

en buena compañía

Revista de la
compañía aseguradora
Helvetia Seguros
Diciembre 2020 N° 52

Reportaje central

Nuevos productos:
Helvetia Inversión
Sostenible y
Helvetia Clásicos

Nuestros proveedores

Gesnorte

En buena compañía con

Fundació Orfeó Català - Palau de la
Música Catalana



28

De cerca:
José Jorge Flores



18

Nuestros
proveedores:
Gesnorte



24

En buena
compañía con:
Fundació Orfeo
Català - Palau de la
Música Catalana



Sigue a Helvetia Seguros en:

-  www.facebook.com/helvetiasegurosES
-  twitter.com/Helvetia_ES
-  www.youtube.com/user/HelvetiaSeguros
-  www.linkedin.com/company/helvetia-seguros
-  [@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, Miguel Ángel Cinta, 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

Editorial	3	Queridos lectores de "En buena compañía":
Noticias	4	Cada uno conserva en su recuerdo años que le parecen inolvidables. Pero probablemente ninguno de los que nos toque vivir vaya a resultarlo tanto como este 2020 que muy pronto dejaremos atrás. Un año difícil e insólito que nos ha sometido a todos a un pulso que todavía estamos echando contra la adversidad y la necesidad de reinventarnos, a fuerza de resiliencia (la nueva palabra de moda), creatividad y coraje.
Nuestros proveedores	20	
Gesnorte		
Nuestros mediadores	22	
Inversia Insurance		
En buena compañía con	24	
Fundació Orfeó Català - Palau de la Música Catalana		
Reportaje central	26	
Nuevos productos: Helvetia Inversión Sostenible y Helvetia Clásicos		
De cerca	28	
José Jorge Flores, gestor de cuentas de la Zona Corredores Centro		
Entrevista doble	30	
Susana Revuelta, responsable del Departamento de Función Actuarial, y Sergio Navarro, gestor de negocio de la Zona Alicante-Murcia-Albacete Agentes		
Un paseo por...	36	
Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas (Jaén)		
¿Estás seguro?	39	

Queridos lectores de "En buena compañía":

Cada uno conserva en su recuerdo años que le parecen inolvidables. Pero probablemente ninguno de los que nos toque vivir vaya a resultarlo tanto como este 2020 que muy pronto dejaremos atrás. Un año difícil e insólito que nos ha sometido a todos a un pulso que todavía estamos echando contra la adversidad y la necesidad de reinventarnos, a fuerza de resiliencia (la nueva palabra de moda), creatividad y coraje.

Para Helvetia Seguros, como para muchas empresas, ha sido un año complicado. Pero, a la vez, muy estimulante porque nos hemos demostrado a nosotros mismos que somos capaces de mantener, e incluso mejorar, nuestro nivel de servicio y de actividad, lanzando nuevos productos, mejorando procesos y, sobre todo, estando al lado de nuestros clientes y mediadores.

Muchas cosas han cambiado desde comienzos de 2020. La Convención Anual, que por primera vez hemos celebrado como un Foro Virtual, es una buena muestra de ello. Su título también ha sido elocuente: "Creando futuro juntos". Porque de eso se trata, de seguir construyendo el futuro a vuestro lado.

En este número de la revista encontraréis muchos motivos para alegraros. El lanzamiento de productos novedosos, como Helvetia Inversión Sostenible o Vehículos Clásicos, es uno de ellos. Pero hay otros muchos. La propia Campaña de Ahorro, con la que seguís demostrando vuestro empuje en el último tramo del año, es otra excelente noticia.

Sin dejar de lado, por supuesto, nuestro entorno. Es lo que hemos hecho también en estos meses, a través de iniciativas como la campaña de co-branding llevada a cabo bajo el lema: "Helvetia, siempre junto a nuestros clientes", con la que hemos apoyado a muchas de nuestras empresas aseguradas para promocionar sus negocios, muy afectados por la actual pandemia. Una iniciativa que, por cierto -aquí una nueva alegría- ha sido distinguida como finalista en la categoría "Mejor campaña de RSC" en los Premios de Marketing y Comunicación del sector asegurador convocados anualmente por Inese.

Estoy absolutamente convencido de que 2021 será mucho mejor para Helvetia Seguros, entre otras cosas, porque cuento con todos vosotros para tener éxito, y vuestro trabajo y vuestro entusiasmo ya son garantía de éxito.

Aprovecho para agradecerlos a todos, compañeros y mediadores, el magnífico esfuerzo realizado durante este duro ejercicio, y para desearos un nuevo año repleto de éxitos profesionales.

Y, como siempre os digo, ¡cuidaros mucho!

Un fuerte abrazo y Felices Fiestas a todos.

Íñigo Soto

Director general de Helvetia Seguros



Foro Virtual 2020 "Creando futuro juntos"



> En la imagen, el Comité de Dirección y Carmen Caballero, responsable del Departamento de Comunicación y Responsabilidad Corporativa, durante el Foro Virtual.



> En la imagen, captura de pantalla de la mesa redonda celebrada en streaming.

Más de 200 directivos, ejecutivos y responsables comerciales de la aseguradora asistieron a este encuentro virtual en el que se hizo balance del año y se presentaron los principales objetivos para el próximo ejercicio.

Este año, debido a las restricciones sanitarias por la pandemia no se ha podido celebrar la Convención Anual. Por ello, adaptándose a las circunstancias y bajo todas las medidas de seguridad, los pasados días 26 y 27 de noviembre se llevó a cabo el Foro Virtual 2020, en el que participó el Comité de Dirección de la compañía, presidido por su director general, Íñigo Soto, y más de 200 directivos, ejecutivos y responsables comerciales.

En el encuentro, que ha tenido como lema "Creando futuro juntos", se analizó la situación actual del sector, en el que la pandemia se ha convertido en uno de los principales protagonistas, y también la estrategia comercial de la compañía y sus principales objetivos para el próximo año, en el que se lanzará el nuevo Plan Estratégico 2021/2025.

Durante su intervención, el director general de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, insistió en la necesidad de seguir trabajando unidos, con un objetivo común, del mismo modo que se ha hecho y se sigue haciendo en estos meses complicados a causa de la pandemia.

Por su parte, los directores de área participaron en la mesa redonda "Creando futuro juntos, minuto a minuto" para hacer balance del año y presentar sus nuevos proyectos e iniciativas. Además, en este espacio pudieron responder a las preguntas planteadas por los asistentes al encuentro.



> En la imagen, Íñigo Soto, director general, durante la clausura del Foro Virtual.

La primera jornada del Foro contó con un invitado de excepción, el humorista sevillano Manu Sánchez, que inició el encuentro con una divertida ponencia. Por su parte, con el objetivo de potenciar el trabajo en equipo y el liderazgo, en la segunda jornada del Foro los asistentes, organizados por grupos, participaron en un interesante Escape Room virtual, con el que pusieron a prueba su destreza y sus conocimientos sobre la compañía a través de diferentes retos.

Finalmente, los asistentes pudieron disfrutar de la interesante ponencia impartida por el catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Sevilla, José Manuel Cansino, titulada "El negocio del seguro en la Economía 4.0", un discurso sugerente sobre el sector y las circunstancias a las que se enfrentará en los próximos años.

Compromiso con la ONU por la sostenibilidad



El Grupo Helvetia ha demostrado una vez más su compromiso con la sociedad y el medioambiente al reiterar su apoyo a la ONU y firmar el "Statement for Renewed Global Cooperation", el pacto al que se han unido más de 1.000 empresarios procedentes de más de 100 países del mundo para cooperar por una sociedad más sostenible y justa para todos.

En 2018, Philipp Gmür, CEO del Grupo Helvetia, firmó el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y se comprometió así a cumplir sus diez principios en materia de derechos humanos, normas laborales, protección del medioambiente y corrupción. Este año, con motivo de su 75º aniversario, la ONU ha vuelto a hacer un llamamiento a las empresas de todo el mundo para que firmen o renueven su compromiso con este pacto. Y Philipp Gmür no ha dudado en ratificarlo.

Esta declaración es un llamamiento a la cooperación con las Naciones Unidas para fortalecer el sistema judicial, garantizar la seguridad jurídica y defender los derechos humanos fundamentales, que se une a la petición a los gobiernos de crear un entorno para las empresas, los individuos y las sociedades que sirva a los intereses de las personas y que apoye la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible.

I Jornadas Financieras Helvetia

Helvetia Seguros celebró sus I Jornadas Financieras desde el pasado 7 de octubre hasta el 19 de noviembre. La iniciativa, organizada por el Departamento Comercial de Riesgos Personales, ha estado orientada, principalmente, a los mediadores especializados en la venta de Seguros Personales, pero también asistieron empleados del Área de Ventas.

Estas jornadas se llevaron a cabo durante seis sesiones en *streaming*, a través de la plataforma Microsoft Teams, donde se dieron cita cuatro ponentes de gran prestigio internacional, los cuales analizaron, desde diferentes puntos de vista, la situación económica actual.

Así, el reconocido economista Leopoldo Abadía fue el encargado de ofrecer la ponencia inaugural bajo el título "¿Crisis, what crisis?". Leopoldo abordó la crisis actual desde una perspectiva realista, en la que invitaba a todos a seguir luchando y a no perder la confianza para superar la situación actual. El director general de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, estuvo presente en esta primera sesión dirigida a mediadores.

La segunda sesión, que tuvo lugar el 21 de octubre, corrió a cargo del periodista especializado en economía Fernando González Urbaneja. Por su parte, el 4 y el 5 de noviembre el doctor en Ciencias Económicas y Derecho, José María Gay de Liébana, ofreció una sesión centrada en los problemas de las finanzas públicas y en cómo debemos pensar para encaminarnos hacia la senda de la recuperación económica.

El broche final a las jornadas lo puso el popular conferenciante Víctor Küppers, con la ponencia "¿Es la crisis tu aliada? Oportunidad en tiempos de crisis", celebrada durante los días 18 y 19 de noviembre.



> I Jornadas Financieras Helvetia Seguros.

Acuerdo con CPP Group Spain



> En la imagen, Javier del Portillo e Íñigo Soto durante la firma del acuerdo.

Helvetia Seguros continúa apostando por la omnicanalidad. El pasado 28 de octubre nuestra compañía firmó un importante acuerdo de colaboración con la empresa multinacional de servicios de protección y asistencia, CPP Group Spain, para la distribución y comercialización de nuestros productos de Decesos, Autos y Accidentes. Esta firma consolida la apuesta de la multinacional por la comercialización B2B2C y reconoce el valor de la flexibilidad de su oferta para ajustarse a las necesidades de cada cliente y garantizar a los socios de negocio unos óptimos beneficios de explotación.

Para Íñigo Soto, director general de Helvetia Seguros, con esta alianza la aseguradora refuerza su estrategia de comercialización "al apostar por este canal de distribución que nos ayudará a potenciar la venta de estos productos". Además, añade que "contar con una agencia de suscripción como CPP Group Spain es una garantía, ya que sabe identificar las necesidades del cliente y conceptualizar productos atractivos, con alta usabilidad".

Por su parte, Javier del Portillo, *managing director* de CPP Group Iberia, Italy & Germany, afirma que "esta operación presenta a CPP Group como un actor cada vez más relevante en el mercado español y reafirma nuestra tendencia ascendente en cuota de mercado. Se trata de un acuerdo de relevancia con el que tanto CPP como Helvetia Seguros pretendemos aportar un valor añadido a nuestros clientes mediante la creación de una oferta customizada y ampliar nuestra participación en el mercado asegurador español".

Seguro de Asistencia Familiar con Yoigo

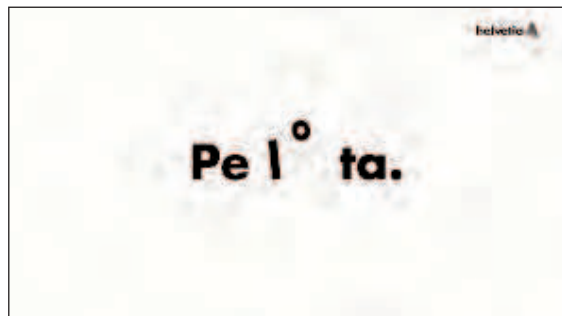
Yoigo ha lanzado un nuevo seguro de Asistencia Familiar junto a Helvetia Seguros y BIBE Corredores de Seguros. Con el lanzamiento de este producto, la compañía telefónica amplía su oferta de servicios a sus clientes, ofreciéndoles un seguro muy completo, con una gran variedad de coberturas, con el que podrán disfrutar de numerosas ventajas.



La póliza incluye videoconsultas de medicina familiar y acceso remoto al historial médico, consultas presenciales gratuitas con un especialista, asistencia en viajes (gastos médicos y alojamiento por enfermedad o accidente), así como asesoramiento jurídico y psicológico en caso de ciberacoso o *bullying*.

Este seguro se puede contratar en las tiendas de Yoigo y MasLife. Los clientes de hasta 25 años lo pueden adquirir desde tres euros al mes, mientras que los clientes de entre 26 y 55 años lo pueden hacer desde cuatro euros al mes y los mayores de 55 años a partir de cinco euros.

Helvetia Seguros, de nuevo en televisión



>Imagen del spot televisivo.

Del 14 de octubre al 8 de noviembre, los canales del Grupo Mediaset (Telecinco, Cuatro, Energy, Divinity, FDF y Be Mad), Gol y Movistar+ volvieron a emitir los spots de Vida Ahorro, Autos y Hogar de nuestra campaña publicitaria "simple.claro.helvetia". Los tres spots se mostraron durante los siete días de la semana en distintas franjas horarias a lo largo de esas cuatro semanas.

Esta campaña de televisión también ha sido emitida a nivel regional, a través del canal autonómico de Castilla y León (RTVCyL), desde el 20 de noviembre hasta el 20 de diciembre.

Estas acciones llevadas a cabo en televisión nos han ayudado a incrementar la notoriedad y el conocimiento de nuestra marca. También nos ha permitido impulsar la venta de estos productos en la recta final del año.

Desde 2018 Helvetia Seguros mantiene vigente la campaña publicitaria "simple.claro.helvetia" con un amplio despliegue en medios, que además de televisión, también incluye anuncios en prensa escrita y digital, radio, web, folletos, cartelería y redes sociales a lo largo del año.

Últimos días de la campaña de Vida Ahorro

Helvetia Seguros ha lanzado en el último cuatrimestre del año una nueva campaña de Vida Ahorro con el objetivo de potenciar la contratación de nuevas pólizas en este ramo y la realización de aportaciones extraordinarias en los planes que los clientes ya tengan contratados. Además, al igual que el año pasado, la promoción también incluye el seguro de Asistencia Familiar en la modalidad de prima única.

En esta ocasión, para atraer el interés de los clientes Helvetia Seguros ofrece los siguientes regalos, en función de la póliza y la cuantía contratada:

- Un set de productos gourmet compuesto por embutidos, vinos y productos de las mejores marcas para los clientes que realicen una aportación en su póliza de Ahorro de más de 5.000 euros o contraten una póliza de Asistencia Familiar en la modalidad de prima única (prima mínima de 4.000 €).
- Un producto de la Categoría 25 (a elegir entre: un robot de cocina Taurus; un televisor Samsung Smart TV 4K 50"; un Apple Watch Nike Series 5 GPS + Cellular, 44mm; entre otros regalos) por la aportación de más de 25.000 euros en su póliza de Ahorro.
- Un producto de la Categoría 50 (a elegir entre: un iPhone SE de 64 Gb + AirPods Pro; un Samsung Galaxy S10 Lite 128 Gb + Samsung Galaxy Buds; o un ordenador portátil de 14" HP; entre otros regalos) por la aportación de más de 50.000 euros en su póliza de Ahorro.

La campaña finaliza el próximo 31 de diciembre, así que aún estáis a tiempo de realizar un último esfuerzo con el fin de alcanzar los objetivos que os habéis planteado durante el año.



>Campaña Helvetia Vida Ahorro 2020.

Próximo destino: Australia



Entre los numerosos planes que ha trastocado el coronavirus este año se encuentra el Viaje de Incentivos de agentes de 2019 a Vancouver / Seattle que estaba previsto que se realizara el pasado mes de mayo. Las circunstancias en la que nos encontramos han obligado al Área de Ventas a posponerlo al año que viene. En principio se realizará del 5 al 12 de mayo de 2021, siempre y cuando las condiciones sanitarias lo permitan.

En cuanto al Viaje de Incentivos de este año, cuyo destino es Australia, se realizará en 2022. En este sentido, en el Concurso Nacional de Ventas se tendrán en cuenta los objetivos logrados por cada agente y cada zona comercial entre el 1 de enero de 2020 y el 31 de diciembre de 2021.

Como cada año, todos los agentes de Helvetia Seguros podrán participar en el concurso, así como los gestores, los directores de zonas y los directores territoriales de la compañía. La buena noticia es que en esta nueva edición del concurso se ha ampliado el número de ganadores, de manera que irán los cuarenta mejores agentes posicionados en el ranking, los cinco gestores que hayan obtenido mayor puntuación y los cinco directores de zona y los tres directores territoriales que hayan logrado mejores resultados.

Otra novedad es que el Viaje de Incentivos del 2020/2021 será de mayor duración, en vez de siete días como los anteriores, ¡serán 10 días! Os deseamos mucha suerte a todos.

CRM, una base de datos de gran valor

El CRM se ha convertido en una de las herramientas imprescindibles para muchas compañías, ya que gracias a ella las empresas pueden almacenar, organizar y gestionar los datos de sus clientes de una manera práctica y sencilla. En Helvetia Seguros se comenzó a utilizar esta herramienta hace diez años y desde entonces nos ha ayudado a conocer mucho más a nuestros clientes.

Actualmente, más de la mitad de nuestros agentes utiliza el CRM de manera habitual y esperamos que los que aún no lo han hecho, poco a poco se animen a usarlo, ya que les ofrece multitud de ventajas para su trabajo. Y no sólo a ellos, sino también al resto de nuestra red comercial que ya lo utiliza a diario.

Con esta herramienta, que funciona como una gran base de datos, Helvetia Seguros tiene centralizada en una única plataforma todos los datos de sus clientes, teniendo así una visión más completa y global sobre ellos. A través de CRM el mediador puede consultar de forma rápida toda la información relativa a sus clientes tales como historial de pólizas, recibos, siniestros, satisfacción con el servicio (quejas y reclamaciones realizadas), etc. Gracias a esto, los mediadores pueden conocer mejor las necesidades de los clientes y adelantarse a sus demandas, ofreciéndoles una atención más cercana y personalizada.

A lo largo del año, desde el Área de Ventas se realizan diversos concursos e iniciativas con el objetivo de potenciar el uso de esta herramienta.





Helvetia Seguros os desea una Feliz Navidad
y un próspero 2021

Nace el Club Pyme



Con el objetivo de fomentar las ventas de los seguros dirigidos a las pequeñas y las medianas empresas y ofrecer una atención más personalizada al cliente interesado en estos tipos de productos, Helvetia Seguros ha creado el Club Pyme, una red de agentes especializados en este ramo.

Actualmente, el grupo lo integran más de 100 agentes y se trata de un club en plena evolución, abierto a nuevas incorporaciones.

A través de este club, Helvetia Seguros ofrece apoyo a los agentes para la venta de estos productos. De esta manera, pueden acceder a formación especializada, concursos, campañas exclusivas, así como a colectivos con condiciones especiales, etc. Además, pueden tener un trato más directo con los técnicos del ramo, actuales promotores No Vida, lo que les permite mejorar su formación en el día a día y ganar en agilidad, algo que muchas veces es la diferencia para conseguir una buena operación.

Nuevas oficinas en Logroño, Sevilla y La Albuera



> En la imagen, Marius Ovidiu, agente exclusivo de Helvetia Seguros junto a Alberto Vera, director de la Zona Navarra-La Rioja Agentes.

En los últimos meses, Helvetia Seguros ha inaugurado varias oficinas de agentes exclusivos en distintos lugares de España con el objetivo de seguir ofreciendo el mejor servicio a sus clientes.

Una de las zonas en la que la empresa ha reforzado su presencia ha sido en Logroño con la apertura en el mes de mayo de la oficina del agente Élite, Marius Ovidiu, ubicada en la calle Calvo Sotelo, 42.

Desde el mes de julio, Helvetia Seguros también cuenta en Sevilla, concretamente, en la avenida de la Innovación, con una nueva oficina de la agente Élite, Sofía Navarro, que el año que viene cumplirá 25 años en nuestra compañía.

Otra de las ciudades en las que se ha inaugurado una nueva oficina ha sido en La Albuera (Badajoz), donde Juan José Rodríguez, agente exclusivo perteneciente al programa Sucesores, ha abierto su oficina en la calle 16 de Mayo.



> En la imagen, Antonio Villa, director de la Zona Sevilla Agentes junto con la agente Sofía Navarro y Alejandro Sánchez, gestor de negocio de la Zona.



> En la imagen, José Manuel Barba, director Territorial Sur, Juan José Rodríguez, agente exclusivo de Helvetia Seguros junto a Francisco Esteban, director de la Zona Badajoz.

Campaña 'Ponte a mil'



> En la imagen, Sofía Navarro agente ganadora de la campaña 'Ponte a mil'.

Entre el pasado 1 de junio y el 31 de julio la Zona Sevilla Agentes puso en marcha una original campaña con el objetivo de potenciar las pólizas de más de 1.000 euros entre sus mediadores. El concurso estaba dirigido a todos los agentes de la zona y contabilizaba pólizas de todos los ramos: Decesos, Ahorro, Empresas, etc. El único requisito para poder puntuar es que éstas superarán los 1.000 euros.

En función del tipo de seguro contratado y su valor, se les asociaba a los agentes una puntuación determinada. Así, al finalizar el concurso los primeros y los segundos clasificados de cada grupo de agentes tutelado por cada gestor de negocio de esa zona se llevaron un regalo muy especial: unos cheques con un importe de 60 euros y 40 euros, respectivamente, para que los emplearan en material publicitario.

Sofía Navarro fue la agente que logró la mayor puntuación de todos los grupos, consiguiendo el título de "Agente SuperMil". Como reconocimiento está previsto hacerle entrega de una placa especial más adelante, cuando las condiciones sanitarias lo permitan.

Además, todos los mediadores que computaron al menos una póliza por el valor de 1.000 euros recibieron de regalo una mochila para portátiles de Helvetia Seguros.

La iniciativa ha funcionado muy bien, ya que no sólo ha servido para aumentar la producción de pólizas de gran valor, sino también porque ha ayudado a motivar a los agentes para conseguir objetivos más altos.

¡Superamos las 250.000 pólizas de PAF!

En este cuatrimestre hemos superado las 250.000 pólizas de Asistencia Familiar. Y para celebrarlo, quisimos tener un detalle muy especial con Ángeles Vaquer, la clienta con la que hemos logrado esa mágica cifra.

Así, el pasado 28 de septiembre, la citamos en Valencia en la oficina de Seguros Ferrándiz Mocholí, la correduría con la que suscribió el seguro de Asistencia Familiar de Helvetia Seguros, para entregarle un iPad de regalo. En el acto estuvieron presentes el director Territorial Este de nuestra compañía, Juan Lliso; el director de la Zona Castellón-Valencia Corredores, Rafael Tronch; el coordinador Expansión de Territorial Este de Asistencia Familiar, Félix Soñer; y Raquel Albuixech, de la correduría.

Este nuevo récord que hemos conseguido demuestra lo bien que continúa funcionando en el mercado nuestro seguro de Asistencia Familiar, que desde hace años se ha ido perfeccionando, hasta convertirse en una póliza muy completa, con gran variedad de coberturas, que abarca mucho más que las propias y tradicionales del seguro de Decesos.



> En la imagen, de izqda. a dcha. Félix Soñer, coordinador Expansión de Territorial Este de Asistencia Familiar; Raquel Albuixech, de la correduría; Juan Lliso, director Territorial Este; la cliente Ángeles Vaquer; y Rafael Tronch, director de la Zona Castellón-Valencia Corredores.

Una temporada deportiva marcada por el coronavirus



> Componentes del Club Voleibol Madrid presentan las equipaciones.

El sector deportivo es uno de los ámbitos más afectados por la crisis del coronavirus. Sin embargo, esto no ha influido en el firme compromiso de Helvetia Seguros, que no sólo continúa apoyando en estos complicados momentos a todos los equipos y a las federaciones con las que ya mantenía un compromiso, sino que, además, esta temporada ha suscrito nuevos acuerdos de patrocinio.

El pasado 23 de septiembre, Helvetia Seguros se unió al proyecto del Club Voleibol Madrid para patrocinar durante esta temporada al equipo femenino del club, el Madrid Chamberí, que milita en la Liga Iberdrola de Voleibol.

En tan sólo cinco años el equipo madrileño se ha convertido en un referente de este deporte en España, conquistando en 2018 la Copa Princesa de Asturias y formando una cantera de más de 200 jugadores en la capital. Ahora, gracias a este acuerdo, la logomarca de Helvetia Seguros está presente en las equipaciones del equipo, en la cartelería y en diferentes soportes de publicidad situados en el Estadio Vallehermoso de Madrid, donde el Madrid Chamberí disputa los partidos como local.

En cuanto al Club Balonmano Alcobendas, este año Helvetia Seguros ha iniciado una nueva etapa como patrocinador. El pasado 10 de septiembre nuestra compañía firmó un acuerdo con el club madrileño, tras conocer su nuevo proyecto deportivo, para patrocinar durante los próximos cuatro años a su academia de balonmano, que abarca todos los equipos, masculinos y femeninos, de las categorías infantil, cadete y juvenil.

Desde entonces, la academia del Club Balonmano Alcobendas ha pasado a denominarse Academia Helvetia Alcobendas, al igual que los equipos que la integran, que además llevan en sus equipaciones, en exclusiva, la logomarca de Helvetia Seguros.

Además, Helvetia Seguros continúa un año más apoyando

En buena compañía 12/20



> Firma de acuerdo Helvetia- Club BM Alcobendas.



> Presentación virtual de la temporada 2020-2021.

con su patrocinio al Helvetia Anaitasuna, que está disputando su décima temporada consecutiva en la Liga Asobal. Se trata del patrocinio más longevo del balonmano nacional, que alcanza ya quince años de duración.

Sin embargo, esta temporada no está siendo fácil para el Helvetia Anaitasuna ni para ninguno de los equipos y ni de las federaciones que patrocinamos, ya que el coronavirus está trastocando prácticamente la agenda de todas las competiciones deportivas, con aplazamientos y suspensiones de partidos, encuentros sin público, etc. Por eso, en esta situación de incertidumbre contar con el apoyo de un patrocinador como Helvetia Seguros es una garantía.

Esperamos que la situación mejore lo antes posible y le deseamos tanto al Helvetia Anaitasuna, como a los equipos de la Academia Balonmano Alcobendas, al Madrid Chamberí, al Club Balonmano Arjonilla y a las selecciones españolas de balonmano y hockey hierba, una excelente temporada. Al igual que felicitamos a la Peña Bolística Casa Sampedro de Torrelavega (Cantabria) por la gran campaña que ha realizado.

Kilómetros que dan vida



> Imagen del cartel anunciador de la Carrera Virtual.

El coronavirus no ha impedido que se celebre una nueva edición de la carrera solidaria contra el cáncer infantil "Tus kilómetros nos dan vida", que cada año organiza la Fundación Sehop (Sociedad Española de Hematología y Oncología Pediátricas), con la colaboración del Ayuntamiento de Sevilla, y que cuenta con el apoyo de Helvetia Seguros. En esta ocasión, debido a las circunstancias sanitarias, la carrera ha sido en formato virtual.

De esta manera, cualquier persona interesada en participar en la prueba podía realizar la carrera desde cualquier lugar y con un horario totalmente flexible, desde el pasado 25 al 31 de octubre a través de la aplicación "Belive". Esto ha provocado un incremento de participantes de distintos puntos de España, y no sólo de Sevilla con respecto a ediciones anteriores.

Este año la carrera también ha constado de dos modalidades: 1 kilómetro para los niños y 5 kilómetros para los adultos. Además, como en años anteriores, las personas interesadas en apoyar esta causa también han podido participar en la carrera a través del Dorsal 0.

El proyecto "Tus kilómetros nos dan vida" nació en 2013 como iniciativa de los médicos de la Unidad de Oncología Infantil del Hospital Virgen del Rocío con el objetivo de apoyar la investigación científica de nuevos tratamientos que puedan combatir el cáncer infantil, apoyar la calidad asistencial al enfermo y consolidar el desarrollo del Registro Nacional de Tumores Infantiles. En las siete primeras ediciones que se han celebrado de la carrera se han recaudado más de 468.000 euros.

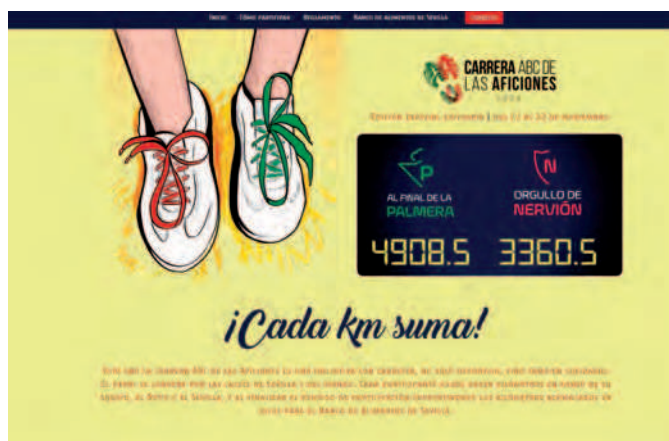
Dos aficiones unidas por la solidaridad

Helvetia Seguros también ha participado este año como patrocinador en la edición especial solidaria de la Carrera de las Aficiones del Sevilla Fútbol Club y del Real Betis Balompié, que organizó el diario ABC desde el pasado 12 al 22 de noviembre. Debido a las restricciones sanitarias, el evento se desarrolló en formato virtual y parte de lo recaudado se destinó al Banco de Alimentos de Sevilla.

Las personas inscritas en la carrera, tanto de Sevilla como de otros lugares del mundo, tenían que realizar por su cuenta el recorrido que quisieran y luego debían registrarlo en una aplicación, eligiendo previamente al equipo a representar. No había una distancia marcada ni un límite de tiempo. Cada persona podía realizar los kilómetros que deseara, tanto andando como corriendo, cuantas veces quisiera durante el periodo de participación.

Mientras la carrera estaba activa en la web del evento, un contador mostraba a tiempo real los kilómetros que llevaban acumulados cada afición. Esto generó un simpático pique entre los aficionados de un equipo y otro, lo que provocó que más personas se animaran a participar en la carrera.

Finalmente resultó ganadora la afición veridiblanca. Aunque el resultado fue lo de menos. Lo más importante es que gracias a esta iniciativa se pudo recaudar dinero para ayudar a las personas más necesitadas a través del Banco de Alimentos de Sevilla.



> Imagen del cartel de la Carrera de las aficiones.

Visita de la RFEBM

El pasado 22 de octubre recibimos en nuestra sede la visita del presidente de la Real Federación Española de Balonmano (RFEBM), Francisco Blázquez que nos trajo un regalo muy especial: una camiseta conmemorativa del oro que consiguieron los 'Hispanos' en el Campeonato Europeo 2020 firmada por todos los jugadores. ¡Esperamos seguir celebrando junto a ellos y a las 'Guerreras' muchos más éxitos en los próximos años!



> En la imagen, Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros; Francisco Blázquez, presidente de la RFEBM; Íñigo Soto, director General de Helvetia Seguros; y Carmen Caballero, responsable del Departamento de Comunicación y Responsabilidad Corporativa.

Consejo Editorial conmemorativo

En el mes de septiembre nuestra revista "En buena compañía" llegó a las 50 ediciones, para celebrarlo lanzamos un número muy especial en el que recordamos sus inicios y cómo ha evolucionado a lo largo de estos últimos 15 años, realizando un recorrido por algunos de los mejores contenidos que hemos publicado en ella.

Además, para celebrar esta efeméride teníamos previsto realizar un Consejo Editorial extraordinario y de carácter presencial en el mes de marzo. Sin embargo, debido a las circunstancias sanitarias no pudimos celebrarlo en ese formato. No obstante, nuestro director general, Íñigo Soto nos acompañó en la última reunión del Consejo celebrada el pasado 20 de noviembre, en la que se combinó el formato presencial con el virtual.



> En la imagen, Íñigo Soto preside el último Consejo Editorial de la revista interna "En buena compañía".

Premio Computing al mejor proyecto de Evidencia Digital en Blockchain



> En la imagen, Victor T. Lizarraga, director de Estrategia y Transformación Digital durante la entrega del premio.

Helvetia Seguros ha recibido el Premio Computing al mejor proyecto de Evidencia Digital en Blockchain por implantar la firma biométrica en sus pólizas y la certificación de sus notificaciones con esta herramienta. Víctor T. Lizarraga, director de Estrategia y Transformación Digital de Helvetia Seguros, ha recibido esta distinción de la mano de Domingo Cardona, CEO de Wise Security Global, la empresa que se ha encargado de implantar este procedimiento en la aseguradora.

Finalistas en los Premios de Inese

Helvetia Seguros ha sido distinguida como finalista en la categoría "Mejor campaña de RSC" en los Premios de Marketing y Comunicación del sector asegurador convocados anualmente por Inese por la campaña de co-branding lanzada el pasado mes de julio. Con esta iniciativa Helvetia Seguros apoyaba a los clientes de Pymes y Comercios promocionando sus negocios en diferentes medios de comunicación (en formato digital y prensa escrita).



> Carmen Caballero, responsable del Departamento de Comunicación y Responsabilidad Corporativa durante la entrega del premio.

Helvetia, siempre junto a los colegios de mediadores

Con las empresas andaluzas



> En la imagen de izqda. a dcha. Pablo León, gestor de cuentas de la Zona Corredores Sur; José Lama, vicepresidente y vocal de Acuerdos Colegiales del Colegio de Mediadores de Badajoz; Zacarías Fernández, presidente del Colegio; y Jorge Ramos, director de la Zona Corredores Sur.

Una vez más, Helvetia Seguros reafirma su compromiso con la mediación y así lo demuestran los diversos acuerdos de colaboración que se han firmado durante estos últimos meses con diferentes colegios de mediadores. El más reciente ha sido el refrendado con el Colegio de Mediadores de Seguros de Badajoz.

El pasado 18 de noviembre fue suscrito este nuevo acuerdo de colaboración en la sede colegial. En el acto de la firma se dieron cita el presidente del Colegio de Badajoz, Zacarías Fernández; José Lama, vicepresidente y vocal de Acuerdos Colegiales; y por parte de la aseguradora, Jorge Ramos, director de la Zona Corredores Sur, y Pablo León, gestor de cuentas de la Zona Corredores Sur.

La colaboración entre ambas entidades conllevará la organización de cursos, seminarios y conferencias, que permitirán dar a conocer con detalle la actividad de Helvetia Seguros a los mediadores. Asimismo, la imagen de la compañía estará presente y visible en los distintos eventos que organice el colegio durante el año, así como en su página web.

Pero a su vez, se han llevado a cabo durante estos meses renovaciones de acuerdos con los colegios de mediadores de Baleares; Córdoba, Huelva y Sevilla; y Vizcaya.

Un año más, y, por segundo año consecutivo, Helvetia Seguros ha patrocinado los "Premios Andalucía Capital 2020" organizados por Onda Cero, que se entregaron el pasado 1 de diciembre.

En esta ocasión, Javier García, director de Marketing y Responsabilidad Corporativa, hizo entrega del Premio Contribución Marca Andalucía, galardón que recayó en el Grupo Atalaya Mining.

Los Premios Andalucía Capital 2020 tienen como objetivo reconocer y distinguir a empresas y directivos andaluces por su trayectoria empresarial y profesional a lo largo del año.

Estos premios ponen el acento en las empresas que han llevado a cabo destacadas actividades en internacionalización, innovación, desarrollo sostenible, y transformación digital. Especialmente, en un año marcado por la pandemia del Covid-19 y las dificultades añadidas que ha generado en todos los sectores de la economía.



> Javier García entrega el premio Andalucía Capital 2020, en la categoría de Contribución Marca Andalucía, a Enrique Delgado, director general de Atalaya Mining.

Optimizando funcionalidades B2B



Desde el pasado 18 de noviembre, Helvetia Seguros cuenta con una nueva plataforma de suscripción llamada SARA (*Simplified Automated Risk Assessment*) para el producto Helvetia Vida Segura. Esta nueva herramienta es capaz de combinar altas capacidades de suscripción médica con procesos totalmente digitales sin intervención de terceros.

Gracias a esta herramienta el proceso de venta es más ágil y eficiente, ya que la prima se genera utilizando un sistema de cálculo novedoso, que permite proporcionar inmediatamente a cada candidato la prima calculada sin interrumpir el control médico de salud que puede hacer peligrar la celebración del contrato.

SARA hace que el proceso de contratación sea más rápido, pues no es necesario pedir autorizaciones al área técnica ni a la entrevista telefónica. En este sentido, las principales ventajas que ofrece esta herramienta son la utilización de cuestionarios de salud dinámicos que permiten establecer precios en tiempo real, manteniendo el rigor en la selección de riesgos, y mejorar la calidad en la suscripción que repercute directamente en una menor tasa de errores.

En definitiva, esta nueva plataforma, con su excelencia tecnológica, permitirá a la red comercial incrementar su autonomía para proporcionar a los clientes en el punto de venta una oferta definitiva y, con eso, aumentar el número de contrataciones.

Nuevo asistente para subproductos de Hogar

Con el objetivo de aumentar la eficiencia de los procesos de contratación *online*, el pasado 23 de noviembre Helvetia Seguros puso en marcha el asistente para la selección de los algunos subproductos dentro del tarificador del ramo Hogar.

Esta nueva aplicación facilita al usuario la selección del subproducto más adecuado según el perfil asegurador. Su funcionamiento es muy sencillo, ya que para realizar la comparativa entre los subproductos disponibles sólo hay que cumplimentar tres campos sobre las principales características del hogar a asegurar: el tipo de vivienda, el uso al que está destinada y su titularidad. Una vez introducidos estos datos, aparece una relación con los subproductos ofertados para que el usuario elija el que más le convenga y acceda directamente a su tarificación.

SUBPRODUCTO	DESCRIPCION
Helvetia Hogar Top	Seguro de hogar diseñado para grandes construcciones y viviendas de alto nivel. El seguro cubre los riesgos de incendio, robo, huracán, terremoto y otros riesgos de hogar.
Helvetia Hogar Total	Seguro de hogar diseñado para viviendas de gama media y alta. El seguro cubre los riesgos de incendio, robo, huracán, terremoto y otros riesgos de hogar.
Seguro Hogar 10/20	Seguro de hogar diseñado para viviendas de gama media y alta. El seguro cubre los riesgos de incendio, robo, huracán, terremoto y otros riesgos de hogar.

Formación



Cursos Formación Empleados

Curso SAP-BW	Celebrado entre el 14/09/2020 y el 17/09/2020, a través de aula virtual con la herramienta de videoconferencias Microsoft Teams, contó con la asistencia de 25 empleados de las Áreas de Servicio al Cliente y Organización, No Vida, Estrategia y Transformación Digital. Celebrado en cuatro sesiones con una duración de 3 horas por sesión. Impartido por monitor interno.
4º Congreso Insurance Customer Experience	Celebrado los días 01/10/2020 y 02/10/2020 en modalidad <i>e-learning</i> con la asistencia de un empleado del Departamento de Negocio-Online. Y con una duración de 5 horas. Impartido por Icea.
Normativa de Distribución de Seguros	Celebrado en modalidad <i>e-learning</i> con la asistencia de seis empleados (dos del Departamento de Asesoría Jurídica y cuatro del Departamento de Administración Comercial). El curso está disponible en la plataforma formativa de Icea desde el 01/10/2020 hasta el 31/12/2020 con una carga lectiva de 15 horas.
Gestionar Eficazmente las Ayudas de Fundae	Celebrado en modalidad <i>e-learning</i> , los días 20/10/2020 y 21/10/2020, con una duración total de 6 horas. Contó con la asistencia de dos empleadas del Departamento de Formación. Impartido por Ingentis.
Acción formativa Prevención de Blanqueo de Capitales/Financiación del Terrorismo	Celebrado los días 22/10/2020 y 23/10/2020 a través de aula virtual utilizando la herramienta Microsoft Teams y al que han asistido un total de 16 empleados (tramitadores de siniestros Vida y personal del Centro de Servicio). Con una duración de 1,5 horas. Impartidos por monitor interno.
XVI Encuentro de Marketing y Comunicación en el Sector Asegurador	Celebrado del 20/10/2020 al 22/10/2020, en modalidad <i>e-learning</i> a través de Inese. Con una duración total de 7,5 horas y contó con la asistencia de una empleada del Departamento de Comunicación y Responsabilidad Corporativa.
Seminario de Técnicas y Habilidades clave para presentaciones virtuales	Celebrado a través de aula virtual con la herramienta de videoconferencias Microsoft Teams. Tuvo lugar el 13/11/2020 y una duración total de 2 horas. Destinado a miembros del Comité de Dirección. Impartido por la consultora Verbal No Verbal.

De la clase presencial al aula virtual

Aunque en estos meses los cambios han sido transversales en todos los aspectos de nuestra actividad, en el ámbito de la Formación se ha vivido una reconversión total. Cursos que habitualmente se impartían de manera presencial se han tenido que readaptar por completo para poder ser celebrados de manera *online* y así garantizar la máxima seguridad y protección de los asistentes.

Tal ha sido la readaptación a esta nueva "normalidad" por parte de nuestra empresa que, con el objetivo de seguir ofreciendo una formación de calidad en estos meses, el Departamento de Formación ha puesto en marcha un curso pionero sobre "Técnicas y habilidades clave para presenta-

ciones virtuales" en el que han participado 61 empleados de diferentes áreas de la empresa, entre ellos todos los miembros del Comité de Dirección.

Tan importante es hacer una buena presentación de manera presencial como cuando lo hacemos *online*. Por tanto, hay que prestar atención y adaptar el discurso al medio en el que estamos y a las personas a las que nos dirigimos. Algo en lo que se ha hecho especial incidencia en este curso, que ha sido impartido por Teresa Baró de la consultora Verbal No Verbal.

A través de este seminario, los asistentes han aprendido

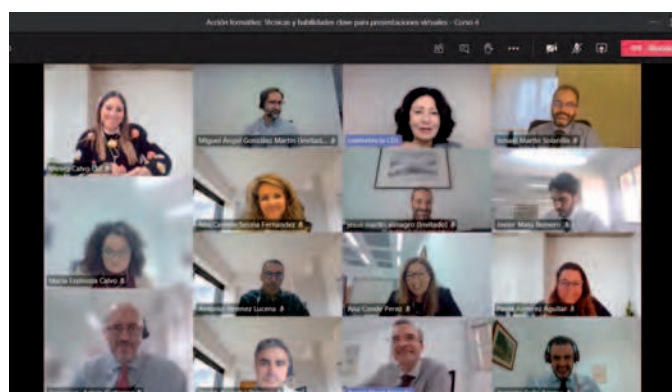


Curso Técnicas y Habilidades clave para presentaciones virtuales	Celebrado desde el 03/11/2020 al 26/11/2020 a través de aula virtual con la herramienta de videoconferencias Microsoft Teams y con la asistencia de 61 empleados de todas las áreas de la compañía. Cada curso ha estado compuesto por cuatro sesiones y con una duración total de 8 horas. Impartido por la monitora Teresa Baró, de la consultora Verbal No Verbal.
Un paseo por las tablas biométricas	Celebrado el 05/11/2020 a través de aula virtual por la plataforma de Gestyfor, con una duración de 2,5 horas. Contó con la asistencia de 3 empleadas del Área de Dirección de Administración y Finanzas. Impartido por Gestyfor.
¿Quiénes están cambiando en el sector asegurador?	Celebrado el 02/12/2020 mediante Webinar y con una duración de 2 horas, con la asistencia de un empleado del Departamento de Proyectos e Innovación de Sistemas. Impartido por Icea.

Cursos Formación Agentes

Agente Empresario Módulo III: "Gestión eficaz de la Cartera y Fidelización de Clientes"	Celebrado entre el 16/11/2020 y el 19/11/2020 a través de aula virtual con la herramienta de videoconferencias Microsoft Teams y dirigido a 11 agentes exclusivos. Con una duración de 12 horas en total. Impartido por la consultora Eutropía.
Agente Empresario Módulo IV: "La Agencia como empresa"	Celebrado entre el 16/11/2020 y el 19/11/2020 a través de aula virtual con la herramienta de videoconferencias Microsoft Teams y dirigido a 6 agentes exclusivos. Con una duración de 8 horas en total. Impartido por la consultora Eutropía.
Agentes Empresario Módulo I: "Futuro/Presente del Mediador de Seguros"	Celebrado entre el 23/11/2020 y el 26/11/2020 a través <i>e-learning</i> y dirigido a 8 agentes exclusivos. Con una duración de 12 horas en total. Impartido por Eutropía
Agentes PAC Módulo I: "Modelo de Acercamiento Comercial"	Celebrado entre el 30/11/2020 y el 04/12/2020 en modalidad <i>e-learning</i> destinado a los agentes pertenecientes al Plan de Agentes de Carrera (2º año). Con una duración de 15 horas en total. Impartido por Eutropía.

diferentes técnicas y habilidades para que sus reuniones y presentaciones virtuales sean un éxito. En la comunicación virtual se pierden muchos aspectos de la comunicación presencial y hay que tenerlo en cuenta a la hora de realizar o entablar una conversación a través de este medio. Precisamente, uno de los objetivos principales de este curso ha sido dar a conocer todas las ventajas que nos ofrecen las nuevas herramientas digitales que tenemos a nuestro alcance para que poder sacarle el máximo rendimiento. Independientemente del canal comunicativo, siempre hay que tener presente que detrás de una buena comunicación hay estrategia, técnicas y habilidades.



> En la imagen, una de las sesiones formativas del curso "Técnicas y habilidades clave para presentaciones virtuales".



> Nieves Campos, directora general de Gesnorte.



> David Bonilla y Begoña Salcedo, gestores senior.

Gesnorte, más de cuarenta años proporcionando rentabilidad a Helvetia Seguros

Esta Sociedad Gestora de Instituciones de Inversión Colectiva, en la que nuestra compañía es una de las principales entidades socias, lleva operando más de cuarenta años en España, aportando rentabilidad en la gestión de fondos de inversión.

Gesnorte, S.A., Sociedad Gestora de Instituciones de Inversión Colectiva, fundada por los hermanos Soroa Gómez, cumplió recientemente los cuarenta años de existencia como empresa especializada en la gestión de fondos. Su nacimiento está asociado a uno de los aspectos que la han caracterizado a lo largo de su trayectoria: la apuesta permanente por la innovación. Ya que sus primeros productos comercializados fueron muy novedosos en el mercado asegurador español en esos momentos (comienzos de los 70): Vida Fondo, una póliza que combinaba un seguro diferido de Vida y un fondo de inversión (*Unit Linked*), y Fondonorte, F.I.M., uno de los

fondos más rentables en los últimos 25 años dentro de su categoría, la renta fija mixta euro.

La magnitud del proyecto de Vida Fondo, de hecho, fue lo que llevó a la gestora a abrirse a la participación de otras compañías de seguros, de manera que estas aseguradoras, doce en total, entre las que se encontraban Previsión Española y la Vasco-Navarra, posteriormente integradas en Helvetia Seguros, adquirieron la categoría de socias fundadoras. Junto a ellas, también se incorporaron varias entidades financieras.

Actualmente, Gesnorte opera desde su sede en Madrid, localizada en la

Calle Felipe IV, dentro del denominado "eje del arte". Con nueve empleados y dirigida por Nieves Campos, a lo largo de su trayectoria ha recibido numerosos premios de reconocimiento a su labor de gestión de Instituciones de Inversión Colectiva, lo que ha posibilitado que de los 600 millones de pesetas de sus comienzos hayan alcanzado en la actualidad un volumen de gestión de unos 600 millones de euros, repartidos entre sus dos fondos de inversión. "Aparte, claro está -explica Nieves-, por la confianza depositada en Gesnorte por parte tanto de nuestros accionistas y clientes, quienes han canalizado sus inversiones a través de nuestros fondos de inversión".

Helvetia Seguros posee el 29,50% de la compañía, lo que la convierte en la segunda entidad con mayor participación. “La colaboración y entendimiento entre las compañías que forman el accionariado y la gestora han sido, y continúan siendo, claves para el buen funcionamiento de los fondos y de la propia compañía -comenta su directora general-. Es a través de esta colaboración, mediante los frecuentes comités, como se alinean los objetivos de rentabilidad y diversificación de los productos de la gestora, para dar respuesta a las cambiantes situaciones económicas y de los mercados”.

Una de las principales particularidades de Gesnorte con respecto a otras empresas que operan en su mismo mercado, además de su longevidad y el hecho de que esté formada por compañías aseguradoras, es la gestión colegiada de los fondos, que no refleja la personalidad de un gestor en concreto, sino el trabajo de todo el equipo de gestión. “Esto permite la estabilidad del estilo de gestión, independientemente de las personas que los están gestionando”, sostiene Nieves. “Si bien -matiza- hay que resaltar que el equipo es muy estable, y con una rotación sumamente baja.”

Como socio de Gesnorte, Helvetia Seguros participa en la administración de la gestora a través de su Consejo de Administración. La comunicación entre Gesnorte y los órganos financieros de las compañías es constante, por la importante posición que mantienen en los fondos. También es muy fluido el contacto con los responsables comerciales, a los que se les transmite con total transparencia las decisiones y posiciones, para que estén a disposición del asegurado que invierte en nosotros a través del producto Ahorro Activo+. En este sentido, por primera vez este año, se ha realizado conjuntamente un seminario vía telemática durante el mes de julio, con una altísima participación, en el que el equipo gestor y de riesgos al completo se ha puesto a disposición de



> Elena Sánchez, gestora junior, y Rubén Alonso, director de Control.

todos los agentes para profundizar en todos los aspectos que se considerasen necesarios. “Ha sido la primera acción de este tipo tan multitudinaria que hemos realizado, a petición de Helvetia Seguros, y la experiencia ha sido muy positiva, por lo que sin duda se repetirá”, considera Nieves.

En cuanto a la valoración sobre Helvetia Seguros como compañía, según la directora de Gesnorte “la opinión no puede ser más positiva. Es una gran aseguradora en la que se une la profesionalidad y conocimiento del mercado local con la innovación y el dinamismo de una gran empresa multinacional”.

¿Qué es una Sociedad Gestora de Instituciones de Inversión Colectiva (SGIIC)?

Nieves Campos, la directora general de Gesnorte, nos lo explica de forma muy didáctica: “El patrimonio de un fondo de inversión pertenece a los partícipes, en función de la cantidad aportada al mismo, y cuya rentabilidad dependerá del momento en que la aportación se haya ido produciendo. Para tratar de obtener el mejor resultado, dentro de los límites de riesgo marcados, hay que definir la estrategia o política de inversión, y materializar la misma en las inversiones concretas: bonos, acciones, derivados... Esta es la razón de ser y ventaja de los fondos de inversión: una pluralidad de pequeños inversores pone en común parte de su patrimonio, para, a través del conocimiento de un equipo de profesionales, optimizar el resultado”. Es decir, la SGIIC, en este caso Gesnorte, es la que se encarga de tomar las decisiones de inversión, comprar y vender los activos que componen el patrimonio, y la que realiza las funciones de administración y representación de los fondos de inversión. A estas labores hay que sumar las que tienen que ver con el cumplimiento de la obligación de información ante los partícipes, a través de la elaboración de la documentación previa, DFI (folleto, o documento de datos fundamentales), y de los informes que periódicamente han de publicarse sobre la evolución de los fondos y su gestión.

“Nuestro objetivo es el crecimiento sostenible, con criterio empresarial y rentable”

Inversia Insurance es una agencia de seguros exclusiva de Helvetia Seguros en A Estrada (Pontevedra). Fundada y dirigida por Alejandro García, en poco tiempo ha logrado una fuerte penetración en Galicia, y muy especialmente en la comarca de Deza-Tabeirós y en Santiago de Compostela. Según Alejandro, uno de los grandes retos de las agencias del futuro es combinar el servicio personalizado, que las hace singulares, con la rentabilidad.

¿Cómo surge el proyecto de Inversia Insurance?

Inicialmente, la idea de empezar a trabajar en el sector seguros surgió por la intención de diversificar nuestro negocio inmobiliario, allá por el año 2011. La crisis inmobiliaria hacía en aquel entonces estragos y, aunque en nuestra zona manteníamos números de ventas que permitían la supervivencia, comenzamos a barajar la idea de diversificar el negocio con otras actividades que pudiesen servir de complemento. Una vez que conocí personalmente el sector y que empecé a trabajar codo con codo con Helvetia Seguros, en poco tiempo se convirtió en nuestra vía de negocio principal.

Llama la atención la juventud de su agencia. ¿Qué aspectos considera que aporta esta juventud?

Las ganas y el dinamismo de un equipo joven, con una dirección joven y con el objetivo de crecer cada día, basándonos en el asesoramiento y en prestar un servicio de calidad, con un claro “valor añadido”, enfocado a la atención personalizada y profesional. Como director de la oficina, en estos años me he preocupado por ‘ensamblar’ un equipo joven, con ganas, entusiasmo y que sienta la agencia y compañía como propias, pero sin descuidar la formación y el aprendizaje de los veteranos en el sector. De hecho, hemos tenido en plantilla hasta hace dos años, que hemos celebrado su jubilación, a Pedro Arranz, un hombre sabio, que tenía a sus espaldas 35 años de experiencia como comercial de seguros. Su contrata-

ción fue sin duda un máster para todo nuestro equipo y para mí particularmente.

Pertenecen al selecto club de los agentes Élite. Un gran reconocimiento, pero también, suponemos, una enorme responsabilidad...

Ha sido un objetivo prioritario desde la creación del Club. Considero que debemos estar a la altura y aprovechar cada oportunidad que nos da la compañía. Nosotros solemos ser de las agencias que intentamos aportar nuestro punto de vista y por eso a veces somos muy insistentes en ciertos aspectos que creemos que deben cambiar, pero también tenemos claro que, para que nuestras solicitudes se tengan en cuenta, debemos responder cuando la compañía nos lo pide. Ser agentes Élite es básico para mantener la senda del crecimiento y para prestar un servicio diferenciador al cliente, pero ojo, con el formato de segmentación que tiene la compañía, lo difícil no es conseguir ser Élite, lo difícil es mantenerse...

A Estrada es un municipio de Pontevedra de tamaño discreto. ¿Qué aspectos positivos tiene operar desde municipios de ese tamaño, frente a operar en grandes ciudades?

Tiene pros y contras, como todas las cosas. Yo destacaría como una virtud: en un Ayuntamiento de 20.000 habitantes, nos conocemos todos. Esto implica que la difusión del buen trabajo tiene su retorno de forma más rápida que en las ciudades

Alejandro García, junto a sus colaboradores Adrián Gómez y Marcos Sesar.



grandes. Me gustaría recordar una frase del Dr. Jonas Eduard Salk: “El trabajo bien hecho es la oportunidad de hacer más trabajo bien hecho”. Esto, en nuestro ámbito de actuación, cobra mayor importancia por la cercanía con las personas.

¿Cómo es la relación con Helvetia Seguros?

Helvetia Seguros nos aporta cercanía y apoyo de forma constante. Para el agente exclusivo, esta postura por parte de la compañía es fundamental. Tener contacto directo con cualquier eslabón de mando de la empresa nos ayuda a prestar un mejor servicio, rápido y eficiente y, aunque siempre existen aspectos que mejorar, es un hecho que diferencia a Helvetia Seguros de la mayor parte de las compañías del mercado.

¿Cuáles son los grandes retos de la agencia del futuro?

Considero que el consumo ha cambiado a pasos agigantados. El cliente quiere sentirse arropado y, cada vez más, dejar sus riesgos en manos de un profesional que aporte cercanía y que pueda resolverle sus contingencias en cualquier momento y en cualquier lugar. El reto de las agencias, o por lo menos de la nuestra, es combinar el servicio personalizado con la rentabilidad. Debemos ver el mundo del seguro de forma empresarial y analizar los costes de gestión que debe soportar nuestra agencia con cada cliente. Esto implica centrar esfuerzos en

la venta y captación inteligente, económicamente hablando, y profundizar, principalmente, en generar clientes, no pólizas. Otro reto son las nuevas tecnologías. La venta *online* es un canal que en la actualidad ya debería estar implantado en todas las agencias, pero es cierto que con el modelo de negocio que nosotros trabajamos cuesta más ponerlo a punto. Tenemos la intención de trabajarlo como un canal independiente, pero buscando fórmulas que nos permitan crecer en la venta *online* sin perder la esencia de nuestra agencia, la cercanía y el asesoramiento personalizado. El telemarketing, por último, es otro canal necesario para no frenar el crecimiento.

Concretamente, en el caso de su agencia, ¿qué objetivos se marcan a corto, medio y largo plazo?

Cuando iniciamos nuestra actividad en el año 2011, nos marcamos unos objetivos a diez años que se van a cumplir con el cierre de 2021, y esto nos hace sentirnos especialmente orgullosos y motivados. Con la idea de un crecimiento de calidad, nuestro enfoque está más en fijarnos en la ratio de póliza por cliente que en el número de pólizas. En consecuencia, el crecimiento es más lento, saliendo a generar clientes antes que salir a generar pólizas. Creemos en el crecimiento pero con calidad, manteniendo el asesoramiento personalizado y profesional en todo momento. Nuestro objetivo es el crecimiento sostenido, con criterio empresarial y rentable.

“Agradecemos a Helvetia Seguros su apoyo al Palau”

Como explica su presidenta, el Palau de la Música Catalana es más que una sala de conciertos: una institución social y cultural en Cataluña con más de cien años de existencia. Helvetia Seguros asegura a esta institución desde hace años, y también le presta su apoyo como entidad colaboradora. Gracias a ello, el Palau puede seguir ejerciendo una valiosa labor de dinamización cultural en Barcelona a pesar de las circunstancias adversas del Covid-19.

Con más de un siglo de existencia, el Palau de la Música es mucho más que un espacio cultural. Es un elemento dinamizador de la vida social, cultural y artística de Barcelona, además de un símbolo de la ciudad. ¿Cuáles diría que son las claves que han permitido esta perdurabilidad?

El Palau de la Música Catalana es, en efecto, un símbolo muy querido por toda la ciudadanía, además de ser una joya arquitectónica y un icono de la ciudad, es una sala de conciertos maravillosa. Acudir a un concierto al Palau es una experiencia completa, ya que además de disfrutar de la excelente acústica, de la cercanía con los músicos y de una programación caracterizada por la excelencia, los asistentes lo hacen rodeados de arte y de historia. El Palau ha sido testigo de más de 110 años de música, de más de 110 años de historia, y eso se respira a través de las paredes. El Palau es pues más que una sala de conciertos, es un lugar donde el público se siente especial y acogido, y un auditorio donde todo el mundo quiere ir, tal y como avalan las cifras de asistencia de 2019 con 450.000 espectadores y más de 600 conciertos.

La larga historia del Palau no ha estado exenta de dificultades. ¿Cómo han afrontado su adaptación al Covid-19?

El Palau ha sido capaz de sobrevivir a una guerra civil, también ha superado la crisis del caso Millet y superará también la crisis sanitaria. Cuenta con un fantástico equipo humano comprometido con la institución que una vez más ha hecho un *tour de force* para adaptarse a las circunstancias: cierre, reapertura, cierre y reapertura. Desde que se inició la pandemia tuvimos muy claro que debíamos ser una



> Mariona Carulla, presidenta de la Fundació Orfeó Català - Palau de la Música Catalana.

sala de conciertos segura por eso adoptamos todas las medidas de prevención del Covid-19 y fuimos más allá, incluso obtuvimos la certificación Global Safe Site de Bureau Veritas, un sello que verifica la implantación correcta de las medidas de seguridad vinculadas a las personas, los procesos y la adecuación de las instalaciones contra el coronavirus. También cabe destacar que hace dos años nació la plataforma www.palaudigital.cat, que está siendo una ventana abierta al público durante el tiempo que el Palau se ha visto obligado a cerrar y que ofrece conciertos destacados celebrados en el Palau y algunos de ellos protagonizados por los coros, de manera gratuita y dirigidos a la ciudadanía en general.



Imagen del Palau de la Música Catalana

Como espacio dinamizador de la actividad cultural y joya del patrimonio modernista catalán (la única sala de conciertos declarada Patrimonio Mundial por la UNESCO), ¿qué esperan de una compañía de seguros?

Con las condiciones tan especiales que tiene un edificio como el Palau de la Música Catalana, esperamos rapidez y eficacia a la hora de tramitar las diferentes incidencias, así como agilidad y asesoramiento ante dudas que puedan surgir durante el transcurso de nuestra actividad.

Confían su aseguramiento en Helvetia Seguros, después de que ésta absorbiera a la extinta Natió-nale Suisse. ¿Cuál es su valoración sobre los servicios de la compañía?

Nuestra valoración es muy buena, como clientes no notamos el cambio, ya que se han mantenido los mismos interlocutores. No hemos tenido ningún problema con los expedientes generados en las diferentes pólizas, recibiendo respuesta de manera rápida y eficaz.

La oferta del Palau trasciende el ámbito de la actividad musical y artística, incorporando acciones dirigidas para diversos públicos, entre ellos las familias y los niños. ¿En qué medida estas acciones son el resultado del compromiso social?

El Palau de la Música Catalana y del Orfeó Català

está comprometido desde sus orígenes fundacionales con la educación y la participación social. Así, el Servicio Educativo del Palau ofrece proyectos educativos propios con el objetivo de potenciar la curiosidad, el descubrimiento, la imaginación, la creatividad y el desarrollo intelectual de todos los públicos, especialmente de niños y jóvenes. También, y desde el convencimiento del gran poder de transformación personal y social de la práctica coral, el Palau impulsa el Proyecto Palau Vincles, que, con el acompañamiento de la Escuela Coral del Orfeó Català, quiere fomentar la inclusión y la integración social de niños y jóvenes en zonas o en situaciones vulnerables, a través de la práctica coral colectiva.

Como entidad de referencia en la ciudad, el Palau cuenta con la colaboración de numerosas entidades, entre las que se encuentra Helvetia Seguros. ¿En qué medida considera que las instituciones públicas y privadas deben implicarse en el sostenimiento de la cultura?

Ante todo, queremos agradecer a Helvetia Seguros y a todas las instituciones públicas y privadas su apoyo al Palau, y ahora más que nunca, ya que gracias a dichas aportaciones el Palau puede hacer llegar la cultura al público en forma de conciertos tanto digitales como presenciales. Valoramos muy positivamente dicho apoyo, ya que la cultura es necesaria para el desarrollo tanto personal como colectivo.

Nuevos productos: Helvetia Inversión Sostenible y Helvetia Clásicos

La nueva gama de vehículos clásicos responde a las necesidades más exigentes de los usuarios y coleccionistas de este tipo de vehículos, mientras que Helvetia Inversión Sostenible supone ampliar las opciones de inversión socialmente responsable en su oferta de seguros financieros, al tiempo que avanzar en su estrategia de Responsabilidad Corporativa.

La incorporación de nuevos productos a nuestra oferta es una constante en la política comercial de Helvetia Seguros. Nuevos productos que siempre vienen a cubrir necesidades de nuestros clientes, o bien nuevas posibles demandas detectadas en el mercado. Con ellos, mantenemos un catálogo vivo, dinámico y en continua evolución y adaptación a las nuevas realidades.

En esta ocasión, toca hablar de dos novedosas líneas de productos que acabamos de poner en el mercado: en primer lugar, una gama de seguros para vehículos clásicos; y en segundo lugar, una nueva modalidad de producto de inversión, Helvetia Inversión Sostenible.

Helvetia Inversión Sostenible

En septiembre, se llevó a cabo el lanzamiento de Helvetia Inversión Sostenible. Se trata de una nueva modalidad de inversión socialmente responsable. Helvetia Seguros incorpora a su oferta de seguros de inversión un fondo sostenible que cumple con los criterios ASG (medioambientales, sociales y de gobierno corporativo), y con el que busca apoyar a compañías y entidades comprometidas con el desarrollo sostenible.

Continuando con su estrategia de ampliar las opciones de inversión en su oferta de seguros finan-

cieros, Helvetia Seguros ha incorporado a su cartera el fondo de inversión GVC Gaesco Sostenible ISR, F.I., de temática socialmente responsable, que se une a los actuales fondos de su oferta, GVC Gaesco 300 Places Worldwide, F.I. y GVC Gaesco Retorno Absoluto, F.I. Esta nueva incorporación responde al criterio de nuestra compañía de ofrecer a nuestros clientes fondos con políticas de inversión diferentes a las tradicionales y a las comercializadas hasta este momento, aportándoles nuevas fuentes de valor y rentabilidad para que puedan diversificar mejor la gestión de su patrimonio.





Además, a través de Helvetia Inversión Sostenible, la compañía ofrece a sus clientes un uso responsable de su capital, dándoles la posibilidad de invertir su dinero en activos que cumplen con los criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo, apoyando así a las compañías y entidades que apuestan por el desarrollo sostenible y que no perjudican al medioambiente.

Con este producto la exposición a Renta Variable será como máximo del 50%, mientras que no hay límite a la exposición a Renta Fija, pública o privada. A través de este lanzamiento, Helvetia Seguros continúa avanzando en su estrategia de Responsabilidad Corporativa, incorporando este nuevo fondo a su catálogo de productos sostenibles y afianzando así su compromiso con la sociedad y la protección del medioambiente.

Helvetia Clásicos

También durante el pasado mes de septiembre, se produjo el lanzamiento de tres productos específicos de aseguramiento de vehículos clásicos: Helvetia Turismos Clásicos, Helvetia Furgonetas Clásicas y Helvetia Motocicletas Clásicas. Estos tres productos permiten ganar en eficiencia y agilizar la tarificación, autorización y emisión de vehículos clásicos.

Los vehículos clásicos son un bien preciado de un valor, en ocasiones incalculable, ya que no es sólo el valor tangible sino también sentimental. Los propietarios tienen en sus manos y en sus garajes auténticas joyas que hay que cuidar como tales. Algunos de ellos

se encuentran incluso catalogados como vehículos históricos. Ante cualquier riesgo es fundamental tenerlos protegidos con unas pólizas acordes a las necesidades específicas de este tipo de vehículos y no asegurarlos con pólizas genéricas.

Esta gama de seguros para vehículos clásicos tiene la misma cobertura a terceros que un vehículo de uso diario e incluso ofrecemos garantía de asistencia en viaje.

En los últimos años, el parque automovilístico español de vehículos clásicos ha registrado un crecimiento exponencial situándose en torno a los seis millones de vehículos clásicos. Por ello, con los tres productos de vehículos clásicos que Helvetia Seguros acaba de comercializar, se busca ganar cuota de mercado en este ámbito, con propuestas de aseguramiento amplias, diversas y atractivas.

La comercialización de esta nueva gama ha implicado el desarrollo y la activación de un nuevo tarificador de vehículos clásicos, a disposición de todos los mediadores en el apartado de Automóviles del Portal B2B. Tanto la nueva producción como el resto de operaciones de emisión (suplementos, anulaciones, rehabilitaciones y revisión de renovaciones) se realizan de este modo, exclusivamente, a través de B2B.

El nuevo tarificador es más sencillo e intuitivo, incluye el cálculo automático de las primas, sin necesidad de realizar ajustes manuales. Asimismo, permite la obtención de la marca y modelo del vehículo de forma automática al cumplimentar la matrícula.



Búsqueda de tesoros, la satisfacción de un viejo anhelo humano

La búsqueda de tesoros escondidos u olvidados es un viejo anhelo humano que nos reconcilia con la parte aventurera que todos llevamos dentro. Quién no ha soñado alguna vez con ser Indiana Jones, o con descubrir El Dorado o, en el más discreto de los casos, toparse con un hallazgo sorprendente durante algún paseo por el campo. Hay quien decide llevarlo a la práctica y convertir este sueño en una afición recurrente. Es lo que hace José Jorge Flores, gestor de cuentas de la Zona Corredores Centro, al que la mayoría conoce como Jota, y que desde hace unos dos años, curiosamente casi los mismos que lleva en Helvetia Seguros, dedica buena parte de su tiempo libre a salir a la sierra con su detector de metales a la búsqueda de sorpresas escondidas.

“Ojo -advierte, antes de contarnos su experiencia-: lo que más te encuentras es basura. Hay gente que ha encontrado grandes tesoros, pero no es mi caso. Además, la legislación te obliga a devolver todo lo de valor que encuentres. Así que realmente, más que un cazador de tesoros, soy un aficionado a descubrir cosas que permanecen ocultas”.

Aunque no lo parezca a priori, la búsqueda de objetos tiene una dimensión física que lo acerca a lo deportivo. “Es como practicar en cierto modo senderismo, pero pertrechado con instrumental: el preceptivo detector de metales, palas, guantes, navaja multiusos, cuchillos para escarbar... Se camina mucho tiempo, a veces casi trepando, sin saber qué puedes encon-

trar. Son jornadas largas, y en ocasiones bastante extenuantes”.

A ello hay que añadir el importante trabajo de documentación previa a la hora de salir. Ya que se busca en suelos donde existan evidencias de acontecimientos previos (batallas, antiguos asentamientos, frentes de la Guerra Civil, etc.) que favorezcan los hallazgos.

¿Pero cómo decide uno iniciarse en esta actividad? En el caso de Jota, fue bastante casual. Tan casual como una reproducción de Youtube aleatoria, que le saltó un día en el móvil antes o después de ver cualquier vídeo. “De repente, empecé a ver imágenes de un tal Virgilio, un youtuber asturiano con un canal sobre búsqueda de te-

soros, llamado “Detección metálica” (el canal tiene más de 2,8 millones de suscriptores), en las que contaba sus experiencias. El hombre era ingeniero informático, y ahora se dedica sólo a su canal. Logró contagiarme su entusiasmo”. Y tanto; enseguida, después de navegar en foros de Internet y grupos en redes sociales, se decantó por un modelo de detector de metales, y muy pronto decidió estrenarlo.

“El propio manejo del instrumento tiene su complejidad, pero de eso no te enteras hasta que comienzas a usarlo. Como no sabía cómo configurarlo, el cacharro pitaba por cualquier cosa, y lo único que encontraba era basura. Sólo la constancia y la investigación impide que caigas en el desánimo. Aprendí que el detector debe configu-

rarse para que no pite ante la presencia de cualquier objeto con material ferroso, como clavos o tornillos".

El aprendizaje dio sus frutos. En octubre de 2019, en Villaviciosa (Asturias), se toparon con una bomba de la Guerra Civil. "Hay gente que las vende por 300 o 400 euros, pero nosotros llamamos a la Guardia Civil. Los artificieros comprobaron que estaba detonada, no tenía espoleta, pero aun así la requisaron". No ha sido el único hallazgo sorprendente. Alguno, incluso, ha sido macabro y bastante triste, como la urna funeraria que encontraron durante una prospección por la sierra de Navafría. "La persona había fallecido el 11 de marzo de 2004. Era la fecha de los atentados de Atocha. Fue inevitable indagar por su nombre, ya que la prensa dio mucha cobertura a las vidas de las víctimas. Supe que era de un aficionado al senderismo".

La zona habitual de búsqueda de Jota es la sierra de Madrid. El subsuelo está sembrado de casquillos de balas de la guerra, y también son frecuentes las monedas antiguas, maravedíes del siglo XVII. "En Bustarviejo, en la Sierra de Guadarrama, encontramos una moneda de plata mexicana antigua, una verdadera curiosidad", recuerda Jota. "También frecuento el Valle del Hoyocerrado, está documen-

tado que un grupo de bandoleros, liderados por "Paco el Sastre", enterraron un tesoro antes de ser atrapados y ajusticiados. El tesoro nunca apareció".

El gran problema de la afición por el descubrimiento de tesoros sepultados en España tiene que ver con la cuestión legal. Según Jota, aquí vamos muy rezagados con respecto a otros países, y existen algunos vacíos legales, así como una gran diferencia entre comunidades, ya que algunas lo regulan, otras no y otras, como Andalucía, directamente, lo prohíben. "Hay restricciones importantes, como por ejemplo salir a prospectar en entornos de patrimonios históricos, bienes de interés cultural o en parques naturales. Si te pillan practicando en determinados sitios, las multas pueden llegar hasta los 600.000 euros". E incluso en zonas permitidas, si encuentras cualquier objeto antiguo, aunque tenga un valor relativo, estás obligado a dar parte al Seprona.

"Es una cuestión delicada -explica Jota-. Se sabe que cada tres o cuatro meses se encuentra un tesoro en España. No se comunica, ya que el Estado se quedaría con el 100%. Muy al contrario de países como, por ejemplo, el Reino Unido, donde la persona que encuentra un tesoro se lleva el 50% del valor tasado. En España, en cambio, estos tesoros



> José Jorge Flores, gestor de cuentas de la Zona Corredores Centro.

acaban en colecciones privadas y secretas o en eBay".

"En los foros te encuentras a gente muy imprudente, que sube fotos de objetos encontrados como una espada templaria o fíbulas romanas de bronce o de oro. Eso incurre en delito, es una evidencia de expolio y la policía vigila estos foros. No es mi idea. Para mí la búsqueda es lo que tiene sentido en sí mismo, la aventura, la sensación de encontrar cosas que llevan ocultas 300 años", dice Jota. Que también ha practicado la pesca magnética, una modalidad acuática que se realiza normalmente en ríos. "El imán que utilizas puede levantar hasta ochocientos kilos, por lo que sacas objetos del agua de lo más impensable. Yo, por ejemplo, he llegado a sacar una bicicleta o una moto".



La sierra de Madrid es el emplazamiento más cómodo y cercano para las búsquedas, pero Jota también ha salido de España. Allí, las restricciones son menores, y también es mayor la sensación de aventura. "En Burdeos -recuerda-, nos encontramos con casquillos y monedas de la II Guerra Mundial".

La búsqueda de tesoros es una afición cada vez más extendida. "Sólo tienes que ver los precios de los detectores: se han encarecido bastante en los últimos tiempos, lo que indica que la demanda está creciendo". De hecho, muchas veces su novia y él son acompañados por familiares y amigos, contagiados por el anhelo de encontrar un tesoro. Un irresistible anhelo humano.



*“La pandemia
nos ha obligado
a hacer las
cosas de otra
manera, gracias
a la ayuda de la
tecnología”*

*>Susana Revuelta, responsable del
Departamento de Función Actuarial*

A man in a dark blue suit, white shirt, and striped tie stands in the foreground, smiling. He is positioned in front of a hill with a large, ancient stone fortress or castle perched on top. The hill is covered with palm trees and other vegetation. A multi-story building is visible behind the trees. A white car is partially visible on the left, and a wooden bench is on the right. The scene is set in a sunny, outdoor environment.

“Intentar que el Covid-19 no repercutiera en la productividad ha llegado a ser una verdadera obsesión”

>Sergio Navarro, gestor de negocio de la Zona Alicante-Murcia-Albacete Agentes

Susana Revuelta es la responsable del Departamento de Función Actuarial. Sergio Navarro es gestor de negocio de la Zona Alicante - Murcia - Albacete Agentes. Ambos comparten una larga y acreditada experiencia y una gran identificación con la compañía. En esta entrevista doble los descubrimos más de cerca.

Los vuestros son perfiles muy distintos: Sergio, tú tienes un perfil más “de calle”, muy cercano a los agentes; Susana, tu labor está sobre todo en los números, en medir y evaluar riesgos. En ambos casos, contáis con una dilatada experiencia en el sector. ¿En qué diríais que han cambiado vuestros respectivos desempeños en todo este tiempo?

Susana Revuelta: Cuando en la carrera me especialicé en la rama actuarial, sabía que mi actividad profesional iría enfocada al mundo del seguro. Desde el inicio mi vida profesional ha estado ligada a realizar estudios en departamentos de servicios actuariales, y el hecho de haber estado trabajando en otras compañías de seguros me ha aportado una experiencia muy enriquecedora. Debido a que he trabajado en multinacionales, he tenido acceso a herramientas y formas de trabajo muy innovadoras que me han servido en mis nuevos desempeños. Con el tiempo he ido adquiriendo más responsabilidad dentro de la empresa, pero siempre dentro del área de trabajo.

Sergio Navarro: La verdad que los cambios vividos en la empresa han sido muy importantes. Empecé como tramitador de siniestros, en una época que sólo existía como tecnología punta el teléfono fijo. En 2004 se produce la fusión con Helvetia CVN (yo procedía de la antigua Previsión Española), pasando a desempeñar varias funciones, como enlace de siniestros, emisor y contabilidad de agencias. En 2008, el director de Zona, en esa época Antonio Bravo, decide sacarme de “detrás de la mesa” y cambiar radicalmente mi vida: me nombra inspector de la compañía, o gestor de negocio, como se llama ahora, hasta el día de hoy.

Sergio ingresó en Helvetia Seguros al final de los ochenta. El “fichaje” de Susana es más reciente, sin embargo, contaba con una dilatada experiencia en el sector. En términos generales, ¿cómo habéis percibido el cambio del sector asegurador en estos años?

S.R.: El sector asegurador ha cambiado mucho desde que empecé a trabajar a finales de los años 90. Hemos evolucionado a una mayor digitalización, Internet está presente en nuestro día a día, nos podemos comunicar a través de las redes sociales o las app de los móviles, y no sólo con los clientes sino también entre los empleados. Además, los hábitos de vida han cambiado mucho en estos años. Todo ello nos ha obligado a adaptar nuestros productos y nuestros servicios a las nuevas situaciones.

S.N.: El cambio ha sido descomunal, y creo que va muy ligado al cambio tecnológico. He tenido la suerte de vivir en primera persona cómo poco a poco han ido apareciendo las Nuevas Tecnologías. Pasamos de pegar sellos en las cartas y sacar las comisiones de los recibos a mano, a poder disfrutar en la oficina de fax, ordenador, móvil, tablet, correo electrónico... Hasta el día de hoy, que pensamos en la digitalización total de Helvetia.

Satisfacer las necesidades y demandas de la red comercial frente a una adecuada medición de los riesgos: la eterna tensión. ¿Dónde está el término medio?

S.R.: Yo entiendo que ambas cosas no deben de estar reñidas, debido a que nuestro reto como compañía es el mismo: crear productos atractivos cumpliendo con las exigencias de rentabilidad y el apetito al riesgo fijado en nuestras políticas.

S.N.: Hay que tener claro que vendemos servicios, siempre tiene que haber un equilibrio entre prima y riesgo, intentar buscar y conseguir la mejor venta para la compañía, con un objetivo marcado de crecimiento estable y rentable.

¿Crees que la Función Actuarial es una figura profesional conocida y reconocida en el sector, Susana? En tu caso, Sergio, ¿qué aspectos consideras que no son del todo conocidos y valorados del gestor de negocio?

S.R.: Desde mi punto de vista, la figura del actuario es conocida y reconocida en el sector. Sin embargo, el Departamento de Función Actuarial, a pesar de ser una de las cuatro funciones clave dentro de la estructura organizativa de la compañía, junto con Riesgos, Cumplimiento y Auditoría Interna, es menos conocida. Nosotros surtimos en 2016 a raíz de la normativa de Solvencia II y nuestras tareas están recogidas en la ley. Nos encargamos de analizar el trabajo que realizan los departamentos operativos, con objeto de valorar la adecuación a los procedimientos y a las políticas definidas por la entidad. Anualmente elaboramos un informe que remitimos al Consejo de Administración con nuestras conclusiones y las recomendaciones propuestas.

S.N.: Somos el primer escudo de muchos problemas del día a día con los mediadores, la imagen a pie de calle de la compañía, asumiendo problemas de los demás como si fueran nuestros y siempre con la mejor sonrisa, aunque en ocasiones no sea un buen momento tanto profesional como personal.



Susana Revuelta

Qué le pides a 2021: Que acabe con la pandemia y podamos volver a la normalidad.

Un sueño especialmente recurrente: Tener una casa en el campo.

Si fueras un deporte, serías: Patinaje artístico.

Un artista al que admiras por encima del resto: Gaudí y su arquitectura.

Un restaurante que recomiendas de tu ciudad: Casa Revuelta, para tomar bacalao.

Un año de tu vida para enmarcar: 2010, en este año nació mi hija.

Algo que te queda por hacer (y que harás sí o sí): Aprender a cocinar.

Todavía te sorprende: Que mucha gente no cuide nuestro planeta.

La principal enseñanza de la pandemia ha sido: Lo vulnerables que somos.

A pesar de tu edad, todavía crees en: La suerte.

Lo que sobra en el mundo: El hambre y la pobreza.

Y lo que falta a raudales: Sentido común.

Un chiste breve que te hace especial gracia: Un actuario es un experto que sabrá mañana por qué lo que predijo ayer no sucedió hoy.

Una palabra del diccionario que te parece especialmente hermosa: Paraíso.



Sergio Navarro

Qué le pides a 2021: El fin de la pandemia.

Un sueño especialmente recurrente: Disfrutar de mi familia.

Si fueras un deporte, serías: Submarinismo.

Un artista al que admiras por encima del resto: Alejandro Sanz.

Un restaurante que recomiendas de tu ciudad: El Piripi.

Un año de tu vida para enmarcar: 1989. Mi esposa y yo nos incorporamos a dos grandes empresas.

Algo que te queda por hacer (y que harás sí o sí): Ver la aurora boreal.

Todavía te sorprende: La bondad de la gente.

La principal enseñanza de la pandemia ha sido: El amor por la familia.

A pesar de tu edad, todavía crees en: La verdadera amistad.

Lo que sobra en el mundo: La pobreza.

Y lo que falta a raudales: Humanidad.

Un chiste breve que te hace especial gracia: Un amigo a otro: "¿Sabes que me he borrado del gimnasio?" "¿Y eso?" "Es que tenía que subir tres escalones para entrar".

Una palabra del diccionario que te parece especialmente hermosa: Infinito.



Sergio opera desde Alicante, mientras que Susana trabaja en Madrid. Helvetia Seguros tiene una clara vocación nacional, que se evidencia por el hecho de contar con tres grandes centros de trabajo y una red comercial muy dispersa. ¿Sentís esa dimensión nacional de la compañía?

S.R.: Claro que sí. En mi caso, no sólo percibo la dimensión nacional sino también la dimensión internacional al pertenecer a una multinacional. Nuestro departamento tiene mucho contacto tanto con los compañeros nacionales como con los compañeros del Grupo Helvetia en Suiza.

S.N.: Por supuesto, opera en todo el territorio nacional, recuerdo la última Convención Anual de directores y asesores en Sevilla y te das cuenta de la gran dimensión a nivel nacional de la compañía, con sedes en casi todas las provincias españolas y con la constante labor de estar presentes en más lugares de la geografía española.

Es inevitable preguntar por el Covid-19 y su incidencia en nuestra labor. ¿Cómo lo estáis viviendo y en qué medida crees que ha podido afectar a vuestra actividad?

S.R.: En nuestro caso, el Covid-19 no ha influido mucho en nuestra labor debido a que nuestro trabajo se adapta muy bien al teletrabajo. Es verdad que el contacto físico es importante al haber un intercambio de información más fluido, pero entre nosotros nos hemos adaptado muy bien y rápidamente.

S.N.: El año ha sido duro, con la constante incertidumbre de que algún familiar de riesgo (padres, abuelos, etc.) pudieran ser contagiados, y la verdad es que esta situación la vives con miedo y preocupación. En el aspecto laboral, se pierde la noción de las horas trabajadas: intentar que el Covid-19 no repercutiera en la productividad ha llegado a ser una verdadera obsesión.

Una de las pocas cosas buenas que traerá esta pandemia será la aceleración de los procesos de innovación. ¿Qué queda por hacer o qué aspectos crees que hay que mejorar en ese ámbito, en vuestros correspondientes desempeños?

S.R.: La pandemia nos ha obligado a hacer las cosas que veníamos haciendo antes de otra manera y todo ello ha sido posible gracias a la ayuda de la tecnología.

Ha supuesto una transformación en nuestra forma de trabajar impulsando el teletrabajo, lo cual ha traído muchas cosas positivas, pero otras que nos siguen suponiendo un reto. La rapidez con la que se ha impuesto el teletrabajo ha hecho que en poco tiempo nos tengamos que comunicar de forma natural vía videoconferencia. Además, está el problema de la desconexión digital. Trabajar en casa te da mucha flexibilidad, pero te complica el poder desconectar en un momento dado.

S.N.: Sin duda, el teletrabajo. Llegar a conseguir un equilibrio entre trabajo y familia. Está claro que la pandemia ha precipitado la transformación a una mayor digitalización de las empresas, y creo que se tienen que estudiar y valorar todos los aspectos que pueda traer esta nueva era.

En líneas generales, y observando los comportamientos y tendencias del sector, ¿hacia dónde creéis que nos dirigimos en el mundo asegurador? ¿Y concretamente en el caso de Helvetia?

S.R.: Pienso que el teletrabajo ha venido para que-

darse. Antes de la pandemia teletrabajaba el 4,8% de los trabajadores y esta ratio se ha multiplicado por tres en este último año. Las tendencias dicen que seguirá creciendo hasta representar el 50% en una década. Este nuevo escenario supondrá un cambio en la manera de trabajar, imponiéndose el medio digital al presencial. Por otro lado, destacaría la continua adaptación a las nuevas tecnologías, el incremento de los ciberriesgos y la necesidad de reforzar la ciberseguridad y buscar soluciones al futuro de las pensiones que nos preocupa tanto a todos. Pienso que Helvetia Seguros avanzará en este sentido.

S.N.: Claramente la tendencia, que ya estaba ahí antes del Covid-19 pero que ahora es mucho más aguda, hacia la digitalización de procesos y documentos. Esta tendencia cambiará las empresas en 2021. En cuanto a Helvetia Seguros, también estamos inmersos en la transformación digital de la compañía, pero su desarrollo es realizado por un equipo humano, experto y cualificado, siempre con el fin de mejoras para los clientes y mediadores, y asumiendo que la digitalización es el futuro.





> Vistas desde el Castillo de Sierra de Segura.

Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas (Jaén)

Sierra de Segura, la conquista de la naturaleza

En este número de “En buena compañía”, viajamos a uno de los rincones naturales más cautivadores de España: la comarca de la Sierra de Segura, situada en el Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas, el espacio protegido más extenso de nuestro país y el segundo de Europa. Y lo hacemos en compañía de Marcos Martínez, gestor de negocio de la Zona Jaén Agentes, quien nos invita a repetir con él su primer viaje de convivencia que vivió hace casi una década junto a los agentes de Helvetia Seguros en la provincia, una de las célebres Jornadas Helvetia Jaén que cada año promueve este dinámico y nutrido grupo de agentes.

La Sierra de Segura es para muchos una tierra aún por descubrir, que integra riqueza natural, patrimonial y gastronómica. Sobre su suelo queda el rastro del legado de numerosas civilizaciones, lo que le ha valido su reconocimiento

como Patrimonio de la Humanidad. Personajes célebres y en algunos casos legendarios, como Escipión, Jorge Manrique, San Juan de la Cruz, Santa Teresa de Jesús o Francisco de Quevedo dejaron huella y constancia de su paso

por este lugar lleno de secretos y rincones por conocer, que está trufado de pueblos de rotunda belleza.

Marcos es de Begíjar, donde sigue viviendo. Conoce bien la zona de Ca-

zorla, por sus escapadas de ocio y también por sus frecuentes viajes como coordinador y dinamizador de los agentes de la zona norte de la provincia. “Pero ese primer viaje fue muy especial, porque yo llevaba pocos meses en Helvetia Seguros. Había entrado en la compañía en 2010, y la convivencia fue en 2011. Fue una experiencia inolvidable, con la que conocí la Sierra de Segura de otra forma”, sostiene.

Para quien no lo sepa, desde hace más de una década, los agentes de Jaén celebran todos los años un fin de semana de convivencia, en los que se reúnen agentes y compañeros de Helvetia Seguros junto a sus familias. Esto ha dado como resultado la creación de algo parecido a un club, que lleva a cabo reuniones periódicas de trabajo y puesta en común, y que tiene una importante vertiente lúdica con viajes anuales cuya organización recae cada año, con carácter itinerante, en un agente. Aquel primer viaje de Marcos los llevó hasta una casa rural cerca de localidad de Cortijos Nuevos, que fue la base de operaciones de toda la expedición.

“El primer día que llegamos fuimos directamente al pantano de Tranco de Beas. Una parada inexcusable, absolutamente esencial, para conocer la zona”. Hablamos de uno de los embalses más grandes de España, convertido hoy en un espacio de gran importancia paisajística y recreativa. Además de contemplar las estupendas vistas desde enclaves como la cumbre



> Grupo de agentes asistentes a las Jornadas Helvetia Jaén.

del Gujarrón, desde donde se observa también la Sierra de las Villas, la presa y la central hidroeléctrica siguen siendo construcciones imponentes. El turismo rural y el ecoturismo, con numerosas opciones de ocio y aventura, han revalorizado sobremanera el pantano y su entorno, donde conviven más de mil trescientas especies catalogadas. “En aquella excursión, hicimos un viaje en canoa por el pantano. Es algo totalmente recomendable”.

El paseo en canoa es sólo una de las posibles opciones. El Centro de Ocio & Turismo Activo El Tranco ofrece numerosas actividades al aire libre en este paraje, adaptadas a distintos niveles de dificultad y de la mano de guías expertos. Y desde hace algunos años, explica Marcos, es posible navegar a bordo de una embarcación

exclusiva y singular: el barco solar del Tranco. Un sistema de paneles solares es el encargado de recoger la energía, para funcionar sin contaminar y sin hacer apenas ruido.

“En aquel viaje de convivencia, después de nuestro paseo en canoas, y tras el almuerzo, nos desplazamos hasta el Castillo de Sierra de Segura. Jaén es tierra de castillos, y uno de los mejor conservados y más impresionantes es éste”, explica Marcos. Construido por los almohades sobre restos de una vieja atalaya romana, el castillo-fortaleza de Segura de la Sierra fue conquistado por los cristianos a mediados del siglo XIII, convirtiéndose en eje de una de las entidades territoriales y jurisdiccionales más importantes de Castilla.

Tras la visita a este castillo, la expedición de agentes visitó otro segundo castillo, el de Hornos de Segura, algo más pequeño que el anterior pero también con unas impresionantes vistas (de hecho, en este castillo se localiza un Cosmularium, con servicios de observación astronómica nocturna). Y entre ambos castillos, subieron al inolvidable Pico del Yelmo, que Marcos también recomienda visitar, ya que es uno de los puntos de vuelo más importantes de España, y donde se celebra cada año el Festival Internacional del Aire “El Yelmo”. “Estamos hablando del punto más alto de la provincia de Jaén”, explica Marcos, que en cualquier caso recomienda sólo visitarlo en días soleados para percibir en toda su extensión el paisaje.



> Marcos Martínez y su esposa, Isabel Gárate, en el pantano del Tranco de Beas.



> Marcos Martínez y su hijo Marcos A. Martínez.

“Son sólo algunas de las cosas que recuerdo de aquel fantástico viaje”, comenta Marcos, “pero desde luego hay mucho más que ver”. Por ejemplo, como buen destino rural, la Sierra de Segura está plagada de rutas de senderismo con parajes llenos de belleza y rincones por descubrir. “Este verano, sin ir más lejos, hicimos la ruta del río Borosa. Es una ruta ideal para el otoño y también el invierno, una de las más reconocidas y frecuentadas. En total, son unos 24 kilómetros, si la haces de ida y vuelta, ya que no es circular. Los doce kilómetros de ida son en subida, hasta el nacimiento del río Borosa, pero es un recorrido muy ameno, con muchos lugares hermosos, puentes, caminos de madera... La parte final, eso sí, es casi escalada. La recompensa son las vistas al llegar a lo más alto”. Otra ruta muy recomendable, apunta Marcos, es la de Aguascebas, que es circular, en torno al embalse del mismo nombre.

Pero tanto paseo acaba despertando el hambre. Suerte que, como con el



>Foto panorámica del Castillo Sierra de Segura.

patrimonio cultural y la naturaleza, la Sierra de Segura es también rica en oferta gastronómica. Las migas serranas, que se cocinan con chorizo, el cabrito al horno, el conejo o las variedades del cerdo son algunas de las principales *delicatessen*. En tiempo de la berrea, coincidiendo con el inicio del otoño, también es muy típico el embutido de ciervo. “Este verano, con la

circunstancia del Covid-19, intentamos reservar alguna casita rural en la zona, pero fue imposible. El turismo rural allí es impresionante. Hay una gran variedad de casas rurales, así como hostales y pequeños hoteles, todos ellos muy bien acondicionados tanto para el verano como para el invierno. Es más, en invierno es espectacular”.



¿Estás seguro?

¿Es posible la lealtad en un entorno volátil?

Una de las definiciones que el DRAE da al concepto de lealtad es la de guardar fidelidad a alguien o a algo. Pero también nuestro diccionario incluye una acepción más amplia del mismo término que, en mi opinión, a veces se olvida y que es esencial para entender mejor lo que voy a desarrollar en este artículo. Así, se define al "leal" como aquel que es "fidedigno y verídico en el trato o en el desempeño de un oficio o cargo".

Si preguntamos a cualquiera si es leal, lo más probable es que responda afirmativamente. Pero, si somos objetivos, en nuestras empresas y organizaciones a veces se dan situaciones en las que uno puede encontrar buenas razones para no decir lo que realmente piensa. Y esto genera un dilema importante. Porque parece bastante obvio que nuestras decisiones serán las mejores si somos capaces de encontrar más información y más opiniones constructivas, francas y "leales" en nuestros equipos, aunque no coincidan con las nuestras, para lo que hay que crear un entorno de comunicación abierto y completo. Será la forma de evitar lo que ya decía George Patton: "Si todo el mundo piensa igual, entonces alguien no está pensando".

Pero nuestros equipos no serán leales simplemente porque se lo pidamos o lo fijemos como compromiso en un "manual de comportamiento laboral", a los que somos tan dados. Una persona es leal con los demás cuando se comparten unos principios, unos valores, una filosofía o una cultura, pero nunca por una simple exigencia.

Dando un paso más, creo que en los grupos de trabajo la lealtad es imprescindible pero no es suficiente. Es indispensable porque tiene que haber confianza y fidelidad entre sus miembros, pero no es suficiente si ser leal sólo se entiende como la obligación de tener que decir siempre que sí a todo. Así no se es eficiente. Si el líder del equipo no espera nada más que un "sí" como respuesta, sin ninguna apertura a debatir ideas distintas, la probabilidad de que el grupo (y no sólo el

líder) se equivoque es muy alta. Un ambiente en el que fluyan con naturalidad la colaboración y la creatividad no puede favorecerse sin confianza y será en ese entorno en el que no habrá problemas para poder expresarse y suscitar debates con franqueza y honestidad.

Sin duda, las mayores ventajas competitivas de una empresa se basan en las diferencias de sus miembros y en la capacidad de la organización para que las mismas afloren y se integren, sin fricciones, en sus objetivos estratégicos. De esa forma, podríamos definir también la innovación como una forma de colaboración que tiene la finalidad de resolver problemas amplificando las diferencias para construir un abanico de alternativas. Y esa innovación no se conseguirá si la empresa no se nutre de líderes capaces de visibilizar, conectar y conjuntar puntos de vista diferentes.

Es posible que quienes tenéis la amabilidad de leer este artículo penséis que todo esto supone arriesgarse mucho, especialmente en un entorno como el actual en el que todo es muy volátil. Pero estoy seguro de que muchos compartimos que no escuchar activamente y no estar abierto a otros puntos de vista parece un riesgo mayor y una solución aún peor.

Por ello, creo que, en el contexto actual, en el que pocas cosas permanecen estables y todo cambia a gran velocidad, acelerándose más por la pandemia que padecemos, deberíamos construir en las organizaciones unos entornos donde exista una cultura basada en la confianza y la colaboración, en los que nuestros equipos puedan desarrollarse plenamente con lealtad y honestidad. Con esos mimbres se han alcanzado siempre los mayores éxitos empresariales y sociales y estoy convencido de que, sobre esa misma base de la lealtad compartida, también seremos capaces de conseguirlos en el futuro.

Y tú, ¿estás seguro?

Javier García

Director de Marketing y Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros

 @Javier_GarG

www.helvetia.es

