

en buena compañía

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza

Directiva Europea de Accesibilidad: garantizando la comprensión y utilización de nuestros productos

El pasado 28 de junio entró en vigor la nueva ley, un importante cambio normativo que ha requerido importantes esfuerzos internos pero que supone un punto de partida para una nueva cultura en relación con la accesibilidad.

Sigue a Helvetia Seguros en:

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

26

DE CERCA

Luis Delgado

14



EN BUENA COMPAÑÍA CON
Bodegas Sánchez Romate

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, Laura Estévez, Emilio Ferrer, Pablo Ibars, Belén Ortiz de la Tabla y Manuel Ramos.

Responsable editorial

Carmen Caballero

Coordinadora

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

Redacta y Diseña

Euromedia Comunicación

Fotografía

Euromedia Comunicación y Helvetia Seguros

Imprime

Gráficas Dehon

Depósito legal

SE-2043-05



12

NUESTROS MEDIADORES

Daniel Boné, agente exclusivo en Borriol (Castellón)

- 4 NOTICIAS
- 12 NUESTROS
MEDIADORES
**Daniel Boné, agente
exclusivo en Borriol
(Castellón)**
- 14 EN BUENA COMPAÑÍA
CON
**Bodegas Sánchez
Romate**
- 16 REPORTAJE CENTRAL
**Directiva Europea
de Accesibilidad:
garantizando
la comprensión
y utilización de
nuestros productos**
- 18 DE CERCA
**Luis Delgado,
Departamento de
Comunicación, Marca
y Sostenibilidad**
- 20 ENTREVISTA DOBLE
**Belén Ortiz de la
Tabla, responsable de
Prevención, Bienestar
y Salud y Rafael
Álvarez, director
de Zona Coruña-
Pontevedra**
- 26 ZONAS
**Navarra, La Rioja y
Aragón**
- 28 UN PASEO POR...
Logroño
- 31 ¿ESTÁS SEGURO?

CEO Helvetia Seguros

Íñigo Soto



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

Toca afrontar los últimos meses del año, en un ejercicio que sin duda será recordado como el de la integración y fortalecimiento de nuestro grupo. Tanto en España, con la integración con Caser, como a nivel global, con la integración con Baloise, que nos afianzará como uno de los diez mayores grupos aseguradores a nivel europeo.

La integración del Segmento España sigue avanzando a un ritmo excelente, siguiendo la hoja de ruta marcada, y con la vista puesta en culminar el ejercicio con la unión materializada. En estos meses, se han producido importantes hitos al respecto, entre los que podemos señalar muy especialmente el primer encuentro de los Leadership Teams, celebrado en el mes de julio.

Esta integración, en todo caso, no puede ni debe trastocar nuestro ejercicio cotidiano de gestión, caracterizado por la normalidad y por el avance en el cumplimiento de nuestros objetivos anuales. La actividad de Helvetia Seguros, durante estos meses, ha continuado desarrollándose con toda su actividad habitual de acuerdos con entidades, encuentros institucionales, actividad formativa, etc.

De hecho, estos han sido meses muy importantes para nuestra adaptación a la Ley Europea de Accesibilidad, que entró en vigor el día 28 de junio, y que ha requerido un importante esfuerzo por parte de numerosos departamentos, liderados por el de Marketing Tecnológico, y que ha dado como resultado algo más que una adaptación al marco legal: supone, como bien explica el reportaje central de este número, todo un cambio de cultura y un punto de inicio para otra forma de hacer las cosas en relación con la accesibilidad de los clientes a nuestros productos y servicios.

Es comprensible que, en un contexto como el que vive nuestra compañía, puedan surgir incertidumbres. Pero lo que debe predominar, ante todo, es la positividad. Porque no hay duda de que, al igual que todas las integraciones que se han venido produciendo en los últimos años, la unión con Caser nos reforzará de forma incontestable en el mercado nacional, y eso traerá ventajas y reforzará aún más nuestra capacidad comercial, nuestra competitividad y nuestro dinamismo en el sector asegurador español.

Por delante quedan cuatro meses de intenso trabajo. Cuatro meses esenciales para cumplir con los objetivos comerciales marcados, y para seguir ofreciendo la mayor y mejor calidad en el servicio, gracias a la valiosa labor de todos los que formamos parte de Helvetia.

Utilizando un símil ciclista, el #TeamHelvetia está situado en una posición muy favorable del pelotón, pero debe pedalear con todo el ímpetu posible, trabajando en equipo, para alcanzar el ansiado pódium que nos conducirá a ser uno de los mejores equipos aseguradores de España. Estoy seguro de que vamos a conseguirlo.

Abrazos.

Integración Helvetia Baloise



Helvetia y Baloise han decidido unirse mediante una fusión entre iguales para formar Helvetia Baloise, una aseguradora líder en Europa con profundas raíces suizas. Con esta integración, la compañía se posicionará entre los 10 principales grupos aseguradores europeos.

Tras la aprobación de la fusión el pasado mes de mayo por parte de la Junta de Accionistas, el proceso continúa conforme a los plazos establecidos.

Encuentro del Leadership team

El pasado 10 de julio tuvo lugar en Madrid el primer encuentro entre el Comité de Integración y las personas que formarán parte del futuro Leadership Team de la nueva organización, fruto del proceso de integración con Caser. Durante la jornada, David Gómez repasó los principales hitos alcanzados hasta la fecha, mientras que Marta Vello, Ana Aríztegui e Íñigo Soto presentaron las tareas clave que se llevarán a cabo para garantizar que, en el momento en que seamos una única organización, todos los procesos funcionen con normalidad. Por su parte, Gemma Baz ofreció a los participantes herramientas prácticas para liderar eficazmente en tiempos de cambio.

Los workshops celebrados durante el encuentro marcaron el inicio de la definición de acciones prioritarias y permitieron visualizar con mayor claridad la organización que estamos construyendo.



En buena compañía 9/25

Un desayuno muy enriquecedor



En el mes de junio, veinticinco empleados de Helvetia Seguros y Caser tuvieron la oportunidad de compartir un desayuno con el CEO del Grupo Helvetia, Fabian Rupprecht, en Madrid para hablar sobre la visión que está guiando el proceso de integración de las dos compañías en el contexto internacional.

Durante el encuentro se comentaron los retos y las oportunidades que supone un proceso de transformación como el que está viviendo nuestra organización. Además, se destacó la necesidad de fortalecer en esta nueva etapa los vínculos con los equipos, manteniendo los valores corporativos de la empresa como guía y referencia en la toma de decisiones.

Una experiencia única en Toledo



Del 11 al 12 de junio celebramos en Toledo el viaje "Los 25 de Confianza 2023-2024", que reunió a los 25 agentes que consiguieron los mejores resultados en la venta de productos que requieren asesoramiento personalizado. Los participantes disfrutaron de una jornada de convivencia, entretenimiento y cultura gastronómica.

Durante 2025 y 2026, los agentes que forman parte del Círculo de Confianza seguirán trabajando para ser los mejores asesores personales de la compañía y disfrutar del próximo evento de "Los 25 de Confianza".

Una oportunidad única para reforzar el #TeamHelvetia



> En la parte superior de la foto aparecen Juan Madrigal, José M^a Sánchez, Alberto Barrio, Lorenzo Ruiz y Christian Goñi, mientras que, en la parte inferior, Francisco Vaquero, Luis Benjumea, Iván Peña y Curro Prieto.

Del 13 al 14 de junio se celebró en Viena (Austria) el Torneo de Fútbol Helvetia 2025, en él cada una de las unidades de mercado del Grupo Helvetia participó con una formación integrada por varios empleados. En el caso del Segmento España, la compañía estuvo muy bien representada en la competición por los equipos de Helvetia Seguros y Caser. Fue una oportunidad única para que compañeros de diferentes países se conocieran y compartieran un momento agradable, fomentando la unión y el espíritu de colaboración que tanto definen al #TeamHelvetia.

Acuerdo con WTW Networks

Helvetia Seguros ha alcanzado un acuerdo de colaboración con WTW Networks, una red que agrupa a las principales corredurías del mercado, ofreciendo una plataforma colaborativa para la creación de sinergias y el desarrollo de soluciones personalizadas en diferentes áreas de negocio.



En la imagen aparecen, Carolina Carmona, directora de Placement y Desarrollo de Negocio de WTW Networks, Jesús de Sedas, director de Corredores de Helvetia Seguros, Javier Gausí, director de WTW Networks, y Álvaro de Eugenio, director Comercial y Operaciones de WTW Networks.

Torneo de Pádel Helvetia en Madrid



El 7 de junio lo pasamos muy bien en un nuevo Torneo de Pádel que organizamos en Madrid para empleados. Durante la competición reinó la diversión, el compañerismo y la deportividad. Iniciativas como esta, que sirven de encuentro entre compañeros, ayudan a reforzar el espíritu de equipo y de colaboración dentro de la empresa #TeamHelvetia.

En la Convención de Centerbrok

Del 11 al 13 de junio CenterBrok celebró en Valencia su Convención Nacional, a la que asistieron más de 120 profesionales de su red de corredurías.

En las mesas de diálogo se abordaron diferentes temas sobre la mediación, como el rol del corredor en los colectivos de Vida, el reto que presentan las nuevas generaciones y los cambios de hábitos que conllevan o la póliza digital CIMA, entre otros.



Jesús de Sedas y Miguel Ángel Cinta durante el encuentro.

Comprometidos con la tradición



En julio, como cada año, no faltamos a nuestra cita con Pamplona y los sanfermines. Una vez más, Helvetia Seguros ha tenido una presencia destacada en esta celebración de renombre internacional, cuyo origen se remonta al siglo XII, en honor al martirio de San Fermín en la ciudad francesa de Amiens.

Nuestra compañía volvió a asegurar los encierros, encargándose, entre otras coberturas, de los seguros de Acci-



dentes para los corredores y dobladores (personal de la plaza de toros), así como del seguro de Responsabilidad Civil.

Además, para celebrar estas fiestas tan especiales, el 9 de julio organizamos un aperitivo especial con los empleados en el centro de trabajo de Mutilva, en el que estuvieron presentes el CEO de la compañía, Íñigo Soto, y otros miembros del Comité de Dirección.

Helvetia, en la Copa del Rey



Del 6 al 8 de junio, Irún se convirtió en el epicentro del balonmano nacional al acoger la fase final de la Copa de S. M. el Rey 2025, que este año celebraba su 50º aniversario. Nuestra compañía fue uno de los patrocinadores destacados del torneo que organizó la Real Federación Española de Balonmano.

Para reforzar nuestra presencia en esta gran cita deportiva, preparamos diversas actividades especiales dirigidas a los aficionados, así como varias acciones de visibilidad a lo largo del evento.

50 cumpleaños



Este año, el Begíjar Club de Fútbol, equipo que compite en la Primera Andaluza Jaén y con el que mantenemos una sólida colaboración a través de nuestro agente Padilla Seguros, celebra su 50 aniversario. Para conmemorar esta fecha tan especial, el club ha preparado una serie de actividades especiales y ha presentado una camiseta conmemorativa que luce con orgullo el logo de Helvetia en el pecho. Con ella, ha disputado encuentros clave como el PlayOff de ascenso a la División de Honor.

Desde Helvetia Seguros queremos felicitar al Begíjar Club de Fútbol por estos 50 años de historia y desarle mucho éxito en la nueva temporada.

Playa, caballos y mágicos atardeceres en Sanlúcar

Un año más, hemos asegurado y patrocinado las emblemáticas Carreras de Caballos de Sanlúcar de Barrameda, que se celebraron del 5 y al 7 de agosto (primer ciclo) y del 19 al 21 del mismo mes (segundo ciclo). La edición de este año volvió a captar la atención del público y los medios, gracias al entorno donde se celebran en la playa del estuario del Guadalquivir, que esos días se convierte en un hipódromo natural de gran belleza.

El Premio Helvetia Seguros se disputó el 7 de agosto y tuvo como ganador al jinete Ricardo Sousa, con el caballo Añoover de la Cuadra Tinerfe. El premio fue entregado por nuestro CEO, Íñigo Soto. Nuestra marca tuvo gran visibilidad en esta carrera y durante todo el evento, con presencia en los espacios publicitarios del recinto, la revista oficial de la Real Sociedad de Carreras de Sanlúcar y los boletines informativos distribuidos en la playa.



Una cita ineludible para los amantes del golf



> Alberto Vera y Víctor Lizarraga durante la entrega de premios.

El 7 de junio el Club de Golf Castillo de Gorraiz (Navarra) acogió la XVIII edición del Trofeo de Helvetia Seguros, en el que participaron más de 140 jugadores. El evento, que se ha convertido en una cita imprescindible para los amantes de este deporte, se desarrolló en un ambiente distendido y agradable.

En la entrega de premios estuvieron presentes Víctor T. Lizarraga, director de Tecnología y Gestión del Dato de Helvetia Seguros, y Alberto Vera, director de Navarra-Aragón-La Rioja.

Apoyo a la inclusión social



Tras haberse pospuesto en marzo debido a las lluvias, el pasado 13 de junio se celebró la IX Carrera Solidaria Corriendown en Sevilla. Más de 2.000 personas se dieron cita en el Parque del Tamarguillo, que por un día se convirtió en un punto de encuentro para la inclusión, el deporte y la solidaridad.

Por primera vez en su historia, la carrera se celebró en horario nocturno, lo que le dio un ambiente festivo y diferente. Además, quienes no pudieron participar presencialmente tuvieron la oportunidad de colaborar con el dorsal solidario.

Con esta carrera, que promueve la Asociación de Síndrome de Down de Sevilla con el apoyo de entidades colaboradoras como Helvetia Seguros, se pretende fomentar aún más la inclusión social y recaudar fondos para ayudar a personas con síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales.

Una nueva herramienta de IA para los agentes

Desde el 2 de junio, nuestros agentes cuentan con Agentforce, una aplicación de inteligencia artificial proactiva y autónoma que ofrece soporte especializado y disponible en todo momento. En esta primera fase, la herramienta puede resolver dudas relacionadas con las garantías y características del producto de Ciberriesgos.

Su funcionamiento es muy sencillo: a través del chat integrado en CRM Salesforce, los agentes pueden realizar consultas sobre aspectos del producto que surjan durante el proceso de comercialización o en la etapa de postventa. Esto contribuye a un conocimiento más profundo del producto que están comercializando.

Esta herramienta tendrá un largo recorrido de desarrollo que se irá implementado en sucesivas fases. Así, más adelante se espera que se puedan incorporar nuevos productos, se puede gestionar incidencias de clientes, administrar candidatos e incluso agendar citas entre agentes y clientes.

Mayor eficiencia gracias a la IA



Con el objetivo de incrementar la eficiencia en el servicio que ofrecemos a nuestros clientes, en los últimos meses hemos comenzado a implementar herramientas de inteligencia artificial en varios procesos de nuestro Contact Center. Una de estas soluciones es diAloga, una herramienta accesible desde Salesforce, que permite a los profesionales de los equipos de Atención al Cliente y Atención Prestaciones realizar consultas directas sobre la documentación vigente (argumentarios, procedimientos, entre otros) para resolver con mayor agilidad y precisión las dudas planteadas por nuestros clientes o mediadores. Esta funcionalidad elimina la necesidad de realizar búsquedas manuales, lo que contribuye a reducir demoras y minimizar errores. Actualmente estamos trabajando para añadir las condiciones generales de todas las pólizas y las notas internas y circulares.

Sala Helvetia

De Campus con Baloncesto Utrera



Del 29 de junio al 3 de julio, el Club de Baloncesto Utrera celebró la II edición de su Campus de Verano en la localidad jienense de Cazorla. Más de medio centenar de jugadores, desde la categoría Preminibasket hasta Cadete, participaron en esta actividad, que fue posible gracias a la colaboración de empresas como Helvetia Seguros.

Un libro de poemas que toca la fibra



El 5 de junio la autora María José Rico presentó en la Sala Helvetia su libro "Llegar a esto", con el que ha ganado el XXX Certamen de Letras Hispánicas Rafael de Cózar. Durante el acto, estuvo acompañada por los escritores Eduardo Jordá y Paco Luis Murillo, quienes destacaron la gran sensibilidad del texto de la obra. "Llegar a esto" se centra en la experiencia humana a través de poemas minimalistas y delicados, que exploran emociones universales como la pérdida, la soledad, el amor y la memoria.

"Hoy por Hoy" desde la Sala Helvetia

El 2 de junio se retransmitió desde la Sala Helvetia el programa "Hoy por Hoy" de Radio Sevilla, que dirige y presenta Salomón Hachuel. La romería de El Rocío y el Plan Romero 2025 fueron algunos de los temas centrales de la emisión, que contó con la participación del subdelegado del Gobierno en Sevilla, Francisco Toscano; el director de la Zona Sevilla Agentes de Helvetia Seguros, Antonio Villa; y los hermanos mayores de las hermandades de Espartinas, Montequinto, La Macarena y Triana. El broche final del programa lo puso el cantante de sevillanas Pablo Oñós, quien deleitó a la audiencia con una gran actuación en directo.



La longevidad, un reto para el seguro y la sociedad



El 23 de junio celebramos en nuestra sede junto a La Razón un Desayuno Informativo titulado "Desafíos de Andalucía en la era de la longevidad", en el que intervinieron la consejera de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad de la Junta de Andalucía, Loles López, el CEO de nuestra compañía, Íñigo Soto, y José Lugo, delegado en Andalucía de La Razón, quien se encargó de presentar el acto.

Durante el encuentro se habló de dependencia, el cambio demográfico y su repercusión en el cambio de hábitos de consumo y la demanda de la población de más de 50 años, que cada vez requiere de más servicios y de una atención más personalizada. La consejera de la Junta de Andalucía aseguró durante su intervención que el reto demográfico es una cuestión global, por lo que es necesaria la implicación de todos los actores de la sociedad para poder solucionarlo. También explicó el plan de acción que ha desarrollado la Junta de Andalucía para abordar el reto de la longevidad de la población, detallando las medidas que han implementado las diferentes consejerías.



Por su parte, Íñigo Soto comentó el importante papel que representa el seguro en la sociedad, al ser un pilar esencial del Estado del Bienestar. Además, presentó la oferta de productos especializados que está desarrollando Helvetia Seguros para cumplir con las necesidades de la población de más de 50 años, un colectivo que se encuentra entre las prioridades estratégicas de la compañía.

Liderar con eficiencia

Entre los distintos programas de formación que ofrecemos a nuestros empleados, destaca el Executive de Liderazgo y Dirección de Personas de Otto Walter. Este programa tiene como objetivo principal fortalecer las competencias de liderazgo de los directivos y mandos intermedios de la compañía, fomentando una gestión más eficaz, influyente y cercana. El itinerario formativo se compone de dos ciclos, que habitualmente se desarrollan a lo largo de dos años. El primero, con una duración de 40 horas, se imparte de forma presencial; mientras que el segundo, de 12 horas, combina sesiones presenciales con formación online.

Entre los meses de febrero y mayo de este año, veinte empleados de la compañía realizaron en Sevilla el primer ciclo del programa, donde aprendieron herramientas y conceptos clave para poder dirigir a equipos de trabajo de manera más efectiva, mediante la calidad de su trato y comportamiento. Mientras que doce compañeros que ya habían completado el primer ciclo, finalizaron el programa de formación, tras asistir a las tres sesiones del segundo ciclo —la primera presencial en Sevilla y las dos siguientes en formato virtual—, en las que profundizaron en el uso de las herramientas adquiridas y mejoraron su capacidad para organizar y gestionar el tiempo.



Formación sobre Transporte a corredores

El pasado 3 de julio, Pablo de Ibars y Raquel Moreno, del Departamento de Transporte y Arte de Helvetia Seguros, impartieron mediante Microsoft Teams una formación a 38 corredurías de la Unidad Corredores Sur sobre los seguros de Transporte.

Tras analizar la situación del mercado actual, en la sesión se repasaron con detalle los diferentes productos de este ramo que ofrece nuestra compañía, explicando las novedades y ventajas de cada uno de ellos, así como los criterios de selección de riesgos preferentes.



Abordando las desigualdades de género en el trabajo

Con el compromiso de promover un entorno laboral más saludable, equitativo y seguro, en el mes de abril pusimos en marcha una nueva formación dirigida a todos los empleados, centrada en cómo las desigualdades de género afectan la salud en el entorno laboral.

Gracias a este curso, que se impartió por Microsoft Teams, los empleados de nuestra compañía ahora tienen mayor consciencia sobre este problema, al haber tenido la oportunidad de profundizar en conceptos clave, normativa vigente y buenas prácticas que favorecen un ambiente de trabajo más saludable y equitativo.



“Mi principal meta es que los clientes me consideren una persona honrada y honesta”

Daniel Boné

Agente exclusivo en Borriol (Castellón)

Daniel Boné se inició en el mundo del seguro hace una década, por una recomendación, después de que no viera ningún futuro en su situación laboral, trabajando por cuenta ajena y en jornada reducida. Tras este tiempo, que no fue nada fácil, este agente de Borriol (Castellón) se ha consolidado en su zona, con más de 1.500 pólizas y un volumen de cartera en torno al medio millón de euros. ¿El secreto? Mantener la confianza en sí mismo.



¿Cómo comenzaste en esto del seguro?

Hace 10 años. Con 24 años decidí comenzar mi etapa profesional por recomendación. Antes de empezar, estaba en una situación personal donde trabaja en una empresa por cuenta ajena a jornada reducida y donde no tenía perspectivas de mejora laboral a corto plazo.

¿Qué fue lo más difícil a la hora de emprender tu proyecto?

Lo más complicado fue comenzar desde cero, sin una cartera de clientes ni experiencia en el sector. Tuve que enfrentarme al rechazo, aprender a mantenerme motivado en momentos en que los resultados no llegaban de inmediato, y, sobre todo, mantener la confianza en mí mismo. Pero cada obstáculo me ayudó a crecer y a construir, paso a paso, una base sólida para lo que hoy es mi carrera.

Hablemos de tu zona, en Borriol (Castellón). ¿Qué perfil de cliente es el mayoritario? ¿Cómo es la competencia en la zona?

El perfil de cliente mayoritario son particulares, en concreto, familias, pero también tenemos en cartera autónomos y pequeñas y medianas empresas. La mayoría de nuestros clientes son de Castellón de la Plana, Borriol y municipios cercanos. La competencia en nuestra zona depende del tipo de cliente y de la población. En Borriol, al ser una población más pequeña, predominan las relaciones

de confianza a largo plazo: la gente quiere saber con quién trata, sentirse bien asesorada, tener a alguien de confianza a quien acudir cuando lo necesite. En Castellón, al ser una ciudad, el perfil es algo más variado, el cliente suele estar más informado y comparar más, por lo que es clave aportar valor con un asesoramiento profesional, ágil y transparente. La competencia en ambas zonas existe, claro, pero más allá del número de mediadores, lo importante es destacar por la cercanía, la atención postventa y el compromiso real con el cliente. En este entorno, la recomendación boca a boca sigue siendo la mejor publicidad.

Eres una persona joven, ¿por qué recomendarías a un emprendedor decantarse por un sector como el tuyo?

Recomendaría a cualquier emprendedor apostar por el sector seguros porque ofrece estabilidad, crecimiento continuo y, sobre todo, la oportunidad de construir algo propio. Es un negocio que se basa en la confianza, en ayudar a las personas a proteger lo que más valoran, y eso le da un sentido muy humano a lo que haces cada día. Además, es un sector en el que, con esfuerzo y constancia, puedes generar ingresos recurrentes y una carrera sólida a largo plazo, sin necesidad de una inversión inicial.

La transformación digital, de un lado, y el cambio hacia la exigencia en el comportamiento de los clientes son dos de los grandes retos de las agencias del futuro. ¿Cómo los afrontas?

La transformación digital y la creciente exigencia de los clientes son dos retos que, lejos de asustarme, veo como grandes oportunidades para evolucionar y ser más profesional. Helvetia nos proporciona herramientas digitales, tenemos un CRM, por el cual podemos extraer cualquier información de nuestra cartera para analizar.



Helvetia Seguros se caracteriza por un modelo comercial muy orientado hacia los agentes. ¿Cómo percibes tú, como agente, esa relación con la compañía?

Helvetia es una compañía donde sus agentes son la parte más importante en la distribución. La compañía se distingue por su apoyo constante, formación continua y una comunicación fluida que facilita nuestro trabajo diario. Esto nos permite ofrecer a nuestros clientes soluciones adecuadas y contar con respaldo en todo momento, desde la contratación hasta la gestión de siniestros. Gracias a Helvetia y a mi esfuerzo, he podido crecer y consolidarme como mediador.

¿Qué metas te gustaría alcanzar como agente?

Mi meta principal es seguir creciendo profesionalmente, ampliando mi cartera de clientes y ofreciendo un servicio cada vez más personalizado y de calidad, pero sobre todo que los clientes me tengan de referencia como una persona honrada y honesta.

Te hemos pedido antes cómo y por qué recomendarías la actividad de agente de seguros a alguien. Ahora te pedimos que nos des un consejo que a ti te hubiera venido bien conocer.

Enfocar que el seguro es una herramienta primordial para proteger lo que las personas más valoran, para conectar desde lo humano y no solo lo técnico. Muchas veces, por necesidad y desconocimiento, me enfocaba en cerrar ventas hablando de precios y coberturas, pero lo que realmente marca la diferencia es entender la vida del cliente: su familia, su trabajo, sus miedos, sus sueños...



“Con Helvetia, es un Win To Win”



Las Bodegas Sánchez Romate cumplirán pronto los 250 años como una de las referencias insoslayables en la producción de vinos de Jerez y de Brandy. Con sus apreciados vinos y su buque insignia, el Brandy Solera Gran Reserva Cardenal Mendoza, han conquistado el paladar de exigentes clientes, como la Cámara de los Lores del Reino Unido o el Palacio Apostólico del Vaticano. Confían todos sus seguros en nuestra compañía, en una relación basada en la confianza. “No podemos tener queja”, afirma su consejero delegado.



José Ramón Porro Minondo

Consejero delegado de Bodegas Sánchez Romate

“Calidad y tradición desde 1781”. Eso reza el lema de su web, www.romate.com”. Lo cierto es que impresiona. ¿Cómo es posible mantener una actividad durante dos siglos y medio?

Este éxito de más de 240 años de existencia es el resultado del trabajo y esfuerzo compartido de todas las generaciones que nos han precedido, y a los que debemos parte de lo que somos. Siempre desde unas prácticas vinculadas a la tradición y un cuidado y respeto minucioso por la forma de producir en el sector del Jerez. Y con un espíritu permanentemente abierto a nuevas tendencias, con atención a los nuevos sistemas de producción, a las innovaciones en los procesos de industrialización, sin perder nunca de vista la tradición. En el caso de la producción de los vinos, centrados en el conocimiento y la producción de las tierras de Albariza y sus distintas variedades: las uvas palomino, el moscatel, y el Pedro Ximénez, con ese característico microclima que solo se

produce en el triángulo formado por Jerez, El Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda.

¿Qué cosas siguen perviviendo del espíritu de aquella bodega originaria?

Diría que hay algo que no ha cambiado nunca y es un principio: el compromiso con la excelencia. Esta excelencia comienza desde la plantación de la vid hasta el embotellado, un proceso que dura varios años. En todo ese proceso, nuestra bodega mantiene un compromiso firme con el producto y también con el servicio, garantizando unos determinados estándares y el mantenimiento de unas propiedades organolépticas que son muy apreciadas por nuestros clientes. Clientes que, gracias a nuestra actividad exportadora, se reparten por casi una cincuentena de países de todo el mundo. Siempre próximos a ellos, respondiendo con nuestras elaboraciones a lo que esperan de nosotros. Es así como seguimos manteniendo la fidelidad de miles de clientes.

Desarrollan su actividad en el marco de Jerez. Un marco universal, que se enfrenta a no pocos retos. En los últimos años parece estar viviendo un momento dulce. ¿Qué desafíos afrontan las bodegas del marco en el momento actual?

La zona de producción de los vinos de Jerez está amparada por la Denominación de Origen Jerez-Xérès-Sherry y Manzanilla de Sanlúcar. Estamos en el extremo sur de la península ibérica, el entorno más adecuado para producir la uva con la que se crean estos vinos singulares. Los nuevos retos tienen que ver con la necesidad de adecuar nuestro producto a los gustos del cliente y sus nuevas tendencias. Además de la Denominación de Origen Jerez- Xérès -Sherry y Manzanilla de Sanlúcar, la Denominación Específica Brandy de Jerez, y la Denominación de Origen Vinagre de Jerez, que son las tres en las que se enmarca nuestra producción, hemos venido trabajando en el desarrollo de nuevos productos, que podríamos definir como "Reading to drink" ("Preparados para beber"), donde están proliferando nuevas tendencias apreciadas por nuevos públicos, como es el caso, por ejemplo, de los nuevos finos Spritz. De cara al futuro, debemos ser capaces de identificar estas nuevas tendencias y ofrecer productos competitivos y de calidad, sin perder nunca nuestra esencia.

Hablemos de sus productos. ¿Por cuáles son especialmente conocidos y reconocidos?

Además de ser productores de Vinos de Jerez, somos una bodega elaboradora y comercializadora de Brandy de Jerez. De hecho, nuestro producto más importante es un Brandy Solera Gran Reserva, denominado Cardenal Mendoza, un brandy que nació en 1887, con la cuarta y última generación de los Sánchez Romate, que decidió crear un brandy exclusivo para la familia. Su calidad lo convirtió, más adelante, en el brandy insignia de la casa y uno de los más reconocidos a nivel mundial, a la altura de otras marcas célebres de coñac francés. Está elabo-

rado a partir de una selección de las mejores holandas de alquitara, que se envejecen por el sistema tradicional de solera y criadera. Estas botas han sido previamente envinadas en oloroso y Pedro Ximénez, conformando una de las mayores bodegas de Solera Gran Reserva, que garantiza la vejez y la calidad de un brandy único, nuestra joya de la corona.

También cuentan con una línea de eventos. ¿Cómo y por qué surge esta oportunidad?

Tenemos en efecto también un espacio para eventos y celebraciones, que decidimos crear para aprovechar el empuje que de un tiempo a esta parte está teniendo la ciudad de Jerez como lugar de desarrollo de actividades sociales y culturales, y como punto de parada para muchos turistas que visitan la Bahía de Cádiz. El Salón Celestino, con capacidad para 600 personas, aprovecha la localización de una bodega centenaria para ofrecer al cliente un espacio singular para el desarrollo de cualquier tipo de evento, desde celebraciones familiares o de empresas hasta citas culturales o coworking.

Confían su aseguramiento en Helvetia Seguros. ¿Desde hace cuánto tiempo?

Esta colaboración viene de hace más de 15 años. Nuestro balance actual es muy positivo. Creemos que es una empresa con una total solvencia a todos los niveles, y los índices económicos así lo atestiguan. Es una compañía apropiada para tener todos nuestros seguros bajo su auspicio, y siempre con un buen nivel de respuesta a nuestras necesidades.

¿Qué balance hace de esta colaboración y sus servicios?

Lo definiría con un "win to win". Ganamos ambos. Particularmente, siempre que hemos tenido alguna necesidad, hemos encontrado agilidad en la respuesta de Helvetia y sus agentes. No podemos tener queja. El balance es muy positivo, así que entiendo que también para la compañía. Un "win to win" en toda regla.

Los 250 años están muy cerca. ¿Cómo serán las Bodegas Sánchez Romate del futuro?

Buena y difícil pregunta. Como decía antes, creo que la única manera de seguir avanzando y pervivir en el tiempo será a través de nuestra capacidad de adaptación a los nuevos consumos, a las nuevas formas de beber el Jerez y el Brandy. Estamos hablando de coctelería, de consumir el fino de Jerez como producto terminado mezclado con otros productos. Sin dejar, insisto, de mantener la independencia, que ha sido esencial en toda la historia de la bodega. Esperamos seguir siendo apreciados por nuestro público, es nuestra máxima aspiración. Ya en 1909, por ejemplo, fuimos nombrados proveedores de la Cámara de los Lores del Reino Unido, y en 1917, del Sacro Palacio Apostólico del Vaticano. Contamos con clientes importantes en los cinco continentes. Y queremos seguir manteniéndolos desde el compromiso con la calidad de nuestros vinos.

Directiva Europea de Accesibilidad: garantizando la comprensión y utilización de nuestros productos

El pasado 28 de junio entró en vigor la nueva norma, un importante cambio normativo que ha requerido importantes esfuerzos internos, pero que supone un punto de partida para una nueva cultura en relación con la accesibilidad.

El pasado día 28 de junio entró en vigor la Directiva Europea de Accesibilidad, un importante cambio normativo que afecta directamente a la actividad aseguradora y, en consecuencia, a Helvetia Seguros, y que también tiene implicaciones importantes sobre nuestro compromiso con la atención inclusiva. La European Accessibility Act, EAA ha entrado en vigor en España a través de la transposición de la Ley 11/2023, de 8 de mayo, y su objetivo es establecer los requisitos de accesibilidad universal de productos y servicios, necesarios para optimizar su utilización previsible de manera autónoma por todas las personas y, en particular, por las personas con discapacidad.

En el caso del sector asegurador, esto implica asegurar que todos nuestros activos digitales, es decir, nuestras plataformas digitales, canales de atención, documentación y procesos de autoserivicio sean comprensibles, utilizables y accesibles universalmente.

¿Por qué es importante?

En una circular distribuida internamente a toda la organización en el momento de la entrada en vigor de la nueva ley, Helvetia intentaba trasladar por qué es importante esta adaptación a la Ley de Accesibilidad:

-Es una cuestión de responsabilidad social.

Como compañía, tenemos el deber de garantizar la igualdad de acceso a nuestros servicios. Se trata de un proyecto para personas liderado por personas.

-Es una oportunidad de mejora. “La accesibilidad -explica Idoia Fuertes, responsable del Departamento de Marketing Tecnológico- no solo

beneficia a personas con discapacidad, sino que mejora la experiencia de todos nuestros clientes”.

-Es una obligación legal.

El incumplimiento puede conllevar sanciones económicas significativas.

Helvetia ha venido trabajando durante todo el ejercicio para garantizar la adaptación a la norma en la fecha prevista. Para ello, se constituyó un equipo de trabajo multidisciplinar, liderado por el Departamento de Marketing Tecnológico, del que formaban parte todas las áreas relacionadas con la accesibilidad: Marketing y Comunicación, Organización y Procesos, Secretaría General, Soluciones Digitales y Analítica de Datos, Servicios Generales, Inmuebles, Procurement y Proyectos y también el Área Financiera, y con quienes también ha colaborado Formación y Desarrollo de Personas. “A día de hoy -explica Idoia- ya cumplimos con la ley. Pero nuestro objetivo es más ambicioso: esto no es el final, sino el punto de partida, porque lo que buscamos es mejorar cada día, y la accesibilidad estará presente a partir de ahora en todos los procesos y en el desarrollo de nuevas aplica-



Idoia Fuertes

Responsable del Departamento de Marketing Tecnológico

"Contamos con la colaboración y compromiso de empleados y agentes para seguir construyendo una compañía más inclusiva, responsable y preparada para los retos presentes y de futuro"

ciones para clientes. Es un cambio de cultura, que debe formar parte de nuestro día a día”.

Un cambio de cultura que Idoia ya ha percibido en el propio equipo de trabajo implicado en la adaptación a la norma. “Creo que todo el equipo, independientemente de su departamento o área, ha percibido la importancia que tiene la accesibilidad para nuestro desarrollo futuro y nuestra competitividad. Es algo indispensable para los clientes”.

Porque, aclara Idoia, cuando hablamos de accesibilidad no nos referimos únicamente a facilitar el acceso y la comprensión de productos y servicios a personas con discapacidad permanente. Todos estamos expuestos a situaciones de incapacidad temporal, y también las personas mayores pueden sufrir ciertos problemas a los que hay que dar solución con la accesibilidad. “Hay que pensar en la accesibilidad desde una perspectiva amplia y muy abierta”, sostiene Idoia.

Durante esta primera fase del proyecto, se han auditado y adaptado los activos digitales más críticos, se han publicado las Declaraciones de Accesibilidad de estos, y se ha establecido un canal de contacto accesible para clientes donde podrán comunicar incidencias, solicitar formatos alternativos, formular sugerencias o presentar quejas relacionadas con la accesibilidad. Tanto estas declaraciones como el canal de contacto se encuentran disponibles en www.helvetia.es/accesibilidad.

En la posterior etapa transitoria, prevista por la ley hasta junio de 2030, y en aras del compromiso de la compañía con la accesibilidad, se seguirá trabajando en la adecuación de activos digitales.

Además, se prevén a corto plazo las siguientes acciones:

-Curso de formación obligatorio:

Próximamente se lanzará una formación específica para todo el personal, con el objetivo de familiarizar a la plantilla con los principios de accesibilidad y tomar consciencia de tan importante aspecto.

-Nueva política interna: En breve plazo, se comunicará una nueva política de obligado cumplimiento que establecerá las pautas para garantizar la accesibilidad en todos los puntos de contacto con el cliente.

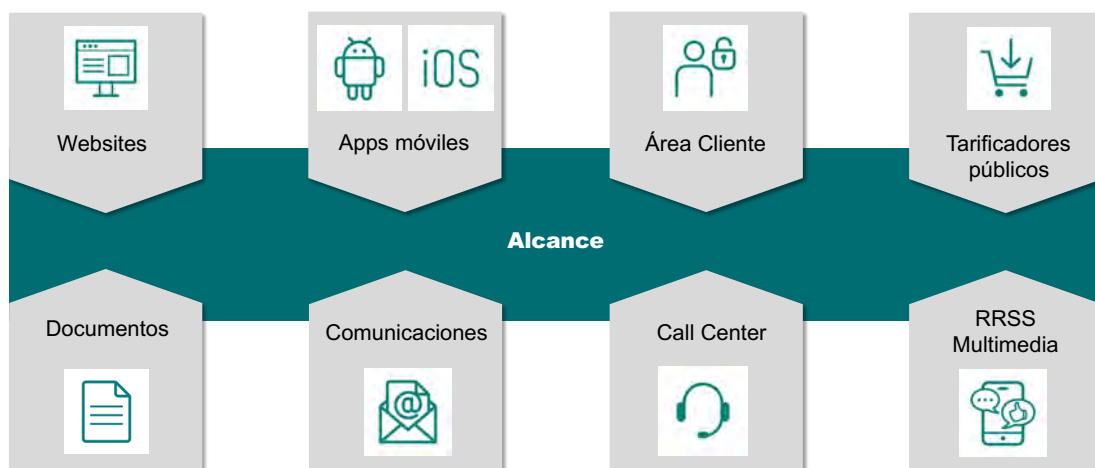
-Guía de accesibilidad para documentos: Próximamente se publicará en el Centro Documental una guía para ayudar a toda la organización y a nuestros mediaadores en el caso de que deban elaborar documentación accesible para su envío a clientes.

“Quiero agradecer a todo el equipo su fuerte implicación en este proyecto -concluye Idoia-. Todos ellos han sido conscientes de la envergadura de la accesibilidad. De cara a los compañeros y agentes, contamos con vuestra colaboración y compromiso para seguir construyendo una compañía más inclusiva, responsable y preparada para los retos del presente y del futuro”.

¿A qué aplica la nueva Directiva de Accesibilidad?

Páginas web y plataformas en línea	Páginas web y servicios en línea habilitados para el uso de los clientes. Incluye la información textual y no textual, documentos descargables, las formas de interacción bidireccional (formularios) y los procesos de autenticación, pago y firma.
Aplicaciones móviles	Aplicaciones de dispositivos móviles habilitadas, en sus versiones para iOS y Android, y sus respectivos lectores de pantalla de cada plataforma.
Comunicaciones electrónicas	Comunicaciones electrónicas y audiovisuales, como correos electrónicos, plataformas de chat o mensajería, asistentes virtuales, IVR en Contact Center, videollamadas, etc.
Contenido multimedia	Contenido como imágenes, videos, grabaciones o páginas webinars, anuncios o banners utilizados en las interacciones con los clientes o en RRSS.
Hardware con Interfaz digital	Terminales que proporcionan la interfaz de usuario con la que el usuario final interactúa de manera directa como terminales de pago, máquinas de información, etc.
Software y sistemas operativos	Software o sistemas operativos propios que se habiliten para el uso directo por los clientes mediante una interfaz de usuario.
Documentos	Documentos que no se facilitan dentro de una página web o plataforma en línea pero que se distribuyen por otra vía digital como documentación precontractual, contractual, de siniestros, etc.

¿Dónde se aplica la nueva Directiva en Helvetia?



El Buen Vivir a través de la solidaridad



La trayectoria de Luis Delgado, compañero del Departamento de Comunicación, Marca y Sostenibilidad, no puede entenderse sin su vocación social y su apoyo a las personas necesitadas.

Luis Delgado ha demostrado una vocación social profunda, siempre dispuesto a apoyar a las personas necesitadas. Su compromiso social y medioambiental es lo que, seguramente, da mayor coherencia a todo lo que, a pesar de su juventud, ha vivido personal y profesionalmente.

De incorporación más bien reciente a nuestra compañía, su llegada a Helvetia Seguros se produjo después de un formidable viaje interior y exterior que duró casi una década. Ingeniero en telecomunicaciones -estudios que más tarde completaría con un grado en Filosofía por la Universidad Gregoriana de Roma y un Máster en Sostenibilidad expedido por la prestigiosa Universidad Loyola de Chicago (EE. UU.)-, su inicio profesional fue en la compañía Abengoa, dentro de su filial Telvent, que más tarde fue adquirida por Schneider Electric. En esos años, mientras trabajaba para Schneider, se produjo una experiencia que cambiaría definitivamente su vida, y que lo llevaría a conocer en profundidad el mundo del voluntariado y la cooperación social: un viaje a la Amazonia de unos meses como colaborador del conocido como “Equipo Itinerante”, cuya misión es desplazarse por las comunidades indígenas de la zona prestando servicios adaptados a sus necesidades, una experiencia transformadora que lo motivó a pedir una excedencia para viajar por toda España y el extranjero e implicarse en proyectos diversos, todos ellos con una marcada vocación social.

“La primera experiencia en la Amazonia, en 2012, me removió por dentro -explica-. Y al regresar me dije: yo tengo que probar otras cosas”. El periplo de esos años fue intenso y lleno de experiencias enriquecedoras. Entre otras iniciativas, colaboró en una entidad atendiendo a menores tutelados, colaboró en una ONG especializada en la atención a refugiados, fue voluntario en un par de centros penitenciarios y durante la pandemia asistió a los ancianos de una residencia de Madrid. Durante ese tiempo trabajó en dos residencias, en las provincias de Madrid y Valladolid, dando clases en el ámbito de las ciencias. Tras este periodo, Luis había empezado a plantearse seriamente la opción de reciclarse profesionalmente y quizás regresar a Sevilla. Encontró en la sostenibilidad un ámbito en el que convergían sus inquietudes en el ámbito ecológico y social. Finalmente cursó un Máster especializado en Sostenibilidad en Chicago.





“Echando la vista atrás, creo que los motores de mi desarrollo profesional han pivotado siempre entre lo medioambiental y lo social. En Abengoa, por ejemplo, comencé con proyectos de energías renovables: solar, eólica, de hidrógeno... Apostar profesionalmente por la sostenibilidad era un paso lógico”.



En Chicago, de hecho, mientras cursaba el Máster, siguió colaborando con iniciativas promovidas desde el campus, como un comedor social, la restauración ecológica de terrenos o un grupo de “ecoanxiety”. Traducido como los “ecoansiosos” son las personas que desarrollan un terror crónico por un posible colapso medioambiental. En el Campus de Chicago, se reunían para poner en común sus miedos y preocupaciones. Luis conoció al coordinador del grupo y se acercó a ellos no tanto como “econansioso” sino por su curiosidad, por conocer una implicación más, la visión psicológica, del cambio climático.

Después de superar sus estudios en EE.UU., finalmente, una oferta de sustitución temporal hizo que comenzara a trabajar en Helvetia, donde se ha afianzado dentro del Departamento, desplegando todo su conocimiento adquirido a lo largo de los años. Pero, sin duda, la experiencia que ha marcado su trayectoria solidaria y asistencial es la de la Amazonia, que no ha abandonado desde su primer viaje en 2012. Allí se quedó con la imagen de los indígenas como custodios de la selva, un bien que lo es todo para ellos (casa, comida, espiritualidad) y que defienden incluso con su vida, sabiendo que es también necesario para nosotros aquí, en la otra punta del mundo.



El proyecto FLORA, del que forma parte, busca la capacitación de los habitantes de las comunidades de la selva para que adquieran los conocimientos necesarios para poder replicar, mantener y operar pequeñas instalaciones solares. “Busca el empoderamiento de las comunidades, para aumentar su autonomía frente a otros actores con intereses de explotación y depredación del territorio”, explica Luis. Hasta la fecha, ya han conseguido instalar 8 plantas solares y el desarrollo de una embarcación híbrida diésel-solar, y están promoviendo la que es su iniciativa más ambiciosa: una planta de procesamiento de guaraná.

Aunque la parte más vistosa del proyecto son los viajes que los voluntarios realizan en verano, FLORA supone un compromiso que da trabajo durante todo el año. Requiere coordinar las más de diez entidades que están involucradas, buscar fondos, diseñar las plantas, planificar los viajes, organizar la logística... Pero eso permite construir unas relaciones personales que se vuelven muy valiosas y que sin la excusa del proyecto no serían posibles.



Ahora acaba de regresar de un nuevo viaje, y esta vez ha llevado a sus padres, de quienes ha heredado la vocación solidaria, y reconoce que uno de los aspectos más enriquecedores del proyecto es la vivencia comunitaria. “Es algo extraordinario. Allí respiras un sentido comunitario que se me hace inimaginable en nuestro mundo occidental individualista”. El ideal de su cultura es lo que llaman el Buen Vivir. “No soy un experto, pero de lo que he experimentado en estos años me atrevo a formularlo como un modo de ser y vivir que es auténtico y legítimo. Aquí igual lo llamaríamos la vida en plenitud. Busca la reciprocidad en el intercambio de bienes, y el deseo de mostrarse generoso. Una relación horizontal entre el ser humano y la naturaleza, en la que vive y convive con todos los seres que la habitan. Es el principal aprendizaje de estos años, y creo que nos iría mejor si incorporáramos más de esa forma de vida en nuestro día a día”, concluye.



**“En Helvetia
se respira
confianza,
compañerismo
y colaboración”**

*>Belén Ortiz de la Tabla,
responsable de Prevención, Bienestar y Salud*

“El éxito no solo es cuestión de números, sino también del capital humano que hace posible cada logro”

*> Rafael Álvarez,
director de Zona Coruña-Pontevedra*



En la entrevista doble de este mes, confrontamos las opiniones de Belén Ortiz de la Tabla, responsable de Prevención, Bienestar y Salud y un director de Zona, Rafael Álvarez. Los invitamos a que compartan con nosotros sus valoraciones sobre cuestiones de actualidad como la integración con Caser, pero también sobre otros aspectos como cuál es la gran fortaleza de Helvetia o hacia dónde se encamina la compañía del futuro.

Esta revista la recibe y lee mucha gente. Empecemos como mandan las buenas formas: presentándonos. ¿Cómo te presentarías, en pocas palabras?

Belén Ortiz de la Tabla (B.O.T.):

Mi misión principal es velar por el bienestar de las personas garantizando un ambiente de trabajo saludable y positivo, basado en un entorno de colaboración y confianza, donde se vivan los valores de Helvetia. Desde Recursos Humanos, nuestro mayor reto es que los empleados tengan suficientes razones para estar comprometidos y orgullosos de la empresa en la que trabajan y sientan que Helvetia Seguros es una buena empresa para trabajar.

Rafael Álvarez (R.A.): Mi trayectoria en el sector asegurador comenzó en el año 96, casi por casualidad, en Nationale Suisse. Desde entonces, he tenido la oportunidad de asumir diferentes funciones y superar retos que han permitido desarrollarme y crecer. Comencé en Helvetia con la integración con Nationale Suisse y actualmente desarrollo la función de director de Zona Coruña-Pontevedra, donde afronto mi trabajo con la misma ilusión y compromiso que el primer día.

Rafael lleva casi 20 años en el sector asegurador, pero tú, Belén,

ya has superado los cinco años en Helvetia Seguros. ¿Cómo os sentís como profesionales de este sector? ¿Qué aspectos especialmente positivos destacaríais de este ámbito?

B.O.T.: Personalmente estoy muy contenta por pertenecer al sector

“Siempre lo digo: hay que trabajar en otros sectores para apreciar y valorar la diferencia y la gran suerte que tenemos”

> *Belén Ortiz de la Tabla*

asegurador, aunque nunca lo había buscado de forma intencionada. Es un sector cada vez más relevante y, aunque es poco atractivo a primera vista, desempeña un papel fundamental en la economía y en las personas, porque, al final, el seguro está en todas partes, incluso cuando no lo vemos, protegemos hogares, coches, ahorros, vidas, enferme-



Belén Ortiz de la Tabla

El viaje pendiente: Australia.

El mejor viaje: Vancouver y las montañas rocosas de Canadá, "The rockies"

El viaje que no fue para tanto: Todos son para tanto.

No puedo morirme sin: Ver la aurora boreal.

La historia más bonita que conoces: La vida misma.

Playa o interior: Playa.

De mañana o de noche: Mañana.

Es una pena que: Tengamos que envejecer.

En cambio, es una alegría que: Tengamos libertad para aprovechar la vida como queramos.

Pienso en él/ella, y siento paz: Mi familia.

Un consejo que deberías haber seguido más: Dedicar un tiempo al día para uno mismo.

Un refrán que te gusta: Desaprender para aprender.

Un tópico que desprecias: Resistencia al cambio, "siempre se ha hecho así".

Un valor con el que te identificas especialmente: Entusiasmo.



Rafael Álvarez

El viaje pendiente: Recorrer Francia en coche.

El mejor viaje: Aquel que hice improvisado.

El viaje que no fue para tanto: No se ha dado, la compañía lo hace todo.

No puedo morirme sin: Conocer a mis nietos.

La historia más bonita que conoces: Me la quedo para mí.

Playa o interior: Playa, siempre.

De mañana o de noche: La frescura de la mañana.

Es una pena: Cumplir años.

En cambio, es una alegría: Cumplir años.

Pienso en él/ella, y siento paz: Mi familia.

Un consejo que deberías haber seguido más: No trabajes tanto...

Un refrán que te gusta: "Nunca choveu que non escampara", que quiere decir que de las dificultades siempre se sale.

Un tópico que desprecias: "En mi humilde opinión".

Un valor con el que te identificas especialmente: Honestidad y generosidad, dicen los que me conocen.

dades y..."estamos ahí cuando realmente importa". Uno de los aspectos más positivos que destacaría del sector es la estabilidad laboral, además del conjunto de beneficios sociales que ayudan a mejorar la calidad de vida de los empleados. Pero siempre lo digo: hay que trabajar en otros sectores para apreciar y valorar la diferencia y la gran suerte que tenemos.

R.A.: Después de casi 30 años en el sector asegurador puedo decir que me siento profundamente agradecido y valorado. Cuando comencé mi trayectoria no imaginaba el desarrollo alcanzado tanto a nivel personal como profesional, asumiendo nuevos

"He aprendido que un proyecto solo puede crecer y consolidarse si quienes lo integran se sienten escuchados y apoyados"

> Rafael Álvarez

proyectos y responsabilidades. El sector me ha permitido crecer junto a grandes profesionales, y, sobre todo, personas con las que he compartido valores como la confianza, compromiso y trabajo en equipo. De nuestro sector destacaría la capacidad de impacto real en la sociedad para proteger personas, familias, negocios, etc., así como, la estabilidad que ofrece y la oportunidad de aprendizaje y evolución.

Tú, Belén, perteneces al Departamento de Recursos Humanos, donde asumes labores específicas de gestión del talento. Como director de Zona, Rafael, tienes

responsabilidad sobre un equipo humano considerable, sin contar, además, con los mediadores que dependen de tu zona. Hablemos de personas. ¿Cómo de importantes son las personas en un proyecto como el de Helvetia?

B.O.T.: Todas las personas somos clave para el éxito y para Helvetia Seguros no puede ser de otra manera. Es muy importante ser conscientes del "qué" y el "por qué" venimos a trabajar cada día, pero, más importante incluso es el "cómo" trabajamos cada día, para conseguir los objetivos planteados. Los conocimientos y la experiencia son muy importantes, pero la actitud es clave para conseguir resultados sostenibles en el tiempo, queremos "buena gente" buena, y en Helvetia, la tenemos. Las personas son nuestra principal fortaleza, tenemos una plantilla extraordinaria y es donde hay que poner el foco para seguir brillando en el futuro.

R.A.: Las personas son el corazón de nuestro proyecto. Desde mi experiencia he aprendido que un proyecto solo puede crecer y consolidarse si quienes lo integran se sienten escuchados y apoyados. Como director, tengo la responsabilidad y el privilegio de liderar un gran equipo humano, donde cada uno no solo aporta su conocimiento y profesionalidad, sino también su pasión por ayudar a nuestros clientes. El éxito no solo es cuestión de números sino también del capital humano que hace posible cada logro. Las personas no son solo parte del proyecto, son la base sólida sin la cual no podríamos alcanzar nuestras metas.

Nos enfrentamos a un momento de importantes cambios internos, con la integración de Caser. ¿Cómo estás viviendo todo este proceso?

B.O.T.: Una fusión es siempre un proceso sensible y complicado para todos, pero desde mi punto de vista se está transmitiendo comunicación y transparencia desde el primer momento, lo que



está ayudando a mitigar la incertidumbre. Se está llevando a cabo un proceso estructurado a través de la oficina de integración, asegurando una ejecución eficiente, maximizando sinergias y minimizando riesgos. También se está trabajando en la gestión del cambio a nivel global y local para apoyar en el proceso de transformación. No obstante, cada uno de nosotros tenemos una situación personal y profesional diferente y no puede afectar de la misma forma a todos. Por ello, en esta etapa de integración que estamos viviendo hay que tener mucha paciencia y capacidad de adaptación y resiliencia para aprovechar todas las oportunidades que se presenten.

R.A.: Con tranquilidad, es normal que en un momento como este se genere cierta incertidumbre, pero lo más importante es que sigamos enfocados en nuestro trabajo y en hacer bien las cosas día a día. La estabilidad y compromiso de todos es lo que realmente importa en estos momentos. Tenemos que mantener la calma y confiar en nuestros valores de empresa y en el equipo.

Con la integración, Helvetia ganará en fortaleza, competitividad y músculo. ¿Pero qué cosas consideráis que forman parte del ADN de la marca y no deben perderse nunca?

B.O.T.: La cercanía que tenemos, tanto a nivel interno entre empleados, como la cercanía que la red comercial tiene con los clientes y media-

“En esta etapa de integración hay que tener mucha paciencia y capacidad de adaptación y resiliencia para aprovechar todas las oportunidades que se presenten”

> *Belén Ortiz de la Tabla*

dores. Realmente considero que en Helvetia Seguros se respira confianza, compañerismo y colaboración, disfrutamos en el trabajo y estos valores repercuten en la calidad del servicio al cliente y al mediador.

R.A.: Lo que nos define es el sentimiento de pertenencia a la marca, y esto es lo que nos hace ser como somos. Este sentimiento no debe diluirse y deberá proyectarse en la integración. Sois perfiles consolidados en el proyecto de



Helvetia. A su vez, habéis tenido tiempo suficiente de conocer el sector. ¿Qué creéis que hace distinta a nuestra aseguradora con respecto a la competencia?

B.O.T.: Mi respuesta está muy relacionada con la anterior, justo lo que nos diferencia de la competencia, y considero que es nuestra principal fortaleza, son las personas y la forma de trabajar que tenemos, ya que somos como una gran familia. Nos apoyamos, nos animamos, pero también nos desafiamos para seguir creciendo y estar ahí cuando realmente importa.

R.A.: Nos distinguimos por nuestra cultura corporativa, la propuesta de valor al cliente, la capacidad de innovación y el equipo humano. Son matices que marcan la diferencia.

Por último, os pedimos que ejerzáis un poco de adivinos. ¿Cómo veis a la Helvetia del futuro?

B.O.T.: Estamos en un proceso de transformación a todos los niveles, centrándonos y mejorando lo bueno y a su vez siendo conscientes que la tecnología y las personas deben ir de la mano. Por ello me atrevo a decir que en el futuro Helvetia será más grande, más digitalizada pero también más humana, ¡vamos en una buena dirección!

R.A.: Con la integración, la Helvetia del futuro, será mejor, nos permitirá ofrecer una gama de

“Lo que nos define es el sentimiento de pertenencia a la marca, y esto es lo que nos hace ser como somos. Este sentimiento no debe diluirse y deberá proyectarse en la integración”

> Rafael Álvarez

productos más amplia y diversificada, con procesos internos más ágiles, más competitivos, mejorando la atención a nuestros media-dores y clientes. En resumen, esta fusión será buena para todos los actores.

Zona Navarra, La Rioja y Aragón

La Zona Navarra, La Rioja y Aragón está gestionada por un equipo de cuatro personas, al frente del cual se sitúa Alberto Vera como director.

Una zona que tradicionalmente se circunscribía a Navarra, pero que fue creciendo por diversas circunstancias hasta alcanzar el tamaño actual, con tres comunidades más la provincia de Soria -si bien, por volumen, esta es la zona más residual, aunque no menos importante- y un volumen de 35 agentes exclusivos gestionados y un negocio de 15.841.000 euros.

Junto a Alberto, forman parte de esta unidad Itziar Muro, gestora de negocio en Navarra; Eva García, gestora de negocio de las zonas de La Rioja y Soria; y Mónica Moreno, gestora de negocio para Aragón. Mientras que Itziar tiene su puesto físico en Navarra, Eva trabaja “con la oficina puesta”, ya que su trabajo está siempre en la calle, y Mónica opera desde la oficina de Zaragoza. Aunque, en realidad, la mayor parte del tiempo de estos gestores lo pasan visitando y atendiendo a sus agentes.

“Son un grupo de profesionales muy motivadas, que están perfectamente alineadas con su trabajo y la compañía -explica Alberto-. Saben lo que Helvetia espera de ellas, y las tres desean trabajar aquí y desarrollar toda su carrera profesional en este sitio. Están firmemente comprometidas con el proyecto, y, además, las que llevan más tiempo, Itziar y Eva, se han convertido en una total referencia para sus mediadores: valoran su cualificación técnica y su conocimiento de los productos”. Mónica, la última en incorporarse al equipo, lleva menos tiempo, pero según Alberto está evolucionando de forma extraordinaria.

En sus inicios, la zona estaba formada exclusivamente por Navarra. En enero de 2020, cuando estallaba la pandemia del Covid, se produjo la incorporación de la zona de La Rioja y de Soria, con la necesidad además de incorporar un perfil. “Nos vimos en una situación difícil: en plena pandemia, con las limitaciones que aquel momento tenía, con una nueva persona en el equipo, Eva, y con muchas dificultades”, explica



En la imagen, Itziar Muro, Eva García, Alberto Vera y Mónica Moreno.

Alberto. Aquellos comienzos fueron duros, pero el aprendizaje de Eva fue intenso y los resultados no tardaron en llegar. Más tarde, en 2022, se incorpora la zona de Aragón. El “fichaje” de Mónica tardó un año más en llegar, pero desde entonces el trabajo ha sido muy intenso, en una zona donde, además, existía una red de agentes muy escueta, ya que tradicionalmente lo que se había trabajado más era la red de corredores. “Tuvimos -sostiene Alberto- que empezar prácticamente de cero: más que aumentarla, había que crear una red de agentes, porque esta era inexistente”. Un trabajo que requiere mucha dedicación, pero que poco a poco va ofreciendo resultados.

Sin duda es Navarra la zona de mayor penetración de esta unidad. Con no pocos agentes en tercera generación, y una extensa red de agencias, solo en Navarra existen al menos diez oficinas agenciales, con un volumen de negocio superior a los diez millones de euros. Una estructura muy madura, que ahora plantea como principal reto el de la sucesión, debido a que hay numerosos agentes que están próximos a la jubilación y es necesario encontrar agentes jóvenes dispuestos a tomar el relevo en la gestión de las carteras. “Ahora mismo -explica Alberto- tenemos cinco casos de agentes a los que estamos ayudando en la sucesión de sus carteras a nuevos

agentes jóvenes con empuje y ganas de crecer”. Un trabajo que se realiza con sumo mimo, y teniendo muy en cuenta el factor humano.

Factor humano: para Alberto Vera es una cuestión capital. Ya que, como nos traslada, un gestor de negocio es mucho más que un experto en sus productos. Es, ante todo, un psicólogo, alguien que sabe escuchar a los agentes, que comprende sus problemas, y que, también, es capaz de implicarlos en sus objetivos.

“Esto es un ‘quid pro quo’ -sostiene-. Nosotros crecemos de forma conjunta, por eso hay que hacerlos partícipes de la evolución de los objetivos, de los resultados, de lo que se espera de ellos. Su implicación es esencial para el logro de objetivos, y remamos juntos en esto”. La comunicación del equipo de esta unidad es muy fluida: videoconferencias a diario, con videoconferencias de balance al final de cada semana, así como frecuentes llamadas telefónicas. “Lo primero que hago, antes casi de llegar a la oficina, es mirar las estadísticas. Miramos los datos del día, pero trabajamos con previsiones de dos o tres meses. Y también, cada día, certificamos si lo que preveíamos hace dos o tres meses lo hemos cumplido”. Un trabajo constante que marca la pauta de un equipo perfectamente engrasado.



helvetia.es

Proyecto empresarial. Turbulencias.



Objetivo cumplido.

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza

Logroño

La ciudad alegre

Paseo del Príncipe de Vergara, más conocido como El Espolón.

Coincidiendo con la celebración de las fiestas de San Mateo, las Fiestas de la Vendimia, viajamos a Logroño para conocer los encantos de una ciudad acogedora, amable y divertida, junto a Eva García, gestora de negocio en la zona, cicerone de excepción.

Con Eva García, gestora de Negocio de Helvetia en Zona Navarra, La Rioja y Aragón, nos vamos a conocer la ciudad que la vio nacer, la que más ama y de la que nunca consigue despegarse:

Logroño, capital de La Rioja, región de buenos vinos, atravesada por el río Ebro, Capital Gastronómica Española en 2012 y señalada por la prestigiosa revista "The Times" en 2024 como la mejor ciudad de España para ir de tapas. De pinchos, nos corregiría Eva.



Eva García

Gestora de negocio de Helvetia en Navarra, La Rioja y Aragón

La trayectoria vital de Eva ha influido de forma determinante en el amor que nuestra compañera profesa por esta tierra. Ya que, al poco de nacer, se desplazó con su familia a Valencia, y más tarde a La

Coruña. Volvió a su Logroño natal bien entrada en la veintena, para reencontrarse con unas raíces que seguían manteniendo su fuerza intacta. No en vano, la familia paterna de Eva siempre se dedicó al negocio de la hostelería en Logroño, y tiene sangre riojana por parte de padre y de madre.

Por ser la capital de La Rioja, es la ciudad de mayor población, concentrando casi la mitad del total de la región (más de 150.000 habitantes según el censo del INE de 2024, una cifra que supera los 200.000 habitantes si se abarca también su área metropolitana). Tradicionalmente considerado un lugar de paso y cruce de caminos, entre ellos el célebre Camino de Santiago, fue una ciudad disputada durante la Edad Media por los antiguos reinos de Castilla, Navarra y Aragón. La impronta castellana es muy fuerte en la ciudad, una ciudad que ha protagonizado un crecimiento paulatino pero que, según Eva, sigue siendo muy manejable.

"Es ideal para visitar en un fin de semana -sostiene-. De hecho, se está potenciando mucho el turismo de corta estancia. Porque en un solo fin de semana puedes disfrutar de todo lo bueno que Logroño te ofrece. Que es mucho".

Para empezar, y quemar calorías, Eva sugiere realizar la obligada visita cultural al patrimonio histórico. Para ello, recomienda la visita a la zona vieja, cuyo epicentro es sin duda la Catedral de la Redonda. Su origen se remonta al siglo XII, como templo medieval de origen románico, que más tarde acogió sobre su suelo un templo de estilos



Calle Portales. gótico y barroco, en el que curiosamente se hallaron obras del mismísimo Miguel Ángel Buonarroti.

Pero uno de los momentos más importantes en la historia de Logroño se vivió en la Edad Moderna, más concretamente en el cerco de Logroño de 1521, cuando la ciudadanía logroñesa hizo frente a las tropas del rey francés Francisco I. En el Arco del Revellín, siguiente parada obligatoria, aún se conmemora este conocido suceso. De hecho, las fiestas de San Bernabé, que se celebran cada 11 de junio, simbolizan el juramento del voto de la ciudad de Logroño a este santo para que perdurase la memoria del triunfo, añadiendo tres flores de Lis al escudo de la ciudad.

Desde el Arco del Revellín, divisamos la calle Portales, que conduce a la Catedral. Segura-



Catedral de la Redonda.

mente la calle más característica de Logroño, con sus soportales corridos que acogen algunos de los edificios más importantes de la ciudad. Si seguimos caminando llegaremos hasta el Paseo del Príncipe de Vergara, más conocido como El Espolón, donde se localiza la estatua del General Espartero.

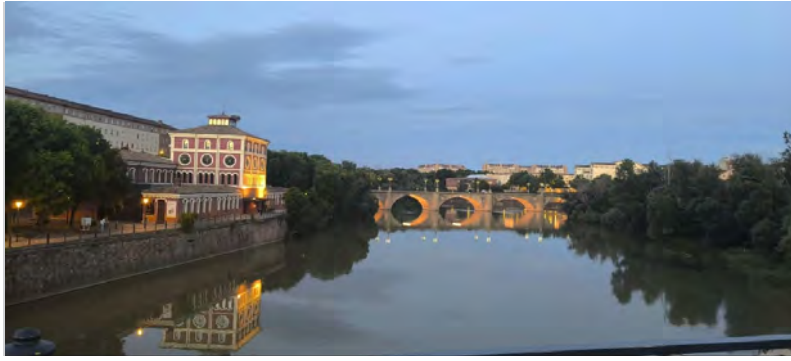
Baldomero Espartero es sin duda la figura histórica más emblemática de Logroño. Dos veces presidente del Consejo de Ministros, y regente durante parte de la minoría de edad de Isabel II, el general vivió y murió en la ciudad en 1879. En la concatedral de Santa María de la Redonda, de hecho, se halla el mausoleo con sus restos mortales y los de su esposa, la duquesa de la Victoria. Para completar el paseo, Eva considera obligatoria la visita a los dos puentes más emblemáticos de Logroño: el Puente de Piedra y el Puente de Hierro. Aunque el Ebro es cruzado en la ciudad por otros dos puentes más: el Puente Romano de Mantible y el Puente de Sagasta, conocido como el Cuarto Puente.

Si aún nos quedan ganas de seguir caminando, una buena opción puede ser el paseo por el Parque del Ebro, con el que la ciudad ha vuelto a recuperar su relación con el río. “Durante mucho tiempo, Logroño dio la espalda al Ebro, pero de un tiempo a esta parte lo ha recuperado, igual que la preocupación por las zonas verdes, que antes eran muy contadas”, explica Eva.

Pero los paisajes de Logroño y su entorno estarían incompletos sin las bodegas. Estas bodegas, con la excepción de algunas, como las Bodegas Franco-Españolas, situada junto al Puente de Hierro, se localizan todas en municipios cercanos a Logroño, y universalmente conocidos por su Rioja: hablamos de pueblos como Haro, Cenicero o Fonmayor, sinónimo de grandes vinos y bodegas familiares. Algunas de estas bodegas son clientes de Helvetia, como Villarica, Finca Nueva o Briones, esta última en la que se grabó la conocida serie Gran Reserva, emitida por TVE.

“La cultura del vino aquí lo impregna todo -nos ilustra Eva-. Yo misma, apenas tomo, por ejemplo, cerveza. Prefiero mucho más un buen Rioja de crianza. Tobelos, Ramón Bilbao, Azpilicueta, Marqués de Cáceres... todos ellos son buenos vinos”. E incluso, bromea, el vino que se manda al Vaticano para consumo del Papa, Heras Cordon. “Tenemos en casa, y está buenísimo. No hay duda de que Su Santidad tiene buen gusto”.

Una vez completado el paseo, toca disfrutar de la gastronomía. Y en Logroño, esto saben hacerlo muy bien. La costumbre más extendida es ir de pinchos. Para ello, Eva barre en primer lugar para casa. Nos recomienda detenernos en El



Puente de Piedra.

Soldado de Tudelilla, que pertenecía a su tío, y donde se puede tomar la que es conocida como la mejor ensalada de Logroño.

La calle Laurel es uno de los epicentros del buen yantar en la ciudad. En ella, es obligado hacer parada en El Soriano, para probar su pincho de champiñón con gambas. También, en el Blanco y Negro, donde degustaremos el Bocatita Blanco y Negro. En el Jubera tendrás que pedir sus conocidas bravas. A todos estos pinchos clásicos, Eva suma el de un nuevo establecimiento, La Tabola, donde ponen un brioche con carrilera que merece un aplauso encendido.

“Nosotros solemos hacer lo que se llama ‘el Vermú Torero’ -nos cuenta Eva-. Empezamos en alguna terraza, y después nos perdemos por la calle Laurel de pinchos. Así nos puede dar la

noche”. Entre la calle Laurel y la calle San Juan, ésta última es más familiar y para gente más mayor, podemos encontrar lo mejor de la gastronomía logroñesa.

Como postre, y también como souvenir, suele ser habitual pedir y llevarse fardelejos, una especie de hojaldre muy típico, o las milhojas de mariposa de oro, que Eva recomienda muy especialmente en su versión con cobertura de merengue.

Septiembre es un mes ideal para visitar Logroño. Es el mes en el que se celebran las fiestas de San Mateo, en torno al día 21, las fiestas de la vendimia. Unas fiestas, explica Eva, estilo San Fermín, pero más pequeño, con chupinazo incluido, en las que, durante una semana, toda la ciudad se echa a la calle.

“Logroño es una ciudad maravillosa, pero también lo es su gente -explica Eva-. Yo, que volví a la ciudad después de años de viajar fuera, soy más consciente de esto que el que ha vivido toda la vida aquí. El logroñés es una persona abierta, amable, hospitalaria, y siempre dispuesta a divertirse y a compartir un rato de charla, risas y vinos. Somos castellanos, pero nos hemos quedado con lo más simpático del carácter mesetario. Por eso Logroño es, además de bonita, una ciudad muy alegre”.



¿Estás seguro?

La zona de confort

A lo largo de todos mis años como redactor de "En buena compañía", he tenido la oportunidad de conocer la opinión de numerosos agentes sobre su desempeño, sus recetas comerciales, los aspectos que consideran esenciales para ser un buen agente. E invariablemente, sin una sola excepción, hay una consideración que se ha repetido en todos los diagnósticos de los agentes entrevistados: la de que la principal singularidad de Helvetia Seguros reside precisamente en el trato personal y el servicio que proporcionan los agentes.

Es, sin duda, no solo la singularidad principal de Helvetia, sino su gran fortaleza: un modelo de negocio que tradicionalmente ha situado a los agentes exclusivos, y también a los corredores especialmente afectos, en el centro del modelo, otorgándoles prioridad, dotándolos de servicios, volcándose sobre sus necesidades, y, sobre todo, dejando que sean ellos los principales embajadores de la marca de cara a los clientes.

En lo que el filósofo Zygmunt Bauman definió como "vida líquida", atravesamos tiempos en los que todo tiende a la despersonalización, a la dispersión, a la incertidumbre. Es más fácil que te toque la lotería a que te atienda al teléfono un mismo operador de

telefonía en dos llamadas diferentes. No sé si les pasa, pero me produce una tremenda zozobra acudir a negocios donde la rotación -es el término amable- es tan acusada que uno nunca acaba de familiarizarse con las caras de los empleados. Una de las cosas que aprecio de los bares que visito -además, por supuesto, de que pongan la cerveza fría- es acabar conociendo a los camareros. Porque eso me genera simpatía, confianza, sensación de estar en casa. No, señor: la zona de confort, como predicán muchos gurús del coaching, no es mala. Para el cliente, la zona de confort resulta indispensable.

Los agentes de Helvetia representan la zona de confort del asegurado. Son el teléfono al que llamar cuando tienen algún problema. Son el oído al que consultan y la voz que los asesora. Sus ojos y sus manos cuando se trata de su protección, de cuidar de lo suyo y de los suyos. Esa ha sido siempre la gran fortaleza de Helvetia: los miles de agentes exclusivos y corredurías cercanas que se desviven por sus clientes, estando siempre ahí, ofreciéndoles atención y cuidado. Y esa seguirá siendo, a buen seguro, su fortaleza en el futuro, con una Helvetia más fuerte y más grande, pero la misma esencia de la Helvetia de siempre.

Daniel Ruiz
Escritor y periodista

helvetia.es

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza