

Revista de Helvetia Seguros
Abril 2023 N° 59

en buena compañía

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza



**Helvetia Seguros alcanza
un volumen de negocio de
482,3 millones de euros**

Sigue a Helvetia Seguros en:

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

32

DE CERCA

Javier Martínez

22



EN BUENA COMPAÑÍA CON
**Comercial Torremolinos
Costa**

Edita

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

Consejo Editorial

Francisco Astola, Setefilla Berlanga, Carmen Caballero, Miguel Ángel Cinta, Carlos Díaz, Carlos Eslava, Laura Estévez, Emilio Ferrer, Ana Gavilán, Pablo Ibars, Belén Ortiz de la Tabla 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

Gráficas Dehon

Depósito legal

SE-2043-05



18

NUESTROS PROVEEDORES

Solera

- 4 NOTICIAS
- 18 NUESTROS
PROVEEDORES
Solera
- 20 NUESTROS
MEDIADORES
**Juan José Rodríguez,
agente de Helvetia
Seguros en La Albuera
(Badajoz)**
- 22 EN BUENA COMPAÑÍA
CON
**Comercial Torremolinos
Costa**
- 24 REPORTAJE CENTRAL
**Helvetia Seguros
alcanza un volumen
de negocio de 482,3
millones de euros**
- 28 REPORTAJE CENTRAL
**Nuevos y mejores
productos para seguir
creciendo y ganando
competitividad**
- 32 DE CERCA
**Javier Martínez,
Departamento de
Infraestructura y
Seguridad Informática
de Helvetia Seguros en
Pamplona**
- 34 ENTREVISTA DOBLE
**Gloria Romero,
directora de Zona
Cataluña Agentes,
y Ismael Martín,
responsable de Centro
de Servicio Madrid**
- 40 UN PASEO POR...
**Soto en Cameros (La
Rioja)**
- 43 ¿ESTÁS SEGURO?

CEO Helvetia Seguros

Íñigo Soto



Queridos lectores, queridas lectoras de “En buena compañía”:

Como es tradición en nuestro número de abril, uno de los reportajes centrales está dedicado a los resultados económicos correspondientes al ejercicio anual. Como podréis leer, y como también han publicado numerosos medios de comunicación, fue un ejercicio que superó nuestras expectativas. Muestran un crecimiento rentable en línea con nuestros objetivos estratégicos, y mejoran el resultado final obtenido a pesar de los efectos que está teniendo la inflación en los mercados. Estos resultados ponen de manifiesto, como ya dije, el excelente trabajo realizado por todos los que formamos parte de Helvetia, empleados y mediadores, algo que quiero valorar y agradecer desde estas líneas. Todos juntos estamos haciendo posible la consecución de todos los objetivos de nuestra estrategia *helvetia 20.25*.

Pero hay que mirar hacia atrás sólo lo justo, ya que lo importante es el futuro. Debemos seguir ofreciendo los mejores servicios a nuestros clientes, con productos renovados capaces de atender mejor sus necesidades. Productos como el nuevo Helvetia Accidentes Colectivos Temporal o la nueva edición de Helvetia Rentabilidad +, y productos mejorados como nuestro emblemático seguro de Decesos, el Plan de Asistencia Familiar (PAF), con los que aspiramos a seguir ganando cuota de mercado.

Los meses que hemos dejado atrás han sido bastante intensos en actividad comercial, como evidencian estas páginas, tanto por las convenciones celebradas como por las acciones comerciales que se han llevado a cabo, tales como el Sorteo “Helvetia GP”, el viaje del Concurso Anual de Ventas 2021, cuyos ganadores de la edición de 2022 ya conocemos, y el comienzo del nuevo Concurso Anual de Ventas 2023 con destino a Tanzania.

Asimismo, seguimos impulsando actividades para mejorar nuestra notoriedad y repercusión social, apostando por las tradiciones de nuestros territorios de implantación, con ejemplos bastante consolidados como la edición y presentación del programa de mano de la Semana Santa de Sevilla. También continuamos avanzando con nuestra política de patrocinios, revalidando nuestro apoyo al deporte minoritario y de base.

Pero, como decía, hay que mirar hacia el futuro. Nos queda todavía por delante un largo año de buenas noticias y tenemos tiempo suficiente para lograr el cumplimiento de los objetivos fijados. Desde este rincón os animo a trabajar para conseguirlos, y hacer de 2023 un año tan especial para nosotros como fue 2022.

Abrazos.

Julia Casanova, nueva directora del Área de No Vida Particulares

Helvetia Seguros ha reorganizado su Comité de Dirección con el objetivo de alinear su estructura empresarial con la estrategia *helvetia 20.25*. Así, desde el 1 de enero, Julia Casanova dirige la nueva Área de No Vida Particulares, pasando a formar parte del Comité de Dirección de la empresa, mientras que Manuel Catalina, que hasta entonces se ocupaba del negocio de No Vida, se centra ahora en los clientes corporativos como director de la nueva Área de No Vida Empresas y Reaseguro.

Julia Casanova, nació en Sevilla, es Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Sevilla y cuenta con un Máster en Auditoría por la Universidad de Alcalá de Henares. Tras trabajar durante seis años como gerente de auditoría en Deloitte, en 2010 se incorporó a Helvetia Seguros como responsable del Departamento de Auditoría Interna, cargo que desempeñó hasta 2019, cuando se hizo cargo del Departamento de Riesgos Particulares y Siniestros Lesiones de la compañía.

Actualmente, Julia compagina su cargo como directora del Área de No Vida Particulares con el de responsable del Departamento Técnico-Pricing de No Vida y Reaseguros de la compañía. Para Íñigo Soto, CEO de Helvetia Seguros, contar con Julia Casanova como nueva directiva supone un valor añadido



para la empresa ya que, tras haber contribuido a la transformación del negocio de No Vida de la compañía en los últimos años, "aporta compromiso, experiencia y liderazgo a la nueva Área de No Vida Particulares".

La transformación del Área de No Vida permite a Helvetia Seguros centrarse en las necesidades de sus clientes particulares y reforzar el negocio de clientes empresariales, que tienen un gran valor estratégico para la compañía.

Workshop de Compliance en Sevilla



> Los asistentes a la Workshop durante su visita a la Casa Pilatos.

Cada año los departamentos de Compliance del grupo y de las distintas unidades de mercado de Helvetia se reúnen para analizar y revisar el modelo de cumplimiento de la compañía, así como el proceso de identificación de riesgos legales y del canal de denuncias, con el objetivo de introducir nuevas mejoras y adaptarse a la normativa vigente. Helvetia Seguros fue la encargada de organizar el encuentro de Compliance de 2022, que tuvo lugar el pasado 30 de noviembre en la Sala Helvetia. En el workshop participaron los equipos de Compliance del grupo y de todas las unidades de mercado de la empresa.

En buena compañía 4/23

Reconocimiento de Andalucía Económica

El 12 de diciembre tuvo lugar en Antequera (Málaga) la ceremonia de entrega de los XX Premios Andalucía Económica, los galardones con los que esta conocida revista reconoce a las empresas y personalidades que han tenido una gran trayectoria e impacto en la comunidad andaluza. Helvetia Seguros fue distinguida con el Premio "Apuesta Por Andalucía" por el compromiso y el vínculo tan especial que mantiene desde siempre con esta tierra. El CEO de la compañía, Íñigo Soto, recogió el galardón.



> Marifrán Carazo, consejera de Fomento, Articulación del Territorio y Vivienda de la Junta de Andalucía entrega el galardón a Íñigo Soto.

Convención Comercial 2023

Del 12 al 13 de enero, el Área Comercial de Helvetia Seguros celebró su Convención Anual en Sevilla, a la que asistieron cerca de 200 directivos, ejecutivos y responsables comerciales de la empresa de toda España, para analizar los resultados del último año y establecer los próximos objetivos de la compañía, de acuerdo con la estrategia *helvetia 20.25*. En el encuentro también estuvieron presentes el CEO de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, y otros miembros del Comité de Dirección.

El evento, que tuvo como lema "Universo Helvetia", estuvo inspirado en conceptos astronómicos como las estrellas y las constelaciones con el objetivo de establecer similitudes entre el universo y Helvetia Seguros, ya que en ambos casos es necesario que todos sus componentes estén en perfecto equilibrio y armonía para su buen funcionamiento.

Durante el encuentro, Íñigo Soto repasó algunos de los proyectos y mejoras que ha realizado Helvetia Seguros en el último año y animó a toda la red comercial a seguir trabajando con ilusión y entusiasmo para cumplir con los objetivos propuestos. Además, recordó a todos la misión de la compañía: "Queremos ser el mejor aliado de nuestros clientes, siguiendo los valores y principios de *helvetia way*".

Por su parte, el director del Área Comercial, José García, explicó algunas de las medidas e iniciativas que Helvetia Seguros va a llevar a cabo con el propósito de incrementar la venta de seguros desde todos los canales de la compañía y destacó la importancia de continuar profesionalizando a la red comercial para ofrecer un servicio más completo a los clientes.



> En la imagen, los asistentes a la Convención Comercial 2023.



> Íñigo Soto, CEO de Helvetia Seguros, durante la Convención Comercial 2023.



> José García, director Comercial, entrevista a Carlos González, director Territorial Centro.



> José García, director Comercial, entrevista a Julia Casanova, directora de No Vida Particulares.

Convenciones de Agentes 2023

Como ya es tradición, en los meses de enero y febrero las territoriales de Helvetia Seguros celebraron sus convenciones de agentes por distintos puntos de la geografía española con el objetivo de hacer balance del ejercicio anterior y establecer los objetivos para el nuevo año.

Estos encuentros también han servido para estrechar

relaciones entre la compañía y su red comercial y reforzar el sentido de pertenencia de los agentes a Helvetia Seguros.

En las convenciones participaron activamente miembros del Comité de Dirección, lo que demuestra la implicación de la compañía con sus agentes, que siguen desempeñando un papel fundamental en su estrategia comercial.



> Convención Canarias.



> Convención Territorial Cataluña.



> Convención Territorial Centro.



> Convención Territorial Este.



> Convención Territorial Noroeste.



> Convención Territorial Norte.



> Convención Territorial Sur.



> Convención Territorial Sureste.

Un viaje perfecto a las antípodas

Los ganadores del Concurso de Ventas de 2021 ya han disfrutado de su gran premio: un viaje por Australia de 15 días de duración en el que han podido descubrir algunos de los numerosos encantos que alberga este país.

El CEO de la compañía, Íñigo Soto, el director Comercial, José García, y el vicepresidente del Consejo de Administración, José María Paagman, acompañaron a los ganadores y a sus familiares en esta gran aventura del 28 de noviembre al 11 de diciembre de 2022.

Los tres primeros días los viajeros permanecieron en Sidney y pudieron conocer algunos de los lugares más emblemáticos de la ciudad como Darling Harbour, la Casa de la Ópera, el Taronga Zoo o el jardín botánico. Luego, partieron hacia la ciudad de Cairns para visitar la Gran Barrera de Coral, el mayor arrecife de corales del mundo. Esta fue la excursión favorita de muchos. "Nadie podrá borrar de mi retina aquel hermoso espectáculo de la naturaleza", asegura Luis García, agente de Helvetia Seguros. Mientras que Nuria Bendito, directora de Corredores Centro, destaca que "lo más bonito fue ver cómo miles de pingüinos se iban a acostar tras una larga travesía por el mar". Durante su estancia en Cairns, los viajeros también pudieron disfrutar de otros tesoros de la naturaleza como el Parque Natural Rainforestation de Kuranda, declarado Patrimonio de la Humanidad, que pudieron recorrer a través del ferrocarril Kuranda Scenic Rail y el teleférico Skyrail.

Posteriormente el grupo se trasladó hasta Melbourne, la segunda ciudad del país en población tras Sidney, con aproximadamente 5,1 millones de habitantes en su área metropolitana. Allí estuvieron varios días y visitaron el Bourke Street Mall y la arbolada Collins Street, la mejor zona comercial y de negocios del país, la Catedral de San Pablo, el Edificio del Tesoro, los Royal Botanic Gardens o el valle de Yarra, entre otros lugares, antes de emprender el viaje de regreso a España.

Sin duda, esta aventura por Australia fue muy gratificante para todos, ya que además de conocer el país, pudieron compartir momentos muy agradables con otros compañeros de Helvetia Seguros. Así que ya solo queda pensar en el próximo viaje...



¡Tanzania y su espectacular isla de Zanzíbar nos espera en 2024!

El Viaje de Ventas de 2023 nos llevará el año que viene hasta Tanzania. Aún quedan algunos meses para escalar posiciones en el ranking y conseguir el codiciado billete a tierras tanzanas en 2024.

Si bien durante el próximo mes de mayo tendrá lugar el viaje a Japón para los ganadores del Concurso de Ventas de 2022.

¡Helvetia se adelanta a la Navidad!

Desde el 1 de marzo está en marcha la nueva Campaña de Vida de Helvetia Seguros. A través de esta iniciativa, la compañía pretende incentivar a lo largo de este año la contratación de nuevas pólizas en los productos de este ramo y fomentar las aportaciones extraordinarias en los planes que ya se tengan contratados.

