

en buena compañía

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza



**Salesforce, una revolución para
mejorar nuestro conocimiento y
servicio al cliente y mediadores**

Desde enero de este año, nuestra compañía cuenta con un nuevo sistema de gestión que va mucho más allá del CRM, y que se concibe como un gran aliado para agentes y empleados

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
Laura Sánchez

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, Ana Isabel Gavilán, Pablo Ibars, Belén Ortiz de la Tabla y Manuel Ramos.

Responsable editorial

Carmen Caballero

Coordinadora

Setefilla Berlanga
e-mail: setefilla.berlanga@helvetia.es

Redacta y Diseña

Euromedia Comunicación

Fotografía

Euromedia Comunicación y Helvetia Seguros

Imprime

Gráficas Dehon

Depósito legal

SE-2043-05

26

DE CERCA

Francisco Vaquero



18

NUESTROS PROVEEDORES

Stratio

- 4 NOTICIAS
- 18 NUESTROS
PROVEEDORES
Stratio
- 20 NUESTROS
MEDIADORES
**Juan Antonio
González, agente
exclusivo en Córdoba**
- 22 EN BUENA COMPAÑÍA
CON
Laura Sánchez
- 24 REPORTAJE CENTRAL
**Salesforce, una
revolución para
mejorar nuestro
conocimiento y
servicio al cliente y
mediadores**
- 26 DE CERCA
**Francisco Vaquero,
Departamento de
Servicios de Atención
de Sevilla**
- 28 ENTREVISTA DOBLE
**Juan Pablo Barrera,
responsable del
Departamento de
Proveedores, y
Alejandro Cortés,
director de Zona
Alicante-Murcia-
Albacete Corredores**
- 34 DEPARTAMENTOS Y
ZONAS
**Departamento
Técnico-Pricing y Zona
Corredores Centro**
- 36 UN PASEO POR...
Arévalo
- 39 ¿ESTÁS SEGURO?

CEO Helvetia Seguros

Íñigo Soto



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

Afrontamos el último cuatrimestre del año con nuevos bríos, tras unas vacaciones estivales reponedoras y muy merecidas. Dejamos atrás un segundo cuatrimestre plagado de buenas noticias, que reunimos en este número septembrino. Entre las más destacadas están los cambios recientes en el Grupo Helvetia, que suponen un relevo generacional y que en nuestro país implica la conversión del mercado de España en un segmento propio independiente, con una dirección específica. Estoy convencido de que este nuevo modelo, bajo la dirección de Juan Estallo, al que doy la bienvenida, contribuirá a reforzar aún más el negocio del grupo en nuestro país.

Los resultados de la encuesta interna Engagement Survey, de la que encontraréis información en este número, con la que nuestra compañía busca evaluar el nivel de compromiso de los empleados con nuestro proyecto, evidencia que este nivel es alto. Destaco especialmente el hecho de que el 86% de los encuestados sienten orgullo de pertenencia y recomendarían nuestra empresa a otras personas. Estos resultados nos animan a seguir trabajando con nuevos bríos, y siempre de la mano de nuestros agentes.

Este número de “En buena compañía” se caracteriza porque reúne bastante información referida a la innovación. A la implementación de Salesforce, la nueva plataforma de gestión, se dedica el reportaje central. En Departamentos, conocemos al Departamento Técnico-Pricing, especializado en análisis de datos. El proveedor que nos acompaña en esta ocasión es Stratio, que nos ayuda en todo el proceso de incorporación de tecnología de Inteligencia Artificial. Este peso de la innovación da una buena idea de la importancia que ésta está adquiriendo en nuestro modelo de negocio. Pero siempre, al servicio de nuestra actividad. Siempre, como herramienta de trabajo para mejorar nuestra labor. Por supuesto, también, y en primer lugar, la de nuestros mediadores.

En los últimos meses, hemos seguido también avanzando en acciones que evidencian nuestro compromiso social. Son muchas y diversas, pero por señalar algunas, destacaría la exitosa campaña de donación de sangre llevada a cabo en nuestra sede, el nuevo acuerdo de patrocinio firmado con el Club Balonmano Montequinto o la renovación de nuestro acuerdo con la SCDR Anaitasuna.

Lo mejor del año está por venir. Llega el momento de apretar y encarar con ánimo y motivación este último tramo del año. Nos espera el viaje de incentivos, que este año será nada menos que a Chile. Desde estas líneas, os animo a darlo todo para conseguir cumplir con los objetivos anuales propuestos.

Abrazos.

Nuestra 16ª Memoria de Sostenibilidad

A finales de julio Helvetia Seguros publicó su 16ª Memoria de Sostenibilidad. En este informe nuestra compañía repasa con detalle todas las actividades e iniciativas que llevó a cabo en 2023, conforme a la Estrategia de Sostenibilidad del Grupo Helvetia.

El año pasado Helvetia continuó colaborando con diversas iniciativas para contribuir a la protección del medioambiente y a la lucha contra el cambio climático. Entre los proyectos que llevó a cabo destaca la puesta en marcha de la Estrategia Climática del grupo, con la que reafirma su compromiso de reducir a 0 las emisiones de CO2 de sus operaciones propias para 2040, y las de su cartera de inversiones para el año 2050.

Además, en materia de RRHH, Helvetia Seguros consiguió un gran hito. En 2023, por primera vez, obtuvo en la certificación "Top Employer" 2023, un reconocimiento que otorga la consultora Top Employers Institute a las empresas que destacan por sus buenas prácticas en la gestión de personas.



Reorganización del Grupo Helvetia: nace el segmento propio de España

En los últimos años Helvetia ha experimentado un importante crecimiento, tanto orgánicamente como por varias adquisiciones, lo que le ha llevado a convertirse en una compañía mucho más internacional. Para hacer que este desarrollo sea sostenible y garantizar el buen rendimiento de la compañía, en los últimos meses se ha reorganizado la empresa y se han introducido algunos cambios en la Dirección del grupo.



> Juan Miguel Estallo.

El cambio más significativo ha sido la conversión del mercado de España en un segmento propio independiente, que cuenta con representación propia en el Comité de Dirección del grupo. Mientras que los mercados de Austria, Italia y Alemania siguen formando parte del segmento Europa, que ahora ha pasado a denominarse Segmento GIAM. Suiza, por su parte, como mercado nacional de Helvetia, continúa siendo un segmento propio, al igual que los Specialty Markets con sus tres segmentos de mercado: Specialty Lines CH & International, Reaseguro Activo y Francia.

El segmento de España estará dirigido por Juan Miguel Estallo, antiguo CEO de Liberty Seguros Europa, que se ha incorporado a Helvetia el 1 de septiembre de 2024. A partir de esa fecha, el CEO de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, y el de Caser, Ignacio Eyries, reportan directamente a Juan Estallo.

Juan Miguel Estallo es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid. Tiene amplia experiencia en el sector asegurador y posee un gran conocimiento del mercado español. Antes de Liberty Seguros, trabajó durante 8 años en ING Direct, donde ocupó posiciones de responsabilidad en distintas áreas. Su incorporación a Helvetia como CEO del segmento España demuestra la importante apuesta de la compañía por el mercado español, donde tiene el mayor negocio, tras Suiza.

La nueva configuración de Helvetia persigue reforzar la orientación internacional de la compañía, agilizar su gestión y asegurar la proximidad al cliente.

Convención Corporativa 2024

Del 16 al 17 de mayo, Helvetia Seguros celebró en Córdoba su Convención Corporativa 2024, en la que participaron el Comité de Dirección de la compañía, presidido por su CEO, Íñigo Soto, los responsables de departamentos y los directores territoriales.

En el encuentro, que tuvo como lema "Frecuencia Helvetia: Sintonizando el futuro", se repasaron los principales hitos que ha logrado la compañía con la estrategia *helvetia 20.25* y se compartieron los retos a superar en el último tramo del actual periodo estratégico.

Durante su intervención, el CEO de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, insistió en la necesidad de seguir trabajando en sintonía, en la misma frecuencia, para concluir con éxito el periodo estratégico 20.25 y afrontar con entusiasmo los nuevos retos y proyectos que se plantea la compañía para el futuro.

La Convención también contó con la participación de Victoriano de Isasi, gerente del Área de Liderazgo de Overlap, empresa multinacional española que busca el desarrollo de personas y equipos para lograr impacto directo en los resultados de negocio. Su ponencia se centró en "helvetia

way", el modelo por el que apuesta nuestra compañía, que consiste en trabajar bajo las premisas del liderazgo compartido, la colaboración, la organización ágil y fiable y el progreso, basándose en los valores corporativos de la confianza, el dinamismo y el entusiasmo.

En la primera jornada del encuentro, los asistentes participaron en diferentes grupos de trabajo con el objetivo de potenciar el trabajo en equipo, la comunicación y el liderazgo.

Durante esos días los asistentes también tuvieron la oportunidad de conocer un poco más Córdoba, visitando algunos de sus lugares más emblemáticos como la Judería o el Mercado de la Victoria, donde realizaron un divertido taller gastronómico.



> Los asistentes durante la Cena de Gala en Bodegas Campos.



> Foto de familia de todos los asistentes a la Convención.



> Íñigo Soto da la bienvenida a la Convención Corporativa.



> Los asistentes durante la sesión plenaria.



> Carmen Caballero y Francisco Astola durante la presentación de los resultados de los grupos de trabajo.



> Uno de los grupos durante el taller gastronómico llevado a cabo en el Mercado de la Victoria.

Continúa la tradición en Pamplona



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

Durante esos días el Comité de Dirección de Helvetia Seguros se trasladó hasta Pamplona para celebrar su reunión mensual y mantener un encuentro con los responsables de departamentos que se encuentran en esta zona. Además, para celebrar estas fiestas tan especiales, se organizó un aperitivo con los empleados del centro de trabajo de Mutilva.



Desayuno con el CEO en Pamplona



Como sucedió en Sevilla hace unos meses, el 9 de julio el CEO de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, compartió un desayuno con los nuevos empleados del centro de trabajo de Mutilva (Pamplona) con el objetivo de conocerlos un poco más. El encuentro fue muy positivo, ya que los empleados tuvieron la posibilidad de charlar con el CEO de la compañía en un ambiente distendido y relajado. Esto permitió que muchos de ellos se animaran a compartir con él y con el resto de compañeros sus sensaciones sobre la empresa y el trabajo que realizan.

Torneo de Fútbol Helvetia 2024

Del 31 de mayo al 1 de junio se celebró en Le Havre (Francia) el Torneo de Fútbol de Helvetia 2024, en el que cada una de las unidades de mercado del grupo estuvo representada por un equipo formado por varios empleados. El viernes, durante la jornada inaugural, los participantes pudieron disfrutar de una barbacoa junto con compañeros de otros países para conocerse un poco más. El trofeo lo ganó Austria y el equipo que representaba a Helvetia Seguros quedó en un meritorio tercer lugar.



> En la imagen aparecen de pie: Daniel Araujo, Manuel Ruiz, David Lozano, Aritz Ciriza y Antonio José Prieto; agachados: Alberto Ruiz, Javier Martínez, Jorge De Carlos e Ismael Pérez.

Convención de Operaciones



Este año el Área de Operaciones de Helvetia Seguros eligió Santander para celebrar su Convención Anual, que tuvo lugar del 27 al 28 de mayo. En la reunión estuvieron presentes el CEO de nuestra compañía, Íñigo Soto, el director del área, Joaquim Algueró, y los responsables de departamentos y grupos.

La Convención, que tuvo como lema "Mirando el futuro", sirvió para definir los próximos proyectos, actividades y objetivos del área.

Convención de actuarios



Del 13 al 14 de junio, se celebró en la Sala Helvetia una Convención Actuarial, en la que participaron cerca de 40 empleados de los departamentos Actuariales de Vida de las distintas unidades de mercado del Grupo Helvetia. Durante el encuentro se analizaron los retos alcanzados en relación con la nueva norma internacional financiera IFRS17 y se debatieron los nuevos desafíos actuariales a alcanzar en los próximos años. El CEO de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, inauguró la primera jornada con una ponencia sobre el mercado asegurador español, destacando la historia de Helvetia Seguros y sus principales cifras. En la segunda jornada, Carlos Piñero, director del Área de Vida y Pensiones, expuso una detallada presentación sobre nuestro Helvetia Plan de Asistencia Familiar y las futuras estrategias relacionadas con este producto.

Abordando las últimas tendencias del sector



> Desirée Flores durante su intervención en la jornada.

Helvetia Seguros fue una de las empresas colaboradoras del Encuentro Asegurador que organizó el Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla el 13 de junio en la ciudad hispalense. El evento reunió a profesionales del sector asegurador para abordar las últimas tendencias del mercado. Antonio Díaz García, director de la Territorial Sur de Helvetia Seguros, intervino en una mesa redonda en la que se analizó el presente y el futuro de la mediación. En el encuentro también participó Desirée Flores, coordinadora técnica de Responsabilidad Civil de nuestra compañía, quién ofreció a todos los asistentes una interesante charla sobre los seguros de Responsabilidad Civil y el caso del incendio del barrio valenciano de El Campanar.

35 años de Espabrok

En el mes de junio la organización empresarial de corredurías Espabrok celebró sus 35 años de historia con un encuentro muy especial, al que asistió el CEO de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, junto a los directivos de otras aseguradoras.

Durante la jornada, Espabrok repasó algunos de los principales hitos que ha logrado desde su creación. Además, presentó su estrategia para los próximos años, con la que pretende continuar creciendo de manera eficiente y rentable, contando con la colaboración de las entidades aseguradoras que la apoyan.



Un viaje inolvidable al corazón del Serengueti



Hay viajes que dejan huella, y el que realizaron los ganadores del Concurso de Ventas de 2023 a Tanzania y Zanzíbar del 4 al 14 de mayo fue uno de esos. La amabilidad de las personas que viven allí y la gran acogida que dan a los turistas fue una de las cosas que más impresionó a Antonio García, nuestro agente de Rota. "Son personas que viven con lo necesario y siempre tienen una sonrisa". Además, también le llamó la atención el gran respeto que tienen por la naturaleza, "es algo que valoro especialmente, ya que gracias al cuidado que tienen con ella, sus futuras generaciones podrán seguir disfrutando de ese maravilloso entorno durante muchos años más".

Los primeros días del viaje, el grupo de Helvetia Seguros se alojó en un hotel de Mto Wa Mbu, un pueblo ubicado en el borde del Gran Valle del Rift africano, desde el que pudieron disfrutar de unas



vistas increíbles del lago Manyara, el monte Meru y el monte Kilimanjaro.

La primera excursión fue al Parque Nacional de Manyara, que cuenta con un paisaje muy diverso, desde lagos y llanuras hasta frondosos bosques y acacias, y alberga gran variedad de especies. Des-



pués, los viajeros visitaron la escuela primaria de Kilemamoji, que realiza una importante labor social en la zona. Allí, pudieron conocer un poco más sobre este proyecto educativo e interactuar con algunos de sus estudiantes, lo que para muchos viajeros fue una experiencia muy gratificante.

Al día siguiente, la expedición de Helvetia Seguros tuvo la oportunidad de realizar un safari por el cráter del Ngorongoro, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Esta zona destaca por su gran biodiversidad, ya que allí se encuentran grandes animales salvajes, como búfalos, elefantes, leopardos, leones y los últimos rinocerontes negros que quedan.

Después, el grupo estuvo en el Parque Nacional del Serengeti, donde realizó otro interesante safari. "Estar ahí, en medio de la nada, disfrutando de ese gran paisaje, fue maravilloso", afirma Carlos Pizarro, director de la Zona Madrid Agentes. Para él, el Parque Serengeti y el resto de los lugares que visitaron durante el viaje tenían algo especial que los hacían únicos. Aunque su favorito fue "el lago Manyara y las vistas que tenía desde la terraza del Hotel Kimelamojia Lodge".

Tras varios días por Tanzania, el 10 de mayo la expedición de Helvetia se trasladó hacia la isla de



Zanzíbar, su último destino antes de regresar a casa. Allí estuvieron en el área protegida más grande de la costa de Zanzibarita, donde pudieron disfrutar de una ruta a bordo de un dhow, una embarcación tradicional de caoba africana hecha a mano.

Este ha sido el segundo viaje que Carlos Pizarro ha realizado como parte del Concurso de Ventas de Helvetia Seguros. Su experiencia en ambos ha sido tan positiva que no duda en animar a la red comercial a alcanzar los objetivos necesarios para disfrutar de uno de estos viajes.



Chile, nuestro próximo destino

El Viaje de Ventas de 2024 nos llevará el año que viene hasta Chile, el país más largo y delgado del mundo que cuenta con numerosos atractivos naturales y culturales. Así que, si no queréis perder la oportunidad de disfrutar de esta aventura por tierras chilenas, continuad trabajando mucho en estos últimos meses del año para lograr escalar posiciones en el ranking general de ventas. ¡Aún no está nada decidido!





Con Adeco

El 11 junio estuvimos presentes en la XXI edición de la jornada "Quieres Saber", encuentro organizado por Adeco que ya se ha convertido en un evento de referencia para el sector asegurador. Esta edición fue patrocinada por Helvetia Seguros, tuvo lugar en Valencia y en ella se analizaron las lecciones aprendidas tras el incendio del barrio de Campanar (Valencia). En representación de Helvetia acudieron Rubén Besalduch, gestor de cuentas de Zona Castellón-Valencia; el director Territorial Este, Juan Lliso; y Rafael Tronch, director Castellón-Valencia. Corredores.

Presentes en la Convención de Senda

Juan Lliso acudió como invitado a una mesa redonda organizada en el marco de la Convención de Corredores de la Agrupación Senda, la cual tuvo lugar el 7 de junio en Valencia. "Personas que hacen grandes cosas" fue el lema elegido para la Convención 2024 de Senda Vivir Seguros, a la que asistió Francisco de Miguel Uceta como nuevo consejero delegado de la organización. El evento sirvió para intercambiar ideas que ayuden a afrontar, junto con las aseguradoras, los desafíos a los que actualmente se enfrenta el sector.



Juan Lliso, director Territorial Este, durante su intervención en una jornada organizada por la Correduría Senda.

Renovación de Acuerdo



> En la imagen, Jorge Recio y Fernando Madorrán durante la renovación del acuerdo.

Helvetia Seguros continúa estrechando lazos con los profesionales del sector. El 18 de mayo renovó el convenio que mantenía con la Asociación de Corredores de Seguros de La Rioja (Adecor), que se integra en la Federación de Empresarios de La Rioja (FER), para que los corredores de seguros riojanos puedan continuar ofreciendo a sus clientes productos y servicios de nuestra compañía. En la imagen, Jorge Recio, director de Zona Navarra - La Rioja Corredores durante la renovación de la firma con el presidente de la asociación de Corredores de Seguros de La Rioja (Adecor), Fernando Madorrán.

Colaboradores de Madrid Seguro

Helvetia Seguros ha sido una de las empresas colaboradoras de la VIII edición del Foro Madrid Seguro que se celebró el pasado 25 de junio en la capital española, bajo el lema "Pilares de cambio".

El evento, que organizó el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, reunió a numerosos profesionales del sector. En él, se analizaron los cambios que está experimentando la sociedad y cómo la industria aseguradora y los mediadores se están adaptando a ellos.



> Por parte de Helvetia Seguros asistieron Carlos González, José María Pascual, Nuria Bendito, José Jorge Flores y Pablo Ibars.

Patrocinadores del Club Balonmano Montequinto



> En la imagen, Alberto Ortega, Íñigo Soto y Francisco Astola durante la firma del acuerdo.

Helvetia Seguros se ha unido al proyecto deportivo del Club Balonmano Montequinto, que cuenta con una de las canteras más destacadas de este deporte a nivel nacional, tras firmar un acuerdo de patrocinio para las dos próximas temporadas.

El 16 de julio el CEO de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, y el presidente del Club Balonmano Montequinto, Alberto Ortega, firmaron el acuerdo en la sede de Helvetia Seguros. En virtud del acuerdo firmado, todos los equipos del club han pasado a denominarse "Helvetia Montequinto". Además, la imagen de nuestra compañía está presente en la equipación oficial de todos ellos, así como en otros soportes publicitarios acordados con el club.

Un año más junto a Helvetia Anaitasuna



En la imagen, Íñigo Soto, y la presidenta de la S.C.D.R. Anaitasuna, Mertxe López durante la renovación del acuerdo de patrocinio.

Helvetia Seguros ha comenzado una nueva etapa de patrocinio con la S.C.D.R. Anaitasuna, en la que se centrará en el equipo de balonmano sénior masculino para seguir sumando nuevos éxitos juntos.

Nuestra compañía continuará siendo el principal patrocinador del primer equipo, que la próxima temporada disputará su décimo cuarto año consecutivo en la Liga Asobal, la máxima categoría del balonmano nacional. El 27 de junio el CEO de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, y la presidenta de la S.C.D.R. Anaitasuna, Mertxe López, firmaron la renovación del acuerdo de patrocinio del equipo en nuestra sede. Helvetia Seguros comenzó su colaboración con el club navarro en 2006 y, desde entonces, ha mantenido con él una excelente relación, basada en la confianza y la comunicación.

Aseguradora de la FEMPA

El pasado mes de mayo Helvetia Seguros firmó un acuerdo de colaboración con la Federación de Deportes de Montaña, Escalada y Senderismo del Principado de Asturias (FEMPA) para ser su aseguradora durante 2024. De manera que, nuestra compañía velará por la seguridad de sus federados a través de su seguro de Accidentes.

La presidenta de la Federación, Tensi Carmona, y el responsable de Clientes y Mercado de Helvetia Seguros, Francisco Astola, suscribieron el convenio.



> En la imagen, Tensi Carmona y Francisco Astola durante la firma del convenio.

Menina honorífica de Fundal



El 19 de junio la Fundación Deporte Alcobendas (Fundal) celebró su 26ª Gala Anual para reconocer a las distintas instituciones y personalidades del deporte que han contribuido durante la temporada 2023-2024 al fomento de la actividad deportiva general y a la promoción de Alcobendas en particular.

Durante la gala, Fundal entregó a Helvetia Seguros una menina honorífica en agradecimiento al apoyo que le brinda desde hace años al Club Deportivo Alcobendas a través de su patrocinio. La gestora de la Zona Madrid Agentes, Sharuna Kishin, recogió el galardón en representación de la compañía.

La XVII edición del Torneo de Golf Helvetia

El pasado mes de junio el Club de Golf Castillo de Gorraiz, en el Valle de Egüés (Navarra), acogió la XVII edición del Trofeo de Golf Helvetia. Más de 140 golfistas amateurs no quisieron perderse este gran evento deportivo que se ha convertido en uno de los torneos de referencia del verano de este deporte en la Comunidad Navarra. Como en ediciones anteriores, Helvetia Seguros tuvo una presencia destacada durante todo el evento, gracias al patrocinio de la entrega de trofeos y al stand que habilitó en las instalaciones del club de golf.



> Carlos Eslava y Victor Lizarraga durante la entrega de premios.

En buena compañía 9/24

El mejor asesoramiento para las familias

Helvetia Seguros estuvo presente en la VI edición de Expofamily, la feria de ocio, formación, deporte y diversión para las familias que se celebró del 1 al 3 de marzo en el Sala de Exposiciones de Baluarte de Pamplona (Navarra). La agente Elsa Izcue dispuso de un stand en el evento para ofrecer a los visitantes información personalizada sobre los seguros óptimos para cada familia.



> En la imagen, Elsa Izcue junto a Montse Valdezate en el stand de Expo Family.

El objetivo de esta feria, que organiza el Diario de Navarra y Brandok Business Events, es acompañar a las familias en la fase de crianza y educación de sus hijos, dotándoles de recursos y herramientas para ellos.

En el 40 aniversario de la feria náutica de Palma

Un año más, Helvetia Seguros ha estado presente en El Palma International Boat Show 2024, el mayor encuentro náutico de Baleares, a través de nuestro agente exclusivo Castañer Ysasi. La feria, que se celebró del 25 al 28 de abril en la Dársena del Muelle Viejo del Puerto de Palma de Mallorca, contó con 295 expositores y 600 embarcaciones y recibió la visita de 27.000 personas. Helvetia Seguros dispuso de un stand informativo para ofrecer información a los visitantes de la feria sobre sus productos específicos para el sector náutico durante los tres días que duró la exposición.



> En la imagen, Pablo Ibars, Pilar Ysasi, Tomeu Castañer y Tomeu Castañer Ysasi.

Fieles a la tradición de Sanlúcar de Barrameda



> El CEO de nuestra compañía, Íñigo Soto, estuvo presente en la entrega del trofeo del Premio Helvetia Seguros.

Helvetia Seguros volvió a ser la aseguradora oficial y uno de los principales patrocinadores de las Carreras de Caballos de

Sanlúcar de Barrameda, que tuvieron lugar del 14 al 17 de agosto (primer ciclo) y del 28 al 30 de agosto (segundo ciclo).

Catalogadas como una fiesta de Interés Turístico Internacional, estas carreras cuentan con una gran repercusión social y mediática, ya que se desarrollan en un entorno de singular belleza, como es el hipódromo natural que forman las playas del estuario del Guadalquivir. En la edición de este año el Premio Helvetia Seguros se celebró el 17 de agosto, durante el tercer día del primer ciclo. El ganador fue el jinete Borja Fayos con el caballo Fiji Gold, de la Cuadra Soñador.

Nuestra marca ha tenido gran visibilidad durante todo el evento a través de los soportes publicitarios que estaban instalados en el recinto de las carreras, así como en la revista editada por la Real Sociedad de Carreras de Sanlúcar de Barrameda y en los boletines informativos que se repartieron en la playa durante esos días.

El marcaje del atún rojo



> En la imagen, Juan Lliso durante la entrega de premios.

Del 31 mayo al 1 de junio se celebró en Moraíara (Alicante) una nueva edición de "Colosos del Mediterráneo", las jornadas que cada año organiza el Instituto Español de Oceanografía con el Club Náutico Moraíra para la captura, el marcaje y la suelta del atún rojo con fines científicos.

El evento, que contó con la colaboración de Helvetia Seguros, fue un éxito, a pesar de las malas condiciones meteorológicas que impidieron que la primera jornada se desarrollara con normalidad. Las tripulaciones participantes lograron el marcaje de más de una veintena de ejemplares, con un peso superior a 120 kg.

Entrega de Premios en la Federación Navarra



Durante el pasado mes de marzo tuvo lugar la entrega de premios de marchas y carreras 2023 de la Federación Navarra de Deportes de Montaña y Escalada. En concreto, se entregaron los siguientes galardones: Campeonato Navarro Carreras por Montaña en Línea 2023, Ranking de invierno 2023 de carreras por montaña y el Campeonato Navarro de Marchas de Largo Recorrido 2023. Como es tradición, durante la temporada se desarrolló el Circuito Helvetia Seguros de Carreras por Montaña, el cual incluye 23 pruebas, de las que 6 son puntuables para el Campeonato Navarro de Carreras por Montaña en línea.

Además, este año la Federación ha cumplido su primer centenario. Con motivo de esta efeméride también se entregó un detalle a todos los que han estado al frente de la presidencia.

La IA, una aliada para nuestro día a día

La Inteligencia Artificial cada vez está teniendo más presencia en el sector asegurador debido a su capacidad para automatizar tareas y analizar gran cantidad de información, lo que permite mejorar la eficiencia de muchos procesos. En Helvetia Seguros no somos ajenos a ella. Nuestra compañía está llevando a cabo diferentes pruebas de concepto para identificar aquellos casos en los que el uso de la IA generativa puede ser útil para nuestro negocio, garantizando la confidencialidad y privacidad de los datos.

Uno de los últimos avances en este ámbito ha sido la activación de Microsoft Copilot en todas las estaciones de trabajo de Helvetia Seguros. El propósito de esta función, integrada en el navegador Edge, es optimizar nuestro tiempo en línea dentro del entorno protegido del Grupo Helvetia. Su motor de Inteligencia Artificial utiliza tecnología avanzada de Microsoft y OpenAI (como GPT-4), cumpliendo con las garantías de seguridad requeridas y bajo los estándares y principios de IA responsable.

Además de Microsoft Copilot, actualmente se están llevando a cabo pruebas de concepto para la aplicación de la IA en Stratio y Salesforce. Y es que esta tecnología bien aplicada puede ayudarnos a gestionar un gran volumen de datos y dotarlos de significado empresarial con el objetivo de responder preguntas acerca de nuestra cartera de clientes y procedimientos internos, lo que nos servirá para



mejorar el servicio y atención que ofrecemos a nuestros clientes y mediadores.

El objetivo de Helvetia es integrar la IA en los procesos y aplicaciones de empleados y mediadores para mejorar su rendimiento, pero teniendo siempre en cuenta que esta tecnología es un asistente para las personas y nunca un sustituto de ellas.

Por otra parte, es fundamental tener presente que todas las iniciativas y proyectos que involucren tecnología basada en inteligencia artificial deben alinearse dentro de un modelo de gobernanza responsable, ya que es un requisito establecido por la AI Act de la Unión Europea.

Sala Helvetia

La confianza de los servidores públicos

El 27 de junio la Asociación para el Progreso de la Comunicación (APC) organizó en la Sala Helvetia, con la colaboración de la Asociación de Comunicación Política (ACOP), un interesante coloquio en el que se debatió sobre la necesidad de restaurar la confianza en los comunicadores, empresarios e instituciones públicas. En el encuentro participaron Francisco José Fernández, socio director de Cremades & Calvo-Sotelo y autor del libro "Confianza Pública", y Francisco Javier Pérez-Latre, profesor de Marketing y Comunicación de la Universidad de Navarra y autor de "Crisis de confianza. El descrédito de los medios".



Un poemario solidario



El 28 de mayo la Sala Helvetia acogió la presentación de "Fronteras", el poemario sobre inmigración que ha escrito Antonio Santos. El presentador fue José Chamizo, presidente de la "Fundación Sevilla Acoge", y los fondos recaudados con la venta de esta obra irán destinados a esta entidad que apoya a la población migrante y trabaja por integrarla en la sociedad.

Récord de donación



El 17 de junio Helvetia Seguros organizó junto al Centro Regional de Transfusión Sanguínea de Sevilla una nueva campaña de donación de sangre en la Sala Helvetia. La convocatoria, que estaba dirigida a empleados y mediadores de la compañía, así como a todas las personas que desearan colaborar con esta iniciativa, fue un éxito. En sólo unas horas, logramos 26 donaciones, superando el récord de otras campañas que habíamos realizado, lo que demuestra la gran solidaridad de todos.

La Sala Helvetia, estudio radiofónico

El 20 de junio se retransmitió el programa "Hoy por Hoy Sevilla" de Cadena Ser desde la Sala Helvetia. El CEO de Helvetia Seguros, Iñigo Soto, y la responsable de Comunicación y Sostenibilidad, Carmen Caballero, participaron en el programa presentado por Salomón Hachuel para hablar de nuestro compromiso con la Sostenibilidad. También por parte de Helvetia intervino Desirée Flores, coordinadora técnica de Responsabilidad Civil, quien incidió en la impor-

tancia de asegurar los vehículos de movilidad personal ante los posibles percances que pueden suceder.

El programa también contó con dos invitados de excepción: la cantante Pastora Soler, que presentó la nueva gira que va a realizar para celebrar sus 30 años de carrera, y el cantante Demarco Flamenco, que cantó en directo su nueva canción.



>En la imagen, Iñigo Soto, Pastora Soler, Salomón Hachuel y Carmen Caballero.



>Salomón Hachuel entrevista a Desirée Flores.

Resultados Engagement Survey 2024

Durante los meses de abril y mayo, todos los empleados de Helvetia Seguros tuvieron la oportunidad de dar su opinión sobre su compromiso y capacitación en el entorno de trabajo a través de la *Engagement Survey*. El 80% de ellos realizó la encuesta, consiguiendo una cifra de participación muy similar a la del grupo, que fue del 83%.

Para analizar de forma homogénea el nivel de compromiso y capacitación tanto de nuestra unidad de mercado como a nivel de grupo, el Departamento de Recursos Humanos contó con la colaboración de la consultora Korn Ferry, especializada en este tipo de encuestas.

En Helvetia Seguros el índice de *engagement* ha tenido un resultado excelente, situándose en un 80%, por encima del benchmarking de la mayoría de los niveles representados y un punto inferior a la valoración del año 2023. Esto demuestra que nuestra empresa es un buen lugar para trabajar. De hecho, el 86% de los empleados que han participado en la encuesta tienen orgullo de pertenencia y recomendarían nuestra empresa a otras personas.

En cuanto al índice de *enablement*, el resultado también ha sido bueno, alcanzando un 68%, nivel por encima del benchmarking de la industria global española y de la media del grupo. No obstante, es donde tenemos que centrar nuestro esfuerzo y actividades futuras, ya que el resultado de 2023 se



situaba en un 72%. Este índice valora si el perfil profesional se adapta al puesto de trabajo, si el entorno de trabajo está libre de barreras significativas y si las condiciones laborales favorecen la productividad de los empleados.

Por último, en lo relativo a las preguntas adicionales, aspectos como el respeto, el trato justo, el reconocimiento y las oportunidades de desarrollo han obtenido muy buena valoración, mientras que las principales áreas de mejora están relacionadas con el nivel de estrés en el trabajo y la eficacia de las medidas aplicadas desde la encuesta anterior.

Formación

Una apuesta sectorial por los jóvenes

Helvetia Seguros ha vuelto a participar por sexto año consecutivo en la iniciativa "El Riesgo y yo", El programa de educación financiera desarrollado por UNESPA en colaboración con la Fundación Junior Achievement, que enseña a los alumnos de entre 15 y 17 años la importancia de prevenir y gestionar el riesgo.

La experiencia ha sido muy enriquecedora para los seis empleados de Helvetia Seguros que han colaborado con la iniciativa como formadores.

En esta ocasión, han participado Rubén Ramírez, Francisco Prieto, Carmen Balbuena, Gloria Ortiz, Carmen Corona y Setefilla Berlanga.



LA OPINIÓN DEL EXPERTO

Salesforce

En la era digital actual, la gestión eficiente de las relaciones con los clientes y socios es crucial para cualquier empresa, especialmente en el sector de seguros, donde la confianza y la personalización son fundamentales. Recientemente, Helvetia ha dado un paso significativo en esta dirección al migrar el CRM y PRM a Salesforce.



Gonzalo Rivas
Departamento Canal Agentes

Uno de los principales beneficios de Salesforce es su capacidad para ofrecer una experiencia de cliente altamente personalizada. Con Salesforce, hemos podido integrar todas las interacciones con nuestros clientes en una plataforma unificada. Esto nos permite tener una visión de 360 grados de cada cliente, comprendiendo mejor sus necesidades y comportamientos. Como resultado, podemos ofrecer soluciones más adaptadas a sus requerimientos individuales, mejorando significativamente la satisfacción del cliente.

Uno de los aspectos más destacados de Salesforce es la velocidad de su aplicación. La plataforma es rápida y eficiente, lo que permite a nuestros empleados y agentes acceder a la información y gestionar tareas en tiempo récord. Además, la capacidad de personalizar y ampliar la funcionalidad del sistema según nuestras necesidades específicas es muy alta, asegurando que siempre tengamos las herramientas adecuadas para adaptarnos a los cambios del mercado.

La facilidad de uso de Salesforce constituye otro de sus principales beneficios. Durante las sesiones de formación que hemos impartido, hemos constatado que, para el

usuario habitual de la plataforma su trabajo diario no se ha visto afectado significativamente. Esto se debe a una interfaz intuitiva y amigable que ha facilitado la adopción de la herramienta por parte de los usuarios. Después de cada bloque de formación impartido en los distintos territorios, hemos observado un incremento estadísticamente significativo en el uso de la herramienta en sus diversas funcionalidades.

Los próximos pasos en la formación estarán dirigidos a los nuevos mediadores y también a consolidar los conocimientos de aquellos que no utilizan la plataforma habitualmente, con el objetivo de convertirlos en "convencidos del CRM". Además, se enviarán periódicamente cápsulas formativas sobre aspectos específicos de la herramienta y, por supuesto, se impartirán formaciones específicas cada vez que se agreguen nuevas funcionalidades a la plataforma.

La migración de SAP CRM y PRM a Salesforce ha sido un cambio transformador para Helvetia: la velocidad de la aplicación, la capacidad de desarrollo y la facilidad de uso han sido factores clave para el éxito de esta transición. Salesforce no solo ha respondido a nuestras necesidades actuales, sino que también nos ha preparado para afrontar los desafíos futuros, asegurando que seguimos siendo competitivos en un mercado en constante evolución. La inversión en Salesforce CRM y PRM ha sido, sin duda, un paso decisivo hacia un futuro más eficiente y centrado en el cliente.

Transformando nuestra cultura corporativa

Este año hemos seguido reforzando nuestra cultura corporativa como ya hicimos el anterior a través del Programa de Liderazgo y Desarrollo (PDP1), en el que han participado 11 empleados de diferentes áreas de la compañía.

El ciclo finalizó en el mes de mayo y como broche final cada uno de los participantes presentó un caso de éxito y de buenas prácticas, compartiendo su experiencia sobre cómo los valores, la forma de colaborar, liderar y organizar los proyectos y los equipos en Helvetia tiene impacto en los resultados.



> De izquierda a derecha aparecen: Ana Muñoz, Arturo Fariña, Yasmina Madrid, Judtih Irigibel, Carolina (la mentora), Víctor Cerezuela, Alejandro Gestoso, Rosa Hidalgo, Paco Martín, Antonio Jiménez. En la parte de abajo, Gorka Larrea y José Carlos Gómez.



Stratio, la Inteligencia Artificial ha venido para quedarse

La firma madrileña, con una fuerte penetración en el mercado asegurador, nos acompaña desde hace algunos años en la implementación de herramientas y procesos para mejorar nuestra eficiencia, rentabilidad y conocimiento del cliente.

Resulta complejo, por el alcance y la especificidad de sus servicios, definir en pocas palabras el trabajo que desarrolla Stratio. Pero, para entendernos, podríamos decir que se trata de una compañía especializada en procesos de Inteligencia Artificial con los que contribuye a mejorar la rentabilidad, el conocimiento interno y externo y la eficiencia de las empresas. La colaboración de Stratio con Helvetia Seguros no es reciente, de forma que en los últimos años esta compañía, creada en 2014 por Óscar Méndez Soto y Ernesto Funes, ha venido acompañando a nuestra aseguradora en la implementación de herramientas y procesos que nos están permitiendo una importante mejora en el manejo de los datos y su aplicación al negocio.

La evolución de Stratio en apenas una década ha sido vertiginosa, de manera acompasada con la propia progresión de los sistemas y aplicaciones de la Inteli-



Óscar Méndez
CEO Stratio

gencia Artificial en el mundo empresarial. “La compañía -recuerda Óscar Méndez Soto, su CEO, amén de presidente de Generative AI Association- comenzó con un equipo de 15 ingenieros y consultores tecnológicos que se unieron para crear un producto data fabric que ayudara a las empresas y organizaciones del sector



público a beneficiarse de dos disrupciones en la gestión de datos: técnica (public clouds) y conceptual (data mesh y data fabric)". Un año después, ya tenía 100 empleados, convirtiéndose en una de las primeras empresas del mercado en utilizar exclusivamente tecnologías distribuidas open-source. Tras diez años, su plataforma Generative AI Data Fabric es utilizada por más de 50 clientes globales de todos los sectores, "que están desbloqueando y aprovechando el verdadero valor de sus datos para crecer y tener éxito al máximo de su potencial". La plantilla cuenta con 350 empleados, repartidos entre su sede central en Pozuelo de Alarcón (Madrid) y las de Londres (Reino Unido) y Bogotá (Colombia). En 2023, cerraron el ejercicio con una facturación de 40 millones de euros.

"Yo definiría Stratio -explica Óscar Méndez- como una empresa de Generative AI Data Fabric que ayuda a las empresas a acceder instantáneamente a datos gobernados, seguros, de calidad y con significado empresarial. Para las empresas aseguradoras se ha desarrollado casi cualquier caso de uso relacionado con los datos". Entre ellos pueden nombrarse algunos como la visión única de cliente (Customer Centric), la recomendación de productos, la detección de fraude, o el reporting y la monitorización de las ventas.

"Stratio Generative AI Data Fabric -continúa- es capaz de crear una capa semántica sobre los datos técnicos de una empresa, conectándolos a términos de negocio, dándoles significado y permitiendo que estos puedan ser usados por los motores de IA Generativa, sin necesidad de compartir los datos, para proporcionar de forma segura respuestas instantáneas a consultas de datos o de conocimiento, creando insights, reports de datos, cuadros de mando o Algoritmos de IA en lenguaje natural".

Helvetia Seguros utiliza actualmente el producto de Stratio para la gestión del dato end2end, flujos de transformación y movimiento de datos, virtualización, almacenaje, aceleradores de migraciones de datos y procesos a Cloud y de core insurance, así como desarrollo de Inteligencia Artificial. Además, se está definiendo el uso para la gestión de datos maestros con el MDM y el uso de IA Generativa. El apoyo de Stratio para la implantación de Salesforce, de la que hablamos en el reportaje central de este número, ha sido decisivo, hasta el punto de que nuestra responsable del Departamento de Soluciones Digitales y Analítica de Datos, Ana Jesús Aríztegui, departamento con el que Stratio trabaja de forma estrecha, bromea refiriéndose a la estrategia digital de Helvetia Seguros como "la estrategia de las tres eses: Stratio, Sisnet y Salesforce".

El producto Generative AI Data Fabric de Stratio ayuda a las empresas a descubrir todos los datos que tienen, dónde los tienen, unificarlos, mejorar su calidad,

seguridad y darles un significado empresarial y poder acceder a ellos mediante la virtualización sin tener que moverlos de su lugar de almacenamiento. Todo ello, además, automatizando tareas, lo que reduce la necesidad de esfuerzo humano y permite realizar cualquier proyecto de gestión de datos 4 veces más rápido.

Por lo que respecta a la incorporación de Helvetia Seguros a la tecnología IA, según el CEO de Stratio, Óscar Méndez, la compañía "está avanzando en la implementación de herramientas de IA de manera continua, y con control y seguridad. Es decir, ha creado una base firme de gestión y gobierno del dato, que asegura que la IA se pueda usar con seguridad y precisión, y especialmente la IA Generativa. Por ello, las bases para poder pasar a utilizarla a escala son muy sólidas y en ese sentido lleva dos o tres años de ventaja al resto de compañías en el sector".

Soluciones para seguros de Stratio

- Visión única de cliente (Customer Centric).
- Pricing de pólizas.
- Recomendación de productos.
- Personalizaciones de Webs y APPs por cliente.
- Marketing inteligente.
- Detección de Fraude.
- Next best Action.
- Aceleración de las migraciones de Core Insurance.
- Reporting y monitorización de ventas.
- Reporting y cumplimiento regulatorio.
- MDM de clientes.
- Gobierno del dato (Data Catalogue, Business glossary, Data Quality...).
- Omnibuscador.
- Agente Inteligente.
- Modelo de propensión.
- Modelo de riesgo de impago.
- Revisión de desperfectos.
- Análisis de los datos de documentos y de los clientes.
- Información en tiempo real sobre UW y precios.
- Chatbot inteligente.
- Gestión de reclamaciones.
- Creación de KPIs reglamentarios de seguros.
- Creación de productos de datos o migraciones 5 veces más rápido.
- Reducción del tiempo de resolución de los casos.
- GENAI, pregunta a tus datos.
- GENAI, pregunta a tus documentos.

“Procuramos no perder nunca el entusiasmo”

Juan Antonio González cumple este año 30 años como agente exclusivo de Helvetia Seguros en Córdoba. Pertenece al grupo de agentes Élite de la compañía, y, su hija Clara, que lo acompaña en el negocio desde hace unos años, recibió en abril el Diploma de Sucesores. Con más de 1.000 pólizas y un volumen de cartera superior a los 400.000 euros, se considera muy comprometido con los valores de la compañía.

Juan Antonio González

Agente exclusivo en Córdoba

Llevas 30 años siendo agente de seguros, y todos ellos junto a Helvetia. Tu primer contrato data de 1994. ¿Cómo resumirías estos 30 años de actividad aseguradora?

Bueno, 30 años dan para mucho. Entré a través de un anuncio en el periódico en Previsión Española, en División Vida Córdoba. Ahí empezó todo. Eran equipos de ventas que tenía la compañía para vender Planes de Jubilación y seguros de Vida Riesgo. Después de un tiempo, me hicieron director de ese equipo. Por cierto, en aquellos tiempos también acababa de entrar en el Departamento de Riesgos Personales de Previsión Española una persona con la que hablaba casi todos los días por teléfono -no había otro sistema- para ver si nos admitían un riesgo, negociar un descuento... Esa persona se llamaba Íñigo Soto. Hoy día, hablamos menos por teléfono, pero nos vemos más. Después de varios años, tomé la decisión de hacerme agente,



y hasta hoy. En estos años ha habido un poco de todo, buenos y no tan buenos momentos. Pero, al final, uno siempre recuerda los primeros. Sobre todo, me quedo con lo que he aprendido en esta profesión y con la gran cantidad de personas que he conocido y con las que, en gran parte, sigo teniendo muy buena relación. Especialmente con una, mi mujer, a la que también conocí en Previsión Española.

¿Cómo definirías a tu clientela?

Una clientela cada vez más exigente y formada, aunque hay de todo. En la agencia procuramos equilibrar la cartera, pero, por la vinculación que tenemos con los administradores de fincas, es en Particulares donde tenemos el mayor volumen. No obstante, también tenemos como prioridad los seguros personales, de hecho, pertenecemos al Círculo de Confianza. Y los del ramo de Empresas, también estamos en el Club Pyme, que en los últimos años estamos potenciando mucho y que sabemos que, a medio-largo plazo, será decisivo para la supervivencia del mediador. En este sentido, Clara, mi hija, está formándose muy bien y enfocando mucho su actividad en estos dos ámbitos.

Hablemos de ella. La agencia está en pleno proceso de tránsito hacia la segunda generación. Tu hija Clara recibió este año el Diploma de Sucesores. ¿Cómo ves el futuro de la agencia con ella a los mandos?

Fue una alegría cuando, después de terminar Derecho, dijo que quería trabajar conmigo. Creo que es lo ideal en este negocio, para la empresa, los clientes y para la propia agencia. El Diploma de Sucesores nos ha parecido, sobre todo a ella, que lo vivió, una experiencia fundamental para



conocer este trabajo, a la empresa y para relacionarse con compañeros de otras zonas que están en parecidas circunstancias. Estoy totalmente convencido que Clara desarrollará con creces lo que yo empecé. Está a pie de obra, conociendo y actuando en todos los ámbitos que requiere el seguro.

¿Cómo dirías que es la competencia en tu zona?

La competencia, como en todas partes, está ahí. Luchando mucho y cada vez más preparada y con mejores productos. Lo que nos obliga a nosotros, también, a estar a su altura. Tenemos que pelear continuamente con ella. No sólo con los mediadores tradicionales, ojalá fuera así, sino con los bancos, Internet... Pero bueno, es lo que hay.

Perteneces a los agentes Élite. ¿Qué responsabilidad e implicaciones tiene dicha distinción?

Llevo en este grupo desde que se implantó y siempre me he sentido satisfecho y muy a gusto en él. Hay que asumir que tienes que cumplir con unos objetivos (quien no quiera objetivos no puede estar en este negocio) y llevar a cabo más tareas administrativas. Sin embargo, nos proporciona determinadas atribuciones que potencian el valor añadido que le podemos proporcionar a nuestros clientes y nos diferencian de la competencia.

¿Te sientes implicado con los valores y el proyecto de Helvetia Seguros?

Mi relación con Helvetia Seguros es, después de tanto



tiempo, de mutua confianza. Al final, son las personas las que hacen las empresas y, en este sentido, creo poder decir que, en este momento, es inmejorable. Comparto plenamente los valores de la compañía, tanto Clara como yo, estamos comprometidos con ellos y procuramos día a día tener y ofrecer confianza, ser dinámicos y nunca perder el entusiasmo por este trabajo.

En estos 30 años de ejercicio, ¿qué cosas han cambiado y cuáles permanecen intactas en la profesión de agente?

Pues han cambiado muchas cosas: las nuevas tecnologías, la relación con los clientes, la formación que éstos tienen, nuestra propia preparación. No obstante, en mi opinión, lo que permanece intacto es que este trabajo va, sobre todo, "de vender pólizas". Cambian los métodos, pero no el fin último.

¿Cuáles dirías que son los principales retos del negocio asegurador en relación con los clientes?

Los principales retos del negocio en relación con los clientes están en la mayor profesionalización de la mediación, en la formación continua, en el asesoramiento, la cercanía, estar siempre ahí, solucionando sus problemas, que creo que es lo que al final nos demandan.

¿Cuáles son las enseñanzas que te gustaría que tu hija conservara de todos estos años de profesión?

Pues todas estas ideas que he expresado en la entrevista. Tal vez me falte por mencionar, la perseverancia. Hay que ser perseverante y disciplinado.



Fotos: Aníbal González.



"A la moda flamenca le falta todavía el reconocimiento internacional"

Laura Sánchez es un rostro muy conocido de la moda española, pero también es la cabeza más visible de We Love Flamenco, la principal pasarela española de moda flamenca, que se promueve desde Andalucía. Una pasarela que está asegurada por nuestra compañía, quien también participa como entidad patrocinadora. "Cogernos de la mano con una empresa de tanto nivel -explica Laura en esta entrevista- ha sido un gran acierto y una apuesta segura".



Laura Sánchez

Este año, We Love Flamenco alcanzó su decimosegunda edición. Después de tantas ediciones, ¿qué posicionamiento cree que ha alcanzado esta pasarela de moda flamenca?

We Love Flamenco ha llegado a lo más alto, siendo la primera pasarela del año en mostrar las tendencias de cada temporada. Y, tanto a nivel público como institu-

cional, y también de repercusión mediática, se ha consolidado como la principal pasarela de la moda flamenca.

¿Qué metas cree que le faltan por cumplir todavía a la moda flamenca?

El reconocimiento internacional. La moda flamenca debería estar en pasarelas internacionales, no solo europeas y americanas, sino también asiáticas, puesto que hay un mercado potencial allí.

¿Qué valoración hace de la moda que se construye y se piensa desde Andalucía?

Hay mucho potencial, tenemos mucho talento y mucha cultura de lo que es la artesanía y la moda. Tal vez nos falte un poco de empuje, de creérselo nosotros y, luego, un gran apoyo institucional que es necesario para que haya un avance real.

¿En qué medida cree que es importante el apoyo de las entidades para hacer posible eventos de esta magnitud y alcance?

Es muy necesario que la moda andaluza esté apoyada por las entidades, ya que es un factor dentro de nuestra comunidad autónoma en continuo crecimiento y expansión, y, lo más importante, muy exportable.

¿Cómo valora, concretamente, el apoyo que presta Helvetia Seguros con su patrocinio?

Es un apoyo muy importante. Que Helvetia Seguros apoye nuestro evento significa mucho, ya que cogernos de la mano con una empresa de tanto nivel ha sido un gran acierto y una apuesta segura.



Foto: Silvia Sánchez.

Nuestra compañía es también la aseguradora de We Love Flamenco. ¿Qué le pide a una entidad aseguradora?

Le pido siempre claridad y transparencia, como hacemos nosotros también en We Love Flamenco. Como consumidora, pido una pronta respuesta, una transparencia en los productos que se ofrecen y, por supuesto, que cubra todas mis necesidades.

¿Qué novedades principales (que se puedan contar) encontraremos en la edición decimotercera de We Love Flamenco?

Ampliamos un día más, de forma que serán ocho días de desfiles. Por el momento no podemos adelantar mucho más... Pero pasarán cosas.

Es un modelo de celebridad muy alejada de determinados tópicos: cercana, accesible y comprometida.

¿Algo que alegar en su defensa?

Nada que alegar, señorita. No creo que esté alejada de los tópicos, sino que cada persona tiene un carácter y una forma de actuar, yo tengo el carácter que tengo y no creo que eso sea incompatible con mi trabajo.

Por último, su carrera es extensa y llena de reconocimientos. Sin embargo, pasa mucho tiempo en Andalucía. ¿Qué tiene esta tierra para que le atraiga así?

Andalucía es mi casa, es donde me siento en mi hogar. Viajo mucho, pero siempre necesito tener esta tierra a la que volver. Me aporta, primero, la alegría de ser de aquí, que doy gracias todos los días de ser andaluza después de viajar tanto. Me encanta su gastronomía, su luz, su gente que es mi gente... Pero, sobre todo, es mi casa.



Foto: Silvia Sánchez.

Salesforce, una revolución para mejorar nuestro conocimiento y servicio al cliente y mediadores

Desde enero de este año, nuestra compañía cuenta con un nuevo sistema de gestión que va mucho más allá del CRM, y que se concibe como un gran aliado para agentes y empleados. Una indudable oportunidad de mejorar que todos debemos aprovechar.

En diciembre de 2023, Helvetia Seguros culminó el proceso de implantación de las herramientas de Salesforce para toda la organización. Un logro que nos permitirá avanzar de forma considerable en los objetivos estratégicos de mejorar nuestro conocimiento del cliente y la atención a sus necesidades y también de favorecer una mayor autonomía de los agentes en los procesos de venta y asesoramiento al cliente.

Llegar aquí no ha sido fácil, y ha requerido un duro trabajo de poco más de dos años que ha sido liderado por el Departamento de Soluciones Digitales y Analítica de Datos, con la participación de numerosos departamentos y áreas implicadas. El anterior sistema de gestión CRM tardó en implantarse más de diez años, lo que da una idea del esfuerzo realizado, tanto más cuando las nuevas herramientas integran un sistema de gestión de clientes (CRM, Customer Relationship Management) y de mediadores (PRM Partner Relationship Management).

Un cambio en la estrategia tecnológica de SAP hacia el mundo en la nube (cloud) forzó la decisión de adoptar una nueva solución de CRM y aliados con el Grupo Helvetia en Suiza se decidió apostar por "Salesforce -explica Ana- es sin duda una de las soluciones de gestión más avanzadas, muy bien posicionada en el mercado y con gran capacidad de integración con otras soluciones."

"Durante algunos meses -explica Ana Aríztegui-, el CRM antiguo, ofrecido por SAP, convivió con las nuevas herramientas de Salesforce, algo que resultaba muy costoso, por lo que hubo que acelerar el proceso de implantación de la nueva herramienta. Nos pusimos el reto de que estu-

viera al 100% implementada a 31 de diciembre de 2023. Y lo logramos, lo que ha supuesto un importante ahorro de costes para la compañía, ya que estos sistemas además de muy ambiciosos resultan muy costosos".

En este proceso ha sido de gran ayuda Avvale, el partner tecnológico que ha acompañado a Helvetia Seguros en todo el proyecto de implantación. Pero si hay que agradecer algún esfuerzo, sin duda, Ana lo tiene claro: el realizado por todas las áreas y departamentos que han participado en lo que ha sido todo un reto y que han sabido estar a la altura para cumplir con los plazos previstos.

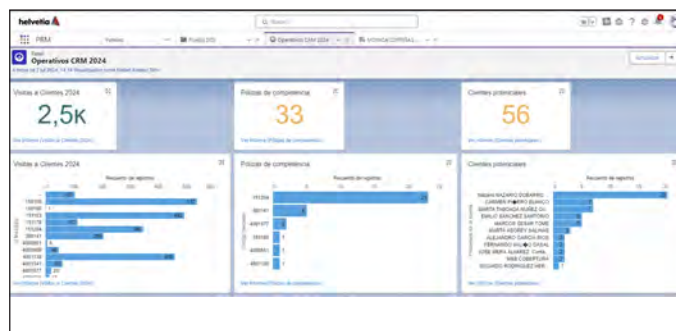
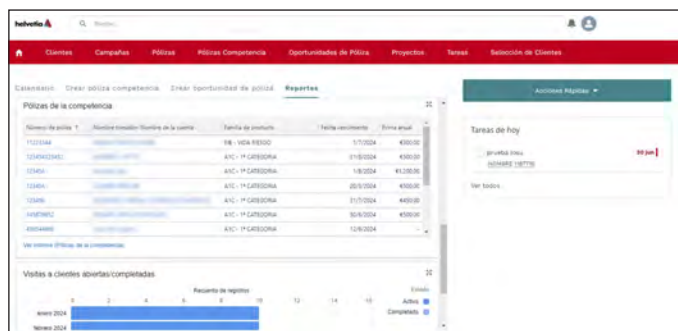
Salesforce va más allá del CRM, planteando una solución 100% en la nube que integra tanto las competencias comerciales como las de comunicación y las de servicio al cliente/mediador. "Más que herramientas -matiza Ana-, son plataformas". Concretamente, dos: Salesforce Marketing Cloud, plataforma de marketing que centraliza toda la comunicación con el cliente de forma multicanal (email, SMS, notificación al área de cliente etc.) y dirige campañas de



Ana Aríztegui

Responsable del Departamento de Soluciones Digitales y Analítica de Datos

"Alineado con la estrategia de poner al cliente en el centro, el CRM provee a la organización de una visión integral del cliente aunando tanto el conocimiento cuantitativo, basado en tecnologías avanzadas (IA), como cualitativo, así como todas sus interacciones con la compañía"



marketing integrado con Salesforce Financial Services, y un CRM que está dirigido tanto a las áreas de servicio al cliente como el área comercial, incluyendo mediadores, gestores de negocio, centros de interacción con la venta, directores de zona, directores territoriales, etc.

En esta ambiciosa apuesta, el agente juega un papel fundamental, y, por tanto, Helvetia pone a disposición del mediador este nuevo sistema. En buena medida, por lo que respecta a la gestión comercial, es una herramienta pensada para él. “Sin duda, Salesforce va a facilitar mucho el trabajo de los agentes -sostiene Ana-. Aunque inicialmente requiera un esfuerzo en la planificación y en la asunción de determinadas pautas, a la larga toda la información volcada en la herramienta le va a ayudar. Por eso es importantísimo involucrarlos en su utilización”. Con la nueva herramienta, el agente tiene la oportunidad de ejecutar acciones comerciales mucho más afinadas y precisas con una buena segmentación de sus clientes. Antes de dirigirse a cualquier cliente para realizar una acción comercial, el agente puede consultar en su CRM para conocer con precisión el comportamiento del cliente, sus necesidades, sus posibilidades. “Con esto, es posible avanzar mucho en la propia fidelización de los clientes”, comenta Ana.

Oihana Sáez ha sido, dentro del Departamento de Soluciones Digitales y Analítica de Datos, quien ha liderado el proyecto de implementación de Salesforce en la compañía. La experta en CRM de Helvetia Seguros apunta otra ventaja importante de las nuevas aplicaciones: “La experiencia del usuario es mucho mejor que con el anterior CRM. Son herramientas mucho más amables e intuitivas, que además se actualizan de forma automática. En el caso de los empleados, además, de cara a la confección de los cuadros de mandos, ofrece la oportunidad de realizar informes muy visuales y potentes, lo que favorece la autonomía no solo en la gestión de la actividad sino en la supervisión y seguimiento de las tareas diarias”.

Para Ana Aríztegui, Salesforce supone un salto cualitativo considerable: “Las expectativas de futuro son muy interesantes”. Oihana Sánchez habla de reto: “Es una oportunidad para empleados y mediadores, puede facilitarles mucho el trabajo y además mejorar en su eficiencia”.

El ritmo de adaptación de los mediadores a las nuevas plataformas está siendo bueno, teniendo en cuenta las numerosas posibilidades que ofrece. De cara al futuro, Salesforce plantea interesantes oportunidades. Entre ellas, Ana Aríztegui señala las siguientes: “Primero, la posibilidad de extender la gestión de Casos a otras áreas de la compañía e introducir Salesforce en más procesos. Segundo, explorar la capacidad de IA Generativa en muchos ámbitos, como, por ejemplo, la posibilidad de medir y evaluar el “engagement” del cliente en las llamadas, o el desarrollo de acciones automáticas. Tercero, la posibilidad de mejorar la solución del contact center con nuevas funcionalidades interesantes como aplicaciones de voice bot...”.

“Nuestro equipo -concluye Ana- está motivado para seguir facilitando el trabajo de todas las personas usuarias de la herramienta, tanto empleados como mediadores. Tenemos ante nosotros una indudable oportunidad que debemos aprovechar”.



Oihana Sáez

Departamento de Soluciones Digitales y Analítica de Datos y experta en CRM

“La experiencia del usuario es mucho mejor que con el anterior CRM. Son herramientas mucho más amables e intuitivas, que además se actualizan de forma automática. En el caso de los empleados, además, ofrece la oportunidad de realizar informes muy potentes”

Ejemplo de superación



Nuestro compañero Francisco Vaquero, del departamento de Servicios de Atención en la sede de Sevilla, ha demostrado una valentía, coraje y superación personal excepcionales.

El 15 de noviembre de 2002 cambió la vida de Francisco Vaquero para siempre. Puede decirse, sin temor a exageraciones, que aquel día lo convirtió en otra persona. Ese día, con solo 24 años, trabajando en la obra, una máquina perdió el control y le aplastó la pierna izquierda. Tuvieron que amputársela totalmente, y Francisco, Fran para los amigos, volvió a nacer, pero con una sola pierna.

Han pasado 22 años de aquella experiencia. Hoy, Fran es miembro del equipo de Servicio de Atención en la sede de Sevilla, desde donde se gestionan telefónicamente los siniestros. Llegar hasta aquí no ha sido nada fácil. Pero por el camino hacia su transformación personal, Fran se ha convertido también en un referente en el deporte para personas discapacitadas. Y de qué modo: a comienzos de junio, obtuvo con la Selección Nacional de Fútbol de Amputados de España el título de Subcampeón de Europa de Fútbol para Amputados, en el que competían un total de 16 países. No se trata de su único logro: en el año 2021 fue también Subcampeón en el Campeonato Europeo que se celebró en Cracovia, y este año ha obtenido la medalla de oro en el Campeonato de España defendiendo los colores del Real Betis Balompié.

Fran acude a la entrevista con muletas, tal como juega los partidos de la modalidad de fútbol amputado, sin

utilizar la prótesis de desarticulación de cadera. Confiesa que le hace daño, debido a la proximidad con el muñón. Pero, con el tiempo, no usar prótesis se ha convertido también en cierta señal de orgullo. Orgullo por todo lo vivido y por todas las enseñanzas recibidas, que lo han forjado como persona.

Antes de eso, vino el abismo. El accidente lo sumió en un periodo de depresión, del que le costó salir. Lo hizo gracias a las ganas de vivir, con el apoyo de un terapeuta al que hoy aún sigue recurriendo. Pero si alguien lo ayudó a salir del pozo fue su mujer, con la que inició su relación a los dos años del accidente, en febrero de 2004. Ella le ha dado lo más grande que tiene en este mundo -además de ella-, sus tres hijos. Y también la confianza y fuerza para seguir.

Cuando terminó el periodo de baja y recuperación, Fran decidió que tenía que volver a trabajar. Conoció, a través de un servicio de orientación laboral de la Junta de Andalucía, la existencia de proyectos que incorporaban a personas con discapacidad. Así se inició en su primer call center. Después vino Servitelco, donde prestó servicio durante 14 años para distintas empresas. La oportunidad de fichar por Helvetia se produjo el pasado año. Está muy contento por la decisión. "Aquí -explica- se trabaja muy bien, existe buen compañerismo, y se cuida a los trabajadores".



Desde pequeño, Fran fue aficionado al fútbol, tanto como espectador -es forofo del Betis, el equipo de sus amores- como de practicante. En la calle, en el colegio, en el instituto, siempre fue de esos chavales que jugaba con dos o tres equipos distintos en un fin de semana. Todo aquello cambió tras el accidente. Siguiendo la sugerencia de los profesionales médicos, cuando se planteó la idea de volver a hacer ejercicio, comenzó a nadar. “Estuve nadando un tiempo, e incluso me planteé la posibilidad de competir, pero me faltó constancia, y además era un deporte muy individual, que me aburría”, explica. Hasta que un día, a través de Facebook, tuvo una epifanía al ver un vídeo de un grupo de deportistas futbolistas que perseguían el balón con sus muletas. “No podía creérmelo -comenta-. Inmediatamente les puse un mensaje. Era una asociación de Barcelona. Y me comentaron que precisamente en unos días llevarían a cabo una competición, y que por qué no acudía. Me fui de cabeza”. Corría el año 2016, y Fran tenía 38. Ahora tiene 46, y aquella experiencia en Barcelona lo transformó. “Cuando vi a todas aquellas personas amputadas juntas, unidas por un fin deportivo, me sentí muy bien. Acompañarlos mientras caminábamos por Barcelona fue algo difícil de explicar: emocionante, reconfortante, precioso”. Le influyó tanto aquel momento que, nada más regresar a Sevilla -donde volvió, recuerda, lesionado tras el partido-, lo primero que hizo fue acudir a un centro comercial, pero, por primera vez, sin prótesis.

En ese momento, se produce otra de las experiencias extraordinarias que le trajo su condición de persona amputada. En 2017 se celebraba la primera Eurocopa de Fútbol para Amputados. Fran quería participar, pero aún estaba lejos de alcanzar su mejor versión física. Pero aquí que, en Antena 3, se anunciaba un programa televisivo llamado “De hoy en un año”. Dirigido por Pedro García Aguado, el programa acompañaba a personas en su objetivo de cumplir un reto. Fran fue seleccionado para participar, con el reto de conse-

guir entrar en la convocatoria de la selección nacional. “El programa fue un tremendo apoyo de visibilidad y de soporte para conseguirlo -recuerda-. Gracias al entrenamiento y a la preparación, perdí doce kilos. Además, corrí tres medias maratones con mis muletas. Y a pesar de que, poco antes de la convocatoria, sufrí una fractura en la cadera, logré mi objetivo”.

Fueron cuartos en ese primer europeo. Y Fran se convirtió en un defensor de la causa del deporte de amputados. “Es lamentable el poco apoyo que se presta a los deportes para personas con discapacidad. Todo son buenas maneras al principio, pero nadie está dispuesto en realidad a ayudar”, comenta. Una realidad que es muy distinta en otros países. “En el último europeo de junio -recuerda-, caímos contra Turquía, los mejores del mundo. Cada jugador turco recibía por competir 5.000 euros. A nosotros, la Federación no nos regala ni la camiseta”.

Aunque logró el Campeonato de España con el Betis este año, su club de toda la vida, en el que sigue jugando activamente es el Flamencos Amputados. Se trata del primer club de amputados de España, del que Fran fue cofundador. Semanalmente, sigue practicando el deporte, y participando en todas las concentraciones. “Más que el fútbol -explica-, lo que me ha dado la vida es compartir experiencia con otros amputados como yo, a los que nos une tanto”.

En todo este tiempo, el apoyo de su mujer, Ale, ha sido decisivo. “Es una mujer increíble -sostiene-. Ella sobrelleva como puede mi terquedad a la hora de renunciar a usar prótesis. Un día, en la playa, junto a la orilla, me pidió que me la pusiera. Le contesté de malas formas, diciéndole que si acaso no me aceptaba tal como era. Su contestación me partió el corazón -aún se le saltan las lágrimas al recordarlo-. Eres tonto, me dijo. Solo quiero que te la pongas porque así tienes las manos libres de las muletas y puedes darme la mano para pasear juntos por la orilla”.



**"Sigo
manteniendo
la ilusión del
primer día"**

*> Juan Pablo Barrera, responsable del
Departamento de Proveedores*

**"Nadie puede
ser un buen
líder si no es
una buena
persona"**

*> Alejandro Cortés, director de Zona
Alicante-Murcia-Albacete Corredores*



En nuestra entrevista doble de este número, reunimos a dos perfiles con una dilatada experiencia en el sector, y con bastantes años de dedicación a Helvetia Seguros. A ambos les une su pasión por el running, pero muchas otras cosas que descubrimos ahora, como la convicción de que, sin ser cercano y empático, es imposible dirigir equipos.

Alejandro y Juan Pablo, tenéis más o menos los mismos años de dedicación al sector: tú, Alejandro, iniciaste tu carrera profesional en una compañía de la competencia en el año 1997, mientras que tú, Juan Pablo, te incorporaste a la extinta Previsión Española en el año 1999. Era, literalmente, otro siglo. ¿Cómo ha cambiado el sector en todos estos años? ¿Qué queda y qué ha desaparecido desde entonces?

Juan Pablo Barrera: El sector ha sufrido un cambio muy notable desde que comencé mi andadura profesional, fundamentalmente en la transformación digital y también con una evolución muy positiva en los canales de comunicación con nuestros clientes. La comunicación se realiza ahora de una manera más ágil, y hemos logrado una gran mejora en la experiencia del cliente, bastante más exigente ahora que cuando comencé. Han desaparecido, por ejemplo, las carpetas físicas, donde se encontraba toda la documentación en papel de un siniestro o el fax que parecía insustituible en su día y que nos permitía enviar documentación al exterior de una forma que considerábamos rápida. Nada que ver con las diferentes herramientas de las que disponemos hoy y que nos permiten una comunicación inmediata.

Alejandro Cortés: La verdad es que son ya muchos años, y es cierto que muchas cosas se parecen poco a como fueron. Antes, toda la gestión de siniestros, producción y administración se realizaba en las sucursales, y los mediadores no podían realizar más tareas que la de

“Conservo las ganas de aprender algo nuevo cada día”

> Juan Pablo Barrera

cotizar (y no todos los ramos), motivo por el cual cualquier oficina estaba sobredimensionada en cuanto a personal respecto a la actualidad. Se ha avanzado una inmensidad a nivel informático y actualmente los mediadores tienen una autonomía impensable hace 25 años. Por último, en cuanto a profesionalidad también han evolucionado muchísimo.

Vosotros también habéis sufrido una transformación considerable. Hagamos la misma pregunta, pero en este caso sobre



Juan Pablo Barrera

La mejor carrera de tu vida: La que inicié hace 25 años en Helvetia.

Algo que echas en falta en las generaciones más jóvenes: Relacionarse con los demás sin utilizar WhatsApp ni redes sociales.

En cambio, algo positivo que destacas: Altos conocimientos digitales y de idiomas.

¿Qué es lo mejor de cumplir años?: La experiencia adquirida y saber valorar lo realmente importante.

Un sitio al que tienes que volver sí o sí: New York.

Una comida que está sobrevalorada: La pizza.

Lo mejor que se puede comer en tu tierra: Un buen jamón de Jabugo.

Tu color favorito: Verde

La mejor persona de tu vida: Imposible quedarme con una sola. Mis padres, mi mujer y mis hijos.

Una película que nunca quitas si te la encuentras haciendo zapping: "La Vida es Bella" de Roberto Benigni.

Una falsa creencia: La existencia de letra pequeña en los contratos de seguros.

Una verdad como un templo: No eres lo que tienes, eres lo que das.

Lo peor que ha traído Internet es: El riesgo cibernético.

En cambio, lo mejor es: La posibilidad de conectarnos con personas de cualquier parte del mundo, por ejemplo.

Tu primer recuerdo como empleado de Helvetia: El primer día cuando me presentaron a mis compañeros.

¿Lo mejor está por llegar?: Seguro, siempre hay que tener ilusión por lo bueno que pueda venir.



Alejandro Cortés

La mejor carrera de tu vida: La de aportar todo lo que esté en mi mano para hacer de mis hijas unas buenas personas.

Algo que echas en falta en las generaciones más jóvenes: Las relaciones personales fuera de la tecnología actual.

En cambio, algo positivo que destacas: Tienen mucho menos miedo al cambio que mi generación.

¿Qué es lo mejor de cumplir años?: Precisamente cumplirlos y seguir sumando experiencias.

Un sitio al que tienes que volver sí o sí: Lanzarote.

Una comida que está sobrevalorada: El sushi, pero es algo muy personal.

Lo mejor que se puede comer en tu tierra: Un buen arroz.

Tu color favorito: Azul.

La mejor persona de tu vida: Mi mujer.

Una película que nunca quitas si te la encuentras haciendo zapping: "Bohemian Rhapsody" de Freddie Mercury, dirigida por Bryan Singer.

Una falsa creencia: Cualquier tiempo pasado fue mejor.

Una verdad como un templo: Si no vas, no has ido.

Lo peor que ha traído Internet es: El acceso sin filtros de determinadas cosas a generaciones demasiado jóvenes.

En cambio, lo mejor es: La autonomía que nos da en infinidad de campos.

Tu primer recuerdo como empleado de Helvetia: Algún momento complicado, pero siempre con la convicción de que venían nuevas oportunidades profesionales.

¿Lo mejor está por llegar?: Siempre.

vosotros. ¿Qué queda de los jóvenes que os incorporasteis al mercado laboral hace más de 25 años en vuestro yo presente?

J.P.B.: Aunque han pasado muchos años desde mi incorporación, sigo manteniendo la misma ilusión o incluso más que el primer día, algo clave para poder afrontar nuevos retos. También conservo las ganas de aprender algo nuevo cada día.

A.C.: Mi comienzo en el sector fue en un departamento de suscripción, y de aquella época a cómo se trabaja actualmente no queda demasiado. En cuanto a lo que queda de aquel Alejandro, diría que la pasión por todo lo que hago. Desde mi punto de vista, es

“Siento un importante sentimiento de pertenencia de marca, algo que cualquier empleado debería sentir por la empresa para la que trabaja”

> Alejandro Cortés

imposible mantenerse tantos años en una profesión o sector si no te apasiona. Siempre he sido un férreo defensor de lo que el sector asegurador aporta a la sociedad.

Alejandro provenía de Nationale Suisse, una de las más recientes integraciones a Grupo Helvetia. Juan Pablo, tú provenías de Previsión Española, una de las primeras integraciones. ¿De qué manera habéis vivido vuestra adaptación a la nueva marca? ¿En qué aspectos creéis que la

pertenencia a un gran grupo como Helvetia mejora el posicionamiento de la compañía?

J.P.B.: Pues la verdad que en mi caso prácticamente no tuve necesidad de adaptarme, ya que, con la ayuda del gran equipo humano que compone el grupo, fue todo muy sencillo. Indudablemente, la pertenencia a un gran grupo como es el Grupo Helvetia, que se encuentra en una posición privilegiada dentro del sector y en constante progreso, hace que seamos más competitivos y a la vez una compañía muy apetecible para que cualquier proveedor desee colaborar con nosotros.

A.C.: Son casi 8 años ya, pero tengo la sensación de haber estado siempre aquí. Siento un importante sentimiento de pertenencia de marca, algo que creo que cualquier empleado debería sentir por la empresa para la que trabaja. No me imagino estar trabajando para una entidad por la que no sienta los colores. La ayuda de muchos compañeros en los inicios facilitó esa adaptación. El Grupo Helvetia tiene una gran fortaleza a nivel internacional, y, además, la apuesta por España es clara dentro del grupo. Las últimas adquisiciones han provocado un cambio en la visión del mediador sobre nuestra entidad, somos una compañía ahora mismo “de moda”. La mediación está hace tiempo ya expectante en cuanto a lo que Helvetia va a ser a corto o medio plazo.

Centrémonos en vuestros desempeños. Alejandro, eres director de Zona Alicante-Murcia-Albacete Corredores. Tú, Juan Pablo, eres responsable del Departamento de Proveedores. Uno está en contacto permanente con mediadores, y otro, con los proveedores. Ambos son indispensables para el desarrollo del negocio. ¿Qué es lo más importante a la hora de tratar con vuestros respectivos grupos profesionales?

J.P.B.: Un aspecto muy importante a la hora de tratar con los profesionales es valorarlos como una extensión más de la com-



pañía, y aunque se trate de profesionales externos, para nosotros son una parte fundamental en el desarrollo del siniestro y por ende en la satisfacción final del cliente, ya que en muchas ocasiones el único contacto que tiene el cliente con la compañía es a través de nuestros proveedores. Por eso intento empatizar con ellos, haciéndoles ver la importancia que tienen como eslabón esencial de esa cadena de valor, y siempre con la finalidad de que se encuentren totalmente integrados e involucrados con Helvetia Seguros.

A.C.: Para mí lo más importante, en la relación con las personas que componemos el equipo comercial de la zona que dirijo, es la confianza. No he sido nunca capaz de trabajar con alguien que haya formado parte del departamento del que me haya responsabilizado con quien no haya sentido esa plena confianza. Igualmente pasa con los mediadores, debemos fomentar siempre la confianza tanto con nosotros mismos como con la compañía. A lo largo de todos los años que llevo trabajando, creo que lo más satisfactorio que he experimentado, más aún que la consecución de los objetivos comerciales, ha sido el desarrollo profesional de las personas que he tenido a mi cargo. Hay que fomentar siempre el crecimiento profesional de las personas que quieren prosperar, y ayudarlas a hacerlo. Alguien que sienta que no se le dan las oportunidades necesarias para su desarrollo terminará buscándolas fuera, y hay que retener el talento siempre.

En materia de gestión de mediadores y de gestión de proveedores, ¿qué aspectos creéis que nos hacen distintos con respecto a otras compañías de la competencia?

J.P.B.: Dentro de la gestión con los proveedores, lo que nos hace diferentes es el trato cercano y personal que mantenemos con todos ellos. Aunque, por ejemplo, hay muchas compañías que han eliminado las reuniones presenciales y han pasado a tener únicamente contacto con los profesionales a través de las videoconferencias, nosotros seguimos apostando por este contacto personal con ellos, tratando de ser muy accesibles y considerándolos como lo que son, una parte fundamental en la experiencia del cliente. Por lo tanto, trabajamos diariamente para que, además de ofrecer calidad de servicio, cada proveedor también asuma su rol y sea conocedor de la importancia que tiene dentro del engranaje de la compañía.

A.C.: A nivel comercial, la cercanía con el mediador, sin dudas. Helvetia afortunadamente no ha perdido ese estilo de relación “de antes” con el mediador, y eso es algo que poco a poco en otras organizaciones más pesadas se ha perdido mucho. En ocasiones, algún corredor me ha trasladado la inexistencia de contacto personal con alguna compañía con la que trabaja, cosa que con Helvetia Seguros no le sucede porque es parte de nuestro ADN. No debemos perder nunca esa obsesión por el contacto continuo, por la visita presencial, por estar detrás del teléfono cuando el mediador lo necesite. Parece que es algo normal, pero no lo es, y es en muchos casos nuestro punto diferenciador con la competencia.

Ambos sois aficionados al running, y el deporte está muy presente en vuestras vidas: Alejandro, tú te has atrevido incluso con ironmans. Tú, Juan Pablo, te formaste como profesor de Educación Física antes de



ser reclutado por Helvetia. También participas regularmente en carreras. ¿En qué medida la actividad física os ha ayudado en vuestro desempeño profesional?

J.P.B.: Desde mi punto de vista, la actividad física es fundamental como complemento profesional a la vez que personal. En mi caso particular, lo considero algo imprescindible, como una terapia. Concretamente, el running me ayuda a liberarme de estrés, consiguiendo obtener ese equilibrio necesario al finalizar la jornada laboral. Aunque por cuestiones de tiempo no puedo hacerlo diariamente, después de mantener en un mismo día varias reuniones o negociaciones tensas con diferentes proveedores necesito ponerme las zapatillas de deporte, la ropa de entrenamiento y los auriculares para salir a correr varios kilómetros. Considero que no hay mejor manera de complementar una dura jornada laboral que con la liberación de endorfinas haciendo deporte.

A.C.: Son muchos los valores asociados al deporte que laboralmente constituyen unos pilares importantes: la perseverancia, confianza, esfuerzo, disciplina, compromiso, trabajo en equipo, lealtad, pasión... Llevar un estilo de vida activo y saludable hace que el rendimiento en el resto de los ámbitos de tu vida personal se multiplique, y obviamente también en el ámbito profesional. Al final la consecución de unos objetivos comerciales tiene muchas similitudes con la preparación de una prueba deportiva: en ambos casos se necesita de una planificación, un método, una medición de la evolución de esa preparación o consecución de objetivos, una modificación de la planificación en caso de desviación en esas mediciones intermedias,

un compromiso, una resistencia a la frustración cuando las mediciones no son las que esperas, una pasión absoluta por su consecución...

La actividad deportiva, como la profesional, tiene un componente competitivo. Pero también está relacionada con los valores. ¿Cuáles son los valores que, a vuestro juicio, os definen como profesionales?

J.P.B.: Aunque para mí no es fácil definirme personalmente, y prefiero que lo hagan los demás, profesionalmente intento ser una persona sincera, cercana, empática, responsable y constante en el trabajo.

A.C.: Aunque, como dice mi compañero, creo que debería ser una pregunta que debería responder el resto sobre mí, los valores que persigo y que me gustaría que me definieran son los de alguien con pasión sobre lo que hace: perseverante, leal, comprometido, empático, cercano con mi equipo, y buena persona, que es para mí un pilar fundamental del liderazgo. Creo firmemente que nadie puede ser un buen líder si no es una buena persona.

Departamento Técnico-Pricing

“¿Trabajas en Pricing? ¿Y eso qué es?”. Es una pregunta habitual que se encuentra Carmelo García, responsable del Departamento Técnico-Pricing de Helvetia Seguros, tanto dentro como fuera de la compañía. “Y es que no es poco frecuente que se desconozca nuestra labor -sostiene-, que influye en gran parte de las ventas, pero mucha gente desconoce cómo”.



En la imagen, Juan Carlos Naranjo, Rubén Ramírez, Carmelo García, Jesús Pérez y José Manuel Nogales.

“En el Departamento Técnico-Pricing nos encargamos del cálculo técnico del precio de cualquier riesgo, más enfocados en productos masa por una razón de volumen, aunque cada vez abarcamos más tipologías de riesgo”. En todo caso, el término “técnico” que aparece en el nombre del Departamento se debe a que no solo hacen pricing, sino que también participan en toda la parte técnica de los productos, desde el desarrollo hasta el lanzamiento de tarifas y el seguimiento del negocio. “Colaboramos con los ramos para crear los productos. Y cuando existe la necesidad de diseñar uno, siempre participamos en el proceso”, añade.

El Departamento Técnico-Pricing es de reciente creación, aunque Helvetia Seguros lleva muchos años realizando esta función técnica. Además, este

departamento da soporte, mediante el tratamiento de datos, para la creación de informes que se reportan a departamentos internos (cuadros de mando, seguimientos de negocio,...) y a organismos externos (Inese, Unespa, Icea, Tirea, DGS,...), y participan activamente en el proyecto de excelencia técnica impulsado por el Grupo Helvetia.

Actualmente, el departamento está formado por cinco personas (Carmelo García, Jesús Pérez, Juan Carlos Naranjo, José Manuel Nogales y Rubén Ramírez), y está localizado en la sede de Sevilla. Posee perfiles técnicos, incluyendo en el equipo a actuarios, matemáticos y estadísticos, y pertenece a la Dirección de No Vida Particulares, aunque desarrolla trabajos para todo el Área de No Vida. “Trabajamos con el objetivo de conseguir un precio

adecuado de los productos para que la red pueda vender y que también resulte rentable para la propia compañía. Ello implica sumar la realidad estadística a la realidad del propio negocio -explica Carmelo-. Nuestra labor es saber estimar con qué frecuencia un riesgo va a acabar en siniestro y qué coste medio tendrá ese siniestro, a partir de ahí podremos saber qué coste tendrá un riesgo para la compañía”. Para ello, el equipo lleva a cabo una labor muy intensa de tratamiento de datos, modelización y simulado, a través de diversas herramientas a la vanguardia en materia de Data Science y Big Data. “El pricing -concluye Carmelo- debe entenderse no solo como una herramienta de creación de tarifas, sino también como una herramienta para la gestión del negocio, permitiendo reaccionar ante tendencias y corregir la evolución del negocio”.

Zona Corredores Centro

La gestión de la Zona Corredores Centro está centralizada en la primera planta de la sede de Helvetia Seguros en Madrid, en el Paseo de Recoletos. La zona abarca toda la Comunidad de Madrid y aglutina un volumen de 24 millones y medio de primas.

Al frente de este equipo, formado por cuatro profesionales, se sitúa Nuria Bendito. Con casi 30 años de trayectoria en Helvetia, perteneció a la división de corredores desde su creación, en 2014, y pasó a dirigir la zona en el año 2016. Junto a ella trabajan José María Pascual, Ignacio Ruiz y José Jorge Flores. Todos llevan muchos años trabajando juntos (José Jorge fue el último en incorporarse, pero de eso hace ya más de cinco años), lo que ha permitido que sean, a juicio de Nuria, un grupo “muy consolidado”.

La gestión de los corredores se realiza buscando cierta proporcionalidad en el volumen de primas y la zona geográfica que gestiona cada uno. Así, aparte de compartir la gestión de los mediadores de la capital, José María gestiona la zona Noroeste; Ignacio, la zona Norte; y José Jorge, la zona Sureste. Nuria, por su parte, se encarga de coordinar al equipo y de gestionar otro grupo de corredores. Y cada uno, gestiona en torno a 6 millones de euros de primas.

La evolución del negocio del canal corredores gestionado por esta zona ha sido muy significativa. De arrancar, en 2014, con 18 millones de euros, la cartera hoy asciende a más de 24 millones. Ello, además, contando con la pandemia del Covid-19, que supuso un freno en la evolución de la facturación.

En total, los corredores atendidos por esta zona son unos 250, si bien de estos solo una parte están activos. El trabajo se desarrolla de forma muy cercana a los corredores, presencialmente y, en los últimos años, gracias a la introducción de la herramienta de las videoconferencias que precipitó precisamente la pandemia, de forma online. “Esto nos ha ayudado mucho -considera Nuria-. Gracias a las videoconferencias, puedes abarcar muchas



De izquierda a derecha, José Jorge Flores, Nuria Bendito, Ignacio Ruiz y José M^o Pascual.

más visitas y gestiones que las que se harían presencialmente. Detrás de nuestro salto cualitativo en primas está en buena medida el aprovechamiento que hemos hecho de las posibilidades de la comunicación online”. En todo caso, eso no va en detrimento de la cercanía con los corredores. “La proximidad, dentro de los inconvenientes de estar en una comunidad tan complicada, intentamos que sea total -sostiene Nuria-. Pero al mismo tiempo distinta a la de los agentes. Con los corredores, lo más importante es ser muy ágiles en la respuesta. De manera que vean que eres útil para ellos, que te identifiquen como la persona que puede resolverles sus dudas, consultas y problemas”.

Además, Nuria destaca el valor de la propia oficina de Helvetia Seguros en Madrid como punto de encuentro y reunión de sus corredores. “La oficina está muy céntrica y bien conectada.

Eso posibilita los encuentros con los corredores, y la oportunidad de presentarles a nuestros equipos, no solo a los que gestionamos su zona sino también al Departamento de Transportes, a los suscriptores de Empresas o de Vida... Con ello intentamos aportarles un plus de proximidad”.

El trabajo dentro del equipo se desarrolla de forma muy coordinada, y en permanente contacto y comunicación. A lo largo de la semana, llevan a cabo varias reuniones: una de seguimiento de objetivos, otra de organización de la semana, y una de balance, a ser posible, esta última, presencial. “Creo que somos un equipo bien engrasado, que funciona coordinadamente, como un todo -concluye Nuria-. Somos conscientes de que el trabajo de uno es el éxito de todos, y no podemos trabajar como islas. Estoy muy orgullosa de nuestra evolución y sobre todo de mi equipo. Vamos todos a una”.

Arévalo



Castillo de Arévalo.

Javier Campos es arevalense por los cuatro costados: en Arévalo nació, creció y ha vivido toda su vida. Un pueblo lleno de encanto, donde corres el riesgo de acabar empadronándote seducido por su comida.

Javier Campos, agente exclusivo de Helvetia Seguros, nació y lleva toda la vida viviendo en Arévalo (Ávila). Recibió en herencia de su padre, Santiago Campos López, vinculado durante sesenta años a la extinta Previsión Española, una

agencia que es titularidad de tres hermanos pero que gestionan directamente él y su hermana desde hace más de treinta años (además de agencia aseguradora, son gestoría y agencia de viajes). Nadie mejor que él para mostrarnos este bonito rincón de Castilla y León, capital de la comarca de La Moraña, y segunda población en número de habitantes de la provincia de Ávila tras la propia capital, aunque el volumen poblacional sea más bien discreto (según el último INE, no

llegaba a los 8.000 habitantes). Conocida también por el apodo de la “Ciudad de los Cinco Linajes”, se localiza en el punto de tierra cercano a la unión de

dos ríos (Adaja y Arevadillo), algo al parecer habitual en muchas localidades fundadas en el periodo medieval, como una forma de defensa militar. Pero, sobre todo, Arévalo es mudéjar. El estilo mudéjar se deja sentir en todo su casco antiguo, declarado Bien de Interés Cultural.

Por él paseamos junto a Javier, nuestro cicerone excepcional. Y el punto de arranque es la Plaza del Arrabal, una plaza extramuros donde se localiza la Iglesia Parroquial de Santo Domingo de Silos, la principal iglesia para el culto de Arévalo y donde se veneran los restos de San Vitorino, el patrón del municipio.

A través del Arco de Alcocer, también llamado Puerta de la Villa o Arco de la Cárcel -formaba parte de la estructura una antigua prisión-, y que fue la puerta de acceso principal desde el sur, al extinto recinto amurallado y la única que actualmente se conserva, accedemos a la Plaza del Real. En esta plaza circular, que debe su nombre a que en ella estuvo situado el Palacio de los Trastámara, encontramos el Ayuntamiento, un edificio completamente restaurado tras un aparatoso



Javier Campos

Agente exclusivo de Helvetia Seguros



A la izquierda, la Plaza de La Villa. A la derecha, monumento al Cochinillo de Arévalo.



incendio. A través de la calle Santa María, llegamos a la Iglesia de San Martín, una de las muchas que alberga el centro histórico de Arévalo, en el que destaca sobre todo su retablo.

La siguiente parada obligada de nuestra visita, y también de cualquier turista que quiera conocer los principales encantos de Arévalo, es la Plaza de la Villa. Una plaza porticada típicamente medieval, donde, con un poco de imaginación, podemos viajar en el tiempo. “No me extraña -explica Javier- que este haya sido el escenario de muchas películas”. En la plaza se localiza la Iglesia de San Martín, también llamada la Iglesia de las Torres Gemelas, utilizada normalmente para sala de exposiciones. “El apodo de las Torres Gemelas no viene porque sean idénticas -aclara Javier, algo que salta la vista al visitante-, sino porque, curiosamente, las dos torres tienen el mismo número de ladrillos”.

Tras deleitarnos con el paseo por esta bonita plaza, seguiremos hacia uno de los indudables iconos del municipio, el Castillo de Arévalo. El

castillo actual data de la segunda mitad del siglo XV, aunque sufrió posteriormente importantes reformas a principios del XVI, cuando la fortaleza estuvo en manos de los Reyes Católicos. “De hecho, en ella pasó buena parte de su infancia Isabel la Católica”, explica Javier. A las afueras de Arévalo también es obligado visitar la ermita de la Lugareja, un antiguo monasterio de estilo mudéjar catalogado como monumento histórico nacional, y que es de titularidad privada. “Esto ha generado bastante controversia -recuerda nuestro agente-, porque durante mucho tiempo no dejaban entrar a los vecinos. Hubo un largo litigio, tras el que finalmente, sin cambiar la titularidad del inmueble, se permitió el acceso a la gente”. Hoy, es titularidad del Obispado de Ávila. Si estamos ya en la ermita, no podemos perdernos la visita a las Bodegas del Arriero. Situadas al pie del castillo, bajo tierra, las antiguas bodegas esconden dos salas de gran atractivo: el “libatorio”, con pinturas satíricas, donde se reunían personajes locales para probar los caldos de las barricas y toneles que descansaban en la sala contigua, y la “sala de arevalenses notables”, con tinajas rotuladas con nombres de locales ilustres.

Tras este paseo, se acerca la hora de comer. Pero para justificar el “homenaje gastronómico” que perpetraremos enseguida, una buena opción puede ser pasear por el Paseo. Se trata de un parque peatonal muy tranquilo, rodeado de abundante vegetación, ideal para la conversación y el esparcimiento familiar.

Tras el paseo, llega el momento de la verdad, según Javier. “A toda la gente que viene a visitarnos, les digo: si vas a comer en Aranda, tráete el carnet de identidad, porque acabarás empadronándote aquí”, bromea. Los platos no pueden ser más succulentos. Entre ellos se encuentra el cochinillo asado, también llamado tostón. “No es que haga competencia a Segovia -sostiene Javier-, es que está más rico aún, o al menos a mí me lo parece”. Se trata de un cochinillo muy tierno, con la piel crujiente, y sin duda una de las grandes delicatessen del municipio. Se puede comer en muchos y muy buenos establecimientos de Aré-



Iglesia de San Martín, con sus dos “torres gemelas”.



Javier, en la Plaza de la Villa de Arévalo.

valo, y siempre es injusto nombrar algunos y dejar a otros fuera, pero necesitamos recomendaciones. El Asador Figoney, en la calle Figones, es uno de ellos. Regentado por un asturiano, es a la vez un museo. Otro es el Asador Desiré, en la Plaza del Arenal, donde también debemos probar las gambas rebozadas. Sin abandonar la Plaza del Arenal, encontraremos los contundentes cachopos del Mesón Alcocer. Y si buscamos cordero asado, nuestro sitio es el Ajuas. Para el que quiera algo de pescado, en el Figón de Arévalo, en la calle Huerta del Marqués, se sirve un bacalao que para Javier tiene la categoría de “exquisito”. Por último, por su categoría de clásico, hay que recomendar El Tostón de Arévalo, un local “de los de toda la vida”.

“Arévalo tiene muchos encantos, como has podido comprobar -explica Javier-. Pero sin duda, uno de sus principales reclamos es la cocina. Estamos a una hora de Madrid y de Salamanca y a tres cuartos de hora de Valladolid. El 90% de la gente que viene en fin de semana lo hace para comer el cochinillo”. La tierra también pone lo suyo, ya que, como recuerda Javier, en la comarca son muy apreciadas las legumbres. Por lo que respecta al vino, no hay en cambio una denominación de origen propia: el caldo más común es el verdejo, con bodegas con fuerte implantación en la zona como Coello, Javier Sanz o Cabraloca. “Aquí son más habituales los blancos, mientras que los tintos son más de Valladolid”, comenta Javier. Por lo que respecta a los postres, un buen remate para una comida son los llamados “Jesuitas”, un hojaldre con crema y piñones, o las Toras del Veedor.

Según Javier, si hubiera que buscar alguna señal de carácter de los arevalenses, sería seguramente la hospitalidad. “Quizá somos menos cerrados que otros castellanos -explica-. El municipio tiene en su escudo “La Muy noble, Muy Ilustre, Muy Leal y Muy Humanitaria Ciudad de Arévalo”. Creo que lo de humanitaria aquí es importante: somos gente solidaria, hospitalaria y en general abiertos y alegres”. No cabe ninguna duda. Vivir en un sitio así debe llenar de alegría a cualquiera.



¿Estás seguro?

Inteligencia Artificial, ¿quién dijo miedo?

Confluyen en este número de "En buena compañía" varios contenidos en los que la Inteligencia Artificial está muy presente. En primer lugar, el reportaje central, dedicado a Salesforce, la plataforma que está llamada a revolucionar el modelo de gestión comercial, de comunicación y de servicio al cliente dentro de Helvetia Seguros, y que, como explicaba Ana Ariztegui, responsable del Departamento de Soluciones Digitales y Analítica de Datos, abre interesantes oportunidades de futuro para el desarrollo de la IA Generativa. En segundo lugar, el reportaje sobre Nuestros Proveedores, dedicado precisamente a uno de los colaboradores, Stratio, que más está ayudando a Helvetia Seguros en su proceso de implementación de herramientas de inteligencia artificial. Y, en tercer lugar, dentro de la sección Departamentos y Zonas, la presentación del Departamento Técnico-Pricing, especializado en el análisis de datos, y que ya está incorporando procesos de IA en su gestión.

Cuando se elabora un reportaje o una entrevista, suele ser habitual que, inevitablemente, quede fuera bastante información, obligados por la necesidad de ceñirnos al espacio y al criterio de relevancia. Pero en todas las entrevistas que se han realizado para el contenido de las tres secciones comentadas, el asunto de la Inteligencia Artificial estuvo muy presente. Así, quise saber la opinión de Óscar Méndez, CEO de Stratio, sobre si el camino de la implementación de Inteligencia Artificial en las empresas podía tener marcha atrás. El CEO de Stratio me contestó que no, pero matizó su contestación añadiendo que esta implementación no es ajena a posibles pasos en falso, como por ejemplo el uso de tecnología de IA Generativa sin rigor y sin gobernar los datos, lo que podría generar problemas de seguridad. "La implementación de IA conlleva desafíos y si no se realiza adecuadamente, corre el riesgo de reforzar sesgos

existentes o generar resultados erróneos debido a errores en los algoritmos", explicaba. Por otro lado, quise saber qué opinaba Carmelo García, responsable del Departamento Técnico-Pricing, sobre los riesgos que la IA puede representar para el desempeño humano. Según me comentó, la IA supone una gran oportunidad para el trabajo de los científicos de datos como los de su departamento, si bien se mostraba bastante convencido de que esta tecnología nunca podrá sustituir la aportación humana, porque incluso en un ámbito tan técnico como este, para la interpretación del conocimiento técnico y de los datos seguirá siendo indispensable el concurso del profesional.

Recientemente, la revista Aseguranza publicaba el IX Barómetro de Tendencias del Sector Asegurador. En este caso, se trataba de conocer el nivel de penetración de la IA en el sector y sus perspectivas de crecimiento. A día de hoy, el 45,4% de las empresas del sector declara que la IA es ya una realidad en su negocio, y prevé un desarrollo muy considerable en los próximos dos ejercicios. Pero de las conclusiones del informe, lo que me llamó más la atención es la dificultad que está encontrando el sector para incorporar a profesionales preparados para trabajar con Inteligencia Artificial en sus compañías: nada menos que el 65,3% del sector reconoce que el problema está en el componente humano.

Creo que ha llegado el momento -vamos tarde ya, de hecho- de superar los viejos miedos y atavismos que asocian la IA a una amenaza. Antes bien, debemos aprender a cambiar el chip e identificarla como una gran oportunidad. La Inteligencia Artificial no ha venido -al menos en el caso de las empresas de servicios- a quitar el trabajo a las personas. Más precisamente, perder el tren de la IA es lo que puede hacernos perder competitividad y quedarnos fuera del mercado.

Daniel Ruiz

Escritor y periodista

 @juntapalabras

helvetia.es

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza