

**Resultados 2008: excelente
beneficio operativo y sólida
posición de capital**



Sumario

Carta del Director General	3
Noticias	4
Formación	22
Actualidad del seguro	24
Helvetia Seguros, al día	26
De cerca <i>Félix Sánchez</i>	29
Entrevista <i>Esperanza Maurelo, Responsable del Departamento de Control de Agencia y Antonio Bravo, Director de Zona Cataluña-Levante</i>	30
Reportaje... <i>Resultados 2008: excelente beneficio operativo y sólida posición de capital</i>	36
Reportaje... <i>Una nueva póliza de embarcaciones de recreo más competitiva dinámica y atractiva</i>	39
En buena compañía con... <i>Juan de Dios Román, Presidente de la Real Federación Española de Balonmano</i>	42
Entrevista <i>José Mosquera Brey, Delegado de Helvetia Seguros en Santiago de Compostela y Jesús Ferreiro Teijeiro, Delegado de Helvetia Seguros en Lugo</i>	44
Vivir en... <i>Granada</i>	47
Departamentos & Sucursales <i>Sucursal Valladolid</i>	50
Club Helvetia... <i>Gran éxito de la I Convención del Club Helvetia</i>	52
Rumbo Seguro... <i>Campo de Gibraltar, un compendio de sensaciones</i>	54
De lo nuestro	55

Edita: Helvetia Seguros

Consejo Editorial: Carmen Caballero, José Alberto Calvo, Toñi Ferrezuelo, José María Flores, Javier García, Enrique Herrera, José Antonio Pérez y Carlos Piñero.

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

Helvetia Seguros

Paseo de Cristóbal Colón, 26.
41001 Sevilla
Tlf. 954 593 200
www.helvetia.es



José María Paagman
Director General
de Helvetia Seguros

Queridos lectores de "En buena compañía":

Los resultados del ejercicio 2008, de los que damos amplia información en este número de "En buena compañía", confirman que la estrategia de crecimiento rentable por la que está apostando el Grupo Helvetia, a pesar de la difícil situación económica que nos rodea, sigue dando buenos resultados. Como explicaba hace algunos días nuestro Director General del grupo, Stefan Loacker, el resultado operativo de 2008 ha sido "excelente", gracias, en buena medida, a la robustez del modelo de negocio, que le permite "salir airoso en tiempos difíciles".

En el caso de España, la solidez del modelo de Helvetia Seguros se fundamenta en una cartera de negocio rentable, una plantilla de empleados comprometida y una red de mediadores profesionalizada, que se configura como uno de nuestros activos más valiosos.

Precisamente el pasado mes de febrero se celebró la I Convención del Club Helvetia para Agentes Platino, una puesta de largo que contó con la participación de los cien agentes más destacados de España y que sirvió como escenificación de la importancia que tiene para nuestra compañía su extensa red de agentes. En este número de la revista, encontraréis información detallada sobre este importante acontecimiento, y en cada número sucesivo el Club Helvetia contará con su propio espacio informativo, donde se irán dando a conocer las nuevas actividades y proyectos acometidos por el Club.

El Club Helvetia es un espacio de excelencia a disposición de todos los agentes de la compañía, un club selecto cuyas puertas están abiertas para aquellos que sientan y respiren "aire Helvetia", para los que estén convencidos, como nosotros, de que la empresa no es sólo una marca, sino también una forma de ser y de desarrollarse profesionalmente, con ambición, instinto de superación y con un marcado estilo de calidad.

Fruto también del dinamismo y la implicación social de la compañía ha sido la reciente cesión simbólica a la ciudad de Sevilla de la Sala Helvetia, un nuevo espacio cultural y social en pleno centro histórico y monumental con el que se amplía la oferta de lugares para el intercambio de las aportaciones, experiencias e ideas que existen en Sevilla. Queremos que esta nueva Sala Helvetia, que forma parte de la sede central de nuestra aseguradora, sea un sitio vivo, dinámico, abierto a la participación de todos los ciudadanos.

También hay una clara dimensión social en nuestra actividad de patrocinio. Se trata de una labor incesante, variada y que se desarrolla en todos los rincones de España. Uno de los patrocinios más señalados a nivel nacional es el que hemos renovado recientemente con la Real Federación Española de Balonmano, con el que se persigue fomentar el uso de este deporte desde la base, cooperando para potenciar la competitividad de las selecciones nacionales de uno de los deportes que cuenta con mayor número de federados en nuestro país.

Todas estas acciones persiguen sumar esfuerzos de forma que Helvetia Seguros se afiance, cada día más, como un socio estable y fiable de su más de medio millón de asegurados.

Y eso es lo que pretendemos sintetizar con nuestro eslogan publicitario de este año: "Confianza en el futuro". En estos momentos de turbulencias económicas, nuestra sociedad, nuestros clientes, necesitan confianza. Helvetia la puede ofrecer porque lleva ya 150 años ofreciéndola a más de dos millones de asegurados. Pongamos todos nuestro grano de arena para seguir fortaleciendo esa "confianza en el futuro" que tanto necesitamos.

Un fuerte abrazo.

José María Paagman

Noticias

Un nuevo espacio cultural y social para Sevilla

La Sala Helvetia, inaugurada con motivo de los actos conmemorativos del 150 Aniversario del Grupo Helvetia y localizada en la sede central de la compañía en España, se concibe como un espacio abierto a la participación de los ciudadanos.

Coincidiendo con los actos conmemorativos del 150 Aniversario del Grupo Helvetia, celebrados el pasado diciembre, nuestra compañía inauguró un nuevo espacio social y cultural en Sevilla. Se trata de la Sala Helvetia, un nuevo centro de carácter polivalente que nuestra aseguradora ha cedido simbólicamente a la ciudad a través de su alcalde, Alfredo Sánchez Monteseirín, quien participó en el acto de inauguración de la sala. Con una superficie de 146 metros cuadrados, la sala forma parte del Edificio Helvetia, una de las muestras más representativas de la arquitectura contemporánea sevillana que fue diseñada por el universal Rafael Moneo. Como todo el conjunto, la Sala Helvetia lleva la firma del arquitecto, el único español que ha obtenido el Premio Pritzker, considerado el Nobel de la arquitectura.

4

La sala se inauguró con la exposición conmemorativa "150 Años para seguir avanzando". En esta exposición, se abordaba el negocio del seguro desde diversas dimensiones, a través de la experiencia concreta del Grupo Helvetia. Así, la exposición trazaba un recorrido por la Historia del grupo, así como una descripción de los países en los que está implantado, con especial detenimiento en España y en Sevilla.

Durante el acto de inauguración, que coincidió con la celebración de la Convención de Directores en la capital hispalense, el alcalde de Sevilla y el director general de Helvetia Seguros descubrieron una placa inaugural y realizaron un primer recorrido por la exposición. Con carácter previo a esta inauguración, celebrada el día 16 de diciembre, el edificio Helvetia fue "vestido" con lonas a través de una campaña de expectativas que durante varios días levantó la curiosidad de los ciudadanos.

Desde enero hasta la fecha, la Sala Helvetia ya ha acogido diversos proyectos e iniciativas, incluyendo algunos propios de la compañía, como la I Convención del Club Helvetia.



actividad de la empresa



5

Convención Anual de Directores 2008

Como cada año, el mes de diciembre fue el elegido para la celebración de la Convención Anual de Directores, en la que todos los directores de Helvetia Seguros se reunieron para conocer en profundidad el balance de actividad de la compañía durante 2008 y las expectativas de cara al presente ejercicio. Como no podía ser de otro modo, la situación general de crisis que atraviesa la economía mundial fue uno de los elementos más presentes,

y por encima de ella, la estrategia de crecimiento rentable por la que apuesta la compañía y que forma parte del Plan Estratégico 2007-2010. La convención, que se celebró en Sevilla y que se desarrolló en un ambiente de trabajo intenso, tuvo también una dimensión de carácter festivo gracias, entre otras citas, al acto de inauguración de la Sala Helvetia, con la que se cerró la agenda de actividades.



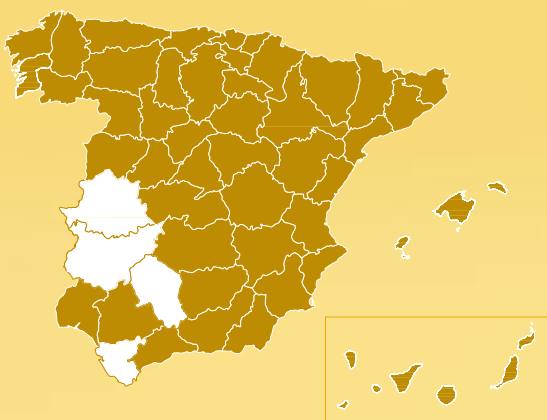
noticias

Convenciones de Agentes 2009

Las reuniones de agentes de Helvetia Seguros se han sucedido a lo largo del primer mes del año. Siempre con el respaldo de directivos de la compañía, los agentes de todas las zonas de España se han reunido para conocer de cerca la evolución de Helvetia

Seguros durante 2008, y el dinamismo demostrado por cada una de las zonas y su contribución al negocio de la aseguradora. El siguiente álbum de fotos recoge instantáneas de algunas de las reuniones.

ZONA A



Sucursal Algeciras.



Sucursales Cádiz y Puerto de Santa María.



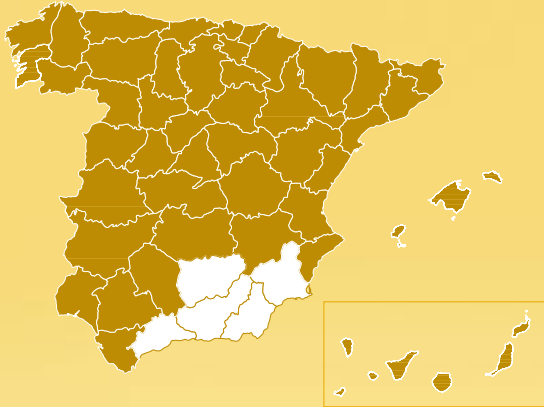
Sucursal Cáceres.



Sucursal Córdoba.

actividad de la empresa

ZONA B



Sucursal Almería.



Sucursal Murcia.



Sucursales Málaga, Marbella y Fuengirola.



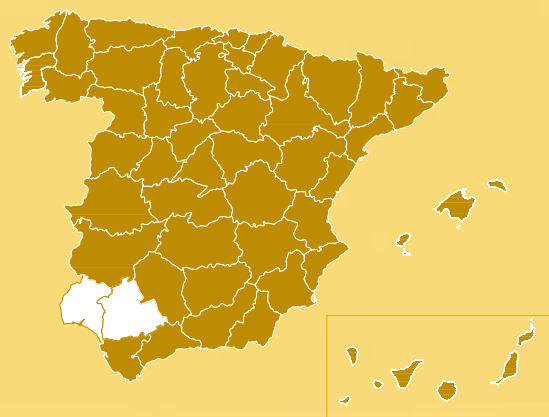
Sucursal Jaén.



Sucursal Granada.

noticias

ZONA C



Sucursales DPF (Sevilla).



Sucursal Sevilla D.



Sucursal Sevilla A.



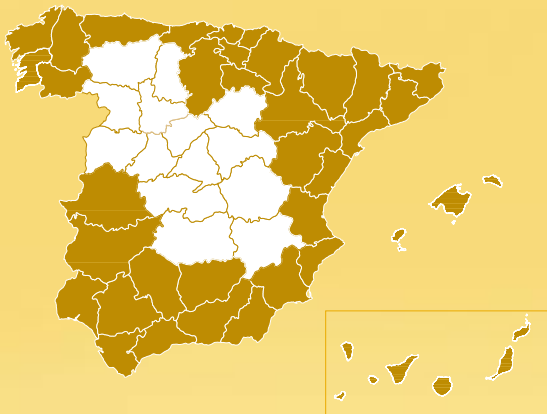
Sucursal Huelva.



Sucursal Sevilla Aljarafe.

actividad de la empresa

ZONA D



Sucursal Valladolid.



Sucursales Ciudad Real y Toledo.

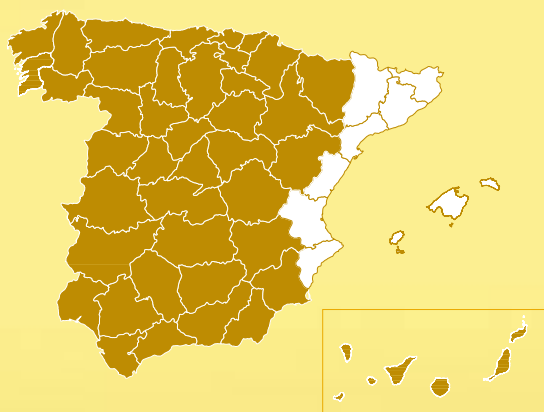


Sucursal Albacete.



Sucursales Madrid A, Madrid B y Madrid C.

ZONA E



Sucursales Barcelona y Palma de Mallorca.

noticias

ZONA E



Sucursal Valencia Agentes.

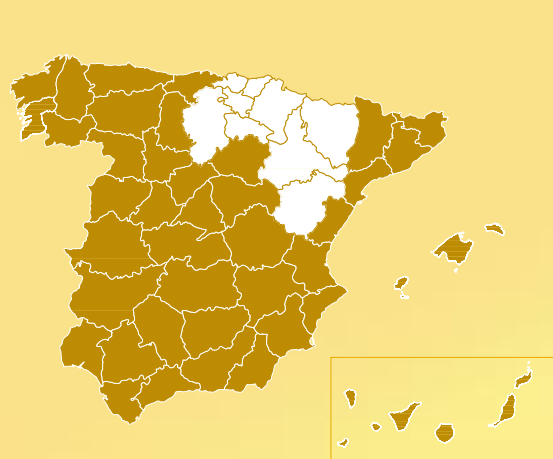


Sucursal Castellón.



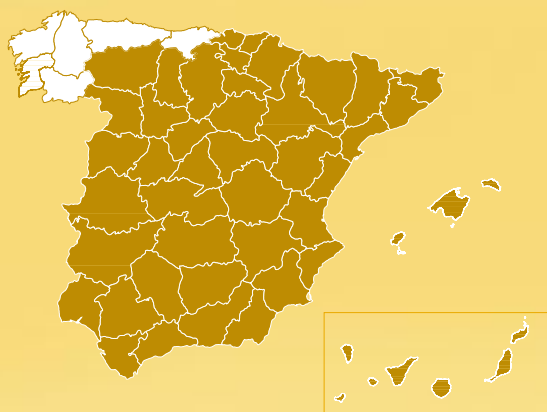
Sucursales Alicante, Alicante Norte y Alicante Sur.

ZONA F



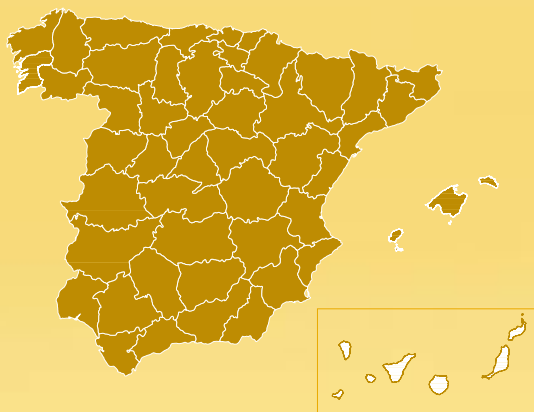
Sucursales Bilbao A, Bilbao B, Burgos, Huesca, Logroño, Pamplona Agentes, San Sebastián, Vitoria y Zaragoza.

ZONA G



Sucursales Vigo, La Coruña A, La Coruña B y Orense.

ZONA H



Sucursal Las Palmas.



Sucursales Asturias y Santander.



Sucursal Tenerife.

noticias

Convenciones de Áreas 2009

Las Convenciones de Áreas se celebraron, como es costumbre, en los primeros meses de 2009. Como el pasado año, cuatro fueron las convenciones que se llevaron a cabo: Productos, Servicio al Cliente, Marketing y Comunicación y Sistemas de Información. Las cuatro se desarrollaron en un ambiente de gran cordialidad y participación, y gracias a ellas los profesionales de las respectivas áreas conocieron el balance de actividad del Grupo durante 2008 y las previsiones para 2009.



Área de Productos.



Área de Servicio al Cliente.



Área de Marketing y Comunicación.



Área de Sistemas de Información

Compromiso con el colectivo de inmigrantes

Como en la edición precedente, Helvetia Seguros participó a través de un stand en la Feria Integra, Feria de Productos y Servicios para Inmigrantes, que se celebró entre el 5 y el 8 de diciembre de 2008 en Ifema (Madrid).

Los directores y asesores comerciales de las tres sucursales de Helvetia Seguros en Madrid participaron en este encuentro, en el que se dieron cita inmigrantes de todas las nacionalidades, con un volumen de visitas que ha superado incluso a la obtenida en la edición anterior. Con la renovación de su presencia en esta Feria, Helvetia Seguros también ha reafirmado su compromiso e interés por el colectivo inmigrante, uno de los segmentos de clientes por los que se apuesta de forma decidida en el vigente Plan Estratégico. Además de la labor comercial desarrollada, la Feria Integra también sirvió para realizar contactos comerciales y seleccionar agentes con potencial del colectivo inmigrante.



El desafío de Oriente



Si el año pasado el destino marcado para nuestros “marineros” más intrépidos han sido las ciudades más emblemáticas de los Estados Unidos, este año el objetivo del Concurso de Incentivos 2009 para agentes y delegados de Helvetia Seguros es China. El desafío está planteado, y la recompensa no puede ser mejor: acceder al corazón de un país milenario, exótico y en plena pujanza; acercarse a una civilización muy distinta a la nuestra, cargada de magia, secretos y tesoros por descubrir.

“China 2010: El desafío de Helvetia Seguros” ya está en marcha. El concurso se prolongará durante el año 2009, y en él pueden



participar todos los agentes y delegados con contrato en vigor con Helvetia Seguros hasta la fecha de celebración del viaje. Como cada año, el concurso contempla dos modalidades: por agencias y por equipos. Los premiados serán, como máximo, los treinta primeros clasificados por agencias, y los primeros clasificados en la categoría por equipos. Y al igual que en 2009, los tres agentes que, aun ocupando el segundo lugar en cada equipo, obtengan el mayor incremento de facturación computable, también serán invitados. Es un viaje para los ganadores y sus acompañantes. Un desafío que no debéis dejar pasar. China está a la vuelta de la esquina.

13

Viaje “a las Américas”

Éstos son los compañeros que resultaron ganadores de la pasada edición del Concurso de Incentivos 2008, y que disfrutarán del viaje “a las Américas”. Enhorabuena a todos ellos, y mucho ánimo para la nueva convocatoria.

Lico Corporación. Madrid
 Hainzl & Partner Versicherungen, S.L. Marbella (Málaga)
 Juan Carlos Jiménez Díaz. Galapagar (Madrid)
 La Boutique del Seguro ASF, S.A. Madrid
 San Mauro Gestión Integral de Seguros, S.L. Pontevedra
 Consulting Financiero de Ciudad Real S.L. Ciudad Real
 Antonio Larra Agencia de Seguros S.L. Burgos
 Alejandro Alcaide Fernández. Madrid
 Mariano José Gómez-Ulla de Irazazábal. A Coruña
 Rosaex, S.L. Badajoz
 Antonio Ángel Barranco Martos. Martos (Jaén)
 Ángel Sánchez Martín. Arrigorriaga (Vizcaya)
 Segurfirenze Agencia de Seguros Vinculada, S.L. Barcelona
 Joaquín Hierro Franco. Bellavista-Aljaraque (Huelva)
 Brokporvaz, S.L. Sevilla
 C.G. Granada
 M. José López Nieto. Fuenlabrada (Madrid)

Juan Antonio Padilla Quesada. Begíjar (Jaén)
 Servicios La Mirada Circular, S.L. La Portela de Valcarce (León)
 M.Z. Arucci Segur-Broker, S.L.U. Sevilla
 Alejandro E. Alvarado Reinoso. Sevilla
 Ruiz Barroso, S.L. Santander (Cantabria)
 Rosa Cabañero Luna. Puertollano (Ciudad Real)
 Agencia Verges & Martí, S.C.P. Figueras (Girona)
 Rafael Vélez Díaz. El Puerto de Santa María (Cádiz)
 Santos Sáenz Vicaria. Andújar (Jaén)
 Seguros e Inversiones Gómez Rodríguez, S.L. Jaén
 Pedro Jesús Torné Pérez. Sevilla
 Manuel Peña Domínguez. Sevilla
 Gorka Burguete Riesco. Gorraiz (Navarra)
 José Ramón Inguanzo Riega. San Vicente de la Barquera (Cantabria)
 Rafael Durán Gómez. Sevilla
 Santiago Álvarez Álvarez. Ourense
 Luis Carlos González Capilla. Granada
 Javier Sánchez-Barriga Peche. Sevilla
 Javier Salas Isequilla. Madrid
 Antonio Díaz García. Sevilla
 José Manuel Barba Pineda. Sevilla

noticias

Beneficios para afiliados a los sindicatos independientes de enseñanza de Galicia

Ofrecer productos y servicios de seguros en condiciones ventajosas a todos los afiliados es el objetivo que persigue el convenio suscrito entre Helvetia Seguros y la Federación de Sindicatos Independientes de Enseñanza de Galicia (FSIE). Según el secretario de esta Federación, el acuerdo constituye "una oportunidad única para todos nuestros asociados de poder acceder a unos servicios de calidad y ofrecidos por profesionales en unas condiciones muy ventajosas". Por parte de Helvetia Seguros, participó en la firma del acuerdo el director de Marketing y Comunicación, Javier García, quien se comprometió en nombre de la compañía "a trabajar de forma continuada a lo largo de este año para

presentar a todos los miembros de FSIE-Galicia ofertas y campañas promocionales específicas en toda la amplia gama de productos, siempre con la atención de calidad y la profesionalidad que distingue a Helvetia". Este acuerdo, primero que se firma con una fuerza sindical, supone una puerta abierta a la colaboración con entidades sociales, lo que constituye una oportuna iniciativa para todas las partes en la actual coyuntura económica.



Apoyo al comercio de Albacete



Son numerosas las asociaciones empresariales y profesionales con las que nuestra compañía mantiene acuerdos de colaboración preferente en todo el territorio nacional. Gracias a estos acuerdos, las entidades pueden beneficiarse de servicios gratuitos de asesoramiento o de líneas de pro-

ductos en condiciones ventajosas. La última asociación en incorporarse a la larga nómina de Helvetia Seguros ha sido la Federación de Comercio de Albacete, quien ha suscrito un acuerdo marco con nuestra compañía, a través de nuestra agencia vinculada Albaned Mediación S.L. En virtud del acuerdo, Albaned Mediación pone a disposición de los asociados su cualificado equipo de asesores para la evaluación, estudio y gerencia de riesgos en materia aseguradora.

El acuerdo fue suscrito el pasado 20 de febrero en Albacete por parte de Lorenzo López Giménez, presidente de la Federación de Comercio de Albacete, Eduardo Ibáñez Cuenca, director de Helvetia Seguros en Albacete, y Antonio Colmenero y Eduardo Lerma, por parte de Albaned Mediación. Uno de los principales objetivos del acuerdo es contribuir al Plan de Revitalización del Comercio de Albacete, ofreciendo en exclusiva a los asociados un importante descuento en la contratación de distintos productos relacionados con su actividad y haciéndolo extensivo a otros seguros personales o particulares de los comerciantes (comercio, automóviles, hogar, accidentes..).

De lado de la moda emergente española

Joven, elegante y exclusiva, Scalpers es una de las firmas emergentes en el panorama de la moda española masculina. Auspiciada por varios socios, como Rafael Medina Abascal, una de sus claves es la apuesta por la materia prima de calidad y por proveedores de lujo. Dentro de su catálogo de productos llaman la atención algunos elementos como las corbatas o los pañuelos. Pues bien, desde el mes de diciembre, Helvetia Seguros y Scalpers han unido fuerzas para el desarrollo de algunas colaboraciones. La primera ha consistido en la adquisición de una selección de corbatas y pañuelos de la firma, con los que fueron obsequiados los agentes "Platino" del Club Helvetia, como regalo de bienvenida en la I Convención del Club. En los próximos meses, se lleva-

rà a cabo una campaña de venta cruzada que premiará las aportaciones de los clientes (3.000 € de prima única o 750 € al año de prima periódica con fraccionamiento máximo semestral) con un producto de esta prestigiosa marca.



Acuerdo con FACCA

FACCA (Federación de Asociaciones Culturales Cristianas de Andalucía) es otro de los colectivos que recientemente ha suscrito un convenio de colaboración con Helvetia Seguros, especialmente orientado al colectivo de los vendedores ambulantes representados por la Asociación de Vendedores Andaluces Cristianos (AVAC). Gracias a este convenio, los vendedores ambulantes integrados en AVAC podrán beneficiarse de un amplio abanico de productos de seguros en condiciones muy favorables. Durante la presentación, nuestro director de Ventas, José García Pérez, destacó que con este convenio "se reconoce la contribución económica que hacen los vendedores ambulantes, y esperamos que a partir de ahora sean muchas las entidades públicas y privadas que se adhieran al apoyo a este colectivo". Por su parte, el director de FACCA, Guillermo Cortés, manifestó que el acuerdo alcanzado permitirá unas mejores condiciones y una mayor regularidad al colectivo de vendedores ambulantes. En cualquier caso, el acuerdo es extensible al resto de colectivos representados en FACCA.



15

Renovación de la certificación de calidad en siniestros



El pasado 27 de enero se recibió la conformidad oficial a la auditoría, realizada por AENOR durante el mes de noviembre, de los procesos de emisión y siniestros de nuestra Cía., renovando la certificación obtenida e implementando los nuevos cambios de la norma ISO 9001:2008, que inciden sobre todo en aspectos relativos a la seguridad y protección de datos, habiendo conseguido ser una de las primeras empresas en

España en implementar dichos cambios, gracias a los trabajos

que en materia de seguridad se venían ya realizando con anterioridad.

De cara a 2009, el objetivo será involucrar al Departamento de Lesiones dentro del ámbito de la certificación, de manera que ésta no quede restringida a los Centros de Servicio, sino que los diferentes procesos vayan quedando amparados bajo los mismos criterios de mejora que propugna esta norma de carácter internacional.

Continuando en la misma línea, y tal como se anunció en el número pasado, estamos inmersos en el proyecto de EFQM que va mucho más allá del ámbito de la certificación, ya que implica a toda la organización y supone un cambio importante a la hora de abordar los proyectos de mejora, teniendo como objetivo para 2009 abordar el primer nivel de este modelo (Committed to Excellence) de compromiso con la excelencia.

noticias

Cita con la tradición de la Cuaresma

Año tras año, Helvetia Seguros va afianzando su compromiso con la Semana Santa de Sevilla, manteniendo una presencia muy visible durante el periodo de Cuaresma. Al tradicional acto de presentación de "Orientación", el programa de mano decano de la Semana Santa de Sevilla, se une, desde hace dos años, el Concurso de Marchas Procesionales "Memorial Font de Anta"



Presentación de Orientación 2009

Como ya es costumbre durante la Cuaresma sevillana, se celebró un año más la presentación social de "Orientación", el programa de mano decano de la Semana Santa hispalense. Y por segundo año consecutivo, esta presentación tuvo lugar en la emblemática Sala Chicarreros, en pleno centro de la ciudad. Una vez más, el teatro cedido amablemente por la Fundación Cajasol registró un lleno absoluto durante la noche del jueves 26 de marzo, y todo el público congregado disfrutó de la emoción de una presentación sazonada de música, saetas y sentimiento cofrade a flor de piel.

Al acto asistieron numerosos hermanos mayores del mundo cofrade sevillano, así como los principales directivos de Helvetia Seguros, encabezados por su director general, José María Paagman. La presentación del acto corrió a cargo de Enrique Casellas, compositor sevillano muy vinculado con el mundo cofrade, y contó nuevamente con la participación de la Sociedad Filarmónica de Nuestra Señora de la Oliva de Salteras, quien interpretó diversas marchas a lo largo del acto.

Nuevamente, los compañeros responsables de la edición del programa de mano han

hecho un gran esfuerzo para producir una publicación práctica y de cuidado diseño, algo a lo que ayudan las Imágenes de las hermandades recogidas entre sus páginas, y que han sido fotografiadas por algunos de los más prestigiosos retratistas de la Semana Mayor de Sevilla, tales como Fernando Salazar, Ángel Bajuelo o José Antonio Bermudo.

Con una tirada de 10.000 ejemplares, "Orientación" fue rápidamente distribuida entre el público sevillano, que podía adquirirla tanto en las sucursales y oficinas de Helvetia Seguros como en la sede central del Paseo de Cristóbal Colón. Su portada estaba dedicada al Santísimo Cristo de Burgos, Titular de la Hermandad del mismo nombre.

"Orientación" se comenzó a editar en 1961 y, después de unos años en que no se publicó, desde el año 2005, y gracias a la iniciativa de un grupo de profesionales de Helvetia Seguros amantes de la Semana Santa, este programa de mano histórico comenzó a editarse nuevamente. Desde entonces, Helvetia Seguros se ha implicado de forma decidida en el proyecto, asumiendo íntegramente su edición y distribución.



sevillana



II Concurso de Marchas Procesionales "Memorial Font de Anta"

Tan sólo unos días antes de la presentación de "Orientación", y esta vez en el Teatro Alameda de Sevilla, se había celebrado la final del Concurso de Marchas Procesionales "Memorial Font de Anta", un concurso que cuenta con el patrocinio de Helvetia Seguros y que este año ha alcanzado su segunda edición. Organizado por la cadena local Sevilla Televisión, perteneciente al grupo Vocento, y con la colaboración del Ayuntamiento de Sevilla, en su segunda edición el concurso ha tenido una gran acogida tanto por parte del público asistente como por parte de los compositores participantes. Más de 400 espectadores presenciaron las cinco marchas finalistas, que fueron interpretadas por la Orquesta Sinfónica Municipal de Sevilla, dirigida por el maestro Francisco Javier Gutiérrez Juan. El joven compositor sevillano David Hurtado fue finalmente el ganador de un concurso al que concurrieron cuarenta composiciones inéditas, recibidas desde todos los puntos de España.



Nueva campaña publicitaria

El pasado día 2 de marzo se inició el lanzamiento de la campaña publicitaria de Helvetia Seguros para 2009. Con el eslogan "Confianza en el futuro", la campaña aúna las dos señas de identidad fundamentales de la empresa: la confianza que supone para nuestros clientes y mediadores la sólida y solvente trayectoria de más de 150 años al servicio del seguro, y por otro



lado, el dinamismo y la capacidad de transmitir seguridad hacia el futuro. Partiendo de conceptos ya presentes en la campaña de 2008 (familia, perro San Bernardo, música corporativa, cierre con el eslogan comercial e identificación de compañía suiza), el spot televisivo reúne aspectos esenciales: un primero, que se centra en promocionar dos de los productos principales de la compañía, Hogar y Vida; un segundo, que pretende reforzar la veteranía de Helvetia Seguros, como garantía de futuro en el actual entorno de crisis de confianza; y un tercero, que subraya la agilidad y eficacia que ofrece Helvetia Seguros en su servicio de atención en siniestros, anticipándose, a través del San Bernardo, a su ocurrencia. Este spot ha sido emitido durante el pasado mes de marzo en TVE1, en horarios de máxima audiencia. Asimismo, el spot puede verse en diversos canales locales y regionales de fuerte penetración, durante todo el año.

En lo que respecta a prensa, se ha llevado a cabo la renovación de los anuncios, tanto en su versión sectorial como generalista, de forma coherente con el contenido del spot televisivo.

noticias

Nueva oficina de agencia en la provincia de Granada

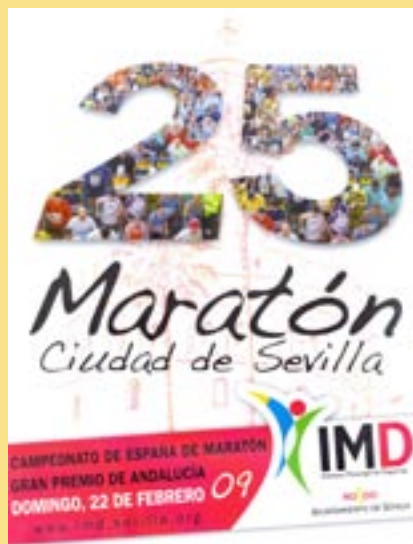
La provincia de Granada cuenta desde el pasado mes de diciembre con una nueva oficina. Se localiza en el municipio de Maracena, y su titular es la agente María Noelia Moreno-Cañavate. La comercialización de seguros se concibe en este caso como una nueva línea de negocio complementaria a la que esta profesional y su familia ya viene desarrollando en el ámbito de la promoción inmobiliaria, donde ha alcanzado una gran notoriedad y prestigio. El acto de inauguración contó con el respaldo del propio director general de Helvetia Seguros, José María Paagman, que deseó mucha suerte a esta nueva iniciativa empresarial.



18

25 Aniversario de la Maratón de Sevilla

En lo que viene siendo ya una colaboración tradicional, un año más Helvetia Seguros ha sido una de las entidades patrocinadoras de la Maratón de Sevilla, que en su edición del pasado día 22 de febrero cumplió su 25 Aniversario. Una efeméride que ha contado con el respaldo extraordinario por parte del público asistente y los participantes. No en vano, se rozó la cifra de los 4.000 corredores inscritos, una cifra sensiblemente superior a la alcanzada en la edición precedente. Por ello, el delegado de Juventud y Deportes del Ayuntamiento de Sevilla, José Manuel García, destacó eufórico que "ha sido un récord absoluto". "Sevilla –explicó– tiene que estar orgullosa de su maratón, que se ha convertido en un referente de primer orden". En esta edición, además, la Maratón coincidía con la celebración del Campeonato de España, por lo que la repercusión ha sido doble. Los colores de Helvetia Seguros acompañaron a los corredores durante el recorrido, y también en la fiesta de clausura.



Helvetia Seguros, en la elite mundial del balonmano

Uno de los patrocinios que más alegrías está dando a Helvetia Seguros es el del equipo de balonmano Helvetia Anaitasuna, que juega en la División de Honor B del balonmano nacional. Dos de sus jugadores, de hecho, han disputado el Mundial de Balonmano celebrado en Croacia junto a su selección nacional. Nos referimos al portero Matías Schulz y al central Juan Pablo Fernández. El primero ha jugado nueve partidos, con un total de más de tres horas y 22 minutos de juego y firmando un porcentaje de acierto del 36% con 49 paradas de 138 lanzamientos. Por su parte, Fernández jugó en cinco partidos, sumando 4 goles de 10 lanzamientos.

Nuestra compañía, en el programa deportivo líder de la radio sevillana

“Libre y Directo” es el espacio radiofónico de carácter deportivo líder en Sevilla. Transmitido por la cadena SER (Radio Sevilla) en horario de sobremesa, constituye un punto de referencia para conocer los entresijos del deporte sevillano, y muy especialmente de sus dos clubes de fútbol: Sevilla F.C. y Real Betis Balompié.

Desde hace algunas semanas, este espacio de la SER está muy unido a Helvetia Seguros, ya que hemos suscrito un protocolo de colaboración que nos convierte en entidad patrocinadora de las “Tertulias Helvetia”, un formato periodístico que se incluye todos los lunes dentro del programa. Se trata de tertulias que cuentan con la participación de invitados de primer nivel en el ámbito deportivo, que comentan regularmente la actualidad de los equipos de la ciudad y de cada jornada en cuestión. Estas tertulias tienen un formato itinerante, de manera que tienen lugar en distintos restaurantes de la ciudad. La primera de ellas, de hecho, se celebró el día 9 de marzo en la Sala Helvetia, coincidiendo con “el día después” del tradicional derbi futbolístico sevillano.

El patrocinio de Helvetia Seguros es objeto de una importante promoción por parte de los medios afines a la SER, como El Correo

de Andalucía o el diario As, así como por la propia emisora, que durante todo el tiempo de la colaboración emitirá 400 cuñas de radio. Está previsto que las dos últimas tertulias se celebren en la Sala Helvetia, los próximos días 1 y 2 de junio, con unas galas finales en las que se hará entrega de un trofeo al “jugador más seguro”, tanto del Sevilla como del Betis.



19

Objetivo, el Campeonato de Europa de Balonmano 2009

Además de apoyar al deporte amateur y de base, Helvetia Seguros también colabora con el deporte de elite, contribuyendo, a través de su actividad de patrocinio, a la consecución de éxitos que permitan incrementar la notoriedad y el alcance de las distintas disciplinas deportivas. Una de las principales apuestas dentro del deporte de elite lo constituye la Real Federación Española de Balonmano, entidad con la que Helvetia Seguros ha renovado su convenio de colaboración, de manera que nuestra empresa ejercerá durante los próximos tres años como empresa patrocinadora de esta Real Federación y de todas las categorías de la selección nacional de balonmano. El convenio renovado recientemente convierte también a Helvetia Seguros en la aseguradora oficial y exclusiva de la Real Federación para el mismo periodo de tiempo. Gracias a este acuerdo, la imagen de Helvetia Seguros está acompañando a la selección absoluta masculina durante la fase clasificatoria para el Campeonato de Europa que se celebrará en Austria el próximo año. Esta fase clasificatoria se inició



el pasado día 19 de marzo y concluirá a mediados de junio. La firma del acuerdo tuvo lugar el pasado mes de febrero en la Sala Helvetia, y fue suscrito por el director general, José María Paagman y por el presidente de la RFEB, Juan de Dios Román.

otra mirada

Esta cara me suena

José María Cartón hizo de doble del presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, durante el ensayo general previo a la grabación del programa "Tengo una pregunta para usted". Cuando lo vimos en el periódico, a más de uno se le quedó la imagen del actor en la retina. "Lo cierto es que esta cara me suena..." El que aquella mañana tuvo la ocasión de toparse con un anuncio de Helvetia Seguros, despejó sus dudas de inmediato. Ya que es el actor que ha posado en las imágenes de los anuncios de prensa y los folletos de nuestra compañía y, sobre todo, uno de los protagonistas de nuestros spots televisivos.



20

Una simpática aparición



A veces la suerte gasta bromas simpáticas. Como ésta, que quedará para siempre registrada en la hemeroteca. Se trata del Diario de Navarra, que en su edición del día 11 de febrero de 2009 aludía a la casual aparición del universal Miguel Induráin, conduciendo una bicicleta, en medio de una manifestación de trabajadores de una empresa ante la delegación del Gobierno de Navarra en Pamplona. Dice la crónica que "los trabajadores le jalearon entonando la melodía de 'Induráin, Induráin, Induráin', y entre sonrisas le corearon". A la crónica periodística se le olvidó añadir que el universal ciclista navarro, cliente de nuestra compañía, portaba una carpeta de Helvetia Seguros bajo el brazo.

Operación de traslado de servidores intensa e impecable

Si en el anterior número hablamos del traslado e inauguración de la nueva sede de Navarra, en esta ocasión nos toca hacer referencia al traslado del ordenador central en el que se registra toda la información que abastece a Helvetia Seguros en España. Dicho traslado se realizó a lo largo de tres días, a través de varias fases y por distintos equipos de personas. La operación comenzó el viernes 20 de febrero, a las 15:00 horas, con una primera jornada que se prolongó más allá de las 2 de la madrugada del sábado. El sábado no fue menos intenso, ya que la labor se reanudó a las 8:30 horas. Como curiosidad, fue necesario emplear una

gran grúa para sacar los racks por el balcón del segundo piso de la antigua sede de San Ignacio y trasladarlos en un camión especialmente preparado a estos efectos a la nueva ubicación del CPD, donde se procedió a la instalación de todos los equipos. Nuevamente las tareas se prolongaron hasta muy avanzada la madrugada del domingo. La actividad de ese día se centró en tareas de comprobación, especialmente de las comunicaciones, y algunos pequeños ajustes necesarios. Un fin de semana intenso, que permitió que el lunes 23 de febrero, a primera hora, todos los sistemas funcionaran con absoluta normalidad.



Dea Roma, una joya desconocida

Probablemente muy poca gente sepa que la sede social de Helvetia Seguros alberga un verdadero tesoro escultórico que data de la época romana. Se trata de la cabeza de una diosa, "Dea Roma", que data del siglo II d.C., y que fue hallada en el yacimiento arqueológico de Itálica. Muchos preguntarán cómo recaló en nuestra compañía. La historia es larga, y bastante movida. En 1839 fue enviada a Madrid como regalo a la reina regente, que la cedió a la infanta María Luisa, lo que cerró el círculo del regreso a Sevilla, más concretamente a la residencia de Montpensier, en el Palacio de San Telmo. La antigua Previsión Española la adquirió como fondo de su colección particular, que pasó a la titularidad de Helvetia Seguros. Y allí la tienen, para el que quiera verla, reconocida como una de las joyas de la Bética romana, como han refrendado exposiciones recientes como "El rescate de la Antigüedad Clásica en Andalucía", promovida por la Fundación Focus Abengoa, y en la que podía contemplarse esta pieza.



Traslado de la Exposición a la sede de Helvetia Seguros



Dea Roma durante la exposición.



La escultura en su actual ubicación.

FORMACIÓN

SABES, un curso consolidado en su tercera edición

Durante el pasado mes de enero se celebró la tercera edición del Seminario de Aprendizaje Básico y Específico en Seguros, más conocido como "SABES", que ya se ha afianzado como una de las principales acciones formativas para los asesores comerciales de nuestra entidad.

En esta edición han sido 15 los asesores comerciales que han participado, todos ellos de reciente incorporación y provenientes de las sucursales de Écija, Madrid, Valladolid, Valencia, Pamplona, San Sebastián, Coruña, Vigo,

Alicante, Cáceres y Sevilla. A través de 102 horas presenciales, los alumnos han accedido a una visión más profunda de los productos y los mecanismos de comercialización de Helvetia Seguros, conociendo previamente todos los fundamentos de la propia actividad aseguradora y las disposiciones legales existentes. El nivel de esta tercera edición ha sido muy elevado, y la principal evidencia es que en esta ocasión han sido dos los alumnos distinguidos: Ramón Romero Tirado, de la Sucursal de Écija, e Ignacio Couce Aneiros de la Sucursal de Coruña A.



"Me siento integrado en este proyecto"
Ignacio Couce Aneiros. Sucursal Coruña A



"Destaco la transparencia y confianza que depositan en ti"
Ramón Romero Tirado, Sucursal Écija

¿De qué manera ayuda el curso SABES a sentirse implicados en el proyecto y los valores de Helvetia Seguros?

Ignacio Couce: Tanto en este curso, como en toda la formación que recibimos, valoro el hecho de conocer qué quiere Helvetia Seguros de mí y qué medios pone a mi servicio para que lo consiga.

Ramón Romero: Te ayuda a comprender el plan de trabajo de Helvetia Seguros, y te inculca los valores de la compañía. Es destacable la transparencia y confianza que depositan en ti desde el principio. Por todo lo anterior, me consta que la compañía ha realizado una gran inversión en recursos para todas las personas que hemos realizado el curso.

En contra de los falsos mitos, ¿existe un buen clima de compañerismo entre los asesores comerciales? ¿Es compatible ese compañerismo con la competitividad?

I.C.: En mi sucursal, desde el primer día, siempre hemos mantenido una excelente relación entre los comerciales, administrativos y director. Este buen clima se mantiene con los compañeros de

la zona Noroeste, en Galicia, Asturias y Cantabria, y todas las personas que coincidimos en los cursos de Madrid y Sevilla. En cuanto a la segunda pregunta, habiendo buen ambiente yo lo veo totalmente compatible.

R.R.: Sí, no entiendo por qué no tendría que haberlo. En cuanto a si compañerismo es compatible con competitividad, creo que totalmente, ya que gracias a la distribución geográfica y a la gran cuota de mercado del sector se hace difícil el cruce de clientes. Además, existe una buena comunicación entre compañeros: fluidez, claridad y confianza.

¿Cómo veis que está posicionada Helvetia Seguros con su gama de productos en relación con otras empresas del sector?

I.C.: Tenemos productos competitivos en algunos ramos. En otros, tendríamos que ampliar nuestra gama y mejorar productos y primas.

R.R.: Bien, en algunos ramos estamos mejor que en otros. Pienso que deberían adaptarse mejor algunos productos a determinadas zonas, teniendo en cuenta variables como la demanda, riesgos, competencia, etc...

Presentación del nuevo producto para Embarcaciones de Recreo

Uno de los asuntos que ocupan las páginas de portada de este número es la nueva póliza de embarcaciones deportivas y de recreo. La puesta en el mercado de este nuevo producto ha venido acompañada de sesiones de presentación de carácter formativo, dirigidas a asesores comerciales de distintas zonas del territorio nacional. Durante tres días (10, 11 y 18 de marzo), asesores comer-

ciales de Andalucía, Galicia, Asturias, Cataluña y Levante han conocido en profundidad las garantías y coberturas de la nueva póliza, así como la tarifa y las normas de contratación del producto. En estas sesiones también se ha presentado un estudio comparativo con otros productos del mercado, destacando las fortalezas competitivas del seguro de Helvetia Seguros.

Presentación del Dossier de Selección de Agentes



Coincidiendo con las reuniones de seguimiento llevadas a cabo por las distintas zonas comerciales, el Departamento de Formación, de forma conjunta con ICEA, ha llevado a cabo la presentación a todos los directores de Zona y directores de Sucursal del Dossier de Selección de Agentes. En la confección de este Dossier han participado todos los asesores comerciales de la compañía, los mismos que han recibido la acción formativa "Reclutamiento y Eficacia de la Red Agencial", celebrada entre los meses de abril de 2006 y noviembre de 2008. El objetivo es que este dossier sirva como manual de apoyo a la hora de llevar a cabo los procesos de selección y captación.

Nuevo Curso de Atención Telefónica al Cliente en Siniestros

Un total de 12 empleados, todos ellos del Centro de Servicio de Sevilla, han participado en una nueva edición del curso de Atención Telefónica al Cliente en Siniestros, que se celebró los pasados días 16 y 17 de febrero en la sede central de Helvetia Seguros. Monitores externos pertenecientes a ICEA han sido los encargados de las sesiones lectivas, que han sumado un total de 10 horas presenciales. Entre las finalidades

de este curso se encuentran la implicación de los tramitadores de siniestros en la cultura de la calidad referida a la atención telefónica, la profundización en el conocimiento de técnicas de recepción y emisión de llamadas, la organización de las llamadas en función del perfil de cliente o el entrenamiento de habilidades de comunicación para mejorar la imagen de la compañía.

ACTUALIDAD DEL SEGURO

El sector asegurador español, entre los más eficientes de Europa

Según la consultora Arthur D. Little, el sector asegurador español es el quinto más eficiente de toda Europa, sólo superado por los de Dinamarca, Suecia, Noruega y Finlandia. El trabajo de la consultora indica que el sector español es el quinto con una relación de costes operativos del 21,88%, mientras la media europea es del 25,18%. De acuerdo con este estudio – que compara el ratio de costes operativos de cincuenta de las mayores aseguradoras europeas- las compañías de los países nórdicos se colocan en cabeza en la relación entre coste y eficiencia, situándose por debajo del 20%; en el caso de España, con ese 21,88%, se sitúa por delante de las de las regiones mediterráneas vecinas.



El sector del seguro supera el bache del 2009

A diferencia de otros sectores, el de las aseguradoras españolas va a ser capaz de “estar a la altura” y superar el bache, según palabras de Pilar González de Frutos, presidenta de UNESPA, quien ha calificado recientemente la evolución del sector asegurador durante 2009 como “preocupante” y “más complicado” aún que 2008, pero con posibilidades de salir del túnel mejor parado que otros. Según exponía en las aseguradoras “no hemos interrumpido la captación de riesgos” y el sector “ha contribuido a inyectar liquidez en el mercado financiero” en su calidad de inversores institucionales. Por otra parte, destacó el hecho de que durante el pasado año “no hemos pedido nada para superar la situación. Añadía: “a día de hoy, no hemos demandado ningún tipo de rescate ni apoyos. Esto dice mucho de nuestra capacidad de gestión y de nuestro compromiso con el ahorro y los intereses de nuestros clientes, lo que nos ha llevado, y nos llevará, a ser en el futuro mucho más prudentes”.

La confianza y las recomendaciones motivan a los compradores de seguros de ahorro

La mayoría de los clientes que contratan un seguro de Vida Ahorro lo hacen por primera vez y únicamente uno de cada cuatro compara productos a la hora de contratar, según se desprende del “Estudio Integral de Clientes de Vida” realizado por ICEA en 2008. En cuanto a los motivos de contratación con la entidad, ocho de cada diez clientes encuestados contrató el seguro de Vida Ahorro con su compañía motivado por la confianza o recomendación de su entidad o del personal de venta. Una situación similar se observa en el caso de los seguros de Vida Riesgo, en los que la “mayoría son primeras contrataciones de un producto de estas características, generalmente de clientes



que no suelen comparar productos a la hora de contratar, y aproximadamente la mitad de ellos contrata con su compañía por confianza o recomendación de su entidad o del personal de venta”, según detalla la propia ICEA. La encuesta, que ha sido realizada entre más de 3.800 clientes que acaban de contratar un seguro de Vida, revela, además, que el 93% de los clientes dice estar satisfecho con el servicio prestado por su aseguradora en la contratación de la póliza de Ahorro. En el caso de seguros de Vida Riesgo, el grado de satisfacción es del 88%.

Nuevos datos sobre la evolución de la población española



El informe elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) sobre la 'Proyección de la Población de España a Corto Plazo, 2008-2018' arroja datos muy significativos sobre la evolución de la población española: el grupo de edad de mayores de 64 años crecerá un 19,2% en la próxima década. Además este crecimiento supondrá añadir 1,44 millones de personas de estas edades a los residentes en España. A la vista de estos datos, y teniendo en cuenta la evolución prevista, la tasa de dependencia -entendida como la relación entre la población menor de 16 años o mayor de 64 y la población de 16 a 64 años- continuará su tendencia ascendente y pasará del 47% al 53%. Frente a este crecimiento de la población mayor, el INE estima que la población comprendida entre los 16 y 64 años crecerá un 4,7% desde 2008 y se incrementará en 1,44 millones de personas en 2018, mientras que los menores de 15 años aumentarán un 13,1% (921.000 personas más), debido principalmente a la acción combinada de fecundidades crecientes y a la mayor eficacia en los grupos de edades de mujeres potencialmente fecundas. En líneas generales, la Proyección a Corto Plazo de la Población elaborada por el INE bajo los supuestos de natalidad, mortalidad y saldo migratorio prevé una desaceleración de la tasa de crecimiento de la población de España desde el 1,8% anual registrado en 2007 hasta el 0,7% en 2010. Así y de acuerdo con las hipótesis, se prevé un crecimiento anual medio en torno a los 380.000 habitantes,

aunque dado el elevado dinamismo demográfico de los últimos años, España superará los 49 millones de residentes en 2018. Respecto a la tasa de natalidad, se estima que los nacimientos alcanzarán un máximo en 2009, ligeramente por encima de los 500.000 al año y convirtiéndose así en el valor más elevado desde 1983, aunque inferior a la cifra máxima alcanzada en 1976, de 677.456 nacidos. Será a partir de 2010 cuando, según las previsiones, se dé una reducción paulatina en el número de nacidos, debido principalmente a la entrada en las edades más fecundas de generaciones de mujeres menos numerosas, efecto que no se verá compensado por el flujo inmigratorio exterior. En cuanto a las defunciones, seguirán su moderado crecimiento hasta situarse en torno a los 420.000 en 2017. A pesar de las hipótesis que se han planteado sobre la continuación de la mejora en la esperanza de vida, las defunciones anuales medias del periodo de proyección se incrementarán en unas 20.000 respecto a las medias observadas en los años 2002 a 2007.

Finalmente, las hipótesis del INE prevén que la inmigración en España sufrirá una severa corrección durante los años 2009 a 2011, pasando de los 958,3 miles de inmigrantes registrados durante 2007 a 442,8 miles en 2010, lo que supone que se producirá una estabilización de las entradas exteriores netas, por lo que las llegadas a España durante la próxima década serán inferiores a los cinco millones de inmigrantes.

Propuestas para la crisis

Una de las principales propuestas presentadas en el transcurso de la reunión mantenida recientemente por la Junta Consultiva de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) se centra en la posibilidad de que los parados puedan rescatar el ahorro acumulado en su Plan de Pensiones o en su PPA cuando dejen de percibir la prestación contributiva por desempleo, sin necesidad de que haya transcurrido un

determinado periodo de tiempo sin trabajo. En todo caso, esta modificación deberá incluirse en las especificaciones técnicas del plan, tanto individuales como colectivos. En el caso de desempleados que no tengan derecho a prestación por desempleo, la nueva propuesta establece que puedan rescatar de forma inmediata los ahorros que tuvieran invertidos en Planes de Pensiones y PPA.

Helvetia Seguros, al día

El entusiasmo y la fuerza de Helvetia Seguros llega también al deporte. Su espíritu luchador se hace patente en diarios y secciones deportivas que recogen la actividad que Helvetia realiza, a menudo, en el mundo del deporte. Entre ellas, destacan por ejemplo el acuerdo para asegurar a la Federación Española de Balonmano durante los próximos tres años o la participación de su director general, José M^o Paagman en las tertulias Libre y Directo de Radio Sevilla, sin olvidar, por supuesto, los "sudores" del Helvetia Rugby y del Écija, que mantienen en vilo a los aficionados. Mención aparte merece la extraordinaria trayectoria del Helvetia Anaitasuna, que es un serio candidato al ascenso de la División de Honor.

As
10 de febrero de 2009



Diario de Sevilla
18 de febrero de 2009



Patrocinio Deportivo



Correo de Andalucía
10 de febrero de 2009



Estadio Deportivo
26 de febrero de 2009

Estadio Deportivo
17 de febrero de 2009

Correo de Andalucía
17 de diciembre de 2008

Estadio Deportivo
2 de marzo de 2008



Diario de Noticias
11 de marzo de 2009



El Correo de Andalucía
18 de febrero de 2009



ABC
18 de febrero de 2009



Estadio Deportivo
25 de enero de 2009



Estadio Deportivo
16 de febrero de 2009



Estadio Deportivo
18 de febrero de 2009



Diario de Navarra
20 de abril de 2009



Diario de Noticias
11 de marzo de 2009

Helvetia con la cultura

ABC
17 de diciembre de 2009

Helvetia abre una sala que el Ayuntamiento usará para temas culturales

sevilla El grupo Helvetia ha presentado en Sevilla el edificio de la sala cultural que el Ayuntamiento usará para temas culturales. La inauguración se celebró el pasado sábado en la sala Helvetia, un espacio cultural que el Ayuntamiento usará para temas culturales.

El edificio de la sala cultural que el Ayuntamiento usará para temas culturales, se inauguró el pasado sábado en la sala Helvetia, un espacio cultural que el Ayuntamiento usará para temas culturales. La inauguración se celebró el pasado sábado en la sala Helvetia, un espacio cultural que el Ayuntamiento usará para temas culturales.

ABC
17 de diciembre de 2009

Una nueva sala cultural en el centro

El Grupo Helvetia inaugurará en su sede de Sevilla, en el Páramo de Cádiz, una sala de exposiciones y actividades culturales en el centro de la ciudad. La inauguración se celebró el pasado sábado en la sala Helvetia, un espacio cultural que el Ayuntamiento usará para temas culturales.

La sala Helvetia, con una superficie de 120 metros cuadrados, se inauguró el pasado sábado en la sala Helvetia, un espacio cultural que el Ayuntamiento usará para temas culturales.

ADN
17 de diciembre de 2009

Helvetia inaugura una sala cultural

El edificio de la sala cultural que el Ayuntamiento usará para temas culturales, se inauguró el pasado sábado en la sala Helvetia, un espacio cultural que el Ayuntamiento usará para temas culturales.

Metro
17 de diciembre de 2009Actualidad Aseguradora
19 de enero de 2009

Referendo del compromiso con Sevilla al crear la Sala Helvetia

El edificio de la sala cultural que el Ayuntamiento usará para temas culturales, se inauguró el pasado sábado en la sala Helvetia, un espacio cultural que el Ayuntamiento usará para temas culturales.

La compañía no tiene dudas a la hora de colaborar en el fomento de la cultura a través de un gran número de iniciativas. Una de las últimas en esta materia ha sido la inauguración de la Sala Helvetia, un espacio cultural extraordinariamente equipado y cedido simbólicamente a la ciudad de Sevilla. Esta misma ciudad tuvo la suerte de contar también con el patrocinio de Helvetia en el concurso de Marchas Procesionales "Memorial Font de Anta".

Aseguradores
Febrero de 2009Nervión San Pablo
Enero de 2009Mercado Previor
Enero de 2009Seguros
Febrero de 2009

28

de cerca

Conocerse a uno mismo a través del deporte

Félix Sánchez ha sido un deportista afanado toda su vida. Sin embargo, es su larga experiencia como árbitro de baloncesto la que le ha reportado, además de diversión, una gran cantidad de valores que ha sabido trasladar a su actividad en la compañía

A sus 36 años, este licenciado en Derecho, que lleva en las filas de Helvetia Seguros toda una década, vuelve la mirada atrás para contarnos lo que la actividad deportiva ha significado en su vida. A pesar de haber estado ligado al baloncesto de un modo u otro desde la adolescencia, el arbitraje de este deporte ha sido realmente su gran pasión: "El deporte y el arbitraje, en particular, son buenas formas de conocerse a uno mismo".

Hace un año y medio que Félix colgó el silbato y las zapatillas, después de haber arbitrado partidos de baloncesto a lo largo de 17 años y de ocupar el cargo de vicepresidente de la Asociación Sevillana de Baloncesto (ASAAB) durante 8.

Parte de este tiempo lo ha pasado compaginando su hobby con el trabajo que realiza actualmente en la sede sevillana de Helvetia Seguros en calidad de responsable del Departamento de Lesiones de Automóviles. Algo que, por otra parte, Félix no ha llevado nada mal. Su vida familiar ha sido, en cambio, agua de otra fuente: "Con el trabajo no he tenido nunca dificultad, pues se trata de una actividad a la que dedicaba mi tiempo de ocio los fines de semana; sin embargo, sí he tenido que llevar a mi mujer hasta mi terreno". Así es como Félix comenta entre risas el modo en que ha conseguido compartir con su compañera este pasatiempo: "Agradecí que ella se adaptara a mí y pudiéramos pasar más tiempo juntos cuando se convirtió en oficial de mesa".

Félix considera que sus funciones de árbitro son seguramente desconocidas para la mayoría de sus compañeros, con los que asegura no coincidir en el gusto por esta actividad. No en vano, como explica nuestro compañero, "no es común que las personas sientan atracción por el arbitraje, porque no está suficientemente remunerado y lleva aparejados numerosos riesgos". No obstante, y a pesar de haber pasado página, Félix reconoce el legado positivo que la afición le ha proporcionado: "Durante todo este

tiempo, la práctica como árbitro ha impulsado en mí cualidades como la responsabilidad, el sosiego o la reflexión". Unas habilidades que ha manifestado no sólo dentro del campo de baloncesto, sino también fuera de él.

En la actualidad, sus buenos hábitos deportivos no se han perdido y reconoce que sigue practicando deporte a menudo, aunque el baloncesto ocupa ya una pequeña parte de este tiempo. "Continúo jugando a baloncesto con los amigos, pero resulta más sencillo reunir a cuatro que a diez de ellos, por eso me he pasado al pádel", explica.

Son numerosas las "batallitas" que Félix recuerda, pero si hay algún acontecimiento grabado en su mente son las ocasiones en que ha tenido que salir de un partido escoltado por la Guardia Civil. Algo más divertidas son las anécdotas vividas en sus comienzos, en los que confiesa haberse olvidado las zapatillas de deporte o "haber con-



fundido, por la miopía, las camisetas de dos jugadores del mismo equipo".

Ahora, Félix dispone de algo más de tiempo libre, que suele dedicar a las cosas que más le gusta hacer: "Disfrutar de mi familia y amigos, leer, especialmente novela histórica, y realizar deportes".

ENTREVISTA



ESPERANZA MAURELO,
RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO
DE CONTROL DE AGENCIAS



ANTONIO BRAVO,
DIRECTOR DE LA ZONA "E"
CATALUÑA-LEVANTE-BALEARES

"Pertener a un Grupo como Helvetia nos aporta confianza en el futuro"

"El trato que brindamos a nuestra red de mediadores es difícilmente mejorable"

30

En esta ocasión, la entrevista doble reúne a Esperanza Maurelo, responsable del Departamento de Control de Agencias, y a Antonio Bravo, director de la Zona Cataluña-Levante-Baleares. Dos perfiles que comparten su veteranía y un compromiso firme con los valores y principios de Helvetia Seguros.

La entrevista doble de este mes reúne a dos perfiles profesionales de formación muy dispar: uno (Antonio Bravo), marcadamente comercial, y otro (Esperanza Maurelo), bastante atípico, ya que está formada en Comunicación Audiovisual. ¿De qué manera consideráis, en vuestros respectivos desempeños, que vuestra formación previa influye en vuestra forma de realizar el trabajo?

Esperanza Maurelo: Planificación, organización e imaginación. En un rodaje no se puede dejar nada al azar, hay que tenerlo todo previsto y organizar al milímetro la jornada del día siguiente. Si de todos modos surge un imprevisto, hay que resolverlo con rapidez e imaginación y superar el percance. Creo que esto es aplicable a cualquier trabajo.

Antonio Bravo: En mi caso, la formación recibida con anterioridad a mi incorporación a la compañía ha influido en mi carácter, en mi manera de hacer y en la forma de ver y plantearme las cosas, no sólo a nivel profesional, sino en todos los aspectos de mi vida. Con seguridad, ha sido la formación práctica adquirida durante toda mi trayectoria profesional la que más me ha marcado las formas de llevar mi trabajo a cabo en la actualidad.

RADIOGRAFÍA PERSONAL

Esperanza Maurelo

Refrán que no soportas: Los refranes dicen muchas verdades, pero quizás el que dice que pueden más dos...

Frase con la que te identificas: Siempre que se cierra una puerta, se abre una ventana.

Un gusto raro que nadie comparte contigo: No sé qué imagen daré, pero me encanta la carne picada cruda aliñada ya para hacer albóndigas.

La primera persona a la que llamas después de bajar de un avión: A mis hijos

Cuando estás a solas te gusta: A veces lo que me gustaría es estar sola.

El recuerdo grato que te hace dormir: Suelo caer en la cama desplomada, no me da tiempo a recordar.

La pesadilla que algunas veces te despierta: No recuerdo la última vez que me despertó un problema.

El mejor día de la semana: El sábado.

Y la mejor hora del día: No tengo hora favorita. Cuando hago algo que me gusta.

Un rasgo de tu carácter que con los años aún no has domesticado: Mi madre me decía que era (soy) una botella de cava. Exploto, pero enseguida se me va la fuerza.

El mejor final de película que recuerdas: El levisimo cambio de expresión, más con los ojos que con la cara, de Kevin Spacey en K-PAX.

Antonio Bravo

Refrán que no soportas: Tanto tienes, tanto vales.

Frase con la que te identificas: En la actualidad: No hay mal que cien años dure.

Un gusto raro que nadie comparte contigo: Me considero bastante normal. Que yo sepa no tengo ningún gusto raro.

La primera persona a la que llamas después de viajar de un avión: A mi mujer.

Cuando estás a solas te gusta: Dependiendo de mi estado de ánimo: pensar, leer, oír música, pasear, ...

El recuerdo grato que te hace dormir: Que todos los míos están bien y que yo he cumplido con mis obligaciones.

La pesadilla que algunas veces te despierta: Los crecimientos de la zona. Aunque estoy convencido de que muy pronto acabarán estas pesadillas.

El mejor día de la semana: El viernes por la tarde, cuando llevo a mi hijo a jugar al fútbol con el equipo del colegio.

Y la mejor hora del día: Cuando llego a casa después del trabajo.

Un rasgo de tu carácter que con los años aún no has domesticado: Sigo siendo demasiado impetuoso en más ocasiones de las que quisiera.

El mejor final de película que recuerdas: No soy demasiado cinéfilo; en los últimos 9 años (desde que nació mi hijo) sólo he ido al cine para ver películas de dibujos animados.

De una u otra forma, ambos desarrolláis un trabajo orientado en última instancia hacia los agentes. ¿Cómo consideráis que es el trato y la relación que Helvetia Seguros mantiene con su red de agentes? ¿Es distinta en el fondo o en la forma al de otras compañías?

E. M.: Si algo nos distingue es el trato personal y directo con los mediadores. Esto es inviable en macrocompañías o en compañías que operan por otros medios, quizás más modernos, pero más impersonales. Bajo mi punto de vista esto es positivo porque crea una vinculación en ambos sentidos que ayuda en muchos casos a resolver incidencias aun antes de que ocurran.

A. B.: Yo diría que el trato que brindamos a nuestra red de mediadores es difícilmente mejorable. Una apuesta clara de todas las áreas que componen Helvetia Seguros, desde nuestro director general hasta el último de los empleados. Diariamente, en mis constantes desplazamientos, tengo la ocasión de percibir que el trato que se dispensa a nuestros mediadores es realmente extraordinario. Pocas entidades dan la importancia y el sitio que merecen a los mediadores de la forma que lo hacemos en Helvetia Seguros.

ENTREVISTA



Los directores de Zona (Antonio Bravo) deben trabajar de forma coordinada e integrada entre sí, por no hablar de la comunicación con sus sucursales dependientes. De igual modo, la estructura deslocalizada del Departamento de Control de Agencias (Esperanza Maurelo) obliga a sus miembros a trabajar de manera muy estrecha. ¿Qué importancia concedéis a la comunicación y a la coordinación en vuestros respectivos desempeños?

E. M.: Fundamental, pero no solamente en el Área Comercial entre sí y el Área de Administración entre sí, si no entre todas las áreas de la compañía, bien sean comerciales, de administración o técnicos. Hoy por hoy creo que esta comunicación existe y es fluida.

A. B.: Para mí, un director de Zona es un eslabón esencial entre las sucursales de la zona y los departamentos centrales de la compañía. En este sentido, la comunicación se convierte en el pilar básico de nuestra actuación. Igualmente, tenemos el papel de "directores de orquesta" cuya misión es coordinar las actuaciones de las distintas sucursales y las acciones de las diferentes áreas que deben llegar a esas sucursales.

El trabajo de Esperanza Maurelo se traduce en números, ya que la competencia de su Departamento es el control financiero de las agencias. Para Antonio Bravo, la información que obtiene de las sucursales de su zona también puede cifrarse en datos y números. ¿Cómo conviven estos números y cifras con una visión del negocio, la de Helvetia Seguros, muy orientado hacia las personas, hacia el trato humano y directo?

E. M.: De algún modo hay que medir los resultados y el trato humano favorece su consecución. Si un mediador se siente atendido y escuchado, si percibe que quien está enfrente le va a dar una solución, trabajará mucho más a gusto y se sentirá parte de la compañía, parte del grupo, uno más, en definitiva, de este barco en el que vamos todos.

A. B.: Teniendo claro que, aunque nuestro objetivo principal es obtener un crecimiento rentable de la compañía en nuestra zona de actuación, éste se debe siempre conseguir contando con y respetando al equipo humano, "a todas las personas de la casa". Personas que se deben sentir valoradas, útiles, confiadas en sus aptitudes, entusiasmadas por el trabajo que desarrollan y dinamizadas por los directivos de la empresa para desarrollarlo.

Entre los dos, sumáis más de 50 años de dedicación a esta compañía. Los dos, además, provenís de dos ramas distintas de este único y gran árbol que hoy es Helvetia Seguros. ¿Qué opinión os merece la evolución que ha seguido la compañía desde vuestros respectivos ingresos hasta la fecha?

E. M.: Evidentemente positiva, nos hemos ido adaptando a los tiempos según cambiaba la sociedad pero, curiosamente, al menos bajo mi punto de vista, sin perder la personalidad. Creo que el gran acierto han sido las integraciones con compañías con una similar cultura empresarial. Seguimos aquí y además con muchas ganas de seguir dando guerra en el sector.

A. B.: Simplemente sorprendente. En las primeras semanas de mi incorporación a Helvetia Seguros, en la sucursal de División Vida Sevilla, fui testigo de la instalación del primer ordenador en esa sucursal. No había correo electrónico instalado en él, eso vendría después, no se emitían las pólizas en la sucursal... Las Nuevas Tecnologías han revolucionado el trabajo y el margen de tiempo necesario para ejecutarlo.

Y en general, dentro del sector, ¿cómo habéis vivido esta evolución?

E. M.: A lo largo de todos estos años he visto nacer y morir compañías, formarse grupos y deshacerse,

A. B.: Nos ha tocado vivir la época de la globalización. Esto quiere decir que ahora tenemos

pero yo destacaría dos cosas: una, el cambio en la mentalidad de la sociedad, en la que el seguro ha pasado de ser ese gran desconocido a ir haciéndose imprescindible, cosa que ha favorecido la creación de productos acordes con los tiempos; y otra, el cambio de gestión como consecuencia de la aparición de las Nuevas Tecnologías.

Por vuestra larga trayectoria, habéis padecido también otros periodos históricos en los que la economía se vio afectada por momentos de recesión y desaceleración. Con ese bagaje al hombro, ¿cómo afrontáis la actual situación?

E. M.: No es momento de perder los nervios, sino de afrontar la situación, coger el toro por los cuernos e intentar buscar soluciones. La tranquilidad es fundamental y, en nuestro caso, el hecho de pertenecer a un grupo como es Helvetia, nos aporta la confianza en el futuro y en la superación de esta crisis global.

A. B.: Me considero una persona de naturaleza optimista y, consecuentemente, creo que una época de crisis hay que afrontarla con un moderado optimismo. Me gusta pensar que se nos brindan oportunidades que debemos saber aprovechar. El mercado está más inquieto, buscando con más insistencia nuevas ofertas, ahorros de costes, etcétera, y al igual que nuestra competencia contacta con nuestros clientes, nosotros debemos buscar nuevas oportunidades, llegando hasta esas personas que, por el momento, no son clientes de Helvetia Seguros.

Antonio Bravo nació en Madrid, aunque considera que es un “madrileño circunstancial”, ya que llegó a Sevilla al mes de nacer. Se define como sevillano por los cuatro costados. ¿Con qué argumentos le convencerías, Esperanza, de que merece la pena ser madrileño? ¿Y tú, Antonio, cómo la convencerías de que es mejor seguir siendo sevillano?

E. M.: Al igual que en las relaciones personales “el roce hace el cariño”. Entiendo que alguien es o se siente del lugar donde está a gusto, donde tiene su vida. Conozco Sevilla bastante bien y me parece que va a ser muy difícil convencer a Antonio de las bondades de Madrid, que las tiene y muchas. Si acaso le diría que en verano se asan hasta los pájaros.

A. B.: Citando a un sevillano ilustre, Joaquín Romero Murube, “el sevillano siempre está contento de su ciudad. Ésta parece que rebasa con sus riquezas materiales y espirituales todas las posibles aspiraciones... No hay horizontes ni medidas que la ciudad no los contenga en sí”. Sin lugar a dudas, Sevilla es una ciudad donde se vive bien, donde se puede disfrutar mucho de sus fiestas y tradiciones, donde se “tapea” magistralmente. Resumiendo, como dirían Los del Río: “Sevilla tiene un color especial”.

Coincidís en algunas aficiones, como escuchar música y leer. Pensad en un buen libro y en una buena banda sonora que lo acompañe.

E. M.: Es difícil que un lector empedernido se decante por un solo libro, pero ya que tengo que hacerlo, hay un libro que leí por primera vez con doce años y que cada vez que lo he releído me ha “dicho” algo más. Se trata de El Principito, de Saint-Exupéry y como fondo para esta lectura probablemente eligiese la banda sonora de Fantasía, de Walt Disney, aunque una de mis preferidas es la de American Beauty.

A. B.: Los pilares de la Tierra (Ken Follet), y como banda sonora me quedaría con “1492: la conquista del paraíso” (Vangelis).



ENTREVISTA

Sois, nadie puede dudarlo, dos perfiles muy “Helvetia”, con una larga y acreditada experiencia dentro de esta casa. Vamos a hablar de futuro. ¿Queréis que ésta sea la casa en la que culminéis vuestra carrera profesional?

E. M.: Sin dudarlo. Aunque en el mundo laboral actual se ha perdido un poco esta concepción, acabar laboralmente en el mismo sitio que empezaste, es un lujo que cada vez menos gente posee y que quiero para mí.

A. B.: A día de hoy creo que he pasado mas tiempo en “esta casa” que en la que realmente vivo con mi familia. Considero Helvetia Seguros como mi segunda casa, y, la verdad, no me veo habitando una casa distinta a ésta. Me gustaría jubilarme en ella y haré todo lo que esté en mi mano para que así ocurra.

En cada uno de vuestros perfiles hay una cosa que llama la atención. En el caso de Esperanza Maurelo, su formación, licenciada en Comunicación Audiovisual, que casa de una forma extraña con el mundo asegurador. En el caso de Antonio Bravo, el hecho de que sea director de una zona, la de Cataluña-Levante-Baleares, que está en la otra punta del mapa de la provincia en la que ha crecido y ha desarrollado desde siempre su actividad. ¿Qué “peros” o defensas hacéis a estas observaciones tan impertinentes?

E. M.: La curiosidad no es impertinencia. En mi caso, como mucha gente de mi generación, hice la carrera

A. B.: Creo que en mayo de este año hace 16 años que empecé a viajar de forma habitual por toda Es-



Canales de comercialización en el sector asegurador

El modelo de negocio de Helvetia Seguros se fundamenta en el canal de los mediadores. Se trata de un canal cualitativamente distinto de otros que imperan dentro del negocio asegurador, como por ejemplo el del servicio telefónico o Internet. Como profundos conocedores de la actividad mediadora de Helvetia Seguros, ¿cómo valoráis este modelo frente a otros que operan en nuestro sector?

Son dos modelos diferentes pero igualmente válidos, todo depende de lo que se pretenda. En nuestro caso, impera la calidad del servicio frente a lo impersonal de un teléfono “novecientos” o una página web, y esto es lo que nos hace fuertes. Como se diría en el mundo de la comunicación, el target es diferente.

Somos una empresa que vendemos servicios. La compra de cualquier servicio lleva implícito un considerable componente de confianza por parte del comprador. Los canales de distribución impersonales (teléfono o Internet) no fomentan esa confianza sino al contrario, al menos por el momento. El mediador es quien representa, en un tanto por ciento muy elevado, ese componente de confianza frente al cliente potencial.

Derivado de lo anterior, ¿en qué medida consideráis que la mediación contribuye a un trato más personalizado y humano?

No solamente más personalizado y humano, también más flexible. Si se intenta hacer una compra por Internet, los datos están encorsetados, cuánto más si se trata de un contrato. Si es mediante teléfono y quien atiende para la contratación no es un experto como lo pueda ser un agente de seguros, en cuanto hay algún matiz en el riesgo se hace imposible la consecución de la póliza.

Un comprador de seguros, en la mayoría de los casos, busca conocimientos prácticos que le asesoren; confianza en el producto que alguien debe saber transmitirle; seguridad en una compañía que la recibe por parte del mediador que la representa; es de esta manera que el mediador se convierte en parte del propio producto (servicio) que vende. No hay venta que requiera un trato más personal que la venta de un servicio.

trabajando, de hecho ya tenía a mis dos hijos. Los conocimientos del mundo del seguro los he adquirido con la práctica y los conocimientos del mundo del cine, otra de mis pasiones, los he obtenido en la Facultad. También es cierto que, además de las asignaturas propias de la carrera, se estudia Economía y Derecho entre otras.

A los dos, hemos hablado de ello ya, os gusta la música. ¿Creéis, como cantaban allá por los 80 los "Golpes Bajos", que vivimos "malos tiempos para la lírica"?

E. M.: Estamos en un mundo materialista, en el que muchas veces se juzga a las personas por lo que tienen y no por lo que son, pero yo sigo pensando que el azul del mar puede inundar nuestros ojos y que debemos, más que podemos, arrojar los "malos rollos" contra las rocas, que seguro que nos devuelven algo mucho mejor.

pañá. Desde enero de 2006 lo hago sólo por tres regiones. Esto me permite conocer mejor los sitios, las personas, sus costumbres y circunstancias, también sus problemas. Puedo ir con más asiduidad a cada lugar y puedo dedicar más tiempo a estar encima de las cuestiones que necesitan de mi atención.

A. B.: Como he dicho antes, también hay oportunidades en tiempos de crisis y hay que saber aprovecharlas. Creo que Helvetia Seguros está actuando bien: innovando en productos; mejorando las herramientas tecnológicas y enfocándolas principalmente hacia la red comercial, optimizando nuestras formas de distribución con acciones estratégicas como la de cross selling o venta cruzada...

En una situación como la actual, ¿creéis que nuestro modelo es más sostenible que otros?

Creo que los dos sistemas pueden convivir. Cada cual elegirá aquello que más le interesa en un principio, si bien el diálogo del asegurado con su agente puede disipar posibles dudas sobre conceptos de las garantías, por ejemplo, o sobre cuáles son los capitales correctos a la hora de asegurar y muchos otros temas.

En una coyuntura económica tan complicada y revuelta como la actual, hay que trabajar más, ser más imaginativos y hacernos valedores de la confianza que nuestros clientes han depositado en nosotros, ayudándoles, en la medida de lo posible, a que puedan superar o afrontar esta situación de crisis que no va a durar eternamente. El trato personalizado y humano que los mediadores deben aportar hará que nuestro modelo pueda ser más sostenible que otros alternativos.

¿Y de qué manera un modelo como el de Helvetia Seguros puede convivir con planteamientos que nos orientan hacia un mayor uso de las Nuevas Tecnologías y canales como Internet?

Tenemos que tener en cuenta que, según las estadísticas, España está aún muy por debajo de la media europea en cuanto a Internet en los hogares. De todas las familias con Internet habría que restar aquellas que no se fían del envío de datos como cuentas corrientes o números de tarjeta de crédito a través de la Red. Es decir, hay un amplio sector del mercado que sigue prefiriendo el trato directo y para eso estamos nosotros, para cubrir esas necesidades.

Yo creo que en Helvetia Seguros estamos apostando por el uso de las Nuevas Tecnologías e Internet como herramientas de trabajo puestas al servicio de nuestros mediadores. Creo que es un gran acierto y ello nos va a posibilitar que nuestra red comercial se sienta cada vez más dinámica, mejor dotada y con herramientas novedosas y de vanguardia que le permitan hacer su trabajo de una forma más sencilla.



REPORTAJE

Resultados 2008: excelente beneficio operativo y sólida posición de capital

A pesar de las difíciles condiciones del mercado, Helvetia Seguros ha demostrado, en 2008, que mantiene una consistente solidez. Tanto su excelente resultado operativo (beneficio antes de impuestos: 30,2 millones de euros), como su sólida posición de capital (241,6% de margen de solvencia), confirman el acierto en la estrategia de crecimiento rentable.



El ejercicio 2008 ha supuesto una nueva confirmación del acierto del proyecto empresarial de Helvetia Seguros, al registrar un excelente resultado operativo de su actividad principal, así como un positivo crecimiento del negocio, repartido, de forma equilibrada, en la mayor parte de los ramos.

Este buen resultado cobra aún más relieve si se tiene en cuenta que España ha sido la tercera unidad de negocio en aportación de beneficios al Grupo Helvetia, sólo precedida por Suiza y Alemania.

Al cierre de 2008, el beneficio bruto de Helvetia Seguros ha sido de 30,2 millones de euros. Y el beneficio neto ha alcanzado 21,4 millones de euros.

Estos resultados se han sustentado, un año más, en una evolución muy satisfactoria de los elementos que constituyen el negocio principal de la entidad: un crecimiento saludable y por encima de la media del mercado, una siniestralidad inferior a la media del sector y una reducción del nivel de gastos de gestión. Únicamente las fuertes turbulencias en los mercados financieros han matizado los datos finales de un buen ejercicio.

Por lo que se refiere a la evolución de las primas, que han alcanzado un volumen total de 347,0 millones de euros, el año 2008 ha supuesto un incremento del 4,2%. Ha destacado especialmente el negocio de Vida, que ha situado su crecimiento en un 14,5%, lo que ha estado por encima de las previsiones y del 12,4% de 2007, y en línea muy similar a las estimaciones del sector. En el bloque de negocio No Vida se ha registrado un crecimiento del 1,2%. Merecen desta-

Principales cifras de la evolución de Helvetia Seguros en 2008

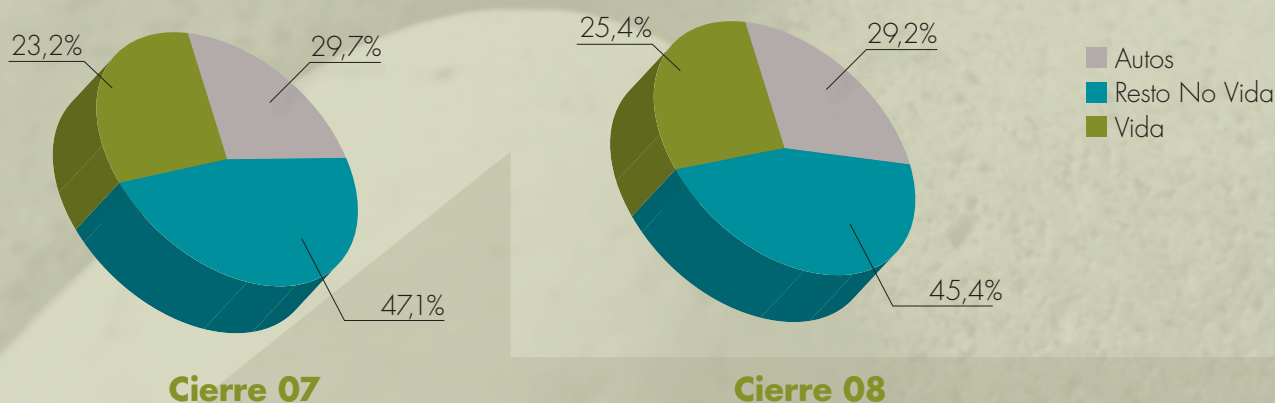
Crecimiento de primas



Primas Totales por ramos (en millones de euros)

	2008	2007	+/- in %
Autos	101,7	99,2	2,5
Patrimoniales y Personales	125,2	124,9	0,3
Transporte	17,0	16,0	6,3
Responsabilidad civil (RC)	14,8	15,7	-5,7
Total primas No-Vida	258,7	255,8	1,2
Vida-Ahorro	48,1	33,5	43,8
Unit-Linked	1,9	8,6	-77,8
Vida-Riesgo	38,3	35,1	9,1
Total primas Vida	88,3	77,2	14,5
TOTAL	347,0	333,0	4,2

Composición de la cartera



Ratio Combinado y Siniestralidad No-Vida

Ratio combinado (neto)	85,6%	85,3%	-0,3% pts.
Ratio de siniestralidad (neto)	60,2%	59,0%	-1,2% pts.
Ratio de costes (neto)	25,4%	26,3%	-0,9% pts.

Margen de Solvencia (millones de euros)

	2008	2009
Margen de solvencia	139,3	150,9
Mínimo legal	57,7	54,2
Resultado	81,7	96,7
% sobre margen de solvencia	241,6%	278,5%

carse los incrementos alcanzados en Autos (2,5%), muy superior a la media del sector, en Transportes (6,3%) y en Salud (16,7%). El conjunto de los Multirriesgos ha alcanzado un crecimiento del 4,4%, frente al 3,4% registrado en 2007.

En lo que respecta a la composición de la cartera de primas, al finalizar 2008 se ha desglosado entre Autos: 29,2% (29,7% en 2007); Diversos: 45,4% (47,1% en 2007) y Vida: 25,4% (23,2% en 2007).

Si analizamos la distribución geográfica de las primas al cierre del pasado ejercicio, se constata bastante estabilidad con ligeras modificaciones respecto a 2007. Así, la zona sur ha aportado el 45%, la zona centro el 28%, y la norte el 27%.

Especialmente excelente ha sido el dato registrado en el ratio combinado neto de No Vida, que con un 85,6% (en 2007, un 85,3%) se ha situado, un año más, entre los más bajos del mercado. Este registro se ha conseguido, en gran parte, gracias a la tasa de siniestralidad neta de No Vida, que se Finalmente, el margen de solvencia de Helvetia Seguros se ha situado en un 241,6%, lo que, en un contexto de turbulencia de los mercados, ratifica la solidez financiera de la compañía.

Objetivos para 2009

Para el presente ejercicio, Helvetia Seguros continúa manteniendo como objetivo principal, de acuerdo con el Plan Estratégico 2007-2010, un crecimiento sostenido de las primas, que posibilite un aumento de su cuota de negocio, reduciendo el ratio de gastos y manteniendo los niveles actuales de rentabilidad y excelencia técnica.

Para ello, la compañía sigue desarrollando, a buen ritmo, las distintas acciones estratégicas incluídas en el citado Plan y sigue impulsando una mayor notoriedad de su marca mediante una nueva campaña publicitaria, cuyo leit motiv es "confianza en el futuro", así como promoviendo nuevos patrocinios como el recientemente firmado como aseguradora oficial de la Real Federación Española de Balonmano.

Se trata, en definitiva, de continuar avanzando por el camino recorrido hasta ahora, que tan buenos resultados ha dado, especialmente en los actuales momentos de dificultades económicas en España. Y en esta tarea, Helvetia Seguros cuenta, como siempre, con la entusiasta colaboración de sus empleados y de toda su organización comercial, pilar fundamental de su estrategia.

Resultados del Grupo Helvetia

Por su parte, los resultados operativos cosechados por el Grupo Helvetia en 2008 han sido, igualmente, excelentes, demostrando que, a pesar de las difíciles condiciones que se han dado en los mercados de capital, el grupo goza de una salud financiera envidiable.

En 2008 el beneficio neto del grupo se ha situado en 230,5 millones de francos suizos. Todas las unidades de negocio han contribuído, como mínimo en dos dígitos de millones de francos suizos, a este excelente resultado, siendo Suiza, Alemania y España las que han realizado una mayor aportación.

El Grupo Helvetia está particularmente satisfecho con el resultado alcanzado en el negocio de No Vida, cuyas primas crecieron un 2,6%, registrando un excelente ratio combinado neto del 89,9%.

Por lo que se refiere a Vida, se ha alcanzado un notable incremento de primas del 9,4%.

Helvetia sigue siendo una de las aseguradoras mejor capitalizadas de Europa, con un balance sólido y una elevada solvencia que, habiendo alcanzado un 207,7%, se sitúa en más del doble del margen legalmente establecido.

Finalizamos este reportaje con la valoración de los resultados realizada por el CEO del grupo, Stefan Loacker: "En el año de nuestro 150º aniversario, los puntos fuertes de Helvetia no han cambiado: crecimiento saludable, riesgos controlados y una cartera de clientes con una calidad excelente. Durante los primeros meses de 2009, Helvetia también ha sabido salir adelante. Pero este año no será fácil, ya que los indicadores económicos de nuestros mercados muestran un período de recesión. Por ello, es aún más importante mantener en el futuro la solidez y la calidad con un compromiso continuado de todos los que formamos parte del grupo".

REPORTAJE

Una nueva póliza de embarcaciones de recreo más competitiva, dinámica y atractiva

Helvetia Seguros actualiza su producto para embarcaciones de recreo, poniendo en el mercado una póliza más ambiciosa e interesante para los aficionados y deportistas de la práctica náutica

La práctica de la náutica de recreo en nuestro país se ve favorecida por las óptimas condiciones que ofrece nuestra situación geográfica, con un total de 7.880 kilómetros de costa que incluye tramos de características muy diversas. Esta circunstancia, unida a la buena climatología que caracteriza a nuestro país, hace que España sea uno de los países más atractivos para los deportes náuticos y para la navegación de recreo de toda Europa. A pesar de ello, se da la circunstancia de que países con unas condiciones climatológicas mucho más adversas presentan mejores cifras que España en la práctica de esta actividad, lo que hace albergar muy buenas expectativas de crecimiento para la náutica recreativa en España, partiendo de la consideración de que aún tiene mucho terreno por conquistar.

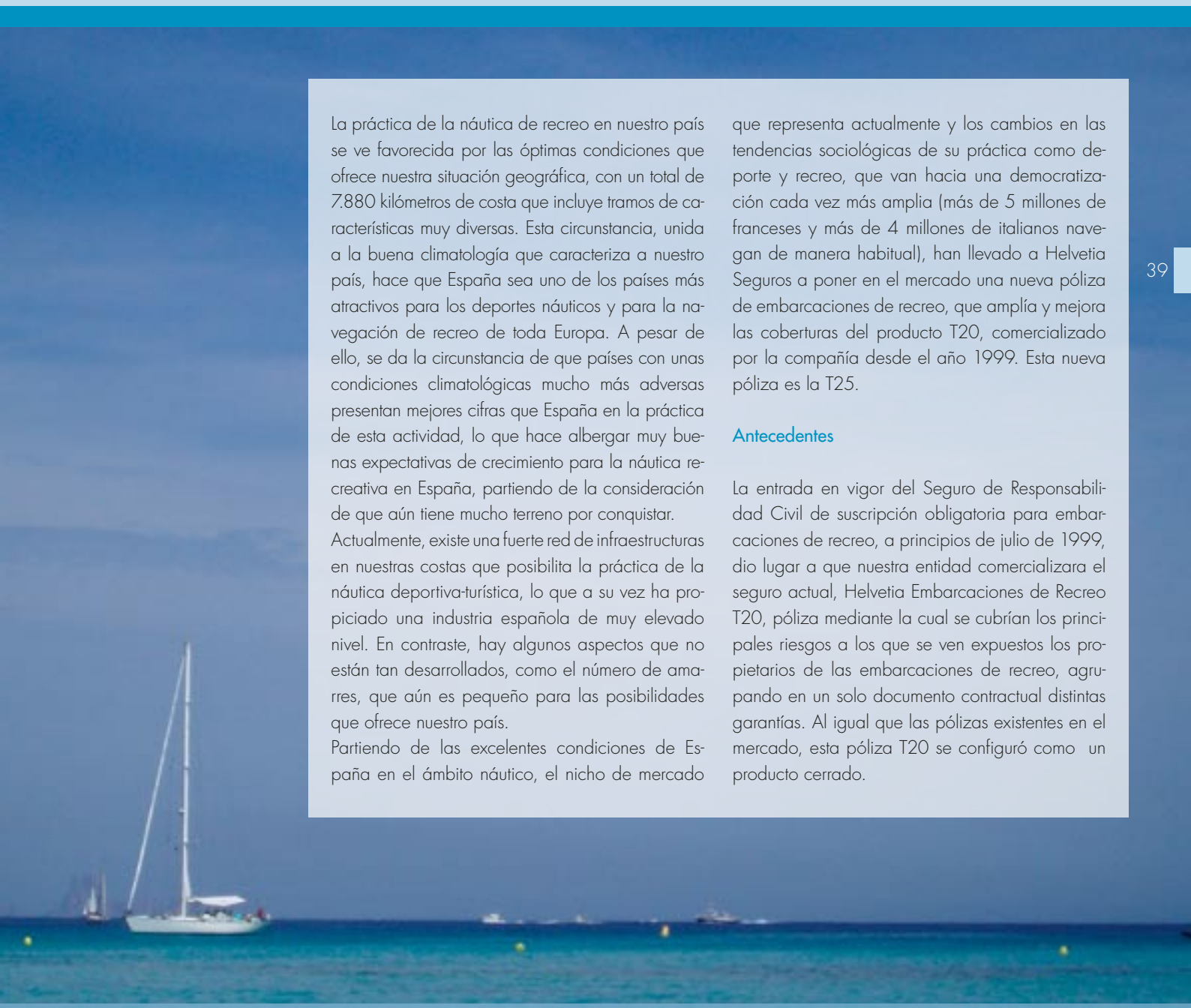
Actualmente, existe una fuerte red de infraestructuras en nuestras costas que posibilita la práctica de la náutica deportiva-turística, lo que a su vez ha propiciado una industria española de muy elevado nivel. En contraste, hay algunos aspectos que no están tan desarrollados, como el número de amarras, que aún es pequeño para las posibilidades que ofrece nuestro país.

Partiendo de las excelentes condiciones de España en el ámbito náutico, el nicho de mercado

que representa actualmente y los cambios en las tendencias sociológicas de su práctica como deporte y recreo, que van hacia una democratización cada vez más amplia (más de 5 millones de franceses y más de 4 millones de italianos navegan de manera habitual), han llevado a Helvetia Seguros a poner en el mercado una nueva póliza de embarcaciones de recreo, que amplía y mejora las coberturas del producto T20, comercializado por la compañía desde el año 1999. Esta nueva póliza es la T25.

Antecedentes

La entrada en vigor del Seguro de Responsabilidad Civil de suscripción obligatoria para embarcaciones de recreo, a principios de julio de 1999, dio lugar a que nuestra entidad comercializara el seguro actual, Helvetia Embarcaciones de Recreo T20, póliza mediante la cual se cubrían los principales riesgos a los que se ven expuestos los propietarios de las embarcaciones de recreo, agrupando en un solo documento contractual distintas garantías. Al igual que las pólizas existentes en el mercado, esta póliza T20 se configuró como un producto cerrado.



REPORTAJE



40

Con el paso del tiempo, la póliza inicial T20 se ha quedado estructuralmente desfasada, y por tanto ya no es competitiva para atender las nuevas necesidades del mercado. De ahí que Helvetia Seguros haya decidido comercializar una nueva póliza, Helvetia Embarcaciones de Recreo T25, que mejora sustancialmente su estructura con respecto al anterior producto.

Esta nueva póliza se caracteriza por su mayor calidad y porque se adapta flexiblemente a todo tipo de embarcaciones. En resumen, los valores diferenciales del nuevo producto son:

- Una póliza "a la medida"
- Con ocho coberturas opcionales
- Con opción de contratar a Condiciones Inglesas (Institute Yacht Clauses)
- Con ámbito de navegación ampliado

Como principales novedades de esta nueva póliza, hay que aludir a la inclusión, dentro de la cobertura

principal R.C., de suscripción obligatoria, la defensa y reclamación de daños. Además, el paquete de garantías que hasta ahora integraba la cobertura de daños materiales ha sido dividido en tres subpaquetes, lo que flexibiliza la póliza y permite su adaptación a las necesidades del cliente. También existe la posibilidad de poder contratar a Condiciones Inglesas I.Y.C. (Institute Yacht Clauses), coberturas cada día más demandadas por nuestros clientes. Por otro lado, la cobertura de efectos personales –que en el producto antiguo T20 estaba ligada a la contratación del paquete completo de daños materiales– se ha asociado ahora únicamente a la previa adquisición de pérdida total y robo, habiéndose ampliado el límite máximo de contratación del 5% al 10%.

Continuando con las novedades de la póliza T25, ésta mantiene los mismos límites fijados en la anterior T20 para la garantía de accidentes personales, pero con la novedad de que se incluyen los gastos de curación para las opciones de con-



tratación disponibles. Además, se ha incluido una nueva cobertura opcional de Gastos de Remolcaje, y la Asistencia en Viaje pasa a ser ahora de contratación opcional, mientras que en la póliza T20 era de contratación obligatoria.

Por último, el ámbito de navegación se ha ampliado a 200 millas náuticas desde el litoral español y/o portugués, incluyendo la travesía entre la Península Ibérica y las Islas Canarias, según lo asignado oficialmente a la embarcación conforme a sus características y a las atribuciones del Título de Navegación que posea la persona que gobierne la misma.

Cabe destacar que, con la creación de esta nueva póliza T25, se ha realizado un importante esfuerzo por adecuar las tarifas de la nueva póliza a los precios del mercado, como se desprende de los estudios realizados por nuestro Departamento de Investigación y Desarrollo. Según estos estudios, el precio medio de la nueva póliza T25 se configura como uno de los más competitivos de las compañías analizadas.

Cuadro de coberturas

La nueva póliza incluye numerosas coberturas que mejoran y amplían las del producto precedente. Son las siguientes:

Cobertura Principal. Básica, de contratación obligatoria. R.C. de suscripción obligatoria conforme con el R.D. 607/ 99

- Daños a personas, 120.000 euros con límite 240.000 euros
- Daños materiales y perjuicios, 96.000 euros
- Se incluye dentro de esta cobertura la garantía de defensa y reclamación de daños

Cobertura Opcional 1.- Ampliación de la cobertura básica hasta 450.000 euros ó 600.000 euros

Cobertura Opcional 2.- Pérdida total y abandono

Cobertura Opcional 3.- Robo

Cobertura Opcional 4.- Averías Particulares

Cobertura Opcional 5.- Efectos personales

Cobertura Opcional 6.- Accidente de los ocupantes

- Se incluye gastos de curación

Cobertura Opcional 7.- Gastos de remolcaje

Cobertura Opcional 8.- Asistencia en viaje (Asitur)



en buena compañía con...

Juan de Dios Román, Presidente
de la Real Federación Española de Balonmano



“La relación con Helvetia Seguros es muy positiva y plena de fidelidad”

¿Qué ha cambiado en el balonmano desde que usted dirigiese aquel mítico equipo del Atlético de Madrid?

El balonmano está muy vivo y ello se nota en los grandes cambios de los últimos años. Desde la perspectiva del propio juego ahora prima la velocidad, y la imposición de mayores recursos tácticos ha sido considerable. La organización y profesionalidad en los clubes y jugadores ha supuesto un desarrollo evidente en relación con aquellos años

Como seleccionador nacional, ha conseguido dos medallas de plata en Campeonatos de Europa y dos medallas de bronce en los Juegos Olímpicos de Atlanta y Sydney.

¿Con qué vivencias se queda en cada uno de los éxitos cosechados?

En general tengo buenos recuerdos de todos los momentos incluso en los resultados negativos. La primera medalla de plata en los Europeos de 1999 y la de bronce en los JJOO de Atlanta en el mismo año fueron especiales porque abrieron las puertas a los éxitos de la Selección. Ver al equipo recibiendo y disfrutando de la medalla olímpica en Atlanta es un recuerdo imborrable

¿Cuáles son sus objetivos como presidente de la Federación para los próximos cuatro años?

Ser honesto y cumplir con los objetivos del programa electoral culminaría mis aspiraciones. Es un camino de cuatro años en el que las urgencias del día a día no deben alejarnos del medio plazo. Aumentar los practicantes jóvenes en todos los rincones, ofrecer a los aficionados éxitos con las diferentes selecciones, aumentar el interés en los aficionados, sentir que la sociedad nos acepta y exige cada día

Desde el pasado diciembre, Juan de Dios Román ostenta la presidencia de la Real Federación Española de Balonmano, tras haber sido entrenador nacional, de equipos y comentarista deportivo. La Federación acaba de firmar un contrato de patrocinio con Helvetia Seguros, que también la convierte en la aseguradora oficial de la Federación.

¿Cuáles son sus primeras impresiones y sensaciones al frente del máximo cargo del balonmano nacional?

Todo me conduce a sentir una gran responsabilidad para afrontar el proyecto y no decepcionar a la familia del balonmano. Se trata de una empresa que afronto con enorme ilusión, que tiene como norte que el Balonmano siga creciendo en la sociedad deportiva en momentos de gran competitividad. Tengo sensaciones variadas y, entre ellas capto las dificultades que rodean la gestión federativa ante los problemas particulares de cada estamento, asociaciones, clubes, Federaciones, etc.



“Desde hace años no hemos dejado de estar en la élite del balonmano”

más, cohesionar todos los estamentos etc., son cuestiones que me quitan el sueño.

¿Espera, como presidente de la Federación, que España vuelva a estar en el grupo de cabeza del balonmano mundial?

Creo que desde hace años no hemos dejado de estar en la élite. Un resultado negativo como el reciente de Croacia no supone abandonar los puestos de cabeza. Las selecciones nacionales y los clubes españoles marcan pautas incluso en los momentos difíciles. Esta afirmación no es gratuita, la avalan los resultados y las evaluaciones de las Federaciones Internacionales

La Federación acaba de firmar un contrato de patrocinio con Helvetia Seguros, que también la convierte en la aseguradora oficial de la Federación. ¿Qué valoración hace de este acuerdo?

Muy positivo y pleno de fidelidad. Me preocupa abrir canales de retornos que aseguren el futuro y la continuidad en esta relación. Por parte de la Federación estamos satisfechos y mejoraremos aún más en las relaciones.

¿En qué medida es importante que una federación deportiva tenga una cobertura de seguro para todos sus asociados?

Las obligaciones que tienen los deportes de mantener seguros de accidentes son, si cabe, más exigentes teniendo en cuenta la competitividad en el juego y el hecho de ser un deporte de contacto. Debemos abrir el campo y estimular nuevos caminos en las coberturas, con mayor impacto y universalidad en clubes y federaciones territoriales. Es un reto.

Como responsable de la Federación, ¿qué cabe esperar de la compañía que la asegura?

Al margen de la seguridad en el cumplimiento de las obligaciones espero impulsos, estímulos, sugerencias y, en especial, críticas para ampliar la comunicación y los retornos como ya he indicado. Confío en la renovación de acuerdos porque ello supondría un alto grado de satisfacción entre las partes.

El convenio suscrito con Helvetia Seguros también tiene que ver con acciones de patrocinio. ¿De qué manera cree que este patrocinio puede ayudar a la imagen de nuestra compañía?

Los valores del Balonmano son incuestionables; la imagen de juego limpio y leal que atesora el balonmano debe expresarse junto al hecho puntual de la protección. Los deportistas, además de protegidos, han mejorado de manera evidente en seguridad, cuidado, imagen, buena prevención y calidad en su formación. Todo ello es positivo para la compañía.

Helvetia Seguros ya ha venido siendo la aseguradora de la Federación durante el año precedente. Fruto de esta experiencia, ¿qué opinión y valoración les merece Helvetia Seguros como compañía?

Tengo aún poca experiencia en este campo pero sí deseo resaltar la exquisitez en el trato y la profesionalidad que muestran los ejecutivos de Helvetia Seguros. A partir de ahí, repito, la mutua colaboración es el camino y desde la Federación se abrirán para Helvetia todas las puertas.

Hablamos de seguros, y por tanto también de seguridad. Para concluir, ¿es seguro el futuro del balonmano en nuestro país?

¡Sin duda! La historia y el presente así lo afirman. No bajar el acelerador en el trabajo diario y mantener pautas de cohesión son una buena receta.



ENTREVISTA



“Lo más difícil de ser delegado es luchar contra la competencia”

JOSÉ MOSQUERA BREY, DELEGADO DE HELVETIA SEGUROS EN SANTIAGO DE COMPOSTELA

Nuestros delegados reunidos en este número de “en buena compañía”, José Mosquera Brey y Jesús Ferreiro Teijeiro, pertenecen a dos provincias de Galicia, A Coruña y Lugo respectivamente. Dos plazas distintas de una misma comunidad, que comparte también una misma cultura, un carácter muy similar y, quizá, una forma parecida de entender el negocio asegurador. En esta entrevista nos aportan su visión sobre el mundo asegurador y sobre su relación con Helvetia Seguros.

44

¿Cómo definiríais el mercado gallego del seguro?

José Mosquera: Galicia es una región en constante desarrollo. En el tema de seguros queda mucho por hacer.

Jesús Ferreiro: A pesar de que el consumo de seguros por habitante en esta comunidad está lejos de las comunidades punteras de España, la evolución del mercado gallego del seguro en los últimos años ha sido positiva, sobre todos en productos patrimoniales.

La personalidad prototípica del gallego se ha convertido casi en un tópico, con elementos de carácter bastante recurrentes y manoseados. ¿Cómo es el carácter prototípico del cliente gallego? ¿Os atrevéis a hacerle una radiografía?

J. M.: En lo que a seguros se refiere, el gallego es especial: se fía o no se fía. Si el mediador ofrece confianza, ha recorrido un buen trecho en la venta de los productos que pretenda venderle. En su concepción de la confianza, los últimos acontecimientos políticos marcan un poco su talante.

J. F.: Es evidente que todos los pueblos tienen su idiosincrasia que los definen y los hacen diferentes, y por supuesto el gallego también. Los gallegos nos mostramos identificados y orgullosos de nuestra personalidad y cultura, que dista mucho de los tópicos que se acostumbra a utilizar fuera de nuestra comunidad. En cuanto al cliente gallego no difiere mucho de los clientes de otras comunidades: lo que busca es garantía, seriedad, honestidad, confianza y responsabilidad. Lo que ofrece es una gran dosis de fidelidad.

“La fidelidad de nuestros clientes habla de una gestión adecuada”

JESÚS FERREIRO TEJEIRO, DELEGADO DE HELVETIA SEGUROS EN LUGO



Ambos sois profesionales vinculados a Helvetia Seguros desde hace muchos años. ¿Por qué os decantasteis por esta compañía?

J. M.: En su momento, por el encanto que ofrecía una compañía de tipo medio saneada y de buen trato, que convencieron a una persona de poco más de 20 años, con muchas ganas e ilusión. A ambas partes nos fue bien, y van ya 42 años.

J. F.: En nuestro caso fue de “rebote”. Al fallecer el antiguo delegado y tener vinculaciones empresariales con él en otras actividades, nos hicimos cargo de su cartera de seguros con la seguridad de que sería un complemento importante para nuestra actividad empresarial.

En un plano más global, ¿por qué os decidisteis por el sector asegurador, y no por cualquier otro sector?

J. M.: Creo que mi vocación estaba en el seguro. Tuve ofertas tentadoras para propuestas en la banca. Hice incursiones en otras actividades, pero siempre terminé centrándome en los seguros.

J. F.: Mis inicios como emprendedor fueron junto con un socio (desgraciadamente ya fallecido), creando una asesoría fiscal y laboral, para más tarde convertirla en una empresa de gestión integral de pymes, por lo que el sector del seguro era imprescindible para cubrir todo el abanico de necesidades de las empresas que gestionaba.

Como “ventanillas” de Helvetia Seguros a los clientes de a pie, ¿qué elementos consideráis que valoran especialmente los clientes de Helvetia Seguros como compañía?

J. M.: Disponemos de varias “ventanillas” dentro del ámbito de la delegación, y en cada lugar ocurren cosas diferentes. Lo que más valora el cliente de Helvetia Seguros, en mi opinión, es su solvencia, seriedad, implantación y agilidad de gestión y respuesta que en conjunto le damos toda la organización. Y todo ello mediante un trato personalizado. Tampoco hay que olvidar la transparencia y claridad en la redacción de sus contratos.

J. F.: Los clientes valoran precisamente lo que nosotros valoramos y les transmitimos con nuestra gestión: seguridad, compromiso, calidad, honradez, profesionalidad y sobre todo un trato humano cercano. En lo que respecta a los productos, estamos en línea de mercado, somos competitivos tanto a nivel de coberturas como de prima, sobre todo en los productos masa.

ENTREVISTA



¿Qué es lo más difícil de la labor como delegado de Helvetia Seguros?

J. M.: Luchar con la competencia, sobre todo en precios. Hay situaciones de las que no sabes cómo salir. Los clientes demuestran su confianza a través de la fidelidad. La confianza es una de las virtudes de nuestra compañía que se forja con la solvencia y se consolida con la fidelidad de los clientes.

J. F.: No encuentro puntos más o menos difíciles, tenemos una labor que desarrollar y unos objetivos que cumplir, y lo intentamos diariamente, unas veces con más fortuna que otras. Por otro lado, tengo que destacar que en esta Delegación hay un equipo humano muy comprometido, que permiten que mi labor sea mucho más sencilla.

¿En qué medida os identificáis con los valores de Helvetia Seguros como compañía?

J. M.: Me siento totalmente identificado con los valores de Helvetia Seguros, en la medida que coinciden en su mayoría con mi forma de concebir una empresa seria, eficaz y solvente.

J. F.: Es evidente que estamos en el mismo barco, y que, si es cierto que en algunos asuntos tenemos intereses que puedan parecer contrapuestos, son casos muy puntuales, pero en lo fundamental nuestras metas son paralelas, que son fundamentalmente el crecimiento rentable de primas.

Vuestra mayor satisfacción como delegados de Helvetia Seguros ha sido...

J. M.: Ver cómo se iban cumpliendo los compromisos y promesas adquiridos por la Dirección después de la fusión.

J. F.: Sin lugar a dudas comprobar que muchísimos de nuestros clientes siguen con nosotros desde nuestros inicios. Esta fidelidad habla de una gestión adecuada y reconocida por nuestros clientes.

¿Os sentís respaldados por la compañía a la hora de desarrollar vuestra actividad comercial?

J. M.: Totalmente. Recibimos mucho apoyo de los distintos departamentos a todos los niveles, así como de la Dirección de la compañía.

J. F.: Nuestra labor comercial es muy autónoma, pero evidentemente sabemos que para cualquier necesidad tenemos el apoyo de nuestros compañeros de Dirección, y les pedimos un esfuerzo para que las cotizaciones de proyectos comerciales que se solicitan sean despachadas con urgencia.

Una máxima que os haya ayudado en vuestro desempeño...

J. M.: La entrega y constancia en el desempeño de nuestra actividad, tratando de elevar siempre nuestra profesionalidad de acuerdo a cada momento.

J. F.: La honestidad es la mejor política (Benjamín Franklin), trasladada a cualquier ámbito de la vida.

Vivir en... Granada



47

Granada se asoma al futuro

La economía y la sociedad granadinas están apostando por nuevos proyectos de futuro y por el impulso de sectores innovadores. Del mismo modo, la presencia de Helvetia Seguros en la ciudad está evolucionando.

Granada es el resultado del encuentro de sucesivas civilizaciones, un cruce de caminos de antiguas culturas de extraordinaria riqueza patrimonial y artística, que han dejado su huella impresa en el espíritu de la ciudad.

La convivencia de culturas y religiones en períodos de tolerancia ha hecho de estas tierras un lugar de transferencia y difusión, una peculiaridad que determina el carácter universalista y singular de esta provincia que en los últimos tiempos está trabajando por mejorar las condiciones de vida de sus habitantes y visitantes, con proyectos que potencian su crecimiento y desarrollo económico.

La provincia reúne en sus 168 municipios una rica diversidad de climas, paisajes, productos y recursos en apenas 13.000 kilómetros cuadrados de extensión. La ciudad de Granada, capital del antiguo Reino Nazarí, domina la Vega de su mismo nombre a los pies de Sierra Nevada, atravesada por los ríos Genil y Darro, que la separan en las colinas de la Alhambra y el Albaicín.

La ubicación en Granada de la Audiencia Territorial, la sede del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía, la Universidad, el Arzobispado y su situación geográfica con respecto a Andalucía Oriental, hacen de ella una

Vivir en...

ciudad de servicios, turística y agrícola, con un núcleo comercial y administrativo, un ensanche animado por la vida universitaria, y un centro histórico marcadamente turístico.

Justamente es en el núcleo comercial de Granada donde se encuentra situada la Sucursal de Helvetia Seguros en la ciudad, muy cerca del Palacio de Congresos. En Granada, el número de pólizas de la compañía es de más de 15.000, y su volumen de primas supera los 5.400.000 euros, con un 22% en Vida.

La trayectoria de Helvetia Seguros en Granada está de nuevo marcada por la fusión de 2004, desde la cual ha experimentado un crecimiento paulatino en la facturación, hasta alcanzar un 12% en el ejercicio de 2008. En cuanto a la siniestralidad, los datos son también muy positivos, ya que se encuentra siempre por debajo del 55%, desde las mejores cifras conseguidas en 2007, con una siniestralidad anual del 14%, hasta las del cierre del ejercicio 2008, en el 52%.

Capital cultural

Granada es foco turístico y cultural desde su periodo islámico. Al enorme atractivo de su conjunto monumental –en el que destaca la Alhambra, el monumento más visitado de España– se suman las ventajas de una ciudad mediana con servicios de primer orden, sin los inconvenientes de las grandes urbes, cercana a Sierra Nevada (una de las mejores estaciones de esquí de Europa) y a las cálidas playas de la Costa Tropical.

La ciudad es además sede de innumerables congresos que se celebran en el Auditorio Municipal Manuel de Falla o en el Palacio de Congresos y Exposiciones del Paseo del Violón.

No es de extrañar, por tanto, que el turismo sea uno de los sectores económicos que más riqueza y empleo genera en la provincia de Granada. En los últimos años, el número de visitantes ha crecido ininterrumpidamente por encima de la media española hasta alcanzar los 5.600.000 turistas anuales. El turismo aporta en torno al 14% del Producto Interior Bruto (PIB) de la provincia y, de forma directa, el sector asegura el 15% del empleo. Todos estos datos se traducen en unos ingresos anuales por encima de los 1.500 millones de euros.

Como apunte, en la turística localidad de Almuñécar de la Costa Tropical, destacan las primas alcanzadas por Helvetia Seguros, que sitúan a la compañía en tercera posición por cartera de clientes y nueva contratación en una población de menos de 25.000 habitantes. En esta localidad,

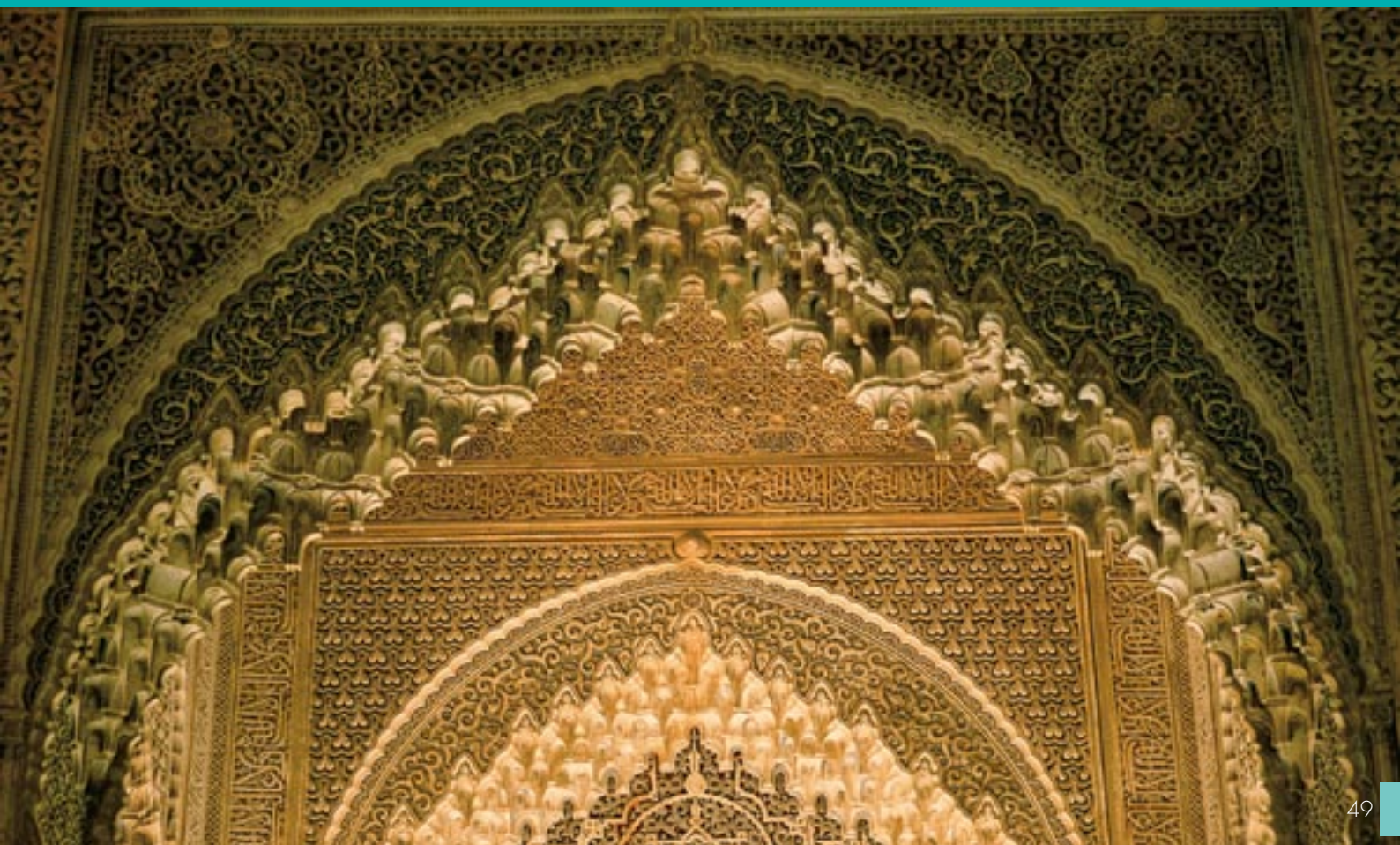


El número de pólizas de nuestra aseguradora en la provincia de Granada supera las 15.000, con un volumen de primas superior a los cinco millones de euros, (22% en Vida) y un incremento de facturación durante 2008 de un 12%

la compañía cuenta con tres agentes operativos con una cartera conjunta de 850.000 euros, lo que representa un 15% del total de la cartera de la sucursal.

Granada tecnológica

Granada no se limita a contemplar su glorioso pasado y, desde hace algún tiempo, dirige sus esfuerzos a impulsar



Los granadinos confían en que la celebración del milenio en 2013 se convierta en un hito que ponga de manifiesto el esfuerzo y el deseo de impulsar la ciudad hacia el futuro, un propósito al que se suma Helvetia Seguros.

sectores más innovadores de la economía, fomentando la creación de nuevas empresas de base tecnológica –principalmente enfocadas a la investigación en el sector de ciencias de la vida y la salud– con el objetivo de crear un cluster de excelencia que permita aprovechar todo su potencial.

En este sentido, el Parque Tecnológico de Ciencias de la Salud (PTS) de Granada se está convirtiendo en espacio de referencia para la implantación y expansión de instituciones y empresas que transforman el conocimiento en desarrollo económico y social, especialmente en los sectores Farmacéutico, Biosanitario, Asistencial y Alimentario, lo que convierte a este Parque en el primero de España y uno de los pocos del mundo especializado en Salud.

Por otra parte, en los próximos años y con motivo de la conmemoración del milenio de la fundación

del Reino de Granada, se tiene previsto culminar importantes proyectos de infraestructuras, como el trazado del AVE, distintas autovías o la ampliación del aeropuerto, que abrirán nuevas vías de acceso a la provincia. Del mismo modo, se están estudiando proyectos para la ampliación del PTS y del Parque de las Ciencias (el museo más visitado de Andalucía), la creación del Centro Lorca, del Gran Espacio Escénico, la puesta en marcha del Metro o del Museo de la Historia de Andalucía.

Los granadinos confían en que la celebración del milenio en 2013 se convierta en un hito que ponga de manifiesto el esfuerzo y el deseo de impulsar su proyección de futuro. Helvetia Seguros y su presencia en Granada –que, según datos de ICEA, en 2007 se encontraba en el número 22 por volumen de negocio, y en el 18 por nueva producción– se suma a este deseo y confía en seguir creciendo con la ciudad.



De izquierda a derecha Miguel Ángel González Domingo, Miguel Ángel de la Calle Alonso, Juan Antonio Olivet Araque, Soledad Ortiz Nieto y Ana María Sanz Vela.

SUCURSAL VALLADOLID

Buenos vientos a pesar de la crisis

La de Valladolid es una de las sucursales más dinámicas de la compañía en España. Con una cifra de facturación de 6,5 millones de euros de primas acumuladas y un volumen de 17.000 pólizas, para 2009 la sucursal espera superar con creces su objetivo inicial de incrementar su volumen de negocio por encima del 6%. Cinco profesionales, con el respaldo de toda la red de agentes, son los responsables de la buena salud del negocio de Helvetia Seguros en la zona de Castilla y León. Miguel Ángel González Domingo, director de la sucursal, nos abre las puertas y nos aporta algunas claves sobre el éxito de nuestra aseguradora en la capital vallisoletana, que precisamente en 2008 cumplió 20 años de actividad.

El origen de la Sucursal Valladolid hay que buscarlo en el año 1988 cuando la sucursal, entonces bajo el paraguas de la compañía Cervantes, inicia su andadura profesional en la zona. Los primeros años de actividad fueron difíciles, pero después de una década de actividad la sucursal comenzó a despuntar acaparando un volumen más que considerable de pólizas y consecuentemente de facturación. La progresión se ha acelerado en los últimos cinco años, de manera que hoy es una de las sucursales más dinámicas de Helvetia Seguros en nuestro país.

Miguel Ángel González, director de esta sucursal, ha vivido muy de cerca los distintos momentos de la actividad de Helvetia Seguros en Castilla y León. Y es que, aunque está al frente de la sucursal desde 2004, ya venía formando parte de su plantilla desde 1994, primero como administrativo, más tarde como asesor comercial y por último como director.

Aunque implantada en Valladolid, la sucursal tiene una firme vocación regional. De hecho, buena parte de su cartera procede de otras provincias de la

región como Palencia, Zamora, León y Salamanca, zonas todas ellas de fuerte actividad económica y de gran población.

Un equipo humano compacto

Actualmente, la plantilla de la sucursal la conforman cinco personas, dos administrativos, dos asesores comerciales y el propio director. Se trata de un grupo humano muy conjuntado, que opera como un verdadero equipo, estrechamente coordinado además con los servicios centrales de Helvetia Seguros. Esta coordinación viene acompañada de un firme apoyo por parte de la compañía en los aspectos comerciales, algo que Miguel Ángel González valora y agradece especialmente. "Este apoyo comercial que nos brinda permanentemente la entidad –explica– nos ha ayudado mucho a mejorar profesionalmente, permitiéndonos aumentar nuestros servicios y perfeccionar nuestra gestión cotidiana". No en vano, todos los miembros de la sucursal sin excepción han recibido cursos formativos y asesoramientos específicos sobre productos. Igualmente, algunos miembros de la sucursal han llevado a cabo cursos sobre dirección o sobre captación de agentes.

A la hora de aportar las claves sobre el buen funcionamiento de la empresa, y a criterio de su director, uno de los aspectos más determinantes ha sido no sólo la ingente actividad comercial que desarrollan los mediadores dependientes de la zona, sino también "la gran profesionalidad del Departamento de Administración". Un Departamento atendido por dos compañeras que, a pesar de su juventud, atesoran una larga experiencia y tienen una capacidad de gestión que su director tilda de "magnífica". "Tienen siempre abiertos muchos frentes, y en ocasiones algunos un poco ingratos", explica Miguel Ángel.

"Estilo Helvetia"

Los resultados de esta buena gestión están a la vista: en 2008, la Sucursal Valladolid alcanzó los 6,5 millones de euros en primas, con un volumen total de 17.000 pólizas. Por grupos de ramos, uno de los que tiene más peso en la sucursal es el de Seguros de Automóviles, que acapara el 30% de la cartera de negocio de la sucursal y suma un total de 4.700 pólizas. No es malo tampoco el dato de los Seguros de Vida, que con un total de 2.200 pólizas supone el 16% de la cartera de la sucursal. En primer lugar se sitúa el grupo del resto de ramos No Vida, con 10.000 pólizas y un volumen de negocio de 3

millones de euros.

Además de una excelente gestión comercial y el fuerte dinamismo administrativo, uno de los elementos característicos de la sucursal de Valladolid es su estilo. Un estilo que se basa en la obsesión por ofrecer una atención personalizada a los clientes, algo que también está en la base de la propia filosofía de Helvetia Seguros. Enclavada en un entorno donde no tienen excesivo peso las grandes actividades industriales ni las empresas de gran volumen, la apuesta estratégica se deriva hacia los clientes particulares, con nombres y apellidos, para los que el trato personalizado y cercano constituye una necesidad. "Hay que conocer las necesidades de los clientes, sus preferencias y gustos, y para ellos es esencial el trato directo", explica Miguel Ángel. "A los clientes no les gusta hacer llamadas o hablar con máquinas", continúa, reforzando su discurso a favor del contacto personalizado con la clientela.

Partiendo de esta situación de fortaleza, a pesar de la fuerte competencia que, como en otras muchas zonas, se vive en Valladolid, de cara al presente ejercicio la sucursal se ha propuesto en sus objetivos de comienzos de año crecer algo más de un 6% con respecto a las cifras obtenidas en 2008. De momento, el arranque de año, a pesar de la tormenta que envuelve a la economía en general y al sector en particular, está siendo más que positivo, pues a finales de febrero el objetivo ya se estaba sobrepasando con creces. Especialmente importantes para el cumplimiento de los objetivos han sido algunas operaciones recientes de gran calado, como la firma de acuerdos con las diputaciones provinciales de León y Segovia para la cobertura de su flota de automóviles. De hecho, este éxito reciente ha llevado a la sucursal a plantearse la potenciación de una línea estratégica comercial orientada hacia la captación de clientes en la Administración y los organismos públicos.

Las buenas noticias no permiten sin embargo alejar el fantasma de la crisis, que en el caso de la zona de la Sucursal Valladolid se ha cebado especialmente en el sector de la automoción, ya que en esta ciudad se localiza un polo productivo importante del sector automovilístico. Es un fantasma con el que hay que aprender a bailar y entenderse, sacándole todo el jugo que tiene. Las crisis también nos ponen a prueba, y aumentan nuestra capacidad creativa y de detección de oportunidades. La nueva línea que se plantean en esta sucursal es un buen ejemplo de que en el caso de Valladolid, están sobrados de creatividad comercial y de capacidad de adapta-



Gran éxito de la I Convención del Club Helvetia



De todo un éxito puede tildarse la I Convención del Club Helvetia que se celebró los días 12 y 13 de febrero en Sevilla, y que congregó a los mejores agentes de Helvetia Seguros. Durante dos días intensivos pero también muy divertidos, los miembros "Platino" de este selecto club conocieron en profundidad las implicaciones y beneficios que reporta el Club Helvetia, y tuvieron ocasión de asistir a interesantes ponencias como la dictada por Ramón Rodríguez Verdejo, "Monchi", director deportivo del Sevilla F.C. y uno de los "cazatalentos" más reconocidos y disputados del fútbol nacional.

La primera jornada de la convención fue abierta por el director general de Helve-



tia Seguros, José María Paagman, que expresó su satisfacción por contemplar "Sevilla sembrada de los mejores agentes de Helvetia". Paagman se refirió al Club Helvetia como algo muy especial que hay que fomentar día a día, para terminar indicando que "somos una gran familia tanto en España como fuera del país".

Uno de los momentos inolvidables de esta convención se vivió en la tarde-noche del día 12 de febrero, cuando, como colofón de las actividades de tipo lúdico y turístico, se llevó a cabo una romería, con camino y carriolas incluidas, que se desarrolló en un ambiente de fiesta, alegría y distensión. Tras el peculiar camino, los participantes pudieron disfru-



tar de una muestra representativa del mejor flamenco andaluz, concretamente de Utrera, considerada una de las grandes "cunas del cante".

Al día siguiente, todos los agentes del

Club recibieron una distinción conmemorativa de su paso por la I Convención del Club Helvetia, y fueron despedidos, como un día antes habían sido recibidos, por nuestro director general, José María

Paagman, y el Comité de Dirección en pleno. En un boletín informativo editado para dar cobertura a la Convención, el director general se expresaba en estos términos en relación con los agentes invitados: "El compromiso que mantenéis con Helvetia Seguros es nuestro mayor activo como empresa y queremos que la pertenencia de forma tan destacada a nuestro Club constituya un más que justo reconocimiento a vuestro esfuerzo".

Desde estas páginas queremos animar a todos los miembros del Club Helvetia a que sigan trabajando con el mismo dinamismo, ilusión y esfuerzo por este gran proyecto empresarial y humano que es Helvetia Seguros. Y a los que aún no forman parte de él, que se marquen el propósito firme de convertirse en agentes "100% Helvetia", como lo son ya todos los que pertenecen al Club.

RUMBO SEGURO

Campo de Gibraltar, un compendio de sensaciones

Dirigir la mirada hacia Andalucía significa para muchos alegría, música, gastronomía, naturaleza, cultura... Cualidades que, si bien se encuentran repartidas por cada uno de los rincones de su geografía, tienen una buena representación en su zona más meridional. El Campo de Gibraltar, que debe su nombre al Peñón de la colonia británica de Gibraltar, está localizado en el extremo sudeste de la Península, un lugar estratégico por ser puente entre dos continentes: Europa y África. Esta comarca, compuesta por los municipios de Algeciras, Los Barrios, La Línea de la Concepción, San Roque, Tarifa, Castellar de la Frontera y Jimena de la Frontera, alberga su máximo atractivo en la posibilidad de disfrutar tanto del campo y la naturaleza como de la playa y el sol. La primavera es una excelente época para realizar una ruta amena y variada por estos lugares, aprovechando su clima suave y la celebración de numerosos festejos y ferias.

Tarifa es la localidad con mayor extensión costera de la provincia de Cádiz y un centro de gran interés turístico para todos aquellos que quieran disfrutar de sus hermosas playas, practicando surf o cualquiera de sus variedades, y del ambiente que se respira durante la noche en sus estrechas calles.

Los que prefieran deleitarse con otro tipo de paisajes podrán hacerlo visitando los tres enclaves naturales más importantes de la comarca: El Parque Natural de los Alcornocales, El Parque Natural del Estrecho y el Paraje Natural de las Marismas de Palmones, localizados en torno a los términos municipales de Tarifa, Algeciras y Los Barrios principalmente. En el primero de ellos la particularidad más destacable se encuentra en la formación de los denominados "canutos" o "gargantas", profundos valles en forma de "V" descritos por la acción de los ríos. La ornitología, la caza mayor y menor o el turismo rural son algunos de los entretenimientos que el Parque



Natural de los Alcornocales ofrece a sus visitantes. Por su parte, el Parque Natural del Estrecho destaca por ser el principal paso de aves y animales mamíferos, concentrando así la atención de todos aquellos curiosos que deseen realizar el avistamiento en barco de cetáceos diversos como ballenas, delfines y cachalotes o gozar del espectáculo presente en el aire. Un espectáculo similar al que puede advertirse en las Marismas de Palmones, pedanía perteneciente a los Barrios, junto a la modesta labor marismera de recogida de crustáceos que llevan a cabo sus habitantes.

Pero el Campo de Gibraltar no se agota sólo en su riqueza natural y geográfica, sino que además es dueña de una larga y nutrida historia manifiesta en el legado cultural-artístico que han proporcionado los numerosos pueblos que han ocupado sus tierras. Los amantes del pasado podrán acercarse a la Cueva del Moro (Tarifa) o las Cuevas de Bacinete y de Laja Alta (Los Barrios y Jimena respectivamente) para descubrir restos del Paleolítico y el Neolítico. Civilizaciones posteriores han dejado su huella en otros lugares con encanto como la ciudad romana de Baelo Claudia en Tarifa o los castillos de Jimena y Castellar, prueba viviente de las fortificaciones construidas por el asentamiento árabe en el lugar. No debemos concluir la visita al Campo de Gibraltar olvidando la estación en la que nos encontramos, dado que la primavera es una de las mejores épocas del año, pues las posibilidades de ocio se disparan al concentrarse

en ella y los meses de verano las principales fiestas y ferias. Así pues, la feria Ruta del Toro de Los Barrios y la tradicional romería en honor a su patrón, San Isidro Labrador, despertarán cada vez más el interés de los turistas que se encuentran por la zona.

DÓNDE DORMIR

Iberostar City Campo de Gibraltar

Príncipe de Asturias (La Línea de la Concepción)

Tlno.: 956 691 211

www.iberostar.com

Alborán

Álamo (Algeciras)

Tlno.: 956 632 870

www.hotelesalboran.com

DÓNDE COMER

Restaurante Willy

Avda. Andalucía, 79
Palmones (Los Barrios)

Restaurante Los Tres Arcos

C/ Miño s/n
Palmones (Los Barrios)

**OFICINA DE HELVETIA SEGUROS
MÁS CERCANA: SUCURSAL ALGECIRAS (C/ PABLO MAYAYO, 55)
TFNO: 956 65 67 52**

DE LO NUESTRO

PONEMOS CARA A NUESTRA PLANTILLA



Sucursal Burgos:
(de izquierda a derecha)
Laura Martínez Miguel y Juan
Bernardo Gutiérrez Uterga



Sucursal Pamplona:
(de izquierda a derecha)
Javier Gil Larrayoz, Maite
Bayona Hernández, Ignacio
Mari Martínez y Iñigo Sánchez
Urzainki



Sucursal Burgos:
(de izquierda a derecha)
Laura Martínez Miguel y Juan
Bernardo Gutiérrez Uterga

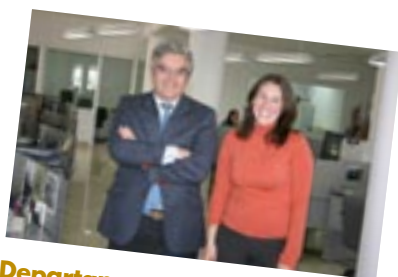
Departamento Servicios Generales:



Sevilla:
(de izquierda a derecha)
Manuel Carballido Cuevas, Francisco
Jiménez López, Pedro Llorente Morales
y Miguel Ángel Monge Martín.



Sucursal Cáceres:
(de izquierda a derecha)
M^o Jesús Pérez Rojo, Jesús del Río
Hernández y Gloria Martín Mangas.



**Departamento de
Responsabilidad Civil**
(de izquierda a derecha)
Alfonso Pascual del Pueyo y M^o Desire
Flores Carrero



Madrid:
(de izquierda a derecha)
Antonio Hernández Hernández, Mariano
Rodríguez Fernández, Toñi Ferrezuelo Jiménez, M^o
Ángeles Martín Romero y Pedro San Millán Brasa

CONCURSO DE INCENTIVOS 2009 PARA AGENTES Y DELEGADOS DE HELVETIA SEGUROS

¿Aceptas el desafío?

"China 2010: El desafío de Helvetia Seguros" ya ha arrancado. Un viaje inolvidable a una tierra milenaria, símbolo de Oriente, plagada de misterios y de rincones por descubrir.

**TÚ PUEDES SER UNO
DE LOS PROTAGONISTAS
DE ESTA EXPEDICIÓN ÚNICA.**

helvetia 