La campaña está dirigida a todos los clientes que contraten una póliza de Vida de nueva producción y para aquellos que hagan aportaciones extraordinarias en la que ya tienen antes del 31 de mayo. En función de la cuantía contratada, podrán llevarse un fantástico regalo, como un set de productos gourmet, un iPhone, un patinete eléctrico o una Nintendo Switch, entre otros.

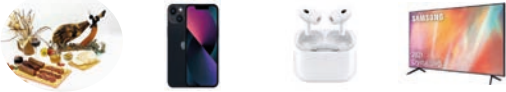


Campaña Vida 2023 helvetia.es

Ahorra. Adelanta. La Navidad.

Sé precursor y adelántate a la Navidad con nosotros

Este año la Navidad se adelanta para ti.
Si antes del 31 de mayo contratas una póliza de Vida con Helvetia Seguros o realizas una aportación a tu actual póliza, podrás llevarte una cesta de Navidad o elegir entre regalos como: televisores, patinetes, móviles, tablets...



*Entra e infórmate de las condiciones y productos computables en: www.helvetia.es

Helvetia Seguros www.helvetia.es

simple. claro. helvetia

Tu aseguradora suiza

Campaña de embarcaciones de recreo

Aprovechando la primavera y el buen tiempo, Helvetia Seguros ha puesto en marcha una interesante acción comercial para impulsar la contratación del seguro de Embarcaciones de Recreo.

La campaña, que estará activa hasta el 31 de agosto, está dirigida a todos los agentes y corredores especializados en este producto de la compañía. La acción comprende a todas las embarcaciones de la lista 7ª (de uso privado) hasta de 20 años de antigüedad que cumplan con una serie de requisitos específicos.



Un sorteo cargado de expectación

En el mes de febrero conocimos a los ganadores de la campaña "Helvetia GP", que lanzó el Área Comercial en el último trimestre de 2022 con el objetivo de impulsar la comercialización de los productos de Vida.

Al igual que otras veces, se realizó un sorteo entre los agentes que consiguieron mayor puntuación en el concurso. Para garantizar la máxima transparencia, el evento se retransmitió en directo, vía streaming, y bajo la supervisión de un notario. Se sortearon tres coches híbridos eléctricos, cinco motos eléctricas y seis bicicletas eléctricas.



El vínculo con el ZKE-Herri Kirolak se fortalece



> En la imagen, José Manuel Iglesias, Carlos Eslava y Francisco Astola junto a parte del equipo de Levantadores.

Helvetia Seguros seguirá siendo, por cuarto año consecutivo, el patrocinador principal del club deportivo de levantamiento de piedras ZKE-Herri Kirolak, de Zarautz (Gipuzkoa), tras renovar su acuerdo de patrocinio por dos temporadas más. La compañía seguirá contribuyendo al crecimiento de uno de los clubes de levantamiento de piedras más importantes de España que, desde hace años, destaca por fomentar la práctica de este deporte entre los más jóvenes a través de su escuela deportiva. En concreto, este año se ha incorporado al club una sección femenina.

Cita con el pádel en Sevilla

Del 6 al 12 de marzo el espacio de Las Setas de la Encarnación (Sevilla) se transformó en el epicentro del pádel mundial para acoger la segunda edición del A1 Pádel Sevilla Máster 2023, una de las competiciones más importantes del mundo de este deporte. Helvetia Seguros fue uno de los patrocinadores del torneo en el que participaron 200 parejas de jugadores, lo que demuestra el gran interés y el alcance de esta competición, que tiene numerosos aficionados en España.



Aseguradora de la Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya (FEEC)



> Jordi Merino, presidente de la FEEC, Íñigo Soto y Francisco Astola durante la firma del acuerdo.

El 13 de febrero Helvetia Seguros firmó un acuerdo de colaboración con la Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya (FEEC), que cuenta con más de 44.000 federados, para ser su aseguradora durante 2023. Así, la compañía velará por la seguridad de los federados a través de su seguro de Accidentes y colaborará con las diferentes iniciativas y actividades que la Federación ponga en marcha durante este año.

I Premio Cátedra General Castaños-Helvetia Seguros



El 12 de diciembre se celebró en el Salón del Trono del edificio de Capitanía General de Sevilla, sede del Cuartel General de la Fuerza Terrestre, la ceremonia de entrega del I Premio Cátedra General Castaños-Helvetia Seguros, que organizó la Cátedra General Castaños con el patrocinio de nuestra compañía, para distinguir a los mejores Trabajos de Fin de Grado (TFG) sobre Seguridad y Defensa que presentaron estudiantes de la Universidad de Sevilla, la Universidad Pablo de Olavide y la Universidad Loyola durante el curso académico 2021-2022.

Reconocimiento al compromiso social



> En la imagen, Francisco Pérez, Jose María Parra, Rafael Jiménez, Cecilia Berruezo y Mario Agreda junto a los premiados.

El 29 de marzo el Museo Carmen Thyssen de Málaga acogió la ceremonia de entrega del X Premio Valores La Razón, que este año ha recaído en la Fundación Antonio Guerrero, la Agrupación de Voluntariado de Respuesta Rápida de Málaga y la Fundación Cudeca por la gran labor social y humanitaria que realizan en Andalucía. Helvetia Seguros ha sido un año más uno de los patrocinadores de este galardón, que reconoce el compromiso que mantienen diferentes instituciones, ONG y entidades con la sociedad.

Convención Anual Cohebu

La correduría Cohebu invitó a Helvetia Seguros a su Convención Anual, que se celebró el 22 de marzo en Sanlúcar de Barrameda (Cádiz). El responsable del Canal Corredores de nuestra compañía, Jesús de Sedas, participó junto a otros responsables de otras aseguradoras en una interesante mesa de debate, en la que se trataron diferentes temas como el futuro de los mediadores, los mejores productos para especializarse o la transformación digital.



> En la imagen, Eduardo Benítez y Jesús de Sedas, de Helvetia Seguros, junto a José Antonio Buzón, de la correduría Cohebu (en el centro).

En el VIII Congreso de Medialia



> Jesús de Sedas durante su intervención en el Congreso

Helvetia Seguros fue uno de los patrocinadores del VIII Congreso Nacional de la correduría Medialia, que se celebró del 9 al 10 de marzo en Toledo, bajo el lema "Creando Historia" con motivo de su décimo aniversario.

El responsable del Canal Corredores de Helvetia Seguros, Jesús de Sedas, participó en el encuentro con una ponencia en la que destacó el vínculo tan especial que mantiene nuestra compañía con su red de mediadores.

Fieles a nuestra cita con Corriendown

Este año Helvetia Seguros tampoco se ha querido perder Corriendown, la carrera solidaria que cada año organiza Asedown Sevilla con el objetivo de ayudar a las personas con Síndrome de Down y fomentar su inclusión en la sociedad a través del deporte.

Nuestra compañía volvió a ser uno de los patrocinadores de este gran evento, que se celebró el 26 de marzo en el entorno del Parque del Alamillo en Sevilla y que reunió a 2.000 personas.



Continúa la tradición

Helvetia Seguros ha vuelto a editar y distribuir un año más "Orientación", el programa de mano decano de la Semana Santa de Sevilla que cuenta con una tirada de 10.000 ejemplares. La imagen de Nuestro Padre Jesús de la Salud, de la Hermandad de Los Gitanos ha protagonizado la portada de esta nueva edición.

Numerosas personas, entre las que se encontraban representantes de la vida sociocultural y cofrade de la ciudad hispalense, asistieron a la presentación del programa que tuvo lugar el 28 de marzo en la Real e Ilustre Parroquia de Nuestra Señora de Santa Ana, del barrio sevillano de Triana.

Durante el acto, Diego Borrego, Hermano Mayor de la Hermandad Padre Pío, ofreció un emotivo discurso, en el que dejó patente la pasión que siente por la Semana Santa, al compartir con todos los asistentes algunos de los recuerdos y anécdotas que ha vivido en torno a ella desde que era un niño.



La presentación del programa estuvo amenizada por la Banda de la Sociedad Filarmónica de Nuestra Señora de la Oliva de Salteras y por el saetero Álex Ortiz, quien volvió a demostrar una vez más su gran talento y sensibilidad al cantar una emocionante saeta.

El 'Equipo Helvetia', fiel a su cita en Madrid

Un año más Helvetia Seguros estuvo presente en la Carrera de las Empresas que organizó KLM España el 8 de diciembre en Madrid. Varios empleados de nuestra compañía se animaron a participar en esta prueba que promueve el compañerismo, el trabajo en equipo, la diversión, el deporte y hábitos de vida saludable en el ámbito empresarial.



> En la imagen, el personal de Helvetia Seguros que se dio cita en la carrera

Torneo de pádel en Sevilla

El pasado 25 de marzo un grupo de empleados de la sede de Sevilla organizó a nivel particular, un torneo de pádel. La iniciativa tuvo tanto éxito que el Departamento de Recursos Humanos decidió colaborar con ella, proporcionando a todos los participantes las camisetas del torneo y los trofeos para los ganadores. Desde el Departamento de Recursos Humanos han anunciado que tienen previsto organizar torneos de pádel a nivel corporativo, ya que estas competiciones deportivas ayudan a fomentar el trabajo en equipo y a fortalecer los vínculos entre los empleados.



> En la imagen, los participantes en el torneo de pádel.

En busca de nuevos mediadores



> Pascual Adsua y José Manuel Giménez en el stand durante la feria

El 28 de febrero el Pabellón Municipal de la localidad valenciana de Ribarroja de Turia acogió la I Feria de Empleo Ribarroja. Helvetia Seguros, a través de la Zona Castellón-Valencia Agentes, fue una de las empresas que participó en la muestra con el objetivo de captar a nuevos mediadores para su red comercial. El resultado fue muy positivo, ya que a lo largo de la jornada Helvetia Seguros logró establecer contacto con personas interesadas en la mediación que se adecuaban al perfil.

En la V edición de Expofamily

Con el objetivo de ganar nuevos clientes potenciales e incrementar la venta de seguros de Asistencia Familiar, la agente exclusiva de Helvetia Seguros Elsa Izcue Martínez participó en la V edición de Expofamily, que tuvo lugar en la Sala de Exposiciones de Baluarte de Pamplona del 17 al 19 de marzo. Esta feria es un espacio de encuentro de ocio y educación para toda la familia, con multitud de exhibiciones, programas y talleres, en el que las empresas tienen la oportunidad de presentar sus productos y servicios al público visitante de una manera atractiva.



> En la imagen, Carlos Eslava, director Territorial Norte, Víctor Lizarraga, director de Estrategia y Transformación Digital visitan el stand de Elsa Izcue en Expofamily.

Campeones de la primera prueba de Liga Enterprise de Golf



> Ismael Sánchez, Alberto Sánchez, Carlos Peña, Oscar Poy, Miguel Robles y Fernando Cambrero.

Helvetia Seguros patrocinó la primera jornada de la Liga Enterprise que se disputó el 26 de febrero en el Club de Golf Ciudad Real. Además, nuestra compañía fue una de las ocho empresas que participó en la competición. El equipo formado por "Los Helvéticos" lo hizo tan bien, que logró la mayor puntuación, proclamándose vencedor de la primera prueba.

En buena compañía 4/23

Conociendo un poco más Helvetia

El 30 de enero un grupo de alumnas del curso de certificación profesional de "Gestión comercial y técnica de seguros y reaseguros privados" de Área Forma visitaron la oficina de Helvetia Seguros en Madrid para conocer un poco mejor la historia y filosofía de nuestra marca, los productos que comercializamos y algunos de los procesos internos que llevamos a cabo.



> Miguel Ángel González acompañó a las estudiantes en su visita a las oficinas de Madrid

La Feria de Sevilla, a buen resguardo



El Ayuntamiento de Sevilla ha vuelto a confiar un año más en Helvetia Seguros para la suscripción de la póliza de Responsabilidad Civil y Patrimonial de la Feria de Abril 2023, que se celebrará del 23 al 29 de abril. Este seguro abarca todas las instalaciones públicas del evento (incluyendo los procesos de montaje y desmontaje de casetas), así como la organización del tradicional paseo de caballos y carruajes y el acto de clausura con el tradicional castillo de fuegos artificiales. Además, Helvetia Seguros también asegura a numerosas casetas particulares de Sevilla y de otras ferias a través del producto Helvetia Casetas, un seguro específico para ellas que incluye las coberturas exigidas por las distintas ordenanzas municipales para estos tipos de eventos.

Innovación

Nuevo diseño de la web

Helvetia Seguros, continuando con su proceso de digitalización y mejora de los servicios que ofrece a sus clientes, ha renovado su web (www.helvetia.es). El nuevo diseño sigue la estructura del portal del Grupo Helvetia, una "web refresh 2.0", en la que se han actualizado algunos componentes y se han incorporado nuevos elementos con el objetivo de hacerla más sencilla e intuitiva y mejorar la experiencia de los usuarios.



Convención de Espabrok

El 17 de marzo correduría Espabrok organizó un encuentro en la Sala Helvetia para reunirse con sus corredores de esta zona con el objetivo de hacer balance del último año, intercambiar experiencias y establecer nuevos objetivos, bajo el lema "Comprometidos con rumbo al éxito".



Formación

Más conscientes de la importancia de la Sostenibilidad

En el mes de diciembre Helvetia Seguros lanzó un curso para todos los empleados, denominado "Helvetia, una compañía comprometida con la Sostenibilidad", en el marco de su Estrategia de Sostenibilidad. Gracias a esta formación, la plantilla de la compañía pudo conocer en mayor profundidad en qué consiste la Sostenibilidad, la relevancia que ésta tiene para el negocio asegurador o las acciones e iniciativas que Helvetia Seguros lleva a cabo a lo largo del año fruto de su compromiso con esta materia, entre otras cuestiones.

Tras finalizar el curso, los empleados recibieron de regalo un set de tres bolsas para el reciclaje de residuos.



Nueva edición de SABES

Del 6 al 23 de marzo Helvetia Seguros celebró una nueva edición del SABES, su programa de formación exclusivo dirigido a los nuevos empleados para que conozcan y se familiaricen con la cultura, el funcionamiento, el desarrollo y la estructura de la empresa.

La primera semana el curso se realizó de forma presencial en la Sala Helvetia, donde estuvieron presentes todos los empleados provenientes de distintas zonas geográficas de España.

A partir de la segunda semana, como principal novedad este año, los alumnos se dividieron en dos grupos. Por un lado, los gestores comerciales y directores de zona (11 personas) recibieron una formación presencial más específica y profunda en productos y riesgos, llamada "Los Seguros Helvetia". Mientras que los 24 alumnos restantes continuaron con un itinerario formativo impartido de manera *online* sobre los productos y reforzados con seminarios a través de aula virtual.

Gracias al curso SABES los nuevos empleados han podido conocer conceptos básicos del ámbito asegurador, así como



las distintas y numerosas normas por las que se rige y los diferentes productos que se comercializan desde la compañía. En definitiva, han podido adquirir una visión más cercana y humana de los distintos departamentos y áreas que componen la empresa y un conocimiento extenso de nuestras soluciones aseguradoras.

Elsa Díaz, alumna destacada SABES Edición 2023

¿Cómo valoras tu participación en el SABES?

La valoración que puedo hacer de mi participación es, fundamentalmente, de aprovechamiento. Por un lado, la formación que he recibido estos días, que, aunque ha sido muy intensa, es necesaria y fundamental. Y, a su vez, es de agradecer la oportunidad que nos brinda la compañía de conocerla mejor y "ponerle caras" a las personas que componen cada departamento.

¿Qué te ha parecido este nuevo formato?

Me ha resultado muy interesante. Compartir durante la primera semana las sesiones presenciales con todos los asistentes ha sido enriquecedor, no sólo por la presentación de los distintos departamentos de la compañía, sino que, además, al poder hablar con otros compañeros, hace que conozcas mejor qué hace cada uno y a quien puedes dirigirte cuando lo necesites.

Respecto a la división en dos grupos del resto del periodo



formativo la considero que ha sido necesaria y acertada. Desde mi punto de vista, en el Área Comercial necesitamos profundizar más en el conocimiento de productos y en el trato con los responsables de los ramos.

¿Cuál ha sido su punto fuerte?

La información y formación recibida.

¿Qué es lo que nunca olvidarás del SABES?

Muchas cosas, pero quiero guardar un lugar especial para mis compañeros con los que he compartido estos días. Me llevo conmigo personas que, aunque no estén cerca físicamente (éramos una representación del mapa

de España), seguimos conectados en el día a día.

¿Cómo valoras la formación por parte de Helvetia Seguros?

Estoy muy agradecida. Sé que supone un esfuerzo importante por parte de la compañía. Nunca he trabajado en una empresa que se preocupe en mostrar a sus empleados quién es quién y cómo funciona.

Bárbara García, alumna destacada SABES Edición 2023

¿Cómo valoras tu participación en el SABES?

Me siento muy agradecida de haber tenido la oportunidad de participar, pudiendo conocer con mayor profundidad nuestra organización y los productos que tenemos, y, sobre todo, he puesto cara a muchos de mis compañeros y he compartido con ellos unos días.

¿Qué te ha parecido este nuevo formato?

Me ha parecido muy interesante el compaginar una semana presencial con dos de formación en aula virtual y seminarios. Ha sido una formación intensa, pero se complementaba muy bien con los seminarios, que destacaban los puntos fuertes de cada producto. Me ha venido muy bien para situarme y saber quiénes somos y qué ofrecemos.

¿Cuál ha sido su punto fuerte?

Para mí, el punto fuerte ha sido la complicitad que se ha generado durante la semana presencial, poder compartir tiempo con los compañeros y conocerlos un poquito más allá



del ámbito profesional, ver que todos venimos de entornos diferentes y tenemos una ilusión compartida por conocer nuestro lugar de trabajo.

¿Qué es lo que nunca olvidarás del SABES?

La disposición y la amabilidad que han tenido todos los ponentes, toda la empresa nos ha reservado un hueco en su agenda y nos ha explicado con detalle en qué consiste su trabajo. Ha sido de gran ayuda poder ver con claridad la estructura organizativa de Helvetia.

¿Cómo valoras la formación por parte de Helvetia Seguros?

De forma positiva, por supuesto. Contar con una plataforma de formación disponible siempre que queramos e incluso poder acceder a más formación si la necesitamos es muy importante para poder seguir creciendo tanto personal como profesionalmente. Tenemos un Departamento de Formación y Desarrollo de Personas que se preocupa e implica mucho en que la formación sea la mejor en todo momento.

LA OPINIÓN DEL EXPERTO

CAV: Contigo AVanzamos

Desde el CAV se ha desarrollado un proyecto muy importante en materia de formación: Contigo AVanzamos!

La misión principal de este proyecto es ayudar a nuestros mediadores a conseguir que sean más ágiles, eficientes y cada vez tener mayor calidad, en todo lo referente al uso de herramientas, procesos de tarificación, resolución de consulta y emisión.

Puesto que sabemos la importancia que tiene dar una respuesta rápida y resolutive al cliente, aprovechamos el contacto directo que tenemos con los mediadores para conocer, observar y percibir todas las necesidades que tienen en su día a día. Este contacto nos permite recopilar y detectar dónde poner el foco en las sesiones programadas para impartir a lo largo del año.

Teniendo en cuenta todo ello, el equipo de responsables de formación del CAV nos reunimos y creamos un Planning de formación anualizado, con unas fechas ya establecidas por cada Territorial y que publicamos a comienzos de año. Este Planning consta de 8 bloques formativos: Tú eres bienvenido, Caminamos contigo, Avanzamos contigo, Volamos contigo, Cuidamos a nuestros clientes, Apasionados por nuestros clientes, Valoramos a nuestros clientes y Protegemos a nuestros clientes.



Elena Bermejo
Centro Apoyo a la Venta Norte

La materia a impartir en función de cada bloque, trata del uso del Portal "Tú eres Helvetia", uso de CRM, el procedimiento de emisión de productos de Vida Ahorro, y un último bloque muy importante que hemos añadido este año, donde vemos las herramientas de Defensa de cartera (primordial para todos).

En este proyecto tenemos muy en cuenta también a los nuevos nombramientos, y por

ello, el bloque "Tú eres bienvenido" contiene varias sesiones donde explicamos más detalladamente nuestro modo de funcionar y las herramientas que utilizamos. Una vez finalizado dicho bloque, son convocados a los siguientes para continuar con su formación continua.

Utilizamos la Wiki como soporte documental, ya que hemos creado una sección específica llamada "Formación CAV 2023". Aquí encontraremos los planning's de cada CAV con las fechas de los cursos, manuales, guías y presentaciones sobre la materia a impartir.

Queremos transmitir a los mediadores nuestra total implicación en el negocio y que perciban que "Contigo AVanzamos" es muy importante y enriquecedor tanto para ellos como para nosotros, ya que nos va a ayudar a gestionar más eficientemente nuestro día a día.

Poemas para reflexionar



El poeta David J. Calzado presentó el 24 de noviembre en la Sala Helvetia su último libro "En alguna otra vida. Poesía reunida (2000-2020)", de la Editorial Alegoría. En él, recopila los principales poemas que ha escrito a lo largo de su vida, donde refleja su preocupación por el paso del tiempo, la infancia y la juventud abolidas y el amor redentor, entre otros temas.

Reflexiones sobre la educación actual

El Círculo Liberal Bastiat organizó el 2 de marzo en la Sala Helvetia una interesante jornada para debatir y reflexionar sobre la enseñanza actual. El Doctor en Ciencias Sociales y Jurídicas Fernando Nogales ofreció a todos los asistentes una interesante ponencia, titulada "De la dictadura de la educación pública a la educación en libertad".



> Fernando Nogales durante su ponencia.

Campaña de donación de sangre

El 13 de febrero Helvetia Seguros puso a disposición del Centro Regional de Transfusión Sanguínea de Sevilla su Sala Helvetia para una nueva campaña de donación de sangre. Como siempre, varios empleados y mediadores de la compañía demostraron su gran solidaridad al acercarse hasta allí para donar y colaborar con esta iniciativa.



La nutrición como clave para un envejecimiento saludable

El 12 de abril el doctor Miguel Ángel Martínez-González, catedrático de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad de Navarra y catedrático de Nutrición de la Universidad de Harvard, ofreció en la Sala Helvetia una interesante charla-colquio sobre envejecimiento activo, nutrición y salud, en una sesión organizada por la Asociación Sevillana de Asistencia (ASA).



Helvetia.way como activo estratégico 20.25

Los valores y principios compartidos de *helvetia.way* son el núcleo que une a todos los empleados de Helvetia, ya que representan sus comportamientos clave para ejecutar con éxito la estrategia de la empresa y que les permite vivir conjuntamente su propósito: "La vida está llena de riesgos y oportunidades. Helvetia está ahí cuando realmente importa".

En este sentido, Helvetia ayuda a sus clientes, pero también a sus empleados potenciando el aprovechamiento de las oportunidades profesionales, abordando activamente los retos y los cambios en un entorno en el que las personas se sienten respetadas por su contribución personal en la consecución de resultados, y promoviendo el desarrollo continuo en un entorno de trabajo de confianza, que fomenta la curiosidad para crecer como personas y como equipo.

Por todo ello y con el propósito de seguir fortaleciendo *helvetia.way* a nivel transversal en la organización, se ha creado un equipo de embajadores, cuya misión principal es representar a cada área de negocio como agente del cambio para reforzar la transformación cultural de Helvetia en este periodo estratégico.

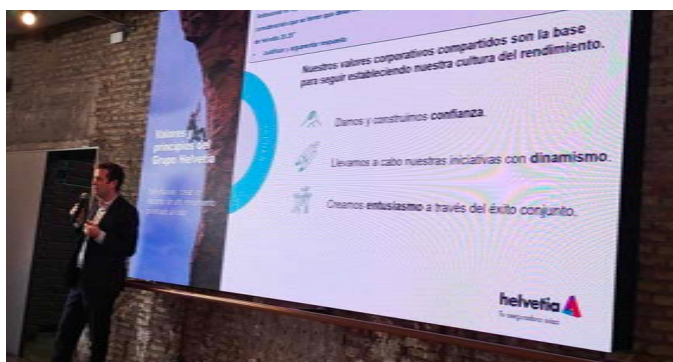
Con el objetivo de compartir la información del equipo de embajadores y más contenido de cultura corporativa, el 15 de febrero se lanzó el Centro de Información *helvetia.way* (hub local), un espacio creado en la página principal de "allegra." para que todos los empleados de la compañía

puedan estar informados de todas las actividades que se realicen a nivel de cultura corporativa en este periodo estratégico.

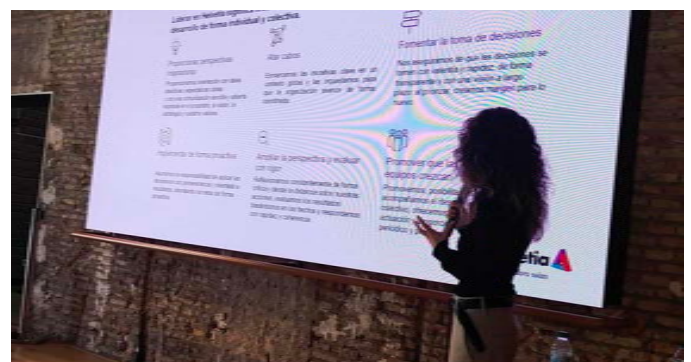
El Departamento de Recursos Humanos de Helvetia Seguros, representado en esta ocasión, por Belén Ortiz de la Tabla, tuvo la oportunidad de impulsar *helvetia.way* con una colaboración especial en la Convención de Productos de Vida, No Vida Empresas y Reaseguros y No Vida Particulares que se celebró el pasado 16 de febrero.

El encuentro, que fue organizado por la directora del Área de No Vida Particulares, Julia Casanova, sirvió de escenario para fortalecer *helvetia.way* y compartir reflexiones en equipo sobre las fortalezas y áreas de desarrollo de los valores y principios corporativos de Helvetia Seguros en su unidad de mercado.

La participación y el desarrollo del workshop estuvo liderada por los embajadores de cada área de negocio: Almudena Melgar, embajadora del Área de Vida, representando el principio de Liderazgo; Rosa Hidalgo, embajadora del Área de No Vida Particulares, representando el principio de Colaboración; y Gloria Ruiz, embajadora del Área de No Vida Empresas y Reaseguro, representando el principio de Organización. Además, en esta ocasión, se contó también con la colaboración especial de Pablo Ibars para ayudar a analizar el impacto positivo de vivir los valores corporativos de Helvetia Seguros.



> En la imagen, Pablo Ibars durante su presentación.



> Almudena Melgar, embajadora del Área de Vida representando el principio de Liderazgo.



> Rosa Hidalgo, embajadora del Área de No Vida Particulares, representando el principio de Colaboración.



> Belén Ortiz de la Tabla, embajadora del Área de No Vida Empresas y Reaseguro, representando el principio de Organización.

Solera, la Ciencia de la Reparación

Líder a nivel nacional e internacional en soluciones de tecnología para el sector asegurador, con muchos puntos en común con Helvetia Seguros, con la que mantiene una relación basada en la confianza que se remonta a más de dos décadas.

Solera es una empresa líder a nivel nacional e internacional en soluciones de tecnología para el sector asegurador, especialmente en el área del seguro de Autos. Tras dos décadas de trayectoria, Audatex se ha transformado en Solera, integrando compañías con implantación en unos 100 países, una plantilla de 7.500 profesionales y más de 340 millones de transacciones anuales, lo que les permitirá dotar de mayor impulso a su proyecto empresarial.

Helvetia Seguros fue uno de los primeros clientes de la compañía, hace más de 20 años, una relación que se ha consolidado, según José Luis Mayo, director general de Solera España, hasta forjar “un vínculo que humildemente consideramos estrecho y de confianza”. En principio la colaboración se centró en la solución de valoración de daños materiales de automóviles para los peritos, y se fue ampliando con diversos servicios adicionales, contribuyendo a la paulatina digita-

lización de los procesos de gestión de siniestros. Como explica José Luis Mayo, “siempre tratamos de entender las necesidades que se van presentando en el negocio a través del análisis conjunto de datos y tendencias sectoriales, que permitan a Helvetia Seguros anticipar decisiones y estar siempre en la mejor posición de mercado”.

Sólo en 2022, se llevaron a cabo en la compañía, a través de las soluciones de Solera, más de 30.000 valoraciones de daños materiales en vehículos de diferente tipología (turismos, vehículos industriales, motocicletas...), lo cual supone más de 40 millones de euros de valoraciones de daños materiales.

“Son cifras que dan vértigo -explica Mayo-, pero las afrontamos con total confianza ya que la precisión de nuestros productos nos avala. Por destacar algún dato más, sólo para Helvetia han sido más de 180.000 recambios incluidos en valoraciones realizadas por parte de un centenar de profesionales, todos ellos repartidos a lo largo de toda la geografía española”.

Solera trabaja hoy con prácticamente la totalidad de las compañías del sector en España. Esto significa que, sobre un parque de 28 millones de vehículos, todos los vehículos circulantes en el país serán gestionados en algún momento de su vida útil por alguna de las plataformas de Solera. Algo que, según Mayo, supone “toda una responsabilidad”.

Tantos años de conocimiento de nuestra compañía permiten al director de Solera España tener una idea precisa de nuestro perfil en el mercado español: “Helvetia Seguros es una compañía claramente enfocada al cliente, lo cuidan y miman durante toda la cadena de valor del negocio. Asimismo, el mediador es también especialmente valorado e incluido en la estra-



José Luis Mayo, director general de Solera España.



tegia de la compañía. Helvetia Seguros, sin ninguna duda, es para sus clientes esa compañía en la que se sienten tranquilos, confortables y seguros de que sus activos están perfectamente protegidos”.

Por lo que respecta a la evolución de Solera, según Mayo, “está profundamente ligada a la transformación y mejora de los procesos, con la creación de estándares de valoración de los daños materiales que hoy en día forman parte estructural de la gestión de nuestros clientes y suponen muchos millones de euros de ahorro en términos de eficiencia para la industria”.

Actualmente, Solera recaba y procesa datos de más de 190 fabricantes de vehículos para dar cobertura y soluciones digitales a más 1.300 millones de vehículos en circulación en el mundo y más de 250 millones de siniestros en casi un centenar de países.

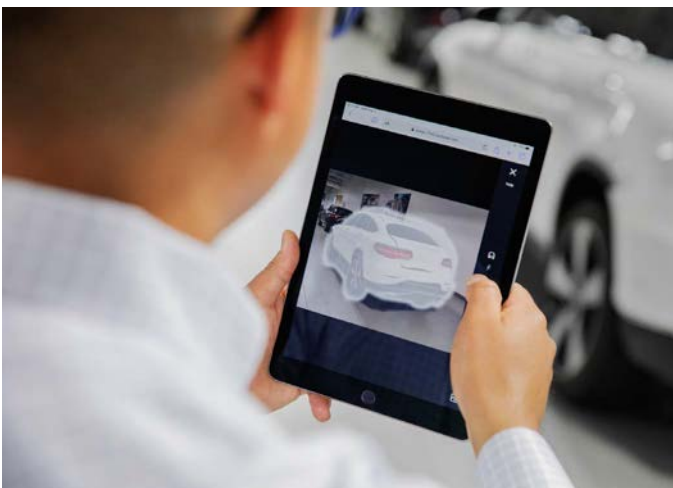
“El paso de Audatex a Solera -sostiene Mayo- es mucho más que un simple cambio de denominación, es la confirmación y la renovación del compromiso y los valores que durante todos estos años

se ha ganado el nombre de Audatex dentro del sector asegurador y del automóvil. Solera representa la transformación que la compañía ha emprendido para ser el único jugador global capaz de combinar soluciones de inteligencia e información relevante para toma de decisiones en todo el ciclo de vida del automóvil. Eso es Solera”.

“Nuestra propuesta de valor continúa. Más allá de una simple tecnología, es una verdadera Ciencia, la Ciencia de la Reparación que así hemos registrado, puesto que consolida una combinación única de información que nos permite identificar precisa y unívocamente más de mil millones de vehículos en el mundo, conocer, indexar cientos de miles de procesos de reparación, existencia y disponibilidad de piezas de recambio, baremos de pintura, incluso el impacto en huella de carbono que un determinado procedimiento de reparación pueda tener en el Planeta”.

Curiosamente, Solera tiene, como Helvetia Seguros, su sede principal en Sevilla. Dentro del proceso de transformación emprendido hace tres años, la compañía decidió localizar su epicentro de la innovación para todo el área europea y mediterránea en España, en concreto en Sevilla, donde ha invertido 25 millones de euros para poner en marcha uno de los mayores hubs de Inteligencia Artificial para el sector del Automóvil que existen en Europa. Desde este centro se están alumbrando y se alumbrarán todas las soluciones de Inteligencia Artificial que a buen seguro volverán a transformar nuestro sector durante otros cuarenta años.

“A buen seguro -sostiene Mayo- este será un camino de éxito que recorreremos juntos, Solera y Helvetia”.



“Me gusta que mis clientes sientan mi agencia como su casa”

Juan José Rodríguez no pensaba dedicarse al mundo del seguro, pero una desgracia se cruzó en su camino y decidió comprometerse. Ahora cuenta con el apoyo de su hermana en un proyecto del que su padre se sentiría orgulloso. Su agencia opera en el entorno rural, donde aún perdura el trato personal y las relaciones cercanas.

Juan José Rodríguez

Agente de Helvetia Seguros en La Albuera (Badajoz)

Estar al frente de una agencia con tu juventud no debe ser fácil. ¿Cómo se produjo ese proceso?

Bueno, pues el proceso fue un aterrizaje de emergencia, un poco traumático para mí, pues me vino todo de repente sin estar preparado para afrontar algo así, ni personal ni profesionalmente, pues yo había estudiado para otra profesión. En un principio siempre pensé en colaborar con mi padre, pero no ser yo el motor principal de la agencia. Mi padre falleció un sábado, y el lunes estaba ya con el director de Zona visitando a todos los colaboradores



que tenía mi padre, para tranquilizarlos y darles mi respaldo y el de la compañía ante dicha situación. Me costó muchas horas poner todo en pie, pero gracias al gran trabajo que durante años desempeñó mi padre me fue bastante fácil, solo tuve que ir uniendo piezas de un puzzle. Él tenía todo muy organizado y solo tuve que ir montando este gran puzzle que hoy en día es mi profesión. Y desde el primer minuto tuve el apoyo de la compañía, tanto en formación como en ayuda personal por parte de todo el equipo de la entonces Sucursal Badajoz. También debo destacar el apoyo que me dieron todos sus colaboradores, pues mi agencia está compuesta por una red de profesionales que llevaban más de 25 años colaborando con mi padre, y a día de hoy siguen conmigo. Ellos fueron quienes me enseñaron la metodología.

Imaginamos que tuviste oportunidad de aprender mucho de tu padre, tanto del seguro como de la vida.

Sin duda todo lo que hoy soy se lo debo a él. De la vida me enseñó lo más importante, unos valores, como son el respeto, la honestidad, la sinceridad y el compromiso. Sin duda son las mejores enseñanzas que podemos recibir y a la vez transmitir a los que nos siguen. En cuanto al funcionamiento de una agencia de seguros como tal, por desgracia no tuve tiempo, pues todo fue muy rápido, sin dar tiempo a prepararlo. Pero sí es verdad que, desde muy pequeño, el mundo del seguro ha estado muy presente en mi día a día. Yo en casa veía y escuchaba cómo era el trabajo de mi padre,



pero los entresijos más complejos siempre fueron cosa de él, lo más que hacía era ir a cobrar algún recibo, mandarle correos o ayudarlo en el tema de la informática. Cuando me encontré con un H15, Z01, los primeros siniestros, etcétera, tuve que ponerme las pilas, empa-
parme bien de condicionados, manuales, y con su ayuda, desde donde esté, tirar adelante.

Quienes te conocen destacan de ti tu empuje, tu pasión, tus ganas de pelear por tus objetivos y por tener la vista siempre abierta a nuevas oportunidades. ¿Esta descripción te representa?

La verdad que suena bastante bien, je, je. En gran parte sí me considero así, pues me gusta plantearme nuevos objetivos y metas, evolucionar con los tiempos y estar siempre al pie del cañón para todos aquellos que necesitan de mí, tanto clientes, como familia o amigos. Me considero una persona dinámica, un poco inconformista, consigo algo y me busco las vueltas para meterme en otra cosa, siempre quiero nuevas cosas y me ilusiono y pongo todo lo mejor de mí en los acontecimientos que la vida me presenta y siempre mirando hacia adelante, hacia atrás solo para coger empuje y aprender de los errores.

Perteneces a la categoría Elite Expert. ¿Qué implica formar parte de un equipo como el de Helvetia Seguros?

Para mí, personalmente, implica Familia, pues paso mucho tiempo de mi día con Helvetia Seguros, creo que es un equipo muy humano, donde nos apoyan en todas esas ideas y problemas que nos surgen a diario. La tendencia hoy en día de las grandes empresas es a deshumanizar mucho el trato con clientes, ser contestadores o números. Sin embargo, algo que valoro muy positivo de Helvetia Seguros es que apuesta por todo lo

contrario, apuesta mucho por nosotros, los mediadores, algo que los clientes valoran de forma muy positiva, especialmente, por donde yo me muevo que es un mundo más rural.

Desde 2016, cuando tomaste las riendas, hasta hoy, el crecimiento de tu agencia en volumen de cartera ha sido considerable. ¿Cómo lo has conseguido?

En primer lugar, dejándome aconsejar por los que sabían más que yo, a la vez que apostar por la formación, pues considero que es lo principal para un buen profesional, ya sea agente de seguros, peluquero o administrativo. Algo que también le ha dado mucha vida a mi cartera ha sido la apertura de una oficina, un sueño que se le quedó a mi padre en el tintero y fue algo que dio mucha fuerza el día que lo hice posible, hace ahora 6 años. Y, por último, un refuerzo que también nos ha ayudado a crecer es la incorporación de mi hermana al proyecto. Creo que sería un orgullo para mi padre saber que estamos los dos trabajando codo con codo en algo que un día inició él.

Háblanos de tu zona.

Mi zona es una zona rural, que aún conserva muchas tradiciones antiguas, y donde los clientes, sobre todo los más mayores, valoran muy positivamente que se les visite o los llames por su nombre y no por “estimado cliente”, incluso sentarte en su “mesa camilla” a tomar un café. La gran mayoría hace acciones de campañas frías y solo por teléfono, repitiendo un discurso para todos igual. A mí me gusta conocer al cliente, y adaptar nuestros productos a sus necesidades. Y lo que más resalto y por lo que me gusta trabajar para que se diferencie mi agencia de otras es el trato humano. Me gusta que mis clientes sientan mi agencia como su casa.



“Esperamos seguir manteniendo el vínculo con Helvetia Seguros como clientes por mucho tiempo”

Antonio Mora y José Jurado son los directores gerentes de Comercial Torremolinos Costa, una de las empresas de referencia en la distribución de bebidas en la Costa del Sol. Con una facturación superior a los 12 millones de euros y una plantilla de más de 50 empleados, tienen más de 30 años de trayectoria y miran al futuro con optimismo. Para lo que confían en el aseguramiento, desde hace dos décadas, de Helvetia Seguros.



Antonio Mora y José Jurado

Directores gerentes de Comercial Torremolinos Costa

Comercial Torremolinos Costa son hoy la principal empresa de distribución de bebidas de la Costa del Sol. ¿Cómo se traduce eso en números y marcas distribuidas?

Nuestro objetivo siempre ha sido poder representar y distribuir marcas de primer orden y calidad para nuestros clientes. Entre ellas se encuentran algunas

marcas cerveceras de referencia, como San Miguel o Alhambra; vinos de bodegas tan conocidas como Lan o Iyera o Grupo Cordoniú; aguas comerciales de tanto nombre como Font Vella o Solán de Cabras; y marcas de refrescos muy conocidas como Pepsi o Schweppes.

En 2021 cumplieron 30 años como compañía de distribución. ¿Cómo ha sido la evolución de la empresa en todos estos años?

Los inicios fueron de nuestros padres, antes de nuestra etapa a partir de 1991. Con nuestra llegada, dimos al negocio un nuevo impulso, con un continuo desarrollo en los distintos ámbitos que se ven influidos por nuestra actividad: instalaciones, medidas de seguridad, personal cualificado e innovación.

¿Qué hace distinta a Comercial Torremolinos Costa con respecto a otras empresas de distribución?

Nos consideramos una empresa familiar y en expansión. Nuestra diferencia competitiva es la de estar cerca y muy vinculada al cliente que se dedica a la hostelería, tanto de restauración como de cadenas hoteleras y otros colectivos de la Costa del Sol.

¿Qué aspectos son especialmente importantes en el negocio de la distribución?

Además del vínculo y la cercanía con el cliente, que es lo principal, también es esencial contar con buenas infraestructuras y logística. Eso permite que desde la preventa hasta la entrega del producto se le ofrezca al cliente la mayor garantía, tanto en puntualidad como en servicio.

¿De qué modo la eclosión de Internet y el negocio online les afecta o podría afectarles?

A nivel de administración y gestión, estamos muy al día en Nuevas Tecnologías, pero el alma comercial de nuestro negocio está en el trato directo. Reconocemos que Internet está ahí, y juega un papel importante, pero en nuestro caso apenas nos influye.

¿Desde cuándo están asegurados con Helvetia Seguros, y cómo es su relación con la compañía?

Con Helvetia Seguros, a través de la agencia de López-Chica, de Torremolinos, estamos asegurados tanto a nivel de empresa como a nivel particular desde hace unos 20 años. Nos une una relación de confianza, dado que siempre nos han atendido con mucha agilidad y profesionalidad.

¿Qué esperan de Helvetia Seguros como aseguradora?

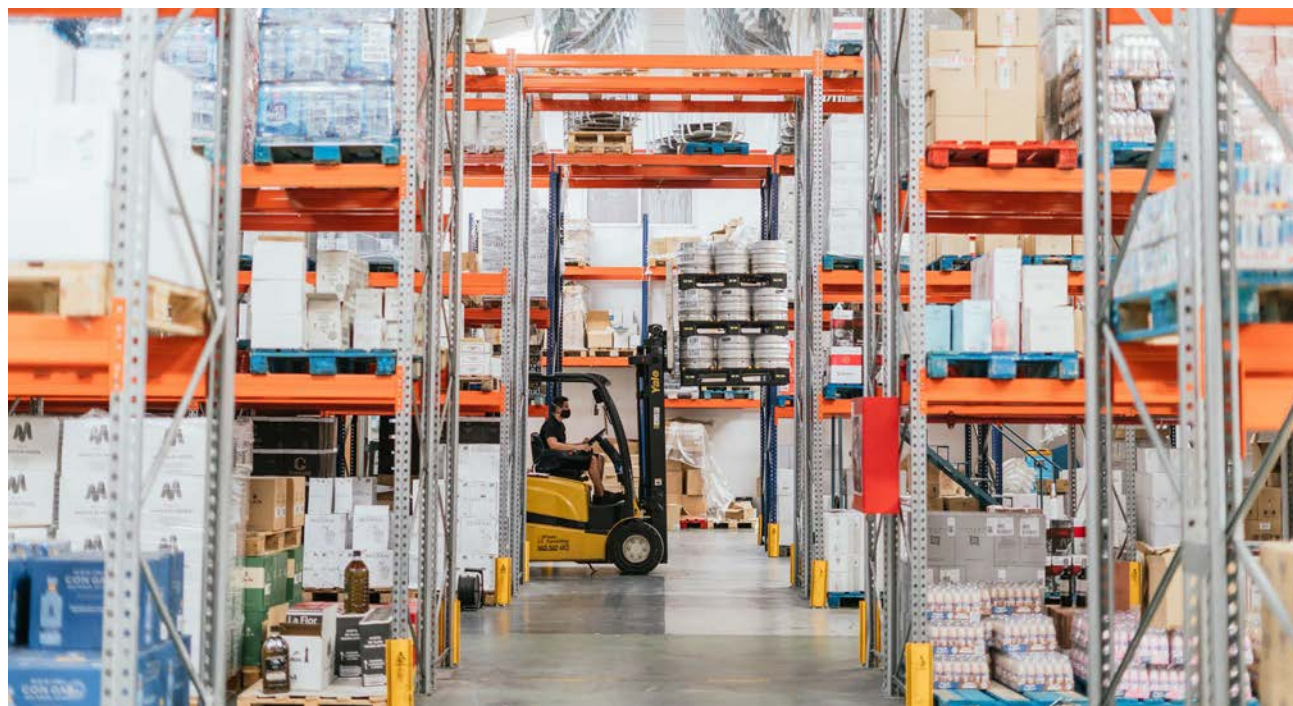
Sabemos que es una gran compañía, y solo esperamos seguir manteniendo este vínculo y trato como clientes por mucho tiempo.

¿En qué medida es importante tener un buen aseguramiento de la flota para una empresa de distribución?

Es esencial tenerla bien asegurada, pues la movilidad y el transporte son un pilar fundamental en nuestro negocio. El aseguramiento con Helvetia nos hace estar tranquilos en nuestra actividad.

¿Nunca han pensado salir de Málaga y desarrollar su actividad en otras zonas?

No como distribuidora, pero sí como empresa logística en el transporte en Andalucía, ya que creemos que hay mucho campo y oportunidades en esa actividad.



Helvetia Seguros alcanza un volumen de negocio de 482,3 millones de euros

Helvetia Seguros cerró 2022 con un excelente desarrollo de su negocio. El volumen total de primas y de aportaciones a los PPI alcanzó 482,3 millones de euros, lo que ha supuesto un crecimiento del 4% en primas de Riesgo respecto al ejercicio anterior. El beneficio neto se situó en 34,2 millones de euros, aumentando en 5,5 millones el de 2021 y superando las expectativas de la compañía.

En 2022, Helvetia Seguros alcanzó un volumen total de negocio de 482,3 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 1,6% en volumen de primas totales y del 4% en volumen de primas de Riesgo respecto al registrado en el ejercicio anterior y en línea con los objetivos marcados. En No Vida registró un incremento del 3,4% hasta facturar 341,9 millones de euros. En Vida y PPI se alcanzó un volumen conjunto de 140,4 millones de euros, lo que ha supuesto un ligero decrecimiento respecto al ejercicio anterior, debido principalmente a la evolución de los productos de Ahorro y a pesar de la excelente evolución de los negocios de Asistencia Familiar (Decesos) y Riesgo Individual, que crecen por encima de lo registrado por el conjunto del mercado. Además, la entidad consiguió un beneficio neto de 34,2 millones de euros, que es un 19,1% superior al registrado en 2021, impulsado por el crecimiento, el comportamiento de los mercados financieros y la calidad del negocio.

Íñigo Soto, CEO de Helvetia Seguros, manifestó su satisfacción por los resultados obtenidos en una conferencia de prensa celebrada el pasado día 16 de marzo en Madrid. “Estamos muy satisfechos con estos resultados ya que muestran un crecimiento rentable de la compañía, en línea con nuestros objetivos estratégicos, y mejoran el resultado final obtenido a pesar de los efectos que está teniendo la inflación en los mercados”, afirmó. Además, Soto explicó que “el incremento de

nuestro ya excelente volumen de beneficio y el aumento de nuestra facturación total ponen de manifiesto el magnífico trabajo realizado por empleados y mediadores durante el pasado ejercicio, y la acertada apuesta de la compañía por una mejora en el resultado técnico del negocio”.

Estos excelentes resultados se han conseguido gracias a una evolución positiva de los principales elementos que constituyen la base del negocio: un crecimiento diversificado y rentable de la facturación de primas, tanto en No Vida como en Vida; un ratio combinado y una tasa de siniestralidad neta de No Vida en línea con el mercado; y una eficiente



Íñigo Soto durante la rueda de prensa de Resultados.



gestión de costes, adecuada para el impulso comercial requerido por el plan estratégico *helvetia 20.25*.

Por lo que se refiere a la composición de la cartera de primas, al finalizar 2022 se ha distribuido entre Autos (26,3%), Diversos (45,8%) y Vida (27,9%), lo que refleja, de nuevo, una plena alineación con los objetivos estratégicos de la compañía.

En lo que respecta a la evolución de las primas y aportaciones a PPI, que han alcanzado un volumen total de 482,3 millones de euros, el año 2022 ha registrado un crecimiento del 1,6% en volumen de primas totales y del 4% en volumen de primas de Riesgo.

En el bloque de No Vida se ha registrado un incremento del 3,4%, impulsado por el crecimiento del negocio de Empresas, Transportes y Personales (Accidente y Salud), donde se han obtenido crecimientos superiores al mercado: Autos (-2,9%), Patrimoniales (6,5%), Personales (9,7%), Transportes (13,2%), R. Civil (6,4%).

El ratio combinado neto de No Vida (95,7%) ha mejorado en 0,7 puntos respecto a 2021, como consecuencia, especialmente, de un descenso de 0,4 puntos de la tasa de siniestralidad neta de No Vida (71%) que ha estado condicionado por la disminución de catástrofes naturales y una optimización técnica de la cartera. En lo relativo a los

gastos conjuntos de administración y adquisición (24,7%), se han reducido en 0,2 puntos respecto a 2021, gracias principalmente a una mejora en la productividad y la eficiencia de los procesos administrativos.

En el negocio de Vida y aportaciones a PPI se ha producido un decrecimiento del -3,8%, debido principalmente a la evolución de los productos de Ahorro y Planes de Pensiones. Por su parte, destacan el excelente crecimiento de los productos de Vida Riesgo Individual (7,9%) y de Asistencia Familiar (7,3%), producto en el que se han alcanzado ya más de 72,5 millones de euros de facturación, situándose ambos crecimientos muy por encima de los alcanzados por el sector.

Como resultado de estas cifras, Helvetia Seguros ha alcanzado un excelente ratio (18,5%) de Rentabilidad sobre Fondos Propios (ROE), superior al registrado en 2021 (16,2%), y vuelve a situarse en línea con los más destacados del mercado español.

Estrategia *helvetia 20.25*

El plan estratégico del Grupo Helvetia lanzado hace dos años tiene como principios generales los siguientes:

- Propósito: La vida está llena de riesgos y oportunidades. Helvetia está ahí cuando realmente importa.

Íñigo Soto, CEO de Helvetia Seguros.

- Visión: Helvetia quiere ser la mejor aliada de sus clientes, garantizando su seguridad financiera y ofreciéndoles una adecuada y cómoda accesibilidad.

En 2022 se ha producido una satisfactoria evolución en España de la estrategia, que sigue avanzando en los objetivos marcados dentro de sus cuatro prioridades estratégicas. En concreto, en el pasado ejercicio se desarrollaron distintas iniciativas y se completaron diferentes proyectos significativos:

Comodidad para el cliente:

- Desarrollo del Servicio de Atención al Cliente.
- Nuevas funcionalidades el Portal Cliente.
- Mayor autonomía de los Centros de Apoyo a la Venta y de los mediadores.
- Numerosas mejoras de procedimientos y de información en B2B.
- Desarrollo de Customer Analytics – Data Lake. Oficina del Dato.

Oferta completa:

- Nuevas soluciones para Planes de Pensiones y Unit Linked.
- Nuevos productos de No Vida: Multirriesgos y Furgonetas.
- Mayor especialización de la red comercial en el negocio de Empresas.

Crecimiento rentable:

- Incremento de la digitalización y especialización del canal de agentes.
- Crecimiento del canal de corredores.
- Crecimiento de Decesos. Cobertura de mascotas.
- Gestión eficiente de las inversiones.

Nuevas oportunidades:

- Onboarding digital.
- Automatización y mejora del Customer Journey on-line.
- Nuevos acuerdos con grandes cuentas.

Para conseguir una exitosa implantación de la estrategia *helvetia 20.25*, la compañía está profundizando, a todos los niveles, en caracterizarse por la denominada "helvetia way", que se basa en los valores corporativos de la confianza, el dinamismo y el entusiasmo, para trabajar con los principios de liderazgo compartido, organización ágil y fiable y colaboración y progreso conjunto.

El Grupo Helvetia sigue creciendo de forma rentable y obtiene un importante beneficio en 2022 gracias a unos resultados técnicos sólidos y a una ganancia no recurrente.

En el siguiente cuadro se detallan los principales indicadores de cierre del ejercicio 2022 del grupo, que fueron publicados y explicados ampliamente en la nota de prensa y en las diferentes presentaciones a los medios del pasado 6 de marzo.

En buena compañía 4/23

Indicadores más importantes del ejercicio 2022

Aumento sostenible del dividendo gracias a un crecimiento rentable

- El negocio principal del Grupo Helvetia siguió creciendo de forma rentable y amplió su volumen de negocio en un 2,6% hasta los 11.097,2 millones de CHF tras el ajuste de divisas (2021: 11.222,2 millones de CHF).
- El negocio No Vida, que registró un crecimiento generalizado en todos los segmentos y líneas de negocio, fue el principal motor.
- El Grupo Helvetia aumenta el objetivo de dividendo acumulado: como novedad, antes de que finalice el periodo estratégico 2025, se repartirán en total más de 1.650 millones de CHF (objetivo anterior: más de 1500 millones de CHF). El Consejo de Administración propone a la Junta General de Accionistas aumentar el dividendo 40 céntimos por acción, hasta 5,90 CHF (2021: 5,50 CHF).

La actividad principal se muestra resiliente gracias a una diversificada actividad comercial

- El Grupo Helvetia obtuvo robustos beneficios NIIF después de impuestos de 614,4 millones de CHF (2021: 519,8 millones de CHF). Ante las difíciles condiciones del mercado, el negocio se mostró extremadamente resiliente. La diversificada orientación comercial se tradujo en una evolución técnica positiva.
- Además, por la venta de la aseguradora española Sa Nostra Vida, el Grupo Helvetia obtuvo un beneficio no recurrente de 102 millones de CHF.
- La fortaleza del Grupo Helvetia también se refleja en su excelente capitalización: a 1 de enero de 2023, el ratio SST estimado superaba el 300%.

Con *helvetia 20.25*, el Grupo Helvetia aprovecha nuevas oportunidades de crecimiento

- La constante orientación a las necesidades de los clientes y la ampliación de los canales de distribución permitieron que el negocio principal continuara creciendo.
- Además, con el desarrollo específico del negocio de servicios, el Grupo Helvetia abrió nuevas y rentables oportunidades de crecimiento. En este contexto, el grupo aumentó los ingresos de 354,4 millones de CHF en el ejercicio anterior a 377,3 millones de CHF en 2022. Este negocio aporta prácticamente un 5% al resultado del grupo, lo que subraya el atractivo de estos sectores.
- El Grupo Helvetia también aumentó su participación en Caser del 70% al 80% y participa así en mayor grado de la evolución rentable de la aseguradora española.

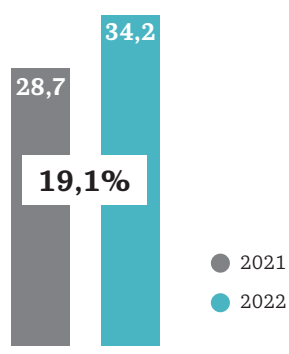
Por su parte, Philipp Gmür, CEO del Grupo Helvetia, manifestó que "En el ejercicio 2022, Helvetia demostró una vez más la estabilidad y el potencial de crecimiento de su modelo de negocio y, sobre esta base, creó valor para sus accionistas. Este resultado récord se basa en un negocio de seguros sólido, en el positivo desarrollo de negocios en nuevos sectores y en el efecto puntual de la venta de Sa Nostra Vida. Resulta particularmente satisfactorio reconocer, una vez más, los frutos de los avances en la implementación de la estrategia".

Principales cifras de la evolución de Helvetia Seguros en 2022

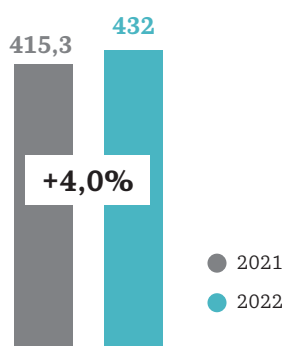
Primas totales por ramos (en millones de euros)

	2022	2021	+/- (%)
Total primas No Vida	341,9	330,7	+3,4
Autos	124,4	128,3	-2,9
Patrimoniales	161,5	151,6	+6,5
Personales	18,5	16,8	+9,7
Transportes	22,4	19,8	+13,2
Responsabilidad Civil (RC)	15,1	14,2	+6,4
Total primas Vida	132,2	136,1	-2,8
Vida-Ahorro tradicional	7,0	8,9	-21,2
Unit-Linked	35,0	42,6	-18,0
Vida-Riesgo Colectivo	4,2	4,5	-5,4
Vida-Riesgo Individual	13,5	12,6	+7,9
PAF-Decesos	72,5	67,5	+7,3
TOTAL	474,1	466,8	1,6%

Beneficio neto
(millones de euros)

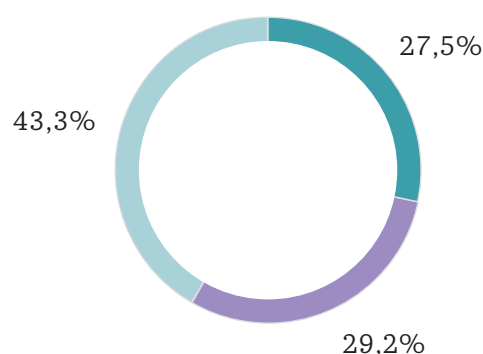


Primas emitidas Riesgo
(millones de euros)

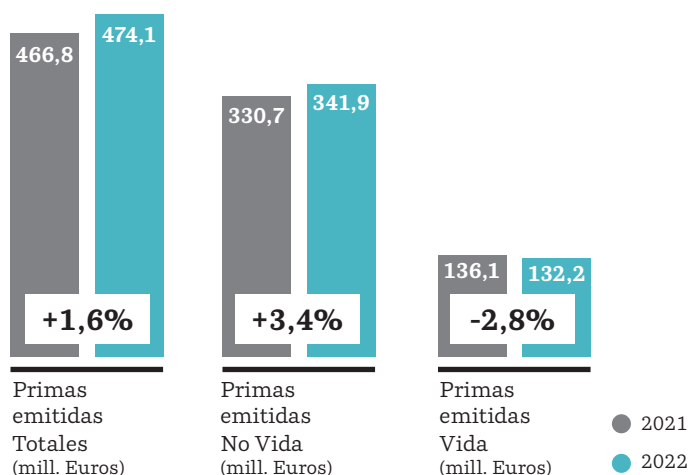


Composición de la cartera

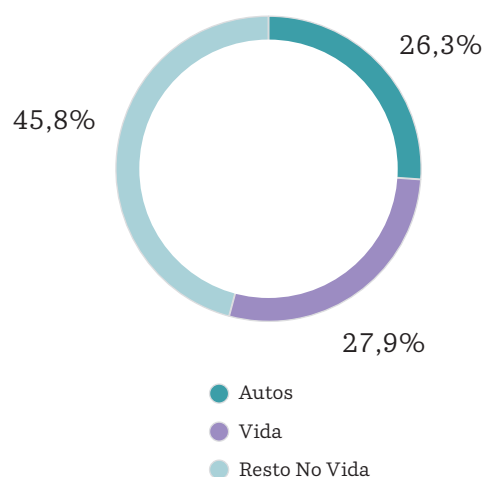
Cierre 2021



Volumen de primas y crecimiento



Cierre 2022



Nuevos y mejores productos para seguir creciendo y ganando competitividad

En los últimos meses, se ha comercializado una nueva edición de Helvetia Rentabilidad +, se ha lanzado un nuevo producto de accidentes (Helvetia Accidentes Colectivos Temporal) y se han incorporado nuevos servicios al Plan de Asistencia Familiar. Nuevos y mejores productos para seguir ganando cuota de mercado y seguir ofreciendo el mejor servicio a nuestros clientes.

Nuevo Helvetia Rentabilidad +

En el mes de marzo Helvetia Seguros lanzó una nueva edición de Helvetia Rentabilidad+, su seguro de Vida de Ahorro *unit-linked*. En dicho producto, el tomador asume el riesgo de la inversión, que incluye tanto el riesgo de mercado del activo como el riesgo de crédito o impago del emisor del mismo.

Con esta nueva edición del producto, la compañía ofrece a sus clientes mayor rentabilidad que los seguros tradicionales de Ahorro, con la protección que le proporciona el activo financiero que viene definido en el contrato como subyacente de la nueva estrategia de inversión: "Renta Fija Cupón 2,90%".

Helvetia Accidentes Colectivos Temporal

A su vez, a finales de marzo la compañía lanzó al mercado el nuevo producto de accidentes Helvetia Accidentes Colectivos Temporal. Este nuevo producto, que responde al objetivo estratégico de mantener una oferta comercial actualizada y plenamente competitiva, se engloba dentro de la gama de seguros personales y, gracias a sus distintas modalidades de riesgos temporales,



"Se trata de un producto unit-linked, con pago de cupón y una rentabilidad interesante, plenamente alineado con nuestra estrategia de ahorro y que contribuirá positivamente a alcanzar los ambiciosos objetivos y metas de nuestra compañía."

*> Guido Candrian,
responsable del Departamento de Riesgos Personales*

abre la puerta a nuevas oportunidades comerciales, tanto en el negocio tradicional como en nuevos negocios alternativos.

Como principales características cabe señalar las siguientes:

-Contratación a tiempo real. Se trata de un producto de emisión descentralizada. Por tanto, se propicia una mayor agilidad en su contratación, de forma que todo el proceso de tarificación y emisión se realiza de forma completa en el portal de mediadores "Tú eres Helvetia".

-Flexibilidad. El producto ofrece la posibilidad de adaptar rápidamente la modalidad a las necesidades de los clientes, lo que permite un diseño a la medida de cada actividad que realicen los asegurados.

-Simpleza. La emisión se realiza en un único documento de Condiciones Particulares, Condiciones Generales y Nota Informativa. Con este nuevo producto ya no deben incorporarse las Condiciones Generales en la formalización de la póliza.

A efectos estadísticos y cómputo comercial, el producto Helvetia Accidentes Colectivos Temporal tiene el código C50 y se integra dentro de la gama de productos de la familia Accidentes Colectivo (ACO), del Ramo R06 y al total de No Vida.

La opción de tarificación está ubicada en el apartado de "Pólizas-Producción-Personales-Tarificador Accidentes Colectivos Temporales" del portal "Tú eres Helvetia" (B2B), disponible para todos los mediadores y la red comercial.

La nueva producción del anterior producto Helvetia Accidentes Colectivos (C30), quedó cerrada el 14 de abril 2023.



"Con el lanzamiento de Helvetia Accidentes Colectivo Temporal respondemos a la demanda de nuestros mediadores. La inmediatez y autonomía que ofrece la descentralización de este producto nos permite ser altamente competitivos en el sector"

> Antonio Bravo, responsable del Departamento Comercial Riesgos Personales

Novedades en el Plan de Asistencia Familiar

Helvetia Seguros ha incorporado algunas novedades a su producto de Decesos, el clásico Plan de Asistencia Familiar (PAF), con el objetivo de ofrecer un servicio más completo a sus clientes. Así, todas las personas que contraten el PAF a lo largo de este año podrán disfrutar de interesantes garantías y ventajas adicionales, como una consulta gratuita de cualquier especialidad médica concertada por asegurado, la realización gratuita de la Declaración de la Renta o consulta veterinaria gratuita.

En concreto, las principales novedades incorporadas al producto son:

- Videoconsulta Jurídica. Es un servicio que se ofrece a todos los asegurados de la modalidad Z02 a través del cual pueden plantear cualquier consulta jurídica de su ámbito personal o profesional. Se trata una garantía muy interesante, que no ofrece ninguna otra compañía de la competencia.
- Gestoría en Vida. A los servicios incorporados el pasado año de Trámites de Prestación de Jubilación, Testamento Vital y Derecho al Olvido, se suman tres nuevos servicios: Certificado de Nacimiento, Certificado de Matrimonio y Tarjeta Sanitaria Europea.
- Nuevo Servicio de Welcome Pack Digital y



"Desde el año 2014 en que lanzamos nuestro producto, todos los ejercicios, sin excepción, los hemos iniciado incorporando novedades. No es nada fácil, pero estamos muy satisfechos del resultado alcanzado"

> Manuel Cepero, responsable del Departamento de Asistencia Familiar

Fidelización. Todos los nuevos clientes recibirán al contratar su póliza, en el plazo de 24 horas, una comunicación digital de bienvenida e informativa de los servicios que pueden hacer uso como clientes de la póliza. Así mismo, todos los clientes recibirán un mes antes de la renovación de la póliza un fichero con el Cuadro Médico actualizado. Por último, se está trabajando para que en determinados acontecimientos relacionados con la vida de los clientes (alta de un niño recién nacido o la previsible jubilación), estos reciban comunicaciones puntuales que les recuerden la posibilidad de utilización de determinados servicios como Pediatría o Gestoría en Vida.

Por último, los nuevos clientes recibirán adicionalmente los siguientes servicios:

- Una consulta por asegurado en las especialidades médicas incluidas en el cuadro médico.
- Un reconocimiento médico por póliza (limitado a 1.000 reconocimientos médicos).
- Una declaración de IRPF por póliza.
- Una consulta veterinaria por póliza (con la contratación de la garantía opcional de Mascotas).

Pasión por las dos ruedas

Javier Martínez, compañero del Departamento de Infraestructura y Seguridad Informática de Helvetia Seguros, lleva vinculado al ciclismo desde los 14 años. El entrenamiento de jóvenes ciclistas es su gran pasión. Exigente como pocos, el ciclismo tiene también la cualidad de forjar a personas excelentes.



Javier Martínez
Departamento de Infraestructura
y Seguridad Informática de Helvetia Seguros
en Pamplona

Javier Martínez, compañero del Departamento de Infraestructura y Seguridad Informática de Helvetia Seguros en Pamplona, se inició en la bicicleta con apenas 14 años, “porque al fútbol era muy malo”, bromea. Entre esa edad y los 18, practicó como deportista de forma activa, hasta que, a esa edad tan temprana, decidió que, definitivamente, no se convertiría en profesional, pero sí continuaría muy vinculado al deporte de las dos ruedas: comenzó a entrenar a equipos ciclistas. Siempre, durante todos estos primeros años, muy vinculado al Club Ciclista Estella, perteneciente al municipio navarro de Allo.

Pasaron los años, y cuando tenía cerca de treinta, nació el primer hijo de Javier (hoy tiene dos, de 23 y 21 años). Fue entonces cuando decidió parar. “La pausa -comenta- se prolongó durante 17 años”. Ya que hasta que su hijo no se acercó a la mayoría de edad no volvió al club. Eso no quiere decir que su pasión por la bicicleta no se mantuviera: practicaba de forma habitual, como cicloturista, y también seguía las principales carreras como aficionado. Pero con los 40 ya cumplidos, “con permiso de mi mujer”, como él explica, volvió a entrenar a jóvenes promesas, en este caso juveniles, en su club de siempre, aprovechando que su hijo, probablemente influido por su padre, también corría. “Entonces conocí el mundillo de la Élite Sub 23”, sostiene Javier. Se trata de la categoría previa al profesionalismo, donde existen clubes más potentes, que compiten a nivel nacional. Profesionales sin sueldo, donde los corredores se emplean a fondo intentando que algún club realmente profesional se fije en ellos para alcanzar la máxima categoría. De este modo Javier recaló en el Club Telco-On Clima, que tiene sede en Pamplona y competía a un nivel bastante superior al de su club de toda la vida.

Los años de paréntesis en su actividad como entrenador de corredores permitió a Javier comprobar





hasta qué punto el mundo del entrenamiento y la carrera ciclista habían cambiado. “Cuando yo lo dejé, empezaba a extenderse el uso de pulsómetros -explica-. Ahora ya no se utilizan sólo pulsómetros: los datos se comparten desde la bici hasta la nube, donde se controlan absolutamente todos los parámetros: potencia, velocidad, ritmo cardíaco, etcétera”. Un deporte que ha perfeccionado de manera muy sensible la tecnología, y que requiere cierta capacidad económica. “Nuestro equipo cede las bicis a los corredores -matiza Javier-. Pero cada bicicleta cuesta un promedio de 5.000 euros. A lo que hay que añadir ruedas, cascos, ropa y demás equipamiento. Por no hablar de los gastos propios de desplazamiento en las carreras”.

Se trata de un mundo muy competitivo, que también genera importantes frustraciones, especialmente en una franja como la que Javier conoce



© Martin Early



bien: los chavales que aspiran a profesionalizarse. Muy pocos de ellos lo logran, a pesar de que los entrenamientos son muy exigentes -entrenan prácticamente todos los días del año, hasta 200 kilómetros algunos días-. “Es uno de los aspectos más sensibles y también motivadores de mi trabajo con ellos. Además del tremendo sacrificio físico que realizan, buena parte de ellos también estudian. Su vida es muy estricta, casi monacal. Y en casi todos los casos, no acaba dando el fruto esperado de la profesionalización. Sin embargo, todo ese sacrificio personal los convierte en personas especialmente forjadas para la vida. Difícilmente saldrá un mal profesional en cualquier trabajo de un ciclista”, comenta Javier.

La máxima alegría de su labor es conseguir que sus jóvenes asciendan a la categoría profesional. Con su actual equipo han conseguido que dos de sus corredores acabaran fichando por Movistar: Abner González y Vinicius Rangel. “Pero me hace ilusión que chavales de aquí, a base de trabajo, consigan alguna victoria -afirma Javier-. Con uno de Tafalla he apostado que, si lo consigue, me haré un tatuaje”. La vinculación que se genera entre Javier y sus jóvenes deportistas llega a ser muy intensa y especial.

Siendo de Pamplona y dedicándose a esta afición, es inevitable que salga el nombre de Miguel Induráin. “Es una suerte haberlo podido conocer -explica Javier, recordando que la hermana de Induráin es empleada de Helvetia Seguros-. Pero siendo el mejor deportista del mundo, además de una persona excepcional, tengo con él una anécdota muy buena. Un día coincidimos en una carrera, y se le acercó una señora para saludarlo muy emocionada. A su alrededor había unos jóvenes que no tenían ni idea de quién era. “¿Ves?”, le dijo a Javier. “Ya solo me reconocen los viejos”.



**"Aquí lo que
marca la
diferencia son
las personas"**

> *Gloria Romero, directora de Zona
Cataluña Agentes*

A man with a beard and glasses, wearing a blue long-sleeved shirt and a dark tie, stands in an office. He is leaning on a dark surface with his right hand. To his left is a decorative candle holder with a white candle. In the background, there is a glass partition and a dark wooden frame.

**“La base
fundamental
para gestionar
un equipo es
respetarlo”**

> *Ismael Martín, responsable de Centro de
Servicio Madrid*

Aunque los dos entrevistados de este número, Gloria Romero e Ismael Martín, pertenecen a ámbitos muy distintos (Gloria es directora de zona, mientras que Ismael es responsable del Centro de Servicio de Madrid), los dos entrevistados de hoy tienen bastante en común. Fundamentalmente, porque ambos provienen de Nationale Suisse.

En este número de “En buena compañía” sometemos a un “careo” a un responsable de Centro de Servicio y a una directora de Zona. Para romper el hielo, ¿podrías explicar con brevedad y ánimo divulgativo en qué consisten vuestras respectivas competencias?

Gloria Romero: Como directora de zona de agentes mis funciones pasan por promover la venta de nuestros productos a través de nuestra red de agentes, velando siempre por la rentabilidad de la zona, aportando y consolidando nuevos mediadores, con el fin de alcanzar los objetivos marcados en cada ejercicio por la compañía.

Ismael Martín: Como responsable del Centro de Servicio Madrid, mis competencias principales son el control y seguimiento de la gestión de siniestros tramitados en el Centro de Servicio. En él se gestionan los siniestros de Hogar y Comunidades, así como los siniestros de anomalías, además de la gestión de recorros.

Curiosamente, los dos provenís de Nationale Suisse, cuya integración en Helvetia se materializó en el año 2016. ¿Cómo fue vuestro proceso de incorporación a la nueva cultura, y qué balance hacéis de estos años?

G.R.: En mi caso concreto, fue un proceso complicado, ya que

venía de departamentos más administrativos y de control y fui a parar al Área Comercial, dónde tuve que aprender sobre productos y técnicas de ventas. Realmente, fue todo un reto para mí, pero con la ayuda de mis compañeros y los programas de formación de Helvetia Seguros, puedo decir que superé la

“He aprendido más en estos siete años en Helvetia Seguros que en toda mi vida laboral”

> Gloria Romero

prueba. El balance de estos años ha sido muy positivo, tanto que diría que he aprendido más en estos siete años que en toda mi vida laboral. Como comentaba antes, valoro muy positivamente los planes de formación continua que ofrece Helvetia Se-



Gloria Romero

La escapada ideal en primavera: Cualquiera, como buena Aries es mi estación favorita.

Una ruta senderista o propuesta viajera que nadie debería perderse: Ruta por el Montsant hasta llegar a la Cartuja de Scala Dei, y de paso probar los vinos de la zona.

Un plato de tu tierra que recomiendas especialmente: Una calçotada con amigos y muchas risas.

Otro que (no seamos modestos) a ti te sale particularmente rico: La caldereta de bogavante.

Algo que echas de menos: El tiempo.

Algo que te gustaría hacer cuando te jubiles: Estudiar idiomas. ¡El italiano, por ejemplo!

La última serie que recomendarías a todo el mundo: Cualquiera de médicos, me encantan. La última fue “The Good doctor”.

Con los años, te has vuelto más: Selectiva con mis amigos.

Cuando estoy con esa persona, jamás miro el reloj: En general, con mi familia y con mis amigos.

Tres valores que te definen como persona: Tolerante, paciente y honesta.

Un defecto que disculpas en los demás: La envidia.

Otro que, en cambio, no toleras: La prepotencia.

Si fueras presidente del Gobierno, tu primera decisión sería: Aumentar la inversión en sanidad e investigación.



Ismael Martín

La escapada ideal en primavera: Cualquier lugar es bonito en cualquier época del año. Lo importante es hacer la escapada en buena compañía.

Una ruta senderista o propuesta viajera que nadie debería perderse: Conocer el Val d'Aran.

Un plato de tu tierra que recomiendas especialmente: Fricandó.

Otro que (no seamos modestos) a ti te sale particularmente rico: La verdad es que la cocina no es lo mío.

Algo que echas de menos: El mar.

Algo que te gustaría hacer cuando te jubiles: Viajar.

La última serie que recomendarías a todo el mundo: "The Big Bang Theory".

Con los años, te has vuelto más: Gruñón.

Cuando estoy con esa persona, jamás miro el reloj: Con mi pareja y mis amigos de toda la vida. Son pocos, pero siempre están ahí cuando se les necesita.

Tres valores que te definen como persona: Siempre he preferido que me definan los demás.

Un defecto que disculpas en los demás: Lo que para mí son defectos, para otros pueden ser virtudes. Hay que ser tolerante y aceptar a los demás con sus virtudes y defectos, más si espero que acepten también los míos.

Otro que, en cambio, no toleras: La mentira.

Si fueras presidente del Gobierno, tu primera decisión sería: Crear un buen equipo de Gobierno.

guros a sus empleados y las oportunidades de evolucionar dentro de la empresa.

I.M.: Me incorporé al Centro de Servicio Sevilla como responsable de uno de los grupos de Gestión de Siniestros de Empresas, y en el periodo que pasé en la sede de Sevilla tuve la oportunidad de conocer el funcionamiento de la compañía. Posteriormente, me incorporé al Centro de Servicio de Madrid, en el que fui responsable de grupo de gestión durante un año. Después pasé a ser responsable del Centro de Servicio.

El balance ha sido muy positivo, he podido aprender nuevas formas de hacer y ver las cosas desde puntos de vista diferentes a los que tenía.

“Creo que la base fundamental para poder gestionar un equipo es respetarlo, todos los miembros son importantes”

> Ismael Martín

Gloria trabaja en Barcelona, mientras que Ismael lo hace en Madrid. ¿Qué es lo que más os gusta de vuestras respectivas capitales, y en qué otra capital no os importaría trabajar?

G.R.: Barcelona me encanta, es la ciudad donde nací y he vivido durante toda mi vida. Es una ciudad cosmopolita, moderna,

multicultural pero mezclada con una cultura propia. Cuando paseas por sus calles, viajas a través del tiempo: desde la Barcelona medieval hasta los edificios modernistas (la Pedrera, Casa Batlló...), pasando por nuevos y modernos edificios como la Torre Agbar. Tiene una gran oferta cultural y deportiva. Y en tu tiempo libre puedes dar un paseo por la playa o hacer trekking por la montaña. No te aburres nunca. Siempre he pensado que, si me tuviera que cambiar de ciudad, me iría a otra que tuviera mar, como San Sebastián, Palma de Mallorca o Málaga.

I.M.: No conozco mucho Madrid capital, puesto que cuando me mudé, me fui a vivir a las afueras. Conozco más los pueblos de la sierra. Algo que me sorprendió muy gratamente es la importancia que tiene la ganadería y la protección de las aves rapaces en esta comunidad. La otra capital en la que no me importaría trabajar es en mi Barcelona natal.

Tanto en un centro de servicio como en una zona, la gestión de personas representa un aspecto capital. ¿Qué es lo más importante a la hora de gestionar equipos humanos?

G.R.: Bajo mi punto de vista, lo más importante es la comunicación: escuchar activamente y saber transmitir, sin pretender imponer la forma de hacer las cosas. Trabajar en equipo, confiar en él, y ganarte su confianza es básico para el buen funcionamiento de cualquier organización.

I.M.: En mi opinión esta pregunta es muy complicada de responder y a la vez es muy importante. Creo que la base fundamental para poder gestionar un equipo es respetarlo, todos los miembros del equipo son importantes. Al final todos los logros que se obtienen de una manera u otra son fruto del trabajo del equipo humano.



“La Inteligencia Artificial probablemente liberará muchos recursos y generará nuevas oportunidades de negocio en el sector seguros”

> Gloria Romero

La digitalización y las Nuevas Tecnologías juegan un papel cada vez más decisivo, que realidades como la reciente pandemia del coronavirus han evidenciado de forma clara. ¿Cuánto nos queda aún por recorrer en este terreno?

G.R.: Tengo claro que acabamos de dar los primeros pasos en cuanto a la digitalización, tenemos un gran recorrido que va a pasos agigantados. En estos dos años de pandemia, prácticamente, ha desaparecido el papel de nuestras vidas, un café lo abonamos con tarjeta, el Bizum lo hemos incorporado como forma de pago habitual... Por no hablar de las nuevas aplicaciones y apps que prácticamente las utilizamos para todo a diario. Es imposible dejar de mencionar la Inteligencia Artificial y el Chatgpt como protagonista más popular. La AI probablemente liberará muchos recursos y generará nuevas oportunidades de negocio. Estas oportunidades tendrán especial énfasis en el sector seguros, donde la información y su gestión es un valor esencial para alcanzar la rentabilidad.

I.M.: Tenemos todo el camino por recorrer, pero es normal, la ciencia y la tecnología

siempre están en constante evolución, por lo que siempre tendremos que avanzar tecnológicamente, y, por lo tanto, tendremos camino que recorrer. Si algún día pensamos que ya hemos recorrido todo el camino, quizá tendremos un problema.

¿Y en la mediación? ¿Creéis que aún hay margen de mejora a través del desarrollo tecnológico?

G.R.: Estamos viendo que cada vez y con mayor frecuencia los ramos masa se están comercializando a través de webs, apps y



“Las nuevas generaciones abrirán la puerta de nuevos mercados y nosotros debemos estar atentos”

> Ismael Martín

comparadores de seguros. De ahí la importancia en la especialización en ramos y productos en los que el asesoramiento del mediador resulta un claro valor añadido. Helvetia Seguros está apostando por ramos más enfocados en Empresas y productos personales que, además de requerir mayor asesoramiento, fidelizan al cliente, como está demostrado.

I.M.: Por supuesto, siempre hay cosas que se pueden mejorar y que debemos mejorar. Las nuevas generaciones abrirán la puerta

de nuevos mercados y nosotros debemos estar atentos para no quedarnos al margen.

Proveníais, como dijimos antes, de una misma compañía. Aunque ya son algunos los años que lleváis en Helvetia, habéis conocido otras realidades dentro del sector asegurador. ¿Qué aspectos son los que, a vuestro juicio, marcan la diferencia de Helvetia Seguros con respecto a otras compañías?

G.R.: Una frase que suena a tópico pero es real es que en Helvetia Seguros lo que marca la diferencia son las personas y el trato humano. En esta compañía nuestros agentes tienen nombre y apellidos y los hacemos sentirse integrados, y esto es un aspecto que valoran muy positivamente y hace que nos recomienden al resto de la mediación. Cada agente es diferente, con necesidades distintas e intentamos hacerle a cada uno su traje a medida, este es nuestro valor.

I.M.: En mi opinión, en lo que destaca Helvetia Seguros es que, aunque seamos una compañía grande, hay un trato cercano con el cliente.

La Rioja

Soto en Cameros, una experiencia única de naturaleza y tranquilidad

Viajamos con Jorge Recio, director de Zona Navarra-La Rioja Corredores, a este pequeño y acogedor municipio de La Rioja cuyo censo apenas llega a las 80 personas. Un rincón lleno de calma y atractivos que no deja indiferente a ningún visitante.

Vista aérea de Soto en Cameros.

Para Jorge Recio, director de Zona Navarra-La Rioja Corredores, no existe en el mundo un rincón más hermoso, tranquilo y apacible que Soto en Cameros. En el año 2022, el censo de este municipio, perteneciente a la comunidad autónoma de La Rioja, contaba sólo con 81 personas. “Y en invierno no llega ni a 18”, añade Jorge.



Jorge Recio

Director de Zona Navarra-La Rioja Corredores

Pocas veces la sección “Un paseo por” nos ha conducido a un rincón menos populoso y apartado. Situado en plena cuenca del río Leza, dentro de la comarca del Camero Viejo, Soto en Cameros no es, como pudiera imaginarse, el pueblo de infancia de Jorge. Su descubrimiento fue más tardío, entrada la adolescencia, cuando la madre de Jorge decidió adquirir una vivienda

allí. Su abuelo sí era natural de este pueblo, y probablemente por eso su madre decidió comprar la casa donde habían vivido sus abuelos para sus escapadas de Logroño a este rincón.

Casado y con un hijo, Jorge es riojano. Su puesto lo lleva a pasar la mayor parte de la semana en Pamplona, y los fines de semana, en Logroño. Pero siempre que puede programa una escapada a Soto en Cameros. Nunca, en todo caso, en invierno: “entre diciembre y febrero -explica- no hay quien suba aquí, por el frío. Pero a partir de la primavera es habitual que venga uno o dos fines de semana al mes, y también en verano”. Es probable, de hecho, que viniera más a menudo si





Vistas panorámicas del pueblo.



Nevera.

no fuera por su mujer, que es más de la Rioja Alta y no es tan apasionada de este rincón, pero la consigue convencer.

Soto en Cameros no siempre tuvo un censo tan escueto. Durante la Guerra de la Independencia Española, fue capital de la Junta de Rioja, una de las juntas de armamento e insurrección que se formaron durante la guerra contra los franceses, lo que da idea del peso que pudo tener esa población a comienzos del siglo XIX. Fue un pueblo con una fuerte orientación asociada a la producción de lana, que sin embargo sufrió una paulatina despoblación y un fuerte movimiento migratorio hacia las Américas, lo que queda evidenciado en las casas indianas que levantaron los que volvieron al pueblo tras su periplo en el continente americano.

“Mi abuelo era pastelero, y su tío fue el propietario de una de las fábricas de mazapán de referencia en el pueblo”. Lo que quiere decir mucho en un municipio que es especialmente conocido por su mazapán, el Mazapán de Soto, postre típico navideño. “En Soto tenemos un horno de leña que hace también un pan espectacular”, comenta Jorge, quien siempre que viene adquiere pan para llevárselo a su casa. De hecho, el panadero reparte pan por otros pueblos colindantes.

Junto a esta actividad, el pueblo alberga una empresa constructora, alguna explotación gana-

dera y algunos servicios. El más llamativo es el que se localiza a la entrada del pueblo, un albergue con bar y restaurante que en su día fue un antiguo hospital, el Hospital de San José.

“Para los amantes del turismo rural, Soto en Cameros es un paraíso”, comenta Jorge. Está catalogado como reserva de la Biosfera, muy cerca del río Leza, donde se localiza una ruta senderista muy atractiva, la ruta del Caño del Leza, ideal para todas las edades, que tiene, eso sí, la particularidad de que requiere atravesar algunas pozas, y, por tanto, hay que bañarse. Por eso es ideal para el verano. Porque además, en verano, es posible disfrutar del “Mataíto”, una piscina natural que se sitúa tras el casino y que en esta estación es el sitio más frecuentado por niños y jóvenes.

Es en verano cuando el municipio concentra mayor volumen de habitantes. Pero que nadie piense en saturación turística: hablamos, como mucho, de unas 400 personas. “Viene gente no sólo de La Rioja, sino también de lugares como el País Vasco, o incluso de ciudades andaluzas como Sevilla”, explica Jorge.

Si tienes niños, sin duda Soto en Cameros es ideal para una escapada veraniega. La plaza del pueblo es ideal para el esparcimiento de los más pequeños, donde por tener, tiene hasta un frontón.

A la izquierda, antigua casa de los bisabuelos de Jorge Recio. Abajo, Jorge en la panadería del pueblo. A la derecha, en la Fuente de los Tres Caños.





A la izquierda, imagen general de la ermita. A la derecha, arco con el nombre del municipio, junto a la propia ermita.

El que quiera optar por hacer turismo patrimonial, tendrá que visitar lugares como la Iglesia Parroquial de San Esteban, la Ermita de la Virgen del Cortijo, la Fuente de los Tres años, el Puente de Piedra o la Nevera. “En la antigua Nevera es donde echaban el hielo antiguamente, una nevera de piedra, que es una de las cosas más curiosas del pueblo”.

Hemos hablado de su pasado floreciente a comienzos del siglo XIX. Pero aún no hemos dicho, además, que en su suelo se conservan dos yacimientos del periodo cretácico inferior, donde se observan más de 50 huellas de dinosaurios y más de 150 icnitas. Curiosamente, uno de los rastros ha permitido conocer que el dinosaurio presente en la zona se desplazaba a 17 kilómetros por hora, convirtiéndolo en uno de los más rápidos de La Rioja.

También hay que hablar, además del albergue, del casino. Sin duda, otro lugar de parada obliga-



torio si vas a Soto en Cameros. Curiosamente, Jorge fue presidente de la Sociedad de Fomento del Casino durante algunos años. Si haces parada allí, tendrás que probar algún asado de cordero. Porque el cordero es muy conocido en la zona. También deberás probar los chorizos y los salchichones, que secan especialmente bien en la zona, según Jorge. “Y si vas con tiempo, puedes echar una partidita de mus con los parroquianos”.

“Cuando voy a Soto, suele ser en cuadrilla, con muchos amigos. Llegamos a reunirnos más de veinte personas. Pasamos unos días de convivencia inolvidables. Y organizamos comidas todos juntos”, comenta Jorge.

Ahora, con la primavera, Soto en Cameros tiene una magia especial: la magia de la primavera llenando de luz y color cada rincón de este sito único. “Si tenéis un fin de semana libre, yo no me lo pensaría”, dice Jorge.



¿Estás seguro?

Pan de centeno, ¡intolerable!

Un *instagramer* con miles de *followers* entra a cenar a un restaurante. Esa jornada ha tenido un mal día, pelea con su pareja, algún comentario especialmente hiriente de algún seguidor, igual, no sé, algunos inesperados gramos de más al subirse a la báscula. La cuestión es que no está demasiado de humor. Es día de bastante ajeteo en el restaurante, así que el camarero tarda algo más de lo debido en traerle la comida. Para más delito, pide pan de semillas y le traen pan de centeno. Así que no espera siquiera a que acabe la cena. Hace una foto al pan y la sube en su *Insta*, etiquetando al restaurante. Inadmisible e intolerable son algunos de los adjetivos que utiliza.

El restaurante, que hasta entonces aspiraba con ciertas probabilidades de éxito a una Estrella Michelin, se estrella en menos de veinticuatro horas en Instagram. Va perdiendo seguidores en la misma proporción en que la foto del *instagramer* va acumulando comentarios de adhesión y de crítica furibunda al local.

No vale de nada intentar explicar que la confusión del pan hubiera sido rápidamente solucionada con un mero comentario del influencer. Quien, por cierto, no dijo ni mu sobre la calidad de los platos, a pesar de que el camarero recibió el halago verbal directo del tipo al retirar el primer plato -vacío- de tartar de merluza.

Ninguna empresa de servicios es ajena a esta nueva e inevitable lacra. Cuando critico a mi hijo adolescente por consumir vídeos de youtubers ridículos que dedican horas y horas a radiar sus

partidas en el FIFA, su argumento siempre es el mismo: "Pues tiene dos millones de seguidores, papá". El número parece legitimar el producto, aunque ese producto, ya sea en Youtube, TikTok, Instagram o la red que proceda, siempre suele ser bastante mediocre. Son los nuevos "creadores de contenido", muchas veces sin criterio y sin formación, pero con una estupenda fotogenia. Ellos marcan la tendencia del nuevo gusto. Y -ahí lo preocupante- son capaces de hacer mucho daño reputacional.

También están en el sector asegurador. Siempre asesorados por bufetes que saben hasta dónde pueden llegar, no les duelen prendas a la hora de poner a caer de un burro a las compañías cuando, simplemente, estas no se tragan el sapo de siniestros que resultan cuando menos opacos o son directamente irregulares.

El gran reto para las aseguradoras, como también para el restaurante de nuestro amigo *influencer*, es frenar esta gangrena con pedagogía. No, nunca el número tendrá la razón. Por más que millones de personas escuchen el despo-trique musical de Shakira contra Piqué, y a muchos nos resulte más o menos divertido, sabemos que es una canción pésima. Las aseguradoras no son entidades perversas, sino agentes claves para garantizar la seguridad social y, por tanto, el bienestar. En un buen restaurante pueden equivocarse con el pan, pero la comida siempre estará deliciosa. Estar bien informados es la única manera de luchar contra los cantos de sirena de estos nuevos medios. Aunque el *instagramer* sea un tipo totalmente *cañón*.

Daniel Ruiz

Escritor y periodista

 @juntapalabras

helvetia.es

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza