

en buena compañía

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza



Helvetia Seguros alcanza un volumen de primas emitidas de 518,8 millones de euros

Helvetia Seguros cerró 2023 con un excelente desarrollo de su negocio. El volumen total de primas alcanzó 518,8 millones de euros, lo que ha supuesto un crecimiento del 9,4% respecto al ejercicio anterior, y de un 9,3% en primas de Riesgo.

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)

22



EN BUENA COMPAÑÍA CON
Disboton

Edita

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

Consejo Editorial

Francisco Astola, Setefilla Berlanga, Carmen Caballero, Miguel Ángel Cinta, Luis Delgado, 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

32

DE CERCA

Francisco Esteban



18

NUESTROS PROVEEDORES

AENOR

4	NOTICIAS
18	NUESTROS PROVEEDORES AENOR
20	NUESTROS MEDIADORES Cristóbal Gómez, agente de seguros de la provincia de Jaén
22	EN BUENA COMPAÑÍA CON Disboton
24	REPORTAJE CENTRAL Helvetia Seguros alcanza un volumen de primas emitidas de 518,8 millones de euros
30	REPORTAJE CENTRAL IFRS17, mucho más que un nuevo modelo de divulgación de información financiera
32	DE CERCA Francisco Esteban, director de Zona Extremadura Agentes
34	ENTREVISTA DOBLE Julia Casanova, directora del Área de No Vida Particulares, y Alberto Chércoles, director de Zona Aragón Corredores
40	UN PASEO POR... Ourense
43	¿ESTÁS SEGURO?

CEO Helvetia Seguros

Íñigo Soto



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

Como ya es tradición, nuestro número de primavera dedica uno de los reportajes principales al balance del ejercicio del año precedente. En 2023, alcanzamos un volumen de primas emitidas de 518,8 millones de euros, registrando un crecimiento del 9,4%. Se trata de unos resultados muy positivos, que reafirman la buena senda en la aplicación de la estrategia de la compañía y nuestro objetivo de crecimiento rentable.

Han sido unos meses de gran intensidad para la puesta en común de la evolución y los objetivos del presente ejercicio. En estas páginas damos buena cuenta de ellos, con reuniones como las convenciones de agentes y de áreas, la Convención de No Vida del Grupo Helvetia celebrada en Sevilla o la Convención Comercial. Me detengo en esta última, que reunió a unos 400 profesionales de la compañía (empleados y mediadores, ya que coincidió con la Convención de Agentes de las Territorial Sur y Territorial Sureste), porque su lema era “Somos la Red Helvetia”, y es un concepto que me gustaría subrayar.

Porque Helvetia, además de una compañía, es una gran red. Lo que implica trabajo en equipo, compenetración, coordinación y suma de esfuerzos. Y es también una gran red comercial: la que formáis todos vosotros, mediadores, cuyo trabajo e implicación es indispensable para sacar adelante nuestro proyecto.

Seguimos remando todos juntos. Y lo hacemos con compromiso con nuestro entorno. Es lo que demuestran iniciativas que encontraréis en esta revista como la reforestación de catorce hectáreas de bosque en el Parque Natural de Doñana, en la que un grupo de voluntarios de Helvetia Seguros ha participado en el marco del proyecto “Bosques Protectores”. O como el proyecto “Replanta Sevilla”, en el que también colaboramos y que permitirá la plantación de 1000 árboles en la ciudad.

En estos meses hemos participado también en iniciativas sectoriales de gran calado, como la Semana del Seguro. Y no hemos dejado de innovar: con la implantación de la norma IFRS17, que supone un nuevo modelo de divulgación de información financiera más transparente; con la nueva home del Área Cliente de nuestra web, mucho más sencilla, útil e intuitiva; o como el nuevo canal de WhatsApp para el envío de documentación sobre siniestros por parte de los clientes.

Tampoco hemos dejado de mejorar nuestros seguros o crear productos nuevos. Entre los primeros, el producto Turismo Particular, que hemos renovado. Entre los segundos, el nuevo Helvetia Riesgo Profesional o la nueva edición de Helvetia Rentabilidad +. Y, por supuesto, seguimos lanzando campañas. Una de ellas, como sabéis, la Campaña de Vida, que estará activa hasta el 30 de junio.

Ahora que nos acercamos al ecuador del año, os animo a todos a seguir avanzando en nuestro reto común, el de la Red Helvetia que formamos todos: crecer por encima del mercado y acorde con nuestros objetivos comerciales fijados.

Abrazos

Convenciones de Área

Como ya es tradición, en el primer cuatrimestre del año se celebraron algunas convenciones de áreas de Helvetia Seguros, como las de Vida y No Vida, que organizaron un encuentro conjunto, la de Staff, que se reunió, por primera vez, tras la reestructuración de varios departamentos, y la de Administración y Finanzas.

El CEO de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, estuvo presente en todas las convenciones, en las que cada área hizo balance del año pasado y presentó sus nuevos proyectos y objetivos para 2024.



> Convención Áreas No Vida y Vida.



> Convención Dirección de Administración y Finanzas.



> Convención Staff.

Convención No Vida del Grupo Helvetia



> En la imagen aparecen todos los directores del Área No Vida del Grupo Helvetia.

La sede de Helvetia Seguros acogió el pasado mes de marzo la Convención de No Vida del Grupo Helvetia. Al encuentro asistieron los directores de No Vida de todas las unidades de mercado de la compañía, así como otros representantes de esta área. Fueron dos jornadas de intenso trabajo, en las que se abordaron los retos actuales de este ramo.

El Grupo Helvetia celebra dos encuentros de este tipo al año, uno en Suiza y otro en uno de los países de sus unidades de mercado, con el fin de compartir proyectos y objetivos del Área de No Vida.

En buena compañía 5/24

El mejor CIO de Navarra

A finales de enero, Víctor Tomás Lizarraga, director de Estrategia y Transformación Digital en Helvetia Seguros, recibió el primer Premio CIO de Navarra organizado por parte de ATANA, el clúster que agrupa a casi un centenar de empresas de tecnología y consultoría de la Comunidad Foral.

Con este premio, ATANA reconoce la labor que él realiza en Helvetia Seguros, impulsando la digitalización de la empresa mediante la continua modernización de sus tecnologías, y resalta su conciencia de buscar y potenciar el talento de Navarra, al tratar de apoyarse siempre en las empresas locales.



> Víctor Lizarraga recibe el Premio al Mejor CIO de Navarra.

Convención Comercial 2023

Del 10 al 12 de enero, Helvetia Seguros celebró en Islantilla (Huelva) su Convención Comercial, en la que participaron su CEO, Íñigo Soto, y cerca de 400 profesionales de la compañía, entre empleados y agentes de Andalucía.

En esta ocasión, el lema del encuentro fue "Somos la Red Helvetia", ya que a través de este evento se ha transmitido a los asistentes la importancia de trabajar todos juntos, unidos y conectados para seguir creciendo como compañía y alcanzar los objetivos previstos.

En la Convención, el director Comercial de Helvetia Seguros, José García, hizo balance del pasado ejercicio y estableció los nuevos objetivos comerciales de la compañía, así como sus próximas líneas de acción, siguiendo la estrategia *helvetia 20.25*.

Mientras que, por su parte, Íñigo Soto, destacó el importante papel que desempeña la red comercial en Helvetia Seguros, por lo que el trabajo y la implicación de todos los que la integran es fundamental para el futuro de la empresa.



> Asistentes a la Convención Comercial y la Convención de las Territoriales Sur y Sureste.



> En la imagen, Íñigo Soto durante su intervención.



> En la imagen, José García durante la Convención.



> Los asistentes a la Convención disfrutaron de un paseo en barco.

Convenciones de Agentes

En los meses de enero y febrero las territoriales de Helvetia Seguros celebraron sus convenciones de agentes a lo largo de la geografía española con el objetivo de hacer balance del ejercicio anterior y establecer los objetivos para el nuevo año. Estos encuentros también han servido para estrechar relaciones entre la compañía y su red comercial y reforzar el sentido de pertenencia de los agentes a Helvetia Seguros. En las convenciones participaron activamente miembros

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

Este año, como gran novedad, las reuniones de las Territoriales Sur y Sureste se han celebrado juntas durante la última jornada de la Convención Comercial de Helvetia Seguros 2024, que tuvo lugar en Islantilla (Huelva) del 10 al 12 de enero.



> Convención Canarias.



> Convención Territorial Cataluña.



> Convención Territorial Centro.



> Convención Territorial Este.



> Convención Territorial Noroeste.



> Convención Territorial Norte.



> Convención Territorial Oeste.



> Convención Territorial Sur y Territorial Sureste junto a los asistentes de la Convención Comercial.

Encuentros CAV 2024

En el mes de febrero cada uno de los Centros de Apoyo a la Venta (CAV) de Helvetia Seguros organizó un encuentro anual con sus gestores internos, su coordinador, director territorial y la responsable del CAV, Ana Conde, para tratar conjuntamente temas de interés, conocer los datos del cierre del ejercicio anterior y los principales objetivos de su territorial en 2024.

Este año a los encuentros también han asistido como invitados especiales los enlaces del Departamento de Control de Agencias de cada territorial con el objetivo de trasladar algunas propuestas para mejorar aún más la coordinación de los dos departamentos.



> CAV Cataluña.



> CAV Centro.



> CAV Este.



> CAV Norte.



> CAV Oeste.



> CAV Sur.



> CAV Sureste.

Helvetia en la Semana del Seguro

Helvetia Seguros ha estado muy presente en la Semana del Seguro, que tuvo lugar del 20 al 22 de febrero en Madrid. En la primera jornada, el CEO de nuestra compañía, Íñigo Soto, asistió al Foro de Alta Dirección y fue entrevistado en la radio del encuentro, donde analizó la situación actual del sector asegurador y explicó los próximos retos de nuestra empresa.

Mientras que el tercer día del evento se celebró el Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías que patrocinó Helvetia Seguros y la responsable de Soluciones Digitales y Analítica de Datos de nuestra compañía, Ana Aríztegui, participó en la



> Ana Aríztegui durante la jornada de SISnet 360.



> Representantes de Helvetia durante el Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías.

jornada SISnet 360 para explicar cómo fue el proceso de configuración del producto de Helvetia Ciberriesgo.

Somos Top Employer

Por segundo año consecutivo, Helvetia Seguros ha sido distinguida con el certificado Top Employer tras haber superado la encuesta 'HR Best Practices' que evalúa las políticas de Recursos Humanos que lleva a cabo nuestra compañía. Por este motivo, el pasado 8 de febrero miembros del Departamento de Recursos Humanos asistieron a la gala que organizó el Instituto Top Employer en San Sebastián de los Reyes (Madrid) para reconocer a las empresas que han obtenido este certificado en 2024.

La encuesta del programa Top Employer engloba seis dominios de RRHH formados por 20 temas diferentes, que incluyen áreas como la estrategia de personas, el entorno laboral, el liderazgo, la digitalización, la adquisición y la gestión de talento, el aprendizaje, el bienestar, la sostenibilidad, y la diversidad e inclusión, entre otras.



> Asistentes a la Gala Top Employer.

Celebramos los 14 años de APROCOSE



> Juan Lliso, Martín Rojo, presidente de Aprocose, Jesús de Sedas y Rafael Tronch.

El 7 marzo Helvetia Seguros estuvo presente en el acto especial que organizó la asociación de corredores y corredurías APROCOSE para conmemorar su XIV aniversario. El encuentro, que reunió a más de 250 profesionales del seguro en Valencia, se celebró en el marco de Forinvest 2024, el gran evento de economía, finanzas, seguros y tecnología disruptiva en el que los mejores expertos reflexionan sobre el presente y el futuro del sector.

Campaña Vida 2024

helvetia.es

Ahorra. Adelanta. La Navidad.

Sé previsor y
**adelántate
a la Navidad**
con nosotros

Este año la Navidad se adelanta para ti.

Si antes del 30 de junio contratas una póliza de Vida con Helvetia Seguros o realizas una aportación a tu actual póliza, podrás llevarte una cesta de Navidad o elegir entre regalos como: televisores, lps, bicicletas, patinetes, móviles de última generación...



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

Helvetia Seguros
www.helvetia.es



simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza

Estrenamos oficina en Jerez de la Frontera



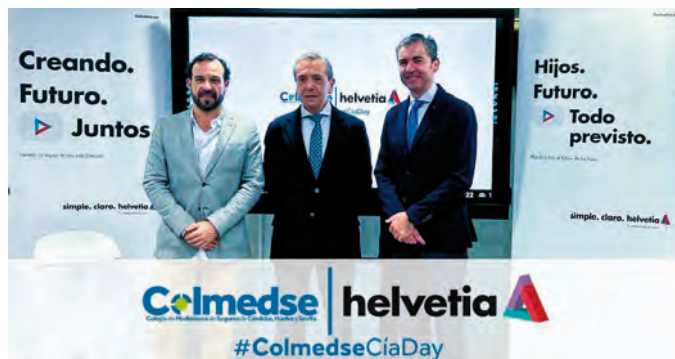
> Inauguración oficina de Zona Cádiz Agentes.

Helvetia Seguros inauguró el 7 de febrero su nueva oficina en Jerez de la Frontera, que se encuentra en la calle Corredera, número 52, en pleno centro de la localidad gaditana. Con esta nueva ubicación, nuestra empresa optimiza los servicios que ofrece a los mediadores y clientes de la zona desde una oficina más moderna y accesible que la anterior, que se ubicaba en el Puerto de Santa María.

En la inauguración del nuevo centro de trabajo estuvieron presentes el Comité de Dirección, presidido por su CEO, Íñigo Soto, el director de la Territorial Sureste, Manuel Muñoz, y el director de la Zona Cádiz Agentes, Fernando Domínguez, junto a empleados y mediadores de la zona.

Una jornada dedicada a Helvetia

El 20 de marzo el Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (COLMEDSE) celebró en su sede una jornada muy especial dedicada a Helvetia Seguros, a la que asistieron el director de la Territorial Sur de nuestra compañía, Antonio Díaz, y el director de la Zona Corredores Sur, Jorge Ramos. Gracias a esta iniciativa, los mediadores colegiados que asistieron al encuentro pudieron conocer con mayor detalle alguno de nuestros productos, como Helvetia Ciberriesgo o el Plan de Asistencia Familiar.



> En la imagen, José Diego Béjar, Antonio Díaz y Jorge Ramos.

Nuevas oficinas de agentes



> Inauguración de la agencia exclusiva de Arcos (Cádiz).

Helvetia Seguros continúa creciendo con la incorporación de nuevos mediadores a su red comercial y la apertura de nuevas oficinas. El 7 de febrero nuestra compañía reforzó su presencia en la provincia de Cádiz con la apertura de una nueva oficina en Arcos de la Frontera, perteneciente al agente David Ferrera, que cuenta con gran experiencia en el sector asegurador. Y el 7 de marzo se celebró la inauguración de las nuevas instalaciones de la agencia exclusiva de María Teresa Lozano en Valencia.



> Inauguración de la agencia exclusiva en Valencia.

Cuidando la salud laboral



> Alfonso Becerra durante su intervención.

El pasado 20 de marzo los empleados de Helvetia Seguros asistieron por Microsoft Teams a la interesante charla que ofreció Alfonso Becerra, director comercial territorial de Quirón Prevención en Andalucía, Extremadura, Ceuta y Melilla, sobre ergonomía y hábitos saludables en el trabajo.

Explicó cómo diseñar su puesto para crear un ambiente laboral confortable, en el que puedan desarrollar sus funciones de manera cómoda y segura, con el fin de evitar distintos problemas de salud y ser más productivos y eficientes.

Desayunamos con el CEO



> Desayuno de nuevos empleados sede Sevilla.

El 13 de febrero el Departamento de Recursos Humanos organizó un desayuno entre los nuevos empleados de la sede Sevilla (aquellos cuya fecha de ingreso es inferior a 18 meses) y nuestro CEO Íñigo Soto. El objetivo de este encuentro era que todos tuvieran la posibilidad de conocerse y compartir sus impresiones sobre la empresa y el trabajo que realizan. A su vez, este mismo encuentro se ha celebrado con los nuevos empleados de la sede de Madrid el pasado 20 de marzo.

El trato cercano y la comunicación fluida facilitan las sinergias, la motivación de los empleados y la cohesión interna de la organización, lo que favorece a su vez que el equipo esté alineado con unos mismos objetivos y se sienta parte de la cultura corporativa que desde Helvetia Seguros se lleva a cabo.



> Desayuno de nuevos empleados sede Madrid.

El #TeamHelvetia no falla

Más de 20.000 personas se inscribieron en la XXIV Carrera de las Empresas de Quirónprevención que se celebró el 17 de diciembre de 2023 en Madrid. Al igual que en anteriores ediciones, Helvetia Seguros estuvo muy bien representada en este evento que persigue fomentar la actividad física, el bienestar y el compañerismo entre los trabajadores. Un grupo de empleados de la compañía participó en esta carrera, que constaba de dos modalidades, una de 6,5 km y otra de 10.



> Sofía Paagman, Esther Santamaría, José María Paagman, Susana Revuelta, Ana Muñoz, Lorenzo Ruiz y Carlos Galiana.

Mejoras en el seguro de Vida Riesgo

Desde el 8 de marzo, los clientes que están interesados en un seguro de Vida Riesgo de Helvetia Seguros, cuya suma asegurada no supere los 500.000 euros y que no tengan patologías preexistentes, ya no necesitan someterse a pruebas médicas previas para poder realizar la contratación. Con estas mejoras Helvetia Seguros pretende agilizar y simplificar el proceso de contratación brindando mayor comodidad a los clientes.

La Campaña de Vida ya está en marcha

Este año Helvetia Seguros ha vuelto adelantarse a la Navidad para lanzar su Campaña de Vida, tras los buenos resultados que obtuvo en el ejercicio anterior. La acción comercial, que comenzó a principios de marzo y está dirigida a todos los mediadores, estará activa hasta el 30 de junio. Durante este periodo, los clientes que contraten una póliza de Vida o realicen una aportación extra en la que ya tienen podrán llevarse un gran obsequio.



En función del producto y de la cuantía que contraten, los clientes podrán elegir un regalo de alguna de las siguientes categorías: lotes de productos gourmet, plata (entre los que se incluyen un patinete eléctrico, un móvil Android o una tv smart, entre otros), oro (entre los que se encuentran un iPhone, una bicicleta eléctrica o un ordenador portátil).

Nueva edición de Helvetia Rentabilidad +

El 20 de marzo Helvetia Seguros lanzó al mercado una nueva edición de Helvetia Rentabilidad+, su seguro de ahorro-inversión de aportación única, con vencimiento en noviembre de 2028.

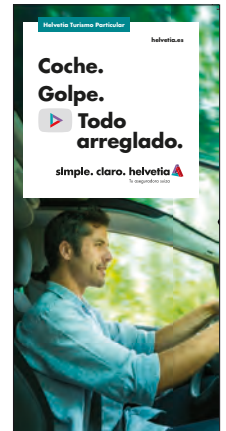
Este producto permite, una vez transcurrido el primer año, la posibilidad de realizar tanto rescates totales como parciales (con un mínimo de 3.000 euros), cuyos valores vendrán determinados por el valor de mercado de los activos asignados, de acuerdo con los plazos y penalizaciones indicadas en el contrato.

Un seguro de coche más completo

Helvetia Seguros ha renovado el producto Turismo Particular con el fin de mantener una oferta comercial actualizada y plenamente competitiva. El nuevo seguro se puede contratar en las siguientes modalidades: Terceros Básico, Terceros Ampliado, Terceros Premium y Todo Riesgo con franquicia.

Además de la cobertura básica de Responsabilidad Civil, el cliente dispone de un amplio abanico de coberturas que puede incorporar a su póliza como las de incendio, robo, rotura de lunas, pérdida total, daños propios, actos vandálicos o reclamación de daños.

Asimismo, Helvetia Seguros le ofrece la posibilidad de contratar otras novedosas garantías como atropello de animales, fenómenos atmosféricos, repintado del vehículo o error en la carga de combustible, entre otras.

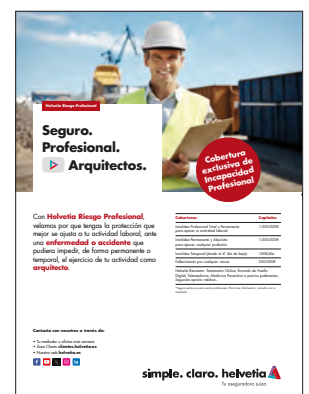


Lanzamiento Helvetia Riesgo Profesional

Helvetia Seguros ha lanzado al mercado un nuevo seguro dirigido a profesionales de determinados sectores que desean contar con una protección que les cubra la incapacidad permanente y total, en caso de que sufran un accidente o una enfermedad que les impida seguir desempeñando su profesión.

Se trata de un producto novedoso y exclusivo en el sector asegurador, ya que Helvetia Riesgo Profesional permite cubrir hasta un millón de euros en una de las garantías más demandadas por muchos profesionales. Otra de las ventajas es que los asegurados tienen la posibilidad de incluir si lo desean la cobertura de incapacidad temporal por accidente y por enfermedad, que contempla una cantidad diaria de dinero en caso de baja laboral (que puede llegar a ser de hasta 500 euros al día).

Actualmente este producto lo pueden contratar los profesionales del sector sanitario (exclusivamente médicos, odontólogos y cirujanos), notarios, jueces, ingenieros, arquitectos y empresarios.



18 ediciones de "Orientación"



Helvetia Seguros, en su firme apuesta por apoyar las tradiciones locales, ha vuelto a editar y distribuir un año más el programa de mano decano de la Semana Santa de Sevilla "Orientación", que cuenta con una tirada de 10.000 ejemplares. La imagen de la Virgen María Santísima de la Hermandad del Dulce Nombre ha protagonizado la portada de esta edición.

La presentación del programa se llevó a cabo el 14 de marzo en la Iglesia de San Jorge, ubicada en el centro de la ciudad. Carlos Cirvell, director de Comunicación del Ayuntamiento de Sevilla y apasionado cofrade, fue el encargado de presentar el acto, al que acudieron numerosas personas, entre las que se encontraban representantes de la vida sociocultural y cofrade de la ciudad hispalense. En el evento también participaron la Banda de la Sociedad Filarmónica de Nuestra Señora de la Oliva de Salteras, que interpretó varias marchas procesionales, y el saetero Álex Ortiz, quien delitó a los presentes con su gran voz.



Apuesta por la tradición y cultura andaluza

Helvetia Seguros ha sido uno de los patrocinadores de la XII edición de We Love Flamenco, la pasarela de moda flamenca que se celebró del 13 al 18 de enero en el Hotel Alfonso XIII de Sevilla. Miles de personas asistieron al evento, en el que participaron 44 diseñadores para presentar las tendencias para la nueva temporada.

Durante la celebración de la muestra, Helvetia Seguros sorteó un traje de la diseñadora Carmen Acedo entre todas las personas que votaron en el concurso para elegir el diseño del "Abanico Helvetia" de la Feria de Abril y el del Rocío. La presentación de los abanicos premiados tuvo lugar en la Sala Helvetia el 9 de abril.



> Laura Sánchez durante la presentación de los abanicos.



Una estancia agradable en Zermatt

Del 4 al 6 de abril un grupo de mediadores de nuestra compañía participó junto al vicepresidente del Consejo de Administración de Helvetia Seguros, José María Paagman, en el evento anual de esquí que organizó el Grupo Helvetia en la estación suiza de Zermatt.

Contribución a la reforestación de Doñana



Helvetia Seguros, en su apuesta por la conservación y la protección del medioambiente, ha impulsado la reforestación de más de catorce hectáreas de bosque en el área de Las Peñuelas, situada en el Parque Natural de Doñana, que en junio de 2017 fue afectada por un grave incendio, como parte de la iniciativa "Bosques Protectores".

Los trabajos de reforestación los ha llevado a cabo la Fundación Plant For The Planet España y, en la última fase de la plantación, que fue en febrero, participó un grupo de empleados de Helvetia Seguros, mostrando de este modo su compromiso con la protección del medioambiente.

Gracias a "Bosques Protectores", el Grupo Helvetia a través de la Fundación IDEA ha participado desde 2011 en más de 42 proyectos forestales en Europa, colaborando con la plantación de más de 600.000 árboles en Alemania, Austria, España, Francia, Italia y Suiza.

En España, además de la iniciativa en el Parque Natural de Doñana, en 2019 Helvetia Seguros colaboró en la reforestación de diez hectáreas de bosque quemado en los municipios de Pontearreas y Caldas de Reis (Pontevedra) y de diez hectáreas de algunos montes del municipio de Igantzi (Navarra) que estaban afectadas por graves problemas fitosanitarios.

1.000 nuevos árboles en Sevilla

En octubre de 2023 la borrasca Bernard que afectó a gran parte de la Península Ibérica causó importantes incidentes en el arbolado urbano de Sevilla. Por esa razón, la Fundación Cámara de Sevilla y el Ayuntamiento han puesto en marcha la iniciativa "Replanta Sevilla", con la que colabora Helvetia Seguros junto a otras entidades, para llevar a cabo en los próximos meses la plantación de 1.000 árboles en la ciudad.



> Francisco Astola y Antonio Villa, junto con los representantes de otras entidades, durante la presentación del proyecto Replanta Sevilla.

Exitosa holyquedada

Las holycards de la Semana Santa de Sevilla 2024, que patrocina Helvetia Seguros, han causado sensación en la ciudad hispalense. Miles de sevillanos, tanto mayores como pequeños, se han animado a coleccionar los cromos de esta edición, participando muchos de ellos en algunas de las holyquedadas que se han organizado en la ciudad antes de la Semana Santa. El encuentro del 3 de febrero, que se celebró junto al edificio Helvetia, congregó a numerosos coleccionistas.



Proyecto empresarial. Turbulencias.



Objetivo cumplido.

simple. claro. helvetia 

Tu aseguradora suiza



Apoyo al excursionismo catalán



> El presidente de la FEEC, Jordi Merino, y el responsable de Clientes y Mercado de Helvetia Seguros, Francisco Astola.

El 15 de abril Helvetia Seguros renovó su acuerdo de colaboración con la Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya (FEEC) hasta finales de 2024. Gracias a este convenio, nuestra compañía seguirá velando por la seguridad de los federados a través de su seguro de Accidentes. Además, continuará colaborando con las diferentes iniciativas y actividades que la Federación ponga en marcha a lo largo del año.

El acuerdo lo suscribieron el responsable de Clientes y Mercado de Helvetia Seguros, Francisco Astola, y el presidente de la FEEC, Jordi Merino.

Formación específica para mediadores desde el CAV

A finales de 2023 el Centro de Apoyo a la Venta realizó una encuesta a mediadores para conocer sus inquietudes y necesidades de formación en herramientas y procedimientos. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos y la experiencia de los gestores del CAV, se creó un planning de formación a mediadores con un nuevo formato, dividido en tres bloques: pequeñas cápsulas específicas sobre una materia en concreto, una serie de sesiones enfocadas a nuevos mediadores y otras más específicas dirigidas a determinados mediadores para refrescar procedimientos y el manejo de herramientas.



En buena compañía 5/24

Helvetia y la Feria de Abril, continúa la tradición

Una vez más, Helvetia Seguros ha sido la aseguradora oficial de la Feria de Abril de Sevilla, que se celebró del 14 al 20 de abril. El Ayuntamiento de Sevilla ha vuelto a confiar un año más en nuestra compañía para proteger las instalaciones públicas de la Feria (incluyendo los procesos de montaje y desmontaje de casetas), así como la organización del paseo de caballos y el acto de clausura que incluye el tradicional castillo de los fuegos artificiales, a través de nuestra póliza de Responsabilidad Civil y Patrimonial. Como viene siendo habitual, el martes de Feria los empleados de la sede Sevilla asistieron a un cóctel en la caseta Helvetia.



V Jornadas Financieras



Helvetia Seguros está celebrando la V Edición de las Jornadas Financieras. El evento, dirigido principalmente a mediadores pertenecientes al Círculo de Confianza, se está llevando a cabo desde el pasado mes de marzo, de manera virtual y cuenta con ponentes de gran prestigio que analizan la situación económica actual. Así la apertura de estas jornadas, denominada "Oportunidades en los cambios de ciclo de los tipos", fue impartida por el director de Vida y Pensiones de Helvetia Seguros, Carlos Piñero. La segunda fue protagonizada por el profesor de Economía Aplicada, Javier Santa Cruz, y, las próximas reunirán al escritor y economista, Fernando Trías de Bes, el analista económico y divulgador tecnológico Marc Vidal, el director GVC Gaesco, Jaime Puig. Así, el encargado de finalizar esta edición será el catedrático de Economía Aplicada José María O'Kean.

Renovación de nuestro portal del cliente



Continuando con el objetivo del plan estratégico *helvetia20.25* de simplificar los procesos y seguir con la digitalización y mejora para estar más cerca de nuestros clientes, el 11 de marzo el Área Cliente de Helvetia Seguros estrenó una nueva home. Esta actualización ha permitido mejorar la experiencia del usuario al proporcionarle una visión completa y accesible de la información relacionada con sus pólizas, recibos, siniestros y mediador, así como enlaces rápidos para acceder con mayor facilidad a las principales funcionalidades del Área Cliente.

Mayor eficiencia en la gestión de Helvetia Accidentes Colectivo Temporal

Helvetia Seguros, continuando con su proceso de digitalización y mejora de los servicios que ofrece a sus mediadores y empleados, ha incorporado una importante novedad en la gestión del seguro Helvetia Accidentes Colectivo Temporal. Desde el 4 de marzo, los mediadores y los empleados autorizados ya pueden realizar la emisión avanzada de las pólizas de este producto y sus suplementos desde el portal "Tu eres Helvetia". Además, también pueden realizar una consulta avanzada sobre la póliza para conocer información detallada sobre movimientos económicos (tarifas, tasas, descuentos y recargos, primas de transacción y anualizadas...), datos comerciales (agentes, comisionamiento), cláusulas y otros datos internos que se hayan aplicado en la operación de emisión.

Mayor comodidad para la gestión de siniestros

Desde el mes de marzo, los clientes de Helvetia Seguros disponen de un canal de Whatsapp desde el que pueden enviar a la compañía documentación necesaria para la gestión de sus siniestros.

Este canal está gestionado mediante un bot que dirige la conversación con el cliente a través de un menú muy sencillo, que presenta las siguientes opciones: abrir un siniestro, consultar un siniestro, talleres concertados y enviar documentos. Esta última opción es la de más valor de este servicio, ya que el cliente puede enviar a la compañía la documentación de los siniestros que tenga abiertos sin necesidad de tener que indicar el número de siniestro previamente, tan sólo con identificarse a través de una captura del reverso de su DNI.



Sala Helvetia

Las claves para mantener el cerebro ágil

El 4 de abril la doctora Elena Gallardo, profesora de neurociencia en la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) y fundadora de Neurociencia Accesible, ofreció en la Sala Helvetia una interesante charla sobre "El cerebro ágil. Un recorrido hacia el bienestar y autocuidado conscientes". La sesión la organizó ASA (Asociación Sevillana de Asistencia) con la colaboración de Semdor (Sociedad Española Multidisciplinar del Dolor).



> Paola Luna y Elena Gallardo durante la sesión.

SABES 2024, todo un éxito



Del 4 al 21 de marzo, tuvo lugar una nueva edición del SABES, el seminario de aprendizaje básico y específico en seguros que Helvetia Seguros ofrece cada año a nuevos empleados para que conozcan mejor la cultura, el funcionamiento, el desarrollo y la estructura de la compañía.

Este año han participado en la formación 31 empleados. En la primera semana, el curso se llevó a cabo de forma presencial en un hotel de Sevilla, donde estuvieron presentes todos los alumnos procedentes de distintas zonas de España. Y a partir de la segunda semana, el grupo se dividió en dos: un grupo de 11 personas, compuesto por gestores comerciales y directores de zona, que recibieron una formación presencial más específica y profunda sobre productos y riesgos; y los 20 restantes, que continuaron con un itinerario formativo impartido de manera online, a través de cursos e-learning sobre productos del Campus Helvetia y otros seminarios que impartieron expertos técnicos de la compañía través de Microsoft Teams.

Entrega de diplomas Sucesores 2022-2024

El 9 de abril entregamos en la Sala Helvetia sus diplomas a los doce alumnos que han participado en el curso "Sucesores 2022-2024", nuestro programa de formación dirigido a hijos e hijas de agentes exclusivos de Helvetia Seguros que tienen vocación de ejercer la mediación en seguros y desean continuar con el negocio familiar. Durante el curso, los monitores han enseñado a los alumnos elementos claves de la actividad aseguradora, así como las principales claves para realizar una sucesión exitosa.



Daniel Araújo, alumno destacado SABES 2024

Departamento Actuarial Vida

¿Cómo valoras tu participación en el SABES?

Ha sido una experiencia muy positiva, me ha permitido conocer cómo funciona nuestra compañía y lo más importante, conocer a las personas que ponen todo su esfuerzo y dedicación para que Helvetia Seguros siga creciendo.

¿Cuál ha sido su punto fuerte?

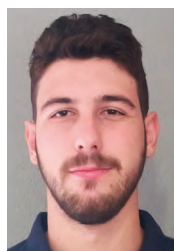
No hace falta puntos fuertes en un curso como el SABES. Simplemente, hay que ir al curso con la mente abierta, con ganas de impregnarse de los conocimientos aportados por los ponentes a lo largo de estas tres semanas.

¿Qué es lo que más te ha marcado?

Sin ninguna duda, los compañeros que he conocido a lo largo del curso.

¿Cómo valoras la formación por parte de Helvetia Seguros?

Me parece una gran iniciativa por parte del Departamento de Formación, considero que es esencial para ayudar a la integración de los nuevos empleados en la organización y en la cultura y valores promovidos por Helvetia.



Belén Navarro, alumna destacada SABES 2024

Departamento de Tesorería

¿Cómo valoras tu participación en el SABES?

Muy productiva la experiencia y satisfactoria.

¿Cuál ha sido su punto fuerte?

Las ganas de conocer más a fondo la empresa y las ganas de aprender.

¿Qué es lo que más te ha marcado?

El compañerismo que hay en general y el buen ambiente, aunque no tengamos nada que ver en nuestras tareas diarias y seamos de sedes diferentes.

¿Cómo valoras la formación por parte de Helvetia Seguros?

Ha estado muy bien, porque conoces más a fondo a qué se dedica la empresa, qué hacen en el resto de los departamentos y conoces a gente con la que has hablado muchas veces, pero que de otra manera no verías en persona.



LA OPINIÓN DEL EXPERTO

Formación Sisnet: un paso hacia el futuro

Desde el Departamento de Riesgos Personales, junto con el Departamento de Soluciones Digitales y Analítica de Datos, hemos dado un gran paso en lo que se refiere al proceso de emisión de nuestros productos de ahorro de Unit Linked y, así, se lo hemos querido trasladar a nuestros mediadores en las jornadas formativas que hemos ido realizando en las que se ha explicado el funcionamiento de la nueva plataforma: Sisnet.



Sandra Espadas
Departamento Riesgos Personales

La plataforma Sisnet es nueva para todos, y, por ese motivo, nos ofrece multitud de ventajas que hay que aprovechar. Una de las más importantes, es que hace que nos adaptemos a las necesidades del mercado, creando un proceso de emisión ágil, dinámico y totalmente descentralizado. Los propios mediadores tienen la facilidad de usar la plataforma para poder, de manera independiente, contratar la póliza directamente de una manera muy rápida y sin necesidad de la intervención de otros departamentos. Así, le damos a nuestra red comercial una mayor autonomía y transparencia. Otra ventaja que destacar, y que los mediadores han acogido con mucha positividad, es la política de papel cero implantada mediante esta nueva plataforma. Los productos Unit Linked, por su propia legislación, requieren de la firma obligatoria de varios documentos precontractuales que,

anterior a esta herramienta, tenían que realizarse de manera manual. Ahora, con la emisión mediante Sisnet, toda la documentación será firmada con una única firma digital y queda registrada en póliza pudiéndose consultar en cualquier momento. Además, esta política, nos ayuda a conseguir los objetivos marcados en la Estrategia de Sostenibilidad.

La formación de una plataforma nueva es siempre un reto, por ello, las jornadas se dividieron por territorios para que pudiera ser más participativa y dinámica. Debido a que se trata de un tren de emisión y suscripción muy sencillo e intuitivo, nos hemos sentido muy cómodos impartiendo la misma y hemos observado una gran acogida por parte de la mediación ante esta gran mejora en el proceso de emisión de los productos de ahorro.

En los últimos tiempos, y más aún con los avances constantes que hay en el mercado asegurador, somos conscientes de la necesidad de agilizar los procesos de emisión y conseguir afianzar la confianza con el cliente facilitando la contratación de las pólizas de seguros. Con esta nueva plataforma, vamos avanzando hacia un camino de la digitalización total ayudando a profesionalizar a nuestra red comercial. Sisnet, sin duda, es un paso más hacia el futuro.

Gonzalo Zabala, alumno destacado del curso SABES y los Seguros Helvetia

Director Zona País Vasco Corredores

¿Cómo valoras tu participación en el SABES?

Muy positivo, tanto a nivel laboral como en lo personal. Ha sido un curso intenso y largo, pero del que todos los participantes hemos sacado mucho beneficio. Estoy seguro de que nos ha aportado el conocimiento y confianza necesaria para empezar nuestra nueva etapa profesional con muchas ganas e ilusión.

*¿Qué es lo que más te ha marcado?*

Lo completo que ha sido el curso. Hemos podido dar un repaso a la totalidad de los productos que tenemos actualmente, incluso ampliar conocimientos repasando la fiscalidad de las prestaciones (por cierto, perfecta ponencia de Alberto Lledó). En general, muy agradecido a todos los compañeros a los que les tocó la dura tarea de enseñarnos cómo es y lo que hacemos en nuestra compañía.

¿Cuál ha sido su punto fuerte?

Sin duda, la posibilidad de conocer la empresa casi al completo y entender el funcionamiento global de la misma. Muchas veces no vemos más allá de nuestro día a día y no nos damos cuenta de la multitud de personas que trabajan día a día para que todo funcione a la perfección. También el poder compartir tiempo con un grupo fenomenal de compañeros ha hecho muy amenas estas más de dos semanas juntos en Sevilla.

¿Cómo valoras la formación por parte de Helvetia Seguros?

De todas las compañías en las que he estado (DKV, Generali y Plus Ultra) sin duda, es la compañía en la que más esfuerzo se pone en la formación de los nuevos empleados. Creo que la formación es un aspecto fundamental para el buen desarrollo y crecimiento de la compañía.



AENOR, la excelencia en la certificación

Durante los últimos 25 años, esta empresa de referencia nacional e internacional en certificación nos ha acompañado en nuestros procesos de gestión de la calidad. Un aval del compromiso de Helvetia Seguros con la excelencia, que siempre ha estado en las mejores manos.

AENOR es hoy la empresa de certificaciones más relevante a nivel nacional. Creada hace casi 40 años, como Asociación Española de Normalización y Certificación, actualmente emplea a 1.000 personas en sus 19 sedes, distribuidas tanto por España como en una docena de países europeos y de Latinoamérica.

Después de desdoblarse en 2017 en dos organizaciones (UNE, y AENOR), la compañía inició una profunda transformación con cuatro grandes ejes: estratégico (desarrollando una gestión por los objetivos de las organizaciones), digital (revolucionando su capacidad en IT), marketing (apelando a los intereses de la sociedad) y finan-

ciero (recurriendo a mecanismos para impulsar el crecimiento). En 2021, además, AENOR adquirió la mayoría de Cámara Certifica, y en 2022 la totalidad de Pryisma.

Actualmente, más de 85.000 centros de trabajo en todo el mundo tienen alguno de los certificados de AENOR en ámbitos como la Gestión de la Calidad, Sostenibilidad, Verificación de Información no financiera, Bienestar Animal, Seguridad y Salud en el Trabajo, Digitalización o Compliance.

Recientemente, Helvetia Seguros cumplió veinticinco años desde que consiguió su primera

certificación de AENOR según la norma ISO 9001. “Quisiera trasladar en nombre de AENOR, y en el mío propio -asegura Antonio Pérez, director de AENOR en Andalucía-, nuestra felicitación a todas y cada una de las personas de Helvetia Seguros que contribuyen, y han contribuido en estos años, a este logro. Porque para que un sistema de gestión de la calidad según la norma ISO 9001 sea efectivo es fundamental el compromiso de todas las personas de la organización”.

“El camino de la calidad que inició Helvetia Seguros hace 25 años -continúa- es un camino de no retorno y que no tiene meta. Manteniendo esta certificación todos estos años la compañía demuestra que su compromiso de entonces no solo lo mantiene, sino que lo ha ido aumentando”.

Actualmente, AENOR tiene vigentes cerca de un centenar de certificados de sistemas de gestión en el sector asegurador, en campos como gestión de la calidad, seguridad de la información, continuidad de negocio, gestión ambiental, economía circular y compliance, entre otros.

En el contexto actual, AENOR se enfrenta a un entorno caracterizado por la volatilidad y la incertidumbre. Esto -sostiene su director regional- implica que tenemos que seguir muy de cerca las necesidades de las empresas que buscan

en nosotros el reconocimiento a las mejores prácticas, y responder con agilidad”.

Un ejemplo de ello fue la certificación de Protocolo COVID-19: una vez que las empresas retomaban actividad presencial necesitaban implantar protocolos que aseguraran que las medidas que se estaban tomando eran seguras y que éstas fueran reconocidas por una entidad con el prestigio de AENOR.

En el caso de Helvetia, que cuenta con certificaciones según la norma ISO 9001 tanto de su sistema de tramitación de siniestros como de la emisión de pólizas y de la formación, estas certificaciones requieren un trabajo constante con la certificadora. “Nuestro certificado -explica Antonio Pérez- tiene una validez de tres años, durante los cuales anualmente realizamos auditorías de seguimiento. El trato es siempre excelente, y destaca la colaboración de todas las personas que participan en nuestras auditorías”.

“Si Helvetia Seguros no estuviera comprometida con la calidad de los procesos no estaríamos hoy hablando del 25 aniversario de su certificación -concluye-. Pero es que además lo está y de forma destacada: en la última auditoría realizada por nuestro equipo, en octubre de 2023, no se detectó ninguna ‘no conformidad’, algo que es extraordinario.



“Para ser agente de seguros y buen profesional debes ser buena persona”

Cristóbal Gómez es agente de seguros de la provincia de Jaén. Cuenta con dos agencias, en Bailén y en Jaén capital, en las que gestiona unas 2.500 pólizas, con un volumen cercano al millón de euros. Con más de 20 años de experiencia, para él la clave de un buen agente de seguros y profesional está en tener empatía con los clientes y verdadera vocación de servicio.

Cristóbal Gómez

Agente de seguros de la provincia de Jaén

Antes de ejercer como agente exclusivo de Helvetia, fuiste varios años inspector comercial. ¿De qué manera crees que esa experiencia influyó en tu labor como agente?

Haber trabajado seis años como el único inspector comercial que tenía entonces, en el 1994, la antigua Previsión Española, hizo que tuviera que aprender a marchas forzadas, con el apoyo de una amplia red de magníficos agentes y empleados que ya entonces eran



referentes en la compañía. Gracias a estos profesionales, y a la densa formación recibida en el curso de inspectores, yo, que provenía de la cervecera Cruzcampo, pude consolidarme en mi puesto de trabajo con cierta suficiencia. Esta misma capacidad y confianza es la que me hizo dar el salto como agente.

Eso fue en el año 2000. ¿Qué balance harías de estas dos décadas como agente exclusivo?

Puf... En el año 2000 me casé y me hice agente. Y en estos 24 años y casi 9.000 días, imagínate los balances que podemos hacer. Aún más yo, que he sido muy inquieto y he tenido otras actividades mercantiles complementarias en el ámbito aceitero. Pero si tuviera que resumir estos años en un hecho, para mí sería la evolución digital que ha cambiado todo nuestro entorno, y por consiguiente nuestro mundo asegurador y las relaciones que tenemos con nuestros clientes... En el 2000 casi ni había móviles e internet apenas se conocía, las ventas las hacíamos en casa de los asegurados, en la mesa camilla poníamos el despacho con la solicitud y la calculadora y haciendo amigos a la vez que clientes; ahí sí fidelizábamos ... algunas veces pienso lo cómodo que trabajamos hoy con los medios que tenemos a nuestra mano. Gracias a estos avances, son mucho más rápidas las gestiones y por ende la relación y confianza con nuestros asegurados. Para desarrollar el mismo trabajo que hacemos hoy con los medios de antes, necesitaríamos utilizar muchas más horas y recursos.

Cuentas con agencia en Jaén y con agencia en Bailén. ¿Cómo surge la oportunidad de expandir tu negocio dentro de la provincia?

Después de llevar 19 años con la oficina de Jaén, Antonio Carrascosa, como director de la zona, me ofreció en el 2019 la posibilidad de continuar la labor y el trabajo que había desarrollado nuestro amigo Fermín Lucena en la localidad de Bailén, y que se echaba a un lado después de 45 años -aunque afortunadamente hoy sigue ayudándonos en el día a día-. Soy diplomado en Ciencias Empresariales, y además me gusta el mundo empresarial, así que los amigos de Helvetia, conocedores de esto, me encargaron la gestión de este negocio.

¿Contemplas la posibilidad de abrir nuevas oficinas en otros municipios?

Somos conscientes de que, con la evolución digital, que continúa y continúa, la búsqueda de clientes y las relaciones con ellos están dando otro vaivén en estos últimos años, fruto de las nuevas tecnologías y también del cambio de hábitos surgido tras la pandemia. En consecuencia, el cliente ya no se quiere desplazar a las oficinas físicas para gestiones menores, y quiere soluciones inmediatas a sus demandas, que las hace cuando le viene bien, a cualquier hora del día, aumentando asimismo su grado de exigencia. Por ello, hoy tiene más sentido proporcionar esas soluciones inmediatas a través de medios online que con estructuras más rígidas y sometidas a horarios. De ahí que no creo que abra más oficinas en otras localidades, si bien sí que me planteo abrir nuevas líneas de negocio dentro de ellas.

Háblanos de tu zona. ¿Cómo es el comportamiento del cliente en Jaén? ¿Qué perfil de clientes es el mayoritario? ¿Es muy distinto al de Bailén?

La provincia de Jaén es agrícola y ganadera, un 15% de su población activa se dedica al sector primario, cifra que representa más de cuatro veces la media nacional. Además, está muy condicionada por la estacionalidad de la recogida de la aceituna, teniendo, según datos de la EPA (Encuesta de población activa) del tercer trimestre de 2023, la tasa de desempleo más alta de España, con un 18,95%, y una tasa de actividad del 52,67%, a cuatro puntos de la media andaluza y con una renta per cápita un 40% inferior a la media nacional. Esto hace que el cliente, incluso el funcionario con ingresos estables, se impregne de una cierta querencia al lamento y no al emprendimiento, siendo mis paisanos bastantes tradicionales. Un comportamiento que también se refleja a la hora de contratar seguros. Nuestra prioridad es el cliente doméstico, intentando hacerlo cada día más integral, y en un segundo lugar, la pyme y el pequeño comercio. En este sentido, la composición de cartera es prácticamente idéntica en las oficinas de Bailén y Jaén.

Primero como inspector comercial y después como agente, has tenido oportunidad de manejar con solvencia las claves del oficio. ¿Qué aspectos y actitudes crees que forjan a un buen agente de seguros?

Pienso que para ser agente de seguros y buen profesional debes ser buena persona, entendiendo esto como una vocación por solucionar los problemas que tiene tu cliente y por ser empático con sus necesidades. Para ello, debes de tener una buena aseguradora que te aporte los productos y soluciones que demandan el asegurado y rodearte de un buen equipo humano y técnico que pueda satisfacer sus demandas. A día de hoy, con Helvetia Seguros y con mis compañeros, lo estamos consiguiendo.

En relación con los clientes, ¿cuáles consideras que son las claves para mantener su confianza y fidelidad?

Para mantener una relación estable con nuestros clientes, debemos estar totalmente identificados con sus necesidades y con sus problemas cuando estos llegan, y adelantarnos a sus inquietudes antes de que surjan. Hoy en día el cliente tiene poca fidelidad, por lo que esa cercanía también debe manifestarse en acciones que les recuerden dónde y con quien están asegurados.

La digitalización lo impregna todo, y también por supuesto el negocio asegurador. ¿Qué puede sacar de bueno el agente de seguros de esta digitalización?

La creciente contratación digital hace que nuestros nichos de mercado y los canales de distribución estén cambiando. Pienso que debemos adaptarnos a ellos para poder seguir vendiendo, de ahí que debamos tener nuevas estructuras de ventas para satisfacer las nuevas demandas, y ese puede ser el aspecto positivo de adaptarnos a este nuevo entorno. Se podría pensar que con la digitalización y las nuevas tecnologías los agentes tenemos menos trabajo, pero no es así, ya que la delegación y externalización por parte de las aseguradoras hacia sus agentes vinculados de múltiples procesos para dar un servicio más cercano y ágil al cliente se traduce en una mayor carga de trabajo y recursos para atender a los asegurados, ocasionando un incremento de los costes.

Una última pregunta: ¿cuál ha sido el momento que conservas con más cariño de toda tu trayectoria como agente?

Quizás el momento más emotivo es cuando en un mismo acto congregas a tu familia, a tus amigos, a tus clientes, a tus compañeros y directivos de tu empresa, y eso ocurrió el 26 de septiembre del 2001, cuando inauguramos la oficina de Jaén en mi barrio de las Fuentezuelas. Fue bastante emotivo y alegre.



"Helvetia nos proporciona seguridad"

Disboton es la mayor empresa de España especializada en el diseño, la fabricación y la comercialización de botones y fornituras para el mundo de la moda. Localizada en Santa Perpetua de Moguda, un municipio situado entre Sabadell y Barcelona, tiene más de medio siglo de historia, dedicada en cuerpo y alma a un oficio tan singular y curioso como la fabricación y venta de botones, que están presentes en todo el mundo. Hace muchos años que confían su aseguramiento en Helvetia Seguros, en la que, según su administrador, José Oriol Martín, siempre han encontrado buena respuesta.



José Oriol Martín
Administrador de Disboton

Desde hace 58 años, Disboton diseña, fabrica y comercializa botones y fornituras para el mundo de la moda. ¿Cómo ha sido la evolución de la compañía desde sus orígenes hasta hoy?

En sus principios, la fabricación de un botón era totalmente manual y artesana, por lo que se fabricaban pequeñas cantidades diarias. En los años 70, el señor Marín adquirió las primeras máquinas automáticas de España, siendo en la actualidad la mayor fábrica de botones del país.

Participan en todo el proceso de la producción de los botones y las fornituras, desde el diseño hasta la entrega. ¿Cuáles son los aspectos más críticos de un proceso así?

Disboton destaca en el mercado por sus diseños, son los más valorados del mercado, así como los acabados, pulimento, tinte y pintura, que hacemos en la factoría y son los procesos más críticos porque son los que otorga más calidad al artículo.

Desarrollan productos estandarizados, pero también a medida de los clientes. ¿Cómo trabajan con los clientes en este tipo de proyectos personalizados?

Anteriormente los productos eran totalmente estandarizados, ya que iban dirigidos hacia otro tipo de negocio, mercerías y almacenes, es decir, modistas y sastrería. A partir de los años 90, esta situación dio un vuelco total, desapareciendo gran parte de almacenes y mercerías y dando paso a los grandes confeccionistas, lo que nos obligaba a crear muestrarios de temporada verano e invierno, innovando en los diseños, y además personalizando las prendas, por lo que tuvimos que adquirir una gran cantidad de maquinaria láser para los grabados personalizados.

Se trata de una industria, cuando menos, curiosa.

Entendemos que no existirá una gran competencia, ¿verdad? ¿O nos equivocamos?

Este tipo de industria, la elaboración de un botón, un utensilio imperecedero, es muy desconocida, pero no por su desconocimiento deja de ser muy laboriosa. En España hay muchas fábricas de este artículo, al cual no se le da importancia que merece porque representa una parte ínfima de la prenda, pero la competencia es mucha. Más aún, ahora, con la globalización, ya que los confeccionistas del país compran sus productos en el exterior.

¿Cuáles son los aspectos más importantes para mantener la fidelidad de los clientes?

Nuestro producto no difiere de los demás. Cualquier comprador lo que siempre tiene en cuenta es el servicio, la calidad y el precio.

Y cuáles son las principales amenazas a las que se enfrenta una compañía como la vuestra?

La principal amenaza, sin duda, es la globalización. Todo el mundo sabe la procedencia de la mayor parte de las prendas que entran en nuestro país.

¿Qué elementos diríais que son los que hacen único y diferente a Disboton con respecto a otras firmas de la competencia?

Indiscutiblemente, nuestra factoría hace que cada botón sea una pequeña joya, se mima en su fabricación y acabados, y eso hace que seamos una empresa puntera en el sector.

Confían en Helvetia Seguros su aseguramiento. ¿Qué valoración hacen de sus servicios?

Hace muchos años que confiamos en Helvetia Seguros. Desgraciadamente, hemos sufrido varios percances en nuestras instalaciones, pequeños hurtos con destrozos importantes, un conato de incendio que no paso a más... Y siempre hemos encontrado en Helvetia Seguros la solución y el apoyo que tanto se agradece en estas circunstancias.

¿Qué encuentran en Helvetia Seguros para mantener su confianza en la firma?

Aparte de lo mencionado anteriormente, de la seguridad que nos proporciona tener detrás una compañía tan solvente como Helvetia Seguros, quisiera hacer una mención muy especial a sus colaboradores físicos, los delegados de zona y los asesores, en nuestro caso una persona especial que muestra su empatía diaria con sus clientes, Borja Draper, de Barcelona.

¿Hacia dónde avanza Disboton?

A pesar de haber sufrido las consecuencias de la pandemia, durante la que cayó la facturación en un 50 %, y tener que regularizar la plantilla en la misma proporción, hoy en día Disboton está luchando para volver a sus niveles, abriendo nuevos mercados internacionales y siendo el mayor exportador del sector trabajando para casi la totalidad de países del mundo.



Helvetia Seguros alcanza un volumen de primas emitidas de 518,8 millones de euros

Helvetia Seguros cerró 2023 con un excelente desarrollo de su negocio. El volumen total de primas alcanzó 518,8 millones de euros, lo que ha supuesto un crecimiento del 9,4% respecto al ejercicio anterior, y de un 9,3% en primas de Riesgo. El beneficio neto se situó en 42,5 millones de euros, aumentándose en un 11,5% respecto a 2022¹, y superando las expectativas de la compañía.

En 2023, Helvetia Seguros alcanzó un volumen total de negocio de 518,8 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 9,4% en volumen de primas totales y del 9,3% en volumen de primas de Riesgo respecto al registrado en el ejercicio anterior y superando los objetivos marcados. En No Vida obtuvo un incremento del 9,5% hasta facturar 374,2 millones de euros. En Vida alcanzó un volumen de 144,6 millones de euros, lo que ha supuesto un crecimiento del 9,4% respecto al ejercicio anterior, destacando la excelente evolución de los negocios de Asistencia Familiar (Dececos) y Riesgo Individual, que crecen por encima de lo registrado por el conjunto del mercado. Además, la entidad consiguió un beneficio neto de 42,5 millones de euros, que es un 11,5% superior al registrado en 2022¹, impulsado por el crecimiento, el comportamiento de los mercados financieros y la calidad del negocio.

Íñigo Soto, CEO de Helvetia Seguros, manifestó su satisfacción por los resultados obtenidos en una conferencia de prensa celebrada el pasado día 25 de abril en Madrid: "Estamos muy satisfechos con estos resultados ya que confirman el positivo desarrollo de la estrategia de la compañía, y de su objetivo de crecimiento rentable, especialmente en las primas de Riesgo, donde hemos mejorado el resultado un año más, a pesar de los efectos que está teniendo la inflación en los mercados". Además, Soto añadió "los datos presentados ponen de manifiesto el magnífico

trabajo realizado por empleados y mediadores durante el pasado ejercicio, y la acertada apuesta de la compañía por la excelencia técnica".

Estos excelentes resultados se han conseguido gracias a una evolución positiva de los principales elementos que constituyen la base del negocio: un crecimiento diversificado y rentable de la facturación de primas, tanto en No Vida como en Vida; un ratio combinado y una tasa de siniestralidad neta de No Vida en línea con el mercado; y una eficiente gestión de costes, adecuada para el impulso comercial requerido por el plan estratégico *helvetia 20.25*.

Por lo que se refiere a la composición de la cartera de primas, al finalizar 2023 se ha distribuido entre Autos (26,0%), Diversos (46,1%) y Vida (27,9%), lo que refleja, de nuevo, una plena alineación con los objetivos estratégicos de la compañía.

En el bloque de No Vida se ha registrado un incremento del 9,5%, impulsado por el crecimiento del negocio de Empresas, Transportes y Personales, donde se han obtenido crecimientos superiores al mercado: Autos (8,4%), Patrimoniales (8,9%), Personales (14,5%), Transportes (14,1%), R. Civil (10,5%).

El ratio combinado neto de No Vida (96,8%) ha empeorado 1,8 puntos¹ respecto a 2022, como

¹ Los datos de 2022 indicados se han calculado en base a los nuevos criterios contables IFRS17 aplicados en 2023.



consecuencia, especialmente, de un aumento de 1,9 puntos¹ de la tasa de siniestralidad neta de No Vida (69,3%) que ha estado condicionada de forma significativa por los efectos de la inflación y por las catástrofes naturales. En lo relativo a los gastos conjuntos de administración y adquisición (27,5%), se han reducido en 0,1 puntos¹ respecto a 2022.

En el negocio de Vida se ha producido un crecimiento del 9,4%, debido principalmente al incremento de las primas de Ahorro (11,4%), siendo también muy destacable la evolución de los productos de Vida Riesgo Individual (7,7%) y de Asistencia Familiar (9,3%), producto en el que se han alcanzado ya más de 79,2 millones de euros de facturación, situándose ambos crecimientos muy por encima de los alcanzados por el sector.

Como resultado de estas cifras, Helvetia Seguros ha alcanzado un excelente ratio (15,1%) de Rentabilidad sobre Fondos Propios (ROE), superior al registrado en 2022 (14,6%)¹, y vuelve a situarse en línea con los más destacados del mercado español.

Estrategia helvetia 20.25

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

- Propósito: La vida está llena de riesgos y oportunidades. Helvetia está ahí cuando realmente importa.
- Visión: Helvetia quiere ser la mejor aliada de sus clientes, garantizando su seguridad financiera y ofreciéndoles una adecuada y cómoda accesibilidad.

Íñigo Soto, CEO de Helvetia Seguros.

En 2023 se ha producido una satisfactoria evolución en España de la estrategia, que sigue avanzando en los objetivos marcados dentro de sus cuatro prioridades estratégicas. En concreto, en el pasado ejercicio se desarrollaron distintas iniciativas y se completaron diferentes proyectos significativos:

Comodidad para el cliente:

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

Oferta completa:

- Nuevas soluciones para Planes de Pensiones y Unit Linked.
- Nuevos productos de No Vida: Multi-riesgos, Furgonetas, Mascotas y Ciberriesgo.

- Mayor especialización de la red comercial en el negocio de Empresas.
- Impulso a la sostenibilidad (ESG).

Crecimiento rentable:

- Incremento de la digitalización y especialización del canal de agentes.
- Crecimiento del canal de corredores.
- Crecimiento de Decesos. Cobertura de mascotas.
- Adquisición de una participación mayoritaria en Funeraria El Recuerdo.
- Gestión eficiente de las inversiones.

Nuevas oportunidades:

- Lanzamiento de SMILE.
- Acuerdos con grandes cuentas.
- Impulso a los PPIs y Planes de Empleo.

Para conseguir implantar con éxito la estrategia *helvetia 20.25*, la compañía está apostando, a todos los niveles, por el modelo "helvetia way" que, basándose en los valores corporativos de la confianza, el dinamismo y el entusiasmo, consiste en trabajar bajo las premisas del liderazgo compartido, la colaboración, la organización ágil y fiable y el progreso conjunto. Todo ello le ha llevado a ser reconocida como empresa "Top Employer" 2023.

El Grupo Helvetia obtuvo un sólido beneficio en 2023, continuó con éxito su trayectoria de crecimiento selectivo y aplicó la estrategia acorde a lo previsto.

En el siguiente cuadro se detallan los principales indicadores de cierre del ejercicio 2023 del grupo, que fueron publicados y explicados ampliamente y en las diferentes presentaciones a los medios del pasado 11 de abril.

Fabian Rupprecht, CEO del Grupo Helvetia, manifestó que "Helvetia alcanzó en el año 2023 un beneficio sólido en un entorno de mercado complejo con un importante número de catástrofes naturales. Quisiera agradecer a todas las personas que trabajan en el grupo su contribución al beneficio y su dedicación a los clientes, especialmente a los afectados por los eventos meteorológicos adversos". Adicionalmente añade "Al mismo tiempo, el año pasado se puso de manifiesto la importancia de la gestión del negocio principal. Continuamos centrándonos claramente en este punto para fortalecer la rentabilidad técnica ante el desafiante entorno de mercado".

Indicadores más importantes del ejercicio 2023

El negocio principal, base del aumento del dividendo

- Helvetia generó un beneficio operativo de 372,5 millones de CHF (2022: 492,9 millones de CHF). Este resultado se vio afectado por los siniestros causados por catástrofes naturales y de gran magnitud que tuvieron un impacto en el negocio de No Vida, tanto en Suiza como en otros mercados europeos. El negocio de Vida ha aportado un resultado sólido y ligeramente superior al del ejercicio anterior.
- El resultado IFRS fue de 301,3 millones de CHF (2022: 480,2 millones de CHF). En comparación con 2022, no se produjo el beneficio no recurrente de 87,2 millones de CHF correspondiente a la venta de la aseguradora española Sa Nostra Vida.
- El Consejo de Administración propone a la Junta General de Accionistas aumentar el dividendo en 40 céntimos, hasta los 6,30 CHF por acción.

Gran resiliencia gracias a la fortaleza financiera y a la diversificación

- En un entorno de mercado complejo, Helvetia se benefició de su sólida fortaleza financiera y de su diversificada base comercial. La agencia de calificación S&P Global Ratings (S&P) confirmó recientemente su calificación de "A+".
- La fortaleza de Helvetia también se refleja en su capitalización, que continúa siendo excelente. A 1 de enero de 2024, el ratio de solvencia SST (Swiss Solvency Test) se situaba por encima del 280%.

Helvetia atrae con su estrategia nuevas oportunidades de crecimiento

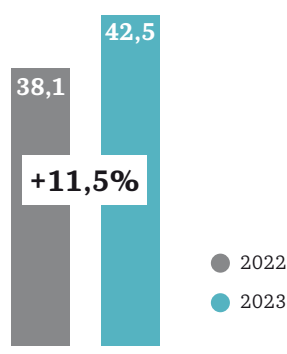
- Continuó aplicando con éxito su tendencia de crecimiento selectiva centrada en negocios rentables y eficientes en capital, y aumentó el volumen de negocio -tras el ajuste de divisas- en un 7,2%, hasta 11.311,3 millones de CHF.
- Los impulsores del crecimiento fueron tanto los Specialty Markets como el negocio No Vida en todos los mercados. Suiza, España y Austria tuvieron nuevamente un crecimiento superior al del mercado en sus respectivas plazas.
- Asimismo, Helvetia aumentó los ingresos por negocios de servicios hasta alcanzar la cifra de 390,5 millones de CHF (2022: 350,9 millones de CHF). El crecimiento es principalmente consecuencia de la expansión de los negocios no aseguradores en España. El negocio de servicios aportó más del 5% al resultado IFRS.
- Helvetia está actualizando la estrategia del grupo. El resultado de esta actualización se presentará en diciembre, en la jornada "Capital Markets Day".

Principales cifras de la evolución de Helvetia Seguros en 2023

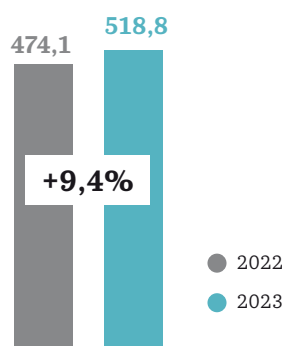
Primas totales por ramos (en millones de euros)

	2023	2022	+/- (%)
Total primas No Vida	374,2	341,8	+9,5
Autos	135,0	124,4	+8,4
Patrimoniales	175,8	161,5	+8,9
Personales	21,2	18,5	+14,5
Transportes	25,5	22,4	+14,1
Responsabilidad Civil (RC)	16,7	15,1	+10,5
Total primas Vida	144,6	132,2	+9,4
Vida-Ahorro tradicional	6,4	7,0	-8,9
Unit-Linked	40,2	35,0	+15,0
Vida-Riesgo Colectivo	4,2	4,2	-1,0
Vida-Riesgo Individual	14,6	13,5	+7,7
PAF-Decesos	79,2	72,5	+9,3
TOTAL	518,8	474,1	+9,4

Beneficio neto
(millones de euros)

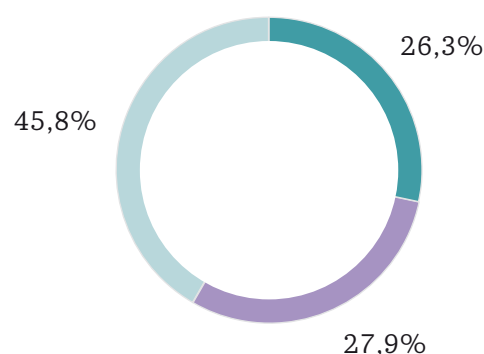


Primas emitidas
(millones de euros)

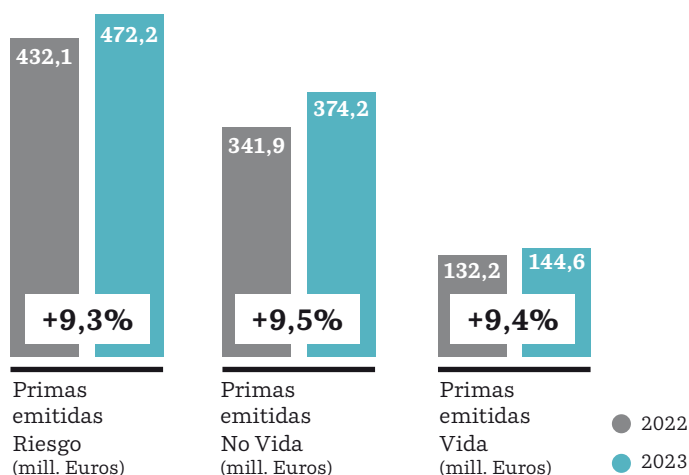


Composición de la cartera

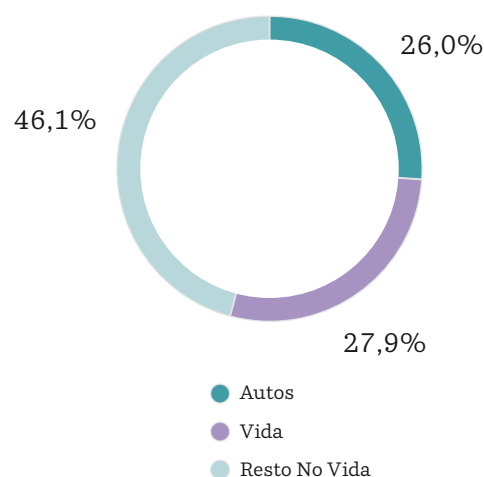
Cierre 2022



Volumen de primas y crecimiento



Cierre 2023



IFRS17, mucho más que un nuevo modelo de divulgación de información financiera

Helvetia Seguros, de forma acompasada con el grupo, ha llevado a cabo la implementación de esta norma, de obligado cumplimiento para las compañías que presentan sus EEFF (Estados Financieros) bajo normativa NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera) y que tiene importantes consecuencias en aspectos como la transparencia.

A muchos os sonará nuevo, pero, no, desde luego, a cualquiera del ámbito asegurador que esté familiarizado con la información financiera. Se llama IFRS17, y es un nuevo estándar de divulgación de información financiera, de alcance internacional, que entró en vigor en enero de 2023 y que ha venido para quedarse.

Aunque ya nos acompaña desde hace más de un año, en realidad Helvetia Seguros, como la mayor parte de entidades aseguradoras, ya venían trabajando en su implantación desde bastante tiempo antes. En el caso de nuestra compañía, uno de los principales artífices de esta implantación ha sido Alejandro Gestoso. Desde que se especializara en esta norma a finales de 2017, a través de diversas consultoras externas, trabajó en la adaptación de numerosas compañías al nuevo estándar, hasta que, en 2019, entró en Helvetia Seguros, en el Departamento de Servicios Generales, dentro de la Dirección de Administración y Finanzas liderada por Susana Blanco, como project manager de IFRS17/9. En ese tiempo, el trabajo para su implementación, de forma coordinada con el grupo a nivel internacional, ha sido muy intenso.

“Es el proyecto más transversal que yo haya conocido -explica-. Y ha supuesto un gran esfuerzo internamente, porque afecta a toda la organización”. De IFRS17 Alejandro destaca especialmente su carácter “disruptivo, revolucionario y transformador”. Apunta la razón: “Los cambios que se producen en los estados

financieros no tienen que ver solo con lo metodológico, sino que implica también una mayor transparencia que se refleja en cuestiones como la presentación de los resultados económicos por márgenes, margen asegurador y margen financiero, con la necesidad de identificar los contratos no rentables que comercializan las entidades, lo que tendrá una gran relevancia en su gestión”. En consecuencia, gracias a la norma, “de un plumazo, y de forma muy transparente, puedes ver cuáles son los contratos menos rentables de la compañía”.

La norma es de obligado cumplimiento para las compañías que presentaban sus estados financieros bajo normativa NIIF, que son entidades consolidadas o entidades que voluntariamente hayan querido presentar dichos estados. A partir de enero del 2023, la presentación de la información financiera ha cambiado para todo el sector de aseguradoras en virtud de la entrada en vigor de IFRS17. “Este es el primer modelo contable que armoniza el registro de los contratos de seguros, por lo que la implementación de estos cambios ha originado un gran trabajo e inversión” -explica Alejandro-. En contrapartida, se espera que contribuya a una mayor transparencia para inversores, analistas y todo el medio asegurador, además de permitir una adecuada comparación de la información financiera dentro del sector.



"Esta norma busca una consistencia y una comparabilidad entre los datos que presentan las distintas compañías a través de la homogeneización de los criterios, así como de la valoración de las provisiones técnicas a valores actuales."

*> Alejandro Gestoso.
Departamento de Servicios Generales*

La nueva normativa IFRS conlleva profundos cambios al clasificar, valorar y contabilizar los contratos de seguro. Así, es previsible que este nuevo marco normativo proporcione:

- 1.- Un tratamiento de valoración homogéneo para todas las compañías y alineado con las prácticas de otros sectores.
- 2.- Mayor transparencia mediante la unificación de criterios para compañías y jurisdicciones y mejora de la comparabilidad.
- 3.- Alineación con los principios de otras IFRS's aplicables a otras industrias.

Gracias a la adaptación realizada por Helvetia Seguros, en consonancia con el grupo, nos hemos adelantado al futuro escenario de regulación financiera en el sector.

"Esta norma busca una consistencia y una comparabilidad entre los datos que presentan las distintas compañías a través de la homogeneización de los criterios, así como de la valoración de las provisiones técnicas a valores actuales", explica Alejandro.

El punto de partida para su desarrollo era el siguiente: se detectó que la contabilidad actual del sector asegurador contaba con inconsistencias en la valoración de activos y pasivos, de manera que la valoración de los contratos de seguro no era uniforme en los distintos países. Ello llevó a considerar la necesidad de establecer una única contabilidad, a través de una norma que pudiera mejorar los informes financieros, al proporcionar información más transparente y comparable.

La nueva norma, en consecuencia, supone importantes avances, ya que:

- Facilita información actualizada y consistente de los pasivos de seguros, incluyendo el valor de las opciones y garantías.
- Refleja el valor temporal del dinero.
- Trata los servicios relacionados con la actividad de suscripción como ingresos y gastos de manera comparable a otros negocios distintos del ámbito de seguros.
- Proporciona información separada sobre el resultado financiero y el resultado técnico.

"Creo -asegura Alejandro- que es un gran reto para las aseguradoras, que nosotros, afortunadamente, ya hemos superado".

Pasión por los coches clásicos



Conocemos la gran afición de Francisco Esteban, director de Zona Extremadura Agentes: los coches clásicos. Una afición adictiva.

Francisco Esteban, director de Zona Extremadura Agentes, siempre ha sido un apasionado de los coches. De hecho, antes de trabajar en Helvetia Seguros, desarrollaba su actividad en una empresa que contaba con concesionarios de vehículos. Pero nunca se había atrevido a dar el salto de comprar un vehículo clásico. Hasta que hace siete años, tras sufrir una angina de pecho, ya no se lo pensó más y adquirió su primer vehículo, un Mercedes Benz C-280 cupé. Un vehículo del año 1980 pero completamente reacondicionado. Ese vehículo, que mantiene hoy, lo condujo a muchos lugares, pero fue también su puerta de acceso a todo un universo que hasta entonces desconocía: concentraciones de vehículos clásicos, rutas, ferias... “En ese momento -comenta-, me di cuenta lo mucho que me gustaba viajar en vehículo clásico”. Una forma de viajar muy distinta, donde la prisa nunca existe, sino más bien la contemplación de bonitos paisajes, el tránsito por carreteras con encanto... El placer de conducir.

Pero inevitablemente, el gusanillo se fue convirtiendo en gusano, y en 2022 adquirió un Citroën Dyane 6. Basado en el Citroën 2 CV, del que heredó el chasis y la mecánica, el eslogan con el que fue comercializado en España era “Para gente encantadora”. En este caso, no se trataba de un vehículo reacondicionado, sino bastante deteriorado. “Creo que es del año 78, pero ni siquiera lo sé porque no tiene documentación”, explica Francisco, quien ahora aprovecha mucho de su tiempo libre en la reparación y preparación del vehículo.

Porque el hobby de los coches clásicos tiene, como nos ilustra didácticamente nuestro director de zona, dos grandes dimensiones: por un lado, la lúdica y social, que tiene que ver con la exhibición y el encuentro de los vehículos; y por otro, la que se refiere a la reparación y puesta a punto de coches. Esta es una dimensión ardua pero muy placentera. Se va realizando poco a poco, como quien va montando un puzzle, pero bastante complejo: “hay un trabajo importante de búsqueda de piezas, de negociación, de encontrar lo



que buscas. Porque tienes que montar el vehículo prácticamente desde el chasis, lo que implica mecánica, electrónica, iluminación, tapicería...”

El taller de Francisco está en su casita veraniega de Corrales del Vino (Zamora). Muchos sábados o domingos, se encierra en su taller, y las horas se pasan muy rápido mientras pone a punto su coche. “Ahora estoy en la fase del lijado interior”, explica. Es una labor apasionante, que tiene un fuerte componente creativo en realidad. “Los coches están muertos, y tú los devuelves a la vida”, sostiene.

Para semejante labor, uno pensaría que son necesarios unos profundos conocimientos de mecánica. Francisco desmonta ese mito. “Lo que hace falta es tiempo. Y, además, ahora, con los tutoriales de YouTube, puedes conseguir casi de todo. Además, hay que tener en cuenta que este tipo de vehículos tiene soluciones mecánicas bastante rudimentarias, totalmente analógicas, sencillas”. “Concretamente, el

Dyane 6 puede repararse casi con un martillo o un destornillador y una piedra”, comenta algo exageradamente Francisco. En todo caso, en esta afición sí hay bastantes personas que saben mucho de mecánica. “Lo bueno que tiene es que existe una extensa red de gente dispuesta a ayudarte. Y cuando tú pides ayuda, disfrutan los dos: el que solicita la ayuda y el que la presta”. Además, una vez que entras en un club, surgen oportunidades formativas: son los propios miembros del club quienes dan talleres específicos al resto del grupo sobre cuestiones mecánicas o electrónicas diversas.

Quien conoce el universo social de los vehículos antiguos, sabe de su poder adictivo, y del enganche que produce formar parte de su comunidad. En el caso de Francisco, él fue el principal promotor, junto a otros dos amigos, de un club, la Asociación Clásicos Históricos de Extremadura, que ha presidido durante los primeros cuatro años de existencia. Comenzaron siendo tres socios, y hoy son casi setenta. Entre las actividades que realizan, además de encuentros culinarios –“la afición de los coches antiguos está muy unida a las comidas”, explica Francisco–, se encuentran las concentraciones, el formato más propio de los clubes de coleccionistas. “Hay concentraciones continuamente, casi todos los fines de semana, propias o de otros clubes, y siempre hay un ambiente familiar estupendo. Pueden llegar a concentrarse 150 coches clásicos, y es muy típico ver a abuelos con sus nietos”. Porque esta es una afición que suele heredarse de padres a hijos. Aunque Francisco, con dos hijos ya crecidos –el pequeño es adolescente–, no ha tenido suerte. “Disfrutaban con los coches, pero el gusanillo no se les ha metido dentro”, explica.

Francisco ya no es el presidente del club, pero sigue participando muy activamente en su día a día. Además, continúa afanándose en la preparación de su Dyane 6. “El primer plazo que me di fue a finales de 2023. Ya voy tarde”, concluye.



**“Avanzamos
con paso
firme hacia
la excelencia
técnica y el
crecimiento
rentable, con
una clara
apuesta por
el enfoque
en el cliente y
nuestra red de
mediación”**

> *Julia Casanova, directora del Área de
No Vida Particulares*





“El componente personal es imprescindible para mí”

> Alberto Chércoles, director de Zona Aragón Corredores

#zaragoza

En este número de Reunimos a Julia Casanova, directora del Área de No Vida Particulares, y Alberto Chércoles, director de Zona Aragón Corredores. Ambos, con una larga experiencia en el sector e importantes puestos de responsabilidad en la compañía. Los dos son personas muy comprometidas con el presente y el futuro de Helvetia Seguros.

Nuestra entrevista doble de primavera confronta a Julia Casanova, directora del Área de No Vida Particulares, y Alberto Chércoles, director de Zona Aragón Corredores. Dos perfiles con larga experiencia en la compañía. ¿Podrías resumir muy brevemente vuestra trayectoria en Helvetia?

Julia Casanova: Me incorporé a Helvetia Seguros en enero de 2010 y tras 9 años como responsable de Auditoría Interna, tuve la oportunidad de dar el salto al área técnica de No Vida. Primero, como responsable del Departamento de Autos y Multirriesgos particulares y siniestros lesiones, después Técnico-Pricing y Reaseguro, y, en la actualidad, desde enero de 2023, soy directora del Área No Vida Particulares y miembro del Comité de Dirección.

Alberto Chércoles: Desde la Convención Anual de Bilbao del año 2013, que fue mi primer día de trabajo, ha sido un devenir de acontecimientos intensos. Siempre desde el puesto de director de zona, he llevado una agenda de trabajo en la Zona de Aragón, dependiendo de la territorial Norte, compaginando agentes y corredores, y donde he asumido el día a día, con mucha ayuda, y contando con excelentes compañeros de viaje.

Con respecto a la compañía que conocisteis al entrar, ¿qué cosas principales creéis que han cambiado?

J.C.: Echando la vista atrás, los cambios principales tienen que ver con la diversidad de productos que poco a poco hemos

“En el canal corredores estamos creciendo, principalmente, en el ramo de Empresa y en Decesos”

> *Julia Casanova*

incorporado a nuestro porfolio. También, el desarrollo del ramo Empresa, a través, incluso de una medida estratégica propia. Por último, destacaría la importancia que ha adquirido la analítica de datos, y, en concreto, la optimización del pricing para una mejora sustancial en la selección de riesgos de cara a conseguir un crecimiento rentable.



Julia Casanova

Si te lo llegan a decir a los diez años, jamás te hubieras creído que acabarías: Trabajando en el área técnica en Helvetia Seguros.

Algo de ti mismo que no seas capaz de controlar: Mi autoexigencia.

Y algo, en cambio, a lo que nunca te resistes: Un buen vino.

Define a una buena persona: Alguien que se preocupa por los demás.

Tres rasgos de carácter que crees que te definen: Exigente, responsable y valiente.

El color que más te gusta: Azul.

Y otro que detestas: Naranja.

Una frase que te encorajina al instante cuando la escuchas: “Siempre se ha hecho así”.

Un destino vacacional que alguna vez visitarás: Maldivas.

Y otro al que volverás sí o sí: Nueva York.

Con los años, se pierde: Inseguridades.

Y en cambio, se gana: Confianza.

La persona a quien echas más de menos en el mundo: A mis hijos cuando no están cerca.

No seas modesto: del 1 al 10, qué nota te pones: Prefiero que otros me pongan la nota



Alberto Chércoles

Si te lo llegan a decir a los diez años, jamás te hubieras creído que acabarías:

Disfrutando de una ensalada de tomate.

Algo de ti mismo que no seas capaz de controlar: A veces, soy demasiado visceral. Mi carácter maño.

Y algo, en cambio, a lo que nunca te resistes: Entrar a una tienda de zapatillas.

Define a una buena persona: Aquella que respeta a los demás.

Tres rasgos de carácter que crees que te definen: Prefiero que sean los demás quienes respondan a esta pregunta.

El color que más te gusta: Me he vuelto mayor, el azul, pero aún soy de colorines.

Y otro que detestas: Marrón, es feo y difícil de combinar.

Una frase que te encorajina al instante cuando la escuchas: “Eso no te lo crees ni tú”.

Un destino vacacional que alguna vez visitarás: New York, con mi pareja.

Y otro al que volverás sí o sí: A cualquier playa.

Con los años, se pierde: Intensidad.

Y en cambio, se gana: Madurez, en mi caso, sin duda, alguna.

La persona a quien echas más de menos en el mundo: A mi hija cuando no estoy con ella.

No seas modesto: del 1 al 10, qué nota te pones: Prefiero que sean los demás quien me puntúen.

A.Ch.: Teniendo en cuenta que entré en el 2013, diría que dos. La primera, a nivel general, la idea de posicionamiento en el mercado, afianzar el saber que queremos, cómo lo queremos y de quién lo queremos. Nos hemos vuelto más profesionales, más selectivos, nos hemos sabido adaptar a un mercado en continua evolución. Y hemos sido eficaces al hacerlo, que no siempre es fácil. A nivel particular, la compañía se ha sabido adaptar a mi “yo” de hace 10 años... Poco a poco, eso sí (venía de una compañía americana, con un perfil de comercial agresivo que solo se centraba en el crecimiento). Hubo paciencia y buenos consejos.

“Hemos aprendido a ampliar nuestra oferta de distribución. Mantenemos una gran red de agentes y ampliamos una red de corredores”

> Alberto Chércoles

Hablemos del canal corredores, que os ocupa a los dos, más directamente a Alberto, pero también a Julia. De acuerdo con los sucesivos planes estratégicos de la compañía, Helvetia Seguros ha venido profundizando en la potenciación de este canal. ¿Cuáles son diríais que son las principales enseñanzas que hay que extraer de este proceso? ¿Hay margen para seguir creciendo?

J.C.: En el canal corredores estamos creciendo, principalmente, en el ramo de Empresa, impulsado a través de una medida estratégica focalizada en el

desarrollo de estos productos, que está obteniendo muy buenos resultados, tanto en crecimiento como en rentabilidad. Y, a su vez, también estamos teniendo un crecimiento importante con corredores en el negocio de Decesos, a través de nuestro Plan de Asistencia Familiar. En ambos casos, creemos que hay margen para continuar creciendo y desarrollando nuevo negocio a través de este canal de mediación.

A.Ch.: La respuesta viene al hilo de lo que comentaba antes. Nos hemos adaptado sabiendo que era importante apostar por este canal, por volumen, por posicionamiento estratégico y porque es fundamental saber mirar al futuro desde varias perspectivas. Hablamos de profesionales, a los que hay que valorar, pero no temer. A los que hay que saber llevar, tratar y disponer de ellos en función de un criterio válido, marcado por la compañía. Hemos aprendido a ampliar nuestra oferta de distribución. Mantenemos una gran red de agentes y ampliamos una red de corredores. ¿Cuál es el margen de crecimiento? El que quieras. Te diría que en Helvetia Seguros somos afortunados por saber mantener estos dos canales de la manera en que lo estamos haciendo.

La digitalización es el gran mantra de las empresas de servicios en el momento actual. ¿De qué manera consideráis que esta digitalización puede ser compatible con un modelo de negocio como el de Helvetia Seguros, donde sigue primando el trato personal que ofrecen los mediadores, toda una seña de identidad de Helvetia?

J.C.: La digitalización debe estar encaminada, por un lado, a mejorar la eficiencia de los procesos, especialmente, los de suscripción y emisión para mejorar la experiencia de nuestros mediadores. Y por otro, a mejorar la experiencia de nuestros clientes, de forma que la



gestión de los siniestros sea cada vez más sencilla y ágil en el tiempo, a través del desarrollo de operativas y herramientas que redunden en una mejora de la eficacia.

A.Ch.: La tercera pata de la mesa, desde mi punto de vista, es un desarrollo adecuado: profesionalizo mi personal, profesionalizo mi red, y profesionalizo mi propia posición en el mercado sabiendo que “el futuro ya está aquí”. Por supuesto, de forma paralela, mejoro mis herramientas y oriento mi negocio hacia un entorno digital, porque es totalmente necesario. Hay que tener en cuenta palabras clave: cliente, datos, usuario, Big Data, e-learning, app, costes... Pero siempre en un entorno de trato directo y con un componente personal que para mí es imprescindible en nuestro día a día.

Ambos estáis en un momento profesional de consolidación y proyección. ¿Qué más le pedís a vuestras carreras profesionales?

J.C.: Creo que a las carreras profesionales no se les pide, sino que se recorren a través del aprendizaje, el trabajo, compromiso y afrontando los nuevos retos que se presentan. Con todo esto en la mochila, confío en que mi carrera profesional siga siendo tan enriquecedora y retadora como hasta ahora.

A.Ch.: A mí siempre me ha cautivado la palabra “oportunidad”, y eso es lo que quiero, oportunidades para poder hacer, aportar, demostrar, ayudar, y, por supuesto, confianza. Esta última palabra también es importante, pero también hay que ganársela. Veo un futuro con un recorrido importante por hacer y unos objetivos generosos que alcanzar.

Hablemos del futuro de Helvetia Seguros. A grandes rasgos, ¿hacia dónde creéis que avanza la compañía?

J.C.: Avanzamos con paso firme hacia la excelencia técnica y el crecimiento rentable, con una clara apuesta por el enfoque en el cliente y nuestra red de mediación.

A.Ch.: Tenemos una posición de autonomía y de independencia creo que envidiable. Hemos demostrado agilidad y “cintura” en los últimos años, y con un nuevo plan estratégico en puertas, el futuro es prometedor. Podemos y debemos tener una posición destacada en el mercado en los próximos años, tenemos que ser referente en algunos ramos específicos en el sector asegurador. A su vez, resulta imprescindible potenciar la marca Helvetia como un ejemplo de sostenibilidad y solvencia. Existen los mimbres adecuados para poder lograr los objetivos que nos marquemos. Espero que estos



sean ambiciosos. Quiero que mi trabajo y mi esfuerzo sirvan para ser un referente, no uno más. Y, considero, por tanto, que estoy en el lugar adecuado.

Por último, hablemos del sector. ¿Cuáles creéis que son los grandes retos del sector asegurador?

J.C.: En mi opinión, el principal reto está en crecer de forma rentable, especialmente en ramos donde el mercado es mucho más competitivo. Todas las compañías de seguros nos hemos visto afectadas por el incremento de los costes como consecuencia de la inflación. Especialmente, con un fuerte impacto en el ramo de Autos, en un momento en el que veníamos de ajustar los precios como consecuencia de la reducción de la movilidad en el periodo de pandemia. Todo esto se ha traducido en un claro empeoramiento de la rentabilidad de este ramo, siendo necesario ir ajustando las primas al nuevo escenario mediante un adecuado pricing, de forma que, se establezcan primas en función de cada cliente, conforme a sus características y comportamiento. Por otro lado, no debemos olvidarnos de la incidencia de los fenómenos meteorológicos (que cada vez son más frecuentes) en los seguros multirriesgos y que puede afectar a que su crecimiento no alcance la rentabilidad esperada si no mantenemos la prima adecuada para cubrir estas incidencias climatológicas.

Esto repercute especialmente en las pólizas de Hogar, ramo que es muy competitivo.

A.Ch.: La respuesta puede ser muy amplia, pero por dejarla lo más concisa posible, deberíamos partir del primer objetivo fundamental que sería afianzar todo lo realizado en los últimos tres años. La pandemia cambió muchas cosas y hay que buscar ya la “terrible normalidad”. Después, hay que tener en cuenta la transformación digital, el nuevo concepto de IA, como piedra angular de desarrollo. También la homogeneidad a la que tiende el mercado, en concepto de procesos de compras y fusiones. Sin olvidarnos del contexto económico, micro y macro, que harán revisar carteras, ramos, siniestralidad, costes y resultados. Por supuesto, el peso abrumador del ya presente cambio climático, con una clara incidencia en nuestra siniestralidad y cuyos efectos son palpables en nuestro día a día. En relación con el cambio climático la necesidad de implementar alternativas de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa. Todo ello junto con la mejora en los procesos de suscripción y valoración de riesgos, imprescindible también. Quizás todos estos factores, mezclados, pero no agitados, con la primacía del tema humano (el perfil personal, la gestión del talento), que, para mí, como ya he dicho antes, es fundamental, serían los grandes retos que entre todos tendremos que asumir.

Ourense

Tres cosas hay en Ourense....

Plaza Mayor de Ourense, la única plaza inclinada de España, centro del casco histórico de la ciudad.

Viajamos a la única provincia de Galicia que no tiene costa. Más concretamente, a su centro histórico, sin el que no se entiende la vida de Roberto Conde, coordinador del CAV de Territorio Oeste. Un paseo por una ciudad llena de cultura y de rincones por descubrir.

La vida de Roberto Conde, coordinador del CAV de Helvetia Seguros del Territorio Oeste, no se entiende sin Ourense. Es la ciudad en la que nació, creció y hoy vive. Pero si hay una parte de Ourense a la que se siente especialmente unido, es a su centro histórico. Porque hasta que se emancipó y comenzó a trabajar, precisamente en Helvetia

Seguros, a la que ha dedicado toda su vida profesional, Roberto creció y vivió en una zona muy próxima al casco histórico de la ciudad, en lo que hoy se conoce como el Parque de las Mercedes. Por eso, su propuesta es conducirnos al corazón de Ourense y mostrarnos todos los rincones y secretos que él conoce bien.



Roberto Conde
Coordinador del CAV Oeste

Sobre el actual Parque de las Mercedes se levantaba en otro tiempo el antiguo parque de bomberos de Ourense. Fueron muchas las veces en que un jovencísimo Roberto se colaba

en el recinto y jugaba por las instalaciones. También era común el juego por las calles de lo que más tarde acabaría convirtiéndose en el principal espacio turístico y de ocio de la ciudad.

Roberto sigue viviendo en Ourense, pero en una zona más distante del centro y del casco histórico, si bien al ser una ciudad pequeña todo está cerca. Sin embargo, a lo largo de todos estos años, ha seguido muy cerca la evolución del casco histórico, que como muchas otras capitales españolas ha ido evolucionando y transformándose en el elemento tractor del turismo, la actividad comercial y la oferta gastronómica de la urbe gallega.

“Hoy -explica-, todo el casco viejo esta muy enfocado a la restauración, los bares de pinchos, cañas y vinos. De las tascas y tabernas que yo visitaba con mis padres, apenas quedan una o dos originales. Todas se han modernizado ahora, con una oferta más sofisticada y diversa”.

Pero para hablar del casco viejo de Ourense, hay que hacerlo con propiedad. Y nadie mejor para ello que Roberto “La zona histórica se divide en dos partes muy diferenciadas -explica-, cuya frontera está delimitada por la Plaza Mayor. Desde esta plaza hacia el centro nuevo de la ciudad, se sitúa la zona más explotada comercial y turísticamente. De la plaza hacia la periferia, ya es una zona menos comercial, con menos explotación turística y de restauración, aunque también hay locales de este tipo, y no con menos encanto.

Casco histórico de la ciudad, donde se ubica una amplia zona de bares de vinos y tapas.



La Plaza Mayor es, sin duda, el centro del casco histórico. Una Plaza Mayor que, como observa Roberto, tiene una peculiaridad: “Es la única Plaza Mayor de España con el suelo inclinado”. Se trata de una plaza parcialmente porticada, en la que se sitúa el Ayuntamiento, y donde se localizan numerosos bares. “Es uno de los sitios predilectos para el terraceo”, comenta Roberto.

En el casco histórico aún hoy se mantienen algunos de los establecimientos más emblemáticos, aunque se han remodelado bastante. Entre ellos, el Bar Orellas, popular porque entre sus platos más típicos se encuentran las orejas de cerdo, y en general numerosos cocinados del cerdo muy propios de Galicia como la careta, las manitas o el rabo. Pero si se trata de comer, hay que tomar por supuesto pulpo. “Es cierto que Ourense no es zona de mar, pero recibe el influjo del monasterio de Santa María la Real de Oseira, situado en el ayuntamiento de San Cristovo de Cea a 34 Km de la ca-

pital, donde se localiza el origen del pulpo á feira tal y como lo conocemos, debido a que los dominios de dicho monasterio llegaban al litoral gallego y donde llegaba el cefalópodo como parte de las rentas”. Es por ello que en Ourense el pulpo se prepara bien en muchos sitios. “En La Casa del Pulpo, por ejemplo, lo ponen muy bueno”, explica Roberto, “pero casi en cualquier bar del casco histórico que visites encontrarás pulpo á feira”.

Ourense es la única provincia sin costa de Galicia. Y eso le da también una ventaja a la hora de acceder a los productos del campo. Por no hablar de la ternera gallega, una de las delicias gastronómicas de la región, que se encuentra de forma generosa en muchos establecimientos de la ciudad.

Y para regarlo, la suerte que tiene el visitante es que se halla en Galicia, tierra de vinos, con un total de seis denominaciones de origen reconocidas, tanto de costa como de interior. “Por esta zona, el que se bebe más es el Ribeiro, si es blanco, y el Mencía, si es tinto”, afirma Roberto. También tenemos una de las cinco únicas Indicaciones Geográficas Protegidas de pan de España, el pan de Cea, que casualmente o no, comparte ayuntamiento con el anterior monasterio mencionado, Oseira.

Pero si estamos en el centro histórico, antes o después de beber y comer deberemos visitar su famosa catedral, la Catedral de San Martín, declarada Bien de Interés Cultural y cuyo origen se remonta al siglo XIII, y mezcla, como otras muchas catedrales, de distintos estilos propios de la evolución de esos siglos (fundamentalmente, gótico y barroco). La fachada de la catedral está muy influida por la de Santiago, y su arquitectura recuerda mucho a la del Maestro Mateo, artífice del célebre Pórtico de la Gloria. “De hecho, su pórtico interior tiene muchas semejanzas con el famoso pórtico de Santiago”, explica Roberto, quien llama la atención sobre lo poco conocida que es esta catedral frente a otras más célebres como las de Santiago o Burgos. Algo que puede deberse, según nuestro compañero, a que está más escondida en la trama urbana del centro de la ciudad.

“Tres cousas hai en Ourense que non as hai en España: o Santo Cristo, a Ponte, e as Burgas fervendo auga”. Se trata de un dicho muy popular para definir los monumentos más emblemáticos de la ciudad. El primero de ellos es el Santo Cristo, una talla del siglo XIV que se localiza en la capilla homónima de la Catedral ya mencionada, y que, según la leyenda, fue esculpida por Nicodemo, testigo directo de la Pasión de Cristo. Como cuenta esta leyenda, un barco holandés o inglés sufrió una tempestad al atravesar la costa de Finisterre. A fin de liberar peso, los tripulantes arrojaron por la borda varios objetos, entre ellos la caja que contenía la talla del Santo Cristo. Al alcanzar el agua, la

Fachada Sur de la Catedral de Ourense, de arte románico y de aspecto fortificado.



Puente viejo o romano
bañado por el río Miño.



terrible tormenta cesó de repente, evidencia de que el santo deseaba pasar el resto de su existencia en ese lugar. El tremendo verismo de esta talla gótica en la que pelo y barba son naturales, mantiene la leyenda de que le crece, y que periódicamente un barbero tiene que pasar a cortárselo.

El segundo emblema monumental de Ourense según el dicho es el Puente Viejo, declarado Bien de Interés Cultural. “También se le llama Puente Romano, aunque de romano ya no conserva más que la primera base de una de las orillas”, explica Roberto.

Por último, están las Burgas “fervendo auga”. Las Burgas son termas naturales de las que emana agua caliente, que se localizan en una parte del casco histórico. Ourense es una provincia termal y hay múltiples y diferentes termas por toda la

provincia. Las del centro histórico de Ourense, por sus altas temperaturas a más de 60°, su caudal directo son incompatibles con el baño, si bien hay vestigios del siglo I d.C. con uso de piscina termal. “Hay una creencia popular de que esas aguas tienen propiedades terapéuticas -comenta Roberto-. Por eso, mis padres cogían de ahí el agua para mis biberones. Estas aguas son muy silicatadas y son beneficiosas, principalmente para diferentes dermatopatías. De todos modos, a mí no me vino mal dado mi envergadura.

Una vez visitada la Plaza Mayor, la Catedral, las Burgas y los monumentos que sugiere el dicho, lo mejor es perderse por las calles “de vinos”. Las dos principales son Lepanto y Viriato, y también, aunque menos concurrida, La Paz. Un broche de oro para cerrar un día de visita a Ourense. Que cuenta con rincones y encantos para que el día se convierta en un fin de semana.

“Si estáis pensando en conocer una ciudad encantadora, yo no dudaría en visitar Ourense” -nos anima Roberto-. Además, ahora, gracias al AVE, está a poco más de dos horas de Madrid. Es una ciudad muy histórica, fácil de ver y muy agradable. Una escapada ideal para conocer patrimonio y cultura y para comer bien”.

Esta primavera podríamos hacerle caso.



¿Estás seguro?

"El de los seguros"

Cuando falleció mi padre y se inició el doloroso proceso de tramitaciones y gestiones que aún hoy, por cierto, no ha acabado, solo recibí dos consejos unánimes: primero, que cuidáramos mucho a nuestra madre. Y segundo, que hasta que no fuera rigurosamente necesario, no informáramos del óbito al banco. Ya en los últimos años, con mi padre algo ya mermado, había tenido que acompañarlo en diversas ocasiones a sus visitas a la entidad financiera. Hasta que se jubiló, y desde bastante joven, había sido empleado de banca, así que conocía en profundidad los entresijos del negocio bancario. Ahora sus cuentas estaban en ese mismo banco, pero ya no se llamaba igual -como todo el sistema bancario nacional, fue pasado por el rodillo de las numerosas fusiones, adquisiciones e integraciones que han reconfigurado drásticamente el mapa de entidades financieras patrias-, y, sobre todo, no se parece en nada al banco al que él entregó, durante décadas, su sudor y esfuerzo. "Esto es horrible", llegó a decirme un día, en una de las esperas eternas en el patio de operaciones. Aquel patio, en otro tiempo bullicioso y alegre, se parecía más ahora al vestíbulo de un cementerio.

Todo está ya en Internet. La presencialidad en los bancos se ha convertido en algo del pasado. Si quieres comunicarte con tu asesor, te obligan a hacerlo por la APP. Y cuando necesitas conectar, una voz robótica te conduce a lo largo del proceso, más parecido a una yincana que a una gestión: diga sí, diga no, marque uno, marque tres.

Cuando mi padre decía "esto es horrible", yo sabía bien a qué se estaba refiriendo. Durante muchos años, como interventor del banco, deambuló por numerosos pueblos de la provincia de Sevilla y de Huelva. Muchas veces, siendo pequeño, en vaca-

ciones, lo acompañé al trabajo; mientras él atendía a los clientes, yo solía emborronar folios en alguna de las mesas vacías del interior, o bien me peleaba con los fastidiosos cuadernillos de tareas del verano. Siempre me llamó la atención la estima y cordialidad que los vecinos manifestaban hacia él. Hubo un tiempo, nada lejano, en el que, en los pueblos, el del banco tenía una consideración equiparable a la del notario, el cura, el farmacéutico, el médico, el cartero o el de los seguros. Representantes de una estructura asistencial que, en cierta medida, otorgaba seguridad y confianza a los vecinos.

Me alegra comprobar que, al menos en compañías como Helvetia, "el de los seguros" sigue ejerciendo esa labor. He tenido la suerte de visitar a agentes de la compañía del ámbito rural y verlos interactuar con su entorno. Siempre reconozco ese poso confortable de cordialidad, de relación saludable, de empatía. La digitalización ofrece grandes oportunidades para el negocio asegurador, pero la labor del agente, su trato personal, su atención individualizada, sigue siendo primordial. Más aún en el entorno rural, en la conocida como España vaciada, tan tristemente maltratada en algunos aspectos. En el sector bancario, concretamente, se ha convertido en un verdadero drama: muchos mayores, por ejemplo, no pueden disponer de algo tan básico como dinero en metálico, por la falta de oferta de cajeros. También son muy comunes los problemas de accesibilidad a consultas médicas. Y qué decir del transporte. Sin embargo, reconforta al menos saber que, en los pueblos de la España vaciada, los vecinos siempre tienen la posibilidad de acudir a su agente de seguros para que les atienda ante cualquier problema. Espero que esto no cambie nunca. Larga vida al de los seguros.

Daniel Ruiz
Escritor y periodista
@juntapalabras

helvetia.es

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza