

en buena compañía

Revista de la compañía aseguradora **Helvetia Seguros**

Julio 2012 Nº 27

Reportaje central

Solvencia II, la garantía de estabilidad para el mercado asegurador europeo

Nuestros proveedores

DCD

En buena compañía con...

José Manuel Fernández Alvarino

Vivir en...

Huelva

6

Noticias

Cumpleaños feliz



10



Carta del Director General	3
Noticias	4
RSC	
Asociación Arcángel	14
Nuestros proveedores	
DCD: Destrucción Confidencial de Documentación	16
Actualidad del seguro	18
Entrevista	
Pascual Pastor, agente de Teulada (Alicante)	20
En buena compañía con...	
José Manuel Fernández Alvaríño, presidente de la Confederación de Empresarios de Pontevedra	22
Helvetia Seguros, al día	24
Reportaje	
Solvencia II, la garantía de estabilidad para el mercado asegurador europeo	26
De cerca	
Con buena marcha	30
Entrevista	
Esther Santamaría. Responsable del Departamento de Inversiones	
Antonio Tadeu. Responsable comercial de Vida Zona Noroeste	32
Vivir en...	
Huelva	36
Departamentos y Sucursales	
Sucursal San Sebastián	38
Formación	40
Rumbo Seguro...	
Sierra Norte de Madrid	42
De lo nuestro	43

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":

Atravesamos momentos difíciles. Meses complicados para la economía europea y española, en los que las noticias se producen a velocidad de vértigo, generando inquietud y cierta desconfianza que no favorece el normal desarrollo de la actividad empresarial. Frente a esta incertidumbre, Helvetia Seguros sigue trabajando para intentar alcanzar los objetivos definidos en la Estrategia Helvetia 2015+, desarrollando sus diferentes iniciativas. Sin embargo, está siendo complicado situarnos en las tasas de crecimiento esperadas. Por ello, apelo al esfuerzo de todos para dar un impulso añadido al trabajo diario, que nos permita reconducir la hasta ahora negativa evolución de ese bloque de negocio.

Entre las iniciativas que, lideradas por el propio Grupo Helvetia, se están desarrollando con firmeza, se encuentra la adaptación de la compañía a la directiva europea Solvencia II. De este proyecto tan trascendental se da buena cuenta en el reportaje central de este número de "En buena compañía". Los recursos empleados y la importante dedicación a este proyecto corporativo implican un posicionamiento claro de Helvetia Seguros en cuanto a solvencia, eficiencia y confianza.

Pero, para generar confianza, primero es necesario que esa confianza exista dentro de la organización. Que todos los que forman parte del proyecto empresarial de Helvetia Seguros se sientan parte del mismo, y que estén alineados con la estrategia y la visión de la compañía. Ello se consigue a través de un diálogo fluido y basado en la sintonía entre la empresa y sus empleados. Lo que se traduce en logros internos como la reciente aprobación del Plan de Igualdad, todo un hito que garantiza la igualdad real y efectiva de trato y oportunidades entre mujeres y hombres dentro de Helvetia Seguros, con una hoja de ruta muy definida en ámbitos tan diversos como el acceso al empleo, la formación y el desarrollo profesional, las medidas de conciliación de la vida laboral y personal o las políticas de retribución. Junto a esta importante novedad, se acaba de lanzar la segunda edición de "Ev@lua", el programa exclusivo de evaluación del desempeño de nuestra entidad, en cuyo desarrollo y aplicación se han introducido las mejoras que se han considerado necesarias después de su implantación en 2011.

Hablábamos antes de posicionamiento. También hay que hablar de notoriedad. Posicionamiento y notoriedad son las claves para garantizar la visibilidad de Helvetia Seguros como compañía líder. También se han dado pasos recientes muy positivos en esta línea. Nuestra presencia, por ejemplo, como patrocinadores en el X Congreso Nacional de Agentes y Corredores de Seguros celebrado en Burgos, con la participación de agentes de la compañía y directivos en algunas de las sesiones de debate refuerza no sólo nuestra imagen, sino también nuestro fuerte compromiso con la mediación, canal principal de distribución de Helvetia Seguros.

Y si hablamos de notoriedad, hay que hablar también de los actos conmemorativos organizados con motivo del XXV Aniversario del Edificio Helvetia, que alberga nuestra sede central en Sevilla. Con la ilustre presencia de Rafael Moneo, arquitecto del edificio, los actos programados han significado un reconocimiento al compromiso de Helvetia Seguros con su territorio de implantación, evidenciado en las palabras de las autoridades participantes en el acto, que señalaron a nuestra compañía como una de las más fuertemente vinculadas con la capital hispalense.

Y ese cuidado de nuestro patrimonio inmobiliario se refleja en dos recientes noticias de alcance, producidas en distintos puntos de nuestra organización. La primera, relativa al inicio de las obras de rehabilitación integral de la sede de Madrid, en el emblemático Paseo de Recoletos. Y la segunda, a la inauguración oficial de los locales a los que se han trasladado las Sucursales de Pamplona Agentes, en pleno centro comercial de la capital navarra.

No quiero dejar de felicitar a los distintos clubes y federaciones patrocinados por Helvetia Seguros. Sus respectivas temporadas han tenido buenas dosis de sufrimiento, éxitos y, sobre todo, CORAJE. Confío en que las selecciones de balonmano y hockey consigan alguna medalla en los ya próximos Juegos Olímpicos de Londres. Nuestra compañía suele dar buena suerte y, en cualquier caso, estoy seguro de que lucharán al máximo, sabiendo que detrás tienen a un magnífico patrocinador.

Como suelo hacer en estas fechas, os deseo un feliz y descansado verano, en el que os invito a reponer fuerzas para afrontar la segunda parte del año con el mayor entusiasmo para poder alcanzar los retos que tenemos por delante.

Un fuerte abrazo para todos.

José María Paagman

Director General de Helvetia Seguros





La sede de Madrid exhibirá, durante dos años, el mayor anuncio de Helvetia Seguros

Las obras en la sede de Helvetia Seguros en Madrid, en pleno Paseo de Recoletos, están a punto de comenzar. Después de que la reforma general del edificio haya sido aprobada, se procederá al vaciado integral del inmueble. Y aprovechando esta importante reforma, la compañía está trabajando en la colocación de una lona publicitaria desplegada en la fachada del edificio que genere un reclamo atractivo en una de las zonas de España con mayor densidad de tránsito de personas y de vehículos. Las imágenes elegidas forman parte de la actual campaña publicitaria que gira en torno al coraje, de forma que aprovechemos las sinergias de la misma. Como novedad, la gráfica incorporará un código "bidi" (para lectores QR), redireccionado a una página web con información de interés sobre Helvetia Seguros, que se irá actualizando con mensajes y campañas específicas.



Helvetia Seguros ya cuenta con Plan de Igualdad

Helvetia Seguros dispone ya de un Plan de Igualdad, suscrito con la Representación Sindical de los empleados, que garantiza la igualdad real y efectiva de trato y oportunidades entre mujeres y hombres en el seno de la empresa. Este Plan establece asimismo un programa de actuación donde se definen distintas acciones positivas que deben desarrollarse en los siguientes ámbitos: acceso al empleo, formación y desarrollo profesional, retribución, comunicación, medidas de conciliación de la vida laboral y personal, violencia de género y protocolo de actuación ante cualquier comportamiento de acoso sexual.

Con la aprobación de este Plan, que se enmarca en la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo, se pone fin a un largo y fructífero proceso de diálogo que se inició el 11 de diciembre de 2009 con la constitución de la Comisión Negociadora del Plan de Igualdad. Todas las partes han valorado de forma unánime y muy positiva el acuerdo, que en todo caso no supone un punto de llegada sino, más bien, un escenario de partida, ya que el diagnóstico de situación planteado servirá como base para el trabajo en siguientes etapas.

Se prevé que la Comisión de Seguimiento del Plan mantenga su primera reunión tras el verano, el próximo 28 de septiembre, a fin de avanzar en las distintas medidas.



Disfrutar con prudencia en los San Fermín

Un año más, Helvetia Seguros ha querido contribuir al normal desarrollo de la festividad de los Sanfermines de Pamplona. Y lo ha hecho, como viene siendo habitual en los últimos años, combinando la presencia de marca con una actividad de concienciación dirigida al público asistente, y especialmente a los turistas.

Para ello, las marquesinas de los autobuses urbanos fueron dotadas con carteles de recomendaciones sobre seguridad y salud personal para prevenir la posibilidad de accidentes en los encierros. Recomendaciones que no por obvias para el público local resultan menos importantes para los turistas, quienes muchas veces, dejándose llevar por la desinhibición de la fiesta, olvidan los peligros a los que se enfrentan a la hora de participar en las carreras matutinas. Utilizar prendas blancas, no tocar a los toros, no correr bebido o drogado, utilizar el calzado adecuado o no detenerse durante la carrera son algunas de las recomendaciones que Helvetia Seguros hizo llegar a los corredores a través de las marquesinas, y no sólo en castellano sino también en euskera, inglés, francés y alemán, al objeto de facilitar su comprensión por todos los participantes.

Buenas noticias de todos los patrocinios deportivos de Helvetia Seguros

El inicio de verano es un buen momento para hacer balance sobre la temporada deportiva de los distintos clubes que patrocina Helvetia Seguros y que sirven a los objetivos de posicionamiento y notoriedad de nuestra marca. Con nuestro apoyo, además, permitimos el mantenimiento de proyectos deportivos que precisan de financiación.

Aunque la actividad de patrocinio deportivo desarrollada por Helvetia Seguros es extensa y muy diversa, y en muchos casos está orientada a apoyar proyectos de base de acuerdo con una política estratégica basada en la proximidad, hay algunos patrocinios de mayor calado y con los que la compañía obtiene una visibilidad importante. Nos referimos a algunos como el del Helvetia Anaitasuna de Balonmano, el del Écija Balompié, el del Helvetia Rugby, el de la Real Federación Española de Balonmano o el de la Real Federación Española de Hockey. Lo cierto es que el año ha sido bueno para todas estas entidades y clubes, por lo que hemos tenido buena suerte con la apuesta que hicimos por todos ellos.

Así, por ejemplo, después de ascender el año pasado a la máxima categoría del balonmano español (Liga Asobal), el Helvetia Anaitasuna ha finalizado en la 12ª posición, duplicando los puntos del último clasificado y habiendo asegurado su permanencia en la División de Honor varias jornadas antes del final de la liga, lo que ha sido un gran éxito. Tras ocho años en la presidencia de la SCDR Anaitasuna, Javier Labayru, artífice del patrocinio de Helvetia Seguros durante los últimos seis años y gran amigo de nuestra entidad, ha debido dejar su puesto de acuerdo con lo establecido por los estatutos de la Sociedad, dejando al equipo en su nivel más alto de los últimos treinta años. Desde "En buena Compañía" le agradecemos su colaboración, le felicitamos por su gran trabajo y le deseamos todo lo mejor en esta nueva etapa, en la que, con seguridad, seguirá siendo un referente y un excelente consejero para el nuevo presidente, Iñaki Azcona, al que también deseamos los mayores éxitos. Para la próxima temporada, Helvetia Anaitasuna seguirá



apostando por jóvenes valores de la cantera, habiendo renovado ya al bloque principal de jugadores de la pasada campaña, con el fin de afianzar su proyecto en la competición de balonmano más importante de nuestro país.

En cuanto al fútbol, un año más Helvetia Seguros ha vuelto a patrocinar al Écija Balompié. Aunque la temporada no ha sido brillante por distintas causas (cambio de técnico, falta de un delantero goleador, etc.), el equipo ha mantenido su categoría en la Segunda División B (15º puesto del Grupo IV), siendo uno de los menos goleados del grupo y después de realizar un final de temporada excelente, que nos hace ser optimistas para la próxima temporada. Para la campaña 2012/2013, el club está trabajando en mantener al entrenador y al grueso del bloque, especialmente a los jugadores de la cantera, lo que posibilitará una positiva continuidad del buen final de la pasada campaña. También hay que destacar la excelente gestión económica de la actual directiva (por desgracia, rara avis en el fútbol español), sostenida en buena parte por el siempre solvente y responsable patrocinio de Helvetia Seguros.

Más sufrimientos nos ha dado esta temporada el sevillano Helvetia Rugby, aunque, al final, en el último partido, jugando fuera de casa y con muchas adversidades, ha conseguido mantenerse en la División de Honor B, consiguiendo el hito de clasificarse por delante del histórico Club Deportivo Arquitectura de Madrid. Confiamos en que, durante la próxima campaña, los muy jóvenes jugadores del equipo demuestren su progresión y disfrutemos de una liga con mejores resultados.

Por lo que respecta al patrocinio de las federaciones deportivas, Helvetia Seguros está más que satisfecha. Y es que tanto balonmano como hockey son los dos únicos deportes colectivos en los que España ha conseguido la clasificación de sus selecciones masculina y femenina para los Juegos Olímpicos de Londres. ¡Enhorabuena!. Además, en los respectivos torneos clasificatorios, nuestra entidad consiguió un alto retorno de notoriedad, especialmente por su presencia en las retransmisiones deportivas, para las que se diseñó un programa específico que potenciase la visibilidad de la compañía. Deseamos a los cuatro equipos todo el éxito en el mayor evento deportivo mundial.



Nuevas oficinas comerciales en Pamplona

Mantener una excelente visibilidad de Helvetia Seguros en Pamplona y favorecer una mejora de su servicio comercial a mediadores y clientes. Esas son las razones por las que las Sucursales Pamplona Agentes A y B han trasladado sus oficinas desde la anterior localización en la Avenida de San Ignacio hasta las nuevas dependencias en la Avenida de Carlos III de la capital navarra. Se trata de un emplazamiento privilegiado debido a su condición de arteria comercial y de céntrica zona peatonal de la ciudad. La nueva oficina se sitúa en la primera planta del número 7 de la Avenida de Carlos III. El cambio de enclave ha propiciado también una mejora en la funcionalidad y una renovación integral del equipamiento de las instalaciones.

El acto de inauguración se celebró el pasado día 22 de mayo, y contó con la presencia de todo el Comité de Dirección de la compañía, encabezado por el propio director general, José María Paagman, así como por el director de la Zona Norte, Carlos Eslava, y los directores de las Sucursales anfitrionas y de las Sucursales del resto de dicha Zona. También fueron invitados todos los agentes de Pamplona. Tras la bendición de las instalaciones, tanto las palabras del sacerdote oficiante como las del director general de la compañía se centraron en desear lo mejor para el equipo que las utiliza a diario, resaltando la importancia de los valores humanos y del "coraje" que hoy hace falta para conseguir unos buenos resultados comerciales.



Nueva emisión de "Helvetia Rentabilidad+"

A finales de julio concluye la comercialización del producto de Vida ahorro-inversión "Helvetia Rentabilidad+", una interesante oportunidad de inversión que, como en anteriores ocasiones, combina unas excelentes condiciones de rentabilidad con una gran seguridad. Se trata de un complemento a la importante oferta de Vida Ahorro de la compañía, una emisión limitada y única de inversión en mercados de renta fija.

Se trata de un producto con una estrategia de inversión que proporciona una mayor rentabilidad a vencimiento que los seguros tradicionales de ahorro, con una alta seguridad y protección proporcionadas por los activos en los que invierte y que aportan la garantía del seguro. Además, "Helvetia Rentabilidad+" incluye un capital adicional de fallecimiento y permite la posibilidad de rescate una vez transcurrido el primer año.

Desde estas páginas animamos a la red comercial a impulsar la contratación de este interesante producto, antes de que llegue el fin de este mes.



Promoción 3x2 para Autos

Hasta final del presente mes de julio, con la contratación de un seguro de Autos a Todo Riesgo, Helvetia Seguros mantiene una gran promoción: durante los dos primeros años del seguro, el cliente pagará su prima, pero el tercero le saldrá gratis. Es la llamada promoción 3x2, que puede contribuir al incremento de la contratación de seguros de Autos y que, entre todos, debemos difundir e impulsar.

Se trata de una oferta muy suculenta para los clientes, pero es importante conocer bien las condiciones de la oferta a la hora de presentarla. Así, hay que tener en cuenta que, para conseguir el tercer año de seguro gratis, es necesario, primero, no tener siniestros durante las dos primeras anualidades; y segundo, que la póliza no haya sufrido ninguna modificación, durante los dos primeros años de su vigencia, que suponga un incremento de prima superior al 5% y que siga siendo un Todo Riesgo. Durante la tercera anualidad se podrá realizar cualquier modificación de la póliza que origine incremento de prima y que, en su caso, deberá ser abonado por el tomador. En definitiva, una muy interesante promoción que pronto finalizará: recordad que es válida hasta el próximo 31 de julio.

Cumpleaños feliz

La sede central de Helvetia Seguros de Sevilla ha cumplido veinticinco años. Por tal motivo, y también por la relevancia del propio edificio, que hoy está considerado como una de las muestras más representativas de la arquitectura contemporánea sevillana, nuestra compañía quiso celebrar la efeméride llevando a cabo un acto institucional que contó con la presencia de numerosas autoridades y representantes de la vida social y cultural sevillana y, en especial, con la del propio Rafael Moneo, arquitecto universal y responsable de su diseño.

El acto se celebró el pasado 27 de junio en el Edificio Helvetia. El director general de Helvetia Seguros, José María Paagman, acompañado por el delegado de Empleo, Economía, Fiestas Mayores y Turismo, Gregorio Serrano, y la delegada de Cultura, Educación, Deporte y Juventud, M^a del Mar Sánchez, del Ayuntamiento de Sevilla, quienes asistieron en representación del alcalde, llevaron a cabo el descubrimiento de una placa conmemorativa en el vestíbulo principal del edificio. Después, los asistentes participaron en una visita guiada por la sede de la compañía, con explicaciones técnicas a cargo de Rafael Moneo, hasta concluir en la Sala Helvetia, donde se celebró el acto institucional, con distintas intervenciones. Nuestro director general destacó el valor simbólico que el edificio tiene



para la compañía, así como su relevancia arquitectónica en el centro histórico de la ciudad de Sevilla. Muy interesantes fueron las palabras de Rafael Moneo, quien valoró positivamente que la ciudad haya "asimilado y hecho suyo el edificio". "Esa es una de las mayores recompensas que puede esperar un arquitecto", añadió. En cuanto a Helvetia Seguros, el arquitecto resaltó la continuidad que la entidad encarnó respecto del legado arquitectónico recibido de la antigua Previsión Española. A continuación se proyectó un documental conmemorativo

de la efeméride, que recoge testimonios de personas que vivieron o participaron en el periodo de construcción y posterior utilización del edificio, entre ellos varios empleados de Helvetia Seguros que aún siguen en activo dentro de la compañía. El acto fue clausurado por Gregorio Serrano, en representación del alcalde de la ciudad, quien valoró positivamente la relación de Helvetia Seguros con Sevilla, "plenamente integrada y enamorada como muy pocas entidades de esta ciudad".

Como obsequio para todos los asistentes, se realizó una edición limitada en dvd del documental proyectado en el acto, acompañado por un libretto explicativo con abundante material gráfico y extractos de la Memoria del Proyecto Básico redactada por Rafael Moneo.

Los medios locales y regionales se hicieron un amplio eco de este cumpleaños, recordando el hecho de que, en cierto modo, el Edificio Helvetia fue el acicate para el cambio en las relaciones entre Sevilla y el Río Guadalquivir y el Paseo de Colón, que se culminaron con las obras que se realizaron con motivo de la Expo 92. El acontecimiento se convirtió en uno de los hitos informativos de la agenda de Sevilla, propiciando además amplias entrevistas al director general de la compañía en ABC, Radio Sevilla y Giralda TV.





“El valor de tocar puertas”

Estamos en las últimas semanas para conocer el resultado del concurso especial Particulares 2012, destinado a la venta del producto de Hogar y que se puso en marcha el pasado mes de mayo. Con el título “El valor de tocar puertas”, su objetivo es reconocer y premiar la contratación del mayor número de pólizas de nueva producción del producto H10, descontando los reemplazos y las anuladas sin efecto, con una prima neta mínima de 125 euros. Los premios van desde un fin de semana en Suiza hasta un fin de semana en un Parador o un iPad. A estos premios pueden optar todos los agentes de Helvetia Seguros, diferenciados en dos grupos: Expertos Hogar (agentes cuya antigüedad en la organización sea superior a los 24 meses) y Novatos Hogar (de antigüedad inferior o igual a 24 meses). Además, es un concurso que computa para el Viaje Anual de Incentivos, cuyo destino 2013 es Costa Rica, por lo que puede ser una oportunidad para estar más cerca de ese destino.



Con los jóvenes empresarios malagueños

Son muchas las organizaciones y colectivos con los que Helvetia Seguros mantiene colaboraciones que permiten a sus integrantes beneficiarse de condiciones preferentes en la contratación de nuestros seguros. Desde principios del pasado mes de junio, una nueva organización se ha unido a esta lista: se trata de la Asociación de Jóvenes Empresarios y Profesionales de Coín (AJEP Coín), cuyos miembros tendrán acceso a mejores ofertas que las de mercado en la contratación de los seguros. Así, según el convenio suscrito, los descuentos oscilarán entre el 8% y el 16%, en función de la actividad del riesgo, las medidas de protección y la ubicación de los comercios asociados. Además, los miembros de la asociación podrán disfrutar de ofertas tales como descuentos de contratación de un 20% en los seguros para sus viviendas particulares, de un 35% para los turismos y de un 10% en Vida Riesgo.

Este convenio fue suscrito por Herminio Díez, director de Sucursal Málaga, y Miguel Vázquez, presidente de AJEP Coín. Está previsto seguir avanzando en la prestación de servicios y productos para los jóvenes empresarios de la provincia. Así, próximamente se firmarán acuerdos con las AJEP de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande y Álora.



Club de hockey sobre patines Bigues i Riells

Como es bien sabido, el apoyo al deporte de base constituye para Helvetia Seguros una prioridad, como forma de contribuir al desarrollo del tejido social y a la dinamización de su entorno inmediato. En este contexto hay que entender el apoyo brindado al Club de hockey sobre patines Bigues i Riells, al que este año nuestra entidad ha patrocinado, facilitándole las equipaciones de todas las categorías. Se trata de un equipo con empuje que, tras diez años de actividad y a pesar de su modestia, ha conseguido algunos logros destacables, como el título del Campeonato femenino de España Sub-16, o el Subcampeonato de Cataluña durante la pasada temporada. Mucho ánimo desde aquí para todos los deportistas del club. Sus éxitos serán también éxitos para Helvetia Seguros, aunque no hay más satisfacción que saber que nuestro apoyo hace posible su actividad deportiva.



X Congreso de Agentes y Corredores de Seguros Burgos 2012

El Fórum Burgos Evolución acogió el X Congreso de Agentes y Corredores de Seguros, organizado por el Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros de España y que se celebra cada cuatro años.

El Congreso, celebrado durante los días 13, 14 y 15 del pasado mes de junio y en el que se inscribieron más de 600 participantes, contó con el co-patrocinio de Helvetia Seguros, así como con la presencia de varios directivos y agentes de la compañía.

Como representantes del Comité de Dirección, asistieron el director general, José María Paagman; el director de Ventas, José García; y el director de Marketing y Comunicación, Javier García, quien participó como ponente en una mesa redonda en torno al tema "El dilema de la sucesión familiar: personas y negocio". Asimismo, participaron agentes de la compañía de distintos puntos de España y de la propia ciudad de Burgos, que fueron atendidos durante todas las jornadas por el director de la Zona Norte, Carlos Eslava.

Para aprovechar las oportunidades comerciales del encuentro, Helvetia Seguros instaló un stand en la zona de exposiciones, atendido permanentemente por el director de Sucursal Burgos, Juan Gutiérrez.

En el contexto del Congreso, con carácter previo a su apertura, se celebró el II Plenario del Centro de Negocios del Seguro, al que acudió nuestro director general y donde se dieron a conocer las iniciativas llevadas a cabo durante 2011 así como las actividades que se están desarrollando en 2012.



Más presencia comercial en Alicante

La red comercial de Helvetia Seguros sigue creciendo por toda España. Desde hace varias semanas, la provincia de Alicante cuenta con dos nuevas oficinas de agencias de Helvetia Seguros. La primera pertenece a una de las primeras participantes en el Plan de Agentes de Carrera (PAC), Silvia Baeza, dependiente de la Sucursal Alicante. La agencia está localizada en el municipio costero de Santa Pola, en plena zona comercial. La segunda agencia, situada en Alicante capital, tiene como titular a Inversiones Alycor, que está desarrollando una positiva labor en la comercialización de productos financieros en la zona. Se trata de dos nuevas agencias que contribuirán, a buen seguro, a reforzar el posicionamiento de nuestra marca en la Zona de Levante.



Refuerzo del mercado de Decesos

En el contexto de la Estrategia Helvetia 2015+ y entre las medidas previstas de crecimiento en Decesos, recientemente se han abierto dos DPF, oficinas especializadas en la comercialización de dicho producto -una en Madrid y otra en Barcelona-, con el objetivo de potenciar la oferta del mismo en la organización. Estas dos DPF se suman a las ya localizadas en Sevilla, Granada, Murcia y Alicante.

Como recoge nuestra Estrategia Helvetia 2015+, se busca una mayor presencia en el mercado de Decesos y una mayor cuota de mercado en Cataluña y Madrid.

Es importante seguir resaltando el excepcional nivel competitivo de nuestro producto de Asistencia Familiar, lo que posibilita todas estas iniciativas comerciales y potencia la fuerte posición de Helvetia Seguros en su comercialización.



En 2013, a Costa Rica

El Concurso Nacional de Ventas 2012 llevará el próximo año a sus ganadores al corazón de Centroamérica. Hay pocos lugares en el mundo a los que no hayan llegado los expedicionarios de Helvetia Seguros, y en esta ocasión la parada será en Costa Rica. Un destino paradisíaco, único en el mundo, al que arribarán los agentes más productivos de la compañía.

Hablamos de un precioso país, con un patrimonio natural desconocido para muchos, que cuenta con casi 30 parques naturales diseminados por toda su geografía. La diversidad es la consigna en este país con una cultura ancestral y que nació para el resto del mundo gracias al testimonio de Cristóbal Colón. En su cuarto viaje a las Américas, definía ya en su diario de a bordo a esta como una tierra rica en oro (de ahí su denominación). Sol, espléndidas playas, excelente gastronomía, gente acogedora y fiestas tradicionales que no están reñidas con la modernidad. Un destino variado, adaptado a todos los perfiles y a todas las exigencias.

Recordamos que el Concurso está abierto a todos los agentes y delegados de la compañía que cumplan con los requisitos previos. Al igual que cada año, serán premiados los treinta primeros clasificados en el ranking general, así como los agentes que ocupen el primer lugar de cada clasificación por equipos. Como novedad de esta edición, los tres primeros clasificados del "Klub Vita" tendrán "pasaporte" directo a Costa Rica.

Aún quedan bastantes meses de competición, pero es importante no dejar el mayor esfuerzo para el final para poder comprobar en persona si los testimonios de Cristóbal Colón estaban en lo cierto.



"Klub Vita", el club de los especialistas en Vida

La Estrategia Helvetia 2015+ fija también su mirada en el desarrollo de los productos de Vida como altamente estratégicos para la compañía. Reforzar su desarrollo a través de mediadores que se especialicen en los mismos es uno de los objetivos que persigue el nuevo "Klub Vita". Un selecto club conformado por agentes que cumplen unas determinadas características de crecimiento y operatividad, con una evolución significativa interanual y que asumen una serie de objetivos y compromisos. A cambio de ellos, los mediadores se benefician de una serie de interesantes ventajas comerciales, cuyo detalle se puede consultar en cada Sucursal. Asimismo, se les ofrece la posibilidad de acceder a un plan de formación específico en Vida, y de obtener el Certificado Nacional de Calidad del Seguro de Vida que otorga ICEA. Para estos mediadores más especializados se plantea también la posibilidad futura de venta de productos exclusivos.

Animamos a aquellos agentes que tengan interés en pertenecer a este colectivo especializado a que contacten, cuanto antes, con su Sucursal respectiva para informarse a fondo y no perder esta oportunidad.



Nuevos agentes financieros

En el marco de Helvetia 2015+ y de su apuesta por la comercialización de productos de Vida, se plantea la diversificación del mercado hacia nuevas modalidades de ahorro y jubilación. Por ello, la compañía está embarcada en un proceso de selección y formación de agentes específicamente orientados a la venta de productos financieros.

Fruto de este trabajo, se han producido ya las primeras incorporaciones de estos agentes financieros. Estamos ante un nuevo tipo de mediador, especializado en el ramo de Vida pero orientado al producto de jubilación y de ahorro; más que un mediador, se trata de un verdadero asesor personal capaz de desarrollar una planificación financiera para el cliente, basada en estudios personalizados y con posibilidades de previsión de expectativas futuras.

¿Y cómo es el agente financiero? Normalmente se trata de una persona joven, con titulación preferente en Económicas o Empresariales y con experiencia comercial en la banca o en el sector asegurador. La formación que se le ofrece desde Helvetia Seguros, tanto a distancia como presencial, garantiza el conocimiento preciso de la oferta comercial de la compañía y le dota de eficaces herramientas comerciales. El ámbito de acción de estos nuevos agentes será, en principio, la Zona de Madrid, aunque el propósito es, tras consolidar un equipo de trabajo, expandir el modelo a otras zonas de la organización como Barcelona y Sevilla.



Nuevas incorporaciones Agentes Siglo XXI

“Ser líderes en Crecimiento, Rentabilidad y Lealtad del Cliente” son los objetivos de la Estrategia Helvetia 2015+. Y ello implica, entre otras cosas, reconocer y premiar ese liderazgo allí donde se produce. Entre nuestros agentes hay muchos que lo encarnan. Y Helvetia Seguros ha decidido integrarlos en el grupo de “Agentes Siglo XXI”, una de las iniciativas estratégicas en marcha.

A finales de 2011 se inició una prueba piloto con cuatro agentes a los que se les delegó la tramitación de siniestros de Hogar, Comercios y Comunidades hasta 1.000 euros. Los resultados han sido muy satisfactorios, con una reducción muy significativa de los tiempos de tramitación sin menoscabo de la tasa de siniestralidad. Esta prueba piloto ha servido para incorporar, durante 2012, a diez agentes más. La evolución del proyecto en este año ha permitido detectar posibles mejoras en los estados de tramitación, que posibilitarán un seguimiento de los siniestros más ágil y sencillo. Además, se está trabajando para implementar una serie de cambios exclusivos para estos agentes en los procesos de producción y administración, de forma que se pueda incrementar su autonomía también en estos procesos.

Para ser un “Agente Siglo XXI” hay que cumplir con una serie de exigentes requisitos, que se resumen, básicamente, en una gestión excelente de la cartera de clientes y en una vinculación e identificación intensas con la marca Helvetia.



