador”, explica Oliva.

La gestión con este proveedor está especialmente centralizada en el Departamento de Servicios Generales de Helvetia Seguros, aunque también en el Área de Productos, en tanto que emisora de las transacciones. A nivel de comunicaciones individuales de importancia, como pueden ser reclamaciones, interrupción de prescripciones, etc., Logalty trabaja de forma continuada con la mayoría de los departamentos técnicos y operativos de Helvetia.

Preguntado por las características diferenciales de Logalty, su director general aporta algunas claves: “robustez jurídica, agilidad operativa, calidad y soporte del servicio, reducción de costes y capacidades tecnológicas y de innovación”.

“Logalty -explica- garantiza la integridad de todo el proceso, sin ninguna manipulación posterior, asegurando también la autenticidad y confidencialidad de los contenidos de todas las transacciones, los momentos en los que estás ocurren y quienes han sido las partes que han participado en las mismas. Las pruebas son custodiadas en Logalty y además se depositan las transacciones en notarios, hecho este que da una prueba adicional con fe pública del contenido de los documentos. Esto transfiere veracidad a la prueba y reconocimiento en juzgados”.



> José Manuel Oliva, director de Logalty.

Adicionalmente, Logalty está reconocida como prestador cualificado de servicios de confianza, conforme al Reglamento (UE) nº 910/2014, de 23 de julio (Reglamento eIDAS). Además de formar parte de la TSL de la UE, ofrece servicios de expedición de certificados cualificados con base en la autorización administrativa concedida por la Secretaría de Estado

de Avance Digital, dependiente del Ministerio de Economía y Empresa.

Con respecto al futuro, la empresa está trabajando en el proyecto Logalty 2.0, con líneas de acción como Certificados de Ejecución de Software, Smart Contracts, o el proyecto europeo de Identidad “base cero”, entre otras.



Principales servicios de Logalty

- Identidad digital.
- Identificación electrónica.
- Contratación electrónica multicanal.
- Notificación y comunicación electrónica.
- Generación y explotación de certificados electrónicos, sellados de tiempo, autenticación de sitios web, entrega electrónica certificada y otros.

“Nuestro valor diferencial es el trato de tú a tú”

Castañer Ysasi es una agencia exclusiva de Helvetia Seguros en Palma de Mallorca. Con más de cincuenta años, en segunda generación y muy próxima a dar el relevo a una tercera, la agencia gestiona un volumen de cartera de más de medio millón de euros. Acciones comerciales como el respaldo al evento Mallorca Boat Show, una de las principales ferias náuticas del Mediterráneo, han ayudado a esta agencia a ampliar su cuota de mercado.

Vuestra agencia lleva más de 20 años operando como agencia exclusiva de Helvetia Seguros. ¿Podrías resumirnos su evolución en todo este tiempo?

Como resumen, diría que se empezó haciendo pólizas con el boli y hoy ya no lo usamos. La tecnología nos ha obligado a adaptarnos a muchas cosas que hace veinte años nos parecían impensables. Como, por ejemplo, hacer seguros desde el mismo móvil y dar partes de siniestros de forma inmediata, además de estar informados desde cualquier lugar y en todo momento de lo que ocurre en nuestra agencia. Y lo más importante; estar en continuo contacto con nuestros clientes.

¿Cómo ha evolucionado el sector asegurador en Palma de Mallorca?

Palma, como cualquier ciudad de España, ha evolucionado a un ritmo gigantesco en el ámbito de los seguros, tal vez muy por encima de otras ciudades debido, sobre todo, a la influencia del turismo. Este factor ha hecho que la competencia se interese por las islas y quiera implantarse con sus productos.

¿Y cuáles diríais que son vuestros valores diferenciales como agencia?

El trato de tú a tú, es decir, conocer las necesidades del cliente a través de un trato cercano y directo con él.

En relación con Helvetia Seguros, ¿qué imagen creéis que tiene la sociedad de esta compañía?

Tenemos una amplia clientela y eso nos ha permitido crecer, no solo a nivel empresarial, sino tam-

bién social. De hecho, la compañía está presente todos los años en la Mallorca Boat Show, una de las mayores ferias del sector náutico en el Mediterráneo en la que Helvetia Seguros participa de forma activa.

¿Qué oportunidades comerciales os ha abierto la colaboración en esta feria?

Muchísimas. Nos ha permitido darnos a conocer más a nivel del club, ofreciendo nuestra póliza de clubs náuticos, y las ofertas especiales para embarcaciones de recreo, así como el seguro de Responsabilidad Civil Obligatorio con extensión de garantías.

Desde la experiencia de tantos años en la gestión aseguradora, ¿qué consejos daríais a los nuevos agentes que intentan abrirse camino en el sector?

Que sean perseverantes y que se formen constantemente, no solo como personas, sino que además sepan valorar que estar junto a una compañía como Helvetia Seguros, que premia su fidelidad y esfuerzo, les ayudará a ir avanzado pasito a pasito en la dura labor de conseguir la fortaleza profesional aspirada.

¿De qué manera creéis que la digitalización está influyendo en vuestra actividad comercial en la venta de seguros?

Total y absolutamente, hasta el punto de que, si no nos adaptamos a las nuevas tecnologías, no seremos capaces de estar a la altura de nuestros competidores y, lo que más nos preocupa, de nuestros clientes. Si ellos se preocupan de estar actua-

Castañer Ysasi, agencia exclusiva de Helvetia Seguros en Palma de Mallorca



> Pilar Ysasi, Tomeu Castañer Nadal y Tomeu Castañer Ysasi.

lizados al más alto nivel, no seremos capaces de darles el servicio que esperan de nosotros y podría llegar a provocar una merma de nuestra clientela.

¿Cuáles son los ingredientes con los que se da forma a un buen mediador de seguros?

Honradez, seriedad y dedicación. Y todo ello se resume en una sola palabra: profesionalidad.

¿Cuál es el horizonte de vuestra agencia de cara al futuro?

En primer lugar, caminamos hacia la continuidad, pero sin olvidar la innovación, con ideas novedosas y explorando nuevos mercados. Y en segundo lugar, buscamos nuevos talentos; gente joven con ganas de trabajar y con formación especializada que sea capaz de afrontar los retos que se le exigirá.

¿Qué importancia concedéis al trato personal?

La generación venidera es muy propicia a buscarse soluciones a costa de obtener un precio cada vez menor, pero lo cierto es que en el mundo del seguro el trato personal es básico e importantísimo, puesto que no se conoce el fruto de la póliza bien realizada hasta que ocurre el siniestro. Le pondré

un ejemplo claro. Cuando alguien se compra un piso, lo primero que hace es acudir a un asesor para que le prevenga de cualquier problema de futuro, no solo de posibles fraudes sino también de problemas burocráticos, de inscripción, notario, etc. Si se contrata un seguro con un capital insuficiente y ocurriera un siniestro de pérdida parcial del riesgo y no se cobrara el cien por cien del siniestro, el cliente se llevaría una sorpresa desagradable con su consiguiente desengaño con la aseguradora. Esto se tiene que evitar a toda costa, aunque, por desgracia, ocurre mucho.

Mallorca es una plaza singular para el negocio asegurador. ¿Cómo afrontáis la fuerte penetración del mercado de segunda vivienda y el creciente número de turistas y residentes que proceden de otros países?

El cliente viene a Mallorca a disfrutar y por tanto lo que se busca es no tener problemas a la hora de descansar. Por ello hay que tener garantías de que se cuenta con profesionales que estén amparados por buenas compañías con una importante implantación, y esto implica trabajadores comprometidos que resuelvan el problema en el menor tiempo posible y que sean empáticos con el cliente.

“En Helvetia Seguros siempre hemos recibido soluciones a nuestros problemas”

Jesús Cía es el director de la Casa de la Misericordia de Pamplona, una entidad sin ánimo de lucro que fue fundada en 1706 como institución de atención a los más desfavorecidos. A lo largo de los siglos ha mantenido su esencia como entidad asistencial para personas con necesidades, con un fuerte peso institucional en la ciudad, merced a su condición de propietaria de la Plaza de Toros de Pamplona. Actualmente atiende a más de 550 residentes.

Desde su creación, la Casa de Misericordia de Pamplona se ha mantenido fiel a una misma idea. ¿Cómo definiría sus principios?

Uno de los rasgos más significativos de la institución ha sido su capacidad para adaptarse a los tiempos, a lo largo de sus trescientos años de historia. En cuanto a la atención sociosanitaria, sus principios fundamentales son la ética, la competencia y la autonomía; la participación, la integridad y la especialización y, por último, la individualidad.

¿Qué servicios les ofrecen a las personas del centro?

Actualmente atendemos a más de 550 residentes, aproximadamente 180 personas con grandes necesidades de atención y 370 que disfrutan de mayor autonomía. Nuestro centro dispone de una amplia

oferta de servicios, desde los más propiamente residenciales como la alimentación, lavandería, limpieza, peluquería, cafetería, equipo de mantenimiento; los servicios relacionados con la salud ofrecidos por el equipo de médicos geriatras y de diversas especialidades, (equipo de enfermeras, equipo de farmacia hospitalaria, psicóloga, fisioterapeutas, terapeutas ocupacionales, podóloga, musicoterapeuta, etc.); los servicios relacionados con el ámbito social, con el equipo de trabajadoras sociales que coordina el amplio programa de talleres y actividades; y también servicios de acompañamiento religioso, contando con un capellán y una comunidad de Hijas de la Caridad.

La Casa de la Misericordia ha obtenido numerosos premios, entre los que se encuentran las Medallas



Jesús Cía, director de la Casa de la Misericordia de Pamplona



de Oro de Navarra y de Pamplona. ¿Cuál ha sido el más significativo para vosotros?

Son muy importantes y apreciados los premios que has mencionado, además de otros muchos reconocimientos recibidos a lo largo del tiempo. Continuamente recibimos el afecto de los pamploneses, y nos honra ser un referente en Pamplona y Navarra. Pero sin duda, el mejor premio es el que recibimos día a día con el cariño y reconocimiento de nuestros residentes y familiares.

¿De qué manera participa la Casa de la Misericordia en la vida institucional de la ciudad?

La Casa de Misericordia, como centro asistencial, está presente en muchos de los acontecimientos de Pamplona. Por ejemplo, la Navidad se vive con mucha alegría en la residencia, y es una parada obligada en la Cabalgata de Reyes, al igual que la banda municipal de música "La Pamplonesa", que ofrece siempre su primer concierto anual en nuestro centro. Además, durante el resto del año, muchas personas e instituciones de referencia de la ciudad encuentran ocasiones y tiempo para visitarnos y acompañar a nuestros mayores. Incluso en las fiestas de San Fermín, la Casa de la Misericordia tiene un papel trascendental. Debido a nuestra condición de propietarios de la Plaza de Toros de Pamplona, organizamos los principales eventos de las fiestas como son los Encierros, las Corridas de Toros, y toda una serie de acontecimientos que conforman la Feria del Toro de Pamplona. Esto implica que nuestra presencia en la ciudad resulte de gran importancia.

¿Qué implicaciones tiene el hecho de que la Junta de Gobierno esté presidida por el alcalde de Pamplona

y haya una gran representación de la Administración local?

La Casa de Misericordia es hoy una Institución sin ánimo de lucro y fue fundada por el Ayuntamiento de la ciudad en 1706. Su Junta de Gobierno está presidida por el alcalde de la ciudad y participan además cuatro de sus concejales: el de cultura, el de asuntos sociales y los dos de mayor edad. El resto de vocales, hasta la veintena, lo conforman de manera completamente altruista personas de la ciudad que nos aportan sus conocimientos y su experiencia. Son profesionales de Geriátrica, Derecho, Ingeniería, Economía, Arquitectura, Trabajo Social, etc. Todos aportan mucho y han contribuido al éxito de la casa y a mantener vigente su propósito esencial.

Son clientes de Helvetia Seguros. ¿Cómo valora la implicación de esta Compañía en el tejido social de Pamplona y en general de Navarra?

La Vasco Navarra ha sido un referente en esta región como compañía de seguros de confianza, y actualmente, como Helvetia Seguros, seguimos teniendo la misma percepción y valoración.

De manera general, ¿qué imagen cree que proyecta a la sociedad nuestra compañía?

En estos momentos, Helvetia Seguros es nuestra compañía aseguradora principal y esto es así porque nos transmite cercanía, seriedad y eficacia.

¿Qué balance hace de su relación con Helvetia Seguros?

Muy positivo. Siempre hemos recibido soluciones a los problemas que se nos han podido presentar, y percibimos en nuestros interlocutores un gran interés en ofrecernos la mayor calidad de servicio.

Lanzamiento de nuevos productos

En los últimos meses, Helvetia Seguros ha puesto en el mercado nuevos productos. Por un lado, Helvetia Responsabilidad Civil General, al que se unen Helvetia Responsabilidad Civil del Cazador y Helvetia Caballos, que presentan como gran novedad el hecho de que su tramitación y emisión puede ser gestionada integralmente por los mediadores a través de la plataforma B2B, un gran hito que favorece una mayor autonomía de los agentes exclusivos. Por otro lado, Helvetia Inversión Multies-trategia, una nueva modalidad de *Unit Linked*, incorporando dos nuevos fondos caracterizados por su fuerte componente innovador, que junto a Helvetia Inversión Ahorro Activo+ posibilita una mayor diversificación de la inversión por parte de los clientes.



Más autonomía para los mediadores



Durante un año, Helvetia Seguros ha trabajado de forma intensiva para hacer posible que cualquier mediador pueda realizar la tramitación integral y la emisión de pólizas de Responsabilidad Civil de forma autónoma a través de la plataforma B2B. Se trata de un gran salto en la eficiencia que supone una mayor agilidad en la contratación de este tipo de pólizas, con el que los mediadores ganan en independencia y rapidez a la hora de gestionar esta gama de seguros.

El proyecto, que parte del Departamento de Riesgos Empresas pero que ha implicado de forma transversal tanto las áreas de No Vida; a Estrategia y Transformación Digital; Marketing y Responsabilidad Corporativa; y Ventas, supone un considerable salto cualitativo en la compañía, ya que permite la tarificación y la emisión por parte del mediador de una forma sencilla y muy intuitiva, lo que ha requerido un trabajo de categorización de hasta 380 actividades asegurables.

El resultado es Helvetia Responsabilidad Civil General (R18) que engloba tres nuevos productos:

- **Helvetia Responsabilidad Civil General**, un producto que abarca un amplio catálogo de actividades y a su vez, individualiza cada actividad en función de las necesidades de la misma.
- **Helvetia Responsabilidad Civil del Cazador**, un producto que cumple la exigencia legal del Seguro Obligatorio del Cazador y da la posibilidad de ampliar las coberturas de la misma.
- **Helvetia Caballos**, además de la Responsabilidad Civil del propietario/usuario del caballo, se incluye la posibilidad de cubrir la retirada del cadáver del animal.

Este proyecto se ha desarrollado en tres fases. En un principio se puso en marcha la tarificación y emisión

de proyectos en la intranet corporativa (B2B), con la consiguiente mejora para la mediación en rapidez e independencia, y mejora de la imagen de la compañía en el mercado, con proyectos simples y claros. En una segunda fase, se abrió la posibilidad para la mediación de emitir con total autonomía algunos riesgos sencillos, hasta llegar a esta tercera fase, en la cual se amplió a todo tipo de actividades la emisión, tanto de nueva producción como de suplementos posteriores, con la posibilidad de emitir estudios técnicos.

La emisión de estudios técnicos dota a la compañía de un "plus" de transparencia, facilitándole al cliente todas las cláusulas y condiciones contractuales que posteriormente formarán parte de la póliza.

Asimismo, este producto tiene un aspecto novedoso adicional, como es la emisión de certificados de cobertura por parte de la mediación, documento altamente demandado por parte de las Administraciones Públicas.

Principales ventajas:

- Es un producto personalizado a las características de cada actividad, lo que permite ofrecer garantías y coberturas en función de la actividad seleccionada.
- Favorece la accesibilidad, de manera que cualquier mediador, a cualquier hora del día, cualquier día del año y desde cualquier lugar con acceso al entorno B2B, pueda tramitar la póliza de su cliente.
- Favorece la inmediatez, puesto que el mediador puede realizar de forma autónoma la tramitación sin necesidad de contar con la estructura administrativa y de gestión de la compañía.
- Es intuitivo y de fácil manejo, lo que facilita las tarificaciones, incorporándose la búsqueda inteligente de las actividades.
- Permite la impresión de estudios técnicos previos a la contratación, sin necesidad de autorización previa.
- Emisión de certificados para demostrar la cobertura de la actividad y la constatación del pago.

Con este nuevo producto Helvetia Responsabilidad Civil General (R18), Helvetia Seguros sigue avanzando dentro de la Estrategia *helvetia 20.20*, con el objetivo de dotar de más autonomía de gestión a los mediadores, además de aumentar tanto la agilidad como la capacidad de respuesta comercial a través de herramientas digitales, como es la intranet corporativa, B2B.

Helvetia Inversión

Innovación y creatividad para mejorar la rentabilidad del cliente

Uno de los productos aseguradores estrella en materia de seguros de Vida son los llamados *Unit Linked*: seguros en los que lo que el importe aportado por el asegurado se invierte en fondos de inversión, obteniendo un rendimiento en función de la rentabilidad de estos activos financieros. Helvetia Seguros comercializa desde hace bastantes años, con una fuerte penetración, dos fondos englobados en el producto Helvetia Inversión Ahorro Activo+, uno de Renta Variable Europea y otro de Renta Fija Mixta.

Dentro de la Estrategia *helvetia 20.20* y de acuerdo con su política de ampliar el mercado en los productos de

Vida y de disponer de una oferta más amplia y diversificada, Helvetia Seguros ha lanzado Helvetia Inversión Multiestrategia. Se trata de una nueva modalidad del producto V58 que permite la contratación tanto a prima única, como a prima periódica y que incorpora dos nuevos fondos muy novedosos gestionados por GVC Gaesco, una entidad nacional de gran prestigio, cuyos fondos y gestores han sido galardonados por reputadas instituciones nacionales e internacionales.

Esta nueva modalidad dentro de Helvetia Inversión ofrece al cliente mayores opciones para diversificar su inversión a través de los siguientes fondos:

- **GVC Gaesco 300 Places Worldwide.** Se trata de un fondo de inversión de renta variable internacional que tiene la particularidad de invertir en empresas relacionadas con el turismo global, que prestan sus servicios en los 300 lugares más visitados del mundo.

“Se trata de un concepto muy innovador que aprovecha la fortaleza del sector turístico global, con una tasa de crecimiento anualizada superior a la del PIB mundial”, explica Luis Casanueva, del Departamento de Vida de Helvetia Seguros. “La población global ha crecido un 70% en los últimos 40 años, y lo que es más importante, la clase media se ha duplicado en este periodo, hasta alcanzar un 64% de la misma. Para esta clase media, el turismo se ha convertido más en una necesidad que en un lujo. Es un fenómeno que no para de crecer”.

- **GVC Gaesco Retorno Absoluto.** Este segundo fondo tiene como objetivo limitar las pérdidas en entornos de mercado con riesgo y maximizar la rentabilidad; dos metas que se alcanzan a través de distintas estrategias y aprovechando las ineficiencias presentes en el mercado. Este fondo, con más de veinte años de existencia, utiliza modelos matemáticos en su proceso de inversión que permiten mantener la rentabilidad en periodos de subida y también amortiguar la posible caída en los momentos de bajada.

“Es un producto más conservador, pero tremendamente interesante con una metodología única de inversión, que representa un complemento ideal para el otro fondo asociado a inversiones turísticas, ya que permite reducir las pérdidas en situaciones adversas de mercado”, explica Luis Casanueva.



Principales ventajas:

- Producto descentralizado, con emisión disponible en B2B.
- Metodología de inversión no sujeta a aspectos coyunturales.
- Carácter de fondo consolidado (más de 20 años).
- Fondo número 1 del mercado a nivel mundial.

Con la incorporación de estos nuevos fondos, el abanico de productos *Unit Linked* de Helvetia Seguros se amplía, favoreciendo una mayor diversificación y más opciones de inversión para el cliente. Una gran oportunidad para la compañía, ya que abre las puertas a nuevos perfiles de clientes y a la captación de mediadores especializados en la venta de productos financieros.



Patín de vela, la caricia del mar

Marc Palop, responsable comercial de Vida de Zona Este y Zona Cataluña, nos habla del patín de vela, un tipo de embarcación autóctono de Cataluña y de gran singularidad, que le ha reportado grandes experiencias y también algunos sustos. “Como el patín de vela, ningún barco”, nos cuenta.

Una de las disciplinas náuticas más singulares y genuinas de Cataluña es el patín de vela, también conocido como el patín catalán. Un tipo de navegación basada en una embarcación de vela ligera que tiene su origen en Badalona, y cuya gran peculiaridad es que carece de orza y de timón, por lo que su manejo se realiza únicamente con el movimiento y reparto del patrón sobre la cubierta y la escota.

Marc Palop, responsable comercial de Vida de Zona Este y Cataluña, es un gran aficionado a esta disciplina, que practica desde la adolescencia y, ya más seriamente, desde los veinte. “Soy patrón de embarcaciones de recreo, y he navegado en bastantes tipos de barcos. Pero como el patín de vela, ninguno”, explica. Porque ninguna experiencia de navegación reporta una sensación de proximidad y contacto con el medio marítimo tan directa y

auténtica. “Sólo tienes que sacar la mano y tienes el mar ahí”, comenta.

A los diecisiete años, Marc solía salir en bicicleta con su tío. Y éste le propuso que lo acompañara en su patín catalán. Era un patín de madera. El mismo patín con el que todavía hoy, después de más de treinta años, sigue saliendo a practicar cuando puede, aunque reconoce que lo hace menos de lo que le gustaría por la falta de tiempo: “y también, no voy a negarlo, porque no tengo la misma fuerza que cuando tenía veinte años”, bromea.

Y es que navegar con patín de vela es muy exigente desde el punto de vista físico: utilizar el propio cuerpo como elemento para gobernar la embarcación obliga a una actividad constante durante la travesía. Exigencia física y también psicológica: “Es un deporte que requiere mucha concentración,

para estar atento a los posibles cambios de viento. Que vuelques en pleno mar abierto no es algo extraño, de hecho, me ha sucedido más de una vez”.

Una de ellas nunca la olvidará. Fue en 2015, con el patín de otro compañero al que acompañó. “Nos entraron rachas de 25 nudos, una mar muy agitada. Volcamos y no éramos capaces de dar la vuelta al patín. Después de que yo lograra salir solo, tuve que llamar a Salvamento Marítimo para que rescataran a mi compañero. Fueron los veinticinco peores minutos de mi vida”, recuerda. Aun así, reconoce que practicar tiene un componente adictivo. “Pero hay que ser muy precavidos. Por ejemplo, por encima de 20 nudos, sabes que no debes salir a navegar”, explica.

Él tiene un lugar predilecto para hacerlo: la Bahía de Montgat, un lugar

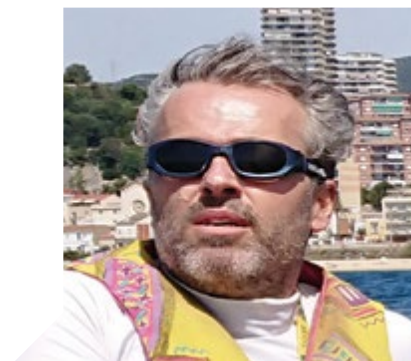
“bastante abrigado” de la Tramontana y algo protegido del Levante. Y suele hacerlo en temporadas de buen clima, aunque la práctica se desarrolla durante todo el año. “Si hubiéramos tenido el percance de 2015 en otra estación que no fuera el verano, incluso con prendas de neopreno, no lo habríamos contado”, comenta.

En estos momentos, hay una especie de rivalidad entre los defensores de los patines de madera, los de toda la vida, y quienes prefieren nuevos patines fabricados con fibra de vidrio. Marc lo tiene claro: “Por supuesto, de madera. Son más ligeros, y ¿hay algún material que a lo largo de la historia haya sido más infalible en la navegación que la madera?”. También está, claro, el componente afectivo. Su patín, con el número 2030 (y al que en la próxima revisión bautizará como Endevant, ‘Adelante’), es la mejor herencia que pudo recibir de su tío. Lo cuida con mimo desde hace más de veinte años, y ha logrado sobrevivir a tres huracanes. “Hay que realizar periódicamente labores de mantenimiento, restauraciones, lijado. Pero sé que no voy a encontrar nunca un patín mejor. ¿Sabes que la fecha de fabricación es de 1987?”, explica.

Aunque en los últimos años su frecuencia en la práctica del patín de vela se ha reducido, hubo un tiempo en que lo cogía con gran asiduidad. E incluso, cuando había tiempo, competía. “Y no se me daba nada mal”, recuerda, rememorando especialmente la regata que ganó en el Club Ocata Vent, en 2005, junto a su mujer. “Había olas de metro y medio, y fuimos los únicos que en-

tramos rectos en meta”, explica, orgulloso. Fue él quien introdujo a su mujer en la afición, como su tío lo hizo antes con él, y ahora está en negociaciones con sus cuñados para que le dejen introducir a sus sobrinos. “Se me están resistiendo” bromea.

El patín de vela puede practicarse en pareja o solo. Si lo hace acompañado, su ‘socio’ preferido es su amigo Joan Tolosa. “Con él he navegado superando olas de dos metros. Tiene mucho mar en sus venas, y como últimamente le da por el crucero, cuando sale siempre lo hace conmigo”, comenta. Cuando sale solo, es una experiencia muy distinta. “Hay un momento inexplorable de intensidad y felicidad, que es cuando, en un día tranquilo, te pones ‘de empopada’, con el viento suave a favor, justo detrás, y vas avanzando sobre el mar”. Las mejores condiciones para una buena navegación con patín de vela son una fuerza 2-3 de viento y anticiclón.



> Marc Palop, responsable comercial de Vida de Zona Este y Zona Cataluña.

Aún le quedan retos por cumplir. Probablemente, el más anhelado sea cubrir el trayecto entre Ibiza y Formentera. Su tío y gran maestro lo intentó y lo consiguió, aunque fue una travesía muy difícil, con rachas de más de 25 nudos.

Patín de vela, una embarcación de gran tradición

El patín de vela o patín catalán tiene su origen en el año 1942, cuando los hermanos catalanes Mongé, desarrollaron una embarcación que había nacido en las playas de Badalona a comienzos del siglo XX. Este singular barco

es único a nivel mundial, si bien, ya existen flotas de patines de vela fuera de Cataluña, en lugares como Andalucía y Valencia, además de en otras costas como la francesa, la holandesa o la belga.



> En estas imágenes, Marc navega en su patín de vela.





“La digitalización ha permitido que cada vez sea más sencillo analizar la información”

>Mireia Moñino, responsable del Departamento Técnico y Reaseguro



“Nuestro mayor reto como compañía es seguir apostando por el canal de la mediación ”

> Miguel Ángel González, director de la Sucursal Valladolid

Miguel Ángel González es director de la Sucursal Valladolid, un perfil netamente comercial. Por su parte, Mireia Moñino es la responsable del Departamento Técnico y Reaseguro, y lleva toda su trayectoria en Helvetia Seguros vinculada a los ramos.

¿En qué medida consideráis que vuestras actividades encuentran un punto de confluencia?

Mireia Moñino: El grado de confluencia de ambas actividades es alto: cuando desarrollamos un nuevo producto o calculamos una nueva tarifa nuestro objetivo es lograr que sea lo más rentable posible para la compañía, pero teniendo en cuenta que dicho producto ha de estar en línea con el mercado tanto en coberturas como en precio, pues de lo contrario nuestra red no podría vender.

Miguel Ángel González: Para el Área de Ventas es totalmente necesaria la colaboración y la ayuda del Área Técnica, no podemos salir a la calle sin ese respaldo. De nada sirve traer posibles negocios a la compañía si luego no conseguimos que estén dentro de los márgenes técnicos. Además, considero que también somos quienes informamos al Área Técnica de lo que está realizando el resto del mercado: garantías, tarifas, etc., lo que ayuda en el desarrollo de nuevos productos.

¿Cómo resumiríais, de forma muy breve, en qué consiste vuestra actividad en Helvetia Seguros?

M.M.: Prestamos servicio al resto de departamentos del Área: calculamos la tarifa, elaboramos cuadros de mando e informes de seguimiento, colaboramos en el diseño e implementación de nuevos productos, además de llevar tanto Reaseguro como Agroseguro.

M.A.G.: Captación de nueva red comercial, formación y consolidación, así como búsqueda de nuevas vías de negocio para alcanzar la máxima rentabilidad.

Miguel Ángel, tú, como director de Sucursal, estarás acostumbrado a gestionar la presión de la red en relación con los precios de las pólizas. Mireia, tu orientación, desde los inicios en Helvetia Seguros, ha estado encaminada al cálculo de las tarifas y estudio de la evolución de los ramos. ¿Cómo hacer entender a los mediadores la complejidad de la política de tarifas?

M.M.: El reto a la hora de calcular una tarifa es conseguir que cada cliente pague lo que le corresponde en función de su perfil de riesgo. Para lograr esto hay que analizar múltiples factores utilizando métodos estadísticos más complejos. Sin embargo, el resultado de todo este análisis es sencillo de explicar: obtenemos una prima y una serie de factores que aplican recargos o descuentos a esa prima base o inicial.

M.A.G.: Es muy difícil. La agresividad del mercado, sobre todo en productos masa, hace que el mediador te exija tener una tarifa que le permita acceder a ese negocio. Luego, dependiendo de la antigüedad del mediador, muchas veces lo más importante está en la cartera; cómo conseguir defender las tarifas antiguas frente a las tarifas de nueva producción. En cambio, los nuevos mediadores lo que necesitan son tarifas que les permitan desarrollar un negocio de futuro.

En relación con lo anterior, ¿en qué medida es posible la flexibilidad?

M.M.: Cuando calculamos la tarifa, la primera tarifa que obtenemos es la de riesgo que es la que nos dice cuánto deberíamos cobrar a cada cliente para obtener la rentabilidad objetivo de la compañía. Después hay que ir haciendo ajustes hasta lograr que esa tarifa sea competitiva.

M.A.G.: Quizás esta pregunta quien mejor la puede contestar es el Área Técnica. Mi experiencia de 25 años en este negocio me ha demostrado que sí es posible. De hecho, nos encontramos en el mercado que, ante un riesgo, hay varias compañías de primera línea que dan solución mientras nosotros no conseguimos llegar a un precio competitivo, entiendo que ahí es donde está la flexibilidad.

En vuestros respectivos ámbitos, actividad comercial y tarifas, ¿cuáles son los grandes riesgos a los que se enfrenta el sector asegurador? ¿Y más concretamente los retos de Helvetia Seguros?

M.M.: En *pricing*, los grandes retos son la implementación de algoritmos de *Big Data* en el cálculo de las tarifas y el tratamiento de una cantidad ingente de datos. Para Helvetia, el gran reto es encontrarse en la vanguardia de los métodos de cálculo de tarifa y en la utilización de factores discriminantes que nos permitan seleccionar los mejores perfiles de riesgo.

M.A.G.: Creo que el sector asegurador se enfrenta a una economía de costes cuyo riesgo mayor puede llevar a eliminar la presencia física de la red comercial, tanto de compañías como de mediadores, en las plazas que actualmente operan, sustituyéndolos por formas de comunicación y de distribución adaptadas a las nuevas tecnologías. Respecto a Helvetia creo que nuestro mayor reto es seguir apostando por el canal de la mediación. Nos caracteriza, y estamos orgullosos de nuestra red comercial, la cercanía con el mediador y



Mireia Moñino

El momento que recuerdas con más felicidad en Helvetia Seguros: He vivido muchos momentos buenos; es imposible quedarme sólo con uno.

Y, probablemente, el minuto más feliz de tu vida: Cuando nació mi hijo y pude tenerlo entre mis brazos por primera vez.

Un lugar de tu ciudad que todo el mundo debería visitar alguna vez: Quizás sea un tópico, pero no hay que irse de Sevilla sin pasear por el barrio de Santa Cruz.

El libro que siempre recomiendas: *El médico*, de Noah Gordon.

Un personaje histórico que siempre te ha interesado: Clara Campoamor.

A ese lugar tienes que volver: Boston, sólo estuve un día y me arrepentí de no haber estado más tiempo para poder recorrer sus calles.

Alguna experiencia que, de algún modo, te hace regresar a la infancia: El Día de Reyes, ese día en mi casa sale el niño que todos llevamos dentro.

Tres valores que te parecen prioritarios en la vida: Honestidad, honradez y empatía.

Te encantaría poder volver a tener a esa persona aquí, para hablar con él y disfrutarlo todo lo que no pudiste: Mis abuelos, a uno no pude conocerlo y el otro murió cuando sólo tenía un año.

Siempre que suena esa canción, es imposible no acabar moviendo las caderas: *Happy*, de Pharrell Williams.

La última obra teatral que viste fue: *Justo a tiempo*, de Síndrome Clown.

Algo que antes hacías mucho y hoy no haces nada: Viajar por Europa.

Un valor que está demasiado sobrevalorado: La apariencia, actualmente hay demasiado postureo, sobre todo en redes sociales.

La película que nunca envejece: *Cadena perpetua*.
Con la edad has aprendido a: Tener más paciencia.



Miguel Ángel González

El momento que recuerdas con más felicidad en Helvetia Seguros: El día que me enteré de que la Convención Anual se realizaba en Valladolid.

Y, probablemente, el minuto más feliz de tu vida: Cada uno en los que nacieron mis tres hijos.

Un lugar de tu ciudad que todo el mundo debería visitar alguna vez: El Campo Grande.

El libro que siempre recomiendas: *El cementerio de los libros olvidados*, de Carlos Ruiz Zafón.

Un personaje histórico que siempre te ha interesado: Felipe II, muy ligado a mi ciudad.

A ese lugar tienes que volver: Buenos Aires.

Alguna experiencia que, de algún modo, te hace regresar a la infancia: Comer en casa de mi madre.

Tres valores que te parecen prioritarios en la vida: Lealtad, humildad y respeto.

Te encantaría poder volver a tener a esa persona aquí, para hablar con él y disfrutarlo todo lo que no pudiste: Mi amigo José Luis.

Siempre que suena esa canción, es imposible no acabar moviendo las caderas: *Salta*, de Tequila.

La última obra teatral que viste fue: Una de mis hijos.

Algo que antes hacías mucho y hoy no haces nada: Correr.

Un valor que está demasiado sobrevalorado: La felicidad.

La película que nunca envejece: *Sin perdón*.

Con la edad has aprendido a: Echar el balón al suelo.



con el asegurado. Estamos utilizando las nuevas formas de distribución comercial y comunicación a través de ellos.

Mireia, entre tus competencias se sitúa el estudio de la evolución de los distintos ramos de No Vida. Tu conocimiento del mercado, sustentado en más de 20 años en Helvetia Seguros, te permite, Miguel Ángel, tener una opinión bastante fundada sobre estos ramos. Automóviles, Multirriesgo, ¿a cuáles de estos ramos cabe augurar un mayor desarrollo en los próximos años?

M.M.: Se están produciendo grandes cambios sociales y tecnológicos que afectan a ambos ramos y que van a provocar cambios en el seguro tal y como lo conocemos a corto y medio plazo: en Automóviles, por ejemplo, los coches autónomos, los nuevos sistemas de movilidad personal, los coches de uso compartido o el que se esté popularizando el *renting* para particulares incidirán tanto en el *pricing* como en los modelos de distribución. En Multirriesgos, a la demanda por parte de los asegurados de garantías novedosas así como un mayor número de servicios y de pólizas a medida de las necesidades del cliente, se une el hecho de que además de los riesgos tradicionales como un incendio o un robo hay un nuevo tipo de riesgo que cada vez tiene una mayor incidencia, y contra el que los asegurados comenzarán a pedir protección. Este riesgo es el ciberriesgo.

M.A.G.: Considero que ambos ramos tienen desarrollo comercial. En el caso de los automóviles, las nuevas tecnológicas requerirán de pólizas adaptadas que den solución a las nuevas necesidades de esos vehículos, debemos ser capaces de dar un valor añadido a la contratación y que el asegurado vea más allá del precio. Respecto a Multirriesgo y sobre todo en el mundo industrial, creo que debemos especializarnos y formarnos cada día más. Han surgido nuevos riesgos que requieren de soluciones más técnicas, lo que va a conllevar un desarrollo de negocio mayor.

¿En qué medida la digitalización y los procesos de desarrollo tecnológico han influido en vuestros ámbitos de actividad en los últimos años?

M.M.: Indudablemente, la digitalización y el desarrollo tecnológico ha permitido que hoy en día no sólo tengamos acceso a una cantidad de información mayor sino, y lo que es más importante, que cada vez sea más sencillo analizarla. Esto nos permite crear tarifas más sofisticadas y en las que cada vez será más común que dos riesgos aparentemente iguales tengan una prima totalmente diferente.

M.A.G.: Muchísimo. Hoy en día, gracias al desarrollo tecnológico nos facilita la capacidad de análisis de nuestra unidad de negocio en tiempo real.



El cálculo de riesgos y la política de pricing

El lema de nuestra actual campaña es simple.claro.helvetia. ¿De qué manera este lema es aplicable a nuestra comunicación relacionada con la política de pricing?

M.M.: En *pricing*, lo complejo son los cálculos que hay que hacer hasta llegar a la tarifa final, pero los procesos establecidos para crear una nueva tarifa son bastantes simples y está muy bien definido quién tiene que intervenir y tomar decisiones en cada una de las fases de dicho proceso.

M.A.G.: Cuanto más claro tengamos lo que queremos, más fácil será llegar a una buena tarifa.

¿Creéis que la red comercial debería tener un mayor conocimiento de cómo se calcula el riesgo para saber hasta dónde se puede llegar con los clientes?

M.M.: En mi opinión conocer la estructura de la tarifa podría ayudar a la red comercial en su trabajo diario, pues le permitiría saber los segmentos con un perfil de riesgo bajo y concentrar sus esfuerzos en captar esos clientes ya que son clientes más fieles y que aportan más valor a la compañía.

M.A.G.: Sería fundamental poder adaptar la prima al riesgo y no tener problemas de rentabilidad en las operaciones.

¿En qué medida creéis que ha evolucionado el cálculo de las tarifas con respecto a hace unos años? ¿Se han optimizado los procesos?

M.M.: En los últimos años se ha ganado en sofisticación. El contar con herramientas más potentes ha hecho que cada vez se pueda analizar un volumen de información mayor, por lo que el número de factores que intervienen en el cálculo de la prima final se ha incrementado considerablemente. Además, las nuevas herramientas permiten la trazabilidad de la tarifa, es decir, qué y quién ha modificado los parámetros.

M.A.G.: Yo todavía me acuerdo de la tarifa roja de Unespa. Creo que toda la información de la que disponemos actualmente, ya no sólo dentro de la compañía sino también fuera, nos hace ser más exactos en nuestras tarifas, así como el tratamiento informático de dicha información.

Departamento de Infraestructura y Seguridad Informática

Ficha técnica

Ubicación: Sedes de Pamplona, Madrid y Sevilla.
Empleados: 7 (más 5 externos).
Sistemas: Javier Martínez, Ernesto Macua, Ainara Burguete, Javier Jiménez, José Luis Goicoechea. Soporte a Usuarios (SEU): Eduardo García, Aritz Urbieto, Iranzu Gorriz, Ana Esparza, Guillermo Rechac, Francisco Javier Cruz. Responsable de Departamento: Guillermo Vitas.
Media de incidencias semanales atendidas: 120.
Equipos atendidos: 718 estaciones de trabajo, 159 impresoras, 680 usuarios, 379 servidores y 176 dispositivos de red.

El Departamento de Infraestructura y Seguridad Informáticas se compone de siete empleados, a los que hay que sumar otros cinco empleados externos. Están divididos en dos grupos de trabajo diferenciados: el equipo de Sistemas y Seguridad y el de Soporte a Usuarios.

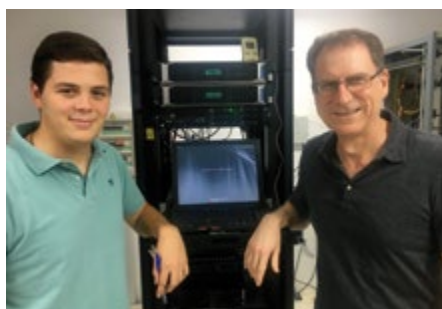
El cometido del equipo de Sistemas, formado por 6 personas, es implementar, evolucionar y mantener las redes, servidores, servicios, acceso a Internet que dan soporte a las actividades de negocio, prestando especial atención a la seguridad.

Mientras que Soporte de Usuarios (SEU), formado también por 6 personas se dedica, como su nombre indica, fundamentalmente a desplegar y prestar soporte informático a todos los puestos de trabajo de la compañía.

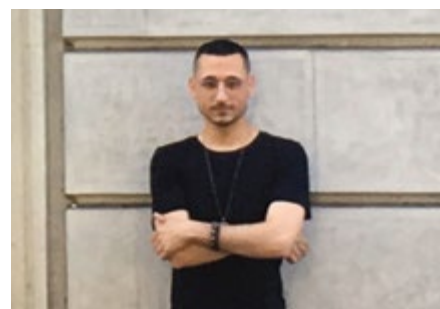
Al frente del departamento se sitúa Guillermo Vitas. Él ingresó como empleado en la compañía en 2015, tras una larga colaboración como externo dentro de este mismo departamento, que ha mantenido a lo largo del tiempo su estructura. Este Departamento tiene la



> Pamplona. De izquierda a derecha, Javier Martínez de Morentin, José Luis Goicoechea, Iranzu Gorriz, Ainara Burguete, Ana Esparza, Guillermo Vitas y Ernesto Macua.



> Sevilla. De izquierda a derecha, Fran Cruz y Eduardo García.



> Madrid. Guillermo Rechac.

peculiaridad de estar distribuido entre las tres sedes de la compañía: Pamplona, donde se localiza la mayor proporción de trabajadores (9), Sevilla (2) y Madrid (1). Esta distribución obedece, explica Guillermo, a la necesidad de estar muy cerca de los usuarios en cada uno de los tres principales centros de trabajo y de los sistemas, que principalmente están desplegados en los centros de proceso de datos ubicados en Pamplona. “Mantenemos un nivel de comunicación constante a través de videoconferencias, correo electrónico, llamadas telefónicas e incluso *whatsappy* ocasionalmente viajo a Madrid y Sevilla -él está en Pamplona que es dónde se ubica el grueso del departamento - para intentar tener un contacto más cercano con los compañeros que están en esas ubicaciones”.

La mayor parte de miembros del departamento son perfiles relacionados con la informática y la ingeniería. Sin em-

bargo, a pesar de los tópicos que normalmente se asocia a este tipo de perfil (*nerds, geeks*, etc.), Guillermo considera que “no nos faltan más tornillos que al resto de la gente”.

“Nuestra gran vocación -añade Guillermo- es pasar desapercibidos. Cuando somos invisibles es que todo va bien. Pero cuando hay problemas, es al primer departamento al que se mira”. Es un departamento altamente estratégico, como evidencia el hecho de que intervienen en prácticamente todos los planes de continuidad de negocio establecidos de Helvetia Seguros.

Como la propia informática, es un departamento continuamente sometido a cambios y novedades. Actualmente, de manera paralela a sus cometidos cotidianos, el departamento trabaja actualmente en 10 proyectos, con otros tantos en *backlog*.

Sucursal Albacete

Ficha técnica

Ubicación: Paseo de la Libertad, 15.
Empleados: 3.
Volumen de negocio: 3,6 millones de euros.
Nº de agentes operativos: 21.

En la Sucursal Albacete, son pocos pero bien avenidos. El más veterano, con diferencia, es el comercial interno Pedro Reolid, que lleva más de cuarenta años en la compañía. Los otros dos miembros son algo más nuevos: Antonio Nava, asesor comercial, con siete años en la compañía, y Agustín Espinosa, director de la Sucursal, que lleva sólo dos, aunque tiene una experiencia en el sector de más de veinte años. De hecho, fue un “fichaje” de la compañía, en un momento en que su anterior aseguradora le planteaba un traslado a Madrid. “No quería irme a Madrid, porque soy de Albacete de toda la vida, así que, cuando surgió la oportunidad de entrar en Helvetia Seguros y permanecer aquí, no me lo pensé”, explica Agustín. Anteriormente, había trabajado en otras aseguradoras, de manera que puso todo su empeño al llegar a Helvetia Seguros para aplicar su *know-how* y su conocimiento del mercado albaceteño.

La cartera de la sucursal se compone aproximadamente de un 75% en No Vida y un 25% en Vida. “La cifra de Vida no está nada mal -comenta Agustín-. Pero nos gustaría estar mejor en No Vida”. Aun así, la sucursal lleva dos años creciendo a un ritmo del 10%. “Podemos crecer más”, afirma Agustín, ambicioso.

Agustín y Antonio forman un gran tándem. “Trabajamos de forma muy compenetrada, sabiendo claramente cuáles son las competencias de cada uno”. Entre los dos, ya que el veterano Pedro está más centrado en cuestiones administrativas y de gestión interna, abarcan toda la provincia, incluyendo también Cuenca. “Aparte de Albacete



> En la imagen, de izquierda a derecha, Agustín Espinosa, Pedro Reolid y Antonio Nava.

capital y de Cuenca -explica Agustín-, dado que es una provincia extensa en kilómetros, tenemos presencia en plazas importantes como Almansa, Hellín o La Roda. El peso de la cartera en estas plazas es pequeño, pero en el último año se está incrementando”.

El negocio de esta sucursal está sobre todo en los agentes, con un peso de los corredores casi testimonial. Cada uno de ellos, por cuestión de afinidad, o bien de lógica territorial (los tres agentes exclusivos de Cuenca son gestionados por Antonio, para optimizar los desplazamientos). A diario se trabaja duro para revitalizar algunas claves que estaban “muertas” y también para nombrar a nuevos agentes. Concretamente, en estos dos ejercicios se han nombrado nueve nuevos agentes, de los que cinco ya están totalmente consolidados. “De

hecho -sostiene Agustín-, la mayor parte de la nueva producción de la sucursal proviene de la nueva red”. En total, son 21 los agentes operativos y la comunicación con ellos es constante. “Semanalmente, nos reunimos y realizamos el seguimiento. El 30% de nuestro tiempo estamos en la oficina, y el resto viajando”, explica Agustín.

Aún no han conseguido que ninguno de los agentes de la sucursal obtenga algún premio en el viaje de incentivos. “Pero estoy seguro de que tarde o temprano alguno lo conseguirá”, afirma Agustín convencido. Es probable que lo haga alguno de los cuatro agentes Élite que tienen: Eduardo Lerma (Albaned), Antonio Colmenero, Fernando Cebrián o Beatriz Segura. “Todos son muy dinámicos y competitivos, con un gran nivel de producción. Se merecen estar ahí”.



Ribeira Sacra (Ourense y Lugo)

Ribeira Sacra, el alma de la Galicia interior

Nos vamos de viaje con José Ángel Rodríguez, asesor comercial de la Sucursal Ourense, por uno de los lugares más hermosos y emblemáticos de la Galicia interior: la Ribeira Sacra. Se trata de un espacio que José Ángel conoce bien, ya que se sitúa a apenas quince kilómetros de Ourense capital, su lugar de residencia. Un verdadero pulmón natural en pleno corazón de la comunidad gallega, perfecto para una escapada en cualquier momento del año, pero muy especialmente desde la primavera hasta el inicio del otoño.

José Ángel descubrió la Ribeira Sacra hace más de veinte años. La visitó por primera vez junto a su mujer, y desde entonces se ha perdido en sus rincones en múltiples ocasiones. “Es un sitio lleno de magia, con unos parajes naturales increíbles”, explica.

Se conoce como Ribeira Sacra a todo el conjunto natural enmarcado entre el sur de la provincia de Lugo y el norte de la de Ourense, con el curso de los ríos

Miño, Sil y Cabe como elemento integrador. Si bien, por su proximidad, la zona más conocida y transitada por José Ángel es la que pertenece a la provincia ourensana.

“En pocos kilómetros, tienes la oportunidad de disfrutar de muchas cosas distintas -explica José Ángel-: entornos naturales, vinos excepcionales, paradores turísticos impresionantes y una gastronomía espectacular”.

La Ribeira Sacra es el espacio natural más visitado de la Galicia interior. Decir eso en una región como la gallega, que debido al Camino de Santiago recibe a miles de visitantes durante todo el año, es decir mucho. Se trata de un entorno natural único, que discurre siempre de cara a sus ríos. Especialmente emblemática es la estampa del profundo cañón desde el que se divisa la frontera entre las provincias de Lugo y Ourense, sepa-



> En el embarcadero de catamaranes de San Esteban.



> Árbol do Santo en el monasterio de Santa Cristina.

radadas por el río Sil, creando un horizonte de fuerte potencia paisajística.

Por estampas como ésta y por su gran riqueza natural y patrimonial, la Xunta de Galicia está promoviendo el reconocimiento oficial de este espacio como Reserva de la Biosfera y Patrimonio de la Humanidad. Y como José Ángel no alberga ninguna duda de que le serán finalmente concedidas ambas distinciones, anima a los lectores a viajar antes de que esto se produzca. “Las autoridades políticas llevan años hablando de una mayor explotación de las posibilidades turísticas de la Ribeira Sacra. Entonces, dejará de ser un gran secreto para convertirse en un gran reclamo turístico. Antes de que eso ocurra, es el momento de visitarlo”, sostiene.

Junto a José Ángel, recorreremos su zona preferida de la Ribeira Sacra. Para iniciar el camino, nos propone partir desde Ourense. A través de la carretera comarcal OU-536 en dirección Trives,

debemos desplazarnos unos 50 kilómetros hasta llegar a Parada de Sil. La primera visita obligada es a Santa Cristina de Ribas de Sil, un monasterio benedictino cuyo origen data del siglo X, para detenerse después en “Los Balcones de Madrid” y disfrutar de sus impresionantes vistas. Y aunque no se atisba la capital de España, según la tradición era un mirador privilegiado para contemplar una triste partida: la de los gallegos que se marchaban a emigrar. Las paredes del Cañón del Sil permiten contemplar en todo su esplendor el brazo del río.

Junto a este cañón discurre una carretera. Siguiéndola en dirección a Luintra llegamos al monasterio de Santo Estevo de Ribas de Sil. Originario del siglo XII, aunque posteriormente modificado en el siglo XVIII, forma parte de la red de Paradores Nacionales, con una ejemplar restauración que le ha permitido conservar su esencia originaria.

La Ribeira Sacra está repleta de monasterios. Concretamente, son 18 los que se dispersan por toda la zona. Y uno de los más importantes, si no el que más, es el de Santo Estevo. “Si las circunstancias lo permiten -explica José Ángel-, recomiendo dormir entre sus paredes. Es algo solemne e impresionante”.

Otra opción de vivir la experiencia de la Ribeira Sacra es a través del Sil. En torno a su recorrido por los valles se ha generado una floreciente oferta de servicios turísticos y deportivos relacionados con las actividades náuticas, como las de los catamaranes que realizan rutas por el río. “Es un espectáculo impresionante -explica José Ángel-. El recorrido está lleno de parajes muy hermosos”. A bordo de este catamarán se contempla el monasterio de Santa Cristina de Ribas de Sil, y los viñedos casi verticales de estos abruptos cañones, cuyas uvas dan cuerpo a los vinos únicos con Denominación de Origen de la Ribeira Sacra.

“Los propios viñedos son un espectáculo -explica José Ángel-. Ya que crecen en las laderas, en unas terrazas que parecen de imposible acceso”. De ahí el nombre del cultivo de la vid en la zona, conocido como “viticultura heroica”. “Parece mentira que las vides logran abrirse camino entre el granito y el terreno arenoso”, comenta nuestro cicerone. Y es curioso observar los pequeños embarcaderos situados a orillas del río que son empleados por los viticultores para transportar la uva en época de cosecha. Las paredes son tan verticales que la salida al río es la única que existe para los recolectores.



> Monasterio de San Esteban.

Los orígenes del vino en la zona se remontan a hace más de 2.000 años. Se considera que los romanos fueron los primeros plantadores de vid en las terrazas del río, para lo que recurrieron a los esclavos. Más tarde, los monjes retomaron la tradición vitivinícola, introduciendo innovaciones y dando la forma final al paisaje. Actualmente, los vinos de la Denominación de Origen de la Ribeira Sacra son muy demandados, tanto en su variedad Mencía (tinto) como en su variedad Godello (blanco).

En la zona es también abundante la oferta de caseríos para pernoctar y comer. Si te toca viajar en época invernal y aprieta el frío, tendrás que recurrir al reconstituyente y famoso caldo gallego. Pero si vas en cualquier otra época del año, es imperdonable que no pruebes sus succulentas carnes de vacuno.

“La zona tiene además la ventaja de que todavía sigue siendo económico dormir y comer. Hay lugares como el Caserío de Fontes o la Casa de las Rocas donde pernoctar y comer bien



>En el Monasterio de Rocas.

sale muy barato”, explica José Ángel. Toca ir regresando a Ourense. Pero el camino no ha concluido aún. Ya de vuelta por la carretera de Luintra, capital del municipio de Nogueira de Ramuín que se conoce popularmente como un lugar de asiento de afiladores y paragueros, tres formaciones rocosas prácticamente similares nos indican

que estamos llegando al monasterio de San Pedro de Rocas, excepcional por el hecho de estar excavado en la roca natural.

“Es un lugar que hay que conocer si vienes a la Ribeira Sacra -sostiene José Ángel- porque concentra todo el carácter religioso e histórico de la zona”. En él se registran los primeros asentamientos de eremitas, que datan del año 573. En el monasterio hay sepulcros esculpidos en los que se representan figuras yacientes. Especialmente curioso es su campanario, que data del siglo XV, y que se erige en la parte superior de una enorme formación rocosa de casi 20 metros de altura. Además, alberga el único mapamundi mural que hasta ahora se conoce de época románica.

“Conocer la Ribeira Sacra es una experiencia excepcional. Y si al volver a Ourense aún tenéis tiempo -concluye José Ángel-, os recomiendo perderos en una ciudad que tiene muchas cosas que ofrecer al visitante. Hay mucho que ver y descubrir aquí”.



¿Estás seguro?

El futuro de la oferta aseguradora

Para hablar de lo que puede ser el futuro, siempre hay que recordar el pasado y estudiar a fondo el presente, desentrañando la evolución que la sociedad experimenta en cada etapa histórica.

Y, acompañando a esa evolución, el seguro no es más que la respuesta más adecuada, en cada momento, a lo que necesitan o demandan las personas y las empresas para poder continuar con su vida y con su actividad habitual, en el supuesto de sufrir un percance personal o una pérdida económica.

En ese contexto, las pólizas de seguro han evolucionado desde las primeras “mutualizaciones” del riesgo de pérdida de las mercancías transportadas en largos viajes marítimos hasta, por ejemplo, las que ahora garantizan las consecuencias siniestralas de los denominados “ciber-riesgos”.

No obstante, partiendo de estas ideas básicas (y clásicas), el seguro se ha ido sofisticando en los últimos años, asumiendo en las pólizas muchas garantías que, en realidad, constituyen prestaciones de servicios, y no estrictamente riesgos susceptibles de sufrir siniestros.

Al mismo tiempo, los bancos y otros sectores han comenzado a participar de forma mucho más activa en el seguro, incorporando éste a su oferta de productos, lo que está llevando a una cierta confusión al cliente, que empieza a no distinguir qué vende cada quién y, sobre todo, quién lo puede hacer mejor... al menos, hasta que se produce el siniestro, que es cuando realmente lo comprueba.

Y mientras tanto, ¿qué hacen las aseguradoras?, ¿cómo enfocan su futuro?, ¿hacia dónde camina la oferta aseguradora en los próximos años?

En mi modesta opinión, las compañías de seguros, que son las que realmente conocen y desarrollan con mayor eficiencia la esencia de este negocio, deberían plantearse ampliar en el futuro su oferta de productos, pero adaptándola, con mayor agilidad y visión global, a la realidad social que se avecina o que, más bien, ya ha llegado a nuestras vidas.

Y, en ese sentido, me parece que sería interesante que tuviesen en cuenta algunas de estas ideas:

- Los ramos técnicos no pueden ser departamentos estancos, que sólo se preocupen de su crecimiento y de su rentabilidad, sin pensar en el resto. El concepto integrador y global de la oferta de productos de una aseguradora tiene que ser prioritario.

- Los mediadores deben ser auténticos especialistas en escuchar a cada cliente, personalizando al máximo su actividad comercial, y dando siempre prioridad al concepto “cuenta-cliente” frente al de “cuenta-póliza”. Y en esa relación debe contar, con mucho más peso que actualmente, la experiencia del cliente y no sólo su satisfacción (que seguirá siendo esencial) por la atención que reciba en caso de siniestro.

- Tanto las entidades aseguradoras como los mediadores deben dirigirse al cliente por los medios y con el lenguaje a través de los que el mismo se comunica hoy, sin imponerle procesos obsoletos e ineficientes.

- Las compañías tienen que incorporar a su oferta aseguradora aquellos productos o servicios (aunque no sean estrictamente de seguros) que sean verdaderamente interesantes para el cliente y demandados por éste, evitando incorporar a sus pólizas garantías que, a veces, sólo sirven para incrementar la prima media de las mismas sin aportar valor alguno.

- La gestión inteligente de los datos de los clientes deberá ser una prioridad para todos los actores del sector, de forma que se aproveche al máximo su potencialidad para análisis predictivos que optimicen la eficiencia de la oferta y la personalicen sin perder el carácter mutual del seguro.

En definitiva, creo que la oferta aseguradora del futuro tendrá que ser: menos rígida, más amplia, más integradora, más versátil, más amigable y, sobre todo, más útil para el cliente, ofreciéndole un “ecosistema” que englobe el tronco asegurador (que ningún otro sector conoce mejor) y otros productos y servicios, a los que las entidades aseguradoras pueden aportar solvencia y calidad de gestión, que es lo que llevan demostrando durante siglos.

Realmente, si pudiésemos imaginar un mundo en el que no existiesen los seguros, sería inquietante comprobar que todo el progreso de la humanidad, no sólo se detendría, sino que regresaríamos a épocas felizmente superadas, en las que la mera supervivencia de las personas y de las empresas acabaría siendo muy difícil.

El seguro es necesario porque forma parte de la permanente búsqueda de seguridad que persigue siempre el ser humano, que procura prevenir los efectos no deseados de lo que le pueda pasar en el futuro. Pero es tarea de todos los que formamos parte del sector anticipar la actualización de nuestra oferta a los cambios sociales, sin esperar a que éstos nos pasen por encima.

En cualquier caso, esta es mi opinión. Y tú, ¿estás seguro?

Este artículo ha sido publicado en la sección ["Con firma"](#), de [SegurosTV.es](#)

Javier García

Director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros

@Javier_GarG

www.helvetia.es

