

en buena compañía

Revista de la compañía aseguradora Helvetia Previsión

Abril 2006 // Número 5

REPORTAJE

HELVETIA PREVISIÓN AUTOMÓVILES

Garantía en carretera

EN BUENA COMPAÑÍA CON...

Miguel Espina

VIVIR EN HELVETIA PREVISIÓN

La tradición de la "gracia"

**HELVETIA
PREVISION**



Seguros en buena compañía



José María Paagman
Consejero Delegado de Helvetia Previsión

Sumario

Carta del Consejero Delegado	3
Noticias	4
Formación	13
Actualidad del seguro	15
Helvetia Previsión, al día	16
Entrevista <i>M. Isabel Sánchez Franco, directora de Zona Centro; José Antonio Pérez, responsable del Centro de Servicio de Pamplona.</i>	18
Reportaje, <i>resultados históricos en 2005</i>	22
Reportaje, <i>garantía en carretera</i>	26
En buena compañía con... <i>Miguel Espina</i>	30
Entrevista <i>Ana Soler Penalva, agente de Helvetia Previsión en Novelda</i>	32
Vivir en Helvetia Previsión <i>El Carnaval de Cádiz. La tradición de la "gracia".</i>	34
¡¡Participa!!	37
Historias de seguros <i>¿Sabías qué...</i>	38
De lo nuestro	39

Edita: Helvetia Previsión
Consejo Editorial: Javier García, Enrique Herrera, Toñi Ferrezuelo, losune Rodríguez, José María Flores y Javier Prado.
Coordinador: Enrique Herrera
e-mail: eherrera@helvetiaprevision.com
Redacta y Diseña: Euromedia Comunicación
Fotografía: Euromedia Comunicación y Helvetia Previsión
Imprime: Escandón Impresores
Depósito legal: SE-2043-05

Helvetia Previsión
Paseo de Cristóbal Colón, 26.
41001 Sevilla
Tlf. 954 593 200
www.helvetiaprevision.com

El año actual va transcurriendo con el objetivo principal de consolidar e incrementar la cifra de negocio alcanzada en 2005. Para ello, necesitamos seguir contando con la firme implicación de todas las personas que integran nuestro proyecto empresarial y con su confianza en el mismo. No me cabe duda de que, una vez más, haremos un gran esfuerzo para contribuir al crecimiento de esta empresa veterana y, a la vez, llena de juventud, que va afianzándose, de forma paulatina, como una entidad aseguradora de referencia a nivel nacional.

Helvetia Previsión consiguió en 2005 los mejores resultados que ha registrado el Grupo Helvetia Patria en España hasta ahora. Igualmente fueron muy positivos los resultados del Grupo, que han sido los mejores de su historia al cosechar un beneficio después de impuestos de 191,9 millones de euros.

Pero si el año 2005 fue bueno, el presente ejercicio ha llegado con novedades interesantes. Novedades con las que Helvetia Previsión pretende avanzar en su objetivo estratégico de ofrecer el mejor servicio a sus clientes.

Una de las novedades más importantes se refiere a la reestructuración llevada a cabo en el Área Comercial, que ahora cuenta con una Dirección de Marketing y con una Dirección de Ventas. La Dirección de Ventas se responsabiliza de la estructura territorial de la entidad (Zonas y Sucursales), con el fin de impulsar el crecimiento del negocio. La Dirección de Marketing asume las competencias relativas a Marketing Estratégico, Comunicación y Publicidad, Formación y Administración Comercial. Con la creación de estas dos Áreas dentro del Comité de Dirección, se pretende imprimir a la organización un mayor dinamismo, mediante enfoques innovadores y planteamientos que permitan a la compañía adelantarse a las nuevas tendencias del mercado, así como también permitirá un afianzamiento de la marca.

Otra novedad muy importante tiene que ver con el lanzamiento de dos nuevos productos: Helvetia Previsión Hogar y Helvetia Previsión Automóviles. Se trata de dos nuevas líneas que vienen a actualizar, perfeccionar y situar en un mejor nivel competitivo ambos productos.

Por último, no quiero dejar pasar la oportunidad de aludir al cambio de denominación de nuestro Grupo a partir de mediados de septiembre de este año. "Helvetia" será la marca única bajo la que se integrarán todas las compañías que forman el Grupo Helvetia Patria. Esta decisión, junto con una nueva imagen de marca, propiciará una mejor proyección de los valores corporativos del Grupo: calidad, seguridad, confianza y dinamismo.

Estoy convencido de que 2006, como 2005, será un año cargado de satisfacciones para Helvetia Previsión, en el que podremos seguir avanzando en nuestro reto de mantener una cuota sostenida de crecimiento rentable. Y estoy seguro de que este reto sólo lo conseguiremos, como el pasado año, sumando nuestros esfuerzos e ilusiones.

Noticias

encuentros internos

Una primavera cargada de alegrías

El año 2006 ha arrancado con un fuerte ritmo de actividad interna y externa por parte de Helvetia Previsión. Además de los acontecimientos internos propios del primer trimestre del año, como las tradicionales reuniones de mediadores o los encuentros de los Centros de Servicios, la compañía ha seguido manteniendo una activa política de patrocinios, especialmente de disciplinas deportivas. A nivel de grupo, Helvetia Patria Suiza ha sido reconocida por los clientes con el primer puesto en el ranking de calidad de compañías aseguradoras. La primavera llega cargada de alegrías para Helvetia Previsión.

Reuniones de mediadores en toda España



Alicante

El primer trimestre de 2006 nos ha traído, como viene siendo habitual, las reuniones de mediadores en todas las zonas de implantación de Helvetia Previsión. En estas reuniones, los mediadores han conocido de primera mano los objetivos y las metas comerciales de la compañía para el nuevo año. Esta doble página está dedicada a retratar buena parte de estas reuniones, que sirven también como intercambio de experiencias e ideas entre los agentes de cada zona.



Almería



Bilbao



Asturias



Burgos



Barcelona



Cádiz



Castellón



Granada



Logroño



Madrid A



Madrid B



Madrid C



Murcia



Ourense



Pamplona



San Sebastian

noticias

encuentros internos

Reuniones de mediadores en toda España (continuación)



Santander



Valencia



Sevilla A



Valladolid



Sevilla B



Vigo



Sevilla C



Vitoria



Sevilla DPF



Zaragoza

Convención Anual de Directores

Si la pasada edición de la Convención Anual de Directores tuvo lugar en Sevilla, en diciembre de 2005 el enclave elegido fue Pamplona, más concretamente Baluarte. La convención contó con la participación de unos 70 directores, que analizaron la situación de la compañía y compartieron sus impresiones y experiencias sobre el momento actual de Helvetia Previsión.

Durante la Convención, se informó ampliamente sobre el resumen de actividad del año 2005, así como de los principales objetivos de cara al nuevo año. En este contexto, tuvieron fuerte peso los nuevos productos de Hogar y Autos, que fueron extensamente abarcados durante la Convención.

A la inauguración de la Convención, que se saldó con gran éxito, acudió la alcaldesa de Pamplona, Yolanda Barcina. Igualmente, también estuvo presente en la convención el Presidente del grupo Helvetia Patria, Erich Walser.

El programa de actividades combinó las reuniones de trabajo con las actividades lúdicas. Entre las actividades más interesantes destacó una visita al Castillo de Olite, y una acogedora cena en el hermoso Parador.

Finalmente, algunos directivos fueron recibidos por el Presidente de la Comunidad Foral de Navarra, Miguel Sanz.



José María Paagman fue entrevistado por los medios de comunicación en el transcurso de Convención Anual de Directores.



José María Paagman, Consejero Delegado de Helvetia Previsión, junto a Eric Walser, Presidente del Grupo Helvetia Patria.

encuentros internos

Los Centros de Servicio intercambian experiencias

Entre los días 24 y 25 de enero, la sede de Helvetia Previsión en Sevilla acogió la Convención Anual de Centros de Servicio, en la que participaron los responsables de los tres centros de servicios en sus distintas modalidades de autos, particulares, empresa, personales, producción y atención telefónica.

Bajo el lema "Centros de Servicio igual a servicio de calidad", la convención anual permitió a los participantes intercambiar sus experiencias en torno a la realidad de los Centros de Servicio, así como conocer los principales ejes estratégicos de la compañía en relación con su ámbito de actuación.

La Convención también sirvió para que los responsables de los centros de las distintas sedes conocieran un poco mejor Sevilla. Así, además de las sesiones de trabajo, los participantes llevaron a cabo un paseo en barco por el Guadalquivir y un itinerario turístico a pie por el barrio de Santa Cruz. La sesión lúdica concluyó con una cena en un restaurante del popular barrio de Triana.



Arriba, los compañeros que participaron en la Convención de Centros de Servicio, disfrutan de un paseo en barco por el río Guadalquivir. A la izquierda, posan en el Paseo de Colón, frente al que se encuentra la Sede Social de Helvetia Previsión en Sevilla.



noticias

Encuentro del área de productos

En el pasado mes de enero, en la sede de Sevilla, también se produjo un encuentro del Área de Productos de la compañía, en el que participaron los responsables de los distintos ramos, el actuuario y los coordinadores de las tres sedes. Iñigo Soto, Director General Adjunto y Director del Área de Productos fue el encargado de hacer la presentación del acto, en la que explicó la situación de los distintos ramos, aportó los principales datos sobre su evolución durante el 2005 y apuntó los principales objetivos para el año 2006. Tras la exposición, se celebró un almuerzo, y durante la tarde se reanudaron las sesiones de trabajo, con reuniones por ramos específicos.



patrocinios



Apoyo a la música vasca

Rendir homenaje y repasar los grandes temas clásicos de la música antigua vasca era el objetivo primordial del Festival de Música que se celebró en el municipio de Elizondo el pasado día 26 de noviembre, y que congregó a gran cantidad de aficionados y de vecinos. Helvetia Previsión no quiso dejar pasar la oportunidad de apoyar este acto, mediante un patrocinio que quedó reflejado en el propio escenario de las actuaciones, donde podían distinguirse los colores y la imagen corporativa de nuestra compañía.

patrocinios

Ya tenemos equipo

Helvetia Previsión cuenta, desde este año, con un equipo de Fútbol 7 que lleva su nombre en Albacete. Se trata de un equipo de Almansa, que participa en la XXXVI edición del campeonato local portando los colores de nuestra compañía. El conglomerado “helvético” está resolviendo muy bien esta liguilla local, en la que participan 16 equipos, habiéndose clasificado ya para la fase final. Siempre es un placer para Helvetia Previsión contribuir mediante el patrocinio al desarrollo de actividades deportivas, pero resulta más gratificante aún cuando la mayoría de los integrantes del equipo son clientes y amigos de nuestra compañía. No en vano, el entrenador del equipo, Francisco Rodríguez, compagina su afición deportiva con sus responsabilidades como agente de Helvetia Previsión en Almansa. Desde “en buena compañía”, nuestro más caluroso apoyo para ellos. Que tengan mucha suerte en esa fase final.



Integrantes del equipo patrocinado por Helvetia Previsión de Almansa (Albacete).



Carroza ganadora

En ocasiones, los patrocinios de Helvetia Previsión tienen premio. Es lo que ocurrió en los Carnavales de 2006 en Vigo, donde la carroza patrocinada por Helvetia Previsión fue distinguida con el Primer Premio otorgado por el Concello de Vigo. Además de plasmar la identidad corporativa de nuestra compañía, la carroza era un verdadero espectáculo de color.

noticias

Goles “en buena compañía”

El Begíjar C.F. es el equipo que representa al municipio jiennense del mismo nombre en las competiciones balompédicas provinciales y regionales. Desde hace poco, es un nuevo equipo apadrinado por Helvetia Previsión. Este aguerrido conjunto llevará a municipios de toda la geografía de Jaén el nombre de nuestra compañía, y celebrará cada uno de sus goles “en buena compañía”.



Begíjar C.F., Jaén.

En el fútbol madrileño

A través de la sucursal de Madrid A, Helvetia Previsión también está presente en las competiciones balompédicas que se juegan en la capital. Y lo hace patrocinando al San Pedro Prosperidad, un conglomerado que “milita” en la Regional Preferente de la liga autonómica madrileña. Nuestro agente en Madrid, Alejandro Alcaide, es el responsable de entrenar a esta formación, e intentar auparlos a categorías superiores. Ahora que el Real Madrid está en un momento bajo, puede ser una oportunidad para que el equipo de Alcaide le tome el relevo. ¡Mucho ánimo!



San Pedro Prosperidad, Madrid.

Promoción del deporte femenino

El deporte femenino es un fenómeno que cada vez concita mayor interés y atención social, aunque en este terreno, al igual que en muchos otros que se refieren a la mujer, aún queda mucho por hacer. La labor de patrocinio que desarrolla Helvetia Previsión también persigue apoyar iniciativas de las mujeres, ya sean de corte deportivo como lúdico o social. En este caso, hay que hablar del patrocinio de un equipo de baloncesto en Fuerteventura, el Majobasket, cuyas jugadoras aparecen retratadas junto a estas líneas.



Majobasket, Fuerteventura.

noticias

actividad de la empresa

Los reyes magos, a buen recaudo

La Cabalgata de Reyes constituye una de las citas festivas más importantes del calendario anual de acontecimientos populares de la ciudad de Sevilla. Promovida por el histórico Ateneo, cada año recorre las calles más emblemáticas de la ciudad, llenando todos los rincones de colorido y jolgorio. Helvetia Previsión viene asegurando desde hace algunos años este importante acontecimiento, en lo que se ha convertido en toda una tradición para nuestra compañía aseguradora. Un año más, la empresa asumió el reto de asegurar el paso de las distintas carrozas por toda la ciudad, contribuyendo a la buena marcha de esta celebración.



Celebrando la navidad

Otra tradición que se repite invariablemente cada Navidad es la celebración de la copa navideña en cada una de las sedes de Helvetia Previsión. Madrid, Pamplona y Sevilla secundaron masivamente esta convocatoria para la convivencia y el distendimiento entre compañeros, y disfrutaron durante algunas horas de un agradable clima presidido por el buen humor y la informalidad.



grupo Helvetia

Los primeros en calidad

Anualmente, las distintas compañías de seguros suizas miden la satisfacción de los clientes con respecto a los servicios que ofrecen, y toman el pulso a los usuarios en aspectos tales como la gestión de reclamaciones, gestión de cancelaciones, solvencia en la tramitación de los siniestros, etc. Con estas mediciones, las empresas aseguradoras logran detectar los aspectos mejorables de su gestión y permiten introducir medidas para alcanzar esas mejoras. Por segunda vez en su historia, Helvetia Patria Suiza ha obtenido el primer puesto en satisfacción global de los clientes dentro del "image tracking" del sector asegurador suizo. Pero la empresa ha alcanzado este primer puesto no sólo en satisfacción global. También lo ha hecho en otras variables como la relación prestación/precio, el talante del personal, la dedicación del tiempo a los clientes o la rapidez y fiabilidad del servicio. Todo ello convierte a Helvetia Patria Suiza en la primera compañía suiza en materia de calidad.

FORMACIÓN

Un nuevo espacio para la actividad formativa

Dada la importancia que está adquiriendo la formación dentro de la agenda de actividades internas de Helvetia Previsión, desde este número, "en buena compañía" incorpora una nueva sección dedicada de forma exclusiva a las iniciativas formativas promovidas por la compañía. Puntualmente, la revista irá informando a sus lectores sobre todos los acontecimientos y actividades relacionadas con la formación. A lo largo del primer trimestre de 2006, Helvetia Previsión ha promovido más de 180 horas de formación, de las que se han beneficiado más de 120 empleados y mediadores adscritos. Entre los cursos más significativos de este trimestre hay que destacar el curso de Formación Básica Intensiva, también conocido como FBI que, con 96 horas, es el módulo más extenso de los que se imparten desde Helvetia Previsión.

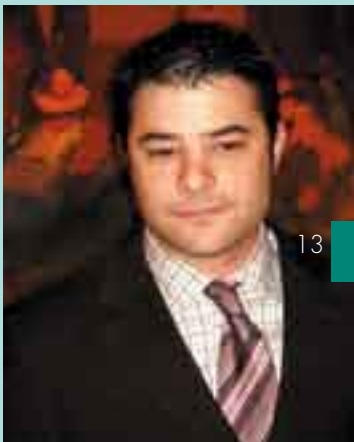
Nueva edición del "FBI"

Durante el mes de febrero se celebró una nueva edición del Curso de Formación Básica Intensiva, familiarmente conocido dentro de la casa como el "FBI". Un total de 11 asesores comerciales de nueva incorporación y 5 mediadores del Plan de Carrera tuvieron la oportunidad de seguir este curso, provenientes de 12 sucursales de la compañía (Córdoba, Granada, Jaén, Madrid-A, Valladolid, Pamplona-San Ignacio, Coruña-A, Ourense, Murcia, Albacete y Ciudad Real). Celebrado entre el 6 y el 24 de febrero en Sevilla y con un total de 96 horas lectivas de formación presencial (es uno de los más extensos que se imparten desde Helvetia Previsión), este curso persigue tres grandes objetivos: primero, conocer los elementos básicos y fundamentales de la actividad aseguradora, así como las últimas disposiciones legales existentes; segundo, profundizar en el conocimiento de los productos comercializados por la entidad; y tercero y último, desarrollar metodologías sobre sistemas de ventas.

"Ha sido un curso muy completo e instructivo"

Ignacio de Fuentes Pérez,
alumno destacado de la promoción

De "encomiable" ha sido tildada la labor desarrollada por Ignacio Fuentes Pérez dentro del FIB del pasado mes de febrero. Este asesor comercial, de tan sólo 27 años de edad y perteneciente a la sucursal de Madrid-A, ha logrado el mérito de erigirse como el alumno más destacado de esta promoción.



¿Qué valoración haces de la experiencia?

Mi valoración general del curso ha sido en líneas generales muy buena, ya que ha sido un curso muy completo e instructivo. Como sugerencia, en cursos sucesivos lo orientaría más hacia un lado más práctico.

¿Y de la convivencia con el resto de compañeros?

Ha sido muy buena también, hemos coincidido y conocido a gente muy diversa, con un buen ambiente de grupo. A día de hoy, todavía seguimos manteniendo contacto.

¿Cuáles son, a tu juicio, las claves de un buen asesor comercial?

La constancia, tener claros los objetivos y saber trabajar en grupo dirigiendo a las personas.

¿Cuál es la principal enseñanza que has extraído del curso?

Los conocimientos técnicos de los productos y sus principales normas de contratación.



Instantánea del grupo del FBI.



Curso sobre producto de hogar para atención telefónica

Los días 13 y 16 de febrero, y en la sede de Helvetia Previsión en Sevilla, tuvo lugar este curso dirigido a los trabajadores dedicados a la atención telefónica y a la tramitación de los siniestros sufridos por los clientes. En total, 23 empleados recibieron esta formación en dos sesiones de 4 horas lectivas, en las que se hizo especial hincapié en el conocimiento de la cobertura de los productos que ofrece la compañía y en el tratamiento de los siniestros.

Hogar y autos para los centros de servicios

Dieciséis empleados de los tres centros de servicios de Madrid participaron en este curso en el que también se incidió en el conocimiento de la cobertura de los productos que ofrece Helvetia Previsión y en el tratamiento de siniestros. Este curso, pensado para el personal de producción y para los tramitadores de siniestros, contó con un total de 6 horas de formación presencial.

Doce directores de sucursal reciben un curso de habilidades directivas

Doce directores de sucursal han completado uno de los Programas Executive que realiza la consultora Otto Walter, una de las más prestigiosas a nivel mundial en materia de asesoramiento y formación de ejecutivos y comerciales. Este programa, diseñado de acuerdo a las necesidades y las características específicas de Helvetia Previsión, tiene como objetivo que las personas

con tarea de mando sobre equipos realicen su cometido de forma eficaz y movilicen a los demás mediante la calidad de su trato y su comportamiento. Esto es, pretende que los directivos desarrollen hábitos y comportamientos eficaces para la gestión del conocimiento y el aprovechamiento del talento de sus equipos.

La gran virtud de estos Ciclos de Desarrollo reside en su metodología, eminentemente práctica, con un enfoque que evite la teoría conceptual y que da prioridad absoluta a todo lo que es trasladable al día a día, a herramientas y conceptos concretos que puedan ser llevados a la realidad en cualquier momento. Los resultados que obtiene el directivo son: un ejercicio del liderazgo realista y coherente; motivación y satisfacción personal; herramientas concretas para la delegación y desarrollo del equipo; mejora de la comunicación a todos los niveles; autocontrol consciente del ejercicio del liderazgo; mejora de la capacidad para influir de forma proactiva tanto hacia arriba como hacia abajo; mejora del rendimiento propio y del equipo; comprensión global de la función de dirigir personas; mejores resultados personales y del equipo; y mejor relación con el equipo, en un clima muy exigente y positivo al mismo tiempo.

Curso de atención al cliente en siniestros

Cuarenta empleados adscritos a los Centros de Servicio dependientes de las sedes de Sevilla, Madrid y Pamplona participaron en el curso "Atención al Cliente en siniestros", que se ofreció en varias sesiones de dos días de duración a lo largo del mes de febrero. El curso, impartido por monitores externos pertenecientes a ICEA, contó con un total de 64 horas lectivas (16 horas por cada grupo).

Curso de transportes para mediadores de Alicante

La sala de formación de la sucursal de Alicante albergó el pasado 15 de febrero un curso en el que se pretendía que los participantes conocieran los elementos básicos del ramo; conocieran mejor los condicionados, tanto generales como particulares, cláusulas y textos específicos; y analizaran y compararan las ventajas y beneficios del producto, para así facilitar una información veraz y objetiva a los asegurados en el momento de la contratación. Entre directores y asesores comerciales de las sucursales de las zonas de Alicante y Cataluña, 26 fueron los asistentes a esta jornada de formación, que volverá a celebrarse en cuanto se perciba esa necesidad entre los empleados vinculados a ambas sucursales.

Los participantes en el curso impartido por Otto Walter posan para "en buena compañía".



Actualidad del Seguro

La futura ley de mediación de seguros y reaseguros privados, en trámite parlamentario

En estos momentos se encuentra ya en trámite parlamentario la nueva Ley de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados, una nueva norma con la que se dará cumplimiento a la obligada transposición de la Directiva 2002/92/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 9 de diciembre de 2002, y que persigue "establecer un marco legal comunitario que permita a los mediadores de seguros ejercer libremente en toda la Unión con la finalidad de contribuir al correcto funcionamiento del mercado único de seguros".

La incorporación de esta ley al ordenamiento jurídico español hace necesario afrontar la modificación de la actual Ley 9/1992, de 30 de abril, de Mediación en Seguros Privados, modificación que, por otro lado, se hacía necesaria para adaptar la regulación a las nuevas realidades que imperan en el sector.

El proyecto de ley viene a establecer una serie de modificaciones que se sintetizan en los siguientes aspectos:

-Se establece el principio de registro por la DGSFP de todas las personas que en cualquier tipo puedan ejercer la actividad de mediación de seguros y reaseguros, definiendo los criterios de acceso a las distintas clases de mediadores. A tal fin se creará un Registro Único.

-Se regulan nuevas formas de mediación. De esta forma las actuales categorías (agente afecto y corredor) dan paso a seis grupos:

- Agente exclusivo
- Agente vinculado
- Operador de bancaseguros exclusivo

Ligero incremento de la siniestralidad

Los seguros de automóviles han cerrado 2005 con una tasa de siniestralidad del 74% (sobre primas imputadas, del negocio retenido), cifra ligeramente superior a la de cierre de 2004, que fue del 73,1%, pero inferior a la de años precedentes, según los primeros datos provisionales de siniestralidad estimados por ICEA.

El moderado incremento del volumen de primas en relación con los siniestros tiene que ver con este aumento de la tasa de siniestralidad, que aun así se mantiene por debajo de las cifras de 2003 y de años anteriores.



- Operador de bancaseguros vinculado
- Corredor de seguros
- Corredor de reaseguros
- Se definen específicamente los criterios de acceso a los distintos grupos, con la regulación de los planes de formación precisos y las pruebas de aptitud que habrán de realizarse
- Se regulan los sistemas de remuneración de los corredores y su posible información al tomador del seguro.

Se trata de una Ley que vendrá a clarificar, sin duda, la actividad económica de la mediación en seguros, muy evolucionada en el tiempo, determinando claramente los sistemas de responsabilidad y las obligaciones que comporta cada grupo, y tratando de establecer la máxima transparencia en su actuación. Sólo queda ya esperar su pronta aprobación, ya que el plazo para la transposición de la norma comunitaria ya está vencido.



Helvetia Previsión, al día

A comienzos de abril, la sede de Helvetia Previsión en Sevilla acogió la rueda de prensa de presentación de resultados de la compañía durante 2005. Al día siguiente, los principales medios de comunicación de la región se hicieron eco de los buenos resultados obtenidos por la aseguradora. El principal medio económico nacional, *Expansión*, destacó en su titular el significativo incremento de beneficios obtenido por Helvetia Previsión.

ABC
07/04/2006



Expansión
07/04/2006

Empresa y Finanzas
14/04/2006



Diario de Sevilla
07/04/2006



La Gaceta de los Negocios



Seguros
Octubre - Noviembre 2005



La Gaceta del miércoles
23/11/2005

Los tres periódicos de Navarra dieron cumplida información de la Convención Anual de Directores de Helvetia Previsión, que tuvo lugar en Pamplona en diciembre de 2005.

Diario de Noticias
20/12/2005



Diario de Noticias
21/12/2005



Diario de Navarra
20/12/2005



Negocios en Navarra
Noviembre 2005



La prensa también ha informado sobre otras iniciativas relacionadas con Helvetia Previsión. Tal es el caso del estreno de la nueva página web corporativa, la recepción de la alcaldesa de Pamplona o los planes de pensiones de la entidad.

Seguros
Enero - Febrero 2006



ENTREVISTA



M. ISABEL SÁNCHEZ FRANCO
DIRECTORA DE ZONA CENTRO



JOSÉ ANTONIO PÉREZ
RESPONSABLE DEL CENTRO DE SERVICIO
DE PAMPLONA

“Si tenemos una red de mediadores de calidad, los clientes serán de calidad”

“Un cliente que conoce perfectamente su póliza es un cliente satisfecho”

Nos aproximamos a Madrid y Pamplona, dos de las zonas más importantes para Helvetia Previsión, de la mano de dos ‘veteranos’ de la compañía. Entre ambos suman 65 años en la compañía. Las voces de estas dos trayectorias de largo recorrido convergen en las mismas ideas: servicio de calidad y trabajo en equipo.

Representando a dos perfiles que se complementan, captando uno al Cliente y dándole Servicio y Atención el otro, ¿cómo definiríais más concretamente vuestros respectivos desempeños profesionales?

En realidad, nuestros primeros clientes son los mediadores. En líneas generales, cuento en mi zona con una red comercial muy identificada con la compañía. Mi función principal es conseguir que nuestros mediadores tengan el apoyo comercial y técnico que precisan para ofrecer calidad y servicio a los clientes. No sólo hay que centrarse en el precio, sino que hoy día también se valora que el producto, el servicio y la atención sean buenos. Estos dos últimos factores nos pueden diferenciar del resto en el mercado. Sólo podemos dar un servicio de calidad si tenemos una organización comercial bien formada, con herramientas que faciliten la gestión y la administración de su negocio. Si todo esto funciona, el éxito está garantizado y nuestros clientes, satisfechos. No hay duda de que, si tenemos una red de mediadores de calidad, los clientes también serán, sin duda, de calidad.

Considero nuestra gestión como especialmente sensible al convertirse en la prolongación de la labor iniciada por el Área Comercial y mediante la que intentamos hacer realidad todas aquellas expectativas que tienen depositadas los clientes en Helvetia Previsión a través de la confección de sus pólizas, suplementos y la tramitación de los siniestros. En este sentido, entiendo fundamental la labor desempeñada por los mediadores y sucursales como principales transmisores a nuestros asegurados de hasta dónde llega su contrato de seguro y, por ende, sus derechos y obligaciones. A veces las pretensiones de determinados clientes no concuerdan con lo recogido en su póliza. Es entonces cuando debemos adoptar decisiones lo más justas posibles que garanticen el mantenimiento del “muy difícil equilibrio” entre los requerimientos del cliente, mediador, sucursal y las coberturas de la póliza.

M. Isabel Sánchez Franco

Estado civil: Casada. / Nº de hijos: 2

Años en la compañía: Cuatro décadas.

Mi superstición o manía más significativa es...:

Muchas manías. La más significativa: no suelo abandonar un sitio o un lugar sin comprobar que todo está en orden y que no dejo nada olvidado. No soy supersticiosa, pero no me veréis coger un salero que alguien me entregue.

El libro que más me ha influido es...: Quizás fue “Treblinka” (Jean Françoise Steiner) Lo leí siendo muy joven y, como siempre leo por la noche, recuerdo que me desvelaba y no podía dormir.

Mi canción favorita es...: No hay una, sino varias. La que siempre me viene a la mente es ‘Mediterráneo’ de Serrat.

Cualquier día deberían hacer santo a...: Posiblemente a mi marido, que me ha apoyado siempre.

Lo que más me gusta hacer en mi tiempo libre es...: Especialmente, no programarme demasiado. Cine, amigos, lectura e improvisar.

El mejor sitio para pasar las vacaciones...: Sin duda, Moraira-Teulada, con mi familia y amigos.

Me gustaría ser recordado como...: Una persona normal.

Una frase para mis enemigos: Tomo una de Celta: ‘Dedico esta entrevista a mis enemigos, que tanto me han ayudado en mi carrera’.

José Antonio Pérez

Estado civil: Casado / Nº de hijos: 2

Años en la Compañía: En noviembre haré veinticinco

Mi superstición o manía más significativa es...:

Precisamente, ser un maniático de muchas pequeñas cosas. Uno de mis cuñados me dice que tengo un procedimiento para todo, incluso para abrir los paquetes de galletas.

El libro que más me ha influido es...: “El Perfume”, de Patrick Suskind.

Mi canción favorita es...: Muchísimas. Me encanta la música de todo tipo... Por citar algunas: “Stairway to heaven” (Led Zeppelin), “Thick as a brick” (Jethro Tull), “Imagine” (John Lennon)...

Cualquier día deberían hacer santo a...: Todos los que soportan mi cabezonería.

Lo que más me gusta hacer en mi tiempo libre es...: Ir a la playa, practicar el esquí y jugar a pala en el frontón.

El mejor sitio para pasar las vacaciones...: Una isla poco poblada y con un hotel que tenga acceso directo a la playa.

Me gustaría ser recordado como...: Otra buena persona más.

Una frase para mis enemigos: Yo creo que no tengo enemigos “de verdad”, si alguien así se considera entonces le diría: ¿no prefieres que aclaremos las cosas hablando?

Zona Centro y Zona Norte. Dos plazas decisivas para Helvetia Previsión, pero también dos zonas con comportamientos muy distintos. ¿Qué aspectos definen mejor estas zonas?

La zona Centro es amplia: Castilla y León (excepto Burgos y Soria), Castilla-La Mancha y la Comunidad de Madrid. Por esta razón, los distintos puntos son totalmente diferentes. El comportamiento, tanto de mediadores como de clientes, es diferente entre las ciudades de mayor tamaño (especialmente, Madrid capital), las de menor densidad de población y las de carácter rural. En las primeras, los clientes buscan, sobre todo, asesoramiento, calidad y buen precio; en las poblaciones pequeñas, en cambio, el factor confianza pasa a primer término, sin dejar a un lado el resto de valores, por lo que existe una mayor vinculación afectiva en la zona rural que en las capitales de provincia.

A pesar de su proximidad, se evidencian notables diferencias entre las distintas comunidades. Es curioso comprobar cómo varían las personalidades de gallegos, asturianos, cántabros, vascos, aragoneses, etc. Estas diferencias, como es lógico, se van acentuando conforme la distancia kilométrica es mayor. Sin embargo, todas ellas -sin excepción- tienen el mismo nexo común: el alto nivel de conocimiento y profesionalidad en las relaciones mercantiles, de ahí que esperen y exijan similar respuesta por parte del Centro de Servicio.

¿Os sentís “gente Helvetia Previsión”? ¿Estáis, como reza nuestro lema, “en buena compañía”?

Totalmente. El apego a una entidad no lo hacen únicamente los años trabajados, sino la identificación con la misma. La “buena compañía” es imprescindible y, en este caso, la tengo.

Con total seguridad. He tenido la suerte de ser espectador en primera fila del nacimiento de Helvetia Previsión a través de las integraciones entre Previsión Española, Cervantes y La Vasco Navarra. Por ello, cuando pienso en los 25 años que llevo trabajando en el mismo edificio, inevitablemente sigo estando unido e identificado con mi empresa. En definitiva “en” y “con” la misma “buena compañía”.

ENTREVISTA



Los dos puestos de trabajo representados en esta entrevista, el de Director de zona y el de Responsable de Centro de Servicios, se caracterizan por la necesidad de mantener un buen nivel de comunicación con los empleados, clientes y mediadores. ¿Qué importancia consideráis que tiene la comunicación dentro de una empresa como Helvetia Previsión?

Si no hay comunicación, no hay diálogo; hay falta de entendimiento y no se detectan los problemas, si es que los hubiera, para poder corregirlos. Prestando a los clientes, mediadores y compañeros la atención que se merecen, estaremos en continua comunicación.

En el sector asegurador está generalmente aceptado que la empresa disponga de un sistema de comunicación altamente desarrollado como "función estratégica fundamental" que facilita en gran medida la consecución de sus objetivos. En los Centros de Servicio éste es uno de los puntos que siempre tenemos presente como fuente de mejora constante.

Igualmente, vuestros puestos de trabajo dependen también, en buena medida, de la capacidad para mantener un buen nivel en las relaciones personales. ¿Cómo valoráis la importancia del trabajo en equipo dentro de vuestros departamentos?

No creo que sea difícil mantener buenas relaciones si todos estamos en la misma sintonía y, para ello, es imprescindible crear un clima de ilusión e implicación. Estoy convencida de que el trabajo en equipo redundará en el éxito de todos y trato de llevarlo a la práctica. La crítica es fácil y no se debe permitir a no ser que vaya acompañada de alguna idea o solución mejor. Considero que trabajar en un ambiente de total confianza en el que todos pueden expresar con plena libertad su punto de vista es muy importante.

Siempre he considerado que el éxito es la consecución del trabajo en equipo, en el cual todos tienen un único objetivo y cada uno ostenta la obligación de desempeñar su papel lo mejor que puede. Si este perfecto engranaje no funciona, el resultado final no es el esperado. Es en este punto cuando me gustaría destacar especialmente la labor desempeñada en los Centros de Servicio por los Responsables de Grupo como principales y verdaderos artífices para mantener los equipos cohesionados y de la calidad de servicio prestada en los Centros.

Hemos hablado de la Zona Centro y Zona Norte desde el punto de vista laboral y profesional. Pero desde la perspectiva de la calidad de vida, ¿qué destacaríais de las zonas en las que desarrolláis vuestra labor?

La calidad de vida en Madrid es relativa: las distancias, las prisas, la competitividad... Ni tenemos tiempo ni paciencia para escuchar y queremos resolverlo todo sobre la marcha. Creo que eso se traduce en una mayor agresividad. Bajo mi punto de vista, en el resto de España, donde no se tienen todos estos inconvenientes, se disfruta de una mayor calidad de vida.

Estoy acostumbrado a vivir en Pamplona, una ciudad relativamente pequeña y con un alto nivel de calidad de vida en todos los aspectos y, especialmente, en el de servicios de relevancia como sanidad y educación. Está situada a 45 minutos del mar y a una hora de los Pirineos. Es tranquila y puedo acceder a mi trabajo paseando en aproximadamente 15 minutos. Es una ciudad cara para vivir, pero ¿se puede pedir mucho más?

Todo empleado de Helvetia Previsión guarda una anécdota laboral en la recámara. ¿Podéis contar la vuestra?

Una de las que recuerdo especialmente se produjo en un curso operativo que tuve interés por realizar en la empresa Tepesa sobre "extinción de incendios". La mayoría de mis compañeros eran bomberos profesionales y ellos se sorprendieron más que yo cuando me presentaron como alumna... Pasados los cuarenta y, encima, mujer. El primer problema era el vestuario, que era único, después vino mi falta de entrenamiento y aptitud física, pero fueron cortesías conmigo y terminé siendo una más del grupo ya que superado el impacto inicial, me trataron de igual a igual.

Recuerdo con especial cariño la que me ocurrió en 1977 en mi etapa de estudiante. Para ir a la Facultad de Empresariales hacía diariamente el mismo recorrido, atravesando Pamplona. Justo en el centro de la ciudad había un gran edificio en el cual nunca me había fijado y que se encontraba en plena fase de restauración. Yo me preguntaba: ¿Pero qué estarán reformando ahí dentro? ¿Las pirámides? ¿El Coliseo? ¿Quién me iba a decir que 4 años más tarde cruzaría por primera vez su puerta y transcurriría toda mi vida profesional en su interior?

¿Es difícil para vosotros conciliar la vida laboral con la familiar?

Nunca he tenido problemas en este sentido. He logrado organizarme bien y he contado con ayuda. Lógicamente, en algunos momentos he pasado más apuros que en otros, pero no recuerdo ninguno en especial en el que haya tenido dificultades que pudiera destacar. Últimamente procuro desconectar y no llevar a casa las preocupaciones de la oficina. Eso no me ha resultado fácil, pero en esta última etapa creo que lo estoy consiguiendo.

Hoy en día, como es mi caso, es muy habitual que trabajen ambos cónyuges y, por mucho que intentes compartir las exigencias laborales y domésticas de uno y otro al 50%, es evidente que siempre una de las partes acaba perdiendo. Mi dedicación a Helvetia Previsión no está exenta de viajes frecuentes, por lo que siempre necesito que mi esposa cubra las constantes ausencias. Cuando ocurre al contrario intento compensar en la medida de lo posible, aunque siempre menos de lo que lo hace ella.

¿Tenéis alguna máxima o principio que os haya guiado a lo largo de toda la vida?

La lealtad. No disculpo bajo ninguna circunstancia la falta de fidelidad y franqueza.

Una de las mejores cosas que aprendí de mi padre, y por lo que siempre le estaré agradecido, es la honestidad. Es el principio que intento aplicar a todo lo que hago, pienso y digo.

Aún es muy pronto, y la pregunta puede ser algo escabrosa, pero... ¿os atreveríais a bromear con un hipotético epitafio a vuestras vidas?

No soy capaz de indicar ninguno. Pienso que deben ser los demás los que hagan el epitafio, aunque prefiero que no digan nada entonces y que lo hagan ahora que les puedo escuchar y responder.

La verdad es que no me atrevo a indicar uno, toda vez que pienso que los epitafios los tienen que escribir tus seres más queridos. Personalmente me gustaría irme al otro mundo sabiendo que he intentado cumplir con las expectativas que determinadas personas muy cercanas tenían sobre mí.

REPORTAJE



22

Resultados históricos durante 2005

EL BENEFICIO OBTENIDO POR LA COMPAÑÍA SUPERÓ EN UN 171% EL ALCANZADO EL AÑO ANTERIOR, EN LO QUE SE CONSIDERA EL MEJOR BALANCE DE LA HISTORIA PARA EL GRUPO HELVETIA PATRIA EN ESPAÑA

Si el año 2004 pasó a la historia de Helvetia Previsión como el año de la consolidación de la integración, 2005 será recordado como el más próspero para la compañía y como el más importante para el grupo Helvetia Patria desde que opera en España. Los resultados obtenidos por Helvetia Previsión durante el pasado año pueden tildarse, sin ambages, de históricos, ya que abren nuevos horizontes y perspectivas para la aseguradora.

Durante 2005, el beneficio bruto de Helvetia Previsión fue de 39,8 millones de euros, y el beneficio neto alcanzó los 25,5 millones de euros. Con estas cifras, que superan con creces las previsiones más optimistas, el crecimiento global de la compañía con respecto a 2004 fue de un 4,5%, una cifra sensiblemente superior a la obtenida entre ese año y 2003, que fue del 3%.

Estos buenos resultados se derivan fundamentalmente de dos logros: por un lado, debido al éxito del proceso de integración finalizada en 2004, que supuso importantes sinergias organizativas y de costes, y por otro, a la tradicional excelencia técnica de la compañía. A estos logros hay que sumar el esfuerzo de la organización comercial, tildado de decisivo y que ha permitido crecimientos en línea con el mercado en los ramos de Diversos y en Vida.

La facturación por primas se ha situado en 299 millones de euros, lo que supone un incremento del 3% con respecto al año anterior. Dentro de las primas brutas totales, las que han gozado de un mayor incremento han sido las de Vida, con un crecimiento del 9,6%. En No Vida, el incremento con respecto a 2004 se ha

situado en un 1,4%, destacando especialmente los seguros de Salud, con un incremento del 21,7%, los agrarios, con un 20,3%, y los de Responsabilidad Civil, con un 18,8%.

Al finalizar 2005, la composición de la cartera de negocio de Helvetia Previsión se desglosaba entre Autos: 32% (35% en 2004); Diversos: 47% (46% en 2004) y Vida: 21% (19% en 2004).

Si analizamos los datos por distribución geográfica, la zona sur sigue concentrando el mayor porcentaje de negocio, con un 44% (un punto porcentual más que en 2004). La zona norte aglutina el 28%, mientras que la zona centro representa otro 28%, porcentajes prácticamente similares a los de 2004.

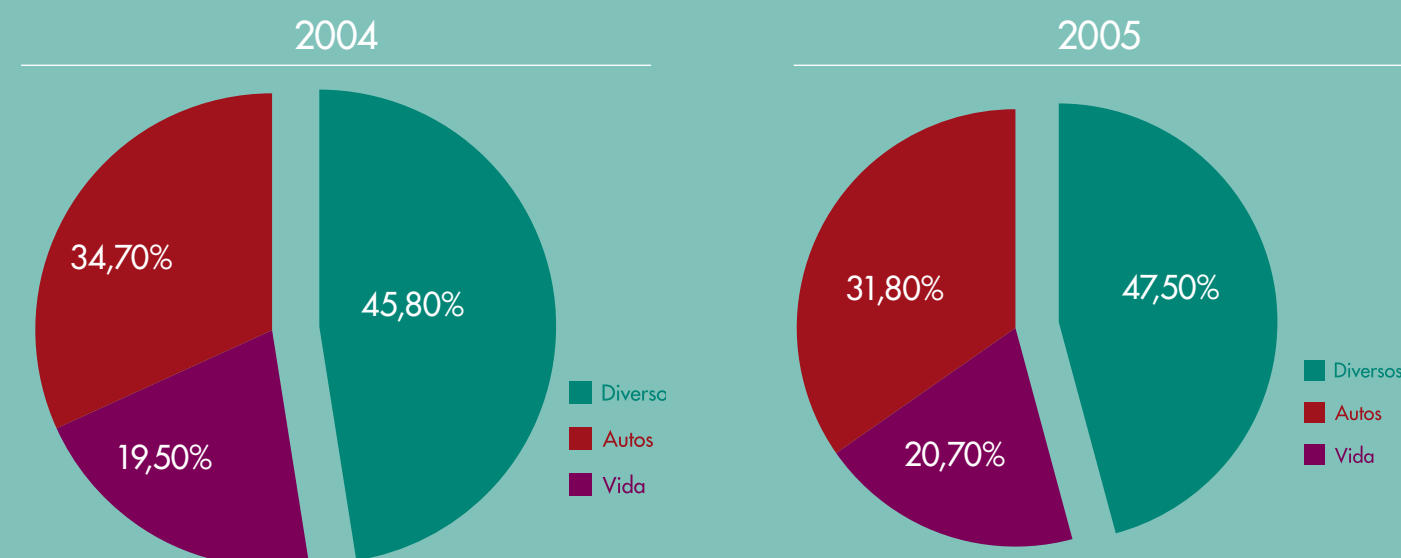
Objetivos para 2006

Entre los objetivos para 2006 figura seguir obteniendo un crecimiento rentable, acorde con la evolución del mercado, basado en la calidad de los productos y servicios. "Se trata, en definitiva, de seguir con la estrategia actual, que tan positivos rendimientos está dando —explicó José María Paagman, Consejero Delegado de Helvetia Previsión—, profundizando en los avances informáticos y en la comercialización de productos competitivos".

Los óptimos resultados alcanzados por Helvetia Previsión están en sintonía con el balance del Grupo Helvetia Patria, que obtuvo un beneficio después de impuestos de 191,9 millones de euros en el año 2005, una cifra considerablemente superior a la lograda en 2004, que fue de 141,5 millones.

23

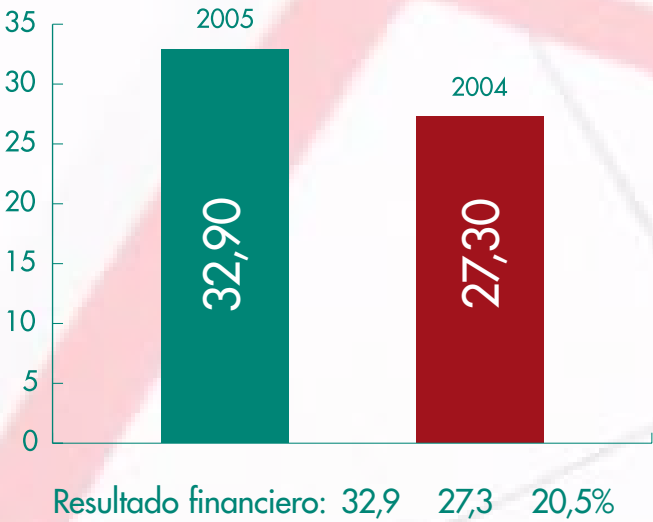
COMPOSICIÓN DE LA CARTERA



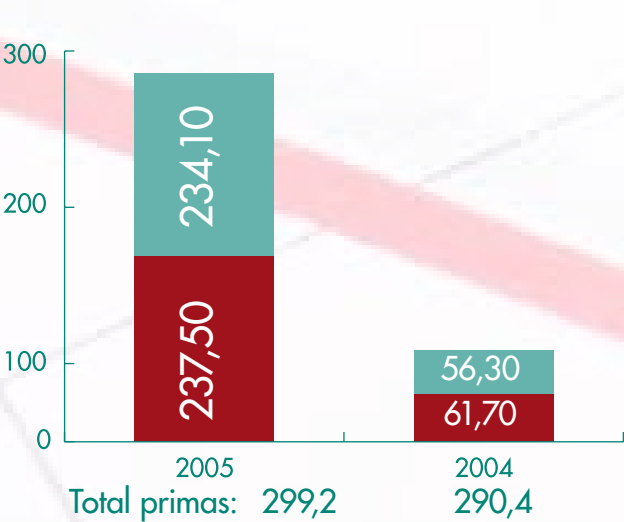
REPORTAJE

Los resultados registrados en 2005 superaron con creces las previsiones más optimistas, hasta el punto de que el crecimiento global de la compañía con respecto a 2004 fue de un 4,5%, una cifra sensiblemente superior a la obtenida entre ese año y 2003, que fue del 3%

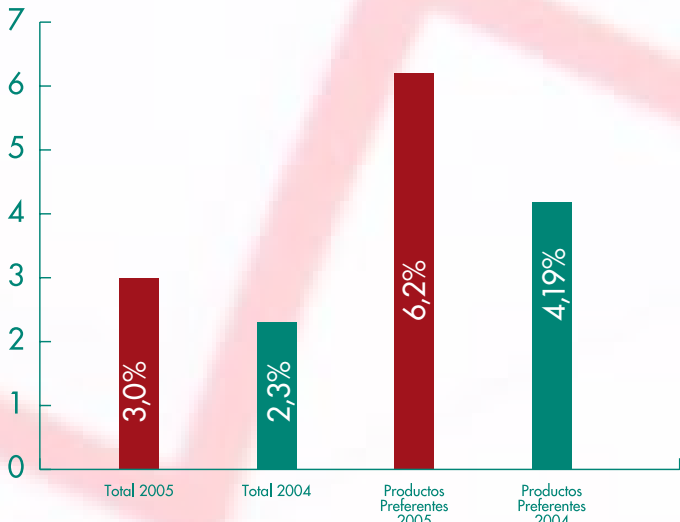
RESULTADO FINANCIERO EN MILL. DE EUROS



PRIMAS BRUTAS TOTALES (EN MILL. EUROS)



INCREMENTO DE PRIMAS BRUTAS



Primas (en mill. euros): 299,2 290,4 142,4 134,0

Una marca diferente para un mejor servicio

Para mejorar su identidad corporativa e incrementar su competitividad, a lo largo de este año, todas las compañías que integran el Grupo Helvetia Patria, presentes en seis países europeos, pasarán a denominarse bajo una marca única: "Helvetia". El plan de implantación de la marca establece una primera fase de trabajo previo hasta el próximo mes de septiembre. Desde septiembre de 2006 hasta finales de junio de 2007, se llevará a cabo la adaptación de todas las unidades de negocio a la nueva imagen de marca, de manera que, al final de dicho período, todas las compañías del Grupo, incluyendo Helvetia Previsión, operen con la marca "Helvetia". Al mismo tiempo, la imagen de marca se actualizará, de forma que represente mejor los valores del Grupo: calidad, seguridad, confianza y dinamismo, con un nuevo logotipo más moderno y dinámico.



Primas Brutas Vida

Mill. Euros	2005	2004	% Var.
INDIVIDUAL			
Ahorro	33,7	30,8	9,4%
Riesgo	9,0	8,5	6,3%
COLECTIVO			
	19,0	17,0	12,4%
TOTAL VIDA	61,7	56,3	9,6%

Primas Brutas por ramos No - Vida

Mill. Euros	2005	2004	% Var.
Automóviles	95,1	101,1	-5,9%
Patrimoniales	84,3	78,9	6,8%
Seguros Agrarios	8,6	7,1	20,3%
Transportes	13,3	11,7	13,5%
Accidentes	19,1	20,9	-8,8%
Responsabilidad Civil	14,1	11,9	18,8%
Salud	3,0	2,5	21,7%
TOTAL NO VIDA	237,5	234,1	1,4%

REPORTAJE

Garantía en carretera

HELVETIA PREVISION AUTOMOVILES

Después de varios meses de intenso trabajo, a comienzos de año salió al mercado la nueva línea de seguros para Autos de Helvetia Previsión. Se trata de una gama bastante competitiva, que se caracteriza sobretodo por su flexibilidad y su adaptabilidad a las circunstancias y necesidades particulares del asegurado. Con este nuevo producto, Helvetia Previsión pretende ofrecer un servicio más avanzado a los clientes integrales, así como captar nuevos clientes.

La comercialización del nuevo producto se produce en un momento caracterizado dentro del sector por una elevada competitividad, donde se imponen las ofertas agresivas para captar cuota de mercado. "Esta situación –explica Iñigo Soto, Director del Área de Productos de Helvetia Previsión– viene propiciada por unos años anteriores en los que el ramo ha sido muy rentable a nivel sectorial, situación que resulta muy difícil mantener en el tiempo dentro de un sector con tan alta competitividad y que además se basa en un seguro que es obligatorio".

En este sentido, el producto ideado por Helvetia Previsión está perfectamente configurado en línea de mercado. Aunque se engloba dentro de la denominación "Helvetia Previsión Automóviles", se trata en realidad de tres productos diferenciados: uno dirigido a turismos, otro a furgonetas, y un tercero para motocicletas, ciclomotores y otros vehículos a motor de reciente irrupción como son los quads. En los productos de turismos y furgonetas, el cliente tiene además la oportunidad de elegir, de entre una abierta gama de garantías, aquellas que más se ajustan a sus necesidades y a las características del vehículo. En el producto de tercera categoría se incorpora en toda la gama la garantía de asistencia en viaje dentro del paquete básico de contratación.

Varias son las ventajas competitivas de la nueva gama de productos de autos de Helvetia Previsión.

Coberturas

1. Turismos y furgonetas

Opción básica y obligatoria:
Responsabilidad Civil Obligatoria + Responsabilidad Civil Voluntaria + Defensa Jurídica + Asistencia en Viaje + Seguro de Accidentes del Conductor + Gestión de Multas.

Opcionalmente:

Incendio y/o
Robo y/o
Rotura de lunas y/o
Retirada del permiso de conducir

Opcionalmente (contratando obligatoriamente Incendio, Robo y Rotura de Lunas):

Daños propios sin franquicia
Daños propios con franquicia
Pérdida total

2. Tercera categoría (Motocicletas, Ciclomotores, Quads.)

Opción básica y única:
Responsabilidad Civil Obligatoria + Responsabilidad Civil Voluntaria + Defensa + Asistencia en Viaje + Gestión de Multas

REPORTAJE

“El principal reto es garantizar el equilibrio”

Iñigo Soto, Director del Área de Productos

¿Qué valoración haces de la situación del sector del seguro de autos a nivel nacional?

En estos momentos existe una elevada agresividad por captar cuota de mercado. Esta situación viene propiciada por unos años anteriores de muy buena rentabilidad a nivel sectorial en este ramo .

¿Cuáles son, a tu juicio, los principales retos del producto de autos en el mercado asegurador actual?

El principal reto en este momento, no sólo para nuestra compañía sino para el sector en general, es mantener la calma y no caer en la tentación de sobrepasar los límites que cada entidad tenga para garantizar un equilibrio. Una cosa es un ajuste técnico de los productos, con una base de análisis adecuada y un mayor nivel de segmentación, que permite afinar la tarifa a cada perfil de riesgo siendo más competitivos, y otra es lanzarse a una reducción de tarifas sin criterio, superando los puntos de equilibrio necesario, con la consecuente inestabilidad que genera.

¿En qué medida consideras que el endurecimiento de las infracciones para los conductores puede influir en la situación del mercado asegurador?

Es una medida más, dentro de un conjunto, para mejorar la seguridad vial, lo que reducirá la frecuencia siniestral, pero posiblemente la evolución inflacionaria de los costes de los siniestros compense los beneficios obtenidos. Indudablemente desde el punto de vista social es una necesidad considerando las estadísticas actuales de siniestralidad.

La primera apunta a un mejor posicionamiento y competitividad de los productos. En este sentido, la gama de Helvetia Previsión Automóviles no se limita ni mucho menos a los automóviles particulares. Está abierto a cualquier uso posible (profesional, taxis, agrícola, etc.), a diversas formas de contratación y a cualquier edad. La segunda ventaja se refiere a una escala de “bonus” más agresiva para usuarios con un buen historial de siniestralidad. Y la tercera ventaja tiene que ver con la inclusión de nuevas variables de tarificación, que permiten un mayor ajuste y precisión de la misma. Entre estas nuevas variables se encuentran algunas como la antigüedad del vehículo, la conservación en garaje, la incorporación de sistemas antirrobo, el kilometraje anual o la distinción por tipo y clase de vehículo, lo que posibilita una mejor adecuación de la prima al riesgo individual. “Como mejora general, el nuevo producto resulta más claro, más sencillo y con unos conceptos más ordenados”, explica Soto, quien no duda en definir Helvetia

Mejoras y principales coberturas

- Responsabilidad civil obligatoria y Responsabilidad Civil Voluntaria
- Defensa jurídica y reclamación de daños, en procedimientos judiciales derivados de hechos de la circulación. Gestión de multas, incluidas por aparcamiento, así como el establecimiento de un capital máximo por siniestro de 1.000 euros en el caso de libre elección de abogado.
- Accidentes del conductor , con diferentes opciones de contratación
- Asistencia en viaje. Incorpora el nuevo producto de ASITUR, ‘ASITUR Responde’, que ofrece, como mejoras más destacadas, remolque del vehículo, pérdida de llaves, fianzas o gastos médicos.
- Incendio
- Robo
- Rotura de lunas
- Daños al vehículo
- Retirada del permiso de conducir. Garantiza el pago del subsidio mensual que elija el asegurado, así como el asesoramiento y la presentación de recursos legales en el caso de retirada del carné de conducir.

Previsión Automóviles como “uno de los seguros más claros” de la compañía. Para hacer posible este producto, ha sido necesaria la implicación de diversos departamentos de Helvetia Previsión, entre los que Soto señala especialmente los Departamentos de Marketing, Ventas, Informática y Asesoría Jurídica, además del Departamento de Automóviles, lógicamente. “Lo cierto –explica el Director de Productos- es que ha sido un trabajo muy intenso. Para la envergadura que tiene el proyecto, la verdad es que ha sido un proceso bastante rápido”. Buena parte del éxito en la salida al mercado del nuevo producto la tiene el trabajo conjunto realizado en el Comité Técnico Comercial, a quien compete la aprobación definitiva tras los necesarios reajustes a que fue sometido. Iñigo Soto da una definición clara y muy concreta de la nueva gama de autos de Helvetia Previsión: “Nuestro producto se posiciona en un segmento medio de tarifa y va dirigido a clientes integrales que valoran el servicio que les presta su mediador y toda una estructura organizativa a su alcance, junto con un alto nivel de flexibilidad y agilidad en los procesos vinculados al producto”.



en buena compañía con...

**Miguel Espina,
empresario**



30

Miguel Espina

La historia de Miguel Espina es la de uno de esos hombres que empezó su aventura empresarial con pocos recursos y que ha ido creciendo a base de trabajo hasta llegar a convertirse en un reconocido empresario. Sólo ha tenido una compañía aseguradora en sus 46 años de trayectoria profesional: Helvetia Previsión. La sede de todas sus empresas está en su ciudad natal Dos Hermanas (Sevilla), de la que se siente orgulloso. Sus principios fueron como conductor de un camión con su padre, y de ahí pasó a crear una agencia de transportes. Más tarde ampliaría sus negocios hacia la recuperación de residuos, concretamente vidrios. Sus logros se han cimentado en una fórmula muy sencilla: trabajo, trabajo y más trabajo.

“Helvetia Previsión siempre me ha respondido de inmediato”

¿Cómo nace su identificación con Helvetia Previsión?

Los riesgos que se han tenido que correr, sobretodo en el transporte, han hecho necesario disponer de una buena compañía de seguros, que me hiciera afrontar con tranquilidad todos los siniestros que pudieran surgir. ¿Cuál era esa compañía buena y segura? Pues ésta en la que actualmente me encuentro y a la que he sido fiel durante más de 40 años.

¿Ha tenido que recurrir a Helvetia Previsión tras algún accidente de consideración?

La compañía siempre me ha respondido en todo momento. Afortunadamente, no hemos tenido muchos accidentes graves, a pesar del riesgo tan grande que tenemos, sobretodo con el gremio de transportes de mercancías por carretera. Cada vez que ha surgido un siniestro, por pequeño que haya sido, Helvetia Previsión siempre me ha respondido de inmediato y con una seguridad total.

La relación que tiene con el agente de la compañía, en su caso Manuel Tejera, ¿influye en que perdure su fidelidad con Helvetia Previsión?

Qué duda cabe que influye, porque para cualquier problema grande o pequeño, rápidamente contactamos con Manolo. Da mucha seguridad descolgar el teléfono y saber que siempre vas a ser atendido por una persona conocida, que te descarga de la preocupación que pueda surgir de un siniestro.

¿De todas sus líneas de actividad empresarial, cuál requiere blindarse más en materia de seguridad?

Sin duda alguna el transporte por carretera, ya que el resto de actividades industriales no tienen una gran incidencia de accidentes y, ojalá podamos seguir diciendo lo mismo en el futuro.

¿Cuáles son los ingredientes de la receta que garantiza el éxito empresarial?

Yo tengo una opinión muy personal y es que hay que basarse en tres pilares de los que he intentado no salirme. Estos son: Trabajo, Seriedad y Honradez. Salir de la nada cuesta mucho trabajo y existen algunos empresarios que lo han logrado, aunque seamos una minoría. No cabe duda de que hay que echarle una gran dosis de atrevimiento a lo ya expuesto de trabajo y más trabajo, amén de la diosa suerte, que siempre tiene que acompañar en toda nuestra vida.

La suya es una trayectoria muy arraigada a Andalucía...

No me he movido de esta tierra tan maravillosa por una razón muy sencilla: me siento andaluz por los cuatro costados y sobre todo nazareno. Me siento muy a gusto viviendo y trabajando en mi pueblo y quisiera terminar mis días aquí.

Conocemos su cariño hacia el Real Betis Balompié ¿Se siente más, empresario o bético?

Creo, sinceramente, que los sentimientos béticos son más fuertes que los empresariales. No presumo de haber estado en el vientre de mi madre siendo ya bético, pero sí puedo decir que desde los 7 u 8 años, en que un día el sobrino de Don Gerardo, el cura del colegio Ave María, aprovechando un recreo, organizó un partidillo entre un equipo del Sevilla y otro del Betis. Yo me fui al del Betis y desde ese mismo día y hasta hoy, siempre he sido bético y no creo que vaya a cambiar a estas alturas.

Estuvo vinculado a la directiva del Real Betis hasta el punto de llegar a ser vicepresidente. ¿Aspira hoy en día a servir de nuevo al club?

Ahora mismo no, creo que tengo suficientes ocupaciones en donde distraerme, pero que nadie dude de que si el club me necesita, allí estaré donde haga falta. Que nadie ponga en duda de que si el Betis necesita a Espina, siempre lo encontrará. Actualmente y sin vinculación en cuanto a puestos directivos, sigo manteniendo mi masa accionarial dentro del club, en la que estoy entre los cinco primeros accionistas.

¿Qué consejo guarda en su memoria?

A lo largo de la vida, uno va escuchando muchos consejos de la gente mayor o de los llamados sabios, pero sí recuerdo uno con cariño que me dio Juan Maudit, entonces presidente del Real Betis, con motivo de la posible sucesión a su cargo. Y como quiera que él tenía la idea de que fuera yo el elegido y, ante mi extrañeza por considerar que



31

había personas suficientemente capacitadas para el cargo, me dijo: “Yo tengo la carrera de abogado y ejerzo como abogado. Tú tienes una carrera muy bonita y quizá más importante que ninguna, y esa es la carrera de la vida. Sigue esa carrera tan bonita que te has marcado”.

¿Cómo ha congeniado su vida profesional con la personal?

No todo lo bien que yo hubiera deseado pues, de hecho, no recuerdo haberme ido nunca más de una semana de vacaciones. Ahora inclusive, salvo los domingos, estoy muy ligado al trabajo de mis empresas. Posiblemente un error de los que he cometido en mi vida ha sido no dedicarle más tiempo a mi familia, sobretodo a mi esposa e hijos, que han sido mi soporte y, sobretodo, los que han hecho posible que yo siga luchando en este mundo empresarial que hoy no está nada fácil.

Miguel Espina con Manuel Tejera, su agente en Helvetia Previsión, frente a la sede de su empresa en Dos Hermanas.

ENTREVISTA



"Son muchos años juntos, y nos sentimos parte de la compañía"

ANA SOLER PENALVA, AGENTE DE HELVETIA PREVISION EN NOVELDA

Ana Soler

Si por algo se caracteriza la agencia de Novelda, en Alicante, es por la tradición. Ana Soler y su hermano, Clemente, supieron tomar el testigo de su padre, que allá por el año 90 comenzó a compaginar su trabajo en la banca con el negocio del seguro. Varios años después, la agencia ha fortalecido su condición familiar gracias a la incorporación de una hermana más, María del Mar. Ahora son cuatro los que "tiran" de este carro, un carro que a tenor de las cifras resulta bastante próspero: con una facturación de 750.000 euros anuales y una cartera de más de 1.300 clientes, la agencia de Novelda pasa por ser una de las más prósperas de Helvetia Previsión a nivel nacional. Ana Soler aporta la clave: "Mucha ilusión y muchas ganas de trabajar"

La oficina inició su actividad con tu padre, del que has recogido el testigo. ¿Cómo definirías su evolución a lo largo del tiempo?

Mi padre era empleado de banca a tiempo parcial y dedicaba las tardes al negocio del seguro. Con tenacidad, poco a poco, creó una cartera diversa, desde "Hogar" a "Pymes", que fue creciendo de forma constante. Yo me incorporé en 1993 y mi hermano Clemente en 1996. Desde nuestra incorporación y la apertura de la agencia hemos ido creciendo. Los primeros fueron años difíciles por diversas circunstancias. Ahora estamos disfrutando de lo que supuso tanto esfuerzo, con la tranquilidad que aporta la experiencia de los años y trabajar "en familia", ya que en el año 2004 también se incorporó mi hermana M^a del Mar.

¿Y la actividad del negocio asegurador? ¿Cómo crees que ha ido evolucionando en términos generales?

Ha ido evolucionando muy positivamente. Ahora, la gente conoce bien los seguros y se muestra más confiada. No sólo hay demanda de seguros obligatorios como ocurría antes. La gente también tiene interés en contratar otro tipo de pólizas para cubrir sus bienes patrimoniales y sus necesidades personales.

¿Cómo es la zona en la que te mueves? ¿Hay mucha competencia?

Es una zona de mucha actividad empresarial en la que predomina el tallado y el pulido del mármol. En este sentido, es curioso que en esta zona existan pocas canteras. En cambio, se elaboran grandes cantidades de material. También predomina la compra y envasado del azafrán, que, curiosamente, tampoco se cultiva en la zona. Debido a esta gran actividad, hay una importante demanda de seguros de transportes de mercancías. La competencia de la zona es enorme, ya que las principales aseguradoras se encuentran en nuestra localidad.



Clemente Soler posa con sus tres hijos. Todos ellos trabajan para Helvetia Previsión.

¿Y desde el punto de vista humano?

¿Cómo es la relación con tus clientes?

Muy satisfactoria, debido a que el contacto con ellos es fluido. Les solemos informar directamente tanto de la evolución de los siniestros como de los nuevos productos. Además, siempre les felicitamos en fechas señaladas, de ahí que cuando acuden a la agencia se encuentran en un ambiente familiar.

¿Cuáles son, a tu juicio, las principales fortalezas de la oficina que diriges?

Lo principal es que todos tenemos mucha ilusión y muchas ganas de trabajar. Cada uno es responsable de su área, aunque solemos reunirnos para estar todos al corriente de cómo van las cosas. Cuando surge un problema intentamos solucionarlo entre todos y cuando hay una alegría se comparte igualmente.

¿Qué recetas recomiendas para "ganarse a la gente"?

Es muy importante escuchar al cliente y que éste perciba el interés que tenemos por darle el mejor servicio. Tenemos la suerte de contar con los empleados de la sucursal de Alicante, que siempre resuelven nuestros asuntos con interés y eso nos da tranquilidad.

Desde la oficina habrás vivido anécdotas innumerables. ¿Recuerdas alguna especialmente graciosa?

Desde que mi hermana M^a del Mar se incorporó, no hay día que pase sin que nos confundan. Continuamente se dirigen clientes a ella seguros de que soy yo, y a lo mejor esa misma mañana han estado comentando un tema conmigo y mi hermana no sabe de qué le hablan. Al momento me ven sentada en otra mesa y se dan cuenta

de la confusión. Tampoco nos distinguen por teléfono. A nosotras nos sorprende mucho porque no nos vemos tanto parecido. Esto da lugar a situaciones muy graciosas.

¿De quién has aprendido lo que sabes?

Principalmente, de mi padre. Él es nuestro ejemplo a seguir. Su labor comercial es insustituible, aunque ahora mi hermano es el que sigue más de cerca sus pasos. Él quiso abrir la agencia para nosotros y está contento de que hayamos aprovechado esta oportunidad.

¿Qué vivencias resaltarías de los encuentros de agentes dentro de Helvetia Previsión?

Para mí fue muy especial el viaje a la India en febrero del 2001: gozamos de una compañía excepcional, hicimos buenas amistades y disfrutamos de aquel maravilloso país. Además, fue el año de mi boda, por lo que lo recuerdo todo con especial cariño.

Siguiendo el nombre de nuestra revista, te sientes "en buena compañía"?

Por supuesto que sí. Sin el respaldo de Helvetia Previsión no podríamos haber llegado hasta aquí. Son muchos años juntos y, a pesar de los cambios, nos sentimos parte de la compañía.

Si tuvieras que dar un consejo a alguien que quiere iniciarse en la labor de agente dentro de Helvetia Previsión, ¿cuál sería?

Después de una buena formación hay que trabajar mucho y, sobre todo, ser muy constante. Dentro de Helvetia Previsión encontrarán a buenos profesionales para su formación y gente dispuesta a ayudarles siempre que lo necesiten.

Helvetia Previsión



La tradición de la “gracia”

El Carnaval de Cádiz se ha afianzado como una de las fiestas más populares de España

Una de las ciudades más antiguas y emblemáticas del sur de España es Cádiz. Allí se conservan intactas algunas de las tradiciones más arraigadas a la Cristiandad, como es el Carnaval, sin duda la gran fiesta de la ciudad. Una ciudad que, curiosamente y gracias al esplendor comercial del siglo XVIII, vivió una época dorada en el negocio asegurador, concretamente en el ámbito de los seguros marítimos. Hoy, Cádiz se conoce por su gran legado histórico, por su fuerte valor patrimonial y por la “gracia” de sus gentes. Historia, cultura y “gracia” se unen a la perfección en el Carnaval de Cádiz, una de las fiestas nacionales más populares y conocidas

Pese a que es indiscutible que el origen del Carnaval de Cádiz se encuentra en el Cristianismo, en las distintas etapas de la historia de la humanidad (babilonios, egipcios, griegos, romanos, musulmanes y otros muchos pueblos) siempre existieron fiestas vinculadas directamente a la religión en las que hombres y mujeres se desinhibían antes de los períodos de abstinencia. En estas celebraciones se invertían los roles tradicionales, se daban rienda suelta a sus apetitos, y eran expresadas en voz alta las opiniones que debían callarse el resto del año.

Éste y todos los carnavales que se celebran actualmente en Occidente tienen lugar en las jornadas previas a la Cuaresma. En él se “autoriza” la satisfacción de todos los apetitos que los católicos refrenan a partir del Miércoles de Ceniza y que se prolonga

durante la Cuaresma, conmemoración del ayuno, la abstinencia y el período de reflexión que Jesucristo vivió en el desierto.

A finales del siglo XVI ya hay constancia de que el Carnaval tenía arraigo entre los ciudadanos de Cádiz. En sus inicios, estuvo muy influido por los carnavales de Venecia y Génova, ya que, una vez que los turcos se habían hecho con el control del Mediterráneo, comerciantes llegados desde estos puntos de Italia se instalaron en la Bahía en busca de un lugar estratégico desde el que pudieran explotar las rutas con dirección al norte y centro de África. Además, el hecho de que en el siglo XVIII Cádiz consiguiera el monopolio del comercio con América provocó que su Carnaval adquiriera unos niveles de lujo y riqueza semejantes a los que tenían por entonces los de



Venecia, Roma o Niza. Igualmente, esta estrecha vinculación con América permitió que se incorporaran ritmos propios del Caribe, algunos de los cuales aún se conservan en nuestro folclore. Son los casos, por ejemplo, de los tanguillos de los coros (provenientes de la habanera) y de algunos cantes flamencos como tangos o colombianas.

A medida que el carnaval ganaba en libertad y popularidad, las clases pudientes se fueron apartando de él. Las críticas se convirtieron en una constante e incluso se excluyó del programa festivo organizado por el Ayuntamiento, a pesar de contar con la masiva participación de los gaditanos que seguían recorriendo las calles cantando y bailando.

Cuando en 1938 Francisco Franco estaba en la batalla del Ebro, publicó su Decreto de prohibición del Carnaval que, si no desapareció completamente durante la Dictadura fue gracias al gobernador civil de Cádiz, Carlos María Rodríguez de Valcárcel quien, a raíz de la tragedia acontecida con la explosión del depósito de minas de San Severiano en 1947, pensó que había que levantar los ánimos de una ciudad que había sido invadida por la tristeza. Fue así como accedió a las peticiones de los viejos carnavaleros, a los que permitió que volvieran a cantar los tangos de

antaoño durante las fiestas de verano. Tanto le gustó a Rodríguez Valcárcel, que se las ingenió para recoger el sentir popular y conseguir que desde Madrid se permitiera la resurrección del Carnaval según la ideología dominante. Formando parte de las Fiestas Típicas Gaditanas, los coros volvían a la calle, aunque sin disfraces entre el pueblo.

En 1977, con la llegada de la Democracia, y ya sin la censura, retornó la esencia del Carnaval con la trasgresión, la lucha por la libertad y la crítica al poder establecido en las calles. Además, las clases sociales más influyentes de la capital, que se habían ido apartando de esta fiesta desde finales del siglo XIX, vuelven y poco a poco va a ir incorporándose la totalidad del pueblo gaditano para participar directamente en esta fiesta de espíritu transgresor en la que todos participan de la expresión pública de las inquietudes y de los sentimientos sobre lo que realmente consideran importante en sus vidas.

Gran Teatro Falla, la Casa del Carnaval

Situada en la plaza que lleva su mismo nombre, el Gran Teatro Falla es el corazón del Carnaval de Cádiz. No en vano, este recinto alberga todos los años durante tres semanas el Concurso de Agrupa-



ciones del Carnaval de Cádiz, que tiene una gran repercusión tanto en la Tacita de Plata como en el resto de Andalucía. Ubicado en el solar que ocupaba el 'Gran Teatro', obra de madera realizada en 1871 por el arquitecto García del Álamo y que fue destruido por un incendio diez años más tarde, el Gran Teatro Falla comenzó a construirse en 1884. De estilo neomudéjar, tiene forma de herradura y la fachada es de ladrillo rojo. El teatro, fruto del proyecto del arquitecto municipal Juan Cabrera de la Torre, está lujosamente decorado con motivos mudéjares. El techo se cubre con un gran lienzo, obra de Felipe Abarzuza, que representa una alegoría del Paraíso.

Cuatro maneras de contar las cosas

Si por algo es conocido y reconocido el Carnaval de Cádiz es por el ingenio que desprenden las agrupaciones carnavalescas. Sus canciones, tanto las que participan en el concurso oficial como las conocidas como 'ilegales', no dejan indiferentes a nadie. Hay cuatro modalidades de agrupaciones: Chirigota. Su principal meta es hacer reír. Está com-

puesta por entre 8 y 12 componentes que cantan a diferentes voces: contralto, tenor y segunda. Pueden acompañarse de alguna guitarra, un bombo, una caja y pitos. Su repertorio se compone de presentación, pasodobles, culpes, estribillos y popurrí.

Coro. Puede llegar a contar hasta con 45 integrantes, con diversas voces como tenor, segunda y bajo. La orquesta es de pulso y púa, y los instrumentos que tocan son la guitarra, la bandurria y el laúd. Su repertorio se compone de presentación, tangos, culpes, estribillos y popurrí.

Comparsa. Tiene entre 12 y 15 componentes que cantan a octavilla, contralto, tenor y segunda. Se acompañan de guitarras, bombo, caja y pitos. El repertorio está compuesto por presentación, pasodobles, cuplés, estribillos y popurrí.

Cuarteto. Aunque su nombre hace pensar que está compuesto por cuatro componentes, los cuartetos también pueden ser de 3 y de 5 miembros. Su repertorio se compone de presentación, parodia, cuplés y tema libre. El plato fuerte es, sin duda, la parodia, donde representan una situación en la que los personajes hacen reír desde la más fina ironía.

¡¡ Participa !!

Sección de participación interna

Patricia, de seis años, hija de nuestra compañera Margarita Barriopedro, de la Sucursal Madrid A, ha sido la ganadora del concurso "en buena compañía con tu mascota". La pequeña Patricia, que aparece en la imagen de la derecha junto a su mascota Roco, ha conseguido un dvd portátil. Debajo podemos contemplar otras de las fotografías presentadas a este concurso. Todos los participantes se llevarán como recompensa un San Bernardo de peluche, la mascota de Helvetia Previsión.



Historias de seguros

¿Sabías que...

1 ... las formas más antiguas de Seguros fueron iniciadas por los babilonios y los hindúes?

2 ... en Babilonia existía una especie de seguro por el que todos debían contribuir en la construcción de un navío en sustitución del que destruyera alguna tempestad?

3 ... los aztecas concedían a los ancianos una especie de pensión?

4 ... el primer documento escrito del que se tiene constancia sobre un contrato de Seguros data de 1347 y se localiza en Génova?

5 ... los primeros seguros de vida como tales se contrataron en el siglo XIV para mujeres embarazadas?

6 ... el Seguro de Incendios surgió en Londres en el siglo XVII después de que un incendio destruyera la mayor parte de la ciudad?

7 ... en los Capítulos de las Cortes de Tortosa (1412) se encuentra el primer documento que define y regula el seguro (contra la fuga de esclavos) en España?

8 ... en 1693 el astrónomo Edmond Halley construyó la primera tabla de mortalidad, basada en leyes estadísticas e interés compuesto?

9 ... la moderna concepción del seguro marítimo nació a raíz de la prohibición del Papa Gregorio IX a todo tipo de interés por considerarlo usurario y por abolir el préstamo a la gruesa?

10 ... durante la Segunda Guerra Mundial, a comienzos de 1943, fue creada la Unidad de Inteligencia de Seguros de la Oficina de Servicios Estratégicos (OSS) de Estados Unidos al empezar a sospechar que el gobierno alemán estaba utilizando, entre otras cosas, la industria de seguros para financiar la guerra y para recolectar información estratégica de otros países?



De lo nuestro

HELVETIA
PREVISION

Altas



Juan Ignacio Blanco
Pisos



Ainara Burguete
Sanz



Ignacio Fuentes
Pérez



Francisco Gómez
Romero



Francisco Paredes
Pérez



Azahara Villamueva
García



Urbano Tintero Rojo

También se han incorporado a nuestra compañía en los últimos meses:

Francisco Ali Angulo Hamed
Rafael Coto Jiménez
Elvira de Soto Vázquez
Sergio Fernández Rico
Susana López López
Angel Francisco Seco González

Nacimientos



Éstos son Alejandro y Sofia, los dos hermanos mellizos, hijos de nuestro compañero Celestino Rodríguez González, que nacieron el pasado 22 de diciembre. No hay mejor premio en el día de la Lotería que éste.

Así de sonriente se muestra en sus primeros meses de vida Ander Angulo Largo. Es hijo de Juan Carlos Angulo Carramiñana y nació el 7 de febrero de este año.



Juan Carlos Moreno López se quedó sin Cabalgata de Reyes porque el 5 de enero nació su segunda hija, de nombre Celia, que posa en los brazos de su hermana.



Bien protegido del frío. Así vemos a José María, el hijo de José María Flores Márquez, que vino a este mundo el primero de febrero.



Muy tranquila parece ser Elena, la hija de Miguel Andreu.



También se ha unido en los últimos meses a la familia de Helvetia Previsión Sofia Monroy Salazar, hija de Antonio Monroy Lara.

Liga de Agentes Helvetia Previsión "AHP 2006"

"Vuela a Canadá **en buena compañía**"



**HELVETIA
PREVISION** 

Seguros en buena compañía



Consigue puntos en buena compañía y estarás con los mejores en Canadá