Helvetia Seguros, con el deporte escolar en Madrid

El pasado 26 de mayo, Helvetia Seguros fue uno de los patrocinadores principales de la III Carrera Escolar organizada por el Colegio Nuestra Señora de las Delicias de Madrid. Nuestra entidad aportó las camisetas que se utilizaron en la prueba, que se celebró en el contexto de las fiestas patronales del colegio.

En esta competición, desarrollada en el barrio de Delicias de la capital de España y que se consolida cada año, participaron cerca de 400 corredores, entre chicos y chicas, en las distintas categorías de benjamines, alevines, infantiles, cadetes y adultos.

El Colegio Nuestra Señora de las Delicias, que atiende a 800 alumnos, tiene entre sus objetivos potenciar la actividad deportiva de los mismos como parte importante de su desarrollo personal. Y en esa labor, este año ha contado de nuevo con el patrocinio de nuestra entidad, preocupada por colaborar con el deporte de base, como parte de su Responsabilidad Social Corporativa.



Curso del International Executive Program (IEP) en Sevilla

Como es conocido, el International Executive Program (IEP) es un programa formativo dirigido a directivos y mandos intermedios de todas las unidades de negocio del Grupo Helvetia. Su objetivo es el desarrollo profesional de los ejecutivos de los distintos países así como el intercambio de sus experiencias y buenas prácticas. Entre el día 12 y el 15 del pasado mes de junio, la sede de Sevilla acogió el segundo módulo del IEP para el grupo I, que ha versado sobre la creación de valor y la gestión del cambio, centrándose en los desarrollos de la industria actual y sus consecuencias para el Grupo Helvetia. Un total de 15 participantes de las distintas unidades de negocio han participado en este encuentro, de los que dos representaban a España. Los participantes profundizaron en los retos que debemos asumir en una situación de cambio como la actual, así como en la experiencia sobre procesos vividos en una situación de cambio específico. El programa fue organizado por Martin Huser, responsable de Desarrollo Directivo del grupo, y en él intervino con una ponencia el propio director general de Helvetia Seguros, José María Paagman.

Premio a la innovación tecnológica para Asitur Asistencia

El pasado 21 de junio tuvo lugar la ceremonia de entrega de los Premios Contact Center, que han alcanzado su tercera edición. Celebrada en Madrid, reunió a las principales empresas especialistas en atención telefónica que operan en España, protagonizando unos premios de gran prestigio.

La buena noticia para nuestra compañía es que Asitur Asistencia, la compañía que gestiona nuestro servicio de Call Center, obtuvo el premio a la "Herramienta más funcional para la atención al asegurado", por su novedoso sistema tecnológico de geoposicionamiento, que recientemente ha incorporado en su servicio de asistencia en carretera. Gracias a esta herramienta, el asegurado que está esperando la llegada de la grúa puede comprobar la situación exacta de dicha grúa a través de su teléfono smartphone. Una interesante aplicación que redunda en beneficio de los clientes de Helvetia Seguros y que implica toda una apuesta por la integración de las Nuevas Tecnologías dentro de nuestro sector. Enhorabuena para Asitur Asistencia.

Campeonato de Pádel en Granada

El Club Deportivo "Cortijo del Aire" de Granada acogió un Campeonato de Pádel el pasado día 23 de junio, que contó con la colaboración de Helvetia Seguros. Con el apoyo de la DPF de Granada, y la activa participación de nuestra agente María Victoria Gómez-Ulla, que se implicó directamente en la atención del stand habilitado en las zonas comunes del campeonato, Helvetia Seguros llevó a cabo una promoción basada en el sorteo de dos circuitos de Spa en el conocido Hotel de Los Ángeles. Gracias a esta promoción, María Victoria realizó numerosos contactos con interesantes perspectivas comerciales. Asimismo, Helvetia Seguros corrió con el patrocinio de los servicios de una fisioterapeuta durante el campeonato, que le otorgó bastante visibilidad entre los



participantes y asistentes. Y también entre los no asistentes, ya que la televisión autonómica andaluza Canal Sur Televisión dio cobertura al campeonato. Una forma creativa de hacer promoción y favorecer la captación de clientes por parte de la red comercial.

Novedades en el catálogo de artículos promocionales

El catálogo de artículos promocionales de Helvetia Seguros siempre se muestra renovado y muy completo para atender las demandas de la red comercial. Recientemente, se ha visto incrementado con tres novedades que lo harán aún más atractivo. Se trata de una práctica tira reflectante, muy útil para practicar deportes o caminar en carreteras o zonas poco iluminadas; un reloj-portalápices; y una nueva versión de nuestro muy demandado pendrive (USB), ahora mucho más barato y con capacidad de 8 Gb.



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.



"Mujeres: la fuerza del cambio en la India"

Durante la primera semana de mayo llegó a Sevilla la campaña de sensibilización "Mujeres: la fuerza del cambio en la India", una iniciativa de la Fundación Vicente Ferrer que recorre con carácter itinerante una veintena de ciudades españolas y que no se detendrá hasta final de año. En su parada en Sevilla, el proyecto organizó una conferencia en la Sala Helvetia. Concretamente, tuvimos ocasión de disfrutar del testimonio de Sheeba Baddi, una de las siete mujeres que participan en el Programa de Desarrollo Integral de la Fundación, quienes cuentan su historia de superación con el apoyo de fotografías tomadas por Albert Uriach. Sheeba, natural de Anantapur, es traductora de profesión y vino a denunciar la situación de las mujeres en una sociedad donde más de 50 millones de niñas han desaparecido a causa de los abortos selectivos y los infanticidios femeninos. El objetivo de su conferencia, como el de toda la campaña, es difundir un único y potente mensaje: el cambio es posible, cada persona es protagonista del cambio. Y nosotros tuvimos la suerte de comprobarlo a través del emotivo y valiente testimonio de Sheeba Baddi.



“La empresa ante las redes sociales”

La Asociación para el Progreso de la Comunicación (APC) organizó la jornada sobre “La empresa ante las redes sociales: diagnóstico, aciertos y errores”, que se celebró en la Sala Helvetia. Más de un centenar de personas provenientes del mundo de la comunicación y la empresa se dieron cita en esta jornada, donde se pudo conocer cómo las empresas españolas están gestionando y utilizando sus perfiles sociales en la actualidad.

La presentación de la jornada corrió a cargo de Ricardo Ríos, presidente de la APC, y tuvo como ponente al prestigioso profesor de la Universidad de Navarra y experto en redes sociales, José Luis Orihuela. Se conocieron algunos estudios muy interesantes, como el realizado por el IESE Business School sobre “Los medios sociales en España: la visión de la alta dirección”.



“Las Palabras Vacías”

El poeta siciliano Alejandro Tropea presentó en la Sala Helvetia su ópera prima “Las Palabras Vacías”. Editado por Anaquel, el libro congregó a numerosos seguidores de este poeta, nacido en Catania y residente en Sevilla desde hace varios años. Francisco Basallote, poeta oriundo de Vejer de la Frontera, fue el responsable de presentar al autor, definiéndolo como un poeta con una “voz cargada de historia”. “La obra de Tropea está llena de sensibilidad”, sostuvo Basallote, con algunos poemas de gran fuerza, como “El castaño de los cien caballos”, dedicado al pueblo catanés de Sant’Alfio, y a su histórico castaño que durante el Medioevo fue capaz de proteger a cien caballeros de Juana de Anjou de una terrible tormenta. “Este poemario va más allá de una concesión opera prima, consolidando toda su madurez poética”, sostuvo su presentador.



Tertulias Helvetia

Y una vez más hay que hablar de las Tertulias Helvetia, patrocinadas por nuestra entidad y organizadas por el programa “Libre y Directo” de Radio Sevilla (Cadena Ser), cuya gala de fin de temporada se celebró, como viene siendo habitual, en la Sala Helvetia. En dicha gala, llevada a cabo el pasado 22 de mayo, el programa radiofónico líder del deporte sevillano concedió, con el patrocinio de Helvetia Seguros, el premio al Valor Más Seguro al entrenador del Real Betis Balompié, Pepe Mel.

Con la asistencia de los colaboradores habituales del programa y de diversas personalidades del mundo bético, como Rafael Gordillo, nuestro director del Área de Marketing y Comunicación, Javier García, hizo entrega al técnico de una placa conmemorativa. Durante el programa, y en el habitual tono distendido de esta emisión, se llevó a cabo una entrevista al entrenador verdiblanco.

Es el tercer año en que nuestra compañía concede este premio que, junto con las Tertulias Helvetia, se va consolidando en el panorama de los medios deportivos de Sevilla.

“Lengua de Gato”

“Lengua de Gato” es el libro más reciente de José Antonio Ramírez Lozano. Editado por Edelvives, esta obra se suma a la prolífica producción del autor pacense, quien cuenta con más de sesenta obras en prosa y verso. El numeroso público asistente arropó la presentación de este libro que toma como modelo las viejas leyendas orientales sumergiéndonos en una ciudad mágica en la que los gatos pueden transitar a través de los siglos por oscuros laberintos subterráneos, viajando también por todo el mundo.

Asociación Arcángel

Asociación de padres de personas con autismo y otros trastornos generalizados del desarrollo de Jaén

Como no podía ser de otro modo, en este número de "En buena compañía" la sección sobre Responsabilidad Social Corporativa está dedicada a la Asociación Arcángel, quien ha sido distinguida con el premio que patrocina Helvetia Seguros dentro de los Premios Solidarios del Seguro organizados por INESE. Agradecemos las propuestas recibidas, todas ellas de fuerte calado social y solidario, pero finalmente el comité evaluador tuvo que decantarse por una de ellas, en este caso por el proyecto de la "Asociación Arcángel" de padres de personas con autismo y otros trastornos profundos del desarrollo, y concretamente por la iniciativa "Alternativas al lenguaje, el lenguaje signado", donde irá a parar la ayuda económica ofrecida por Helvetia Seguros.

La Asociación Arcángel fue fundada por Rafael Vera y Ascensión Cano. El primero, además de ser empleado de Helvetia Seguros en Sucursal Jaén desde hace muchos años realiza labores de tesorero en la asociación. La historia de Rafael Vera es la historia de una superación personal a través de su compromiso humanitario con las personas aquejadas de autismo. Padre de tres hijos, la circunstancia de que uno de ellos naciera autista fue determinante para la orientación de su actividad solidaria.

La asociación, que opera en la provincia de Jaén, nació en el año 1996, con el fin de dar respuesta al problema de la integración de las personas autistas y como unidad de ayuda, asesoramiento y colaboración entre los padres y familiares. Haciendo frente a las circunstancias de un respaldo institucional bastante limitado, la asociación lleva a cabo de forma denodada iniciativas diversas con las que busca dar mayor visibilidad al problema, al mismo tiempo que concitar apoyos dentro de la sociedad civil. Aunque se

han producido evidentes progresos en el tratamiento de este trastorno, como por ejemplo el hecho de que el diagnóstico se produce de forma mucho más temprana, siguen existiendo importantes carencias alrededor del autismo, entre las que cabe señalar muy especialmente las limitaciones de atención del sistema educativo público (de hecho, el propio hijo de Rafael no fue tratado hasta los siete años).

Tras lo que es hoy la Asociación Arcángel quedan muchas horas de trabajo:





reuniones y visitas a las Administraciones Públicas, numerosos simposios y charlas con psicopedagogos, campañas de concienciación desarrolladas a base de voluntarismo, esfuerzo e ilusión para suplir la falta de recursos. Hoy la asociación goza de mayor visibilidad y es una referencia en la provincia en materia de atención global al autista y a sus familiares.

El “buque insignia” de la Asociación es el Centro de Día Arcángel, punto de encuentro de la misma y lugar desde donde se desarrolla toda la labor asistencial. El centro llega a albergar de media unos 18 alumnos, con edades comprendidas entre los 18 meses y los 23 años. Un perfil variado no sólo por la edad sino también por la propia competencia comunicativa de los alumnos, que es diversa. Ahí es donde radica la justificación

de “Alternativas al lenguaje, el lenguaje signado”, el proyecto distinguido por Helvetia Seguros, que plantea el reto de conseguir establecer un diálogo bidireccional entre el alumno y su terapeuta a través del empleo de un código simbólico alternativo y complementario al código lingüístico.

La terapia aplica una metodología donde tienen cabida actividades tan diversas como la relajación, ejercicios de psicomotricidad, dinámicas lúdicas, etc. Para ello, cuentan con dos psicólogas y un psicopedagogo, junto con estudiantes en prácticas de la Universidad de Jaén y, por supuesto, los padres. El programa pretende signar e imitar el habla apoyándose en pictogramas y recursos gráficos. Se inició en 1999 y en este tiempo ha alcanzado grandes logros. Así, niños que hasta entonces no

se comunicaban verbalmente utilizan ya el lenguaje, lo que ha contribuido a su socialización y a su integración en el mundo que los rodea.

Son muchos los logros de la Asociación Arcángel a lo largo de estos años de andadura. A pesar de ello, la asociación atraviesa momentos muy difíciles debido a la falta de apoyo financiero y al replanteamiento de las políticas de las Administraciones en materia de solidaridad. Hasta el punto de que el Centro de Día se está sufragando con créditos avalados por las propias familias. El apoyo de Helvetia Seguros contribuirá a aliviar parcialmente esta situación, contribuyendo a hacer posible la valiosa labor de esta asociación, una labor encomiable y desinteresada a favor de personas que necesitan ayuda y que no suelen aparecer mucho en los medios.



DCD: Destrucción Confidencial de Documentación

Gestionan la destrucción de documentación de más de 20.000 centros de trabajo, con un volumen anual superior a los 50 millones de kilos. Líder dentro de su ámbito, Helvetia Seguros confía en esta empresa para la gestión de la destrucción de sus documentos en papel.



DCD son las siglas de Destrucción Confidencial de Documentación, S.A., la primera compañía especializada en destrucción documental de España y la empresa que provee de este servicio a Helvetia Seguros. Con una trayectoria de más de 40 años, la compañía dispone de plantas de destrucción por todo el territorio nacional, cumpliendo con altos estándares de calidad en destrucción documental, de acuerdo con la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD). No en vano, fue la primera empresa española en obtener la certificación en

la Norma UNE-EN 15713:2010 "Código de buenas prácticas para la destrucción segura del material confidencial".

Actualmente, DCD gestiona la destrucción de la documentación de más de 20.000 centros de trabajo, más de 4.000 edificios y más de 400.000 usuarios. El volumen de destrucción de documentación anual supera los 50 millones de kilos.

El servicio que esta compañía líder ofrece a Helvetia Seguros se compone de varias acti-

vidades, como son el alquiler de recipientes y la recogida, el transporte y la trituración de documentación. Cada uno de los centros de trabajo de Helvetia Seguros dispone de una serie de estructuras contenedoras en las que se va almacenando la información a destruir. Su recogida se realiza de forma periódica, normalmente bajo demanda, una vez que los contenedores quedan llenos.

Esta solicitud se hace a través de la web de DCD (www.dcd.es), mediante un identifica-



dor de usuario y una contraseña. El compromiso de DCD es recoger la documentación en un plazo máximo de 72 horas.

Hay que distinguir dos tipos de contenedores, en función de la circunstancia de que el centro de trabajo se encuentre o no en la órbita de algunas de las plantas de destrucción de DCD. Estas plantas se localizan en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Bilbao, Islas Canarias e Islas Baleares. En cualquier caso, el plazo de recogida y el protocolo de actuación son invariables, independientemente de la localización. En el caso de los centros de trabajo que están en el área de influencia directa de DCD, se emplean contenedores de tipo metálico. En el caso de los centros que no lo están, se em-

plean contenedores de fibra de vidrio, en cuyo interior se instalan sacos de lona, que son los que se retiran una vez están llenos. Los técnicos de DCD proceden, tras cursarse la solicitud, a la recogida y precintado. A través de una flota de vehículos propios, se lleva a cabo el transporte de los documentos hasta su descarga en la planta, donde se procede al desprecintado de los contenedores y a la destrucción del material.

El sistema de DCD garantiza la total confidencialidad en el proceso de destrucción de documentación. El resultado final es la trituración en partículas donde es materialmente imposible la identificación de información (el diámetro de las partículas oscila entre los 60 y los 20 milímetros), de acuer-

do con las especificaciones de la Norma UNE-EN 15713. Las máquinas tienen una capacidad de trituración media de 4.000 kilos/hora.

La seguridad del proceso se ve reforzada además por el sistema de acceso restringido a los centros de transformación, basado en la tecnología de huella digital. Todas las plantas cuentan asimismo con circuitos cerrados de televisión, para garantizar la escurpulsosa asepsia del proceso. Esta es una de las razones por las que es la compañía en la que Helvetia Seguros confía para la destrucción documental, y que también lo es de la mayoría de compañías financieras y de información personal y confidencial que operan en el mercado español.



La investigación sobre fraudes ahorró a las aseguradoras 364 millones de euros en 2011

Coincidiendo con la entrega de los premios del XVIII Concurso Sectorial de Detección de Fraudes, se presentó el Informe sobre el Fraude en el Seguro Español de ICEA. Este informe constata un incremento del 10,5% en los intentos de fraude durante 2011, alcanzando la cifra de 130.959 casos investigados.

Según el informe, estos casos habrían supuesto un gasto para las aseguradoras de 521,4 millones de euros. Sin embargo, la actuación en detección e investigación permitió que finalmente sólo se abonasen 157,1 millones, lo que implica un ahorro de 364,2 millones de euros, que se hubieran pagado indebidamente.

Este ahorro implica el incremento en gastos de investigación. Concretamente, en 2011 se invirtieron 8 millones de euros

para este cometido, lo que supone un incremento del 15% con respecto a 2010. Una inversión, en todo caso, altamente rentable, ya que, según estimaciones de ICEA, cada euro destinado a la lucha contra el fraude supone evitar pagar 46 euros a los defraudadores.

Sigue destacando, en cuanto a los ramos con mayor detección de intentos de fraude, el de Automóviles, que concentró el 73% de los casos, seguido lejanamente por Diversos y Responsabilidad Civil General (con un 23%), mientras que el 4% restante se reparte en Vida, Accidentes y Salud.

En cuanto a las causas de este incremento del fraude, el informe de ICEA no deja lugar a dudas: la crisis parece ser el detonante de su crecimiento.



El gran reto de la profesión actuarial

El presidente del Instituto de Actuarios Españoles (IAE), Luis María Sáez de Jáuregui, manifestó durante una conferencia en la Universidad de Valencia que "uno de los grandes retos de la profesión actuarial es Solvencia II", que "está cambiando la forma de entender los seguros y que influirá en las estrategias que las aseguradoras adoptarán en un futuro, permitiendo jugar a los actuarios un papel relevante y, en realidad, tan relevante como cada uno de esos actuarios quiera".

Durante su intervención, el presidente del IAE instó al resto de universidades a tener una iniciativa como la de la Universidad de Valencia, que promueve el Master Oficial en Ciencias Actuariales y Financieras, el título académico de postgrado que da acceso a la profesión actuarial. Según Sáez de Jáuregui, se trata de una profesión "de gran futuro" en un momento como el actual.

¿Excepciones a Solvencia II en el mercado alemán?

Siempre según el Financial Times Deutschland, Bruselas podría contemplar excepciones en la aplicación de Solvencia II. Concretamente, según este diario, que cita las declaraciones de un diputado alemán en el Parlamento Europeo, la UE podría dar un margen de 7 años para que los contratos alemanes de seguros en vigor se adapten a las nuevas reglas de gestión de riesgos y 'reporting' que marca Solvencia II.

Una medida como esta, según los expertos, podría resultar muy beneficiosa para las aseguradoras de Vida en Alemania. Según el medio francés L'Argus de l'Assurance, una de cada diez aseguradoras alemanas de Vida, en el caso de aplicarse Solvencia II, estarían abocadas a su desaparición, y cuatro de cada diez tendrían serias dificultades para afrontar las exigencias. En todo caso, es probable que el anuncio se trate de un globo sonda para ver cómo reacciona el mercado.



Se reduce el número de grandes patrimonios

El número de grandes patrimonios en España descende. En 2011 lo hizo un 2%, hasta situarse en 137.300 personas, según el Informe Anual sobre la Riqueza en el Mundo de Capgemini y RBC Wealth Management. Las causas de este descenso hay que buscarlas, según el informe, en la reducción de la capitalización bursátil en un 12%, el descenso en los precios del sector inmobiliario, la caída de la inversión bruta fija y el alto déficit presupuestario que, con un 8,5%, se situó muy por encima del valor inicial estimado.

Se considera gran patrimonio el de las personas con activos financieros de al menos un millón de dólares, excluyendo primera vivienda y consumibles. La reducción de estos grandes patrimonios en el mundo se ha producido prácticamente en todas las regiones, con la excepción de Oriente Medio. Desde la crisis económica mundial de 2008 no se había producido una reducción de grandes patrimonios, si bien en aquel año esta reducción llegó al 19,5%.

Novedades en la Ley de Contrato de Seguro

En los últimos meses se han producido novedades en relación con la reforma de la Ley de Contrato de Seguro. Al margen de la posibilidad de que se produzca una modificación de la Ley vigente en lugar de su sustitución integral, hemos sabido que entre los cambios previstos se están estudiando los requisitos formales de las pólizas de seguros, destacando que el asegurador tendrá la obligación de entregar la póliza al tomador. Las entidades aseguradoras, como han manifestado representantes de Política Legislativa del Ministerio de Justicia, deberán hacer un esfuerzo en la redacción de los riesgos que se cubren, haciendo especial mención, de forma sistemática y comprensible, de las exclusiones u otras limitaciones o condiciones de cobertura. En lo referente al pago

de la prima, se tendrá en cuenta que en la prima única o primera, la resolución del contrato o exigencia del pago en vía ejecutiva se producirá en los tres meses siguientes, mientras que en las primas sucesivas se está estudiando reducir de seis a tres meses la extinción del contrato cuando el asegurador no reclame el pago.

Otras modificaciones previstas están relacionadas con los siniestros, la duración del contrato o la oposición a la prórroga del contrato. Además, en cuanto a los gastos en defensa jurídica, se indicará que el importe de los gastos no formará parte de la suma asegurada y se suprimirá toda referencia a los seguros obligatorios, quedando regulados por su normativa específica.

Más rigor en la cumplimentación de cuestionarios

Recientemente, el presidente de la Audiencia Provincial de Ourense, Fernando Alañón, puso de relieve que el contrato de seguro es el que genera mayor jurisprudencia en la Audiencia Provincial, por lo que pidió a los profesionales del sector que sean más rigurosos en la cumplimentación de los cuestionarios que dan origen a la póliza de seguros. Alañón, que hizo estas manifestaciones en el marco de la presentación de la segunda edición de la obra "Ley de Contrato de Seguro: jurisprudencia" editada por Aranzadi, explicó que la falta de datos o las indebidas respuestas producen importantes controversias entre entidades aseguradoras y asegurados. El presidente de la Audiencia Provincial de Ourense pidió al sector que se vigile la actuación al inicio de las pólizas que cubren riesgos como la enfermedad, ya que en estos casos las preguntas a las que se somete al tomador son vitales para el buen funcionamiento del contrato suscrito.

Sistemas de velocidad variable en las carreteras españolas

El Gobierno ha anunciado que se prevé la instalación de paneles de velocidad en autopistas y autovías con el objetivo de fijar el límite de velocidad máxima en función de la meteorología y otras condiciones de la vía. Asimismo, durante este semestre está prevista la aprobación del nuevo reglamento de circulación de vehículos a motor, que contemplará una reducción del límite máximo en las carreteras secundarias de 100 a 90 km/h. Y aunque el ministro del Interior, Jorge Fernández Díaz, ha manifestado su interés por armonizar las velocidades máximas con Europa, no se ha concretado si se planteará incrementar el límite máximo en autopistas y autovías a 130 km/h.

“El Grupo Helvetia da una gran confianza, seguridad y liquidez”

Agente de Helvetia Seguros en Teulada (Alicante), gestiona 2.100 pólizas en un municipio de apenas 14.000 habitantes. Por ello resulta difícil encontrar algún hogar en la localidad en el que no haya al menos un asegurado por su agencia. A ellos hay que sumar los clientes procedentes de municipios vecinos. Una extensa cartera basada en la confianza y en el buen servicio, a lo que se une el aval de la marca Helvetia y su imagen de compañía suiza, fuerte y sólida. “Es muy importante trabajar con una marca tan solvente”, sostiene.

Este año cumple 26 como agente de Helvetia Seguros. Cuando comenzó, recogió el testigo de D. José Vila Llobell, quien llegó a tener una cartera de 100.000 pesetas. Hoy su cartera asciende a casi un millón de euros. ¿Qué cree que sentiría D. José de haber visto en lo que se ha convertido la agencia?

Gestiona 2.100 pólizas, en un pueblo que apenas supera los 14.000 habitantes. Debe de resultar raro encontrar un domicilio en su localidad en el que alguno de sus miembros no tenga contratada una póliza...

Es un agente arquetípico de la gestión de cartera basada en el buen servicio. ¿Cómo se le da un buen servicio a un cliente?

Se dice que, de tanto ganar en el Concurso Nacional de Ventas, se llegó a plantear incluso ponerle al concurso el nombre de “Premio Especial Pascual Pastor”...

Más de 20 viajes de incentivos. ¿Con cuál de los viajes se quedaría? ¿Cuál es el que recuerda con mayor viveza?

Se incorporó como agente de la antigua Previsión Española. Como colaborador de la compañía, ha vivido todas sus etapas, hasta su consolidación como Helvetia Seguros. ¿Cómo ha vivido esos cambios?

Seguro que se sentiría muy feliz y orgulloso de ver el volumen alcanzado por nuestra cartera.

Realmente sí que resulta extraño que haya alguien sin una póliza contratada en nuestra agencia, y ahora ya no puedo vigilar tanto como antes, ya que yo identificaba todos mis vehículos asegurados, poniéndoles una pegatina especial con mi nombre en la parte derecha.

Sobre todo, demostrando al cliente que estoy las 24 horas a su servicio y siempre dispuesto a atenderle en todas sus necesidades.

Efectivamente, D. Andrés Hernández Bernal, como director general, y D. Luis Fernández Durán, me comentaron que sí que era su intención poner un premio de viaje con mi nombre.

Tengo un recuerdo especial del viaje a Bali, ya que al ser el primero me distinguieron hospedándome en una Villa privada. También considero maravilloso el viaje a Cartagena de Indias.

Al principio, considero que hubo muchas dificultades de adaptación, pero con el tiempo creo que este cambio ha sido bueno para todos, sobre todo por la gran confianza, seguridad y liquidez que da el grupo asegurador Helvetia.



¿Cuáles son, a su juicio, y por lo que comprueba en sus relaciones con los clientes, las fortalezas de la marca Helvetia?

Es muy importante trabajar con una marca tan solvente, y más ahora con los tiempos tan difíciles que estamos pasando

¿Cómo ha sido su relación con Helvetia Seguros en todo este tiempo? ¿Existe un buen nivel de comunicación y sintonía con los responsables de su Sucursal?

En general considero que la relación es buena, pero creo que la empresa debería ayudarnos un poco más a nosotros, para que estuviéramos más igualada a la ayuda que prestan las demás compañías.

Son muchos años, y a usted sólo cabe dirigirse como maestro del seguro. Pero todo maestro tuvo a alguien del que también aprendió. ¿Quién ha sido su maestro en esto del seguro?

El primero, D. José María Tornel, como director de Sucursal Alicante. También, D. Antonio Wizner, como coordinador de la misma, y D. Enrique Ferrer, como inspector del ramo de Vida.

¿Qué es lo más bonito o gratificante que le ha dicho un cliente?

Realmente he tenido muchas muestras de agradecimiento por parte de mis clientes.

Tantos años darán seguro para muchas anécdotas. ¿Recuerda alguna especialmente simpática o emotiva en la relación con sus clientes?

Vino un cliente a la oficina para preguntar por su recibo y yo le dije, mirando el ordenador, que no se preocupara, que su recibo debía de estar en su banco. El cliente salió satisfecho pero sin saber que yo tenía el ordenador apagado.

Desde siempre ejerciendo en Teulada. ¿Nunca se pensó dar el salto a otro municipio, o incluso a Alicante?

Yo estoy en Teulada-Moraira, pero también tengo muchos clientes de Benitachell, de Benissa, de Senija y de Gata de Gorgos, todos ellos en un radio máximo de 8 kilómetros.

¿Algo que se le quede en el tintero?

Desde aquí quiero dar las gracias a todo el equipo de mi oficina, por ser personas tan responsables y eficaces en el trato con los clientes, y por la paciencia de aguantarme a mí en el día a día.

José Manuel Fernández Alvariño, presidente de la Confederación de Empresarios de Pontevedra

“Helvetia Seguros tiene un magnífico equipo humano”

José Manuel Fernández Alvariño renovó el año pasado su tercer mandato como presidente de la Confederación de Empresarios de Pontevedra. Además de una persona conocida y reconocida entre el empresariado gallego, dirige el Grupo Fernández Alvariño, un holding de empresas con una plantilla superior a los 120 empleados en tercera generación (los hijos del propio Fernández Alvariño) que se ha especializado en ámbitos tan diversos como el transporte, el diseño de software o la actividad de mediación aseguradora, ya que el grupo cuenta con una de las corredurías de seguros más importantes de Galicia (la primera en el caso de los seguros de automoción). Desde 2009, José Manuel Fernández Alvariño confía sus seguros a nuestra compañía, con quien tiene contratadas más de 30 pólizas.



Ya en 2011, al ser renovado como presidente de la Confederación de Empresarios de Pontevedra, aseguraba que aquél iba a ser un año difícil. El panorama, un año después, no es que haya cambiado precisamente. ¿Cómo es la situación en Pontevedra?

El momento es muy complicado. Me remito al reciente informe del Comité Ejecutivo de la CEOE, que resultaba demoledor, pero que planteaba perspectivas de esperanza. Debe fluir el crédito para las familias y las empresas, y para ello debe darse una unidad bancaria y una unidad fiscal. En todo caso, desde la Confederación estamos trabajando en la aplicación de un ambicioso Plan Estratégico, que pasa ineludiblemente por el cumplimiento de dos objetivos: por un lado, la internacionalización para las pymes, orientada hacia mercados emergentes en los que exista seguridad jurídica como Chile o México. Por otro lado, dotar al empresariado de mecanismos que garanticen su supervivencia y viabilidad, sobre todo cuando hablamos de que la mayoría son pymes. El desconocimiento sobre el ámbito asegurador entre las pymes, por ejemplo, resulta preocupante, porque tiene que ver directamente con los riesgos que asumen inconscientemente por no contar con pólizas que los protejan frente a las eventualidades.

¿Cree que todo esto va a ir a mejor?

Tiene que hacerlo. La falta de confianza se superaría con que el dinero fluyese entre las pymes. Aunque es una frivolidad, fíjese usted en que en Europa hay unos 23 millones de parados. La misma cifra que hay de pymes. Con que sólo estas pymes contrataran a una persona, dejaría de haber paro. Las pymes son claves para el futuro, porque ellas son las que generan riqueza y empleo. Mientras el dinero no fluya entre las empresas, no se facilitará el consumo.

Como responsable de una patronal provincial, ¿cómo ve la situación del sector asegurador?

Está, como todos, sufriendo los avatares de estas circunstancias. No me cabe duda, en todo caso, de que esto va a suponer una reconfiguración del sector. Habrá grandes compañías que salgan fortalecidas, procesos de fusión, absorciones y cierres. En este contexto, el buen servicio será la consigna. El precio siempre ha sido un elemento determinante, y más aún cuando el dinero se mira más que nunca, pero yo como corredor no puedo sino defender la importancia de la calidad del servicio, del buen asesoramiento. Este buen asesoramiento es el que impide que el cliente pase por alto la letra pequeña y después se lleve desagradables sorpresas.

El Grupo Fernández Alvaríño es toda una referencia en Pontevedra.

Yo no diría tanto. Prefiero decir que somos un grupo modesto en tercera generación, con un negocio muy diversificado pero siempre orientado hacia la innovación. Entre nuestras principales fortalezas se encuentra la apuesta por proyectos innovadores, como el de las electrolinerías o el del software aplicado al transporte. En este sentido, nos sentimos muy orgullosos de proyectos como el de Demexis, empresa responsable del desarrollo de un software específico para gestión de taxis al que auguramos un gran futuro.

El negocio de las electrolinerías resulta muy interesante. ¿Cómo son las perspectivas?

En nuestro caso, muy buenas. Está claro que la sostenibilidad del coche eléctrico está supeditada al desarrollo de infraestructuras y a la bajada de los precios. Una buena cobertura de servicios de recarga es esencial para el éxito de este medio de locomoción altamente sostenible. Nosotros estamos dotando a la Comunidad de Galicia de una red importante de electrolinerías, gracias al convencimiento de la Xunta de Galicia y del Gobierno central. Es probable que muy pronto alcancemos un acuerdo con los Puertos de Galicia para dotar al sistema de puertos gallegos de puntos de recarga.

¿Por qué se decidió por Helvetia Seguros para asegurar su actividad?

Por motivos puramente profesionales: en 2009, mi propio gerente me lo aconsejó y yo le hice caso. Después de tres años, sigo estando en Helvetia Seguros, y pienso seguir estando. Hay muchas razones para justificar por qué estoy con la compañía, pero de entre todas yo destacaría una: tiene un magnífico equipo humano.

Solvencia II, la garantía de estabilidad para el mercado asegurador europeo

El Grupo Helvetia es uno de los más adelantados en la implementación de esta nueva reglamentación auspiciada por la Unión Europea, y que contribuirá a la mejora del control y medición de los riesgos de las aseguradoras y reaseguradoras que operan en el continente.



Solvencia II es un proyecto promovido por la Unión Europea para que las compañías aseguradoras operen dentro de sus ámbitos de responsabilidad con un nivel de viabilidad y solvencia adecuados. Supone un gran cambio de la directiva Solvencia I, surgida en 1970 para garantizar un margen de solvencia en las aseguradoras en función de las primas y los siniestros. La construcción del mercado único europeo llevó a la Unión Europea a poner el acento sobre la necesidad de garantizar la solvencia de las compañías de seguros y reaseguros con el fin de proteger los intereses de los tomadores y beneficiarios de seguros, y dar más estabilidad al sector dentro del marco comunitario. Al mismo tiempo, se evidenció que la directiva Solvencia I resultaba incompleta e insuficiente para valorar todos los riesgos a los que se enfrentan las compañías de seguros, por lo que resultaba necesario articular una reglamentación más compleja y estricta.

Solvencia II es esa normativa. Se trata de mejorar el control y medición de los riesgos (de suscripción y actuariales, de mercado, operacionales, de crédito y liquidez) a los que están expuestos las aseguradoras. Esta solvencia garantizará las obligaciones de las compañías de seguros a largo plazo frente a sus clientes, y dependerá de los recursos que tenga la compañía (activos y fondos propios). Por eso, además de las reservas que cubren las obligaciones de las aseguradoras, éstas deben disponer de suficientes fondos propios para enfrentarse a eventos imprevistos: es el Capital de Solvencia Requerido (SCR) que fija la reglamentación europea.

Se trata de todo un cambio de cultura y filosofía en el mundo de los seguros, que pasa por el cálculo del capital de solvencia según los riesgos. Un cambio que deben llevar a cabo todas las aseguradoras que pretendan operar en el marco europeo, y que Helvetia Seguros ha iniciado con pie firme, a pesar de que aún no hay una concreción de medidas por parte de los principales organismos con competencias. Su entrada en vigor está previsto que se produzca en enero

EL GRUPO HELVETIA ENTENDIÓ
DESDE EL PRINCIPIO LA
IMPORTANCIA DE ESTE PROYECTO,
Y ES POR ELLO QUE HA SIDO UNO
DE LOS MÁS ADELANTADOS A
LA HORA DE INCORPORAR UNA
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA
LOGRAR LA IMPLANTACIÓN.

de 2014. Por su parte, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) prevé pedir un plan de implementación a las entidades que se regulen bajo Solvencia II para junio de 2013. Ha solicitado a todas las compañías de seguros un cuestionario de autoevaluación de Solvencia II con el que se pretende impulsar la reflexión sobre la implantación de solvencia II en las entidades. Asimismo, la DGSFP va a promover la ejecución de un test de solvencia II denominado QIS5 bis con el fin de evaluar el impacto que puede tener la norma de regulación de

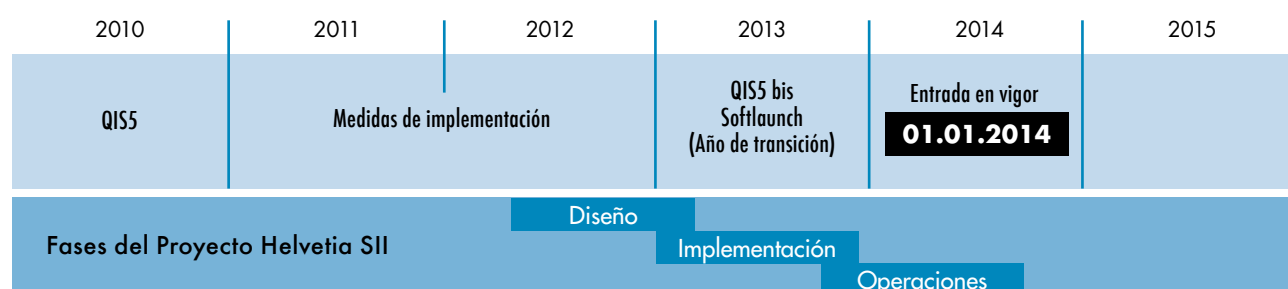
Solvencia II en los fondos propios. Por su parte, UNESPA cuenta con un grupo de trabajo en el que participa Helvetia Seguros y que está llevando a cabo una valiosa labor divulgativa y de concienciación sobre la necesidad de adaptarse a este reglamento cuanto antes. Lo último que UNESPA ha establecido ha sido una hoja de ruta con los pasos y fechas que deben de seguir las entidades, empezando por el QIS5 bis en octubre de 2013.

El Grupo Helvetia entendió desde el principio la importancia de este proyecto, y es por ello que ha sido uno de los más adelantados a la hora de incorporar una planificación estratégica para lograr la implantación. Tal es así que Helvetia inició el proceso en junio de 2011, y durante 2012 prevé finalizar la fase de diseño, de cara a su implementación durante 2013.

Este proceso ha cristalizado dentro del Grupo Helvetia en el Proyecto Solvencia II, centralizado en el área de Risk Management. El responsable del proyecto a nivel de todo el Grupo es el director financiero, Paul Norton, y en cada uno de los países el responsable es el director financiero de las distintas unidades de negocio. En el caso de España, la responsable del proyecto es la directora de Administración y Finanzas, Susana Blanco, y la responsable de la gestión y coordinación es Fanny Barrot.

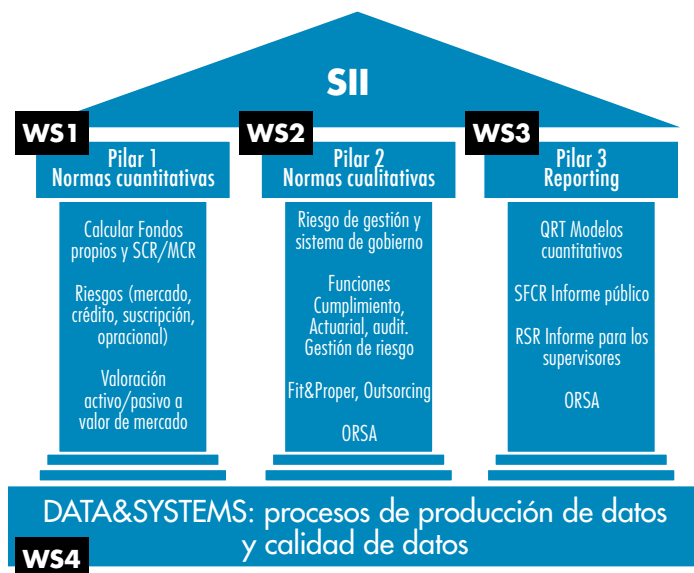
El organigrama y la estructura de trabajo son los mismos que los implantados en el resto de países del Grupo, a fin de favorecer la puesta en común de los resultados y el intercambio beneficioso de experiencias.

Fases del proyecto Solvencia II en el Grupo Helvetia



Pilares de Solvencia II

Los 3 pilares de la Directiva y organización en el Grupo en Workstreams y Workpackages.



Se han constituido cuatro grupos de trabajo (Workstream WS). En cada uno de ellos se definen asimismo distintas líneas de trabajo (Workpackage WP), con responsables asignados a las tareas. El contenido de los grupos de trabajo obedece a los pilares o ejes del propio proyecto Solvencia II. Estos pilares son:

Pilar 1: Normas cuantitativas

Su objetivo es determinar las normas cuantitativas para establecer un balance económico a valor de mercado de los activos y pasivos. Los departamentos actuariales trabajan en la elaboración de nuevos métodos de valoración de los pasivos de Vida y No Vida y el Departamento de Inversiones establece una metodología para valorar los activos. Además de las provisiones técnicas, se determina un requerimiento de capital mínimo (MCR) y un capital de solvencia requerido (SCR) que se calcula con la fórmula estándar.

Pilar 2: Normas cualitativas y gestión del riesgo

Este Pilar se refiere a la política de gobierno corporativo, que es el que supone un esfuerzo mayor de adaptación ya que todas las políticas deben estar por escrito y cumplir con los requerimientos de Solvencia II.

Las compañías deben demostrar el nivel de capital al supervisor y que cuentan con políticas y sistemas de gestión que permiten el control de riesgo. Para ello la compañía debe contar con una política de buen gobierno a nivel general, un sistema de gestión con funciones específicas y realizar un informe de autoevaluación de riesgo y solvencia (ORSA). Se tra-

NO SE TRATA ÚNICAMENTE DE CUMPLIR CON LOS NUEVOS REQUERIMIENTOS, SINO TAMBIÉN DE ENTENDER SU NECESIDAD Y SABER QUE SON DECISIVOS PARA SEGUIR SIENDO COMPETITIVOS EN NUESTRO SECTOR

ta de un informe que recoge los detalles del sistema de gobierno con sus funciones clave y además otros aspectos como los resultados cuantitativos y cualitativos de la evaluación de los riesgos propios y de solvencia. Actualmente, la política de gobierno se está redefiniendo a nivel general para cumplir con los nuevos requerimientos desde el grupo de trabajo a cargo de este pilar (Workstream 2).

Pilar 3: Divulgación

A partir de la entrada en vigor de Solvencia II, las entidades de seguros deberán presentar anualmente un informe público sobre la Situación Financiera y de Solvencia (SFCR), a través del cual la entidad aseguradora debe divulgar sus datos relativos a Solvencia II tanto cuantitativos como cualitativos. El SFCR ha de incluir un resumen claro y conciso, de manera que pueda ser entendible por los tomadores y beneficiarios de seguros. En este resumen se debe destacar cualquier cambio material sobre el desarrollo del negocio de la entidad, el sistema de gobierno, el perfil de riesgo, la valoración a efectos de solvencia y la gestión de capital en el periodo. Además las entidades de seguros remitirán al menos cada 3 años un informe más detallado al supervisor incluyendo el ORSA. Estos informes tendrán que remitirse al nivel individual y grupo.

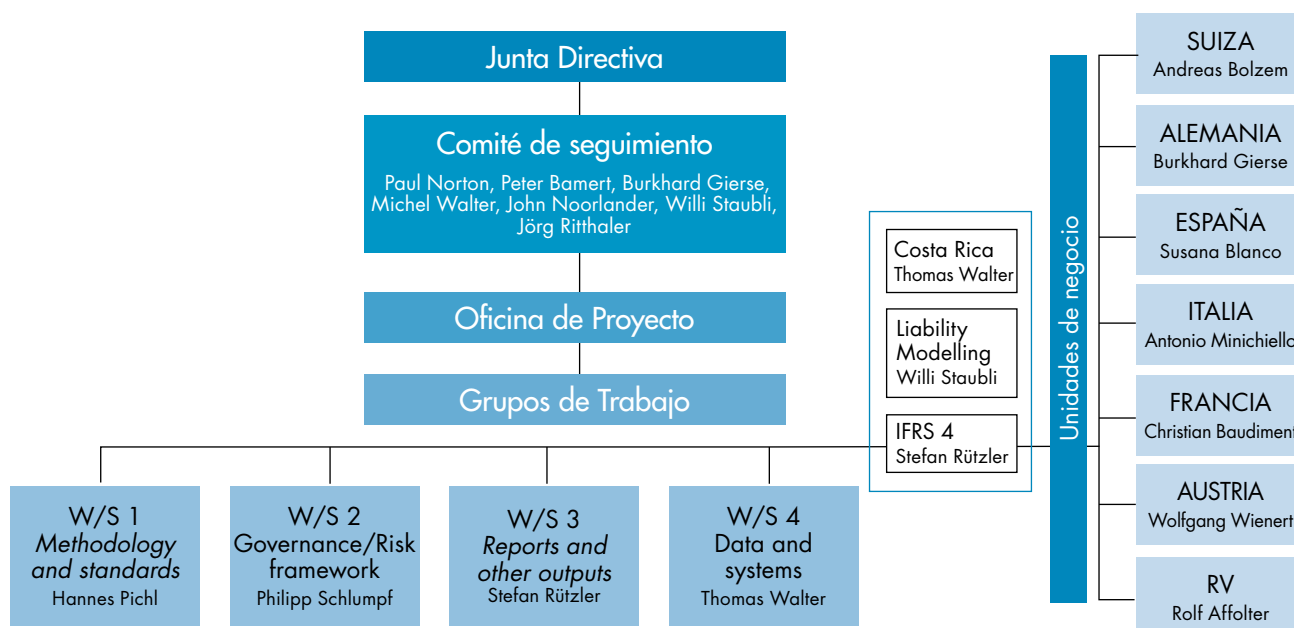
WS4 Data & System

Aunque no es propiamente un pilar de la Directiva, se trata de una línea de trabajo transversal que está al servicio y sirve de soporte al resto de pilares. Este grupo es el responsable del diseño de los sistemas para gestionar y coordinar los datos garantizando su calidad, exhaustividad y trazabilidad y la circulación de la información. La política de datos es una de las políticas que debe definir la entidad en el Pilar 2.

Como decíamos al principio, la implantación de esta nueva directiva implica un cambio de cultura. Este cambio de cultura debe ser asumido no sólo por los profesionales responsables de la adaptación a la normativa sino por toda la organización. No se trata únicamente de cumplir con los nuevos requerimientos, sino también de entender su necesidad y saber que son decisivos para seguir siendo competitivos en nuestro sector.

En todo caso, desde la dirección del proyecto se mantiene informados de forma precisa y detallada a todos los profesionales implicados en el mismo, y es probable que el proceso requiera la incorporación de nuevas personas durante su desarrollo.

Organización de Solvencia II en Grupo Helvetia



Grupos de Trabajo Solvencia II en España (Fase de diseño)

I. Normas cuantitativas José Luis Bilbao	II. Normas cualitativas y gestión del riesgo Ángel Abad	III. Divulgación José Luis Bilbao	IV. Data & Systems Javier Fernández
I.1. Balance José Luis Bilbao	II.1. Interacción con el regulador Susana Blanco	III.1. Diseño del reporting de riesgo y capital y procesos Ángel Abad	IV.1. Gobierno de datos y calidad de datos
I.2. Cálculo del SCR/MCR José Luis Bilbao	II.2. Documentación Ángel Abad	III.2. ORSA-Informe Ángel Abad	IV.2. Diseño de sistemas
I.3. Metodología inversiones Esther Santamaría	II.3. Sistemas de gobierno Ángel Abad	III.3. ORSA-Comunicación Susana Blanco	IV.3. Establecer Data catálogo
I.4. Vida (relacionado con Liability Modelling) Encarnación Hernández	II.4. Funciones especiales Ángel Abad	III.4. RSR/SFCR informe Susana Blanco	IV.4. Solución de Arquitectura
I.5. Metodología no vida Salvador Benítez	II.5. Outsourcing Javier Gómez y Javier Prado Javier García y Francisco Astola Susana Blanco	III.5. SFCR/RSR (QTR)-Comunicación Susana Blanco	
I.6. Metodología impuestos José Luis Bilbao	II.6. BCM Toñi Ferrezuelo y Victor Lizarraga	III.6. Analysis QRT José Luis Bilbao	
I.7. Metodología Credit Risk José Luis Bilbao	II.7. ORSA Ángel Abad	III.7. USP	
I.8. Reaseguro y transición internas Salvador Benítez	II.8. ORSA-Límites de riesgo y capital Susana Blanco		
I.9. Metodología USP Dept. actuariales	II.9 ORSA-Medición en capital y ratio Susana Blanco		
I.10. Metodología fondos propios José Luis Bilbao	II.10. Gestión de riesgo y capital Ángel Abad		
I.11. Estructura y procesos Susana Blanco			

Con buena marcha

Ya sabíamos que hay mucho deportista oculto entre las filas de Helvetia Seguros. En este caso hemos reunido a varios que “le dan fuerte” a la carrera. Aunque de forma amateur, son aguerridos y se atreven con maratones y medias maratones, logrando además marcas más que competentes. Sabemos que, al menos con ellos, Helvetia Seguros siempre avanza con buena marcha.

No vamos a descubrir aquí las bondades del ejercicio físico y del hábito de correr. Es bueno para el cuerpo y para la mente y, además, es un eliminador natural del estrés y un segregador de bienestar a través de la liberación de endorfinas.

Estamos seguros de que nuestro compañero Miguel Ángel Monge tenía poca idea de esos beneficios naturales cuando empezó a darle a las piernas. Más que nada porque se inició en el hábito muy pequeño, con sólo 9 años. Corría todos los días casi una hora antes de entrar a clase por las tardes en el colegio. Empezó por un motivo muy simple: tan simple como que le hacía sentirse bien y le ayudaba a encarar con más energía las tardes de colegio y estudio.

Son 34 años los que Miguel Ángel lleva en Helvetia Seguros en Sevilla, pero son muchos más los que lleva corriendo. Le motivaba tanto correr que empezó a apuntarse a distintas carreras escolares. Cuando cumplió 18 años, además de jugar al fútbol, como la mayoría de chavales de su edad, también se animó a participar en medias maratones y maratones populares, competiciones en las que ha continuado corriendo hasta que una lesión en la rodilla derecha se lo imposibilitara hace unos meses. Para su recuerdo queda el “palmarés”, inaccesible para la mayoría de los mortales sedentarios: 1 hora y 30 minutos en la Media Maratón de Sevilla y 3 horas 24 minutos y 45 segundos en la Maratón Ciudad de Sevilla. Aunque son logros de juventud, Miguel Ángel Monge aún consigue completar todas las carreras en las que continúa participando. Tantas carreras dan para muchas anécdotas. Así, Miguel Ángel recuerda



De izqda. a dcha: Marc von Wartburg, Miguel Ángel Monge y Javier Prado.

que en su primera maratón, a la que se presentó con muchísima ilusión, en el kilómetro 39 se desplomó. Sólo le quedaban 3 kilómetros para llegar a la meta. Así es que, después de beber un sorbo de agua con azúcar, se repu-

TANTAS CARRERAS DAN PARA MUCHAS ANÉCDOTAS. ASÍ, MIGUEL ÁNGEL RECUERDA QUE EN SU PRIMERA MARATÓN, EN EL KILÓMETRO 39 SE DESPLOMÓ. DESPUÉS DE BEBER UN SORBO DE AGUA CON AZÚCAR, SE REPUSO INSTANTÁNEAMENTE Y LOGRÓ LLEGAR MUY EMOCIONADO A LA META.

so instantáneamente y logró llegar muy emocionado a la meta con una muy buena marca.

Plácido Cote, empleado del Departamento de Control de Agencias de Helvetia Seguros, también le cogió el gusto a correr, aunque su iniciación no fue tan temprana, y no estuvo motivada por las buenas sensaciones que, al menos inicialmente, le reportaba. “Primero vino la necesidad y después, la afición”, sostiene Plácido, al recordar que empezó a correr a los 21 años para reducir peso.

Y es que todavía recuerda sus años de instituto, cuando en clase de gimnasia siempre quedaba rezagado. Sin embargo, años después comenzó a correr para reducir el sobrepeso, y poco más tarde ya participaba en su primera carrera po-



Plácido Cote.

pular. Le gustó tanto la experiencia que se aficionó a estas competiciones amateurs.

No satisfecho con esto, se entrenó a fondo para competir a un nivel más elevado y celebró su cuarenta cumpleaños con carreras de ultrafondo y de montaña hasta llegar a las competiciones de los 100 kilómetros en las que participa ahora. Además, se hizo miembro del Club de Ultrafondo Pretorianos de Tomares y nunca se pierde el Maratón Ciudad de Sevilla o el Maratón Alpino de Jarapalos. Pero de la prueba que más orgulloso se siente es de "Los 101 kilómetros en 24 horas", ultramaratón que comenzó a celebrarse en 1995 con motivo del 75º Aniversario de la Fundación de la Legión.

Y el contagio por este deporte lo ha experimentado también Marc von Wartburg, un compañero de origen suizo que lleva 10 años en el Grupo Helvetia, en distintas funciones y países, y que regresará a Suiza a finales de 2012, tras cinco años junto a nosotros en España.

En su estancia en España empezó a correr "de verdad" con un grupo de amigos de la compañía, que lo animaron también para que participara en carreras populares y medias maratones, competiciones que compagina con su afición a la natación, al fútbol y al hockey, deportes que practica con sus hijos. Para él, la carrera



Miguel Ángel Monge, junto a otros corredores.

le permite "equilibrar la carga personal y laboral, y sentirte más fuerte para afrontar tus quehaceres diarios".

"Siempre he hecho deporte" —explica Javier Prado, otro de nuestros corredores aficionados—. "Era una forma sencilla de

MARC RECONOCE QUE EN LA CARRERA ENCUENTRA VALORES APLICABLES EN MUCHOS ASPECTOS DE LA VIDA: "AUNQUE EN LAS CARRERAS HAYA MOMENTOS DUROS DE SUPERAR, AL FINAL SIEMPRE SE LLEGA SATISFACTORIAMENTE A LA META", SOSTIENE.

hacer ejercicio, aunque no soy un obsesivo de esto: me gusta practicar otros muchos deportes, aunque ese es el más fácil de llevar a cabo. Siempre que puedo corro, aunque va por rachas: ahora, por ejemplo, en verano, salgo menos por el calor". Javier se ha convertido en un habitual de las carreras populares, y hace dos años se atrevió con una media maratón. "Con la maratón completa no termino de atreverme" —sostiene, sin que quede muy claro si algún día se decidirá. "Es inevitable probarse a uno mismo, ir superando las propias marcas, bajar tus

propios logros. Compites contigo mismo". No es difícil hallar correspondencias entre el ejercicio y la vida laboral. Así, Marc reconoce que en la carrera encuentra valores aplicables en muchos aspectos de la vida: "aunque en las carreras haya momentos duros de superar, al final siempre se llega satisfactoriamente a la meta y más aún cuando se cuenta con el apoyo del resto del pelotón, los amigos de Helvetia Seguros", sostiene.

De la misma opinión es Miguel Ángel, quien ha aprendido a afrontar con entereza los retos laborales del mismo modo que las carreras ya que, en ambos casos, "el esfuerzo se ve recompensado por la satisfacción de lograr un trabajo bien hecho".

"Correr mejora el estado de ánimo, aumenta la confianza en uno mismo y ayuda a eliminar el estrés", explica Plácido, quien incluso reconoce que cuando se ha visto obligado por alguna lesión a abandonar la carrera por un tiempo, se ha vuelto irritable y malhumorado.

"Animo a todos los compañeros, y en general a todo el mundo, a que practiquen la carrera. Es algo que aporta muchas cosas y nos ayuda a sentirnos bien con nosotros mismos", sostiene Miguel Ángel. Después de escuchar tantos buenos motivos, habrá que empezar a pensárselo. O mejor no hacerlo: directamente, salir a correr.

Esther Santamaría,
Responsable del
Departamento de
Inversiones

**“En los
tiempos que
vivimos,
pertenecer a
un grupo suizo
es un valor
añadido”**



Antonio Tadeu,
Responsable
comercial de Vida
Zona Noroeste

**“En Helvetia
Seguros
aprendo
mucho más
que enseño”**



A los dos os une una fuerte especialización en el ámbito financiero, pero cada uno de vosotros lo orienta hacia una actividad: Esther, ejerciendo como responsable del Departamento de Inversiones, y Antonio, como responsable comercial de Vida en la Zona Noroeste. ¿En qué medida vuestros puestos de trabajo requieren de especialización, y en qué proporción dais aplicabilidad en vuestro desempeño a los conocimientos financieros?

Antes de asumir responsabilidades en el Departamento de Inversiones, Esther trabajó prestando apoyo al Departamento técnico de Vida. Antonio es precisamente responsable comercial de este ramo. ¿Cuáles son, a vuestro juicio, sus principales peculiaridades y sus elementos más característicos en relación con el resto del negocio del seguro?

Esther Santamaría: En mi caso es muy importante no sólo tener un mínimo de conocimiento financiero para poder desempeñar mis funciones, sino también contable. Además, en los tiempos que estamos viviendo, es muy importante estar al día de todas las noticias económicas que se producen, ya que de la noche a la mañana el entorno financiero y los mercados cambian drásticamente y tenemos que actuar con rapidez.

Antonio Tadeu: En mi caso, no sólo la especialización que puede aportar tu experiencia académica y práctica, sino también la actualización mediante la autoformación constante y la permanente búsqueda de información a través de medios de comunicación especializados. Asimismo, me apoyo mucho en el contacto con profesionales para intercambiar experiencias. Creo que aprendemos mucho de las personas en este sector y conseguimos muchas informaciones importantes. Ya lo dice el dicho: “Quien tiene la información tiene el poder”. Creo que esta máxima es verdadera.

E.S.: En los seguros de Vida, desde mi punto de vista, es primordial la función del comercial. No digo que en el resto de seguros no lo sea, pero en el caso de vida la labor del comercial es más importante. En la sociedad española que vivimos todavía no hay una concienciación clara de la necesidad de contratar un seguro de Vida Riesgo o un seguro de Jubilación, y debe ser el propio comercial quien tiene que despertar en el cliente dicha necesidad. Frente a esto, en los seguros de No Vida la mayor parte de los clientes son conscientes de la necesidad de contratar el seguro, y la labor principal del comercial es convencer al cliente de que Helvetia Seguros es la mejor alternativa.

A.T.: La negociación y consecuente comercialización de productos de Vida requiere una atención extrema a la persona y su entorno. Difícilmente podremos comercializar, por ejemplo, un producto de Vida Riesgo con la eficacia y consecuente beneficio al cliente, sin conocer ciertas peculiaridades de su vida familiar. Esposa, marido, hijos, patrimonio, gastos, compromisos, proyectos e inquietudes respecto al futuro, son algunas informaciones que un buen agente debe extraer de sus clientes para poder ofrecerles soluciones. Suelo decir que un agente especialista en Vida es como un sastre que tiene que hacer un traje a medida y, para eso, necesita la colaboración del cliente. Si el agente no consigue establecer un clima de empatía con su cliente, puede que no consiga solucionar sus problemas. No es nada fácil conseguir este nivel de complicidad con el cliente, uno tiene que practicar mucho y a diario para conseguir mejorar sus habilidades sociales. ¿Os imagináis ir al sastre y notar que una pierna del pantalón se quedó más corta? Eso no puede pasar con un agente que comercialice productos de Vida.

Esther Santamaría

Un momento de tu vida laboral que siempre recordarás: Cuando me comunicaron mi nombramiento como responsable de Departamento.

Cosas buenas de trabajar en Helvetia Seguros: Seguridad y conciliación vida laboral y familiar.

Playa o campo: Los dos, como buena bilbaína me encantan el monte y la playa.

Primavera u otoño: Otoño.

Un personaje con el que alguna vez alguien te ha encontrado parecido: Ninguno.

Lo mejor de un viaje es: Conocer nuevas culturas y formas de vida.

Cuando tienes apetito y piensas en esa comida, no puedes evitar salivar: En la paella y el ali-oli del restaurante Pou des Lleó (Ibiza).

Un título de película para esta crisis: Aterrizo como puedas.

Una canción para la historia de tu vida: Color esperanza, de Diego Torres.

Todos vivimos en esa mentira: Que en el mundo existe la justicia.

Una manía confesable: Dormir con tapones.

Te alejas de las personas que: Mienten.

Cuando algo te decepciona, tu reacción es: Enfado y tristeza.

El desayuno perfecto: Unos huevos fritos con chistorra o jamón.

La sorpresa más bonita que te han dado en la vida: Fiesta sorpresa en mi 30 cumpleaños.

Las cosas irían mejor si: No hubiera niños pasando hambre y trabajando.

Antonio Tadeu

Un momento de tu vida laboral que siempre recordarás: El día en el que me despedí de los compañeros de mi anterior empresa, cuando vine a España en el año 2006. Había más de 300 personas en el acto, lloré como un niño.

Cosas buenas de trabajar en Helvetia Seguros: Mis compañeros de Zona. Nunca he visto tanta calidad profesional y humana reunida en un único equipo.

Playa o campo: Soy brasileño de origen mediterráneo. La playa.

Primavera u otoño: La primavera y su clima. Pese a que el otoño me transmite paz y nos aporta una belleza sin igual.

Un personaje con el que alguna vez alguien te ha encontrado parecido: Cuando era joven me comparaban a Richard Gere. En aquel entonces ambos éramos feos.

Lo mejor de un viaje es: El conocimiento que uno adquiere. Las novedades que uno ve.

Cuando tienes apetito y piensas en esa comida, no puedes evitar salivar: Ñoquis al quattro formaggi.

Un título de película para esta crisis: Los lunes al sol.

Una canción para la historia de tu vida: La banda sonora de la película Cinema Paradiso. Si me permites una más: Todo Azul do Mar, canción brasileira que adoptamos, mi mujer y yo, como siendo nuestra.

Todos vivimos en esa mentira: Sentirnos eternos.

Una manía confesable: Por el orden y la limpieza. Eso es grave, ¿verdad?

Te alejas de las personas que: Se empeñan en subyugar a sus compañeros y no pregonan con el ejemplo. Eso puede conmigo.

Cuando algo te decepciona, tu reacción es: Suelo quedarme triste por unos momentos. Soy algo sentimental, pero luego se me pasa, creo que eso viene de mi ascendencia italiana.

El desayuno perfecto: El del Hotel Caravela Bávaro, en la República Dominicana. Imposible describirlo.

La sorpresa más bonita que te han dado en la vida: "Estoy embarazada".

Las cosas irían mejor si: El dinero fuera considerado algo muy necesario e importante, no lo único. Hay los que lo tienen como "dios", de ahí surgen las guerras.

Los dos acumuláis una experiencia laboral en la que habéis adquirido una fuerte especialización, ambos en el sector asegurador. ¿En qué medida vuestra experiencia previa ha repercutido sobre la labor que desarrolláis en Helvetia Seguros?

E.S.: La experiencia en los anteriores puestos de trabajo me ha ayudado a ver a Helvetia Seguros de una manera global, de tal forma que cuando lanzamos un nuevo producto de Vida pueda llegar a tener una visión del mismo desde el punto de vista comercial, técnico y financiero.

A.T.: La fortuna quiso que mi trayectoria profesional estuviese ligada a la comercialización de seguros de Vida y lo que aprendí lo intento aplicar en mi rutina diaria aquí, en Helvetia Seguros. Pienso que hoy tengo la suerte de pertenecer a una empresa que me aporta mucho aprendizaje, creo que aprendo mucho más que enseño, y éste es un factor motivador de los mejores.

Entrevista

Vuestra incorporación a Helvetia Seguros es más o menos reciente (especialmente en el caso de Antonio, ya que él pertenece a la compañía desde 2011). ¿Qué imagen externa creéis que tenía y tiene Helvetia Seguros dentro del mercado y, en general, dentro del ámbito empresarial?

Antonio opera en la Zona Noroeste, mientras que Esther lo hace en Madrid. ¿Cómo creéis que es la comunicación interna dentro de la compañía, teniendo en cuenta que la actividad de Helvetia Seguros abarca todo el territorio nacional?

Como profundos conocedores del producto y del contexto en el que se desarrolla, ¿cuáles creéis que son las principales fortalezas de los productos de Vida de Helvetia Seguros?

¿Cuáles son, de cara a la red comercial, los principales argumentos para defender ante los clientes la contratación de un producto de Vida desarrollado por Helvetia Seguros?

En la tesitura de crisis que estamos atravesando, ¿cómo se están comportando los productos de Vida?

E.S.: Antes, yo creo que la imagen era de una empresa pequeña y muy arraigada por diferentes territorios españoles, La Vasco Navarra en el norte, Cervantes en el centro y Previsión Española en el sur. Todas ellas eran conocidas en sus respectivos territorios donde operaban mayoritariamente, pero poco conocidas en el resto del territorio español. Actualmente, Helvetia Seguros es reconocida en toda España mediante una única marca, "Helvetia", como una empresa fuerte, solvente y con capacidad de crecimiento.

A.T.: La imagen que aporta el know-how suizo es de seriedad y profesionalidad. Esto es lo que ve desde fuera un profesional del sector, y ésta era la imagen que tenía antes de incorporarme a la compañía. Cuando me incorporé, en mayo de 2011, noté que detrás de la seriedad suiza también estaba la cercanía española. Eso facilitó mucho mi adaptación, tenía dos elementos importantes para desarrollar mi trabajo.

E.S.: Estupenda. La sociedad, en pocos años, ha vivido una revolución en los avances tecnológicos y Helvetia Seguros ha sabido adaptarse paulatinamente a estos cambios. Por ello no considero que la comunicación interna sea un obstáculo. Todo lo contrario: es un logro poder mantener el actual grado de comunicación.

A.T.: Somos más de 50 sucursales, tenemos cientos de empleados, miles de colaboradores, estamos en todo el territorio nacional. No hay dudas de que unir estos puntos de nuestra estructura, a través de la comunicación interna, tiene que ser una tarea más que difícil. Tenemos herramientas que nos ayudan a mantenernos en contacto. En cuestiones relacionadas con la comunicación interna, siempre habrá espacio para mejoras, pero hay que ser realistas y saber que estamos muy inmersos en nuestro trabajo y que el día sólo tiene 24 horas.

E.S.: En mi opinión, las siguientes: amplia gama de productos adaptados a diferentes perfiles de clientes; transparencia en las condiciones de nuestros productos con respecto a la competencia; seguridad y garantía del grupo suizo; y campañas comerciales dirigidas al cliente.

A.T.: Nuestra vocación es proporcionar seguridad y tranquilidad a nuestros clientes. Tenemos productos para diversos perfiles, incluso para los que les gusta arriesgar. El Helvetia Ahorro Seguro, y el Helvetia Ahorro Activo, por ejemplo, son productos que consiguen atender al afán de ganancias más sustanciosas de los clientes de perfil más arrojado. Productos como Helvetia Mujer o Helvetia Infantil son la prueba fehaciente de que la compañía está preocupada por proteger unos colectivos para los que, hasta entonces, no tenían nada pensado especialmente para ellos. Atendemos al mercado con nuestro PPA, una alternativa segura a los PPIs que van en pérdidas, con los PIAS, tenemos la posibilidad de los PIAS en tres formatos distintos. El V54 tuvo una buena aceptación, de hecho, lanzamos una segunda edición del producto a un plazo más corto para atender la demanda del mercado. Podría estar un día entero hablando sobre nuestros productos.

E.S.: Quizás Antonio, como buen comercial, tenga más argumentos, pero poniéndome en su papel yo utilizaría los siguientes: cercanía permanente con el cliente y confianza; calidad en el servicio de asesoramiento; la seguridad y garantía que te da un grupo suizo y que no te la da otra compañía; transparencia en los costes; y plataforma del Life Center, que ofrece sinergias a todos los países del grupo para impulsar el ramo de Vida.

A.T.: Yo le diría a la red comercial que cada uno de los que estamos involucrados en la comercialización de nuestros productos podemos dormir tranquilos sabiendo que ofrecemos productos que atienden a las reales necesidades de nuestros clientes, sin dejar sobras y sin quedarnos cortos. Que somos una empresa solvente y con los pies en el suelo y eso también se refleja y caracteriza a nuestros productos. Que no prometemos lo que no podemos cumplir.

E.S.: En general, bien. De hecho en Helvetia Seguros estamos creciendo en Vida. Desde mi punto de vista, la crisis y los actuales recortes que se están produciendo en los servicios públicos pueden ayudar al sector asegurador, en el sentido de que a los ciudadanos se les crea la incertidumbre de si en el futuro el Estado va a ser capaz de pagarles su pensión de jubilación. Ésta incertidumbre favorece la contratación de seguros de ahorro privados.

A.T.: Las empresas, y en especial la banca, se están comportando de una forma más bien oportunista que oportuna. Muchos ciudadanos, desconocedores de la seguridad que aportan las aseguradoras y reacios a permanecer en una banca enferma, ya están pensando en comprarse cajas fuertes en sustitución del colchón de toda la vida. Y la crisis ha revivido un interés por los productos para la jubilación. Las pensiones van en decrecimiento y vamos a necesitar de complementos privados, así que los productos pensados para este fin ganan peso. En términos comerciales, la diferencia estará en la formación de los agentes que tendrán que conocer temas relacionados con seguridad social, fiscalidad, entre otros, para poder prestar un servicio de calidad.

A debate: Seguros Vs. Bancos

¿Por qué invertir en seguros y no hacerlo en bancos?



E.S.: Quizás ahora, con la actual crisis del sector bancario en España, el mercado nos brinda una oportunidad de poder atraer clientes del sector bancario al sector seguros. Sólo hay que hacer ver al cliente el riesgo que está asumiendo al dejar todos sus ahorros en el banco. Concienciarle de que lo mejor es diversificar el riesgo y tener diferentes "cestas" por lo que pueda pasar. El sector seguros está sobreviviendo a la crisis sin ningún tipo de ayuda pública, mientras que el sector bancario ha necesitado y necesita de ayudas para poder salir adelante. Esto demuestra que se puede confiar más en la solvencia del sector seguros que en la del sector bancario.

A.T.: Los bancos están inmersos en problemas derivados de un pasado repleto de errores. Si queremos, podemos hacer analogías con cualquier otro sector. El que me surge en estos momentos es el de la medicina. ¿Estaríamos dispuestos a poner nuestra salud en las manos de un médico esquizofrénico?

¿Creéis que realmente la sociedad es consciente de que existe una alternativa seria y solvente a la inversión en productos bancarios?



E.S.: Desgraciadamente, todavía en España tendemos a confiar en el amigo o el conocido que trabaja en el banco, ya sabes, "es muy majo", "le conozco de toda la vida", "no me va a engañar". La gente no se para a pensar que quizás hay alternativas mejores, pero no sólo fuera del sector bancario, sino dentro del propio sector no buscan otras ofertas en otros bancos ya que se fían de la persona que gestiona su patrimonio. Si bien es cierto que cada vez más a menudo nos encontramos con clientes con un elevado conocimiento financiero a los cuales hay que darles un servicio más especializado y ellos sí son conscientes de que la inversión en el sector seguros es una alternativa seria a la inversión bancaria. Prueba de ello es la apuesta de Helvetia Seguros por la creación de una red comercial especializada en productos de Vida y financieros.

A.T.: Creo que se van dando cuenta paulatinamente. Cabe a nosotros, las aseguradoras, trabajar en el sentido de divulgar esta realidad. Os puedo asegurar que cualquiera que entrevistemos para comercializar nuestros productos ya ha escuchado en muchas ocasiones e incluso sabe definir muy bien el Fondo de Garantía de Depósitos, pero no tienen idea de la existencia del Consorcio de Compensación de Seguros. Esta es una labor que tenemos que asumir: la de la divulgación y la difusión. Tenemos que saber aprovechar lo malo de la situación para divulgar lo bueno del sector. Puede parecer oportunista, incluso me atrevo a decir que sí lo es, pero el tren sólo pasa una vez.



La provincia de los sabores

En un enclave geográfico envidiable, a orillas del Océano Atlántico, se encuentra una de las provincias más llenas de tradición y gastronomía de la Península Ibérica. Huelva, antiguo punto de partida de embarcaciones colombinas en busca del Nuevo Mundo, se erige como un híbrido perfecto entre sierra y costa que resulta muy atractivo para el turista, aderezado con una riqueza paisajística y cultural poco común.

Con una extensión de más de 10.000 km. cuadrados y casi 500.000 habitantes, Huelva es una zona cuyo principal sector económico es la agricultura, con actividades tan conocidas como la tradicional recogida de la fresa, uno de los productos más exportados de esta provincia, junto a minerales, combustibles y aceites minerales.

Situada en la confluencia de los ríos Tinto y Odiel, y perteneciente a la Cuenca del Guadiana, esta provincia ha sido punto de encuentro de gran diversidad de civilizaciones, que la han convertido en un claro exponente del territorio andaluz. Desde los tartessos a los árabes, esta variedad ha ido dotando al territorio onubense de una identidad histórica propia llena de tradición. Dicha tradición puede observarse desde el prisma religioso, pues estamos ante la provincia que acoge una de las manifestaciones más devotas y singulares del país, la tradicional romería de El Rocío.

Además de este atractivo basado en la historia y la tradición, el litoral onubense es uno de los destinos turísticos de mayor atractivo del sur de Europa, dado su espléndido clima y su diversidad de

espacios naturales. Playas tan conocidas como Ayamonte, Isla Cristina o Punta Umbría sirven de representación de más de 120 kilómetros de costa. Y no podemos hablar de parajes naturales sin nombrar el Parque Nacional de Doñana, verdadero tesoro nacional que cuenta con el reconocimiento de Patrimonio de la Humanidad, por parte de la UNESCO, desde el año 1994.

Hablar de Huelva es también hablar de gastronomía. A pesar de ser un lugar que goza de una gran variedad de platos típicos, el marisco y el producto ibérico son sus principales puntales. El cerdo ibérico es una de sus especialidades, pues en sus municipios se organizan las típicas matanzas del cerdo, que dan lugar a productos como chorizos, morcones o gran variedad de carnes. A pesar de las

excelencias de la carne, el pescado no le anda a la zaga: a puertos tales como los de Isla Cristina, Huelva o El Rompido arriban cada día miles de kilos de mariscos de la calidad de la gamba blanca o el langostino, así como otros sabrosos pescados como la sardina, el pez espada o el choco. Por no hablar de las coquinas.

Helvetia Seguros en Huelva

La presencia de Helvetia Seguros en Huelva está muy consolidada. Con un volumen de negocio superior a los 7 millones y medio de euros, actualmente existen en la provincia unas 20.000 pólizas. La sucursal de Helvetia Seguros en la provincia se localiza en la ciudad de Huelva (C/ Martín Alonso Pinzón 24). De dicha sucursal dependen un total de 80 agentes, distribuidos por toda la provincia.

La Sierra de Huelva, un lugar para perderse

Allá por donde Sierra Morena encuentra su extremo más occidental se sitúa la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, un lugar emblemático caracterizado por una extensa masa forestal y un clima suave que atrae al viajero a descubrir los secretos y sensaciones más recónditos de esta joya del interior de Andalucía. Asimismo, esta riqueza medioambiental está acompañada de un patrimonio cultural que consigue, aun con el paso de los años, seguir despertando el interés del turista.

Más allá de su extensa oferta turística, la Sierra de Huelva está llena de atractivos que abstraen al visitante del mundo urbano para adentrarlo en entornos tan especiales como la Gruta de las Maravillas



de Aracena, ese lugar subterráneo lleno de magia que refleja de forma tan espectacular el paso de los años. Además, en ese propio pueblo se encuentra el Castillo de Aracena, de estilo gótico-mudéjar y que proporciona la posibilidad de conocer de cerca el patrimonio histórico de la provincia onubense.

Por otro lado, es reseñable dentro de la Sierra de Huelva la presencia de yacimientos mineros tan importantes como las Minas de Río Tinto, que retrotrae al visitante a la Edad del Cobre al perderse entre sus desgastadas vías que ofrecen la posibilidad de realizar un circuito por parte de su antiguo recorrido.

Por último, son destacables otros parajes naturales dignos de mención a lo largo y ancho de la sierra onubense, tales como

Cortegana o Jabugo, ideales para ser visitados y disfrutar de su cálido encanto y su gastronomía.

El ocio, una variable cada vez más común

En una zona tan rica en parajes naturales como es el territorio onubense, el ocio también destaca por su reciente crecimiento en los últimos años. El tiempo libre es una circunstancia cada vez más tenida en cuenta dentro de las planificaciones familiares, por lo que la necesidad de que la oferta turística sepa adecuarse a estas exigencias es muy importante. Es en este sentido en el que Huelva ha sabido tornarse camaleónica y sus lugares para el ocio son cada vez más numerosos.

Es aquí donde adquiere principal protagonismo un deporte tan en auge como es el golf, que cada vez atrae a más población y que está creciendo por momentos. Instalaciones tan diversas como Isla Canela Golf, Islantilla Golf o Golf El Rompido son el ejemplo perfecto de que este deporte está causando sensación, ya que además cuenta con la ventaja de que puede practicarse en cualquier época, por lo que no requiere época estival para ello. Además, su cercanía geográfica con núcleos poblacionales tan importantes como Sevilla le erigen como un destino usual dentro de los adeptos de este deporte.



La estrategia comercial de la cualificación

La Sucursal San Sebastián da la espalda a los malos augurios y los tiempos aciagos, de forma que crece en facturación y volumen de negocio llevando a la práctica una clásica pero eficaz receta basada en actitud positiva, buen clima interno y experiencia.

Dinamismo, compenetración interna y experiencia. Esos podrían ser los pilares que sustentan la actividad de la Sucursal San Sebastián de Helvetia Seguros, y los "culpables" de que, a pesar de las adversas circunstancias, el equipo comercial que depende de José Manuel Iglesias siga creciendo en volumen de negocio y en clientes. Actualmente factura cerca de cuatro millones de euros anuales y atiende a 7.200 clientes. Con una red de 56 mediadores, 18 de ellos agentes exclusivos, la Sucursal está atendida por tres personas: una comercial externa (M^o José Elicechea), una comercial interna (Natalia Hernández), y el propio director, José Manuel Iglesias, quien en apenas tres años ha conseguido revertir la tendencia decreciente de esa zona de negocio, hasta llegar a 2011 con un crecimiento del 1% con respecto al mismo periodo del año anterior.

Localizada en una zona de alto valor estratégico de San Sebastián, en Avenida de la Libertad n^o 7, la Sucursal atiende tanto a agentes y corredores de la ciudad como de toda Guipúzcoa. La organización del trabajo interno es bastante sencilla: mientras que el director atiende preferentemente a los corredores (aun-

que, en realidad, se responsabiliza de todos los mediadores), M^o José se centra más en los agentes exclusivos, y Natalia hace todas las labores propias del comercial interno, que implica solventar requerimientos y necesidades tanto de unos como de otros.

DINAMISMO, COMPENETRACIÓN INTERNA Y EXPERIENCIA SON LAS TRES CLAVES DE LA BUENA MARCHA DE ESTA SUCURSAL, EN SITUACIÓN DE CRECIMIENTO PESE A LAS CIRCUNSTANCIAS ADVERSAS. CERCA DE CUATRO MILLONES DE EUROS ANUALES AVALAN SU ACTIVIDAD

La forma de trabajo es muy dinámica. A José Manuel no le duelen prendas al hablar del trabajo que desarrollan sus compañeras, quienes arriman el hombro como nadie, sin pedir nunca nada a cambio, con la mirada siempre puesta en los objetivos de la Sucursal, que son también los objetivos estratégicos de la

compañía: crecimiento y rentabilidad y lealtad del cliente.

Junto al dinamismo, hay que hablar también de la compenetración interna, favorecida por el hecho de compartir una misma visión y por el buen nivel de comunicación que existe entre los miembros del equipo. Así, aunque tienen establecido un régimen de reuniones internas, están continuamente conectados y comunicados y, por tanto, se mantienen al día de todos los problemas generados en la Sucursal, y también de las buenas noticias.

El tercer factor es la experiencia. Y buena parte de esa experiencia está avalada por la trayectoria del director, que durante años fue responsable de la zona norte de otra compañía aseguradora. En aquella compañía acumuló contactos, experiencias y también cierto recelo a la política de sucursales, debido a que en su entidad se operaba sin oficina. "Estábamos todo el día en la calle", recuerda, pero ahora defiende justamente lo contrario: la Sucursal como espacio de encuentro y de contacto con los agentes, su función como puente entre la compañía y la red comercial es absolutamente indispensable.



“Todo es distinto aquí”, explica. Y aunque la salida de su anterior compañía estuvo rodeada de tristeza (se vio obligado a abandonar el trabajo debido al fallecimiento de su esposa y a la necesidad de cuidar de su hija, entonces todavía pequeña), ahora no puede estar más contento. “La forma de trabajo en Helvetia Seguros no tiene nada que ver con la de otras compañías”. Y eso es así, fundamentalmente, por la preparación de los profesionales de Helvetia Seguros, que a su juicio es sensiblemente superior a la de otras aseguradoras.

La base principal de negocio en la zona de Guipúzcoa es la de Particulares. Existe una fuerte competencia, acelerada en los últimos años por el negocio de la bancaseguros y sus políticas comerciales más agresivas. Frente a eso, la Sucursal San Sebastián y toda

su red de mediadores imponen una forma de venta especializada, con agentes mucho más y mejor preparados que

LA BASE PRINCIPAL DE NEGOCIO EN LA ZONA DE GUIPÚZCOA ES LA DE PARTICULARES. FRENTE AL NEGOCIO DE LA BANCASEGUROS Y SUS POLÍTICAS COMERCIALES MÁS AGRESIVAS, LA SUCURSAL BASA SU MODELO COMERCIAL EN UNA FORMA DE VENTA ESPECIALIZADA

los de la competencia, capaces no sólo de ofrecer un producto, sino de prestar un servicio. “La postventa es esencial en Helvetia Seguros, y eso en otras compa-

ñías no ocurre”, sostiene José Manuel. Como objetivos específicos de la propia Sucursal, además del crecimiento y la rentabilidad ya mencionados, prevén la captación de 4 nuevos agentes en la zona. El objetivo, a mitad de año, ya estaba parcialmente cumplido, ya que concluyeron el primer semestre con dos nuevos agentes. Una labor, reconoce, nada fácil.

Antes hemos hablado de la compenetración interna. Pero la fluidez en la relación y la comunicación no se produce sólo internamente. También con la propia entidad, con los directores de Zona y con los altos responsables de la compañía. “Estoy encantado con Helvetia Seguros, con mi equipo, con el apoyo de la red. Creo que somos una gran empresa y el futuro está lleno de oportunidades”, concluye.

Formación para asesores comerciales



En los últimos meses, Helvetia Seguros ha llevado a cabo varias acciones formativas dirigidas a los asesores comerciales sobre técnicas de venta y captación de clientes. Esta formación interna persigue también, indirectamente, revertir el beneficio de la misma en los agentes y su actividad.

Así, los días 8 y 9 del pasado mes de marzo, un total de 12 asesores comerciales pertenecientes a las Zonas de Madrid, Levante-Baleares, Norte y Noroeste, participaron en un curso sobre "Técnicas de venta", que se impartió en la sede de Madrid. Los asesores recibieron de manos de Eutropía Consultores formación de carácter práctico en técnicas comerciales. El curso, del que ya se han celebrado anteriores ediciones, perseguía como objetivo fomentar habilidades comerciales entre los asesores a través, por un lado, de la transmisión de un modelo de gestión comercial válido para la comercialización de productos aseguradores y, por otro, de la práctica de habilidades para la utilización eficaz de este modelo.

Más masivo fue el curso sobre "Captación de clientes a través de la Multidistribución y Colectivo de Extranjeros", que se celebró entre el 10 de mayo y el 5 de junio pasado en Madrid (10 de mayo), Pamplona (11 de mayo), Sevilla (14 de mayo), Alicante (4 de junio), y Coruña (5 de junio). Todos los asesores comerciales, y también los directores de Sucursal que no cuentan con esa figura, participaron en estos cursos, de cuatro horas cada uno, que también fueron impartidos por Eutropía. Su objetivo era capacitar al colectivo en el aprovechamiento de oportunidades comerciales generadas a través de la multidistribución, reflexionando sobre las características diferenciales de cada grupo de afinidad y, en concreto, del colectivo de extranjeros, sus motivaciones y las posibilidades estratégicas que supone el acercamiento a dichos grupos de afinidad.

Análisis de CRM



Un total de 37 empleados de la sede de Sevilla pertenecientes a las áreas de Staff, Marketing y Comunicación, Productos, Servicio al Cliente y Ventas, participaron en Sevilla en un curso sobre las herramientas SAP BVV para el análisis de datos CRM, en el marco del proceso de implantación del desarrollo informático CRM en Helvetia Seguros. El curso, desarrollado entre los días 18, 19 y 20 de junio pasado, introducía a los participantes en la construcción y la consulta de informe de análisis con SAP BVV.

Movimientos económicos de siniestros

Con el objetivo de clarificar y homogeneizar los criterios a seguir en la grabación de pagos y cobros, 87 empleados de los Centros de Servicio de Sevilla, Pamplona y Madrid han venido llevando a cabo durante el mes de junio sendos cursos de formación. Con una duración de dos horas, el "Curso sobre movimientos económicos de siniestros" ha permitido a los empleados de dichos Centros acceder a los criterios homogeneizados para la grabación de pagos y cobros de siniestros referidos al tratamiento de facturas a nombre de Helvetia Seguros u otro perceptor.



Agentes empresarios

Mejorar las habilidades empresariales de los agentes, y consecuentemente lograr una gestión más profesionalizada, rentable y eficaz de las agencias, es el fin último del curso "El agente Empresario", del que se ha celebrado una segunda edición en-

tre los días 15 y 17 del pasado mes de mayo en Sevilla, con una duración total de 23 horas. En el curso han participado un total de 14 agentes exclusivos pertenecientes a distintas zonas de España. El curso se desarrolló a través de dos módulos. El

primero, de dos días de duración, tenía como objetivo cualificar a los agentes en la gestión profesionalizada de su negocio, fortaleciendo la relación con Helvetia Seguros a través del desarrollo de su evolución a medio plazo. En dicho módulo se concretaba la estrategia de negocio para el desarrollo de cada una de las agencias, con un horizonte temporal de cuatro años. Asimismo, se introdujeron conocimientos y herramientas para favorecer una gestión profesionalizada de las agencias y mejorar su rentabilidad y eficacia. El segundo, de un día de duración pero de carácter intensivo, se centraba en el seguimiento de los conocimientos adquiridos en el módulo anterior impartido en 2011 a otro grupo de agentes. Este segundo módulo perseguía optimizar la oferta sobre la cartera y sobre el mercado local de los agentes, planteando la formulación de una estrategia comercial adaptada a la realidad de cada agencia y coherente con sus objetivos.



El curso de Sucesores, ahora también para hijos de corredores

Uno de los programas más ambiciosos acometidos recientemente por Helvetia Seguros en formación dirigida a la red de mediación es el de Sucesores. Se trata de una formación orientada a hijos de mediadores con vocación de continuidad en el negocio familiar, que ha alcanzado su tercera edición con la introducción de una interesante novedad: en esta ocasión, el curso ha estado dirigido a hijos de corredores, con contrato activo y consolidado con la compañía y con vocación de ejercer la mediación. Un total de 10 hijos de corredores participaron en este curso, con una duración de 40 horas y que se impartió en Sevilla entre los días 11 y 15 de junio pasado. Se trata del primer módulo del curso, que tendrá continuidad en los próximos meses, y gracias al cual los hijos de los corredores seleccionados podrán asumir la gestión de sus corredurías y la comercialización de productos de Helvetia Seguros.

Plan de Agentes de Carrera



Los agentes participantes en el Plan de Agentes de Carrera (PAC) han llevado a cabo desde abril y hasta junio ocho acciones formativas, en el marco del módulo sobre Desarrollo de Agencias. Un total de 46 agentes han participado en estas acciones, desarrolladas entre los días 17 y 20 de abril y 12 y 15 de junio. De estos agentes, 24 se encuentran ya en el segundo año del Plan

de Carrera, mientras que el resto ya están en el tercer y cuarto año. Cada curso constaba de 16 horas de duración, y todos ellos estaban encaminados, de acuerdo con el programa de Desarrollo de Agencias, a optimizar la oferta de productos y servicios de los agentes PAC sobre la cartera y sobre el mercado local en términos de productividad y rentabilidad.

Sierra Norte de Madrid, otra forma de viajar al centro de España

Conocida coloquialmente como “la sierra pobre”, concentra más del 80% de la oferta turística rural de la Comunidad de Madrid, con rincones llenos de encanto en los que nos espera la aventura.



Se la conoce coloquialmente como la “sierra pobre” de Madrid debido a que, durante mucho tiempo, por su condición de comarca remota al norte de la Comunidad, padeció cierta situación de olvido y aislamiento. Aunque ese adjetivo ya no es válido para denominar a la sierra que actualmente concentra más del 80% de todos los establecimientos turísticos rurales de Madrid, y que se ha convertido en el lugar preferido para las escapadas de fin de semana de la población capitalina.

Por esta abundancia de oferta turística, por su patrimonio cultural, por la amabilidad de sus gentes, por la diversidad de riquezas naturales, a este rincón debería llamársele justamente la “sierra rica”, especialmente a espacios como el Parque Natural de Peñalara, donde se localiza el techo de la comunidad, con 2.428 metros sobre el nivel del mar. Se trata de un rincón lleno de rutas, pero una de las más conocidas y valoradas

es la que arranca de La Villa de San Roque, en La Cabrera, hasta el puerto de Montejo. En dirección noroeste, el excursionista tendrá ocasión de disfrutar de gran variedad de arboleda, desde la encina hasta el robledal, pasando por la jara y el matorral. La primera parada obligada es en el municipio de El Berrueco, con algunas joyas ocultas como su iglesia de portada mudéjar pero, sin duda, su gran reclamo es el mirador, desde donde se contempla el Embalse de El Atazar, el mayor de la Comunidad que se ve atrapado por la sierra.

Siguiendo hacia arriba, nos encontramos con la presa de El Villar, desde donde tenemos acceso a la contemplación del río Lozoya, que define y da personalidad a toda la comarca. A continuación podremos darnos un descanso en Robledillo, conocido por su paisaje de jaras. Desde allí, la llegada a Puebla de la Sierra se produce a través de paisajes de fuerte personalidad, carac-

terizados por continuos cortantes. En el último tramo del camino, el viajero será acompañado por el río Puebla, en lo más hondo del cañón. Y si el camino resulta impactante, más lo será llegar a Puebla de la Sierra, con sus característicos edificios de piedra oscura con adornos de madera, resistiendo gracias al mimo de sus pocos vecinos (no llegan a cien) los embates del tiempo. Tras descansar, siguiendo hacia el norte, nos encontraremos con el río de las Navas y con el valle formado por los municipios de Horcajuelo, Prádena del Rincón y Montejo de la Sierra, en cuyo término se encuentra el hayedo más meridional de España. El puerto de Montejo puede ser un buen final para nuestra ruta, pero los más aventureros pueden atreverse a convertir el paseo en una hazaña: alcanzar la cumbre del Porrejón, de 1.827 metros. La recompensa para ellos será muy grande: estamos hablando de uno de los miradores más excepcionales de la Comunidad de Madrid.

Sierra Norte de Madrid

Dónde comer y dormir:

Alojamientos turísticos
Real, 47 y 61; Esperillas s/n y La Iglesia s/n
El Berrueco
Telf.: 918 68 61 36

Huerto Molino de Arriba
Carretera de la Prádena
Puebla de la Sierra
Telf.: 689 43 21 88

Mesón El Hayedo
C/Turco, 13
Montejo de la Sierra
Telf.: 918 69 70 23

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

