

Revista de la compañía aseguradora Helvetia Seguros
Septiembre 2023 N° 60

en buena compañía

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza



**Helvetia Seguros mejora
su oferta de Auto Empresas,
Responsabilidad Civil y
Empresa y Comercio**

**El nuevo seguro de Furgonetas y la Responsabilidad Civil para
Perros se suman a la incorporación de nuevos servicios gratuitos
de Sostenibilidad en Empresa y Comercio**

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)

30

DE CERCA

Mare Santos

22



EN BUENA COMPAÑÍA CON
The Hoff Brand



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,
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

Experian

4	NOTICIAS
18	NUESTROS PROVEEDORES Experian
20	NUESTROS MEDIADORES Roberto García, agente exclusivo de Helvetia Seguros en Vitoria
22	EN BUENA COMPAÑÍA CON The Hoff Brand
24	REPORTAJE CENTRAL Helvetia Seguros mejora su oferta de Auto Empresas, Responsabilidad Civil, Empresa y Comercio
28	REPORTAJE CENTRAL Valor del Cliente 3.0: más y mejor conocimiento del cliente al servicio de la organización.
30	DE CERCA Mare Santos, agencia Barahona Santos Seguros
32	ENTREVISTA DOBLE Alejandro Gestoso, responsable Departamento Servicios Generales e Inmuebles y Manuel Monge, director de Zona Sevilla Mantenimiento y Gestión
38	DEPARTAMENTOS Y ZONAS Departamento de Recursos Humanos y Zona Corredores Sureste
40	UN PASEO POR... Tarragona
43	¿ESTÁS SEGURO?

CEO Helvetia Seguros

Íñigo Soto



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

Tras el periodo de las bien merecidas vacaciones, llega el momento de redoblar los esfuerzos para cumplir con los objetivos previstos antes del cierre del ejercicio. El último cuatrimestre es esencial para alcanzar las metas anuales propuestas, por lo que todos debemos pisar el acelerador y darle un último empuje al ejercicio, para lo que resultan de gran interés las campañas comerciales que están en curso. Como, por ejemplo, la dedicada a los productos Multirriesgos (tercera etapa del Concurso de Incentivos 2023). En este número podéis encontrar información sobre esta y otras muchas campañas que están en proceso o han finalizado, como la acción comercial para incentivar la contratación de nuevas pólizas de Asistencia Familiar o la entrega de premios de las campañas comerciales “Helvetia Ibérica Race” y “Helvetia GP”.

En este número también os informamos sobre nuevos productos puestos en el mercado, como el seguro de Furgonetas o el de Responsabilidad Civil para Perros, así como la incorporación de servicios gratuitos de sostenibilidad en Empresa y Comercio. De esta forma hemos incrementado nuestra oferta comercial y competitividad, mejorando la gama de productos que nuestros clientes tienen a su disposición.

“El valor del cliente 3.0” es, precisamente, el asunto de uno de los reportajes centrales de este número. Una nueva versión del modelo de valor del cliente que evidencia los esfuerzos de la compañía por mejorar su conocimiento del cliente. Este conocimiento se perfecciona gracias a nuestros deseos de mejora continua, a la innovación y a la puesta en marcha de nuestra plataforma de Big Data. La innovación está muy presente en este número, con avances como el sistema de alertas para informar a mediadores y clientes de Hogar, Comunidades y Comercio sobre alertas de riesgo extremo facilitadas por la AEMET. O como la incorporación de los productos unit linked a la plataforma Sisnet.

En última instancia, la innovación siempre está al servicio de los mediadores, facilitándoles su labor y contribuyendo a mejorar su capacidad comercial y competencia profesional.

Asimismo, en este número de “En buena compañía”, como es habitual, encontraréis numerosas noticias referidas a los mediadores. Y también, muchas noticias sobre nuestra labor de patrocinios y actividad social. Porque con ella, indirectamente, también contribuimos a facilitar a nuestros mediadores la labor comercial, a través de un incremento de nuestro valor reputacional y nuestra visibilidad.

Poco más. Tan solo reiterar nuestro ánimo para afrontar los meses que quedan de 2023 con toda la ilusión, esfuerzo y competitividad que os caracteriza, para hacer de este un nuevo ejercicio histórico para todos los que formamos parte del proyecto de Helvetia Seguros.

Abrazos.

Publicada la Memoria de Sostenibilidad 2022



Un año más, y ya van quince, Helvetia Seguros, a comienzos de agosto, ha publicado la Memoria de Sostenibilidad donde se recogen todos los avances que ha realizado en esta materia en el último año y el compromiso que mantiene con sus diferentes grupos de interés.

La publicación se ha elaborado conforme a los estándares del

Global Reporting Initiative (GRI) y se ha organizado en torno a las cuatro prioridades de la nueva Estrategia de Sostenibilidad del Grupo Helvetia: Productos y relaciones con los clientes sostenibles; Inversiones responsables; Operaciones empresariales sostenibles; y Cultura y gobernanza de la Sostenibilidad.

Durante 2022 la compañía ha seguido desarrollando nuevas soluciones de productos sostenibles y de componentes con Sostenibilidad para cumplir con las necesidades de sus clientes. Además, con el objetivo de contribuir al desarrollo de una economía sostenible y con bajas emisiones de carbono, ha estado trabajando para alinear su cartera de inversiones con los objetivos ESG.

En este periodo en Helvetia Seguros tampoco nos hemos olvidado de nuestro compromiso en la lucha contra el cambio climático. La compañía ha adoptado nuevas medidas para reducir las emisiones CO2 de sus operaciones empresariales con el propósito de lograr las 0 emisiones netas en el año 2040, que es uno de los principales objetivos de la estrategia climática que ha puesto en marcha el Grupo Helvetia en 2023.

En el último año la compañía también ha conseguido importantes hitos en materia de Recursos Humanos, como la firma del II Plan de Igualdad de Helvetia Seguros y la puesta en marcha de un nuevo protocolo de acoso sexual y por razón de sexo.

En la V Convención de Albrokksa



> Ignacio Soto durante la Convención Nacional de la Correduría Albrokksa.

Del 14 al 15 de junio se celebró en Sevilla la V Convención Nacional de la Correduría Albrokksa y Helvetia Seguros no faltó a la cita. El evento congregó a sus 140 delegaciones franquiciadas, 32 entidades aseguradoras y todo el personal de sus servicios centrales de Cáceres.

En la primera jornada, el CEO de nuestra compañía, Ignacio Soto, participó en una interesante mesa redonda junto a otros directivos de otras aseguradoras, en la que se analizó la situación actual del sector asegurador.

Las claves del éxito de una correduría

Helvetia Seguros fue uno de los patrocinadores de la jornada "Corredores y Corredurías: ganar en eficiencia y rentabilidad. Ejemplos prácticos" que organizó Inese el 30 de mayo en Madrid.

Durante el encuentro los asistentes pudieron conocer la experiencia de algunas de las corredurías y corredores de seguros más eficientes y rentables del sector, según el análisis de los estudios que realizaron IMAF Mediación e Inese Data.



> En la imagen, Susana Pérez, directora general de Inese, durante la apertura de la jornada.

Encuentros CAV 2023

Durante el primer trimestre del año, cada uno de los siete Centros de Apoyo a la Venta (CAV) de Helvetia Seguros organizó un encuentro presencial entre sus gestores internos, su coordinador, su responsable y su director territorial para hacer balance del trabajo que han realizado desde que se pusieron en marcha en enero de 2020.

En las reuniones, los directores territoriales analizaron la situación en la que se encontraba cada territorial y la responsable de los CAV explicó los proyectos y objetivos que tenían previstos para 2023. Además, recalcaron la importancia de trabajar en equipo, bien organizados y coordinados, como han hecho hasta ahora, para conseguir las metas propuestas.



> CAV Cataluña.



> CAV Centro.



> CAV Este.



> CAV Oeste.



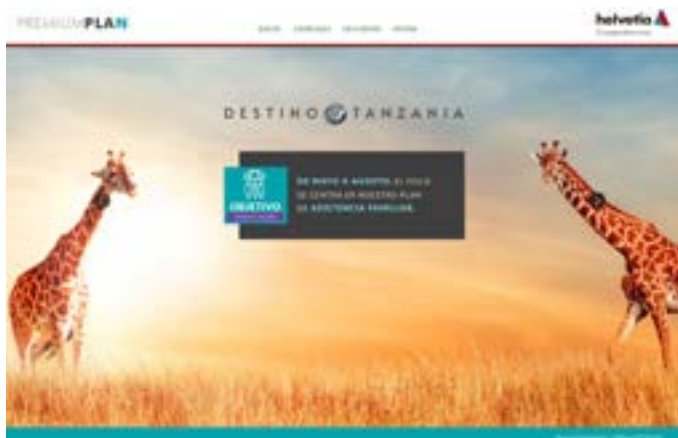
> CAV Sur.



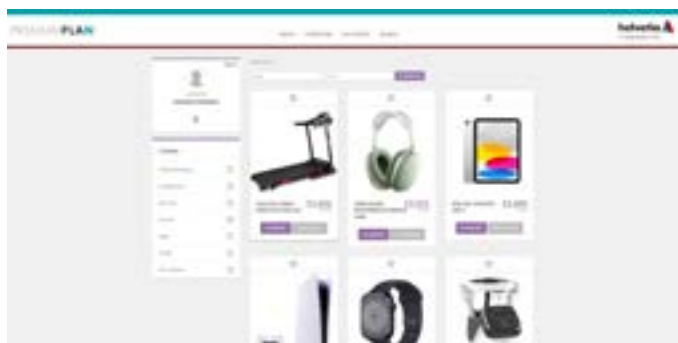
> CAV Sureste.

Impulso a la venta de Asistencia Familiar

Del 1 de mayo al 31 de agosto Helvetia Seguros lanzó una nueva acción comercial para incentivar la contratación de nuevas pólizas de Asistencia Familiar de prima periódica y de prima única. La campaña, que estaba dirigida a los agentes exclusivos y vinculados de la compañía, se correspondía a la segunda etapa del Concurso de Incentivos de 2023, cuyo premio será un viaje a Tanzania en 2024. Así, con el objetivo de realizar un guiño especial a este país, el sistema de cómputo de puntos a los agentes se ha realizado a través de chelines tanzanos.



Nuevo portal "Helvetia Premium Plan"



Desde el mes de junio se ha puesto en funcionamiento el portal de compras "Helvetia Premium Plan" para que los agentes, gestores y directores de zona de la compañía puedan canjear los puntos que han obtenido en las etapas II y III del Concurso de Incentivos por regalos. A través de esta plataforma, los usuarios tienen la posibilidad de elegir el premio que más les interese de un catálogo que incluye más de 200 productos.

Multirriesgos, siguiente objetivo



La tercera etapa del Concurso de Incentivos de 2023 de Helvetia Seguros comenzó el 1 de junio y finalizará el próximo 31 de octubre. Está dedicada a los productos Multirriesgos, por lo que durante este periodo los agentes de la compañía están centrados especialmente en la comercialización de pólizas de Industria, Comercio y Hogar, con el objetivo de impulsar las ventas de la compañía en estos ramos.

"Los 25 de Confianza" viajan al País Vasco

El Área Comercial de Helvetia Seguros organizó un encuentro muy especial en Bilbao y Zarautz del 21 al 22 de junio para los 25 mediadores del Círculo de Confianza que obtuvieron mejores resultados en la venta de productos de Riesgos Personales en 2022. Durante esos días, los agentes pudieron intercambiar y compartir experiencias, mientras participaban en diversas actividades y disfrutaban de la cultura y la excelente gastronomía del País Vasco.



> En la imagen, foto de familia de todos los asistentes al encuentro de los 25 de Confianza.

Fantásticos premios como recompensa a la gran campaña realizada

Los ganadores de las campañas comerciales "Helvetia Ibérica Race" y "Helvetia GP", que puso en marcha el año pasado el Área Comercial con el objetivo de impulsar las ventas de los productos de Comercio, Asistencia Familiar, Hogar y Vida, ya disfrutan de sus premios.



> Antonio Moreno, Francisco Esteban y Carlos González entregan uno de los premios del concurso "Ibérica Race" a Carlos Sánchez.



> Rafael Álvarez durante la entrega de uno de los premios del concurso "Helvetia GP" a Maximino Ledo.



> Francisco Esteban realiza la entrega de uno de los premios del concurso "Helvetia GP" a Diego Lamonedá.



> Manuel Parreño entrega uno de los premios del concurso "Ibérica Race" a Pascual Pastor.



> Los miembros de la agencia Ferdies SL junto al coche que han conseguido en el concurso "Ibérica Race".



> Manuel Pérez y Fernando Domínguez entregan uno de los premios del concurso "Ibérica Race" a David Ferrera.



> Jesús Andrés Crespo sobre su moto otorgada en el concurso "Ibérica Race".



> José Manuel Jiménez, Pascual Julve y Juan Lliso durante la entrega de uno de los coches del concurso "Ibérica Race" a Vicente Moreno.



> José Ángel Rodríguez hace entrega de uno de los premios del concurso "Helvetia GP" a Diego Mantilla.



> Antonio Villa y Antonio Díaz entregan uno de los coches del concurso "Helvetia GP" a Pablo Alén.



> Juan Lliso entrega uno de los premios del concurso "Ibérica Race" a Raúl Sempere.

Medalla de bronce en Basilea

El 3 de junio se celebró en Basilea (Suiza) el Torneo de Fútbol de Helvetia 2023 en el que participaron empleados de las diferentes unidades de mercado que componen el Grupo Helvetia. El trofeo lo ganó el equipo italiano y España, que estuvo muy bien representada, quedó en un meritorio tercer lugar, tras disputar un gran campeonato en el que participaron 18 equipos. Aunque en este caso lo más importante fue que, gracias a esta iniciativa, empleados de diferentes países pudieron conocerse y compartir una agradable jornada de convivencia.



> En la imagen, la selección de Helvetia Seguros celebrando su tercer puesto en el torneo.



Formación en el Colegio de Badajoz

El 25 de mayo Pablo Ibars, responsable del Departamento de Transporte y Arte de Helvetia Seguros, impartió en el Colegio de Mediadores de Seguros de Badajoz una interesante formación sobre los seguros de Arte e Instrumentos Musicales. Durante su intervención, analizó los datos de mercado, los riesgos y la suscripción de estos productos y el impacto de la siniestralidad en los mismos.



> Pablo Ibars durante una formación en el Colegio de Mediadores de Badajoz.

En buena compañía 9/23

Acuerdo para la distribución del seguro de VMP



Desde el mes de junio la aseguradora andaluza Montepío Conductores comercializa el seguro para vehículos de movilidad personal (VMP) de Helvetia Seguros, tras alcanzar un acuerdo de distribución con nuestra compañía.

El producto está destinado a garantizar y proteger la Responsabilidad Civil de los usuarios de bicicletas, patinetes, monopatines (con o sin motor), segways y hoverboards cuya velocidad máxima no supere los 25 km/h.

La mejor foto de la Semana Santa de Sevilla

En el mes de marzo Helvetia Seguros lanzó un concurso de fotografía entre los empleados de la compañía con el objetivo de encontrar la mejor instantánea de la Semana Santa de Sevilla. La respuesta fue muy positiva, ya que se recibieron más de 400 imágenes.

La fotografía realizada por Andrés Galán, gestor de negocio de la Zona Cádiz Agentes, fue la ganadora del concurso. Como premio, el autor se llevó una tarjeta regalo de 100 euros.



> Fotografía ganadora del concurso.

Esta imagen será publicada junto a otras de las que han participado en este concurso, en el programa de mano "Orientación 2024".

Torneos de Pádel Helvetia

El 20 de mayo Helvetia Seguros celebró su I Torneo de Pádel en Madrid dirigido a empleados. Por su parte, en la sede de Pamplona se ha celebrado una liguilla entre empleados cuyo campeonato final se celebró el pasado 18 de junio. Ambas iniciativas, junto con el torneo celebrado en Sevilla, han tenido tan buena acogida que el Departamento de Recursos Humanos tiene previsto organizar estas competiciones de forma periódica, ya que actividades como estas ayudan a fomentar el compañerismo y el trabajo en equipo en la compañía.



> Participantes en la liguilla de Pádel organizada en Pamplona.



> Empleados de Madrid durante el Torneo de Pádel.

IV edición de las ADH



Tras el éxito de las ediciones anteriores, planteadas a raíz de la pandemia, Helvetia Seguros vuelve a lanzar un año más su programa de Ayudas Deportivas Helvetia (ADH) para apoyar a clubes y entidades de la provincia de Sevilla que tienen un proyecto deportivo de base para la temporada 2023/2024 y que necesitan apoyo económico para ponerlo en marcha.

Las ayudas están destinadas a proyectos deportivos de entidades y asociaciones con domicilio social en la provincia de Sevilla, que estén inscritas en el Registro Andaluz de Entidades Deportivas y que pertenezcan a alguna de las siguientes disciplinas: atletismo, bádminton, baloncesto, balonmano, béisbol, ciclismo, esgrima, frontón, gimnasia, hockey sobre hierba, hockey sobre patines, judo, karate, natación, pádel, patinaje, piragüismo, remo, rugby, taekwondo, tenis, voleibol y waterpolo.

Las entidades interesadas en recibir estas ayudas pueden presentar sus solicitudes a través de la web de Helvetia Seguros (www.helvetia.es/ayudas-deportivas) hasta el 13 de octubre de 2023.

Presentes en los sanfermines

En el mes de julio no faltamos a nuestra tradicional cita con Pamplona y sus sanfermines. Un año más, Helvetia Seguros ha tenido un papel destacado en esta gran fiesta de interés turístico internacional que se originó en el siglo XII para conmemorar el martirio de San Fermín en la ciudad de Amiens.

Nuestra compañía volvió a asegurar los encierros, responsabilizándose, entre otros, de los seguros de Accidentes de

los corredores y de los dobladores (empleados de la plaza de toros), así como del seguro de Responsabilidad Civil. El Comité de Dirección de Helvetia Seguros aprovechó esos días para celebrar en Pamplona su reunión mensual y para compartir el 4 de julio un agradable encuentro con los responsables de departamentos que se encuentran en esta zona. Mientras que el 5 de julio se organizó un aperitivo jornada de convivencia con los empleados del centro de trabajo de Mutilva para celebrar el comienzo de las fiestas.



Continuamos junto a los montañeros federados andaluces

Helvetia Seguros continuará siendo la aseguradora y el patrocinador oficial de la Federación Andaluza de Deportes de Montaña, Escalada y Senderismo durante los próximos dos años, tras renovar el pasado 7 de junio en Sevilla el acuerdo de patrocinio que mantenía con ella.

De manera que, la compañía seguirá apoyando a la Federación en todas las actividades que desarrolle y que estén orientadas a la formación y a la difusión de la práctica de deportes de montaña, escalada y senderismo entre sus federados y la sociedad andaluza. Además, continuará velando por la protección de todos los federados a través de su seguro de Accidentes.



> Carmen Caballero, Julio G. Perea y Francisco Astola durante la firma del acuerdo.

Una temporada más con el Bádminton Arjonilla



Helvetia Seguros seguirá siendo, por sexto año consecutivo, el patrocinador principal del Club Balonmano Arjonilla, tras renovar el pasado junio su acuerdo de patrocinio por una temporada más. El Club Bádminton Arjonilla es uno de los clubes más relevantes del bádminton nacional. Actualmente compete en la Liga División de Honor.

En buena compañía 9/23

VII Foro Madrid Seguro

Helvetia Seguros fue una de las empresas colaboradoras de la VII edición del Foro Madrid Seguro que se celebró el 29 de junio en el Auditorio Duques de Pastrana de la capital madrileña. El encuentro, que fue organizado por el Colegio de Mediadores de Madrid, estuvo centrado en la Inteligencia Artificial y su aplicación en el sector asegurador.

Entre los ponentes invitados, se encontraban el economista Emilio Duró, que ofreció una interesante conferencia sobre "Vivir con entusiasmo e ilusión", y el analista económico y divulgador tecnológico Marc Vidal, que explicó las claves para abordar con éxito el desafío digital que supone este momento de disrupción.



> Carlos Pizarro, Carlos González, Elena Andrade, Nuria Bendito y Miguel Ángel González.

25 años de Fundal

La Fundación Deporte Alcobendas ha cumplido 25 años y para festejarlo el 22 de junio organizó una gran gala en el Centro La Esfera en la localidad madrileña, a la que no faltó Helvetia Seguros.

Durante el evento, la Fundación entregó a nuestra compañía un galardón muy especial por el apoyo que le brindamos desde hace años al deporte de la localidad. Carlos Pizarro, director de la Zona Madrid Agentes, fue el encargado de recogerlo.



> En la imagen, Carlos Pizarro durante el acto de entrega de premios.

Continúa la tradición



> En esta ocasión, el Comité de Dirección de Helvetia Seguros recibió a San Miguel de Aralar.

El 5 de julio recibimos en el centro de trabajo de Mutilva (Pamplona) la visita del Arcángel San Miguel de Aralar, una de las más imágenes más queridas y veneradas en Navarra. De manera que, los empleados pudieron verla y recibir su bendición. Los miembros del Comité de Dirección de Helvetia Seguros, que se encontraban allí reunidos, también tuvieron la oportunidad de disfrutar de su presencia.

Como ya es tradición, durante cuatro meses al año esta imagen sale de su santuario, que se encuentra en la Sierra de Aralar, para recorrer poblaciones de la zona, pasando por lugares significativos como hospitales, parroquias, colegios, instituciones y entidades.

El flamenco como herramienta de inclusión social



El 1 de junio algunos de los artistas de flamenco más reconocidos de España, como Pedro "El Granaíno", Mara Rey, Manuel Heredia o Emilio Fdez. de los Santos "Caracafé", se dieron cita en Sevilla para participar en el III Festival Flamenco Alalá a beneficio de las Escuelas de Arte Alalá del Polígono Sur de Sevilla y de Estancia Barrera en Jerez.

Helvetia Seguros fue uno de los patrocinadores del evento que organiza la Fundación Alalá cuya función consiste principalmente en impedir la segregación social de los jóvenes a través de "la cultura, el arte y el deporte".

En la mayor feria náutica de Baleares

Este año Helvetia Seguros tampoco ha faltado a la feria náutica Palma International Boat Show 2023, que se celebró del 27 al 30 de abril en el Moll Vell de Palma de Mallorca. Nuestra compañía estuvo presente en el evento a través de nuestro agente exclusivo Castañer Ysasi, quien contó con un stand para ofrecer información a los visitantes de la feria sobre nuestros productos específicos para el sector náutico.



> De izquierda a derecha, Pilar Ysasi, Antonia Caldentey, Jordi Bruguera, Tomeu Castañer (hijo), Raquel Pla y Tomeu Castañer.

Un año más en Gorraiz

Más de 130 deportistas amateurs se dieron cita el 24 de junio en el Club de Golf Castillo de Gorraiz, en Navarra, para participar en la XVII edición del Trofeo Helvetia Seguros. La competición se disputó por parejas, en la modalidad Fourball (la mejor bola), una de las más interesantes y divertidas de jugar.

Alex Laredo y Rafael Beunza, con un resultado de 47 puntos stableford, fueron los ganadores del torneo. Mientras que Gonzalo Ibáñez recibió un premio especial por conseguir el mejor approach en el hoyo 8.



> En la imagen, parte de los empleados y mediadores que acudieron al Torneo de Golf por parte de Helvetia Seguros.

Presentes en las Carreras de Caballos de Sanlúcar

Un año más, Helvetia Seguros ha asegurado y patrocinado las Carreras de Caballos de Sanlúcar de Barrameda (Cádiz) que se celebraron del 10 al 12 de agosto (el primer ciclo) y del 25 al 27 de agosto (el segundo ciclo). Además, como parte del acuerdo que mantenemos con la Sociedad de Carreras de Sanlúcar de Barrameda se disputó el Premio Helvetia Seguros, tercera carrera de la última jornada del primer ciclo. Su ganador fue 'Iron Duke' de la cuadra Mallow Gran Canaria, montado por el jinete Ricardo Sousa.

En la edición de este año, que ha sido la 178, se han disputado 26 premios para caballos y yeguas de pura sangre a las que han asistido multitud de espectadores. Y es que este evento de Interés Turístico Internacional cada año atrae a la



> En la imagen, Íñigo Soto durante la entrega del Premio Helvetia Seguros.

localidad gaditana a miles de personas de todo el mundo que no quieren perderse este singular espectáculo en un hipódromo y enclave natural único.

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

Recursos Humanos

Crece el nivel de compromiso y colaboración de los empleados

Aprovechando que nos encontramos en la mitad del periodo estratégico, en el mes de mayo realizamos a todos los empleados la encuesta de Cultura y Compromiso para que evaluaran su compromiso con la compañía y aquellos aspectos de la cultura de desempeño a la que aspiramos. Los resultados han sido muy satisfactorios, con un excelente nivel de participación (71%).

Desde la última encuesta que hicimos en noviembre del año 2021, la evolución ha sido muy positiva en cuanto a la consolidación de *helvetia.way*. Los valores corporativos de Helvetia han tenido un incremento de un 3,9% respecto a 2021. En cuanto a los principios de la compañía, el de Colaboración ha sido el que ha registrado mayor incremento respecto a 2021 (+6,4%). El principio de Liderazgo también ha mejorado su resultado más de un 5%, mientras que los empleados han señalado áreas de mejora en el principio de Organización, que se tendrán en cuenta en el análisis posterior a nivel local y global. No obstante, este principio ha tenido una evolución positiva con un incremento del +4,9%.

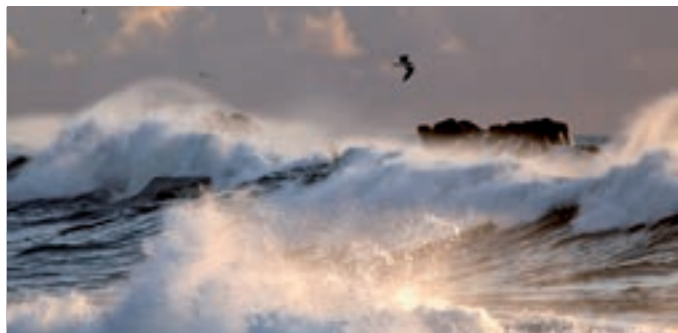
Debido a que el nivel de compromiso de los empleados tiene cada vez más importancia, este año se ha incluido en la encuesta una parte adicional de preguntas para obtener los índices de *Engagement* y *Enablement*, además de medir otros temas como el bienestar, el desarrollo profesional y la diversidad.



Los resultados nos han mostrado que el nivel de compromiso de los empleados en nuestra unidad de mercado es excelente, con un nivel de 81%, situándose claramente por encima de la comparativa global. En este sentido, los empleados reflejan que Helvetia es un buen lugar para trabajar, que tienen orgullo de pertenencia y que es una empresa que recomendarían a terceros.

Además, las cuestiones relacionadas con el respeto, el trato justo, el reconocimiento y las oportunidades de desarrollo han sido altamente valoradas por todos los empleados, obteniendo una puntuación por encima o alineada con los niveles de referencia externos.

Una iniciativa para minimizar el impacto de los fenómenos atmosféricos



Helvetia Seguros ha puesto en marcha un sistema de alertas automatizado para informar a sus mediadores y clientes de Hogar, Comunidades y Comercio sobre aquellas alertas de riesgo rojo (riesgo extremo) que facilita la Agencia Estatal de Meteorología (AEMET).

Los agentes exclusivos de la compañía reciben estas alertas por correo electrónico, y en ellas aparecen detallados los números de clientes que tienen en ese municipio que está en riesgo. Además, dichos clientes también reciben la alerta meteorológica que afecta a su zona mediante una notificación en el Área Cliente o a través de un sms. Estos avisos se procesan diariamente, teniendo en cuenta el pronóstico de alertas que comunica AEMET para el día siguiente.

Helvetia Seguros ha podido llevar a cabo esta funcionalidad gracias a sus plataformas de Big Data y de envío de comunicaciones que les permite automatizar el proceso completo, desde la obtención de la información de AEMET hasta el envío de las comunicaciones a los agentes y clientes.

Con esta iniciativa Helvetia Seguros cumple con la "Comodidad para el cliente", una de las prioridades de la estrategia *helvetia 20.25*, ya que gracias a este sistema de alertas podrá prevenir a sus clientes de los riesgos a los que pueden estar expuestos a consecuencia de fenómenos atmosféricos y de aminorar los posibles daños que puedan sufrir, velando por su seguridad, ofreciéndoles una atención directa y personalizada.

Los productos de Ahorro unit linked ya están disponibles en Sisnet

La digitalización y la aparición de nuevas herramientas digitales nos ha permitido en los últimos años mejorar la comunicación con nuestros mediadores y proporcionarles un mejor servicio. Entre las últimas soluciones tecnológicas que hemos incorporado a nuestra compañía destaca Sisnet, la plataforma de conectividad, innovación y servicios para la mediación que permite a entidades aseguradoras y mediadores, mediante el lenguaje Estándar EIAC, mantener una comunicación eficaz y eficiente para realizar sus desarrollos.

Los *unit linked* han sido los primeros productos que hemos incorporado a esta plataforma, ya que esta herramienta permite su emisión descentralizada, agilizando el proceso y haciéndolo más sostenible al ser un producto completamente digital y no ser necesario utilizar papel.

Son tantas las ventajas que presenta esta herramienta que se está trabajando para que en los próximos meses comercializar e ir añadiendo, de forma paulatina, otros productos. A largo plazo Sisnet puede convertirse en una herramienta clave para la compañía, ya que esta plataforma ofrece muchas funcionalidades.



Tres nuevos "Graduados Helvetia"



El pasado 17 de mayo se celebró, en la Sala Helvetia, la entrega de diplomas de la séptima promoción de "Graduados Helvetia", el título académico que acredita la finalización del principal programa formativo de la compañía dirigido a agentes: El Plan de Agentes de Carrera (PAC).

Este año han sido tres los agentes PAC graduados: David Reyes, Carlos Antón de Matamoros y Alfonso Mancilla, y con ellos Helvetia Seguros ya suma a un total de 21 agentes con esta titulación.

En el acto de graduación intervinieron el CEO de Helvetia Seguros, Íñigo Soto; el director del Área Comercial, José García; la responsable de Formación y Desarrollo de Personas, Elena Báez; el responsable de Recursos Humanos, José Alberto Calvo; y el socio director de Eutropía Consultores, Javier Sierra.

Claves para la gestión de la cartera de los agentes PAC

Los agentes pertenecientes al Plan de Agentes de Carrera (PAC) de la compañía, que ya se encuentran en su cuarto año de formación, asistieron el 17 y el 18 de mayo al cuarto módulo del programa. A través de la acción formativa "Claves para la gestión de la cartera", los alumnos trabajaron en la optimización de la oferta sobre su cartera y sobre su mercado local, en términos de productividad y rentabilidad del esfuerzo comercial realizado.

Estos agentes concluirán el programa formativo (PAC) a finales de 2024, al realizar la formación planificada para el quinto y último año.



Formando líderes en la empresa

Desde marzo hasta junio, 22 empleados de Helvetia Seguros han participado en los Ciclos de Desarrollo Directivo PDP1 y PDP2, que ha organizado el Departamento de Formación y Desarrollo de Personas junto a la prestigiosa consultora Otto Walter, con el objetivo de potenciar su liderazgo a través del sistema EPC (Experiencia Práctica Consciente).

La metodología de trabajo de esta formación busca la mejora de los comportamientos profesionales, mediante el desarrollo de las experiencias necesarias para que cada empleado logre reordenar sus comportamientos de la forma más eficaz, aprendiendo a aplicar de forma más inteligente todos sus conocimientos. Este año, como novedad, en los ciclos se ha incorporado y trabajado sobre nuestra cultura corporativa *helvetia way*, con la puesta en común de casos de éxito de los participantes.



LA OPINIÓN DEL EXPERTO

El poder de la tecnología en la mediación de seguros

API, B2B, *insurtech*, blockchain, nube, ecosistema digital, IA, startups, CRM... Son algunas de las siglas o términos que están irrumpiendo en el lenguaje digital y tecnológico en nuestro día a día. La mayoría de esta terminología suele ser inglés, por lo que esto dificulta su comprensión.

El mercado asegurador es uno de los más actualizados en el uso de las tecnologías y la gestión de datos en pro de la mejora del servicio, tanto a nivel interno como hacia el cliente. Una continua evolución en esta materia revaloriza lo que en la actualidad está dando unos valores muy altos al negocio asegurador, el activo digital. Albert Einstein decía: "Nunca pienso en el futuro, llega demasiado pronto" y no le faltaba razón. Probablemente los tecnólogos y CTO (Chief Technology Officer o directores de tecnología) de las grandes empresas no se sientan demasiado identificados con esto, pero para el resto de los mortales, en un entorno digital, pensar así es lo más sensato para no morir en el intento. A veces me encuentro con mediadores obsesivos que



Eloy Pérez
Consultor externo

quieren estar siempre al día en las últimas aplicaciones, probando continuamente herramientas (llegando incluso a pagar por algunas de ellas). Se trata de un virus que suele desaparecer cuando el coste Vs retorno es deficitario en euros y en tiempo.

Los mediadores de seguros de Helvetia tienen la ventaja, y deben aprovecharla, de representar a una entidad aseguradora con medios y herramientas más que suficientes para no estar desactuali-

zados. El problema viene cuando no alinean sus necesidades con las soluciones que les ofrece Helvetia Seguros y no le sacan el máximo rendimiento, por ejemplo, al uso de CRM, a las landing pages, a las RRSS, etc.

De manera que, cuando me preguntan ¿cuál es el mejor CRM del mercado o qué tecnológica es la más innovadora en este momento? Mi respuesta es clara: la de Helvetia Seguros si están usándolas, aprovechando al menos el 80% de las posibilidades que les brinda. Si aún no les están sacando su máximo rendimiento, mi consejo que se adapten a ellas lo antes posible.

La importancia de prevenir el riesgo



> Carmen Serrano y Rubén Romero durante una sesión formativa.

Helvetia Seguros ha participado un año más en el programa educativo 'El riesgo y yo' que organizan Unespa y la Fundación Junior Achievement España para enseñar a alumnos de 4º de la ESO y de 1º de Bachillerato la importancia de prevenir y gestionar el riesgo.

Esta iniciativa ayuda a los jóvenes a tomar decisiones sobre su futuro de forma prudente y acertada, y a formarse como ciudadanos socialmente responsables.

En continua formación y aprendizaje

En el último cuatrimestre el Departamento de Clientes y Mercado impartió tres interesantes sesiones de formación a los integrantes de la Oficina del Dato de Helvetia Seguros. En la primera jornada, que tuvo lugar el 29 de mayo, los asistentes pudieron conocer el funcionamiento de la herramienta de visualización de datos Power BI y los cuadros de mando que se han realizado a partir de ella. Mientras que la segunda sesión, que se realizó el 19 de junio, estuvo centrada en el Proyecto de Alertas Meteorológicas de AEMET, y, la tercera, que se celebró el 11 de julio, en el uso de la herramienta Stratio, cuya finalidad es la extracción de datos.



Presentación de "Selecta Nevería"



La Sala Helvetia acogió el 11 de mayo la presentación de "Selecta Nevería", el nuevo libro de Juan Rey, periodista y profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. La obra, que recoge las columnas de opinión que se publicaron en la sección homónima de El Correo de Andalucía de 1993 a 1997, está dividida en dos secciones: Columnario (columnas argumentativas) e Historias mínimas (columnas narrativas). El profesor Antonio Molina se encargó de presentar el acto.

Jornada AOM de Alta Dirección



El 25 de mayo más de medio centenar de CEO's y altos directivos de empresas e instituciones líderes en sus sectores se reunieron en la Sala Helvetia para asistir a la Jornada de Alta Dirección que organizó la agencia AOM Comunicación y Marketing. Durante el encuentro se debatió, entre muchos otros temas, sobre innovación, crecimiento empresarial, inteligencia artificial y nuevas tendencias en Comunicación y Marketing.

El envejecimiento en las series de ficción

La profesora de la Universidad de Sevilla y directora del equipo de investigación Admira, Virginia Guarinos, presentó el 14 de junio en la Sala Helvetia su nuevo libro "El envejecimiento en las series de ficción", de la Editorial Tirant. La obra muestra cómo el envejecimiento de la población mundial se ha convertido en un tema sensible en las series de televisión por ser una de las realidades que más preocupan en la actualidad.



Presentación de la novela "La mujer encorvada"

El 15 de junio la Sala Helvetia fue el escenario de la presentación de "La mujer encorvada", la nueva novela de la escritora y bióloga Amelia Hidalgo. El libro, que ha sido publicado por la Editorial Mascarón de Proa, realiza un análisis de la sociedad palestina del siglo I, así como el papel que desempeñaba la mujer en aquella época, a través del encuentro sanador que mantiene la protagonista de la historia con Jesús de Nazaret en una sinagoga.



Cita con la solidaridad

El 12 de junio el Centro de Transfusiones Sanguíneas de Andalucía organizó en la Sala Helvetia una campaña de donación como celebración previa al Día Mundial del Donante de Sangre, que se festeja cada 14 de junio para conmemorar el nacimiento del descubridor de los grupos sanguíneos, Karl Landsteiner.

La iniciativa fue un éxito, ya que un gran número de empleados de nuestra compañía y otras personas se acercaron hasta nuestra sede para donar sangre. Además, ese día el programa "Hoy por Hoy Sevilla" de Cadena Ser se retransmitió en directo desde la Sala Helvetia para apoyar la campaña y animar a la gente a participar en ella.



> El periodista Salomón Hachuel entrevistó a Íñigo Soto.



> Carmen Caballero y Belén Ortiz de la Tabla durante el programa radiofónico.



Sesión de trabajo de la APC sobre comunicación interna



La Asociación para el Progreso de la Comunicación (APC) organizó el 15 de junio en la Sala Helvetia una interesante sesión de trabajo, que impartió la asesora de comunicación interna y formadora en habilidades de comunicación Emi Solís, sobre las claves para realizar e implementar un efectivo plan de comunicación interna en las organizaciones.

Experian, análisis de datos para mejorar el negocio

Experian es una compañía especializada en gestión del riesgo de crédito y prevención de fraude a través de datos, analítica avanzada y plataformas de decisión. Con un volumen superior a los 21.000 empleados, desplegados por 30 países, la multinacional tiene su sede central en Dublín, con dos oficinas en España, localizadas en Madrid y Granada. Helvetia Seguros lleva 9 años confiando en los servicios de esta compañía, de cuya plataforma de location intelligence, GeoMarketing Xpert®, es usuaria activa.



Loreto de Lucas, Chief Product Officer de Experian España, considera que “Helvetia Seguros tiene una reputación sólida en el ámbito de la innovación. Como compañía han demostrado un enfoque proactivo al adoptar tecnologías y soluciones innovadoras para mejorar sus servicios y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes”. Entre ellas se encuentra GeoMarketing Xpert®, una plataforma que ayuda a optimizar las tareas de los Departamentos de Marketing, Expansión y Comercial. Esta plataforma incluye variables e indicadores de alto valor tanto del mundo empresarial como de consumidores, permitiendo explotar modelos analíticos a través de las distintas funcionalidades, con la capacidad de incorporar todos los datos de negocio del cliente, que en el caso específico de Helvetia son Agentes y Oficinas, Peritos, Redes de Servicio y Clientes.

“A lo largo de los 13 años de vida de GeoMarketing Xpert® -explica Loreto de Lucas-, hemos desarrollado distintos verticales sectoriales con contenidos y funcionalidades específicos de cada sector. Helvetia Seguros cuenta con nuestra

plataforma vertical de Seguros, conocida como GeoMarketing Xpert® Insurance que incluye indicadores específicos de alto valor denominados Indicadores Insurance. A través de estos indicadores se conoce la potencialidad de consumo de cada zona geográfica. Adicionalmente, se obtienen mejoras significativas en la captación de potenciales y desarrollo de clientes, para identificar nuevos nombramientos, así como optimizar toda su red de agentes y oficinas y redes de servicios”.

De este modo, durante los 9 años de colaboración con Helvetia Seguros, Experian ha ido adaptando y personalizando la plataforma a las necesidades de la compañía, y se han ido evaluando e incorporando otros productos y servicios que permitieran incrementar la aportación de valor.

Pero Experian va mucho más allá de su herramienta de geomarketing. “Nuestros servicios end-to-end -sostiene Loreto- cubren los nuevos retos que nuestros clientes afrontan a lo largo de todo el ciclo de vida de la gestión del riesgo de crédito y prevención de fraude”.

De este modo, Experian es el único proveedor en España que ofrece información sobre particulares, autónomos, pymes y grandes empresas. “Ofrecemos un afianzado y reconocido servicio de Analytics con modelos basados en metodologías tradicionales y avanzadas, incluyendo en nuestra suite soluciones de Scores transaccionales, modelos de fraude, modelos de recobros...”, explica su responsable en España. Para ello, disponen de plataformas ‘cloud’ para procesos ágiles de admisión y financiación digital, que funcionan con las últimas y más avanzadas tecnologías, y que además permiten incorporar



En la imagen, Loreto de Lucas, Chief Product Officer de Experian España.

las últimas innovaciones en servicios de Open Banking y Open Data (para acceso a información de datos públicos).

Experian comenzó sus actividades en España en la década de los 90, prestando servicios de consultoría analítica y motores de decisión. Durante todos estos años, ha venido ampliando sus líneas de negocio, lanzando soluciones de prevención de fraude, centrándose en nuevos datos de valor añadido e incorporando nuevas soluciones analíticas. Su propuesta de valor se completó con la adquisición en 2021 de Axesor, especializada en el suministro de información comercial y plataformas de marketing.

“En el ámbito asegurador -sostiene Loreto-, Experian colabora fundamentalmente a través de la información crediticia y soluciones analíticas. A través de estas soluciones, las compañías de seguros disponen de datos adicionales que incorporan en el proceso de suscripción de las pólizas y tarificación. Asimismo, colaboramos a través de estas soluciones en la evaluación de los siniestros. Adicionalmente, otra línea de colaboración importante con el mundo asegurador se centra en los servicios de marketing, ayudando a las entidades en el desarrollo de negocio y en las segmentaciones de clientes existentes. En el ámbito de la innovación, hemos colaborado con varias entidades, incorporando la solución de

Open Banking en el seguro de alquiler específicamente”.

A medio plazo la compañía aspira a continuar expandiendo su presencia en el mercado español y seguir ofreciendo soluciones innovadoras en el ámbito asegurador que faciliten la evaluación de riesgos, poniendo a disposición de las entidades datos y herramientas que permitan hacer más eficientes muchos de sus procesos.

Según Loreto de Lucas, “en el ámbito de la innovación, Helvetia proyecta una imagen de ser una empresa abierta al cambio y dispuesta a explorar nuevas formas de prestar servicios de seguros. Han invertido en tecnologías digitales, como aplicaciones móviles y plataformas en línea, para facilitar la interacción con los clientes y agilizar los procesos de seguros. Además, Helvetia ha demostrado interés en la colaboración y la asociación con startups y empresas tecnológicas para impulsar la innovación en el sector. Han participado en programas de aceleración y han establecido alianzas estratégicas para fomentar la adopción de nuevas soluciones y tecnologías en la industria. En general, su imagen en términos de innovación es muy positiva, mostrándose como una empresa dispuesta a adaptarse a los cambios de mercado y utilizar tecnologías emergentes para mejorar la experiencia de cliente y optimizar sus procesos internos”.

“Tienes que disfrutar con lo que haces”

Para Roberto García, agente exclusivo de Helvetia Seguros en Vitoria, la clave para ser un buen mediador es divertirse y disfrutar trabajando. “Para mí es un placer venir cada día a trabajar, me encanta lo que hago y disfruto con mi trabajo”, explica, defendiendo el valor de la juventud y la aportación de frescura que otorga en el asesoramiento y la venta de seguros.

Roberto García

Agente exclusivo de Helvetia Seguros en Vitoria



Llevas más de una década como agente exclusivo de Helvetia Seguros en Vitoria. ¿Cómo fue el proceso de convertirte en agente?

Con esta pregunta que me haces, me doy cuenta de lo rápido que pasa el tiempo. Recién llegado de mi Erasmus en Finlandia, con una asignatura todavía pendiente de validación, apareció la oportunidad de trabajar en una oficina de seguros: la persona que llevaba ese negocio se jubilaba, y las socias propietarias de la cartera buscaban a una persona que se las gestionara. Tras cuatro años trabajando en la agencia, y viendo que estaba en el lugar indicado, decidí comprar la cartera y hacerme con un pequeño local en la arteria principal económica de la ciudad. Fue un flechazo a primera vista: sin ningún tipo de pretensión, surgió en ese momento. Yo, en todo caso, siempre he estado ligado al mundo de los seguros, ya que mi madre pertenecía a este sector. Ella fue quien me abrió la puerta, y es quien me ha enseñado a ser quien soy. No he podido tener nunca un mejor espejo en el que mirarme, sin ella no estaría aquí. Después de casi 12 años desde aquel 1 de diciembre de 2011, tengo la

satisfacción de poder decir que hemos multiplicado casi por cuatro el negocio.

Aunque trabajas en Vitoria, eres natural de Zaragoza. ¿Cómo acabaste convirtiéndote en un vasco adoptivo?

Es un tema familiar, aunque llevo prácticamente toda la vida viviendo aquí, en Vitoria. Una ciudad que, todo el que la conoce, se queda enamorado de ella. De Zaragoza sólo queda mi pasión por el Real Zaragoza, que a día de hoy me da más disgustos que alegrías, y sobre todo la “cabezonería” que siempre se atribuye a los maños.

¿Cómo ha evolucionado tu agencia a lo largo de estos 12 años?

Se trataba de una agencia con un volumen pequeño, con clientes de avanzada edad y de base muy familiar. El negocio perdía más de un 15% de su volumen en los últimos años, de manera que el comienzo no fue fácil. En estos casi 12 años hemos crecido mucho, a base de constancia y trabajo. Aunque suene muy tópico, para mí es un placer venir cada día a trabajar. Me encanta lo que hago y disfruto con mi trabajo, cada reunión con un

cliente es una posibilidad nueva si el buen asesoramiento está detrás, y cada problema que un cliente pueda tener, un reto y una satisfacción cuando acabas solucionándolo. Soy una persona que no para y que está en continua actividad.

Háblanos de tu "plaza". ¿Hay mucha competitividad? ¿Qué perfil de clientes es el mayoritario?

En Vitoria, al igual que en el resto del territorio, la competitividad es salvaje. La oficina la tenemos en la arteria principal donde están todas las entidades bancarias y los mayores corredores de seguros de la ciudad. Pero yo lo veo, más que como un problema, como una oportunidad. Si quieres ser grande tienes que estar donde están los mejores y tratar de diferenciarte del resto.

¿Qué crees que aportas tú como agente de Helvetia frente a otras agencias de la competencia?

Creo que en muchos casos existe cierta percepción del agente como una persona sin especialización alguna, que quiere tratar de venderte cualquier producto, sea cual sea la finalidad del mismo. Nada que ver con la realidad, y con muchos de los compañeros que componen la familia Helvetia, de los cuales aprendo constante-



mente. Un aspecto que tengo muy claro es que en nuestra oficina no existe presión alguna para tomar decisiones. Si existe un buen asesoramiento, formación y sobre todo frescura en el trato con el cliente, es cuestión de tiempo que acabe por escogernos. Creo también que la juventud, que pudiera jugar un papel negativo debido a su asociación con la inexperiencia, en nuestro caso funciona justamente, al contrario: nos acerca más al cliente, nos aleja del estereotipo. Helvetia Seguros se encarga de formarnos y de darnos las herramientas.

¿Qué imagen crees que traslada a la sociedad Helvetia Seguros como compañía?

La de una compañía que cuida a su cliente, que personaliza y le da la relevancia que se merece cada cliente. En todo caso, la imagen de Helvetia en gran parte es la de sus agentes, y creo que la compañía se encarga de cuidar mucho también este aspecto.

Para terminar, la pregunta obligada. ¿Qué elementos son los que a tu juicio, hacen que un agente sea un buen agente?

Explicaré la base del éxito de un agente con un ejemplo sencillo: Los buenos futbolistas lo son porque disfrutan con su trabajo. El futbolista que ejerce su profesión por dinero, por mucha calidad que tenga, será rentable para su equipo y para él mismo, pero nunca será un gran futbolista. El buen torero que ama lo que hace, llega y marca al aficionado, algo que no puede transmitir quien no disfruta con su profesión, y le hace diferente. Por eso llena plazas y arrastra a sus seguidores allá donde torea. Si lo trasladamos a nuestra profesión, no tengo ninguna duda de que tienes que disfrutar con lo que haces. Tenemos además la suerte de estar respaldados por una compañía como Helvetia Seguros, que nos da esa seguridad que necesitamos. Si esas dos cualidades se juntan con una buena formación, experiencia y dedicación, creo el buen agente llenará plazas y seguirá marcando muchos goles.



The Hoff Brand

“La seguridad de todas nuestras tiendas está en manos de Helvetia”

En apenas cinco años, la firma de zapatillas HOFF ha pasado de ser una pequeña empresa a contar con 15 tiendas propias y más de 1.300 puntos de venta en el mundo. La firma llegará a París, Lisboa y Londres este año, y prepara su desembarco en otros atractivos mercados como Estados Unidos, México, Israel o Arabia Saudí. Desde sus inicios, confía el aseguramiento de sus establecimientos en Helvetia Seguros. “Valoramos -afirma su CEO- la tranquilidad de contar con una persona de máxima confianza, Felipe Ayala, que nos facilita la gestión de todo lo relacionado con el mundo de los seguros, lo que nos permite centrarnos directamente en nuestra área de negocio”.



Fran Marchena
Fundador y CEO de HOFF

HOFF se centra en la producción y comercialización de “sneakers” de moda. ¿Cómo surge este proyecto y cuál ha sido la evolución?

HOFF surge en el año 2017 ante la carencia en el mercado de sneakers coloridas. En ese momento primaban modelos blancos, por lo que decidí crear una oferta colorida aunando el diseño, la comodidad y los precios asequibles. Hasta la fecha, HOFF se ha convertido en una de las empresas más prometedoras de la industria de la moda y del territorio internacional, con 15 tiendas propias y más de 1.300 puntos de venta alrededor del mundo. La firma ha reforzado además su catálogo de productos con una apuesta lifestyle formada por botas, sandalias, bolsos y colecciones *ready-to-wear* entre

otros, mientras prepara su llegada a París, Lisboa y Londres con sus primeras tiendas internacionales durante este verano.

El mundo de las sneakers es más bien un universo. ¿Qué aporta a este enorme ecosistema de marcas y propuestas una firma como HOFF?

Nuestro secreto no es otro que el producto en sí, en el que se combinan colores y texturas. HOFF nació para ofrecer sneakers de colores en un mercado en el que solo había zapatillas blancas. Además, hay que sumarle nuestras suelas serigrafiadas, la comodidad del producto -el cual cuenta con plantillas de memory foam que se adaptan a cada pie-, y la continua innovación en sus siluetas que mezclan tejidos y detalles con los que captar distintas audiencias.

Su canal inicial de venta era a través de Internet. Hoy cuentan con una red de tiendas físicas y acuerdos con grandes superficies como El Corte Inglés. ¿Hacia dónde evoluciona su mercado?

Nuestro negocio está basado en tres canales: online, wholesale y retail. En nuestros inicios apostamos por en canal online, donde nos dimos a conocer a nivel nacional e internacional gracias a nuestra fuerte apuesta por el marketing digital. La marca fue evolucionando y, sin dejar de lado el canal online, abrimos nuevos mercados en el mundo wholesale, donde hoy en día ya llegamos a más de 1.300 puntos de venta. Por último, y tras el éxito de nuestra primera *Flagship* en Madrid abierta el 2020, decidimos apostar fuerte por el canal retail, donde durante el año 2022 hemos abierto 10 tiendas propias en España y 15 puntos de venta en El Corte Inglés. Nuestro éxito se basa en no dejar de lado ninguno de estos tres canales, cuidando y mejorando cada día la relación con nuestros agentes y clientes, con un enfoque 360° de la marca que hace que sea una marca muy atractiva con la que trabajar. El gran objetivo para este 2023 es abrir nuestras primeras tiendas internacionales, empezando por París, Londres y Lisboa.

En relación con el calzado, y en general los textiles, siempre acaba sobre la mesa la cuestión de las condiciones de producción. ¿Qué papel juega la sostenibilidad de los procesos en el modelo de negocio de HOFF?

Trabajamos de la mano de BCOME (plataforma global de sostenibilidad que traza el impacto de nuestros productos en el medioambiente). En HOFF queremos ser cada vez mejores en todo lo que hacemos y esto pasa por trazar desde el origen sus productos en lo relacionado a sostenibilidad y responsabilidad. Y, esta última, como marca emergente, es una obligación. HOFF busca ser transparentes con sus clientes. Ser sostenibles no

solo implica cuidar del medioambiente ni la mejor utilización de las materias primas, también es ofrecer una transparencia total del impacto de los productos a su público. HOFF está trabajando para que las próximas colecciones incluyan materiales reciclados y prácticas 100% sostenibles, así como en el desarrollo de su plan de acción para conseguir el certificado en B Corp que implica e impacta a todos los departamentos de la empresa.

¿Hacia dónde avanza la compañía? ¿Cuáles son sus retos estratégicos?

Nuestro objetivo es llegar en el plazo de tres años a una facturación de 100 millones de euros, tener 45 tiendas propias en España y una red de expansión retail en las principales capitales europeas, así como en importantes ciudades de Estados Unidos, México, Israel y Arabia Saudí. Todo ello, sin descuidar nuestros otros dos principales canales de ventas, a los que le seguiremos impulsando para seguir nuestro ritmo de crecimiento.

Tanto sus 15 tiendas como su centro de actividad están aseguradas con Helvetia Seguros desde hace un lustro. ¿Cómo valoran su relación con la compañía?

Familiar. Nuestra historia con Helvetia Seguros comenzó con la relación de nuestro mediador Felipe Ayala y la apertura de nuestras oficinas centrales y primeras tiendas. Desde entonces, Felipe ha estado a nuestro lado en todo momento, acompañándonos en cada apertura de tienda y proporcionándonos el mejor soporte cuando lo hemos necesitado. Digamos que Felipe nos ha hecho la vida más fácil de la mano de Helvetia Seguros. Hoy en día, la seguridad de todas nuestras tiendas está en manos de Helvetia. La confianza es plena para ambas partes y ahora que estamos en plena fase de expansión internacional, nos sentimos muy contentos de que Helvetia nos acompañe en esta etapa de crecimiento y expansión. En definitiva, valoramos la tranquilidad de contar con una persona de máxima confianza, Felipe Ayala, que nos facilita la gestión haciendo que todo lo relacionado con el mundo de los seguros para nuestra empresa no sea un problema o una preocupación, lo que nos permite centrarnos directamente en nuestra área de negocio.

¿Qué imagen considera que tiene Helvetia Seguros como entidad aseguradora?

Helvetia Seguros nos ha demostrado ser una gran compañía; profesional, comprometida, transversal e integral. Ante cada necesidad, ha estado presente para ofrecernos una solución y, por ello, fortaleceremos nuestra relación con la marca en el futuro.

Helvetia Seguros mejora su oferta de Auto Empresas, Responsabilidad Civil, Empresa y Comercio

El nuevo seguro de Furgonetas y la Responsabilidad Civil para Perros se suman a la incorporación de nuevos servicios gratuitos de Sostenibilidad en Empresa y Comercio.



Antonio López

Responsable Departamento de Automóviles
Empresas y Operaciones Especiales

En los últimos meses, Helvetia Seguros ha llevado a cabo el lanzamiento de varios productos con los que busca ganar en cuota de mercado, así como la mejora de garantías de alguno de sus productos. Con todo ello, la compañía sigue avanzando para ofrecer productos más flexibles, completos y adaptados a las necesidades de los clientes.

Más concretamente, los nuevos productos son dos: seguro de Furgonetas y seguro de Responsabilidad Civil para Perros. La ampliación de garantías tiene que ver con los productos de Empresa y Comercio.

Nuevo producto de furgonetas

El nuevo seguro de furgonetas está destinado a aquellas personas físicas o jurídicas propietarias de estos tipos de vehículos de uso particular o profesional que desean contar con un seguro diseñado específicamente para ellos.

Con Helvetia Furgonetas, además de disfrutar de las coberturas básicas, los clientes tienen la opción de contratar otras garantías, como la Responsabilidad Civil de la carga, fenómenos atmosféricos o cristales plus. Además, tienen a su disposición una amplia red de talleres concertados distribuidos por toda España a los que pueden llevar sus vehículos cuando sea necesario.

“Se trata de un producto simple y ágil dirigido a satisfacer las necesidades del cliente con nuevas garantías y flexibilidad en la contratación”.

> Antonio López

Para agilizar la contratación de la póliza con daños propios, Helvetia Seguros dispone de un servicio de fotoperitación que permite al cliente incorporar las fotografías del vehículo para que los técnicos de la compañía puedan realizar la correspondiente valoración.

Con este nuevo lanzamiento Helvetia Seguros cumple con una de las prioridades de su estrategia *helvetia 20.25*, relativa a mantener en el mercado una oferta completa de productos, adaptada a las expectativas más exigentes de sus clientes.

Este nuevo producto se suma a la gama de seguros Helvetia Auto Empresas, una innovadora oferta diseñada para dar solución a los riesgos derivados del uso de camiones, vehículos industriales, vehículos agrícolas y remolques, en distintos ámbitos de circulación. Así, Helvetia Auto Empresas incluye las modalidades de Seguro de Vehículos Ligeros, Seguro para Camiones y otros Vehículos Pesados, Seguro para Vehículos Industriales, Seguro de Tractor y Vehículos Agrícolas, Seguro de Flotas y, ahora también, Seguro de Furgonetas.

Para Antonio López, responsable del Departamento de Automóviles Empresas y Operaciones Especiales, “se trata de un producto simple y ágil dirigido a satisfacer las necesidades del cliente con nuevas garantías y flexibilidad en la contratación”.





“Con esta iniciativa, Helvetia Seguros cuenta con una 'oferta completa' de productos más simples y personalizados”.

> Alfonso Pascual, responsable Departamento Riesgos de Empresas



Nuevo producto de Responsabilidad Civil para Perros

A partir del 29 de septiembre, con la entrada en vigor de la Ley de Bienestar Animal, todos los perros deberán contar obligatoriamente con un seguro de este tipo, independientemente de su tamaño, raza o características.

Con el fin de adaptarse a esta nueva ley y cumplir con las nuevas necesidades de los clientes, Helvetia Seguros ha lanzado al mercado un seguro específico de Responsabilidad Civil para Perros destinado a cubrir los posibles daños materiales y personales y perjuicios que el animal pueda ocasionar a terceros, así como los gastos de defensa derivados de los mismos.

La póliza, que ofrece cobertura en todo el territorio nacional (con posibilidad de ampliar a la Unión Europea), tiene un capital único de 400.000 euros por siniestro/año y sin franquicia. Se puede contratar en dos modalidades en función del grado de peligrosidad del animal de acuerdo con la normativa vigente.

Además, como gran novedad, los clientes tienen la posibilidad de asegurar en una sola póliza hasta tres perros, siempre y cuando estos pertenezcan a la misma modalidad de contratación y delimitación geográfica.

Perseguimos con ello aprovechar la oportunidad que nos brinda el mercado para obtener un número importante de pólizas de nueva producción, considerando que hasta tanto no se desarrollen reglamentariamente las características que deberá tener este seguro (capital mínimo, coberturas, exclusiones, etc.), cubriríamos ampliamente las expectativas de contratación.

Para Alfonso Pascual, responsable del Departamento de Riesgos de Empresas, “con esta iniciativa, Helvetia Seguros cumple con una de las prioridades de su estrategia *helvetia 20.25*, destinada a contar con una “oferta completa” de productos más simples y personalizados para satisfacer las necesidades actuales de sus clientes”.

Nuevos servicios de sostenibilidad en Empresa y Comercio

Otra reciente novedad importante relacionada con sus productos es la incorporación de nuevos servicios en su seguro de Empresa y Comercio, destinadas a mejorar su eficiencia energética y, en consecuencia, al desarrollo de su Estrategia de Sostenibilidad.



“Con estos nuevos servicios, Helvetia Seguros contribuye al cumplimiento de uno de los objetivos de su Estrategia de Sostenibilidad: favorecer el desarrollo de una sociedad más sostenible”.

> Alfonso Pascual

Más concretamente, Helvetia Seguros pone a disposición de sus clientes, a través de su seguro de Empresa y Comercio, diferentes servicios de carácter gratuito destinados a mejorar su eficiencia energética. Con ello, además de evidenciar su compromiso en la lucha contra el cambio climático, favorece la sostenibilidad del negocio de sus clientes.

Así, las pymes y comercios que contraten su seguro con Helvetia Seguros tienen a su disposición durante el primer año un equipo de EConsultores que les asesorarán para poner en marcha su propia Estrategia de Sostenibilidad si así lo desean. Además, pueden solicitar un diagnóstico gratuito que les ayudará a identificar las principales áreas de consumo energético y aquellos aspectos potenciales que se podrían mejorar para lograr una mayor eficiencia.

También se les ofrece asesoramiento para que puedan realizar un informe de sostenibilidad conforme a los estándares del Global Reporting Initiative (GRI), en el que se recojan sus principales acciones en materia de sostenibilidad.

Adicionalmente, para los seguros de comercios también se incluyen otros servicios específicos como un comparador de tarifas energéticas, un test de evaluación que le permitirá identificar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a los que el comercio contribuye en mayor medida con el desarrollo de su actividad, y un diagnóstico que le servirá para conocer cómo se encuentra actualmente en materia de circularidad y qué beneficios tendría con la aplicación de la economía circular dentro de su negocio.

Con estos nuevos servicios, Helvetia Seguros sigue la nueva estrategia climática de la compañía, al atender las necesidades de sus clientes y acompañarlos en la transición hacia una economía descarbonizada y sostenible, ayudando de este modo a mitigar el cambio climático.

Según Alfonso Pascual, “con estos nuevos servicios, Helvetia Seguros contribuye al cumplimiento de uno de los objetivos de su Estrategia de Sostenibilidad: favorecer el desarrollo de una sociedad más sostenible, en la que haya menos emisiones de carbono”.

Valor del Cliente 3.0: más y mejor conocimiento del cliente al servicio de la organización

Acaba de entrar en vigor la nueva versión de este modelo, que aprovecha las bondades de nuestra plataforma de Big Data, ofreciendo una valiosa información incluyendo modelos predictivos de tipo Machine Learning.

El cliente se sitúa en el centro de todo el modelo de negocio de Helvetia Seguros. Por eso, desde hace más de una década, la compañía viene trabajando en lo que se ha denominado Valor del Cliente: poder alcanzar un conocimiento preciso de nuestros clientes, tan preciso que seamos capaces de evaluar sus necesidades presentes y futuras, estableciendo una valoración en función de las posibilidades que ofrecen en su relación comercial con la compañía.

El Valor del Cliente tiene que ver con el análisis de datos, la prospección estadística, big data y, en general, todo el proceso analítico y de manejo de información que finalmente se materializa en una valoración numérica del cliente del 0 al 4.

En los últimos diez años, son varios los modelos de Valor del Cliente implantados por la compañía y puestos a disposición de la red. Este Valor ha sido muy útil, inicialmente, en términos informativos, pero a partir de un determinado momento, también, para la toma de decisiones en relación con los servicios y ofertas comerciales que ofrecemos a nuestros clientes.

“El Valor del Cliente -explica Francisco Astola, responsable del Departamento de Clientes y Mercado en Helvetia Seguros y uno de los artífices de este proyecto desde sus inicios- se mide en función de tres parámetros: el valor actual, el valor futuro y el valor de la venta cruzada. Con esos tres datos, cruzados, calculados en euros, se construye el valor numérico del cliente”. De manera que los clientes se catalogan como valor negativo (0), valor bajo (1), valor medio (2), valor alto (3) y valor alto + (4).



“Con el nuevo modelo, ganamos no solo en un mejor conocimiento del cliente, sino también en la agilidad de la información”.

> Francisco Astola, responsable Departamento de Clientes y Mercado



El Valor del Cliente ha conocido distintas mejoras a lo largo del tiempo, a través de distintas versiones. Así, del Valor del Cliente 1.0 se pasó al Valor del Cliente 2.0. Y ahora acaba de implantarse una nueva versión: el Valor del Cliente 3.0, considerado uno de los hitos principales de la medida estratégica M8, denominada Customer Centricity.

Esta actualización es el fruto de más de dos años de trabajo, y ha sido posible gracias a la labor desarrollada por el equipo de analistas de datos e ingenieros de datos de Helvetia Seguros. En su diseño ha sido de gran valor la plataforma de Big Data (Stratio), implantada en 2020, y en la que se han implementado todas las fases de los modelos analíticos que componen la obtención del citado valor.

“Gracias a esta plataforma -explica Francisco Astola-, es posible manejar modelos estadísticos predictivos de tipo Machine Learning, de manera que implica una mayor precisión en las previsiones que se hacen a futuro”. El Valor del Cliente 3.0 es, de hecho, el primer proyecto puesto en marcha a raíz de la implantación de la plataforma Stratio.

A nivel de usuario, el cambio resultará imperceptible, ya que los que manejan el Valor del Cliente a través de plataformas como el B2B o el CRM seguirán recibiendo la información numérica asignada a cada cliente del 0 al 4. El cambio es interno, y se materializa en un valor de cada cliente mucho más preciso y cualificado. “Para calcular ese valor -comenta Francisco Astola-, hay un modelo bastante complejo de cálculo, que ha requerido muchísimo trabajo interno, y que contribuirá a buen seguro, estoy convencido, a mejorar aún más nuestra relación con los clientes”.

Las principales novedades del nuevo modelo pueden sintetizarse en:

- Mejora de los modelos de propensión a la fuga.
- Incorporación de nuevos modelos de vida estimada de las pólizas.
- Nueva imputación para las pólizas de Vida Ahorro, pasando a calcularse su valor en función del total del ahorro gestionado.
- Nuevo tratamiento de la siniestralidad por fallecimiento en las pólizas de Asistencia Familiar.
- Nueva imputación de primas para las pólizas de Asistencia Familiar a prima única, prorrateándolas anualmente en función de la vida estimada de cada póliza.

“Este proyecto nos ha permitido alcanzar un importante hito tecnológico con la implantación de la plataforma de Big Data -Stratio Data Fabric- permitiéndonos desarrollar en ella modelos avanzados de IA”.

> Ana Aríztegui, responsable Departamento Soluciones Digitales y Analítica de Datos

- Nuevo cálculo de la frecuencia siniestral en las pólizas de Salud, pasando a calcularse a nivel de asegurado.
- Imputación del coste por devolución bancaria, reclamación amistosa o reclamación judicial.
- Automatización completa del proceso de cálculo.

El cálculo del Valor del Cliente se actualizará con periodicidad mensual. Y este cálculo se realiza automáticamente, en función de los parámetros de la herramienta. “Con el nuevo modelo, ganamos no solo en un mejor conocimiento del cliente, sino también en la agilidad de la información, que ahora se produce de forma automática”. De hecho, como advierte Francisco Astola, ya no habrá que esperar a un “Valor del Cliente 4.0”, sino que el Valor del Cliente 3.0 se irá perfeccionando de forma constante y paulatina. Así, el departamento de Clientes y Mercado ya trabaja para introducir mejoras en los modelos de fuga.

“La comparación de las predicciones con la realidad, tanto en aciertos como en errores -concluye Francisco Astola- nos permitirá ajustar constantemente estos modelos y lograr mejoras significativas. Solo esperamos que esta sea una herramienta útil y siga impulsando todas las aplicaciones prácticas que actualmente tiene en los procesos de nuestra compañía”.

Helvetia por el mundo, en pinturas

Mare Santos, de la agencia Barahona Santos Seguros de Mengíbar (Jaén), es también pintora, y en una colección única ha reunido la experiencia de su participación en los inolvidables viajes de incentivos.



Mare Santos
Agencia Barahona Santos Seguros

Tener la suerte -o más bien el mérito- de formar parte de forma habitual de las expediciones anuales de los viajes de incentivos de Helvetia Seguros ofrece muchas posibilidades. Son viajes llenos de descubrimientos, de vivencias imborrables, de momentos de convivencia única. Pero si, además de agente, eres artista, los viajes representan también una oportunidad para desarrollar la creatividad.

Y eso es justo lo que viene haciendo desde hace años Mare Santos, pareja del agente Antonio Barahona, de Mengíbar, y que desde 2019 hasta hoy ha trabajado en una serie de pinturas que recrean paisajes, vivencias y momentos de los sucesivos viajes de incentivos, y a la que ha llamado, muy gráficamente, "Helvetia por el mundo".

Todo su trabajo puede contemplarse en la web www.mareysumundo.com, donde se reúnen desde cuadros en distintas técnicas (lienzo, table, arpillera, etc.), hasta murales, pasando por trabajos diversos por encargo (recordatorios de comuniones y bodas, libros de firmas, detalles personalizados...).

"He preparado varias exposiciones -explica-, y aunque tengo poco tiempo, termino una exposición, proyecto la siguiente, empiezo sin prisa, pero

sin pausa". Su colección más reciente, de hecho, es la que tiene que ver con los viajes de incentivos organizados por Helvetia Seguros.

"Hemos tenido la suerte de disfrutar de ocho destinos gracias a estos viajes, que he plasmado en diferentes cuadros. El resto, he pedido orientación a nuestros compañeros de Jaén, y de este modo he completado una colección de 20 trabajos", comenta.

A través de estos trabajos, puede llevarse a cabo un relato de los viajes de incentivos de Helvetia Seguros de los últimos 20 años. Resultan especialmente interesantes, por su vivencia personal, los ocho viajes en los que Mare ha participado con su marido, y que ella contextualiza de este modo:

"El viaje a Egipto, en 2004, fue toda una aventura. Mientras los guías te explicaban su historia, grabada en jeroglíficos, yo me sentía un poco como Indiana Jones. En el cuadro correspondiente a ese viaje, he plasmado el calor del desierto, con un horizonte sin fin, pues se unen cielo y tierra, como si fuera todo cielo o toda tierra".

"El viaje a Viena y Budapest, en 2005, no me sorprendió tanto como Egipto, pues somos como "primos", con parecida cultura, misma religión... Pero para mí fue un viaje de lujo y diversión. De lujo porque no me suelo hospedar cuando viajo en hoteles de tal categoría. Y de diversión, qué contar: recuerdo una noche, a orillas del Danubio, bailando sevillanas, al compás de una guitarra...". En el cuadro dedicado a Viena he pintado la fachada del Edificio Hundertwasserhaus o casa de colores, pues es como una melodía a la vista. En Budapest elegí una panorámica de la ciudad anocheciendo, como forma de plasmar el encanto de una ciudad que te envuelve, pues es muy acogedora, romántica y melancólica a la vez".

"Argentina, en 2006, fue sin duda el viaje de mi vida. Tengo que reconocer que me impactan y





emocionan mucho más los paisajes naturales que los urbanos, y la Patagonia es naturaleza pura y única. Tenía que pintar el glaciar Perito Moreno, con sus infinitos tonos azules. Este viaje lo viví con mucha intensidad gracias a que estaba embarazada, de ocho meses, de mi hijo Manuel y cuando estás embarazada, los sentidos, los tenemos multiplicados por tres, por eso creo que fue tan especial. También he querido pintar, de este destino, un tango, sin duda el baile más estimulante y elegante que existe”.

“En Canadá, en 2007, también estaba embarazada, en este caso de mi hija Mare, y de solo 20 semanas. En el díptico ‘Canadá y Toronto’ intento plasmar el azul de su limpieza, de su orden, de su grandeza, una ciudad futurista, inmensa y con un respeto

medioambiental a años luz del resto del mundo”.

“En 2008, tocó Vietnam, para mi marido el mejor de los vividos. Todo te impresiona, te impacta, por ser diferente, aunque yo destaco el carácter de los vietnamitas, su forma de controlar las emociones, su buen fondo, sin perjuicios, sin envidias... son geniales”. En su cuadro alusivo, Mare retrata a unos marines, camuflados por el color de la selva vietnamita, observando el oscuro destino que tienen enfrente: la Bahía de Halong, “uno de los paisajes más bonitos, que han visto mis ojos, pero ellos, con su fusil en la mano, no pueden ver la belleza”.

Después de 14 años sin estar clasificados, el viaje a Australia en 2022 fue muy especial. “Después de varios años, renacimos como el ave Fénix. Para mí fue un viaje de agradecimiento a la vida, que te brinda infinitas oportunidades para levantarte cuando caes. En su cuadro alusivo, Mare plasmó la experiencia de su primera inmersión submarina”.

El resto de los destinos de Helvetia Seguros plasmados no parten de la experiencia personal de Mare, pero ella asegura que también disfrutó mucho pintándolos. “Al ser tan diferentes cada uno de ellos, ha sido como recorrer un lindo viaje”, explica.

“Lo mejor de los viajes de incentivos que organiza Helvetia Seguros -asegura- es vivirlos en tan buena compañía. Disfrutas con tus conocidos, ya que se crean vínculos con compañeros a los que, aunque igual no veas más, jamás vas a olvidar. Sientes que los quieres para siempre, es como pertenecer todos a una gran familia. Nuestra familia de Helvetia”.



A man with a beard and glasses, wearing a dark blue suit, white shirt, and a striped tie, stands with his hands in his pockets. He is positioned in front of a large, ornate fountain with multiple tiers and a central water column. In the background is a grand, classical-style building with many windows and a Spanish flag flying from a pole on the roof. The scene is set outdoors on a paved area with some low-lying plants in the foreground.

“Somos una empresa pionera en la implantación de Nuevas Tecnologías”

*> Alejandro Gestoso, responsable Departamento
Servicios Generales e Inmuebles/Project Manager
IFRS17/9*

**“La calidad en la
gestión siempre
ha sido la base
del éxito”**

*> Manuel Monge, director de Zona Sevilla
Mantenimiento y Gestión*



Alejandro Gestoso y Manuel Monge se reúnen en nuestra entrevista doble para tratar asuntos de gran interés de nuestra compañía. Les preguntamos acerca de la digitalización, de la evolución de Helvetia Seguros, también abordamos la importancia de Compliance, y, por supuesto, hablan sobre la imagen que proyecta Helvetia en la sociedad. Y por último, les invitamos a meterse en la piel de su compañero de entrevista.

Una vez más, recurrimos para nuestra entrevista doble a un responsable de departamento (Alejandro Gestoso), y un director comercial (Manuel Monge), por favor, con brevedad, en qué consisten, para que cualquiera pueda entenderlo, vuestros respectivos desempeños.

Alejandro Gestoso: Mi trabajo y responsabilidad es doble. En primer lugar, soy el Project Manager de la normativa IFRS 17/9, y mi función es ejercer la coordinación entre el Grupo Helvetia y Helvetia Seguros de la correcta implantación de esta nueva normativa. IFRS 17 es el mayor reto para el sector asegurador y reasegurador, ya que no será un simple cambio contable, sino que impactará realmente en las operaciones de las compañías. En segundo lugar, soy el responsable del Departamento de Servicios Generales e Inmuebles. En cuanto a Servicios Generales, mi cometido es proporcionar de forma eficiente los servicios que requiera Helvetia Seguros en materia de comunicaciones, transporte, correspondencia, archivo, reproducción de

documentos, intendencia, vigilancia, mensajería, etc. En cuanto Inmuebles, asegurar y garantizar el correcto funcionamiento mantenimiento de todos los inmuebles en propiedad de Helvetia Seguros cubriendo sus requisitos y necesidades.

“La política de Compliance es fundamental para una organización, ya que protege a la empresa garantizando que los empleados cumplen las leyes y reglamentos”

> Alejandro Gestoso

al cliente y aumentar su grado de satisfacción. Nuestro objetivo es estar cada día más cerca del cliente, ofreciéndoles la oferta más completa y que mejor se adapte a las expectativas más exigentes. Sin duda, la mejor forma de hacerlo es teniendo contacto directo en el día a día. Nuestro equipo comercial, actualmente, está compuesto por nueve



Alejandro Gestoso

El grupo musical perfecto: Black Eyed Peas.

El concierto que recuerdas con más cariño: Black Eyed Peas.

Cómo te ves de jubilado: En una ciudad con mar y con la familia.

Una cosa que haces y que jamás pensaste qué harías: Participar y colaborar activamente en una asociación de niños con incapacidad cerebral.

La mejor decisión que podría tomar el nuevo Gobierno español: Evitar los conflictos y disputas en la población española.

Si viaja a tu tierra, todo el mundo debería: Conocer su cultura, gentes y gastronomía.

Una frase que te retrata: “No esperes tenerlo todo para disfrutar de la vida, ya tienes la vida para disfrutar de todo”.

Cuando nadie te ve: Bromeo mucho.

Echas a esa persona muchas veces de menos: Familia.

Para ser más felices, deberíamos: Ser amables y generosos con los demás.

La última vez que lloraste de risa: Hoy.

Aunque lo intentas, sigue dándosete fatal: La cocina.

En cambio, lo bordas cuando lo haces: Escuchar a los demás.



Manuel Monge

El grupo musical perfecto: The Beatles.

El concierto que recuerdas con más cariño: Dire Straits en el año 1992 en Madrid.

Cómo te ves de jubilado: Paseando por una playa de Cádiz.

Una cosa que haces y que jamás pensaste que harías: Ir al gimnasio los fines de semana.

La mejor decisión que podría tomar el nuevo Gobierno español: Cumplir con su programa electoral.

Si viaja a tu tierra, todo el mundo debería: vivir la romería de Nuestra Señora de Valme, en Dos Hermanas (Sevilla).

Una frase que te retrata: La paciencia no es la capacidad de esperar, es el modo en que nos comportamos mientras esperamos.

Cuando nadie te ve: Puedo ser o no ser.

Echas a esa persona muchas veces de menos: Siempre.

Para ser más felices, deberíamos: Relajarnos y reír más.

La última vez que lloraste de risa: Hace unos días con las cosas de mi madre.

Aunque lo intentas, sigue dándosete fatal: Bailar bachata.

En cambio, lo bordas cuando lo haces: El gazpacho y las papas con choco.

mediadores que han conseguido alcanzar un crecimiento positivo y cada vez más estable.

Los dos tenéis en común que, antes de desembarcar en Helvetia Seguros, tuvisteis bastante experiencia en otros sectores. ¿En qué medida esa experiencia previa ha influido positivamente en vuestro desempeño actual en la compañía?

A.G.: En mi función como Project Manager de IFRS 17/9 ha sido decisiva mi experiencia en numerosos proyectos que he participado tanto en PriceWaterHouseCoopers (9 años) como en Ernst&Young (5 años), trabajando en numerosos proyectos como Project Manager, en distintas implantaciones tanto en el sector de banca o el retail, como en los seguros. En cuanto a mi segunda actividad, al frente del Departamento de Servicios Generales e

Inmuebles, me ha servido de gran ayuda tener experiencia en la gestión de Recursos Humanos, Materiales y Presupuestos.

M. M.: Mucho. Pienso que mi experiencia anterior, independientemente del sector, ha sido enriquecedora personal y profesionalmente para desarrollar habilidades en la gestión de equipos y consecución de objetivos. Al final, aplicas en el día a día las herramientas que te ayudaron y te enseñaron a liderar equipos a través del convencimiento. Todos los refranes trabajan... Y la experiencia siempre es un grado.

Manuel, aunque tu ámbito de actividad actual es el de la gestión comercial, tuviste experiencia en labores de control de calidad y procesos de auditoría. Por tu parte,

Alejandro, el cumplimiento normativo juega también a buen seguro un importante papel en tu ámbito de competencias. ¿En qué medida creéis que es importante la política de Compliance para la adecuada marcha de la compañía?

A.G.: La política de Compliance es fundamental para una organización, ya que protege a la empresa porque garantiza que los empleados cumplan las leyes, normas, prácticas éticas y reglamentos aplicables a sus funciones en la organización. El objetivo principal del cumplimiento normativo es prevenir y minimizar los riesgos legales,

financieros y reputacionales que pueden derivar de infracciones o incumplimientos normativos. Es por ello por lo que es un punto clave en todas las organizaciones.

M.M.: Si traducimos la palabra, esta habla por sí sola: Cumplimiento normativo. Creo que es de vital importancia que todos

llevemos a cabo los códigos de buenas prácticas que marca la empresa, ya que el objetivo es garantizar el correcto funcionamiento de ésta y evitar, prevenir problemas de cara al futuro. Para mí, la calidad en la gestión siempre ha sido la base del éxito, cada detalle por pequeño que sea y cada paso que demos cuenta para avanzar y mejorar. En este aspecto la compañía sigue avanzando cada día más.

Tú, Manuel, llevas más de una década vinculado a Helvetia Seguros. Por tanto, has podido conocer de cerca su evolución como compañía. Tu vinculación a la compañía, Alejandro, es bastante más reciente (te incorporaste en 2019), pero tu experiencia previa en el ámbito de la consultoría y del sector te ha permitido tener una visión muy amplia del mercado. Desde

“Para que exista un buen clima de trabajo es necesario implantar el respeto entre compañeros, trabajar la convivencia y predicar con el ejemplo”

> Manuel Monge



vuestras respectivas experiencias, ¿cómo veis a Helvetia Seguros en el contexto del sector?

A.G.: En el contexto del sector creo que somos una empresa pionera por la implantación de las Nuevas Tecnologías, así como la total digitalización de la empresa mediante el ERP (planificación de recursos empresariales). A corto plazo, la migración a SAP HANA, etc. Del mismo modo la implantación de la nueva normativa contable IFRS 17/9.

M.M.: Muy aventajada. De manera subjetiva he visto la evolución de estos últimos años y los avances que hemos experimentado como compañía nos han situado en una buena posición, pero también de forma objetiva los datos y rankings publicados por empresas externas nos hacen estar en los primeros escalafones y eso será por algo... Todo ello sin contar con la que ha sido una de las grandes noticias del sector en los últimos años: la adquisición de Caser por parte del Grupo Helvetia.

Ambos estáis acostumbrados a trabajar con equipos humanos. ¿Qué aspectos consideráis indispensables para que exista un buen clima de trabajo?

A.G.: Considero varios puntos relevantes para fomentar un buen clima laboral: en primer lugar, promover el respeto; en segundo lugar, buscar feedback con los empleados, que cada empleado se sienta persona y no un número dentro de la organización; en tercer lugar, capacidad de Liderazgo; en cuarto lugar, reconocimiento a los empleados; en quinto, lugar de

“Dentro del sector, somos una empresa pionera por la implantación de las Nuevas Tecnologías y la apuesta por la digitalización”

> *Alejandro Gestoso*

trabajo adecuado; en sexto, flexibilidad horaria; en séptimo, que haya una descripción en detalle de las tareas, los procesos y la organización; y por último, fomentar el Team Building.

M.M.: Implantar el respeto entre compañeros, trabajar la convivencia y predicar con el ejemplo. Si tu equipo ve armonía y buen ambiente de trabajo por tu parte con los demás, es difícil que se cree un ambiente distinto entre ellos. Por otra parte, conseguir que la exigencia de todos consigo mismo sea óptima facilita mucho las cosas. Para ello es necesario conocer bien a las personas con las que se trabaja, las necesidades e inquietudes de cada uno en cada momento.

Hablemos del desarrollo tecnológico, y de cómo este desarrollo, y en nuestro caso, especialmente, la digitalización, está transformando el mundo del seguro. ¿Cuáles son, a vuestro juicio, las grandes oportunidades y los principales riesgos de este gran cambio cultural?

A.G.: A mi juicio la digitalización tiene dos vertientes

“Los avances que hemos experimentado como compañía en los últimos años nos han situado en una buena posición”

> Manuel Monge

en el mundo de los seguros: por una parte la interna de la empresa, para ello deberemos de tener un potente ERP, y por otra parte, hacia el exterior, en donde deberíamos valorar y estar presentes en las nuevas tecnologías, redes sociales, inteligencia artificial, blockchain, robótica, inteligencia virtual, etc., donde existe el riesgo de que, si no disponemos de estas herramientas, otros podrían adelantarse a esta situación. La búsqueda de nuevos mercados, adaptar y definir con acierto la propuesta de seguros a la situación económica de los diferentes sectores económicos y familiares cumpliendo con sus necesidades o bien estableciendo una comunicación para crearles necesidades que podamos satisfacer con nuestras propuestas.

M.M.: Desde mi punto de vista, la digitalización ha venido a facilitarnos la vida, siempre y cuando sepamos adaptarnos con rapidez. No hace tanto que tarificábamos a mano y hacíamos visitas a domicilio. Hoy en día, hay clientes que sólo te atienden por Whatsapp y en horas no laborables. Creo que la empresa se está adaptando perfectamente a este cambio tan radical que estamos viviendo.



Realizar gestiones con un sólo clic sin necesidad de desplazarse es una gran ventaja para optimizar el tiempo, además de ofrecer un amplio abanico de posibilidades. En cambio, como principal riesgo se puede perder esa cercanía y vinculación con el cliente que permitía una gran fidelidad durante años.

La empatía está muy de moda en todos los ámbitos, y por supuesto también en el mundo empresarial. Empatía es, fundamentalmente, la capacidad de ponerse en el lugar del otro. Pongámonos en el lugar de vuestro compañero de entrevista. ¿Qué crees que debe ser lo más complicado de un trabajo como el que desempeña vuestro compañero?

A.G.: La captación de clientes, tanto particulares como pymes. La constitución y gestión de cartera de clientes. A su vez, disponer de un profundo conocimiento del negocio, mercado y estrategia del cliente. Por supuesto, la presión comercial para conseguir cumplir con los objetivos estratégicos de la empresa. Su decisión afecta directa o indirectamente a la estrategia, coordinación y ejecución de las ventas de la compañía.

M.M.: Aunque no tengo un conocimiento profundo de sus tareas, desde la distancia me atrevería a decir que el orquestar todo el mantenimiento y gestión de los inmuebles de la compañía debe acarrear bastante trabajo y dificultad. En cuanto a su función como Project Manager de IFRS 17/9, la cosa se complica aún más, ya que el carácter de esta normativa es el gran reto del sector asegurador a nivel internacional.

Departamento de Recursos Humanos

Remodelado desde comienzos de año, el Departamento de Recursos Humanos es el responsable de todo lo que atañe a la gestión de personas en la compañía, con un volumen de atribuciones muy extenso que tiene en su epicentro al empleado.

El Departamento de Recursos Humanos de Helvetia Seguros tiene como misión, dentro de la compañía, la de ofrecer soluciones profesionales en el ámbito de la dirección de personas. Ello implica además de la prestación de servicios a empleados y managers, la gestión legal y de relaciones laborales así como la de satisfacer las necesidades y exigencias profesionales del mercado en el marco de nuestra estrategia *helvetia 20.25*.

Desde el pasado 1 de enero, de acuerdo con la remodelación del organigrama de Helvetia Seguros, el Departamento incorporó nuevas atribuciones y competencias, dando como resultado una unidad de gestión de personas mucho más completa e integral.

El Departamento se estructuró con ámbitos de competencias, que ya existían desde hace tiempo, pero que recaían en otras unidades de gestión: la Formación y Desarrollo de Personas, y, por otra parte, se incorporaron nuevas funcionalidades al Servicio de Prevención, Bienestar y Salud.

El equipo está compuesto por más de una decena de profesionales, “Son -explica José Alberto Calvo, responsable del Departamento- personas muy preparadas, a pesar de su juventud, y con gran potencial que están plenamente involucradas en su trabajo cotidiano, y también en los distintos proyectos derivados de la estrategia *helvetia 20.25*”.

Al frente de Formación y Desarrollo de personas está Elena Báez, su misión es encargarse de toda la formación para empleados y mediadores para lo que cuenta con el apoyo de dos colaboradoras, Lola Blanco y Carmen Serrano. Es un equipo de trabajo muy transversal, ya que colabora con todas las áreas y departamentos de la compañía, con una escucha activa de las necesi-



En la imagen de izquierda a derecha, Lola Blanco, Bárbara García, Elena Báez, Carlos Guirado, Penélope Manzano, Andrea Sánchez – Molini, Belén Ortiz de la Tabla, Carmen Corona, José Alberto Calvo, Paula Galindo y Carmen Serrano.

dades formativas de toda la plantilla y también de la red de agentes.

El Servicio de Prevención, Bienestar y Salud, por su parte, está liderado por Belén Ortiz de La Tabla, y, como colaborador cuenta con Carlos Guirado. Las funciones principales de este departamento son garantizar la seguridad en el trabajo, por un lado, y de la ergonomía y psicología, por otro. Además, de gestionar el Servicio de Prevención Ajeno, ofrecido por Quirón Prevención (empresa especializada y que se encarga de la Higiene Industrial y la Medicina en el trabajo). Todo ello se ejecuta siguiendo el Plan de Prevención de la compañía, cuya promoción de la salud y el bienestar de los empleados son su eje transversal.

El resto del equipo está integrado por cinco colaboradoras: Carmen Corona, Paula Galindo, Bárbara García, Penélope Manzano y Andrea Sánchez-Moliní. Todas ellas trabajan en sus actividades diarias y contribuyen de forma conjunta en los retos y proyectos estratégicos de la gestión de personas, alineados con la estrategia *helvetia 20.25*.

El resultado final es la generación de un entorno laboral de confianza para

lograr los mejores niveles de rendimiento, el incremento de la productividad, el refuerzo del liderazgo, la reducción del estrés laboral, el fomento de la motivación y la mejora de las relaciones laborales y sociales.

Los procesos de selección, la gestión de las vacantes internas y sus evaluaciones son otro de los cometidos centrales del Departamento. También los procesos de *onboarding* y *offboarding*, de ingreso y desvinculación de empleados. Los programas de gestión del talento y de sucesión son igualmente de gran trascendencia en la organización, así como el Plan de Igualdad, Diversidad e Inclusión, junto con las encuestas Pulse Survey y de cultura y compromiso. Una larga lista de actividades que resulta muy difícil sintetizar en tan pocas líneas.

En estos momentos, el equipo del Departamento trabaja de forma activa para conseguir la certificación Top Employers, que forma parte de la estrategia tanto local como del Grupo Helvetia en materia de recursos humanos, y que supone una indudable impronta de calidad en el sistema de dirección de personas de Helvetia Seguros.

Zona Corredores Sureste

En sus tres años de funcionamiento, la Zona Corredores Sureste ha experimentado un sensible crecimiento en volumen de corredores gestionados. Se trata de un equipo humano bien avenido, a pesar de su dispersión geográfica.

La Zona Corredores Sureste (B6) se creó en el año 2020, cuando, en el contexto de remodelación de su estructura comercial, Helvetia Seguros llevó a cabo la separación de los canales de agentes y corredores. Desde el mismo momento de su creación, José María Parra fue elegido para dirigir esta zona, después de más de 30 años de experiencia comercial, la más reciente, la dirección de la Sucursal Almería durante seis años.

Dependiente de la Dirección Territorial Sureste que dirige Manuel Muñoz, Corredores Sureste integra las provincias de Almería, Cádiz, Granada, Jaén y Málaga, y es en el corazón de la capital de la Costa del Sol, donde se localiza la sede física. Si bien, como explica José María, la zona no tiene realmente sede; su sede son más bien las provincias en las que se encuentran los corredores a los que dan servicio.

Porque el equipo de esta Zona dispone de tres gestores de cuentas: Arturo Domínguez, para Almería, Granada y Jaén, con oficina referencial en Granada; Eduardo Benítez, que atiende a los corredores de Cádiz; y Mario Agreda, que atiende el negocio de los corredores de Málaga. Cuatro profesionales en total, que se distribuyen y trabajan de forma fluida para atender una zona de fuerte peso tradicional de Helvetia Seguros, en este caso orientado a la captación, mantenimiento y refuerzo comercial de los corredores. Junto a las competencias de coordinación, José María asume también la gestión directa con algunos corredores de Almería, a los que le une una relación de muchos años, cuando ejercía como director en esa provincia. Es un equipo bien avenido, y a ello contribuye el hecho de que, salvo Arturo, el compañero de más reciente incorporación, todos anteriormente ya trabajaban en Helvetia. Es por ello un



En la imagen de izquierda a derecha, Arturo Domínguez, Mario Agreda, Eduardo Benítez y José María Parra.

equipo veterano (el propio Arturo provenía también del sector asegurador), que se adapta a las peculiaridades de una zona caracterizada por una gran amplitud y dispersión. Los gestores están continuamente de viaje, atendiendo sobre el terreno a los corredores, pero esto no implica que no haya coordinación interna y vayan todos a una. Gracias a las videoconferencias, mantienen de hecho reuniones virtuales todos los martes, miércoles y jueves. Son reuniones dinámicas, breves, en las que se resuelven con fluidez todas las cuestiones de la agenda diaria. El viernes se celebra la reunión semanal, en la que ya se realiza un análisis y balance más sosegado de la semana y se traza la planificación de la semana siguiente. El protocolo de comunicación interna se completa con una reunión presencial mensual, normalmente en Málaga que comenzó a instaurarse tras la pandemia, y en ella se realiza la evaluación de las cifras y se analizan datos a mes vencido.

Los objetivos de la zona vienen determinados por la Dirección Comercial, pero un objetivo invariable, que

siempre está en la cabeza de todos, es la captación y reactivación de corredores. “La compañía ha puesto el acento en la necesidad de incrementar nuestra red de corredores, y en eso estamos todos los días -explica José María-. Para ello, tenemos que ganarnos su confianza. Y eso se logra buscando la implicación conjunta en objetivos compartidos, para que nos vean como aportadores estables de soluciones”. En este sentido, José María distingue, con una sonrisa, entre corredores y los corredores “afectuosos”, con los que se establece una relación mucho más extensa y cercana. “Es a lo que hay que tender: que la relación pueda llegar a ser tan cercana como la de un agente exclusivo, aun comprendiendo la idiosincrasia del canal”.

En sus tres años de funcionamiento la Zona Corredores Sureste ha experimentado un sensible crecimiento en ese objetivo de creación de red comprometida: de apenas unos pocos corredores han pasado a más de una veintena y “esperamos que el número siga creciendo en los próximos ejercicios”, asegura José María. Seguro que lo consiguen.

Tarragona

Tarragona, una ciudad milenaria por descubrir

Vista del Conjunto Arqueológico de Tarraco.

Visitamos, junto a la agente exclusiva Rafaela Osuna, los rincones de una ciudad que merece ser más conocida, a pesar de que es parada habitual de los cruceros del Mediterráneo a Tarragona no se le da el protagonismo propio de una ciudad que atesora un rico patrimonio cultural.

Aunque reside en Reus, Rafaela Osuna se considera tarraconense por los cuatro costados. Y eso que nació en Córdoba, más concretamente en la pedanía lucense de Jauja, pero fue hija, como muchos otros, de familias que emigraron a Cataluña en los años 60 desde el sur buscándose un futuro. Esta agente exclusiva de Helvetia Seguros en Tarragona ama esta tierra, y cree que, si la conocieran más y mejor, la amaría mucha más gente.

Rafaela creció en el barrio de Bonavista, un barrio del extrarradio de emigrantes andaluces que ella, literalmente inauguró: su familia se asentó en el primer bloque que se construyó en este barrio. Con apenas quince años, comenzó a trabajar en la ciudad, y desde entonces hasta hoy no ha parado de hacerlo, desde hace más de una década como agente de seguros, y desde hace siete como agente exclusiva de Helvetia Seguros.

Tarragona es una ciudad llena de historia. Que está muy unida a la antigua gloria romana. No en vano, durante el Imperio romano fue una de las ciudades más destacadas de la Península Ibérica, como capital, sucesivamente, de las provincias romanas de Hispania Citerior e Hispania Tarraconensis. El Conjunto Arqueológico de Tarraco

está declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, y su centro histórico atesora uno de los patrimonios romanos más importantes del país.

La agencia de Rafaela, que cuenta con el apoyo de su compañera Rosa -“una de las mejores manos derechas que una pueda tener”, asegura-, se sitúa en la calle Apodaca, muy cerca del Puerto, y una de las vías comerciales más importantes de la ciudad. Las distancias son cortas en Tarragona, explica Rafaela, porque a pesar de su elevado volumen de habitantes (más de 140.000 según el último censo del Ayuntamiento), el núcleo urbano es muy pequeño y visitable en pocas horas.

La joya, sin duda, de Tarragona es el Balcón del Mediterráneo, con unas vistas únicas al mar dorado. No caprichosamente se la conoce, junto a Salou, como Costa Dorada. De hecho, toda la ciudad, con una morfología estrecha, discurre en paralelo a la línea de costa, que queda dividida por el curso bajo y la desembocadura del río Francolí, sobre un relieve plagado de valles y barrancos. “Todo es centro en Tarragona, desde el mar a la montaña apenas hay diez minutos andando”, comenta Rafaela. Eso sí, las cuestas son muy numerosas en todo el trazado urbano, por lo que



cabe deducir que los habitantes de Tarragona son personas con piernas fuertes.

Hay tanto y tan variado que ver en Tarragona, y todo ello tan concentrado, que resultará inevitable, al enumerar, dejar algo fuera. Si hablamos de patrimonio, necesariamente habrá que comenzar visitando la Torre de los Escipions, monumento funerario romano en forma de torre que data del siglo I d.C. y se sitúa a seis kilómetros del centro, en el trazado de la Vía Augusta. Desde ahí deberemos sumergirnos en su casco antiguo, que coincide con el primer asentamiento romano y está ocupado en su mayor parte por el Fórum Provincial de Tarraco, en torno al cual aún se conserva alrededor de un kilómetro de la antigua muralla romana, que tuvo una longitud de cuatro. A esta zona, donde se localiza la Plaza la Font, con su Ayuntamiento, se la conoce como la “Parte Alta”, una de las zonas más transitadas por turistas y que concentra una elevada oferta lúdica y de ocio.

El visitante también deberá pasear por el Anfiteatro de Tarraco, en cuyo centro se erigió más tarde una basílica visigoda y una iglesia, y, por supuesto, cómo no, por el Circo Romano de Tarraco, sin duda, uno de los emblemas de la ciudad. “Era uno de los circos más importantes de la Península ibérica”, recuerda Rafaela. No deberemos abandonar las visitas patrimoniales sin conocer la Plaza del Fòrum, donde se localizaba el antiguo mercado romano.

En la parte baja de la ciudad se localiza la zona del Serrallo, también lleno de rincones interesantes. Y como ciudad abierta al mar, es inexcusable la visita a sus playas. “En el Balcón del Mediterráneo -explica Rafaela-, todo el mundo debe tocar ferro, es decir, tocar el hierro, la baranda que delimita el Balcón. Si no lo haces, es que no has visitado Tarragona”. Entre las playas más destacadas pueden nombrarse las del Miracle, L'Arrabassada o la Playa Larga.

Rafaela, junto al Balcón del Mediterráneo.



Pero no solo a las playas pertenece el agua de Tarragona. En su suelo se esconde el lago subterráneo más amplio de Europa, que es visitable. Y también, curiosamente, se conserva una cloaca romana, que es igualmente visitable.

Aunque la impronta romana es lo más característico de la ciudad, no es el único patrimonio de valor que atesora su centro. Por ello deberemos visitar también su catedral, un templo cristiano de origen medieval cuya construcción se desarrolló entre los siglos XII y XIV que combina el estilo románico con el gótico, mezclados con elementos posteriores del Renacimiento y el Barroco. “De todos modos, la catedral no está acabada -comenta Rafaela-. Y ha habido diversas encuestas en el tiempo para consultar a los tarragonenses si querían que se concluyera. La respuesta siempre ha sido negativa: nos hemos acostumbrado a su forma inacabada”.

El paseo por la Rambla, con más de un kilómetro, permite atravesar de punta a punta la ciudad, desde el Balcón del Mediterráneo hasta el río Francolí. “Es un río peculiar -nos explica Rafaela-. Pocas veces lleva caudal, pero cuando lleva agua puede ser el río más furioso del mundo”. A este respecto, Rafaela nos recuerda la dramática riada que padeció la ciudad hace 30 años.

Es probable que las cuestas y la emoción de la visita acaben despertando el hambre. Si vais a algún restaurante de Tarragona, Rafaela os anima a disfrutar del Romesco, la salsa típica de la ciudad, que se emplea tanto para el pescado como para las ensaladas y que es uno de los elementos indispensables de los célebres calçots. Las sardinas de Tarragona son un plato no menos célebre. Y para acompañar la comida, por qué no disfrutar de una mamadeta, bebida autóctona que se produce con Chartreuse amarillo, Chartreuse verde y granizada de limón, y que es muy típica de la festividad de Santa Tecla, que se celebra cada 23 de septiembre. “Santa Tecla -nos ilustra Rafaela-, nuestra patrona, se hizo santa porque la condujeron al anfiteatro romano para que osos y leones la devorasen, y en vez de esto, se atacaron unos a otros. Cuando Santa Tecla fue entregada a los leones llena de heridas, estos le lamieron todas las llagas para sanarla.” También por Santa Tecla es posible disfrutar de la espineta con caracoles, plato típico de Tarragona que combina mar y tierra que, en todo caso, puede encontrarse durante todo el año.

De postre, podemos decantarnos por los carquiñolis, un dulce de almendra de consistencia dura muy típica de la zona. O por la galleta Maginet,

A la izquierda,
monumento a los
castellots. A la derecha,
Rafaela junto a la
fachada de la Catedral
de Tarragona.



una variación del barquillo. “Y como souvenir, tendrás que llevarte alguna miniatura de monumento romano, o de nuestra catedral”, sugiere Rafaela.

Si vas por Tarragona y se celebra alguna fiesta, igual tienes la suerte de disfrutar de una de sus tradiciones más arraigadas y singulares: las collas castelleras, agrupaciones que forman torres humanas, en las que la altura puede llegar a Castells de nueve y diez pisos, la altura máxima que se ha alcanzado hasta ahora. En Tarragona existen cuatro collas castelleras, que compiten cada dos años en el concurso de torres humanas y participan regularmente en todas las fiestas

que se celebran en la ciudad y en muchas de Cataluña.

En los últimos, años, gracias a la proliferación de la actividad portuaria y la ampliación de sus dotaciones, Tarragona se ha convertido en un lugar habitual de parada de cruceros. Sin embargo, según Rafaela, todo el turismo se va hacia Barcelona, que se sitúa a menos de una hora de distancia. “El turismo es importante, pero podría serlo más, para que la gente conociera mejor todas las riquezas que existen aquí”, asegura. Por eso, desde estas líneas nuestra agente de Tarragona nos invita a visitar la ciudad. “Seguro que no os arrepentiréis”, concluye.



¿Estás seguro?

Los “listos” de la clase

Lo conoces. Es tu vecino del quinto, tu cuñado, tu compañero de trabajo. Se las sabe todas, está al quite de todos los resquicios, de todas las grietas del sistema. Y tiene el desparpajo y la impudicia de hablar de todo: política, economía, medio ambiente, hasta de ingeniería de puentes sabe. Durante el Covid-19, lo tenía claro: nos estaban estafando a todos. No sabes de dónde le viene, pero es una evidencia: siempre piensa que le están engañando. Los enemigos están casi siempre claros: el Gobierno que le chupa la sangre con los impuestos, el Ayuntamiento que no hace más que sablearlo con los sellos municipales, las eléctricas, esas ladronas. Y por supuesto, cómo no, las aseguradoras. ¡Oh, abominables aseguradoras! Se deja una pasta al año con el seguro del coche. Pero con el del Hogar lo tiene claro: nadie va a seguir sacándole las tripas, él sabe cómo sacarle rendimiento a su póliza.

Así que, a la hora de los gintonics, con el estómago saciado, se explaya. Después de contar que hace un año que no paga la cuota de la comunidad de vecinos, porque no se fía de la gestión económica de su presidente, desmenuza la manera en que utiliza el seguro de Hogar en su beneficio: como la placa vitrocerámica no funcionaba, la golpeó con un martillo y se la sustituyeron por una nueva. Mi hijo Pablito rompió con la pelota la lámpara del salón, ¿pero qué caras salen ahora las luces Led, eh? No hay problema: ¡paga el seguro! Lo tiene todo calculado: cada dos

añitos, un siniestro. Y así va renovando los electrodomésticos de toda la casa.

Lo conoces. Es tu vecino del quinto, tu cuñado, tu compañero de trabajo. Y no está solo. Forma parte de un extendido grupo de población que piensa que los seguros están ahí para aprovecharnos torticeramente de ellos. Y a los que no les interesa tener en cuenta que, en última instancia, son los garantes de la protección y la seguridad de tus bienes. Son los mismos tipos que prefieren cobrar en B, y que, si pueden, se olvidarán de declarar según que cosas en el impuesto de la renta. Los que adelantan por la vía de servicio cuando la carretera principal está saturada de coches. Los listos de la clase, con su propio manual de ciudadanía, donde el concepto de vivir en comunidad, respetar las normas, ejercer la solidaridad con el prójimo, ha sido sustituido por el sálvese quien pueda.

La cultura del seguro tiene muchos siglos de Historia. Sin ella, difícilmente estaríamos donde estamos como civilización. Porque el seguro es un garante de la sociedad del bienestar. Es responsabilidad de todos rebatir a esos que alardean en los gintonics de aprovechar las grietas del sistema, para decirles muy claramente que ser ciudadanos no va de ir de listos, sino de vivir civilizadamente, con educación y respeto a las normas. Los seguros están ahí para proteger y cuidar a la sociedad, no para que intentemos defraudarlos.

Daniel Ruiz

Escritor y periodista

🐦 @juntapalabras

helvetia.es

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza