

en buena compañía

Revista de la compañía aseguradora **Helvetia Seguros**

Abril 2012 Nº 26



Reportaje central

Helvetia Seguros alcanza un beneficio neto de 19,3 millones de euros en 2011

Nuestros proveedores

El abogado

En buena compañía con...

Grúas Burgui

Vivir en...

Salamanca

4

Noticias

Convención Anual 2011
en Barcelona



12



Carta del Director General	3
Noticias	4
Nuestros proveedores	
El abogado	16
Actualidad del seguro	18
Entrevista	
Carlos de Porras, "La marca Helvetia ocupa un lugar privilegiado"	20
En buena compañía con...	
Luis Burgui, socio de Grúas Burgui	22
Helvetia Seguros, al día	24
Reportaje	
Helvetia Seguros alcanza un beneficio neto de 19,3 millones de euros en 2011	26
Reportaje	
Helvetia Auto Empresas, el multirriesgo del transportista	30
De cerca	
La Feria de Sevilla, una ilusión que dura todo el año	32
Entrevista	
María Jesús Delgado. Responsable Siniestros Particulares 1 Rafael Jiménez. Director Sucursal Marbella	34
Vivir en...	
Salamanca	38
Departamentos y Sucursales	
Departamento de Servicios Generales	40
Formación	42
Rumbo Seguro...	
Ruta de las caras	46
De lo nuestro	47

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

Consejo Editorial: Carmen Caballero, José Alberto Calvo, Toñi Ferrezuelo, Javier García, Raquel González, Enrique Herrera, Francisco Luza y José Antonio Pérez.

Responsable editorial: Enrique Herrera

Coordinadora: Carmen Caballero

e-mail: carmen.caballero@helvetia.es

Redacta y Diseña: Euromedia Comunicación

Fotografía: Euromedia Comunicación y Helvetia Seguros

Imprime: Escandón

Depósito legal: SE-2043-05

Queridos lectores de "En buena compañía":

Cumpliendo con nuestro compromiso de transparencia y rigor en la información sobre la marcha de la compañía, llega el momento de hacer balance del año precedente. Un año duro, difícil para la economía en general y para nuestro sector en particular, pero que hemos superado, una vez más, con solvencia y fortaleza, como se puede constatar en el detallado reportaje central de este número.

Pero esta imagen, globalmente positiva, de lo cosechado el pasado año no nos puede esconder las importantes dificultades que tenemos para crecer, especialmente en algunos ramos. Es esencial que, en primer lugar, todos seamos muy conscientes de este problema para que, con entusiasmo y dedicación, podamos superarlo en 2012, año que se presenta difícil.

Concretando un poco, nuestros resultados evidencian que el camino emprendido en 2011 a través de la Estrategia Helvetia 2015+ comienza a dar buenos frutos, lo que reviste aún mayor importancia si tenemos en cuenta, como refleja nuestro balance, que Helvetia España ha sido por quinta vez en los últimos seis años la segunda unidad del grupo en aportación de beneficio, sólo precedida por Suiza. Y todo ello se refrenda en el mercado nacional, en el que nuestra entidad va alcanzando, en diferentes aspectos, una posición de referencia, como es necesario subrayar, con el desarrollo del Plan de Agentes de Carrera (PAC) que ha llegado a completar la primera promoción de "Graduados Helvetia".

Pero, seguramente, no estaríamos en esta situación sin el coraje de todos nuestros empleados y de nuestra magnífica red de mediadores. Con su esfuerzo, con su tesón, con sus ganas de crecer, hemos conseguido entre todos que hoy Helvetia Seguros sea una marca más fuerte, más grande y mejor valorada. Las actuales circunstancias reclaman mucho coraje, por lo que esa actitud debe ser el centro de nuestra identidad en el trabajo diario y en torno a ella hemos construido la campaña publicitaria de 2012, cuyo diseño y desarrollo os detallamos en este número de la revista. Una campaña original y atractiva, que ya ha cumplido su primera fase de exhibición en medios, y en la que confiamos para incrementar la notoriedad y el posicionamiento de imagen de Helvetia Seguros en España.

En cuanto a actividad de la compañía, el año ha empezado tan intenso como concluyó el anterior. Convenciones anuales de agentes, convenciones de Áreas, intensa actividad formativa, etc. Los primeros meses del año nos dejan poco respiro, pero esa es la única manera de afrontar con garantías un nuevo ejercicio complicado y con grandes retos.

Por todo ello, nuestro trabajo debe tener también un saludable componente de competitividad, de "deporte", una de cuyas muestras más palpables es el Concurso Nacional de Ventas, dirigido a los agentes y que tiene como recompensa un viaje inolvidable de convivencia y descubrimiento de nuevas realidades y mundos insospechados. Recientemente, hemos celebrado con gran éxito el que tenía como destino Tailandia y Camboya, del que también os damos cuenta en este número.

El viaje de Incentivos 2012 ya está en marcha. Pero aún no hay ningún asiento asignado. Todos están libres, en tanto que los agentes no los ocupéis. En este 2012 de coraje, animo a todos a que redobléis vuestro esfuerzo y constancia para llevar a Helvetia Seguros más lejos, obteniendo el premio de unos inolvidables días en Costa Rica, además del reconocimiento de nuestra empresa que se beneficiará de seguir contando con los mejores profesionales de la mediación.

José María Paagman

Director General de Helvetia Seguros



Convención Anual 2011 en Barcelona



A mediados del pasado mes de diciembre se celebró, un año más, la Convención Anual de Helvetia Seguros que este año, de acuerdo con la nueva campaña de publicidad de la compañía, se convocó bajo el lema “¿Qué es el coraje?”. Por vez primera, la convención tuvo lugar en Barcelona, donde cerca de noventa directivos y responsables de Departamentos, Zonas y Sucursales de toda España, presididos por el director general, José María Paagman, dieron a conocer las líneas maestras de los objetivos para 2012, así como un primer balance del año 2011.

Como ha ocurrido en otras ocasiones, la convención contó con la participación del director general del Grupo Helvetia, Stefan Ioacker, quien reafirmó, una vez más, la decidida apuesta del grupo por el mercado español y por potenciar su presencia en el mismo, apoyando plenamente la estrategia de Helvetia España.

En sus dos intervenciones habituales, de apertura y clausura de la convención, José María Paagman manifestó su satisfacción por el buen trabajo realizado en 2011 y valoró muy positivamente la labor de los em-

pleados y de los mediadores, a pesar de los delicados momentos que atraviesa la economía española. Al mismo tiempo, expuso los objetivos de la compañía en 2012, animando a todos a conseguirlos, con confianza, entusiasmo, dinamismo y mucho “coraje”, valor muy necesario en este tiempo, especialmente para conseguir mayores crecimientos en determinados ramos del negocio en los que el desarrollo comercial es cada vez más difícil.

Junto al balance provisional de 2011, los participantes conocieron en profundidad los avances conseguidos el pasado año y los próximos pasos de la Estrategia “Helvetia 2015+”, cuyos objetivos se centran en ser líderes en crecimiento, rentabilidad y lealtad del cliente. Igualmente, los asistentes debatieron en grupos de trabajo, presentados y moderados por mediadores de la compañía por primera vez en este tipo de eventos, los aspectos de desarrollo que la mediación espera de Helvetia Seguros. Como ponente invitado, la convención contó con la intervención de José María Galilea, presidente del Grupo Galilea, que participó en uno de los grupos de trabajo y desarrolló la sugerente ponencia titulada “El coraje de ser mediador”.



Convenciones de Áreas

Uno de los hitos internos dentro del calendario de actividades del primer trimestre del año es la celebración de las convenciones anuales de Áreas. En ellas, cada Área de la entidad presenta sus objetivos específicos para el nuevo año, dando a conocer información estratégica sobre la compañía y un balance de actividad del año precedente, así como los objetivos de cara al nuevo ejercicio. Se trata de encuentros dinámicos, en los que los distintos Departamentos intercambian información e interaccionan de forma fluida, favoreciendo el desarrollo de sinergias y una mayor comunicación interna. Hasta el cierre de este número, se habían celebrado las convenciones anuales de Marketing y Comunicación, Servicio al Cliente, Productos, Administración y Finanzas y Departamentos Staff. En todas ellas ha participado el director general, José María Paagman, y la nota dominante ha sido la cordialidad y el espíritu de equipo. Para favorecer este espíritu, las jornadas combinan normalmente las sesiones de trabajo con alguna actividad, que favorezca la relación personal.



Gran éxito del Concurso de Detección de Anomalías

La participación de los tramitadores de siniestros en el Concurso de Detección de Anomalías ha sido elevada y muy productiva. Casi un 30% de los 68 participantes ha obtenido más de 30 puntos, y un 11% ha superado los 50 puntos. Cabe destacar que ha habido dos concursantes, Javier Caveda y Javier Molina, que han superado con creces la cifra de los 100 puntos, llegando a 154 y 139 respectivamente. Todos los participantes con más de 50 puntos han obtenido bonos de 5 noches de hotel; los situados entre 40 y 50 puntos, cámaras de vídeo digitales; y los situados entre 30 y 40 puntos, reproductores MP4 o cámaras de fotos digitales. El resto también ha obtenido otros obsequios como incentivo: radios digitales para los que han alcanzado entre 15 y 30 puntos, y pen drive para los situados entre 6 y 15 puntos.

La valoración de los puntos se realiza en función de la cuantía del siniestro anómalo detectado. El máximo valor, de 3 puntos, es para los siniestros de más de 4.000 euros, y el menor, de 1 punto, es para los siniestros que

llegan hasta los 2.000 euros. Pero también hay premios para los "detectores" de las anomalías más cuantiosas. La anomalía confirmada de mayor cuantía del Área de Productos, por valor de 1.306.993 euros, fue detectada por Javier Molina, mientras que la anomalía confirmada de mayor cuantía en Centros de Servicio, Sucursales y Delegaciones, por valor de 125.000 euros, fue detectada por Beatriz Caballero. Ambos han sido premiados con 1.000 euros y un diploma. Finalmente, también hubo premio para la tramitadora que de-



tectó un mayor número de anomalías de contratación, Dolores Paramas, que ha obtenido un bono de 5 noches de hotel.

Ya se ha convocado una nueva edición de este estimulante concurso, que abarca los hechos que se resuelvan durante este año, con independencia de la fecha de contratación de la póliza o apertura del siniestro. Mucho ánimo a todos los tramitadores.



Muy pronto lo sabremos →

→ En el próximo número de *En buena compañía* anunciaremos el proyecto solidario seleccionado por Helvetia Seguros para los Premios Solidarios del Seguro.

Todas las propuestas presentadas han resultado muy interesantes, con una fuerte dimensión solidaria, por lo que el proceso de selección de la propuesta ganadora ha resultado muy difícil.

Muchas gracias por participar.

Convenciones anuales de agentes

Pero, sin duda, la cita de Helvetia Seguros más amplia y extensa del primer trimestre de cada año la representan las Convenciones Anuales de agentes. Todas las Sucursales convocan a sus agentes para poner en común la situación de la actividad de cada unidad de negocio y, también, de la compañía, favoreciendo el encuentro entre agentes de distintas localidades, que comparten reflexiones, proyectos e inquietudes. Siempre respaldadas por miembros del Comité de Dirección, estas reuniones, en las que participan más de seiscientos agentes, se desarrollan en un excelente clima de trabajo, en el que se incluye siempre el reconocimiento expreso a los agentes que han destacado el año anterior en determinados aspectos de su actividad.



Ourense, Coruña A, Coruña B y Vigo



Algeciras



Almería



Barcelona



Asturias, Cantabria y Valladolid



Cáceres



Tenerife



El Puerto de Santa María



Granada



Córdoba



Badajoz



Murcia



Madrid



Zona Norte



Zona Levante-Baleares



Campaña con coraje

"¿Qué es eso?". Fue uno de los comentarios más recurrentes en el centro de Sevilla el pasado día 31 de enero. Un especialista en highline atravesaba el cielo de la ciudad, en la calle Almirante Lobo, para acabar alcanzando a veinte metros de altura la fachada de la sede central de Helvetia Seguros. A un gesto del protagonista, dos operarios apostados sobre el tejado de nuestro edificio desplegaban sendas gráficas en las que se descubría la campaña publicitaria 2012 de nuestra compañía, bajo el lema "¿Coraje?". El espectáculo era seguido por cientos de sevillanos que, atónitos, comprobaban cómo el highliner, vestido con chaqueta y corbata a la manera de un ejecutivo, caminaba sobre una cinta flexible de dos centímetros y medio, fingiendo caídas que provocaban clamorosas ovaciones (y algún susto) por parte de la concurrencia. Al primer highliner se le sumó enseguida un segundo, con vestimenta informal que también hizo las delicias de los espectadores. El espectáculo, al que se había convocado el día anterior a todos los sevillanos a través de los medios de comunicación, estuvo amenizado con música y destapó la sorpresa de las nuevas cuñas de radio preparadas para la campaña. Nuestro director de Marketing y Comunicación, Javier García, actuó de speaker del evento, que se convirtió en noticia en numerosos informativos televisivos y radiofónicos y que fue portada de algunos periódicos al día siguiente.

Los mensajes de la campaña, que durante semanas vienen copando espacios en radio, televisión y prensa escrita, se articulan en forma de diálogo, partiendo de la pregunta "¿Qué es el coraje?". Como respuesta, diferentes practicantes de deportes extremos, no profesionales, entre los que se encuentra el highliner, argumentan que "coraje es tener hijos, abrir un negocio, etc.; y que lo suyo es sólo un hobby". El diálogo se cierra con la respuesta que da Helvetia Seguros a todos aquellos que demuestran a diario su "coraje": "Para todo lo que necesites y sean cuales sean tus planes, estaremos siempre a tu lado".

Coincidiendo con esta llamativa campaña, que supone un salto cualitativo muy significado con respecto a las anteriores creatividades, la entidad aseguradora ha renovado su claim, que a partir de ahora será "Tu aseguradora suiza". Este cierre será común para todos los países en que opera el Grupo Helvetia.

La original presentación de la campaña ha sido recogida en un vídeo promocional, que se distribuirá viralmente a través de la red, y que ya se encuentra colgado, junto con los nuevos spots televisivos y las inserciones aparecidas en prensa, en la página web de la compañía.



Concurso "Brand Romance"

Junto a la campaña de publicidad, el Grupo Helvetia ha llevado a cabo otras acciones encaminadas a fortalecer la penetración del nuevo eslogan corporativo y del leit motiv de la campaña, tanto entre sus empleados como entre sus mediadores. Una de las más curiosas ha sido la plataforma web interna "Brand Romance". A través de ella, todos los empleados y agentes de los países en que opera el grupo recibieron información detallada sobre los nuevos conceptos de imagen y su justificación estratégica. Dicha información se complementó con un concurso en el que se preguntaba por el significado de la palabra "coraje". Un total de 410 empleados y agentes de todos los países respondieron a la pregunta "¿Qué significa el coraje para usted?", buscando hallar las respuestas más creativas. Y en 2.912 ocasiones esas respuestas fueron ratificadas con "Me gusta" por parte de usuarios de la web. Los autores de las entradas con mayor aceptación de cada país han sido premiados con un inolvidable fin de semana en la estación de esquí de Pontresina (Suiza); los que alcanzaron el segundo puesto recibieron un bono de 150 francos suizos para adquirir ropa de la colección de Helvetia; y los situados en tercer lugar, un bono de 100 francos suizos para artículos publicitarios de Helvetia. En España, los ganadores fueron, por este orden, los siguientes: José Ángel Henche (148), Gemma Suano (137) y José Antonio Chamorro (91). Enhorabuena a los tres, y a todos, gracias por participar.

Más de 90 ejecutivos del Grupo Helvetia se incorporan al IEP

El International Executive Program (IEP) es un ambicioso programa de desarrollo formativo dirigido a directivos y mandos intermedios de todas las unidades de negocio del grupo. Su finalidad es el desarrollo formativo y el reconocimiento profesional de los ejecutivos de los países en que está presente Helvetia, favoreciendo, a la vez, el encuentro e intercambio entre los mismos. Este programa, impartido íntegramente en idioma inglés, viene desarrollándose desde hace varios años y permite también a los participantes la adquisición de una sólida "cultura Helvetia".

En los próximos meses, y durante dos años, más de 90 nuevos ejecutivos iniciarán su formación dentro del IEP. El primer paso será la celebración de dos módulos básicos con una duración de cuatro días cada uno, de acuerdo con la herramienta GMN (General Management Navigator). El primero de ellos se desarrolla en la sede central de Helvetia, en St. Gallen (Suiza), y está focalizado hacia materias y temas de gestión estratégica de iniciación y posicionamiento. Durante el segundo módulo, que se desarrollará en alguna de las distintas unidades de negocio, se profundiza en la creación de valor, nuevos modelos de negocio, cambio y medición. Estos módulos se desarrollan a través de varios grupos, concretamente tres, con calendarios de trabajo que se prolongan a lo largo de todo el año. La formación presencial se complementa con la adquisición de conocimientos en una plataforma e-learning.

Los objetivos del IEP son cuatro: incrementar el conocimiento basado en la gestión estratégica y el liderazgo dentro del grupo y sus unidades de negocio; mejorar el desarrollo estratégico dentro del grupo; fortalecer la imagen e identidad corporativas; construir una red de contactos personales y profesionales dentro del grupo, y mejorar el inglés como lengua no nativa de los participantes. El IEP también integra a los miembros de la Dirección de cada país, a través de encuentros como el IEP-Top40 Module, cuyo primer módulo se ha celebrado en Londres en dos grupos convocados en noviembre 2011 y marzo 2012.



Evaluación de Riesgos Psicosociales

En el marco de la política de Prevención de Riesgos Laborales, se ha llevado a cabo el proceso interno de Evaluación de Riesgos Psicosociales. Los Comités de Seguridad y Salud de Sevilla, Madrid y Pamplona han sido los encargados de coordinar la cumplimentación por parte de todos los empleados del cuestionario denominado "istas21".

Se denominan "riesgos psicosociales" a aquellas condiciones que se dan en una situación laboral, relacionadas con organización, contenido del trabajo y realización de tareas, que pueden afectar al bienestar o a la salud del trabajador, ya sea física, psíquica o social.

En breve, se darán a conocer los resultados de las encuestas realizadas. De este análisis se encarga un grupo de trabajo constituido a tal efecto, con representación de los empleados y directivos de la compañía. Dicho grupo, supervisado en todo momento por técnicos especialistas en la materia, también se encargará de la valoración y sugerencia de nuevas medidas correctoras o preventivas y la evaluación de los posibles riesgos, así como de trasladar al resto de la organización los resultados obtenidos.



Reubicación temporal de la sede de Madrid

Nuestra emblemática sede de Madrid, en el Paseo de Recoletos, está siendo sometida a un proceso de rehabilitación y reforma, lo que ha requerido la mudanza provisional de todo su personal a un edificio de la cercana Calle de Velázquez. El traslado integral se llevó a cabo en un tiempo récord, aprovechando el largo fin de semana del 17 al 19 del pasado mes de marzo. El Departamento de Servicios Generales ha sido el encargado de toda la coordinación de la mudanza, así como de procurar el normal funcionamiento del nuevo centro de trabajo desde el mismo día 20 de marzo, lo que se produjo de forma ejemplar, gracias también a la colaboración de todos los empleados.

La reforma del edificio histórico de Recoletos supondrá no sólo la rehabilitación y modernización integral de sus instalaciones, adaptándolas a los nuevos tiempos e incorporando sistemas tecnológicos y de ahorro energético, sino también la reordenación de los espacios internos, de manera que el edificio gane en funcionalidad.



Avances importantes en calidad

En el marco de los procesos EFQM en los que está embarcada Helvetia Seguros, se han producido recientemente interesantes avances. Uno de los más importantes ha sido la obtención del sello "Reconocidos por la Excelencia 300+", avalado por la European Foundation Quality Management (EFQM). Después de que en 2009 ya obtuviera la compañía el de "Comprometidos con la Excelencia", el nuevo sello constituye todo un hito, que ratifica el compromiso de la compañía con las políticas de calidad. Un compromiso que se inició en 1998, con la certificación por la norma ISO 9000 de su proceso de tramitación de siniestros, y que ha tenido continuidad con el modelo EFQM y nuevos avances en certificación.

La obtención del sello "Reconocidos por la Excelencia 300+" se produce después de las visitas y los diagnósticos de Aenor y el Club de la Excelencia. Los evaluadores destacaron la existencia de una clara estrategia que responde a la misión y a la visión definidas para la compañía, así como a la comprensión del negocio por parte de sus líderes. Por otra parte, pusieron igualmente de relieve la sistemática en la gestión de sus mediadores como su principal alianza. Por último, el equipo de evaluadores constató el proceso de implantación de un sistema de Gestión por Competencias y de Evaluación del Desempeño para la gestión de sus recursos humanos.

Por otro lado, un año más, Helvetia Seguros ha renovado su certificado de calidad ISO 9001:2008, relativo a su proceso de emisión de pólizas y suplementos, así como al de tramitación de siniestros. A ello se suma un importante hito, inédito hasta ahora en el sector asegurador nacional: la obtención del certificado correspondiente al proceso de diseño e impartición de formación en las áreas de gestión de seguros.



Renovación del patrocinio con la Real Federación Española de Balonmano

Helvetia Seguros mantiene su compromiso con el deporte español. Por ello, ha renovado su contrato de patrocinio con la Real Federación Española de Balonmano (RFEBM), a la que también presta sus servicios como aseguradora oficial, ampliando su vigencia hasta final de 2013. Este acuerdo de renovación, suscrito en la sede central de la compañía por el director general de Helvetia Seguros, José María Paagman, y el presidente de la RFEBM, Juan de Dios Román, implica, entre otras cosas, que las camisetas de las equipaciones de las selecciones nacionales absolutas de balonmano llevarán impreso el logotipo de Helvetia Seguros, que también figurará en diversos soportes para la promoción y publicidad de su marca, especialmente en los encuentros televisados de las selecciones. Igualmente, el acuerdo garantiza que la entidad aseguradora mantendrá su presencia en las equipaciones de la selección masculina durante la disputa del próximo Mundial a celebrar en España en 2013.

De este modo, Helvetia Seguros ha tenido una especial visibilidad durante el torneo clasificatorio para los próximos Juegos Olímpicos de Londres 2012, que se ha disputado entre los pasados días 6 y 8 de abril, y en el que nuestra selección masculina ha conseguido clasificarse brillantemente para la cita olímpica, venciendo en los tres encuentros que ha jugado.



La Virgen de la Macarena, protagonista de la portada de "Orientación" 2012

Una preciosa imagen de Nuestra Señora de la Esperanza Macarena ha protagonizado este año la portada del programa de mano de la Semana Santa de Sevilla, "Orientación". Por tercer año consecutivo, la Iglesia de San Jorge de la Hermandad de la Santa Caridad ha acogido el acto de presentación, que contó una vez más con la participación de la Banda de la Sociedad Filarmónica de Nuestra Señora de La Oliva de Salteras. Asimismo, en el acto intervino el saetero Álex Ortiz que puso una nota de intensa emotividad al mismo. El responsable de la exaltación del programa fue Antonio Castaño Juncá, director gerente del Consorcio de Turismo de Sevilla.

Como cada año, la tirada del programa ha sido de 10.000 ejemplares, que se distribuyeron en las distintas sucursales y oficinas de Helvetia Seguros en Sevilla, así como en la sede central.

El director general de Helvetia Seguros, José María Paagman, que estuvo acompañado en la presidencia del acto por numerosas autoridades, encabezadas por el arzobispo de Sevilla, Juan José Asenjo, y el alcalde de la capital hispalense, Juan Ignacio Zoido, manifestó en su habitual intervención que, con "Orientación", una vez más, "Helvetia Seguros reafirma su compromiso con la sociedad. Estamos convencidos –añadió– de lo que debemos hacer y lo seguiremos haciendo, devolviendo a la sociedad algo de lo mucho que nos aporta".



Junto al "Rey Gordillo"

En su compromiso con la sociedad sevillana, Helvetia Seguros ha colaborado en la tradicional Cabalgata de Reyes Magos promovida por el Ateneo de Sevilla. Esta vez, ha sido con la carroza del Rey Baltasar, encarnado por el exjugador, y expresidente del Betis, Rafael Gordillo Vázquez, desde la que ha repartido peluches de San Bernardo y cientos de kilos de caramelos de la compañía.

Rafael Gordillo es un personaje público que desempeña una distinguida labor solidaria en eventos culturales y deportivos en la capital hispalense, por lo que ha sido distinguido con el Premio Solidario 2011 concedido por el Festival de las Naciones. Amigo de Helvetia Seguros, se desplazó hasta nuestra sede, donde personalmente recogió los artículos con los que repartió ilusión en la tarde del pasado 5 de enero.

En la imagen, posa Rafael Gordillo junto a Antonio Villa, director de Sucursal Sevilla Capital A, y José Manuel Barba, director de Zona Sevilla, en el acto de entrega de los artículos promocionales.



Nuevo patrocinio deportivo local en Jaén

Uno de los principios básicos de la actividad de patrocinio deportivo de Helvetia Seguros es fomentar el deporte no profesional y de base, haciendo posibles proyectos que, sin la ayuda de entidades privadas, no serían viables. La última muestra de esta vocación de patrocinio es el equipo de fútbol del Begíjar, en Jaén, que cuenta desde ahora con la colaboración de Helvetia Seguros. Uno de los objetivos a corto plazo de este club, que cuenta con el apoyo municipal, es disponer en el futuro de un campo con césped artificial de manera que el equipo consiga militar en Primera Regional.

Durante las cuatro próximas temporadas, tal como establece el convenio de colaboración, Helvetia Seguros hará posible el sueño del Begíjar. Ojalá que nuestra compañía le ayude a cosechar grandes éxitos deportivos.



Pasaporte a Ámsterdam para los mejores resultados de ventas de "Vida Periódica (II)"

La sucursal gaditana del Puerto de Santa María, la de Vigo y la de Orense han conseguido situarse a la cabeza del ranking del viaje de incentivos organizado por el Área de Ventas durante el pasado febrero, por lo que sus directores y los agentes ganadores han podido disfrutar de un intenso y precioso viaje a esta hermosa ciudad holandesa.

La finalidad de este concurso era potenciar las ventas del producto "Vida Periódica (II)", dentro de la estrategia denominada "Lucha por tu vida", en la que no sólo se ha premiado a las tres Sucursales con mejores resultados en cuanto a primas, sino que, además, se ha reconocido la creatividad de las mismas en la potenciación y el fomento del uso de la herramienta CRM.

El concurso ha contado con dos fases: una primera, con premios dirigidos a campañas locales. Y una segunda, cuyo premio consistía en un viaje para el director y agente de las tres mejores Sucursales con mayor cantidad de primas acumuladas hasta 31 de agosto de 2011 y que estuvieran dentro de las 18 sucursales participantes en la fase primera.

Viaje de incentivo especial a Los Alpes suizos, con "Helvetia Rentabilidad+"



Con motivo de una invitación del Grupo Helvetia a Los Alpes suizos, el Área de Ventas organizó el concurso para agentes "Yolerei Jijuuu", en alusión al gingle de la popular serie de dibujos animados Heidi. Los ganadores del mismo fueron la agencia La Boutique del Seguro, representada por sus dos socios (César Gálvez y Javier Hernández), y el agente Carlos Ortiz. Ambas agencias pertenecen a la Sucursal Madrid Grandes Agencias y han podido disfrutar de un espectacular viaje a Suiza, localización de Heidi, nombre original de un libro infantil de 1880 de la escritora suiza Johanna Spyri, sobre el que se ambientaron los cartoons. Gracias al volumen de primas acumulado del producto "Helvetia Rentabilidad+", los dos socios de La Boutique del Seguro y Carlos Ortiz y su esposa, acompañados en todo momento por el director general de la compañía, José María Paagman, y su esposa, disfrutaron junto con agentes de otros países del grupo, de un viaje a la localidad suiza de Saint Moritz, el lugar más exclusivo del mundo del esquí, entre el 27 y el 29 del pasado mes de enero. Previamente, visitaron la sede central del grupo en St. Gallen.

Durante el viaje, que coincidió con una prueba de la Copa del Mundo de Esquí Alpino que patrocina el Grupo Helvetia, los premiados tuvieron la oportunidad de practicar diferentes tipos de deportes de invierno: esquí, polo sobre hielo, trineos, bobsleigh, hockey, golf o patinaje.

Enhorabuena a los agentes premiados. Seguro que es un viaje que tardarán tiempo en olvidar, no sólo por lo que pudieron disfrutar en un entorno excepcional, sino también por la oportunidad que se les brindó de conocer mejor las raíces de nuestro grupo y de compartir un evento muy especial con directivos y colaboradores de Helvetia.

Mejora de procesos internos



La mejora de los procesos de gestión interna es una constante dentro de Helvetia Seguros, lo que permite alcanzar algunos logros que, si bien no tienen una visibilidad exterior, sí son importantes para el funcionamiento de la compañía y la mejora de sus servicios a los clientes. Recientemente se han producido dos hitos que tienen que ver con la gestión interna.

En primer lugar, se ha incorporado un nuevo motor de búsqueda semántica en el programa de gestión de incidencias. Para ello, Helvetia Seguros ha confiado en la compañía iSOCO, con una fuerte especialización en webs semánticas e inteligencia artificial. La nueva plataforma gana en eficacia al integrar todas las incidencias registradas y contenidos útiles complementarios. De este modo, al escribir un título o descripción de un caso determinado, la aplicación despliega una pestaña con todos los resultados similares detectados en el sistema; ofrece un listado de respuestas ordenadas por relevancia de los contenidos; identifica sinónimos y variaciones morfológicas; incluye en la lista una nube de términos más relevantes; y añade una función de autocompletado que va mostrando la información más popular a

medida que se introduce la solicitud en la caja de búsqueda.

Con esta herramienta, un software de búsqueda semántica desarrollada por iSOCO (Naveganza), Helvetia Seguros facilita el acceso a la información a los empleados gracias, en parte, al sistema de recomendación de respuestas similares durante el proceso de introducción de nuevas solicitudes.

Por otro lado, desde el pasado 1 de febrero, el envío de burofax por terminal autorizado (Rightfax) ha sido sustituido por la plataforma de comunicación Logalty. Dicha medida genera una reducción de costes sin perder eficacia, pues las comunicaciones se realizan mediante transacciones telemáticas firmadas electrónicamente bajo un sistema seguro de comunicaciones, e incluyen de manera estándar copia certificada del documento. Además, la plataforma ofrece mecanismos de control de integridad del contenido, acuse de recibo del envío y depósito notarial de la función resumen del contenido de todos los documentos, con custodia de todo ello durante 5 años. Por cada comunicación, el usuario recibe dos certificados, uno de Logalty y otro de Seur.

Viaje al corazón del sureste asiático



La recompensa al trabajo bien hecho cobró nuevamente forma de viaje inolvidable, pero esta vez con un fuerte toque exótico. Y es que, en esta ocasión, el destino del viaje de incentivos del Concurso Nacional de Ventas no podía ser más sugerente: Bangkok (Tailandia) y Riam Siep (Camboya), epicentros de la ancestral cultura jemer.

El viaje, de diez días de duración, encabezado por el director general, José M^o Paagman, y el director de Ventas, José García, de Helvetia Seguros, se inició en la capital tailandesa. El bullicio de las calles y la mezcla cultural que se podían observar en cada rincón de Bangkok sorprendieron a los participantes de la expedición. Gracias a las atentas explicaciones de los guías que les acompañaron en todo momento, y a los numerosos estímulos que la ciudad ofrecía, el grupo se sumergió en el mágico ambiente de contrastes y sorprendente armonía propia de la cultura budista. Además, la agradable amabilidad de los bangkokianos cautivó desde el principio a todos los participantes.

Y es que el olor de la comida de los puestos callejeros, los colores de las ropas de los tenderetes de los mercados y las vestimentas de las mujeres componen un

paisaje de ensueño que se complementa con la majestuosidad de sus templos budistas. Maravillas que hacen merecer a esta ciudad, la más poblada de Tailandia, el apelativo de "la ciudad de los ángeles".

Uno de los lugares más pintorescos que visitó el grupo fue el famoso Mercado Flotante, un lugar de Bangkok que transporta a quien lo visita a los tiempos de la economía del trueque. Allí viven campesinos tailandeses entre los canales y casas artesanales e intercambian sus productos entre ellos. El grupo quedó muy sorprendido de la felicidad, humildad y sencillez de los

habitantes de la zona, que no necesitan siquiera de servicios que a nosotros nos resultan tan básicos como la luz.

El hotel en el que se alojaron en Bangkok, el Millennium Milton, se alza majestuosamente sobre el río Chao Praya y cuenta con una piscina de arena natural en la terraza desde la que se puede disfrutar de las mejores vistas de la ciudad. Aquí se relajaban los agentes y sus acompañantes después del frenético ritmo de las visitas matinales y aprovechaban para conocerse mejor entre ellos. Estos buenos ratos, sumados al hecho de pasar tantas horas



Manuel Benítez Agente de Peñarroya (Córdoba)

"La amabilidad de los ciudadanos de Bangkok nos ha cautivado, fue una experiencia maravillosa".

"El Mercado Flotante consigue transportarte a tiempos ancestrales. Resulta difícil entender cómo los pescadores y campesinos de la zona pueden vivir tan felices con unos servicios básicos tan precarios".

"Hemos tenido ocasión de convivir junto a personas encantadoras, en un grupo estupendo".



juntos, acabaron convirtiendo al grupo en una verdadera piña.

Y después de Bangkok, el grupo se dirigió a Camboya, aterrizando en la ciudad de Siem Riep, a ocho kilómetros de la antigua ciudad sagrada de Angkor, epicentro del Imperio jemer que conserva joyas arqueológicas tales como la ciudad de Angkor Tom.

En Camboya, además de continuar recorriendo la historia de la civilización jemer por las ruinas y templos de Angkor, los premiados pudieron cargar las pilas con un "chute" de adrenalina: vivieron la experiencia de montar en elefantes y sobrevolaron el cielo camboyano subidos a un globo aerostático.

En Siem Riep también recorrieron sus atractivos mercados de abalorios y trajes típicos a pie de calle, siempre con la compañía de los guías, que iban explicando cada detalle e informando de las habituales tácticas de regateo. Además, tuvieron la ocasión de poner el toque de glamour exótico al recorrido con una elegante cena de gala dentro de un grandioso templo budista, ambientado para la ocasión al estilo jemer, con velas y telas de colores brillantes, como las que lucen las mujeres en las danzas típicas.

Con la cena de gala pusieron el broche de oro al maravilloso recorrido por la historia y la cultura del sudeste asiático, de la que los ganadores del viaje de incentivos se traen no sólo los recuerdos y las miles de fotos tomadas en sus templos y callejuelas, sino también esa esencia de positivismo de la población que, a pesar las bajas condiciones de vida de la mayoría de ellos, sacan fuerzas para afrontar con coraje e ilusión su día a día.

Gorka Burguete Agente de Pamplona

"Destacaría la positividad que transmiten los habitantes de Bangkok. A pesar de las adversidades, siempre tienen puesta la sonrisa. He aprendido mucho de sus valores: la voluntad de esfuerzo y superación es algo admirable".

"Lo mejor del viaje para mí, probablemente, haya sido la experiencia de montar en un elefante de Camboya. El hecho de montar sobre el enorme animal, unido al escenario único, hacen que sea un recuerdo maravilloso".

"El viaje ha sido, sin duda, una motivación extra para seguir trabajando y mejorar. El objetivo es poder optar a participar en el nuevo viaje de incentivos de 2012".

Ganadores Concurso 2011

B.C.A.

C.G.

Auditores y Consultores Marín & Marín, S.L.

Servicios La Mirada Circular, S.L.

Juan José Yubero García

López Chica S.L.Seg. Generales

Javier José Ballesteros Monroy

Batalways Agencia De Seguros Badajoz S.L

Asesores de Seguros Romero Pradas, S.L.

María José Domínguez Nieto

Sánchez-Barriga Asesor Seguros, S.L.

Padilla Granada Mediadores de Seguros, S.L.

Luz María González Castellanos

Hainzl & Partner Versicherungen, S.L.

Pedro Jesús Torné Pérez

Luis Manuel García Castro

Segresegur, S.L.L.

Juan Ignacio Guisado Laguna

Gorka Burguete Riesco

Miguel Ángel Prieto Uceda, S.L.

González Castro Mediación Integral, SIU

Asesoría Méndez Rivas, S.L.

La Boutique Del Seguro Asf, S.A.

José Ramón Pombo Barca

Sur Seguros, S.C.

Manuel Benítez Ríos

Manuel Alberto Humanes Ángel

José Lobato Zambrano

Ignacio Salvador Cipres González

María del Carmen Sánchez Fernández

Gestara Tenerife, S.L.

Antonio José García López

Luis Santos Gestión, Sociedad Limitada

María Ángeles Martín Rivero

Antonio García Rodríguez

Alejandro Alcaide Fernández

Manuel Muñoz González

Marc Von Wartburg

Alberto Vera Beorlegui

Carlos Pizarro Rodríguez

Miguel Ángel González Somoza

Antonio Villa Vela

Virginia Gorricho Olivan

Miguel Ángel Mohedano Mohedano

Una bodega riojana recibe la mayor indemnización por siniestro realizada por Helvetia Seguros

Helvetia Seguros ha contribuido a compensar los efectos del devastador incendio producido en la bodega riojana "Señorío de Villarrica" en la localidad de Hervías (La Rioja), acaecido en noviembre del año pasado. La destrucción de la bodega familiar, que quedó prácticamente reducida a cenizas, ha supuesto a la familia pérdidas que ascienden a 5 millones de euros sólo en existencias de vino.

El pasado mes de marzo se ha llevado a cabo el pago en concepto de indemnización del siniestro por parte de Helvetia Seguros, gracias al seguro de Empresas que la bodega tiene contratado con la compañía y que ha permitido recompensar el trágico suceso con casi 10,7 millones de euros.

"Señorío de Villarrica", bodega asentada desde hace más de cuatro generaciones en la Rioja Alta, elabora la D.O. Rioja. Además, esta empresa cuenta con otra bodega en San Asensio, siendo la siniestrada en Hervías, el lugar donde se almacena el vino de gran calidad (de alta expresión y reserva) y donde estaban las oficinas centrales, la sede social de la empresa, así como diversos salones donde se llevaban a cabo diferentes actividades para el público, como catas y servicios de catering. Estas instalaciones se inauguraron hace tan sólo seis años.

"Señorío de Villarrica" produce vinos como el Selección Familiar 2001, valorado con 93/100 puntos por la prestigiosa publicación estadounidense Wine Spectator, y que se vende a unos 1.000 euros la botella. Ahora, gracias a la confianza depositada en Helvetia Seguros, podrán seguir produciendo sus vinos y llevándolos a mesas de todo el mundo.



Acuerdo con las empresarias del Aljarafe

Helvetia Seguros ha suscrito un acuerdo de colaboración con la Asociación de Mujeres Empresarias del Aljarafe-Doñana (AMEDALYD), por el que todas las asociadas se beneficiarán de descuentos en la contratación de sus pólizas.

El acuerdo ha sido posible gracias a la mediación de Isabel María Acebes, agente de Helvetia Seguros en Benacazón y miembro de la asociación. Durante la firma del convenio, Isabel destacó la importancia del acuerdo: "Es la mejor forma de apoyar a las mujeres empresarias de nuestra comarca, ofreciéndoles un servicio personalizado y, además, con un descuento especial por formar parte de este colectivo".

Gracias al convenio, además de contribuir al dinamismo de las mujeres empresarias del Aljarafe, Helvetia Seguros logrará una mayor penetración en esa zona de la provincia de Sevilla.



Apoyo a los inmigrantes

Más de tres millones y medio de inmigrantes residentes en España podrán beneficiarse de condiciones preferentes en la contratación de los seguros de Decesos con garantía de repatriación de Helvetia Seguros, gracias a un convenio de colaboración rubricado con la Coordinadora de Entidades Argentinas en el Estado Español (C.E.A.E.E.).

Dicho convenio se firmó en el marco de la Convención Anual de la C.E.A.E.E., celebrada recientemente en Logroño, en la que distintos representantes de Helvetia Seguros realizaron una presentación institucional del grupo y de las características técnicas y comerciales del producto de Decesos, objeto del acuerdo.

Este acuerdo se enmarca en el ámbito de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa promovidas por Helvetia Seguros, y que tiene entre sus destinatarios principales a la población extranjera residente en España.

El convenio fue suscrito por José Luis Moreno, director coordinador de la C.E.A.E.E., y por Javier García, director de Marketing y Comunicación de Helvetia Seguros. En la Convención participaron también los cónsules generales de Argentina en Madrid y Barcelona, Tettamanti y Álvarez de Toledo, respectivamente; el consejero de Presidencia y portavoz del Gobierno de La Rioja, Emilio del Río; el director de la Zona Norte de Helvetia Seguros, Carlos Eslava; y la directora de Helvetia Seguros en La Rioja, Mónica Martín, que es la coordinadora e impulsora de este acuerdo.

SALA HELVETIA

Como es habitual, la Sala Helvetia, espacio destinado a todo tipo de eventos de carácter social y cultural, ha acogido diferentes actividades durante estos meses.



Donación de Sangre

La Sala Helvetia acogió el pasado 23 de enero la Campaña de Donación de Sangre organizada por el Centro de Transfusión Sanguínea de Sevilla. Desde las 10 de la mañana los empleados pudieron contribuir con este organismo donando sangre y colaborando, así, de forma solidaria con una causa de gran importancia para la salud.

Acto de "Noches del Baratillo"

El pasado 25 de enero, dentro del programa cultural de la Asociación Noches del Baratillo, tuvo lugar la presentación del libro de poesía Esferas de Saray Pavón. El acto fue presentado por José Luis González Cáceres, presidente de la asociación.

Esferas es el segundo poemario de la autora, cuyas ilustraciones han sido realizadas por ella misma. Esta joven artista destaca por cultivar varias artes, desde la literatura hasta la pintura, pasando por la creación audiovisual. Ha



Presentación de "Lo macabro del amor"

El día 9 de febrero la Sala Helvetia acogió la presentación del último libro de José Luis Ordóñez, en un acto que fue presentado por el profesor de la Universidad de Sevilla, músico y escritor, José Carlos Carmona.

El libro, titulado "Lo macabro del amor", cuenta una historia de intriga y amor con dosis de análisis psicológicos. En la obra se cuenta la historia de la desaparición de una menor en un pueblo costero. Está publicado por la editorial Hades y es un relato que muestra la cara oculta del amor y la pasión.



Presentación de "Versos En-cajados"

El pasado 21 de marzo, Día Internacional de la Poesía, tuvo lugar la presentación de la original colección de "Versos En-cajados", en la que cada poemario se presenta plegado en su correspondiente cajita. Dicho acto estuvo dirigido por la poeta Gloria de Frutos, de la Asociación de Críticos y Escritores de Valencia, y Stella Manaut e Inmaculada Calderón, quienes hablaron de esta original idea así como de su edición y los nuevos proyectos, en los que otros autores se incorporarán en breve a la colección. Tras la presentación, algunos de los autores intervinieron recitando sus poemas y los de otros compañeros que no pudieron asistir.



sido galardonada en su novel carrera con el primer premio de Videopoesía 2010, entre otros reconocimientos. La

Sala Helvetia aglutinó a multitud de personalidades provenientes de diferentes ámbitos.

El abogado

Helvetia Seguros cuenta con una sólida red de 103 letrados y despachos jurídicos repartidos por todo el territorio nacional. Una red que contribuye de manera eficaz a dar respuesta a las necesidades jurídicas y legales derivadas de la relación contractual de la compañía con sus clientes. Su carácter especializado y su experiencia en el sector garantizan una impecable defensa jurídica que repercute en la satisfacción de los asegurados y en la buena imagen de la entidad.

El Departamento de Daños Corporales y Red Médica y Jurídica es el responsable de la coordinación de la red de abogados y despachos que colabora con Helvetia Seguros. Con una media general de veinte años de experiencia profesional, los abogados consiguen la resolución favorable de un elevado porcentaje de las sentencias de los procedimientos que necesitan resolverse por la vía judicial.

La clave del éxito de la red de abogados que colabora con Helvetia Seguros está en la formación de los letrados, tanto técnica como en el trato con el cliente, así como en su deber de garantizar un alto índice de procedimientos judiciales favorables.

Procedimiento

Una de las funciones primordiales del letrado es la prestación de servicios a los asegurados que tengan contratada una póliza con defensa jurídica. En el 80% de los casos, los asegurados prefieren la defensa de los abogados de Helvetia Seguros a la contratación de letrados externos porque toda la red de la compañía ofrece, además del asesoramiento a lo largo de todo el proceso, un acompañamiento cercano con el cliente para que se sienta en todo momento protegido por la aseguradora. Cuando la afectada es la propia compañía, la red de abogados trabaja con un eficaz nivel de garantía legal para defender los intereses de la compañía.

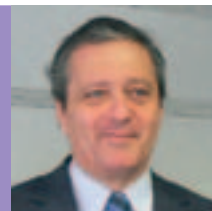
En cuanto al procedimiento, ante un caso de Responsabilidad Civil, accidente de tráfico o expediente de impago, los tramitadores de Helvetia Seguros evalúan el expediente y determinan la necesidad o no de la intervención de un letrado. Si es necesario el asesoramiento legal (en 2011 ocurrió en el 40% de los casos), el tramitador envía el expediente al abogado especializado en la materia pertinente, que hace una primera re-

"Absolutamente preferente"

Rafael Francisco Ruiz Vázquez, abogado de Sevilla

Este letrado está especializado en Derecho del Seguro y en Responsabilidad Civil del Derecho de Daños en sus distintas formas, y siempre intenta establecer posibles alternativas de solución de los conflictos antes de plantearse una vía judicial.

Rafael Francisco Ruiz Vázquez considera a la compañía como un cliente "absolutamente preferente", no sólo por el importante volumen de trabajo que le ofrece, sino también por el interés jurídico y la especialización de los casos que le encomienda. Asimismo, la profesionalidad de todos los mediadores de la red de Helvetia Seguros hace que sea posible trabajar en una estructura tradicional pero de planteamientos innovadores, con un impecable sistema de control de calidad que garantiza el buen funcionamiento de todos los procedimientos.



comendación sobre el procedimiento a llevar a cabo, para continuar con una segunda revisión por parte de la aseguradora. Si, finalmente, se decide iniciar un procedimiento judicial, tanto Helvetia Seguros como el cliente y el propio abogado inician un camino marcado por la comunicación y una gestión orientada a obtener el mejor resultado para las partes.

En los casos de siniestros de los ramos de Empresa, Particulares y Vida, cuando el siniestro supera los 30.000 euros de valoración, y en todos los expedientes de automóviles con lesionados, los expedientes son gestionados por el Departamento de Siniestros Graves y el Departamento de Daños Corporales y Red Médica y Jurídica, garantizando un plus de calidad a la tramitación del expediente.

Control de calidad

El Departamento de Daños Corporales y Red Médica y Jurídica, que tiene su sede en Sevilla, evalúa anualmente a su red de abogados y bufetes colaboradores, de acuerdo con la certificación de AENOR, según la norma in-

ternacional ISO 9001:2008 para sus procesos de Gestión y Tramitación de Siniestros y Emisión de pólizas. Dicha certificación exige el cumplimiento de unos estándares de calidad relativos a casos resueltos favorablemente, satisfacción del cliente y volumen de negocio, que son evaluados para su control anual.

Todo ello hace que la red de letrados sea de máxima calidad y garantice siempre un servicio impecable que revierte positivamente en la actividad de negocio de Helvetia Seguros.

En la relación de colaboración que Helvetia Seguros establece con sus abogados juega un papel importante la formación, ya que la red de abogados debe reciclarse y actualizarse continuamente de acuerdo con las novedades de normativa y legislación referidas al Derecho del Seguro o al Derecho Financiero. Dicha formación legal se complementa con formación en habilidades sociales, que permitan una mayor empatía con los clientes y la generación de un clima de confianza propicio.

"Seguridad y credibilidad"

Alberto Alba Castro, abogado de La Coruña

El abogado parte de la premisa inicial de que cada caso es único, por lo que las aristas que componen un procedimiento hay que analizarlas de forma exhaustiva, dependiendo de las partes implicadas pero siempre intentando que las reclamaciones se ajusten a los daños causados sin excederse.

Este abogado colabora con Helvetia Seguros desde los años noventa prestando asesoría legal a la empresa y a sus asegurados, por lo que cuenta con una visión integral de los casos que aborda. De la compañía destaca que, aunque ha alcanzado una importante cuota de mercado, sigue siendo una empresa cercana que aporta valores de seguridad y credibilidad. También valora la red de agencias y sucursales de Helvetia Seguros, de la que se siente parte porque considera que forman una gran familia.



"Parte de la gran familia"

Almudena Fraile.
De Fraile Abogados. Madrid



Para esta abogada, especializada en el ámbito de los seguros en Madrid, lo prioritario es que el asegurado de Hel-

vetia Seguros se sienta en todo momento respaldado y confiado. Los principales asuntos que aborda Almudena Fraile son los relacionados con reclamaciones de terceros frente a la Compañía Aseguradora, tanto en el ámbito del seguro de daños como en los relacionados con accidentes de tráfico.

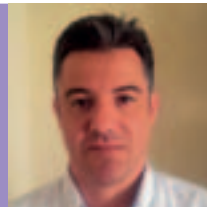
El despacho De Fraile Abogados lleva colaborando con Helvetia Seguros desde hace dieciocho años por lo que se siente parte de la "gran familia" de la aseguradora, de la que aprende diariamente.

"Pagar lo justo"

Joaquín de Rojas. De Rojas Abogados. Murcia

Es el responsable de un despacho en el que trabaja con seis abogados más, especializados en Responsabilidad Civil y Penal derivada de accidentes de tráfico y Derecho del Seguro. De Rojas asegura que, cuando da de alta un expediente e informa al tramitador, inician una verificación de los hechos contrastando con los informes periciales oportunos para que, si es posible, se llegue a un acuerdo extrajudicial, o bien se haga una correcta defensa por la vía judicial.

De Rojas Abogados se siente totalmente alineado con los fines de la compañía y valora el trabajo de sus tramitadores en la tarea diaria de "pagar lo justo".



"Comunicación permanente con los tramitadores"

Mercedes Martínez,
abogada de Pontevedra



Esta abogada de Pontevedra, perteneciente a la red de letrados de Helvetia Seguros, valora la oportunidad que

supone ejercer su especialidad jurídica al servicio de la compañía, porque le ha permitido especializarse en Responsabilidad Civil y en Seguros. En su extraordinaria relación con la entidad, destaca la comunicación permanente con los tramitadores y los mediadores de Helvetia Seguros, favoreciéndose el trato personal y el buen ambiente de trabajo.

En su quehacer diario, principalmente dedicado a asuntos de reclamaciones de daños por accidentes de tráfico, ejerce con minuciosidad el estudio y el análisis de la documentación recopilada para llegar a soluciones satisfactorias para las partes.

"Parte de la compañía"

Jesús Marco Jiménez. Marco Abogados. Navarra

Está especializado en todos los ámbitos del Derecho de Seguros. En su día a día se esfuerza por resolver los casos que le encomienda Helvetia Seguros de la manera más eficaz y ágil posible defendiendo a la compañía y a sus asegurados en procesos en los que, fundamentalmente, trata de realizar un minucioso seguimiento hasta que se soluciona el problema. Sus asuntos, la mayoría relativos al Derecho de la Circulación y la Responsabilidad Civil subsidiaria de la materia, se controlan mediante un programa de gestión que marca puntualmente los plazos para el cumplimiento eficaz del proceso.

Marco Abogados es un despacho cuyos profesionales se consideran parte de la compañía con la que han establecido una relación cercana, por lo que se empeñan en mantener una excelente relación con los asegurados y con el equipo de profesionales de Helvetia Seguros.



Los mediadores de seguros podrán acreditar de manera oficial su profesión por su experiencia laboral

El Instituto Nacional de Cualificaciones Profesionales (INCUAL), organismo dependiente del Ministerio de Educación y Cultura, ha elaborado una lista de Certificaciones Profesionales que regulan el reconocimiento de las competencias, habilidades y conocimientos profesionales adquiridos por experiencia laboral sobre distintas aptitudes relacionadas con la actividad de mediación de seguros.

De esta manera, todos los profesionales que hayan ejercido su carrera profesio-

nal como mediadores en alguna compañía aseguradora, aun no teniendo una titulación oficial, podrán acogerse a esta iniciativa. Mediante la justificación de su experiencia laboral en el sector, podrán recibir una certificación profesional del Ministerio de Educación y Cultura que avale oficialmente sus competencias. Con este documento se demuestra que su competencia profesional es comparable a la de los titulados sin ninguna diferencia ni limitación en su actividad profesional tal y como establece el Real Decreto 1224/2009 de 17 de julio.



Hogan Lovells destaca la solidez del sector asegurador en tiempos de crisis



En una entrevista para diariojuridico.com, Joaquín Ruiz Echauri, socio de Hogan Lovells, destaca la solidez del sector asegurador en España, aun teniendo en cuenta la situación de crisis económica en la que se ve inmerso el país. "Todos los observadores coinciden en la solidez del sector asegurador en estos tiempos de crisis", asegura.

Asimismo, apunta que "el primer gran envite a esa solidez del sector asegurador ha venido de la crisis de la deuda soberana, reto en el que ahora mismo los reguladores están activamente trabajando para reconocer cómo y de qué manera deben aflorar las minusvalías existentes".

De todo ello, se deduce que, a diferencia de otros subsectores del mundo financiero, el sector asegurador en España es "un oasis de seguridad, donde los ahorros de los particulares, por ejemplo en productos de Vida, están incomparablemente situados", afirma.

Sin embargo, consciente de las amenazas del sector, Ruiz Echauri apunta a una de las tendencias de los clientes, como es la contratación de pólizas por medio de compra directa. "Banca-seguros y la mediación tradicional verán cómo las técnicas de comunicación a distancia y la compra directa les roban terrenos que hasta la fecha han sido exclusivamente suyos", prevé.

Alta satisfacción en los seguros de Hogar, según ICEA

Según ICEA, el porcentaje de clientes satisfechos con sus seguros de Hogar ha aumentado desde un 80% en 2008 hasta un 85% en 2011. A juicio de ICEA, la mejora en la satisfacción del cliente con la gestión del siniestro "permite, junto a la evolución positiva en el resto de aspectos, que, a nivel de promedio, las valoraciones que los asegurados con una prestación reciente otorgan al servicio prestado por su compañía también haya aumentado hasta situarse en el 88% de clientes satisfechos".

Por otro lado, ICEA ha informado de que la siniestralidad en los seguros Multirriesgo, en líneas generales, se ha cerrado durante 2011 con ratios inferiores a los de 2010, gracias en buena medida a la menor incidencia de los fenómenos atmosféricos.



El CEA apuesta por una única declaración del Impuesto de Sociedades y una sola base imponible en Europa

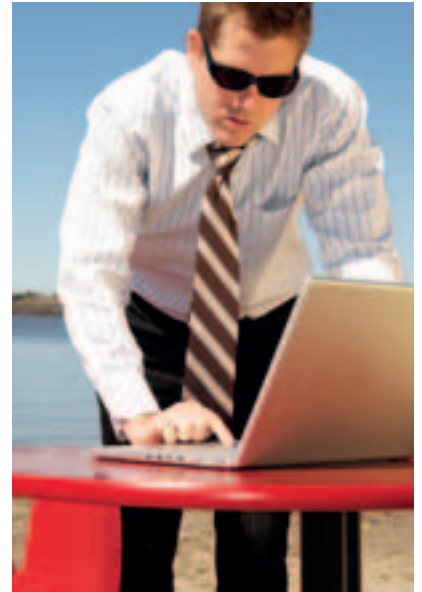


única e igual para todos los países miembros de la Unión Europea (UE).

Asimismo, el CEA apuesta por la introducción de un "one-stop-shop" para que las empresas puedan presentar una declaración de impuesto único para toda su actividad en toda la UE, algo que "reduce considerablemente los costes administrativos, tanto para los contribuyentes como para las autoridades fiscales", detalla el Comité.

El Comité Europeo de Seguros (CEA) ha expresado su apoyo al objetivo de la Directiva que permitiría, sobre un grupo de Impuestos de Sociedades, establecer sus bases imponibles de acuerdo con una regla

Con todo ello, el CEA solicita a las instituciones de la UE que se garantice la seguridad jurídica a los contribuyentes y que la Directiva del Impuesto de Sociedades se vincule a la introducción simultánea de un único grupo de IVA.



Captación de negocio por Internet

Según revela Capgemini en su XII Informe sobre el sector en Internet, el 42% de las aseguradoras captan más de un 10% de su negocio a través de Internet. Según la mayoría de las aseguradoras encuestadas (un 80% exactamente), sin embargo, Internet sigue siendo un mero canal de comunicación entre la compañía y los clientes actuales o potenciales. Si bien es cierto que un 64% lo ve como un canal de acceso a nuevos segmentos de clientes. Hay otro dato interesante: el 80% de las compañías asegura que les gustaría mejorar "la ayuda" y los "servicios al cliente" en el plazo de dos años.

Las compañías conceden asimismo mucha importancia a la comunicación y al valor de la marca en Internet. Según la encuesta, un 56% de las aseguradoras le otorga una importancia "muy alta" a la presencia de la imagen en Internet.

Por otra parte, el estudio constata la importancia que están adquiriendo las redes sociales. Sin embargo, a pesar de que la mayoría (64%) declara tener definida una estrategia corporativa al respecto y, en gran medida, son conscientes de la posible repercusión de las redes para su negocio, el informe observa una falta de concreción sobre dónde y en qué grado se va a producir dicha repercusión.

Rodríguez-Ponga: "El Seguro debe seguir siendo un operador principal en la economía y en la sociedad"

Además de ayudar al sector en todas las cuestiones que se deriven del desarrollo e implantación de Solvencia II, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) se plantea un gran reto general de cara a los próximos años como es contribuir a que el Seguro siga siendo

un operador principal y solvente en la economía y en la sociedad. Este fue uno de los mensajes que ha lanzado recientemente la máxima responsable del órgano de control, Flavia Rodríguez-Ponga, durante su participación en el Desayuno-Coloquio organizado en Madrid por el Club Seguros ESADE Alumni. El encuentro reunió a un buen número de directivos de las principales entidades aseguradoras del mercado.

En su intervención (disponible en la web de la DGSFP), Rodríguez-Ponga desgranó también otra serie de retos específicos del sector. Aludió, en este sentido, a la necesidad de facilitar el desarrollo del seguro a largo plazo, y defendió que se debe mantener la especial consideración de las características propias del mercado español en cuestiones como el seguro de Decesos, los riesgos catastróficos, o la 'matching premium'.



“La marca Helvetia ocupa un lugar privilegiado”

Asesorar, mediar y proteger al cliente que contrata una póliza con Helvetia Seguros es el quehacer diario de este agente de seguros, sevillano y padre de cuatro hijos, que lleva gran parte de su vida dedicado al sector asegurador en la compañía, siguiendo la tradición de su padre, de quien heredó este oficio al que se dedica desde los 18 años. Aunque reconoce los esfuerzos que tiene que realizar para mantener el negocio en estos difíciles tiempos, cuenta con una destacable cartera de clientes que generan un volumen de negocio anual superior al millón de euros.

Empezó muy joven, con apenas 18 años. Casi media vida entregada al negocio del seguro. ¿Qué balance general hace de todos estos años?

Considero que a través del esfuerzo he podido consolidar mi profesión en todo este tiempo. Espero que esta trayectoria, llena de experiencias, sirva para poder superar la situación actual.

Dicen de los poetas que no se sabe muy bien si “nacen” o “se hacen”. ¿Ocurre igual con el agente de seguros?

Hay personas que tienen unas magníficas cualidades innatas para desarrollar una profesión. Pero, para ser agente de seguros hay que realizar una labor que tiene que perdurar en el tiempo para poder llegar a consolidar una cartera de clientes.

Sin duda, se trata de un sector que ha cambiado mucho. En el caso concreto de su vivencia, de la antigua Sur Seguros a la actual Helvetia Seguros, ¿cómo ha cambiado su actividad?

Cuando empecé, la venta se desarrollaba con una prestación de servicios a la que el cliente respondía con fidelidad y reconocimiento. Actualmente, estamos en un mercado que en su mayoría demanda precio, originando la exclusión de la mediación, como estamos viendo en los nuevos canales existentes de venta directa.

¿Qué imagen cree que se tiene en general del agente de seguros en los tiempos actuales?

La mediación ha sufrido un cambio muy grande, existe una aminoración progresiva de servicios por parte de las entidades aseguradoras. Sin embargo, el agente de seguros intenta prevalecer aportando valores diferentes para revalorizar su gestión que, en algunas circunstancias no existen. Creo que nuestra figura todavía debe consolidarse más en la sociedad.

En las actuales circunstancias, ¿cuáles son los principales retos y oportunidades en el negocio asegurador?

Mantener el negocio generado es una tarea muy complicada actualmente y creo que, para obtener un crecimiento de la cartera, la especialización puede ser una posibilidad u oportunidad.



Su conocimiento del negocio en Sevilla sólo puede ser amplia. ¿Qué características o elementos más o menos diferenciales encuentra en el mercado sevillano que lo distinguen de otros mercados?

¿Hacia dónde va el sector, en medio de toda esta eclosión de Internet, y hacia dónde cree que se encamina la figura de la mediación?

¿Cuáles son, a su juicio, los elementos más determinantes que forjan a un buen agente de seguros?

Aunque empezó joven, todavía sigue siéndolo, y le queda aún mucho camino por recorrer. En 2006 abrió su propia oficina en la Calle José Laguillo. ¿Qué se siente al asumir cada mañana la responsabilidad de abrir el negocio, de mantener los clientes, de buscar nuevas oportunidades?

¿Le gustaría, como en cierto modo hizo usted con su padre, que en el futuro alguien tome su testigo en la actividad comercial de la agencia, y pueda pasar, como ya lo hacen otras muchas, "de padres a hijos"?

¿Qué aspectos cree que aún se conservan de la antigua entidad con la que usted empezó a colaborar?

Los agentes son los testigos más directos de lo que se respira y siente en la calle. ¿Cree que Helvetia Seguros es una marca que empieza a ser conocida?

¿Cuál es la definición que le parece más correcta de una profesión como la de agente de seguros?

A menudo, el agente establece con sus clientes una relación que sobrepasa lo profesional y se convierte en personal. ¿Tiene casos de este tipo?

El mercado sevillano está muy vinculado, en general, al sector servicios. Considero que la prospección de clientes es muy diferente con respecto a otras ciudades por su actividad.

No veo una única dirección objetiva, sólo una disminución de las primas en todo el sector. Se están deteriorando las posibilidades y márgenes que tiene el mediador, lo que afecta a nuestra figura. Los agentes tratan de buscar soluciones con las posibilidades existentes. En este sentido, la aportación de la entidad que representamos es fundamental para que el mediador profesional tenga un futuro. De no ser así, estaremos sometidos a un continuo deterioro por parte de los nuevos canales de venta, la agresividad del sector y la desinformación del cliente, que suele apostar exclusivamente por el abaratamiento del coste prescindiendo del asesoramiento y gestión del mediador.

Considero importante que la formación, la habilidad comercial, la profesionalidad y la capacidad para transmitir son factores clave para realizarse en esta profesión.

Ha sido un cambio muy significativo en la forma de enfocar el trabajo, mis objetivos y de comprometerme con los nuevos planes de futuro con la máxima ilusión y responsabilidad.

Sí, creo que el trabajo que estoy desarrollando debería tener una continuidad, a ser posible, de manera familiar.



He tenido la suerte de aprender de muchos profesionales de mi antigua entidad, que todavía en la actualidad siguen realizando su trabajo en Helvetia y que me han facilitado mi actividad comercial desde mis comienzos y, a día de hoy, continúan transmitiéndome su mejor aportación.

Sí, creo que ocupa un lugar privilegiado. Nuestra entidad está desarrollando un continuo esfuerzo en un sector tan competitivo como el nuestro y espero que le lleve a un mejor posicionamiento.

El agente de seguros es un profesional que intenta asesorar, mediar y proteger al cliente que contrata una póliza de seguro a través de su gestión, mediante el pago de una comisión.

Sí, muchos de los clientes con los que actualmente mantengo relaciones personales han sido como consecuencia del trato profesional a lo largo de varios años, que ha originado una gran amistad.

Luis Burgui,
socio de Grúas Burgui

“Con Helvetia Seguros no hace falta ni que curse un parte”



Grúas Burgui es una de las empresas de referencia en Pamplona en el ámbito de los servicios de grúa. Fundada en los años 40 por Alberto Burgui con el nombre comercial de ALBUR (primeras letras del nombre y el apellido), actualmente la empresa está gestionada por sus tres hijos Iñaki, Carlos y Luis, este último el mayor de los hermanos y quien contesta a nuestra entrevista. La relación con Helvetia Seguros es una relación heredada de padres a hijos, ya que el fundador de la empresa era amigo íntimo del agente de Helvetia Seguros Fernando Urtiaga, con quien los hijos de Alberto Burgui mantienen y alimentan una estupenda relación. Desde 1947, fecha de inicio de la actividad, hasta hoy, la fidelidad con Helvetia Seguros ha sido plena, de manera que nuestra aseguradora presta cobertura a toda la flota de vehículos de Grúas Burgui. Entre grúas, camiones pluma, plataformas elevadoras, mini excavadoras o turismos, dicha flota supera los 30 vehículos.

El fallecimiento de su padre ha sido reciente. ¿Cómo se ha sucedido el relevo?

El relevo estaba en marcha hace años, ya que los tres hijos ya estábamos integrados en la empresa. Mi padre, Alberto Burgui, dedicó toda una vida a su actividad, comenzando desde abajo, como un mero trabajador en talleres, y acabando con la construcción de una empresa con nombre y que genera confianza. Nuestra responsabilidad es alta, y estamos llevando a cabo una apuesta estratégica por diversificar. En este contexto hay que entender la creación de la nueva sociedad Contenedores CALL, orientada a la recogida de residuos de obras.

¿En qué consiste exactamente el servicio de Grúas Burgui?

Somos una empresa de servicios, con nuestros propios operarios –nuestra plantilla asciende a 16 personas-. Operamos desde siempre en Pamplona, más concretamente en Mutilva Alta. Dentro del sector de las grúas de transporte, cubrimos prácticamente todo el espectro, entre las 25 y las 160 toneladas. A las grúas de gran tonelaje hay que añadir la prestación de servicios con camiones pluma, gatos y orugas, plataformas elevadoras, miniexcavadoras y, desde hace poco, como le decía, camiones contenedores. Nuestra flota ronda los 30 vehículos.

¿Qué valores son los que identifican o diferencian a Grúas Burgui con respecto a otras empresas similares de la competencia?

Creo que la condición de empresa familiar ha influido en una forma de trabajar basada en la seriedad, en el compromiso. Somos una empresa cumplidora, que resuelve sus encargos conforme a lo establecido. Las empresas constructoras y las fábricas que confían en nosotros ya saben cómo somos, conocen cómo trabajamos, y tienen la garantía de que el servicio será bueno. No nos eligen por precio, o no sólo por precio, sino porque les convence nuestra manera de trabajar, que es una manera seria, comprometida con el trabajo.

¿Nunca han pensado salir de Pamplona?

El propio carácter de mi padre impregna al espíritu de Grúas Burgui. Mi padre siempre fue una persona tranquila, a la que le gustaba dar pasos firmes pero seguros. Nunca hemos pensado salir fuera, porque aquí nos va bien, somos una empresa de referencia. Dentro del sector, además, es un tanto complicado, porque tiende a tener un marcado sesgo local. Es difícil salir fuera, de igual modo que es difícil que otras empresas de fuera se implanten aquí. Cada zona tiene su idiosincrasia, y la de Pamplona la conocemos bien.



El sector de las grúas de obra está íntimamente unido al sector de la construcción, sin duda el más damnificado por la actual crisis económica. ¿De qué manera les está afectando a ustedes?

La crisis nos ha dado algunos "palos" importantes, pero el hecho es que nos hemos mantenido. En parte gracias a nuevas líneas como la de Contenedores CALL, y en parte también porque trabajamos a un volumen y con un perfil muy determinado de clientes. No operamos con servicios fijos para clientes, sino que trabajamos con encargos de servicios específicos. Además, nos dirigimos especialmente a constructoras pequeñas, fábricas de mediana dimensión. Ya sufrimos los estragos de la crisis del 93, pero ésta, aunque es más grave, la estamos solventando mejor.

Llama la atención una relación tan longeva con Helvetia Seguros. ¿Cuál es el origen de esta relación?

Se basa en una relación de amistad, la que existía entre mi padre y el padre de Fernando Uriaga. La segunda generación ha mantenido tanto la amistad como el vínculo contractual, de forma que todo lo que tenemos está asegurado con Helvetia Seguros. La relación, a día de hoy, es excepcional. Siempre que ha habido un problema, Fernando nos los ha resuelto con agilidad. De hecho, la relación es tan buena y tan estrecha que cada vez que alguien se nos acerca para ofrecernos algo de seguros, nosotros decimos: "Lo siento, pero no quiero ni hablar de ello. Nosotros somos de Fernando. Nosotros somos de Helvetia Seguros". Eso sí: somos clientes de Helvetia Seguros, pero sobre todo somos clientes de Fernando.

¿Y cómo les ha respondido Helvetia Seguros en los momentos de necesitar sus servicios?

De forma excelente. De hecho, no hace falta ni que curse un parte: con llamar a Fernando, el asunto ya está en buenas manos, y tengo la garantía de que se solucionará con eficacia.



Helvetia Seguros alcanza un beneficio neto de 19,3 millones de euros en 2011

Estos resultados son fruto de la labor llevada a cabo de acuerdo con los objetivos de la Estrategia Helvetia 2015+

En 2011, la compañía Helvetia Seguros obtuvo un beneficio neto de 19,3 millones de euros. Así lo comunicó recientemente nuestro director general, José María Paagman, durante sendas comparecencias ante la prensa en Sevilla y Madrid, en las que calificó los resultados como "satisfactorios y dentro de los planes trazados por la compañía, teniendo en cuenta la difícil situación económica actual que ha provocado, entre otras cosas, una sensible disminución interanual de los ingresos financieros".

El primer ejecutivo de la firma en España consideró que "estos positivos resultados, fruto de la labor llevada a cabo de acuerdo con los objetivos de la Estrategia Helvetia 2015+, nos continúan situando en una posición favorable y solvente para seguir afrontando los cada vez más exigentes retos del mercado. En esa dirección, Helvetia 2015+ debe seguir representando un impulso decisivo para la constante optimización de nuestro modelo de negocio en los próximos años".

El buen resultado de 2011 cobra aún más relieve si se tiene en cuenta que España ha sido, por quinta vez en los últimos seis años, la segunda unidad de negocio en aportación de beneficios al Grupo Helvetia, sólo precedida por Suiza.

Estos resultados se han basado, de nuevo, en una evolución satisfactoria de los elementos que constituyen el conjunto del negocio: una evolución positiva del volumen de primas, mejorando los datos de 2010; un ratio combinado y una sinies-





tralidad en línea con el mercado; y una mejora de la productividad basada en una constante optimización de los procesos operativos.

Por lo que se refiere a la evolución de las primas, que han alcanzado un volumen total de 347,3 millones de euros, el año 2011 ha supuesto un crecimiento del 0,3%, frente al decrecimiento del -0,4% experimentado en 2010. Ha destacado especialmente el negocio de Vida, que ha situado su crecimiento en un excelente 7,8%, lo que ha estado en el entorno de las estimaciones del sector. Ha destacado, especialmente, el crecimiento de Asistencia Familiar (16,0%). En el bloque de negocio No Vida, como ha ocurrido en el sector, se ha registrado un decrecimiento del -2,7%, principalmente por la negativa evolución económica del sector de Empresas y Transportes y la reducción de la prima media en Autos (-7,8%) como consecuencia de la fuerte competencia, y el estancamiento en las ventas de turismo y vehículos de segunda y tercera categoría. El conjunto de los Multirriesgos de Particulares ha registrado un crecimiento del 1,0%, mejorando su registro

de 2010 y destacando el aumento de un 2,7% en Multirriesgo Hogar, frente al 1,9% alcanzado en el anterior ejercicio.

**EL VOLUMEN DE PRIMAS TOTAL
AUMENTÓ HASTA 347,3
MILLONES DE EUROS, CON UN
CRECIMIENTO DEL 7,8% EN VIDA**

En lo que respecta a la composición de la cartera de primas, al finalizar 2011 se ha desglosado entre Autos (28,3%), Diversos (41,1%) y Vida (30,6%), que ha aumentado en un 1,2% su peso, situándose muy cerca del objetivo estratégico que lo fija en un tercio de la cartera total.

El ratio combinado neto ha mejorado de forma importante (-1,5 puntos) y, con un 95,0%, se ha situado en línea con las estimaciones del mercado. Este registro se ha conseguido, especialmente, por el descenso (-2,6 puntos) de la tasa de siniestralidad neta de No Vida (70,0%), lo que la sitúa entre las más favorables del mercado. Los gastos de administración y

adquisición han aumentado ligeramente (1,1 puntos), como consecuencia de las inversiones realizadas en la implantación de la Estrategia Helvetia 2015+.

Por lo que se refiere a los resultados financieros, aunque han aportado unos ingresos netos de 18,2 millones de euros, han sido inferiores (-7,3 millones de euros) a los registrados en 2010 como consecuencia, principalmente, de la negativa evolución de los mercados.

Como resultado de estas cifras, Helvetia Seguros ha alcanzado un ratio (11,5%) de beneficios sobre fondos propios (ROE), que vuelve a situarse dentro de los objetivos de su Plan Estratégico y entre los más destacados del mercado español.

Finalmente, Helvetia Seguros ha situado en 2011 su margen de solvencia (242,1% sobre el mínimo legal) entre los más altos del sector y superando en casi 11 puntos al registrado en 2010.

Estrategia Helvetia 2015+

Durante las comparecencias ante los medios, José María Paagman explicó con detalle los avances registrados en el primer año de andadura de la Estrategia Helvetia 2015+ en España, así como las principales medidas que se han puesto en marcha para alcanzar los objetivos de la misma.

Las tres grandes metas que se sigue proponiendo Helvetia Seguros se centran en conseguir una gradual expansión de la posición en el mercado (crecimiento+), un aumento sostenible de la rentabilidad (rentabilidad+) y un incremento de valor para el cliente acorde con sus necesidades (lealtad del cliente+).

Para ello, ya se ha iniciado una mayor apertura a determinados mercados regionales y a la multidistribución; se está potenciando el crecimiento de Vida; se está reforzando la presencia en el mercado de Decesos y Empresas; se sigue avanzando en la industrialización de los sistemas y procesos; y se están desarrollando diferentes iniciativas para consolidar la lealtad de clientes y mediadores.

Resultados del Grupo Helvetia

Gracias al crecimiento del 10,9 por ciento (6,2 por ciento en CHF condicionado por los tipos de cambio) que el grupo ha alcanzado en 2011 sobre una base sólida, el volumen de negocio de Helvetia superó por primera vez la marca de los siete mil millones de francos suizos, registrando tasas de crecimiento de dos dígitos tanto en Vida como en No Vida.

El beneficio anual de 288,7 millones de francos suizos corrobora el buen desarrollo operativo en un difícil entorno de mercado. Los resultados técnicos, tanto en el sector de No Vida, con un ratio combinado del 95,6 por ciento, como en el negocio de Vida, se mantuvieron a un buen nivel. El beneficio de 155,2 millones en el segmento Vida superó en más de un 40 por ciento el resultado del ejercicio precedente y permitió compensar ampliamente el retroceso a 134,3 millones (alrededor del 24 por ciento) en el negocio de No Vida. La merma del beneficio cercana al 15 por ciento es consecuencia, sobre todo, de los menores ingresos debidos a las fluctuaciones monetarias. Pero, gracias a la estrategia inversora de Helvetia orientada hacia el éxito duradero a largo plazo, las inversiones financieras y en bienes inmuebles del grupo arrojaron una ganancia de 878,4 millones de francos suizos (-16,3 por ciento con respecto al ejercicio precedente), a pesar de las turbulencias económicas. El Grupo Helvetia obtuvo

una fuerte rentabilidad de sus inversiones del 3,6 por ciento (ejercicio anterior: 2,9 por ciento).

Fuerte dotación de capital y dividendo estable

Con un margen de Solvencia I del 219 por ciento y un incremento del capital propio hasta 3.650 millones de francos suizos, Helvetia ha demostrado su capacidad de conservar su valor a pesar de la crisis de la deuda y la volatilidad en

EL GRUPO HELVETIA HA
ALCANZADO UN BENEFICIO
DE 288,7 MILLONES DE
FRANCOS SUIZOS Y, POR
PRIMERA VEZ, UN VOLUMEN
DE NEGOCIO DE MÁS
DE 7.000 MILLONES DE
FRANCOS SUIZOS

los mercados de acciones. La agencia Standard & Poor's confirmó, una vez más en el cuarto trimestre, la calificación «A-» de Helvetia, con perspectivas estables. La buena marcha de los negocios permite a la junta general proponer el reparto de un dividendo de 16 francos

suizos por acción, igual que en el ejercicio anterior.

Helvetia Suiza continúa siendo una importante fuente de ingresos

El mercado nacional suizo, con un volumen de negocios de 4.110,1 millones de francos suizos (+18,4 por ciento en relación al ejercicio anterior) y un beneficio de 260,6 millones, es una importante fuente de ingresos para el grupo. El negocio de No Vida alcanzó allí, una vez más, un excelente ratio combinado (neto) del 86,0 por ciento. En el ejercicio de referencia se completó el proceso de integración de las compañías de seguros Alba y Phenix, adquiridas en 2010, con la fusión de ambas empresas y la venta de la cartera de seguros de Enfermedad y Accidentes, que no forman parte de la actividad central de Helvetia.

“Un crecimiento dinámico, sólidos beneficios operativos y un balance fuerte demuestran que el Grupo Helvetia puede alcanzar buenos resultados también en un entorno difícil. Continuaremos aplicando consecuentemente nuestra acreditada estrategia también en el futuro”, manifestó Stefan Loacker, director general del grupo, en su comparecencia ante los medios.

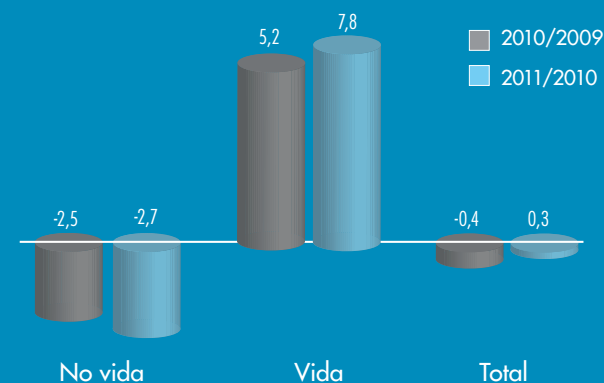


Principales cifras de la evolución de Helvetia Seguros en 2011

Margen de Solvencia

(En millones de euros)	2010	2011
Margen de solvencia	138,5	142,5
Mínimo legal	59,9	58,9
Resultado	78,6	83,6
% sobre Margen de solvencia	231,2%	242,1%

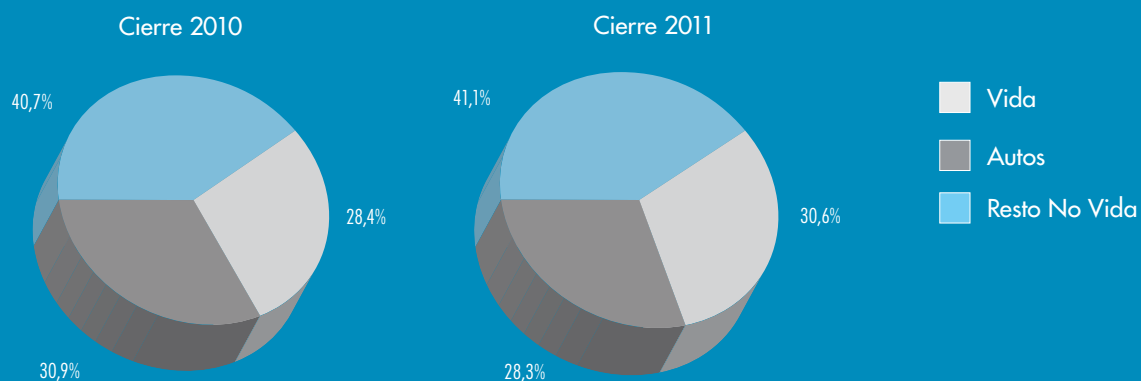
Crecimiento de Primas



Primas totales por ramos (en millones de euros)

	2010	2011	+/- en %
Autos	107,0	98,2	-8,2%
Patrimoniales y Personales	115,9	118,7	2,4%
Transportes	12,1	11,9	-1,1%
Responsabilidad Civil	12,8	12,3	-3,8%
Total primas No Vida	247,8	241,1	-2,7%
Total Vida Ahorro	52,6	56,6	7,6%
Total Unit- Linked	8,6	14,4	67,2%
Total Vida Riesgo	45,8	49,6	8,3%
Total primas Vida	98,4	106,2	7,8%
TOTAL	346,2	347,3	0,3%

Composición de la cartera



Helvetia Auto Empresas, el multirriesgo del transportista

El nuevo producto de Helvetia Seguros se caracteriza por su flexibilidad y su carácter innovador, convirtiéndose en el mejor seguro para las empresas que trabajan con vehículos



Helvetia Auto Empresas es el nuevo producto comercializado por Helvetia Seguros, dirigido a empresas y autónomos que operan con vehículos. Se trata de un producto atractivo, flexible e innovador que ofrece coberturas a las empresas relacionadas con vehículos o que los emplean como material de trabajo.

El producto supone un paso más allá del producto de Autos habitual, al incorporar tarifador y posibilidad de emisión a los mediadores a través de la herramienta B2B.

Con Helvetia Auto Empresas se ofrece solución a todo tipo de riesgos derivados del uso de camiones, vehículos industriales, vehículos agrícolas y remolques, en cualesquiera de los ámbitos de circulación.

Los diseñadores del producto han pretendido que el seguro ofrezca cobertura ante cualquier contingencia relacionada con la conducción, propiedad y conservación de un automóvil. A riesgos de daños propios, incendio, robo o pérdida total, se añaden otros como responsabilidad civil de la carga, para-

lización o daños a las mercancías. Esta amplitud de coberturas y servicios convierten al nuevo producto en un auténtico multirriesgo del transportista, por lo que resulta ideal para compañías de transportes, aunque se adapta a la perfección a cualquier perfil de empresa o autónomo con una actividad que implique el uso de vehículos. Así, entran

**HELVETIA AUTO EMPRESAS
OFRECE COBERTURA ANTE
CUALQUIER CONTINGENCIA
RELACIONADA CON LA
CONDUCCIÓN, PROPIEDAD
Y CONSERVACIÓN DE UN
AUTOMÓVIL, CONVIRTIENDO AL
PRODUCTO EN UN AUTÉNTICO
MULTIRRIESGO DEL TRANSPORTISTA**

dentro de su nómina de sectores potencialmente destinatarios los de construcción, agricultura, industria, etc.

Se trata de un seguro muy flexible, que plantea distintas modalidades de asistencia en carretera o de cobertura de

daños a las mercancías. Sus principales **prestaciones** pueden sintetizarse en:

- SOA.
- SVA.
- Defensa y reclamación.
- Asistencia (3 tipos).
- Daños Propios.
- Incendios.
- Robo.
- Pérdida total.
- Responsabilidad Civil de la carga.
- Responsabilidad Civil trabajos agrícolas.
- Paralización.
- Daños a las mercancías (4 modalidades).

Y entre las principales **ventajas competitivas** de este producto se encuentran:

- Tarifación y emisión por página web moderna, ágil y sencilla de usar.
- Rapidez de emisión.
- Proyectos personalizados.
- Integración en una sola póliza de las garantías y servicios (con el consiguiente ahorro de tiempo en la administración).
- Gestión profesional de los siniestros.
- Posibilidad de pago fraccionado.

La Feria de Sevilla, una ilusión que dura todo el año

Un grupo de empleados de la sede de Helvetia Seguros en Sevilla dedica parte de su tiempo libre a echar un rato entre amigos trabajando para que en la semana grande de la ciudad, la Feria de Abril, que este año se ha celebrado del 23 al 29 de dicho mes, todo estuviera listo y el resto de sus compañeros pudiera disfrutar en El Real de su caseta. Se trata de José María Gutiérrez, Eduardo Pérez, Ismael Loma-Osorio y Francisco Javier Bengoechea, que se afanan con ese objetivo desde el mes de diciembre con la mejor de sus sonrisas.

Porque les gusta mucho la Feria de Abril, por tradición y porque no se trata de hacer negocio sino de que los trabajadores de Helvetia Seguros y sus familiares disfruten. Estas son las motivaciones de los empleados de la compañía que forman parte de la Comisión de Feria que se encarga desde hace ya seis años del montaje y la organización de la tradicional caseta que la compañía tiene en la calle Pascual Márquez del recinto ferial.

José María Gutiérrez, Eduardo Pérez, Ismael Loma-Osorio y Francisco Javier

Bengoechea, con la inestimable ayuda de Paco Jiménez, se esmeran en cada detalle logístico, técnico y ornamental de la tradicional caseta de Helvetia Seguros. Desde el mes de diciembre, cuando tramitan el permiso municipal necesario para el montaje de la caseta en el Real, estos compañeros compaginan su trabajo diario en la empresa con la preparación de la caseta. Y todo ello para que el gran día, el popular "Lunes del Alumbrado", todo esté listo para acoger un aforo de más de 300 miembros de la compañía, que este año han disfrutado

de una exquisita carta llena de manjares jerezanos, maridados todos ellos con el excelente vino de la tierra, gracias a los servicios del catering Alta Cazuela de Jerez (Cádiz), que ha sido el elegido este año por la Comisión para que se encargue del servicio de restauración.

Así, si en diciembre se queda listo el tema burocrático, a principios de año empiezan las reuniones de los miembros de la Comisión de Feria para repartirse las tareas y cerrar cuanto antes el montaje, la decoración, la música y los distintos





servicios que hay que contratar. Y aunque muchas son las gestiones de los integrantes de la Comisión de Feria, a ellos no les pesa en absoluto, porque les satisface que Helvetia Seguros deposite su confianza en este veterano equipo en la preparación de un evento tan especial para la sede sevillana de Helvetia Seguros.

A principios de marzo, el armazón de la caseta comienza a levantarse sobre la solería típica sevillana con la que cuenta el espacio que siempre tiene la compañía en el Real. Poco a poco, pero sin demora, los operarios van colocando los tubos que formarán la estructura del recinto y se van asentando las planchas metálicas sobre las paredes de pladur de los 250 metros cuadrados de los dos módulos de extensión con los que cuenta la caseta.

Terminada la estructura, poco antes de la semana grande, la Comisión de Feria de Helvetia Seguros se encarga de que la decoración interior esté intacta, según lo acordado, para lo que realiza las visitas necesarias al Real y controla el trabajo de los operarios.

Este año, el equipo ha decidido incorporar algunas novedades en el diseño de la zona noble, pues elegantes telas color albero y rojo han forrado los laterales de la misma donde también había una típica estera artesanal decorando una parte. Aquí, donde se ubica la zona de baile y de comedor, pudo verse un tradicional y típico mobiliario sevillano de mesas bajas

y sillas de enea. Además, la Comisión de Feria resalta un elemento distintivo de esta caseta. Se trata de un majestuoso cuadro de una imagen panorámica del Edificio Helvetia de Sevilla, visto desde el otro

EN LA NOCHE "DEL PESCAÍTO"
SE CELEBRÓ LA TRADICIONAL
CENA A LA QUE ASISTIERON
EL COMITÉ DE DIRECCIÓN,
LOS RESPONSABLES DE
DEPARTAMENTO, LOS DIRECTORES
DE ZONA Y DIRECTORES DE
SUCURSAL DE SEVILLA, JUNTO
A UNA REPRESENTACIÓN DE
DIRECTIVOS DEL GRUPO

lado del río Guadalquivir con la Torre del Oro y la Giralda de fondo, y realizado con azulejos sevillanos.

Para separar la zona noble de la zona del bar y la zona comercial, la caseta de Helvetia Seguros cuenta con una hilera de arcos que imitan a los de La Casa de la Moneda.

Y para que el ambiente de la caseta sea familiar y cuidado, los mismos miembros de la Comisión se encargan personalmente de que la música que suena a lo largo de las jornadas festivas sea acorde al evento. Por eso, seleccionan cuidadosamente un repertorio selecto

de sevillanas, rumbas y demás palos del flamenco. Los grupos que amenizaron la Feria este año han sido "Killo Qué" y "Karamelo".

Aunque los últimos retoques, como los adornos florales, se colocan el mismo "Lunes del Alumbrado" (este año, el 23 de abril), el fin de semana anterior ya debe estar todo listo. Y en eso se empeña con esmero y cariño la Comisión de Feria, que da el último visto bueno y vela todos los días de Feria para que todo esté en orden.

Para ese primer día de Feria, el "Lunes del Alumbrado" o "Del Pescaíto", la Comisión preparó como cada año una jornada especial. Como es tradicional, esa noche se celebró una cena a la que asiste el Comité de Dirección de la compañía invitando a los responsables de Departamento, directores de Zona y directores de Sucursal de Sevilla, a la que este año se invitó también a una representación de directivos del Grupo Helvetia, con motivo de unas jornadas de trabajo a celebrar en España. El responsable de amenizar la velada fue el cantante Fran Bravo.

Otro de los momentos especiales de la feria fue un espectáculo infantil de payasos que se celebró el domingo 29 de abril. A los miembros de este equipo de trabajo les hizo especial ilusión este evento, pues algunos de ellos han sido los encargados, durante muchos años, de la Comisión de Reyes de la compañía.

Entrevista

En esta entrevista reunimos a María Jesús Delgado, responsable de Siniestros Particulares 1 en el Centro de Servicio de Madrid, y a Rafael Jiménez Milán, director de Sucursal Marbella. Perfil técnico vs perfil comercial. Pero sólo aparentemente, ya que María Jesús desempeñó labores técnico-comerciales durante algún tiempo, mientras que la condición de director de Sucursal de Rafael lo obliga a labores que sobrepasan lo estrictamente comercial. En esta entrevista descubrimos que tienen muchos más puntos de confluencia de los que imaginamos.



María Jesús Delgado.
Responsable Siniestros
Particulares 1

**“Nunca me han
asustado los
retos”**



Rafael Jiménez.
Director Sucursal Marbella

**“Los cambios
pueden dejarnos
mejor posicionados”**

Actividad comercial y actividad técnica son dos caras de una misma moneda, la del negocio asegurador. ¿En qué manera consideráis que se necesitan la una a la otra?

María Jesús Delgado: Ambas actividades están unidas obligatoriamente la una a la otra, siendo ambas igual de importantes. La parte comercial se encarga de la venta del producto, mientras que la tramitación del siniestro trabaja en el servicio post-venta. Sin embargo, considero que el trabajo en equipo de estas dos áreas es el pilar fundamental de una compañía aseguradora.

Rafael Jiménez: Yo diría que la necesidad que tenemos el uno del otro es total, pues sería muy difícil mantener unos niveles altos de exigencia si no contáramos con un equipo técnico que nos permita dar un servicio de calidad, tanto para nuestros clientes como para nuestros mediadores. Así, aunque nuestro mayor empeño esté en labores comerciales, no seríamos buenos profesionales si no lo complementásemos con una buena base técnica que facilite la resolución de los problemas.

Los dos coincidís en una fuerte vinculación a Helvetia Seguros, compañía a la que pertenecéis desde hace muchos años. Es inevitable aludir a la evolución que ha seguido nuestra compañía en las últimas décadas. Vosotros habéis sido espectadores y también protagonistas de esos cambios. ¿Cómo los habéis vivido?

M.J.D.: Yo he pasado en Helvetia por una adquisición y dos integraciones, procesos en los cuales ha sido necesario hacer un esfuerzo inmenso para poder salir adelante. Pero, finalmente, lo hemos conseguido y ahora tengo más fuerzas para seguir luchando como si fuera la primera vez. Nunca me han asustado los retos.

R.J.: Pienso que el ser humano por naturaleza es reactivo a los cambios. Sin embargo, muchas veces éstos te sirven para mejorar. Hoy en día estamos siendo testigos de grandes cambios a nivel mundial que están transformando en gran medida las relaciones económicas, políticas, sociales e incluso personales con las nuevas tecnologías. En este sentido, yo considero que los cambios pueden dejarnos mejor posicionados en una época tan difícil como la que nos ha tocado vivir.

Internet y herramientas como el portal del empleado nos permiten una mayor comunicación interna, y que los empleados estén más cerca y conectados entre sí, por encima de las limitaciones físicas. ¿En qué manera creéis que han cambiado las relaciones internas dentro de la empresa gracias a las Nuevas Tecnologías?

M.J.D.: Desde que yo comencé, en 1972, a trabajar en esta compañía, he visto la evolución abismal de las técnicas y herramientas de trabajo. Hace años no era posible imaginar que llegaríamos a tener todo mecanizado como hoy en día. ¡Quién me iba a decir que los asegurados llegarían a contratar las pólizas y aperturar los siniestros por la Web o que nos comunicaríamos con los clientes y mediadores por correo electrónico o mensajes de texto! Todos estos avances informáticos han reducido los tiempos de espera para todas las gestiones y comunicaciones a tiempo real, lo que nos hace cumplir unos objetivos muy ambiciosos. Así, nuestro mayor logro ha sido trabajar en “la oficina sin papel”.

R.J.: Aquí sí hemos avanzado mucho, sobre todo a través de la canalización del sistema B2B, que nos da un soporte documental y una capacidad de dar respuestas a las nuevas realidades y necesidades dignos de reseñar. Gracias a esto, las relaciones entre empleados han mejorado en cuanto a que la agilidad y la calidad que nos aportan han influido en facilitar nuestras comunicaciones internas.

María Jesús Delgado

Un sábado ideal: Pasar el día en un Parador, en un pueblecito tranquilo.

El día que os gustaría enmarcar en vuestro recuerdo: El día que nació mi hija.

Se dice mucho, pero es mentira: No pasa nada...

No se dice nunca, pero es una gran verdad: Que existe mucha envidia.

Una comida a la que no podéis resistiros: El chocolate.

Os gustaría ser recordados como: Una buena persona.

A este mundo le sobran: La violencia y la intolerancia.

Pero también le faltan: Solidaridad.

Lo más doloroso de esta crisis es: La pérdida de los puestos de trabajo.

Una cosa que sigues haciéndola igual que cuando eras pequeña: Preocuparme por mi familia.

Un héroe de ficción que os sigue apasionando: Edward Lewis (Pretty Woman).

Y un personaje de televisión al que no soportáis: Ana Samboal.

Ese rasgo de tu carácter con el que no acabas de llevarte bien: El ser muy impulsiva.

Y ese otro que te gusta que te reconozcan: Sinceridad.

Las mejores vacaciones de tu vida: Mi viaje a Noruega.

Alguna vez te han dicho que te pareces a: Mi padre.

Una cosa que no volverás a hacer: Discutir de política.

Otra que quisieras hacer continuamente hasta el último día de tu vida: Estar con mi marido y mi hija.

Rafael Jiménez

Un sábado ideal: Una buena jornada de caza.

El día que os gustaría enmarcar en vuestro recuerdo: Muchos, pero el nacimiento de mis hijos de forma especial.

Se dice mucho, pero es mentira: El final de las guerras y el hambre en el mundo.

No se dice nunca, pero es una gran verdad: Nuestras propias limitaciones.

Una comida a la que no podéis resistiros: La fabada.

Os gustaría ser recordados como: Alguien honrado y trabajador.

A este mundo le sobran: El perfil de dirigentes políticos actuales. En un mundo de cambios, ellos no cambian.

Pero también le faltan: Valores tradicionales; con ellos, otro gallo nos hubiera cantado.

Lo más doloroso de esta crisis es: La gran cantidad de gente inocente que la padece.

Una cosa que sigues haciéndola igual que cuando eras pequeño: Comerme las uñas, por cierto, aprovecho para rectificar.

Un héroe de ficción que os sigue apasionando: Ninguno, creo más en la gente de carne y hueso.

Y un personaje de televisión al que no soportáis: Belén Esteban.

Ese rasgo de tu carácter con el que no acabas de llevarte bien: Mi mal genio.

Y ese otro que te gusta que te reconozcan: Quizás el de persona justa.

Las mejores vacaciones de tu vida: La verdad que muchas, con amigos y familiares. Tengo la costumbre de al menos una vez al año, irnos la familia solos, fuera de la rutina de la proximidad.

Alguna vez te han dicho que te pareces a: La verdad es que no, nadie me lo ha dicho.

Una cosa que no volverás a hacer: No me arrepiento de casi nada, por tanto repetiría en la mayoría de las cosas.

Otra que quisieras hacer continuamente hasta el último día de tu vida: Seguir disfrutando de mi gente, y mantenerme activo física y mentalmente.

También es cierto que ahora somos una compañía más grande, con mayor volumen y alcance territorial. ¿Qué características globales creéis que definen el proyecto de Helvetia Seguros? Para entendernos, ¿cuáles son los rasgos distintivos de su "personalidad empresarial"?

M.J.D.: Su personalidad empresarial está basada en un exquisito servicio al cliente, pues tenemos en cuenta en todo momento los valores de dinamismo, confianza y entusiasmo en el trabajo, a los que desde este año, y atendiendo al eslogan de nuestra nueva campaña publicitaria, añadimos el coraje.

R.J.: Creo en la convicción de dar una imagen de seriedad y, por tanto, generadora de confianza en el mercado.

Entrevista

Rafael tiene un mayor contacto con los clientes, si bien la actividad de siniestros también permite una interacción con los asegurados que, aunque de otra naturaleza, a María Jesús le ayuda a disponer de información de valor. ¿Cómo se nos ve entre los clientes? ¿Por qué aspectos creéis que somos conocidos?

En cierto modo, los dos formáis parte de la cadena de interacción con los clientes. Rafael, a la hora de captarlos y mantenerlos; María Jesús, en el momento en que los clientes exigen nuestra intervención. ¿Qué aspectos consideráis importantes en el trato con los clientes?

Tantos años en la compañía dan para mucho. ¿Cuáles son los recuerdos más valiosos que conserváis de vuestras respectivas trayectorias profesionales dentro de Helvetia Seguros?

Desde vuestra condición de “interlocutores” con los clientes, ¿notáis el peso de la crisis sobre los comportamientos de los clientes de algún modo?

Somos un grupo suizo. ¿En qué aspectos podemos aprender todavía de la forma de concebir el negocio asegurador de los suizos?

Ambos trabajáis con equipos humanos y en contacto con muchos compañeros. ¿Qué importancia le concedéis a la comunicación dentro de vuestra escala de valores profesional?

M.J.D.: Yo creo que los clientes nos ven como una compañía seria, con una atención personalizada y muy cercana, por lo que se nos destaca en el sector.

R.J.: Se nos ve como una compañía seria y con vocación de servicio, una compañía en la que se puede confiar y, por tanto, merecedora de depositar su patrimonio ante la eventualidad de hechos que lo puedan comprometer.

M.J.D.: El cliente siempre agradece y se encuentra más satisfecho cuando se le da un trato preferente, un contacto rápido, una explicación clara en cuanto él la demanda y una pronta resolución a su problema.

R.J.: Que perciban que hay toda una organización detrás bien coordinada y capaz de tener en marcha todos los mecanismos de respuestas en la resolución de los siniestros.

M.J.D.: El llevar tanto tiempo en la compañía me ha hecho conocer a un gran número de compañeros a los que no olvidaré nunca por todas las experiencias vividas. Además, cuento con una trayectoria profesional muy satisfactoria en las dos facetas principales que me ha tocado vivir en Helvetia: mi etapa como responsable de Producción y, actualmente, como responsable de Tramitación de Siniestros. En ambos puestos he disfrutado con mi trabajo y he aprendido en un sector muy vivo y que no se para nunca.

R.J.: Nuestro trabajo es una auténtica montaña rusa donde todo se vive con mucha intensidad. He pasado muchos buenos y malos momentos, pero me quedo con los buenos, que han sido muchos. Pero, quizás de manera especial, recuerdo mi salida de la antigua División Vida, donde dirigía un equipo de ventas, hacia la Sucursal de Málaga, como inspector y, por supuesto, nunca podré olvidar mi primer contrato laboral en el año 1988. También recuerdo con cariño cuando me hice cargo de la Sucursal de nueva creación en Marbella en el año 1998.

M.J.D.: En cuanto a la tramitación de los siniestros, la crisis se ha notado mucho. Ahora son más exigentes solicitando las indemnizaciones. Se ha agudizado mucho el ingenio, piden las indemnizaciones y no reparan los daños, se solicita que se garantice todo por las pólizas y también se ha incrementado bastante la detección de siniestros anómalos.

R.J.: Muchísimo, es una pelea continua de reajuste de primas. En la Costa del Sol se han notado de forma muy especial los efectos de la crisis con el colectivo de expatriados, con una importante depreciación de la libra frente al euro y la consiguiente pérdida de poder adquisitivo.

M.J.D.: La diferencia está en el método y la planificación, de lo que tendríamos que aprender, ya que ellos lo hacen sin prisa pero sin pausa, mientras que nosotros estamos acostumbrados a una forma de trabajo más impulsiva.

R.J.: En la disciplina, la capacidad de marcar sendas y programarlas paso a paso.

M.J.D.: En la tramitación de los siniestros, la comunicación, en una escala del 1 al 10, tendría la máxima ya que sin comunicación no se podría hacer nuestro trabajo; ella es la base principal de nuestra escala de valores.

R.J.: La comunicación es clave para el mantenimiento de un equipo, pero tiene que estar basado, además, en la confianza, para que genere la atmósfera adecuada para afrontar con garantías los retos diarios.



A debate: Expatriados

¿Cuáles son, a su juicio, las principales oportunidades y las principales amenazas de la venta de seguros para expatriados?

M.J.D.: Como oportunidades, considero que cuando el mercado de expatriados llega a España nos hace incrementar nuestra cartera de clientes de una forma considerable ya que tienen el concepto del seguro más arraigado. Pero, por otro lado, la amenaza es que también se trata de un grupo de clientes con bastante rotación y, a su vez, muy exigente.

R.J.: Una zona como la Costa del Sol tiene muchas más ventajas que inconvenientes porque este colectivo tiene una gran presencia y no aprovecharlo, no sería una decisión muy inteligente. Además, ha quedado patente la rentabilidad que nos aportan los expatriados. Sinceramente, amenazas no le veo ninguna, podemos pasar muy malos momentos como los actuales, pero la costa va ligada de forma indisoluble a la recepción de gente que quiere disfrutar de nuestro clima, nuestra gastronomía, nuestras gentes y nuestra cultura y, por tanto, siempre es generadora de oportunidades de negocio en este colectivo.

En determinadas zonas, como la de Marbella, en la que opera Rafael, los expatriados constituyen un interesantísimo nicho. ¿Cómo valoráis la evolución de ese nicho en los últimos años dentro de Helvetia Seguros?

M.J.D.: Muy positivamente, ya que se ha incrementado de manera considerable la contratación de nueva producción en las zonas en que se han establecido.

R.J.: Ha sido decisiva para el desarrollo del negocio de la Sucursal. En este sentido, ha sido muy importante el apoyo de líneas telefónicas para atención en inglés en caso de siniestro, posibilidad de emitir en idiomas, así como la incorporación de un asesor inglés, Matthew Ayling. Además, la ayuda de muchos compañeros, como Félix Sánchez y Antonio Solís, ha sido imprescindible en la creación de la estructura adecuada de profesionales, tarea clave para poder desarrollar el negocio en este colectivo.

¿Qué particularidades consideráis que tiene el trato al expatriado?

M.J.D.: Nos encontramos con que son clientes que vienen de otros países donde el modo de vida es diferente y tienen mayor costumbre aseguradora. Además, la circunstancia de la internacionalización de nuestros clientes hace que el mediador deba intervenir más en estas pólizas por problemas con el idioma o porque, cuando ocurre un siniestro, el asegurado no se encuentra en su vivienda. Por lo demás, no existen diferencias notables.

R.J.: Es un cliente muy exigente que demanda atención en idiomas y valora mucho la rapidez y calidad en la resolución de problemas.

¿Qué creéis que podemos ofrecer al expatriado que otras compañías no lo hacen?

M.J.D.: Hemos avanzado mucho en ese ámbito ya que se hace un trato telefónico en sus idiomas y los Condicionados Generales y los Particulares ya se emiten también en distintos idiomas. Incluso tenemos agentes especializados en este segmento.

R.J.: Sobre todo, podemos ofrecerle la huída de la burocracia de algunas compañías. Mantener desde la Sucursal una posición cercana con el cliente a través del mediador y contar con la cooperación de los compañeros de siniestros para darnos el apoyo necesario y poder mantener un servicio de calidad. Esta es la clave del éxito en este colectivo.



Salamanca, ciudad del pasado y futuro de la cultura

La Gramática de Antonio de Nebrija, el Descubrimiento de América y algunas de las obras más importantes del propio Miguel de Cervantes, hitos de la lengua, la Historia y la literatura españolas, se gestaron en una ciudad que respira cultura por todos sus rincones. Salamanca, situada en un lugar privilegiado de la Comunidad de Castilla y León, en plena meseta ibérica, fue elegida Capital Europea de la Cultura en 2002 por la UNESCO porque ofrece, además de un catálogo monumental y arquitectónico repleto de joyas del Renacimiento y el Barroco españoles, una intensa actividad cultural en la que el cine, la música y el teatro cobran especial protagonismo. Todo ello, aderezado con una gastronomía rica en embutidos y vinos de alta calidad que hacen un maridaje per-

fecto para deleitar a todo el que visite esta inolvidable ciudad.

Ciudad de nacimiento del Lazarillo de Tormes, en sus monumentos queda la impronta de romanos, visigodos, musulmanes y cristianos. De entre todas sus construcciones religiosas destacan sus dos catedrales. Un patio con un particular encanto une la conocida como Catedral Nueva con la majestuosa Catedral Vieja, la penúltima catedral gótica que se construyó en España. Y como edificio civil, la Casa de las Conchas, palacio nobiliario que cuenta con más de 300 conchas como decoración de su fachada.

Además de su vasta arquitectura civil y religiosa, Salamanca es mundialmente

conocida por su Universidad, la más antigua de las instituciones españolas y una de las más antiguas de Europa. Su prestigioso programa académico atrae hasta la ciudad a unos 40.000 estudiantes de todo el mundo que llegan cada año a las escuelas y facultades aportando la frescura y el dinamismo del ambiente juvenil.

Por las aulas de la Universidad, constituida como tal por Alfonso X El Sabio en 1254, han pasado como alumnos o profesores personalidades del mundo de la cultura española de la talla de Fray Luis de León, Calderón de la Barca, Fernando de Rojas o San Juan de la Cruz, entre otros. Además, en esta célebre institución se gestó la primera gramática de la len-

gua española en 1492 por Antonio de Nebrija, marcando así el inicio del Siglo de Oro español. Miguel de Cervantes Saavedra, a quien se le atribuye una estancia académica en la universidad salmantina, hizo referencias a la ciudad en algunas de sus obras, como en el célebre Don Quijote de la Mancha.

Además del atractivo académico y su derroche de cultura, tanto estudiantes como visitantes también encuentran un aliciente fantástico en la oferta gastronómica de la ciudad. Los populares pinchos de deliciosa carne, los embutidos y los hornazos, maridados con cualquier vino de la Denominación de Origen Arribes, se presentan como el reconstituyente perfecto tras una caminata por las calles salmantinas.

La provincia de Salamanca, donde se enclava la ciudad con el mismo nombre, linda con el distrito portugués de Guarda, y goza de una localización privilegiada en la Península Ibérica, pues en su geografía destacan los paisajes que conforman las Sierras de Gata, Francia y Béjar, las dehesas del Campo Charro y las llanuras de La Armuña y el Campo de Peñaranda. Una provincia para perderse y disfrutar de la naturaleza y de sus históricas ciudades.

Helvetia Seguros en Castilla y León

La presencia de Helvetia Seguros en la comunidad se encuentra ampliamente cubierta con la importante red de mediadores distribuida por las nueve provincias castellanoleonesas. Además, en Castilla y León la entidad cuenta con dos sucursales en Burgos y Valladolid.

Uno de los pilares de la fortaleza de Helvetia Seguros en Salamanca es su volumen de negocio, que alcanza algo más de 1.600.000 euros. Gracias a sus casi 6.000 pólizas suscritas, Helvetia Seguros se posiciona como una aseguradora de referencia y confianza para sus clientes y colaboradores. Las pólizas aportadas por los agentes exclusivos de la compañía en la provincia alcanzan las 5.100, muchas de las cuales pertenecen a clientes que llevan muchos años asegurados por Helvetia Seguros.

Escenario de la Historia y la Literatura

Perdersé por las calles de la ciudad es transportarse al pasado de la manera más viva posible y detenerse en la recreación de escenas como los encuentros entre Calixto y Melibea, que Fernando de Rojas, en La Celestina, sitúa en un jardín cercano a la Catedral, junto a los restos de una muralla romana. El Claustro de la Universidad de Salamanca sirvió de lugar de encuentro de Cristóbal Colón para preparar su primer viaje hacia América. Allí se reunió con un consejo de expertos astrónomos de Salamanca que fueron esenciales para su gesta. Asimismo, en la institución académica, matemáticos de la propia Universidad elaboraron el calendario gregoriano que se internacionalizó y se usa hoy en todo el mundo.

Salamanca, ciudad de cine

Por su tradición, por su historia, por sus paisajes urbanos de grandes plazas y empedradas calles, Salamanca se ha convertido en el escenario perfecto para los grandes directores de cine que, embriagados por la ciudad, la han elegido para la ambientación de sus películas.

Luis Buñuel, rodó en 1932 Las Hurdes (Tierra sin pan) en Salamanca, despertando el interés por la ciudad de muchos artistas europeos que se acercaron a visitarla. Ya en los años ochenta, José Luis Cuerda también recurrió al escenario salmantino para grabar El Bosque animado, una de sus cintas más célebres.

Y no han sido los directores españoles los únicos que han acudido a Salamanca para ambientar sus producciones, ya que en 1992 Ridley Scott también rodó 1492, la conquista del paraíso por las calles de esta ciudad.

El interés suscitado por la ciudad llevó al Consistorio de la misma a crear Salamanca Film Comisión, un ente público que se encarga de brindar a las productoras toda la información logística, artística y profesional necesaria para rodar en Salamanca.



Tan invisible como necesario

El Departamento de Servicios Generales es el responsable de que ese gran buque empresarial que es Helvetia Seguros disponga de la logística y las máquinas necesarias para navegar sin dificultades y resolver ágilmente las incidencias que surjan que nunca pueden ralentizar o parar el rumbo. Su labor consiste no sólo en garantizar el buen funcionamiento de toda la maquinaria, sino también en introducir las mejoras necesarias para que el buque no pierda velocidad ni eficiencia.

Encuadrado dentro del Área de Administración y Finanzas, el Departamento tiene la peculiaridad de estar repartido en las tres sedes de la compañía: Sevilla, Pamplona y Madrid, donde se localiza la responsabi-

dad del mismo, a cargo de Toñi Ferrezuelo. La actividad del Departamento se desarrolla de cara a la actividad de los empleados, a sus recursos técnicos y a sus instalaciones. Se trata de un Departamento al servicio de toda la organización, que integra y asume diversos subprocesos que afectan a todo el organigrama de la compañía.

El equipo humano de este Departamento está conformado por 16 profesionales, 7 en Madrid, 6 en Sevilla y 3 en Pamplona. Cada uno de los equipos atiende las necesidades propias de su zona de influencia, pero todos juntos trabajan de acuerdo con un protocolo y una planificación coordinada desde Madrid. Las dificultades derivadas de la separación física



Toñi Ferrezuelo,
Responsable del Departamento

se ven subsanadas por una dinámica de comunicación fluida a través de teléfono, videoconferencia y correo electrónico, aunque son habituales las reuniones de trabajo presenciales gracias a la movilidad de sus miembros, especialmente la de su principal responsable.

"Todos sabemos hacer de todo pero cada uno de nosotros está especializado en algo", explica Toñi Ferrezuelo para definir el perfil profesional de los compañeros que forman este Departamento. Porque no hay un perfil definido: manda la heterogeneidad, siguiendo la premisa de la complementariedad. Y es que se trata de un Departamento que asume todo tipo de gestiones de distinta naturaleza. Tantas



Sede de Sevilla.

EL DEPARTAMENTO DE SERVICIOS GENERALES SE ENCUADRA DENTRO DEL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS Y TIENE LA PECULIARIDAD DE ESTAR REPARTIDO EN LAS TRES SEDES DE LA COMPAÑÍA: SEVILLA, PAMPLONA Y MADRID

como necesidades existen dentro de la organización.

¿Y cuáles son esas necesidades? En primer lugar, la actividad del correo físico. Todo el correo físico es gestionado y coordinado por este Departamento.



Sede de Madrid.



Sede de Pamplona.

En segundo lugar, la gestión de los archivos documentales de toda la compañía. Cada una de las sedes dispone de su propio archivo, coordinado por los responsables de este Departamento y gestionado a través de un sistema que, de acuerdo con la Ley de Protección de Datos, garantiza en todo momento la trazabilidad de cualquier documento circulante.

En tercer lugar, todo lo que se refiere a oficinas e instalaciones de uso propio.

ESTE DEPARTAMENTO PONE A DISPOSICIÓN DE LA EMPRESA LA LOGÍSTICA Y ELEMENTOS NECESARIOS QUE PERMITEN AVANZAR EN SU DÍA A DÍA, RESOLVIENDO CUALQUIER CONTINGENCIA DERIVADA DE SU ACTIVIDAD

Lo que implica no sólo el mantenimiento correctivo y preventivo, sino también las reformas y la distribución y acondicionamiento de cualquier espacio de titularidad de la empresa.

En cuarto lugar, la gestión presupuestaria de todo el gasto derivado de la actividad cotidiana de la compañía, y también la gestión de los suministros, servicios y compras de bienes, a excepción de los equipos informáticos.

En quinto lugar, el control de todos los documentos de imprenta, lo que implica su elaboración, actualización, inventario, etc.

En sexto lugar, la gestión de inmuebles. O lo que es lo mismo: optimizar la rentabilidad del patrimonio inmobiliario de Helvetia Seguros, con la administración de los arriendos a terceros, la comercia-

lización de inmuebles, la actualización de las tasaciones o la gestión del presupuesto de inmuebles existente para el mantenimiento y las reparaciones.

Y en séptimo lugar, un conjunto de tareas diversas y no encasillables en un único ámbito de actividad: desde la colaboración en Prevención de Riesgos y Salud Laboral a la coordinación en la Oficina de Proyecto del Plan de Sistemas Anual, pasando por otras muchas que surgen de forma cotidiana y que resultan de lo más variadas.

De forma transversal a estas competencias, el Departamento vela por el cumplimiento de los máximos estándares de calidad y también por el ahorro energético y el control de la eficiencia. Calidad y ahorro energético marcan la pauta en la gestión con los proveedores en todos los ámbitos: desde la energía eléctrica hasta la limpieza, pasando por la instalación de elementos de señalización externa, el mobiliario o los consumibles.

Si hubiera que comparar a este Departamento con alguna función del cuerpo humano, Toñi Ferrezuelo elegiría el aparato locomotor. Porque no hay duda de que el Departamento de Servicios Generales es el que pone a disposición de la empresa la logística y elementos necesarios que permiten avanzar en su día a día, asumiendo/resolviendo cualquier contingencia derivada de su actividad. Lo que no impide, según Toñi, que sea uno de los departamentos más desconocidos dentro de Helvetia Seguros. "Parecemos invisibles –explica– pero pocas cosas no cuentan con la intervención de este Departamento". Con un enfoque cada vez más técnico y profesionalizado, es un Departamento al servicio de toda la organización. Para lo que es muy importante la flexibilidad y la capacidad de respuesta. Y es que la gestión cotidiana de la compañía, aunque bien planificada, está sometida a imprevisiones a las que necesariamente hay que hacer frente y saber resolver a tiempo. Ésta es la labor de este Departamento, tan invisible y a la vez tan necesario como el sistema locomotor que activa nuestras piernas y nos permite caminar.

“Graduados Helvetia”, la excelencia mediadora ya tiene titulación

Helvetia Seguros ha creado un ambicioso título académico especializado que sitúa a la compañía a la vanguardia nacional del sector en el ámbito de la formación para mediadores.



Helvetia Seguros ha alcanzado un importante hito dentro de la formación que ofrece a sus agentes con la creación de un nuevo título académico especializado. Se trata del “Graduado Helvetia”, que sirve como colofón a su principal programa formativo para agentes, el Plan de Agentes de Carrera (PAC). El pasado 26 de marzo, la Sala Helvetia acogió el acto académico de entrega de diplomas a la primera promoción que ha obtenido la titulación como “Graduados Helvetia”, tres destacados agentes que vienen recibiendo desde hace cuatro años la formación especializada del PAC.

Los tres agentes, Antonio García Rodríguez, de Rota (Cádiz); Santos Sáenz Vicaría, de Andújar (Jaén); y Javier Martínez Rueda, de Murcia, acompañados por sus familias, manifestaron su agradecimiento a Helvetia Seguros por la formación recibida. En representación de los tres nuevos graduados, Santos Sáenz declaró su entusiasmo por “formar parte de este gran proyecto empresarial” y valoró positivamente los esfuerzos que la compañía hace en la formación de su red comercial.

El acto contó con la intervención de Javier García, director de Marketing y Comunicación de Helvetia Seguros; Javier



Sierra, socio director de la consultora Eutropía, corresponsable del programa formativo del PAC conjuntamente con el Departamento de Formación; Juan Manuel Rico, responsable de dicho Departamento; José García, director de Ventas, y José María Paagman, director general de Helvetia Seguros, quien se encargó de dictar el discurso de clausura.

Durante su discurso, Paagman destacó el papel de los mediadores en el negocio de Helvetia Seguros, enunciando algunas de las iniciativas estratégicas promovidas por la compañía para favorecer una ma-

yor vinculación entre la compañía y el canal de mediación. Así, junto al Concurso Nacional de Ventas, el Club Helvetia o la plataforma B2B, el director general destacó el importante papel de la formación. En este sentido, Paagman resaltó que “sólo en 2011, Helvetia Seguros impartió 106.627 horas de formación a su red de agentes. Esta cifra supone un incremento, con respecto a 2010, de un 16,6%. La media de horas anuales de formación recibidas por agente se situó en 36,6.

Dentro de la formación para agentes, el director general destacó el PAC. “Qué duda



cabe -explicó- que el Plan de Agentes de Carrera, que conocemos como PAC, es el instrumento más completo promovido por Helvetia Seguros para cimentar la personalidad Helvetia”.

La obtención del “Graduado Helvetia” se produce después de que los tres titulados hayan cursado un programa formativo que se ha prolongado a lo largo de los últimos cuatro años y que ha contado con tres módulos: Acercamiento comercial al cliente, Visión comercial y Plan de desarrollo de agencias. En este último módulo, los tres agentes seleccionados se han sometido, entre febrero de 2011 y febrero de 2012, a una acción de acompañamiento y seguimiento (coaching) encaminada a lograr unos objetivos anua-

les previamente trazados de acuerdo con los responsables comerciales de los agentes. Aunque este seguimiento por parte de la consultora Eutropía ha finalizado, la planificación comercial se mantendrá anualmente hasta 2014, con un seguimiento anual de los objetivos a cargo de los responsables de las Sucursales a las que dichos agentes están adscritos.

El objetivo de Helvetia Seguros es dotar de continuidad a esta nueva titulación académica que, según Javier Sierra, socio director de Eutropía, es prácticamente insólita dentro del sector asegurador, con lo que la compañía se sitúa a la vanguardia nacional en el ámbito de la formación para agentes.

Curso sobre compromiso y decisión para los equipos de tramitadores

Un grupo de 66 empleados del Grupo de tramitadores de Sinistros de Autos, Empresas y Personales, y del Grupo de tramitadores de Atención de Sinistros, ha tenido la oportunidad de incrementar sus habilidades en el desempeño gracias a la formación adquirida en el curso “Compromiso y Decisión de los Equipos de Tramitadores de Helvetia Seguros”.

En cuatro sesiones formativas de ocho horas cada una, dos de ellas en Pamplona (el 6 y el 7 de marzo) y otras dos en Sevilla (el 27 y el 28 de marzo), la consultora externa Nuria Gómez ha realizado, junto a los asistentes, una reflexión sobre la responsabilidad personal de las actuaciones profesionales de los tramitadores.

Además, la consultora ha preparado a los 66 participantes para mejorar su empatía con los clientes para favorecer una comunicación clara, conciliadora y positiva con la red comercial. Asimismo, los tramitadores han recibido formación sobre su área de influencia, para poder optimizar sus decisiones comerciales, todo ello en un ambiente muy positivo de trabajo.



Cursos de liderazgo y dirección de personas para mandos intermedios



Veintitrés mandos intermedios, entre directores de Sucursal, responsables de Departamento y responsables de Grupos de tramitación de siniestros, han concluido en el mes de abril sendos cursos de liderazgo y dirección de personas impartidos por la prestigiosa consultora Otto Walter.

El primero de los cursos ha sido el "Executive de Liderazgo y Dirección de Personas". En él participaron un total de 12 profesionales. Durante 40 horas, los asistentes recibieron formación de utilidad orientada a mejorar la capacidad de mando a través de un trato motivador, constructivo y favorecedor

de un buen clima de trabajo. Repartida en cinco intensas jornadas de trabajo, la formación ha servido para que los 12 profesionales de Helvetia Seguros aumenten su nivel de competencias para liderar y gestionar de manera más eficaz el conocimiento y talento de sus equipos.

El segundo ha sido una profundización recordatoria del anterior. Bajo el título de "Consolidación en Dirección de Personas", el curso pretendía consolidar la formación recibida hace años, proporcionando herramientas concretas para poner en marcha los objetivos de impulso del talento y aprovechamiento eficaz del trabajo de los equipos. Con una duración de 24 horas, divididas en 3 jornadas de trabajo, los directores de Sucursal participantes han evaluado el *modus operandi* de sus operaciones diarias de manera integral para mejorar los puntos clave de su trabajo tras realizar una profunda reflexión del mismo.

Optimización de técnicas de venta para asesores comerciales

Un grupo de 15 asesores comerciales de distintas Zonas participaron en el curso de formación "Técnicas de Venta", en la sede central de Sevilla, los días 22 y 23 del pasado mes de marzo.

A lo largo de 16 horas lectivas, los asesores comerciales tuvieron la oportunidad de formarse en el modelo de gestión comercial de Helvetia Seguros, en una acción dirigida por la consultora Eutropía.



Curso de gestión de información en CRM



Una de nuestras profesionales del Área de Ventas, Ana Conde, ha sido la encargada de impartir el curso "Partes de Actividad SAP CRM" para directores de Sucursal y asesores comerciales. Distribuido en ocho sesiones lectivas, impartidas en distintas zonas de todo el territorio nacional entre el 12 y el 31 del pasado enero, el curso ha sido muy útil para actualizar los conocimientos requeridos en materia de gestión de la actividad comercial y de la información a través de CRM.

Sexto año del curso “SABES”



El curso Seminario de Aprendizaje Básico y Específico en Seguros, entre todos conocido como curso SABES, ha alcanzado su sexta edición. Celebrado entre el 9 y el 27 del pasado mes de enero, en él han participado 18 asesores comerciales de reciente incorporación. Con una duración de 95 horas lectivas, su objetivo es dotar a los participantes de

los conocimientos básicos relacionados con la actividad aseguradora y con los productos comercializados por Helvetia Seguros. Los asesores también recibieron completa formación en metodología de sistemas de venta y en nuevas herramientas y estadísticas de gestión.

El Departamento de Formación de Helvetia

Seguros ha resaltado el enorme esfuerzo realizado, tanto por los alumnos como por los monitores y profesores que han impartido los distintos módulos. En su sexta edición, los dos alumnos más destacados han sido Rocío Villuendas, de Sucursal Zaragoza, y Francesc Casanovas, de Sucursal Cataluña Agentes. Los dos han sido entrevistados por *En buena compañía*.



Rocío Villuendas.
Sucursal Zaragoza

“Ha sido un curso muy instructivo, del que destaco las clases de Ingeniería y Empresas”



Francesc Casanovas.
Sucursal Cataluña Agentes

“Ahora, gracias a la formación que me han dado los técnicos, me veo mucho más capaz de defender y asesorar mejor sobre cualquier producto”

1. De todas las enseñanzas adquiridas en el curso, ¿cuál es la que creéis que podrá ayudaros más en vuestro desempeño profesional?

Rocío Villuendas: Todas las enseñanzas han supuesto una gran ayuda a mi desempeño profesional, ya que ha sido un curso muy instructivo, del que destaco las clases de Ingeniería y Empresas.

Francesc Casanovas: No podría reducir las sólo a una porque he aprendido de todos los productos sin excepción. Quizá me serán de más utilidad lo aprendido sobre los productos sobre los que menos información tenía. Ahora, gracias a la formación que me han dado los técnicos, me veo mucho más capaz de defender y asesorar mejor sobre cualquier producto.

2. ¿Cuáles son los “ingredientes” con

los que, a vuestro juicio, se “cocina” a un buen asesor comercial?

R.V.: Creo que los ingredientes son: tener claros los objetivos, aplicar una correcta metodología para lograrlos, así como ser capaces de dirigir y formar a nuestra red fortaleciendo el valor del trabajo en equipo.

F.C.: Considero que hay dos aspectos esenciales. En primer lugar, la formación. En segundo lugar, saber demostrar actitudes de empatía para poder conducirlo hacia el camino de operaciones duraderas.

3. ¿Cómo ha sido el ambiente del curso?

R.V.: El ambiente ha sido fenomenal. He tenido la oportunidad de conocer a un grupo de compañeros que me ha aportado muchísimo por sus experiencias comerciales. He aprendido mucho de ellos y, además, mantenemos el contacto.

F.C.: El ambiente ha sido increíble des-

de el primer día. Es más, al acabar el curso, con muchos de los compañeros había una sensación de conocernos desde siempre. La iniciativa no sólo me ha servido a nivel profesional, ya que por la gran experiencia en el sector de la mayoría de ellos he aprendido muchísimo, sino que además estoy seguro de haber hecho grandes amigos.

4. ¿Cómo veis a nuestra compañía en la situación actual desde el punto de vista comercial?

R.V.: Veo una compañía sólida, innovadora y dinámica.

F.C.: Tenemos buenas pólizas, buena respuesta ante siniestros y una marca bien valorada frente a otras compañías y entidades financieras. Aunque estamos en crisis, creo que, comercialmente, este puede ser nuestro momento.

Ruta de las caras

Buendía, Cuenca



Adentrándonos en la versión más rural de Castilla-La Mancha, podemos encontrar un espacio natural tan desconocido como enigmático. Como si de una novela de ficción se tratase, el pequeño pueblo conquense de Buendía esconde grandes secretos, que se tornan en gratas sorpresas al vislumbrar la calidad natural que atesora. Todo este halo de misterio resume un camino de casi 15 kilómetros desde Buendía hasta una zona de escultura contemporánea que convierte este entorno manchego en el híbrido perfecto entre senderismo y arte.

La creación de esta ruta corrió a cargo de Jorge J. Maldonado y Eulogio Reguillo, quienes esculpieron en el año 1992 esta expresión artística multidisciplinar que rebosa cultura a lo largo de su camino. De este modo, al observar el entorno sobre el que se asienta esta ruta, queda patente la belleza que inunda Castilla La Mancha. Entre las esculturas que podemos encontrar a lo largo de este sinuoso camino podemos resaltar algunas como El Chamán, El Beethoven o La Carabela, que conforman una ruta de aproximadamente una hora para niños y mayores.

La Ruta de las Caras ha logrado ser dotada por parte de sus autores de un carácter arcaico y distintivo gracias a la localización dentro de un paraje formado por pinos y rocas areniscas, lleno de vegetación y con un inconfundible olor a naturaleza, que lo caracteriza por ser un lugar no sólo destinado al ocio y al senderismo, ya que su índole mística le otorga la condición de tratarse de una localización propicia para la reflexión y el descanso.

Sin embargo, esta coyuntura no implica que una visita a Buendía se limite al disfrute del descanso, debido a que el pantano sobre el que se sitúa la Ruta de las Caras permite la realización de múltiples actividades deportivas acuáticas, vela, lanchas motoras e incluso pesca. Una oportunidad perfecta para las familias con hijos que quieran alternar unos días de relax con algunos momentos lúdicos y de ocio.

Pensando ya en los más ambiciosos, este paraje se encuadra dentro de una provincia, Cuenca, que cuenta con muchísimos destinos atractivos de cara al viajero como el Parque del Hosquillo, las Torcas

Ruta de las caras

Dónde dormir:
La Casa de las Médicas: Calle San Pedro, 2. Buendía
Teléfono: 969373145

Albergue Educativo Buendía: Ctra. Carrascosa-Sacedón. Buendía
Teléfono: 618507160

Dónde comer:
Mesón de Castilla: Calle Botica, 23. Buendía
Teléfono: 969373064

Restaurante Buendía: Calle La Fuente, 5. Buendía
Teléfono: 969373218

Hostal el Obispo: Calle Frontón, 5. Buendía
Teléfono: 969373103

SUCURSALES DE HELVETIA SEGUROS MÁS PRÓXIMAS:
Sucursales Madrid Grandes Agencias, Madrid Corredores, Madrid Expansión y Madrid Gestión
Paseo Gral. Martínez Campos 21, 1º (Madrid)
Tel: 916 171 006

de Palancares, la Ruta del Rodeno o Valeria Ciudad Romana.

En lo referente al pueblo de Buendía, el más cercano a las esculturas, es reseñable la presencia de monumentos como la Iglesia de la Asunción o la Ermita. Por si fuera poco, esta población conquense cuenta con dos fiestas a lo largo del año. La primera de ellas tiene lugar en primavera, concretamente el segundo fin de semana de mayo, donde tiene lugar el traslado de la Virgen de los Desamparados. Por otro lado, en septiembre hay dos semanas de fiesta, la primera y la segunda. En la primera, la Virgen es devuelta a la Ermita, mientras que en la segunda se celebran encierros populares y corridas de toros.

En conclusión, la Ruta de las Caras es la excusa perfecta para escaparse un fin de semana con la familia para disfrutar de un entorno natural que ofrece un gran abanico de opciones turísticas y que, a pesar de poseer un carácter eminentemente rural, se encuentra a tan sólo una hora y media de Madrid.

