

en buena compañía

Revista de la compañía aseguradora Helvetia Seguros

Julio 2007 // Número 10

REPORTAJE

La dirección del futuro

Cambio de testigo en la cúpula
del Grupo Helvetia

NOTICIAS

Canadá 2007, un viaje de altura para
premiar a los mejores de la Liga Helvetia

EN BUENA COMPAÑÍA CON...

Rafael Gordillo

helvetia 

Sumario

Carta del Consejero Delegado	3
Noticias	4
Formación	12
Actualidad del seguro	15
Helvetia Seguros, al día	16
Entrevista <i>Manuel Catalina, responsable del Departamento de Particulares No Vida Reaseguro en Sevilla y Javier Salas, director de la Sucursal Madrid B</i>	18
Reportaje, <i>La dirección del futuro. Cambio de testigo en la cúpula del Grupo Helvetia</i>	22
¡¡Participa!!	27
En buena compañía con... <i>Rafael Gordillo</i>	28
Entrevista <i>Carlos Capilla, agente de Helvetia Seguros en Málaga</i>	30
Vivir en... <i>El Mediterráneo saborea la Copa América</i>	32
Departamentos & Sucursales <i>Departamento de Desarrollo Informático</i>	36
Historias de seguros <i>El Entusiasmo</i>	38
De lo nuestro	39

Edita: Helvetia Seguros

Consejo Editorial: Carmen Caballero, Toñi Ferrezuelo, José María Flores, Javier García, Enrique Herrera, Carlos Piñero, Javier Prado y Iosune Rodríguez.

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 Impresores

Depósito legal: SE-2043-05

Helvetia Seguros

Paseo de Cristóbal Colón, 26.

41001 Sevilla

Tlf. 954 593 200

www.helvetia.es



José María Paagman
Consejero Delegado de Helvetia Seguros

Queridos lectores de "En buena compañía":

Los recientes cambios en la dirección del Grupo Helvetia, de los que da buena cuenta el presente número de la revista, suponen una continuidad en el proyecto empresarial de nuestra compañía y la confirmación del compromiso con los ejes estratégicos del Plan 2007-2010. Este relevo también debe entenderse como un refresco en la gestión, gracias al nuevo impulso de unos directivos con una sólida cultura de grupo pero también cargados de juventud, entusiasmo y dinamismo.

Los cambios en la dirección no harán sino fortalecer el proyecto del grupo y de todas las empresas que lo conforman. Un proyecto cimentado sobre la dedicación, la ilusión y el esfuerzo de un gran equipo humano repartido por toda Europa.

Desde Helvetia Seguros, nos sentimos orgullosos de pertenecer a nuestro grupo y también de contar con unos profesionales, empleados y agentes, que constituyen el principal aval de nuestra solidez como compañía.

Recientemente, tres de nuestros agentes han sido distinguidos en el Concurso de Formación "Operación Agentes Siglo XXI" que organizan ICEA y UNESPA con el objetivo de potenciar la profesionalidad en el sector.

Además de felicitar a los premiados, que han destacado sobre casi cien agentes de las firmas más importantes del ámbito asegurador a nivel nacional, es oportuno reflexionar sobre la importancia que este tipo de reconocimientos tienen para nuestra compañía. Premiando la labor de nuestros agentes, el sector reconoce también la valía de nuestra aseguradora, su capacidad y solvencia profesional, su gran preparación y su alto nivel de competitividad.

La base de nuestra compañía reside en su equipo humano. Podremos seguir avanzando y ganando cuota de mercado en la medida en que nuestro equipo humano siga progresando y fortaleciéndose. Qué duda cabe de que una de las grandes bazas está en nuestra red comercial. Es ahí donde debemos incidir, perfeccionando y mejorando las cualidades y capacidades de los profesionales que desarrollan su labor de cara al cliente, y en ese empeño estamos inmersos con el reciente lanzamiento de nuestra Plataforma e-learning de formación a distancia, en cuyo desarrollo, dirigido a sus agentes, Helvetia Seguros es de las pioneras del sector.

También somos conscientes de la importancia que tiene la permanente motivación de nuestra red de agentes. Por ello, potenciamos cada año los distintos programas de incentivos, especialmente mediante el Concurso Nacional de Ventas, de cuyo magnífico viaje a Canadá se da una amplia reseña en este número.

Quiero, desde estas páginas, animar a todos los agentes a que trabajen con entusiasmo en la convocatoria del Concurso de Incentivos 2007, que nos llevará a Vietnam, uno de los parajes más exóticos del mundo.

Y no quiero dejar pasar la oportunidad de agradecer, una vez más, a todos nuestros empleados, el esfuerzo cotidiano que realizan para conseguir que, día a día, Helvetia Seguros vaya afianzándose como la gran compañía que es.

José María Paagman

Noticias



Canadá 2007, un viaje de altura para premiar a los mejores de la Liga Helvetia

La majestuosidad de las cataratas del Niágara y las maravillas de Toronto, Ottawa, Montreal y Québec han calado en las retinas de los mejores de la Liga Helvetia. Canadá ha sido el destino del viaje de incentivos de la compañía este año. En este encuentro cumbre hemos reunido a los ganadores del concurso en sus diversas categorías: Agentes, Asesores Comerciales y Directores de Sucursal.



La fantástica travesía comenzó en Madrid el pasado mes de mayo, punto de encuentro para comenzar este apasionante viaje a orillas del Ontario. Tras escala en París, celebramos el pasado 12 de mayo una cena en la torre nacional canadiense, CN Tower, disfrutando de los 533 metros de la torre más alta del mundo, ubicada en Toronto.

Las cataratas del Niágara fueron las protagonistas de la siguiente jornada, en la que nos sumergimos en este enorme salto de agua a bordo del barco Maid of the Mist. Posteriormente almorzamos en la torre panorámica, donde observamos la magnitud de este impresionante accidente geográfico y del desarrollado entorno, de imagen similar a la de Las Vegas.

El día 14 de mayo partimos hacia el nacimiento del río San Lorenzo para detenernos en un idílico lugar y disfrutar de un mágico paseo por las Mil islas y un singular almuerzo en un barco privado. Queda en la memoria el recuerdo de haber estado en un laberinto formado por más de 1.800 islas con magníficas mansiones y un paisaje incomparable.

noticias

Esta jornada sirvió además para adentrarnos en el seno de Ottawa. La capital canadiense nos mostró sus encantos, desde el hotel Chateau Laurier –que nada tenía que envidiar a los castillos europeos– al magnífico edificio del Parlamento de Canadá.

El viaje continuó al día siguiente con dirección a la provincia de Québec, para disfrutar de la naturaleza en la primavera canadiense y del hospedaje en el hotel Chateau Montebello, construido con troncos de árboles. En esta zona de osos negros que parecía salida de un cuento disfrutamos de magníficos paseos por el río en bicicleta y de una divertida competición de waterpolo.

Québec fue protagonista en la jornada del 16 de mayo y pudimos pasear por sus bellas calles y cenar en el Chateau Frontenac, un castillo de ensueño convertido en hotel de gran lujo.

Continuamos al día siguiente paladeando la miel de arce de una fábrica artesanal de sirope (Sucrerie), para ascender más tarde al Monte Santa Ana, donde nos impresionaron los rápidos de agua y pusimos a prueba la pericia de los miembros del grupo atravesando los puentes colgantes que unían las laderas de esta abrupta garganta.

El día 18 partimos hacia Montreal para conocer esta entretenida y cosmopolita ciudad de habla francesa, visitamos la bella Basílica de Notre Dame y almorza-



mos en el Vieux Port de esta isla, para cenar después en el hotel Ritz Carlton, donde nuestro consejero delegado, José María Paagman, nos dirigió unas palabras de agradecimiento y repasó diversas anécdotas de tan atractivo y simpático viaje, a lo que siguió la entrega de distinciones y una sesión de baile, en nuestra última noche de viaje en Canadá. Con el dulce sabor de este magnífico país en la memoria, esperamos volver a encontrarnos el próximo mes de febrero en Vietnam 2008.



Fe de erratas

En el último número de la revista se omitieron varias agencias ganadoras del Concurso de Incentivos 2006. Éstas son las que quedaron fuera:

MANUEL VICENTE FURELOS BAHAMONDE (NEGREIRA)
ALEJANDRO ALCAIDE FERNANDEZ (MADRID)
SERVICIOS FUNERARIOS DE GALICIA (VAL DO DUBRA)

ANTONIA CORTES ORTIZ (ALMENDRALEJO)
MARIA ROCIO CIRILO FARIÑAS (NERVA)
ALBILLO SEGUROS, S.L. (SALAMANCA)

noticias

Helvetia Seguros estrena buzón de sugerencias

El nuevo buzón de sugerencias de Helvetia Seguros está en marcha desde el pasado 2 de abril. Se trata de una iniciativa para conocer las buenas ideas de los empleados que por falta del cauce adecuado no llegan a su destino, con la que fomentamos valores fundamentales en nuestra compañía: la confianza y el dinamismo, con una mejora permanente del servicio y de la calidad.

Al objeto de focalizar las ideas, y con independencia de aceptar cualquier sugerencia sea del tema que sea, se lanzó un primer concurso con los siguientes temas:

- Detección y propuesta de cambio o eliminación de todas aquellas informaciones que no aporten valor para sucursales y departamentos. (En general, listados o informaciones emitidas por cualquier medio desde cualquier área, incluida la de Sistemas)
- Propuestas de mejoras en la calidad, eficiencia o coste de los servicios generales (impresos, mantenimientos, limpieza, valijas, archivos, etc.)

Al cierre de esta edición se habían recibido 63 sugerencias con representación de una gran parte de nuestras sucursales y departamentos, lo que demuestra el entusiasmo con el que ha sido acogida esta iniciativa.



Grupo de trabajo sobre fraude

En línea con la preocupación del sector sobre este asunto y como continuación de la noticia publicada en el número anterior, en Helvetia Seguros se ha creado un grupo de trabajo compuesto por personal tanto del Área de Productos como del Área de Servicio al Cliente, al objeto de poner en común sus conocimientos y poder crear unas reglas que faciliten la detección de

estas malas prácticas. Asimismo se están analizando en el mercado algunas herramientas informáticas que, en unión con dichas reglas, contribuyan a su erradicación. Como primera medida se ha creado una Base de Datos de Conocimiento, a la que tienen acceso los componentes del grupo, donde se está recopilando toda la documentación existente sobre el tema.

actividad de la empresa

Presentación de resultados

El pasado mes de abril, se celebró en Sevilla un almuerzo informativo dirigido a los medios de comunicación en el que se dio a conocer el balance económico del año 2006. El acto estuvo presidido por nuestro consejero delegado, José María Paagman, y en él participaron más de una decena de periodistas económicos, que conocieron de primera mano la situación y evolución de nuestra compañía durante el pasado año.

Durante el almuerzo, que se desarrolló en un ambiente distendido y cercano, José María Paagman indicó que Helvetia Seguros incrementó su beneficio neto en un 44,8% en 2006, con respecto al ejercicio anterior, y que estos son "los mejores resultados desde que el Grupo Helvetia opera en España".

Como explicó nuestro consejero delegado, este destacado balance se ha sustentado en una evolución satisfactoria de los elementos que participan en el negocio: el crecimiento saludable, una siniestralidad inferior a la media del mercado, un resultado financiero sólido y un nivel de gastos en continuo proceso de optimización.

El consejero delegado de Helvetia Seguros mostró la bondad de los resultados en cuanto a beneficios e ingresos, destacando la estabilidad en la distribución geográfica y la evolución de las primas. Asimismo, apuntó los principales objetivos para el presente ejercicio. Así, de acuerdo con el Plan Estratégico 2007-2010 de la



compañía, se prevé un crecimiento de primas por encima de la media del mercado, que posibilite un aumento de la cuota de negocio, reduciendo el ratio de gastos y manteniendo los niveles actuales de rentabilidad y excelencia técnica. "Se trata, en definitiva —explicó Paagman—, de continuar avanzando por el camino recorrido hasta ahora, que tantos buenos resultados ha dado, con un mayor impulso en el crecimiento del negocio".

A esto hay que sumar que los resultados del grupo Helvetia en 2006 han sido igualmente excelentes, alcanzando récords históricos, con un beneficio neto que aumentó en un 40,4% con respecto a 2005, destacando el negocio operacional, tanto en Suiza como en el resto de los países.

Integrados en la Confederación de Empresarios de Andalucía



También en el mes de abril se celebró en la sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) un acto que servía para escenificar el ingreso de Helvetia Seguros en la patronal andaluza. El acto estuvo presidido por nuestro consejero delegado, José María Paagman, y por el presidente de la CEA, Santiago Herrero. Ambos responsables suscribieron también un convenio de

colaboración por el que nuestra aseguradora proporcionará a las pequeñas y medianas empresas asociadas a la Confederación de Empresarios de Andalucía los servicios de seguros adecuados para el desarrollo de sus actividades y su asesoramiento en materia de previsión y cobertura de los principales riesgos a los que tienen que hacer frente las empresas en su actividad diaria.

actividad de la empresa



Reportaje sobre Helvetia Seguros en "Empresas"

El programa "Empresas", que emite Canal 2 Andalucía, la segunda cadena de la autonómica Canal Sur, es uno de los espacios televisivos especializados en el mundo empresarial más importantes que se emiten a nivel nacional. A mediados de abril, el programa dedicó un completo reportaje a Helvetia Seguros, en el que nuestro consejero delegado fue entrevistado. El equipo del programa acompañó a José María Paagman durante el almuerzo informativo que se ofreció a los medios con motivo de la presentación de resultados, momento que también quedó plasmado en el reportaje.



Reconocimiento del sector



Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa.

En la Asamblea General de Unespa celebrada el pasado 17 de mayo, José María Paagman fue elegido miembro del Comité Ejecutivo de dicha organización. Se trata de una buena noticia por dos grandes motivos: primero, porque supone un reconocimiento del sector a nuestro consejero delegado, y segundo porque con este reconocimiento también se respalda a nuestra compañía y a su trayectoria dentro del ámbito asegurador a nivel nacional. No en vano, se trata del máximo órgano de decisión de la patronal española del seguro. Durante la Asamblea, también fue reelegida como presidenta Pilar González de Frutos, que revalida su cargo para un nuevo mandato de cuatro años.

actividad de la empresa



9

Helvetia Seguros, con la primavera sevillana

Un año más, la caseta de Helvetia Seguros en la Feria de Sevilla se convirtió en uno de los enclaves más concurridos para empleados, agentes y clientes de nuestra compañía. A lo largo de toda la semana, la caseta fue un hervidero de visitas de familiares y amigos, que quisieron compartir juntos algunos momentos de esta fiesta tan señalada en el calendario festivo hispalense. Como refuerzo comercial de esta presencia, y también como

ya viene siendo tradicional en los últimos años, durante la semana de Feria se llevó a cabo una campaña de promoción institucional a través del reparto masivo de abanicos en los alrededores de la Plaza de Toros de la Maestranza. Unas jóvenes muy "corporativas" llevaron a cabo la distribución de 30.000 abanicos de cartón durante las tardes de corrida, llenando la fiesta grande de los colores de nuestra compañía.



patrocinios



Patrocinio de la Carrera contra el Hambre

La sucursal de Pamplona-San Ignacio fue la patrocinadora de la Carrera contra el Hambre que se celebró en Pamplona el pasado 6 de mayo. Organizada por Acción contra el Hambre, Helvetia Seguros fue también la entidad aseguradora de este evento que reunió a multitud de escolares pertenecientes a más de una decena de colegios y centros escolares de la ciudad. Un valioso ejemplo de la actividad social que promueve Helvetia Seguros a través de su actividad de patrocinio.



En la Feria del Caballo de Jerez

Un año más, se celebró en Jerez de la Frontera la tradicional Feria del Caballo de Jerez Equisur 2007. Helvetia Seguros quiso estar presente en este importante acontecimiento, a través de nuestra agencia Láser Asesores, de la sucursal de El Puerto de Santa María, que instaló un expositor en la Feria con abundante información institucional y de nuestros productos. Gracias a esta acción, se establecieron interesantes contactos profesionales con participantes en la Feria, y nuestra aseguradora fue una de las marcas más vistas en el evento.



Tercera edición del Trofeo de Golf Helvetia Seguros

Por tercer año consecutivo, ha tenido lugar en Pamplona el Trofeo de Golf Helvetia Seguros, que en esta edición ha reunido a 124 jugadores en el Club de Golf Castillo Gorraiz. Marcos Gallo Bermejo fue el ganador del torneo, que destacó especialmente por el alto porcentaje de jóvenes golfistas menores de 21 años. Jorge Zubieta fue el mejor clasificado de los jóvenes, mientras que Ignacio Lassa Bellet se llevó el trofeo al Mejor Approach en el Hoyo 8. Juan Cruz Salvo Gurpegui, por su parte, resultó ganador del sorteo de un viaje para dos personas de cinco días de duración en un hotel de lujo situado en un campo de golf de Vera (Almería).

El torneo contó con la presencia de José García Pérez, director de Ventas, quien junto a Víctor Lizarraga, director de Sistemas, y Juan José Oroz, director comercial de la Zona Norte, confirmaron la celebración de la cuarta edición en junio de 2008.

I Semana Naval de Pontevedra

Pontevedra acogió en la segunda mitad de mayo su I Semana Naval, un interesante encuentro del sector naval en el que participaron profesionales y agentes relacionados con el sector de toda España, y muy especialmente de la zona norte. Helvetia Seguros no quiso dejar pasar la oportunidad de participar en este evento, a través de un stand que se instaló en la zona del Puerto y mediante abundante cartelería que se expuso a lo largo de todo el recinto. Las cuatro sucursales de Galicia (Coruña A y B, Ourense y Vigo) se volcaron en esta iniciativa, poniendo su mejor cara para presentar la empresa y sus productos a todos los participantes y asistentes.



patrocinios

La Selección Nacional de Baloncesto, en las mejores manos

A comienzos del pasado mes de junio, se firmó uno de los acuerdos de patrocinio más valiosos y con mayor proyección de nuestra compañía. Nos estamos refiriendo, cómo no, al convenio con la Federación Española de Baloncesto, que convierte a Helvetia Seguros en la aseguradora oficial y exclusiva de la Federación Española y también de todas las categorías de la selección nacional de baloncesto.

En un acto en el que también participó el seleccionador nacional, Vicente "Pepu" Hernández, los responsables de ambas entidades escenificaron la renovación del acuerdo que suscribieron en 2005, y que convertía a Helvetia Seguros en la única compañía del sector asegurador que patrocina a la institución deportiva. El convenio llevará a Helvetia Seguros a colaborar de forma estrecha en todos los eventos que organice la Federación Española de Baloncesto, a través de acciones comerciales y publicitarias específicas.

En virtud del acuerdo, que se prolongará hasta finales de 2009, Helvetia Seguros gozará de exclusividad para el patrocinio de sus productos y servicios relacionados con el seguro.



11

La apuesta segura por el deporte

Raro es el número de "En buena compañía" en el que no damos cuenta de nuevos patrocinios de equipos deportivos. Convencidos de su potencial como herramienta para fomentar hábitos de vida saludables y para favorecer la integración, en nuestra empresa creemos en el deporte. Por eso lo fomentamos desde la propia base, prestando nuestro patrocinio a equipos que difícilmente podrían salir adelante sin el apoyo económico de las empresas de su entorno. A continuación reproducimos imágenes de los últimos "fichajes". ¡Ojalá que lle-



Equipo benjamín de baloncesto del colegio Divina Pastora de Córdoba.



Equipo de fútbol sala de APROMPSI (Asociación Pro-minusválidos Psíquicos) de Jaén.



Equipo de fútbol 7 organizado por Cáritas en Miranda de Ebro.



Equipo Helvetia Seguros del Campeonato de Burlada de Fútbol Sala. Algunos de los componentes pertenecen al departamento de Desarrollo Informático.



Equipo "Helvetia Seguros" de la Sucursal de Santander de fútbol 7.

FORMACIÓN

La excelencia de Helvetia Seguros en la Operación Agentes Siglo XXI

El nombre de Helvetia Seguros dejó un buen sabor en la séptima edición del Concurso de Formación 'Operación Agentes Siglo XXI', organizada recientemente por ICEA (Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones) y UNESPA (Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras).

La excelencia es sinónimo de calidad y estima, del buen hacer de profesionales como los agentes de Helvetia Seguros, que mostraron su valía en la séptima edición del Concurso de Formación 'Operación Agentes Siglo XXI'. El pasado 26 de abril se celebró este certamen en Madrid, una iniciativa organizada por ICEA y UNESPA para potenciar la profesionalidad en el sector.

José Manuel Jiménez Palomar, Carlos Peña Sánchez y Antonio Sánchez Buzón fueron los agentes de Helvetia Seguros premiados en la pasada edición, en la que participaron 93 agentes de diez de las más importantes firmas del sector asegurador.

José Manuel Jiménez, procedente de Granada, y Carlos Peña, de Ciudad Real, ganaron el concurso en los bloques de Técnica Aseguradora y Vida, finanzas y fiscalidad. Este último obtuvo además el Premio al mejor agente de Helvetia Seguros en Conocimientos y Actividad Comercial. Por otra parte, Antonio Sánchez, de la sucursal Sevilla D, ganó el Premio al mejor agente de Helvetia Seguros en la Actividad Comercial.

Participaban además en esta convocatoria los agentes Alejandro Alcaide Fernández, de la sucursal Madrid A de Helvetia Seguros, y Jorge Campos Mico, de la sucursal Valencia A.

Con esta iniciativa se pretende potenciar la profesionalidad de los agentes al premiar, con el reconocimiento sectorial, su preparación técnica y competencia profesional, destacando la importancia que tienen los agentes como canal imprescindible para el desarrollo del seguro en el mercado español.

El éxito de Helvetia Seguros en esta convocatoria sirve de incentivo para incrementar la participación de agentes de la compañía en la próxima edición.



JOSÉ MANUEL JIMÉNEZ, Y CARLOS PEÑA, GANADORES DEL VII CONCURSO DE FORMACIÓN 'OPERACIÓN AGENTES SIGLO XXI'

¿Qué supone para ustedes este reconocimiento sectorial a la preparación técnica y competencia profesional?

J. M. J. Reconoce la labor que he ido desarrollando a lo largo de mi corta vida en este mundillo de los seguros, además de ratificar que lo que estoy haciendo no es un error y que tanta preparación técnica sirve para mucho, porque no es sólo este premio, también los conocimientos técnicos y comerciales que se adoptan al estudiar las distintas técnicas de ventas o al ver los productos desde su base, saber cómo funcionan y qué evolución han tenido a lo largo del tiempo.

C. P. Sería tremendamente injusto si hablara de "carrera de obstáculos" a la hora de describir mi trayectoria profesional pues, sinceramente, creo que hasta la fecha he tenido suerte. Qué duda cabe que en estos años he vivido momentos difíciles y otros especialmente duros, muy duros; pero considerando la globalidad de todo lo vivido, el saldo final es absolutamente positivo. Agradezco haber tenido a mi alrededor personas que han intentado que todo fuera lo más parecido a un "camino de rosas".

¿Qué les motivó a presentarse a este certamen?

J. M. J. La idea bucólica de la formación, aunque al principio no conocía la existencia de este concurso. Cuando Luis González, mi director de sucursal, Manolo Muñoz, mi director de Zona, así como Juan Manuel Rico director de Formación, y Javier García, director de Marketing, me propusieron presentarme, fui tan insensato que respondí sí casi sin pensarlo, pero todos ellos tenían y tienen más fe en mí que yo mismo y me animaron diciéndome de antemano que podría conseguirlo y así fue.

C. P. El "culpable" es el señor Abalos (como cariñosamente le llamo), el director de la sucursal de Ciudad Real, que me recomendó y apostó por nosotros, así como Juanma Rico, cuyo interés y disposición ha sido total. Asimismo no podía faltar nuestro director de Marketing, Javier García, que nos animó a no desfallecer y a realizar un buen papel, y la compañía Helvetia Seguros, que en mi caso concreto, a través de este concurso me daba la oportunidad de devolverle un poquito de lo mucho que me ha dado.

¿Qué valores se incentivan con este tipo de certámenes?

J. M. J. Creo que el principal valor que tienen estos certámenes es el potenciar una mediación formada, culta, conocedora de todo el alcance y dimensión que tiene la mediación de seguros y como valores secundarios ver que no estamos solos en este mundo, que existen más compañías y que todos tienen las mismas inquietudes.

C. P. El esfuerzo, el conocimiento, la convivencia, la lucha bajo la bandera Helvetia Seguros contra las otras banderas, la mayoría de ellas con más fuerzas que la nuestra... Pero la calidad ha primado sobre la canti-

¿Cuál es su concepto de la formación en Helvetia Seguros?

J. M. J. Es una de las cosas que más valoro. Pienso que si uno no se forma y no se recicla está muerto. No se puede estar pensando que lo que me enseñaron hace años es suficiente para navegar en este mundo. En los 15 años que llevo en este mundillo el seguro ha cambiado de la noche a la mañana.

C. P. La formación es el inicio y no un fin. Procedo de la antigua Cervantes y siempre he percibido desde ésta, pasando por CVN, Helvetia Previsión y Helvetia Seguros, que la formación de agentes se considera vital. Personalmente, y aunque he recibido mucha formación en cursos, siempre demandaré más, y desde aquí animo a los agentes a que solicitemos formación, y que nos comprometamos con ella.



JOSÉ MANUEL JIMÉNEZ

"Lo mejor de todos estos años ha sido haber llegado hasta aquí"



CARLOS PEÑA

"Nuestra preparación se encuentra al más alto nivel"

FORMACIÓN



Otto Walter imparte el primer programa de desarrollo comercial en Sevilla

La prestigiosa consultora Otto Walter ha impartido recientemente en Sevilla la primera edición del Programa de Desarrollo Comercial (PDC). Se trata de una acción formativa de Helvetia Seguros dirigida a asesores comerciales y directores de agencias, que se ha realizado en cuatro jornadas, con una duración de 32 horas.

El objetivo de esta iniciativa era provocar el desarrollo de los comportamientos, actitudes y estilo profesional de los comerciales para generar en ellos una actitud más proactiva, así como una mejora en la gestión diaria de sus agentes y el dinamismo de la venta de seguros en la red. También ha proporcionado mayor ilusión y entusiasmo para garantizar el éxito en los resultados.

Esta primera edición ha contado con la participación de 12 asesores comerciales de las sucursales de Sevilla B, Jaén, Huelva, Puerto de Santa María, Murcia, Ciudad Real, Madrid C, Alicante, Barcelona, San Ignacio, Asturias y Vigo, que han valorado la utilidad de esta iniciativa.

El departamento de Formación de Helvetia Seguros prepara ya la siguiente edición de este programa, que se desarrollará a lo largo del próximo ejercicio 2008.

Primer curso de e-learning

A mediados del mes de mayo se inició el primer curso de formación impartido a través de la plataforma de e-learning, dirigido a directores de sucursal y asesores comerciales. Esta acción formativa, cuyo contenido gira en torno al blanqueo de capitales, se ha dividido en dos partes: la primera comenzó el 17 de mayo y finaliza el 30 de junio, y la segunda se iniciará en septiembre y finalizará a finales del mes de octubre. El objetivo de este curso de formación es dar cumplimiento a la obligación de formación que en esta materia impone la Ley 19/1993 y el Real Decreto 925/1995 que la desarrolla.

Lanzamiento del Individual Riesgo W-11

Con motivo del lanzamiento del nuevo producto Individual Riesgo W-11 se están celebrando en todas las sucursales jornadas formativas, dirigidas a los agentes, cuyo objetivo y finalidad es

conocer en profundidad las garantías y coberturas del nuevo producto en sus dos modalidades de comercialización, modular e integral.

Novedades en Java

Entre los días 8 y 11 del pasado mes de mayo se impartió en la sede de Pamplona un curso de formación al equipo de Java del Departamento de Desarrollo Informático, relativo a las novedades y funcionalidades introducidas en la versión 5 de dicha aplicación. En el transcurso de esta acción formativa se abordaron temas tales como funcionalidades del lenguaje, librerías base y de integración, interfaz de usuario, etc.

Formación estratégica en Sevilla y Madrid

En junio se ha celebrado en Sevilla y Madrid el Taller de Seguimiento de la acción formativa 'Reclutamiento y Eficacia de la Red Agencial', dirigida a asesores comerciales participantes de la primera edición de esta iniciativa, celebrada en el año 2006. En esta ocasión, se ha tratado entre otros temas, la selección y captación del colectivo de inmigrantes, contenido integrado en el Plan Estratégico 2007-2010.

Cursos sobre Teoría General del Seguro, Blanqueo de Capitales y Protección de Datos

El personal de los Centros de Servicio de Sevilla, Madrid y Pamplona participó, del 28 de marzo al 29 de abril, en cinco acciones formativas sobre Teoría General del Seguro, Blanqueo de Capitales y Protección de Datos. Estos cursos tenían una duración total de 20 horas y fueron impartidos por Antonio Soto, responsable de Asesoría Jurídica de Helvetia Seguros con la finalidad de adquirir conocimientos sobre la normativa legal aplicable en la actividad aseguradora.

Actualidad del Seguro

Banca y seguros cotizan al alza

La actividad aseguradora y la financiera 'cotizan al alza' en lo que a dinamismo se refiere. Así se desprende del reciente *Informe sectorial 2007: resultados 2006 y perspectivas 2007-2008* elaborado por las Cámaras de Comercio.

Este documento refleja que las instituciones financieras y de seguros registrarán una subida aproximada del 5%, "una tasa no alcanzada por ningún otro sector, tomando el relevo en la intensidad de crecimiento que ha ostentado la actividad constructora hasta el año 2005".

Asimismo, este informe muestra que el sector financiero mantendrá "notables ritmos de crecimiento" en empleo, con previsiones por encima del 4% en 2008.

Entra en vigor el Reglamento del Registro de Seguros de Cobertura de Fallecimiento

Tras dos meses de su publicación en el Boletín Oficial del Estado (BOE), el 19 de junio entró en vigor el reglamento del Registro de Seguros de Cobertura de Fallecimiento.

En el Real Decreto 398/2007 de 23 de marzo, por el que se desarrolla la Ley 20/2005, de 14 de noviembre, sobre la creación del Registro de Contratos de Seguro de Cobertura de Fallecimiento, se regulan diversos aspectos que permiten la efectiva puesta en marcha del registro. Figuran desde cuestiones relativas a la comunicación y envío de información por parte de entidades aseguradoras hasta una regulación pormenorizada de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición en relación con los datos incluidos en el registro.

FIA, RACE Y RACC piden a la UE que fomente el control electrónico de estabilidad en vehículos

La Federación Internacional del Automóvil (FIA) ha remitido recientemente una carta a la Comisión Europea en la que insta a la UE a adoptar medidas similares a las de EE.UU. para fomentar el uso de sistemas de control electrónico de estabilidad (ESP) en los vehículos. Recuerda que las autoridades estadounidenses han acordado establecer la obligatoriedad de su utilización en todos los automóviles nuevos a partir del año 2012, con el objeto de reducir los accidentes de vehículos. Esto costará al consumidor norteamericano unos 82 euros.

En esta línea se han situado también el RACE y el RACC, partidarios de adoptar esta medida si resulta efectiva para reducir la cifra de siniestros en carretera.

Acuerdo con aseguradoras del World Trade Center

Después de casi siete años transcurridos desde los atentados del 11 S en Nueva York, los propietarios, el arrendatario y siete aseguradoras del World Trade Center han alcanzado un acuerdo extrajudicial relativo al pago de 1.486 millones de euros para concluir las reclamaciones aún pendientes por la destrucción del complejo.

Recomendaciones de peritos y comisarios sobre posibles pérdidas por tormentas

La Asociación de Peritos de Seguros y Comisarios de Averías (APCAS) ha indicado recientemente una serie de recomendaciones para ciudadanos que puedan sufrir pérdidas por tormentas. Entre los consejos figura la adopción de una postura activa para aminorar los daños, siempre que sea posible, como desconectar los electrodomésticos y otros aparatos eléctricos de las tomas y antenas para evitar daños por alteraciones de la corriente eléctrica. Por otra parte, tras sufrir los daños, se aconseja redactar de forma ordenada y coherente una relación de pérdidas causadas por el siniestro, además de tener la póliza de seguros a mano y comunicar lo sucedido por escrito y en menos de siete días al asegurador o mediador, indicando de forma clara y concisa los hechos y los daños sufridos. También se recomienda solicitar que la entidad aseguradora informe si el siniestro es susceptible de ser cubierto por el Consorcio de Compensación de Seguros, la justificación del hecho así como instrucciones al respecto de su tramitación, entre otras cuestiones.



Helvetia Seguros, al día

La intensa actividad de Helvetia Seguros está muy presente en los medios de comunicación. Sirva como ejemplo la repercusión del compromiso de Helvetia Seguros con la pequeña y mediana empresa, plasmado en la firma de un convenio de colaboración entre el consejero delegado de la compañía, José María Paagman, y el presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Santiago Herrero.

ABC
10/04/2007

Expansión
10/04/2007



Seguros
Marzo-Abril 2007



Mediadores de Seguros del Siglo XXI
Mayo 2007

Diario de Sevilla
07/06/2007



Cataluña Económica
Marzo 2007



Mercado Previsor
Mayo 2007

Seguros
Marzo-Abril 2007



Seguros
Marzo-Abril 2007



ABC
23/03/2007

A lo largo de todo el trimestre, diversos medios se han hecho eco de la actividad de Helvetia Seguros, recogiendo testimonios e impresiones de algunos de sus protagonistas.

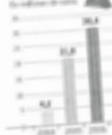
ABC
11/04/2007

El beneficio de Helvetia se dispara al tercer año de fusión

La aseguradora suiza, cuya sede española está en Sevilla, quiere comprar otras compañías y explotar el mercado de inmigrantes y expatriados para crecer más



BENEFICIOS DESPUÉS DE IMPUESTOS



Helvetia eleva el beneficio un 82% y supera los 46 millones

La aseguradora lanza un plan a tres años para ganar rentabilidad

SEVILLA. El grupo asegurador Helvetia Seguros ha anunciado que su beneficio neto después de impuestos en 2006 ha alcanzado los 46,1 millones de euros, un 82% más que en 2004. La compañía, que opera en España desde 1994, prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

El beneficio neto de Helvetia en 2006 se eleva a 46,1 millones de euros, frente a los 30,4 millones de 2004. Este crecimiento se debe a la fusión de Helvetia con la suiza Helvetia Swiss Life, que se completó en 2005. La compañía prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

HELVETIA OBTIENE UNOS BENEFICIOS DE 30,4 MILLONES

Supone un incremento del 84,8% respecto al ejercicio de 2005

SEVILLA. La compañía Helvetia Seguros ha anunciado que su beneficio neto después de impuestos en 2006 ha alcanzado los 46,1 millones de euros, un 84,8% más que en 2005. La compañía, que opera en España desde 1994, prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

El beneficio neto de Helvetia en 2006 se eleva a 46,1 millones de euros, frente a los 30,4 millones de 2005. Este crecimiento se debe a la fusión de Helvetia con la suiza Helvetia Swiss Life, que se completó en 2005. La compañía prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

Diario de Noticias
07/05/2007

El Correo de Andalucía
11/04/2007

Helvetia aumentó un 45% sus beneficios en 2006

SEVILLA. El grupo de seguros con la sede central en Sevilla, Helvetia Seguros, ha anunciado que su beneficio neto después de impuestos en 2006 ha alcanzado los 46,1 millones de euros, un 45% más que en 2005. La compañía, que opera en España desde 1994, prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

El beneficio neto de Helvetia en 2006 se eleva a 46,1 millones de euros, frente a los 30,4 millones de 2005. Este crecimiento se debe a la fusión de Helvetia con la suiza Helvetia Swiss Life, que se completó en 2005. La compañía prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

Helvetia busca crecer en España a través de adquisiciones

La compañía de seguros suiza Helvetia Seguros busca crecer en España a través de adquisiciones. La compañía, que opera en España desde 1994, prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

El beneficio neto de Helvetia en 2006 se eleva a 46,1 millones de euros, frente a los 30,4 millones de 2005. Este crecimiento se debe a la fusión de Helvetia con la suiza Helvetia Swiss Life, que se completó en 2005. La compañía prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

El Mundo
11/04/2007

La aseguradora Helvetia aumenta beneficios un 44,8%

SEVILLA. El grupo asegurador Helvetia Seguros ha anunciado que su beneficio neto después de impuestos en 2006 ha alcanzado los 46,1 millones de euros, un 44,8% más que en 2005. La compañía, que opera en España desde 1994, prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

El beneficio neto de Helvetia en 2006 se eleva a 46,1 millones de euros, frente a los 30,4 millones de 2005. Este crecimiento se debe a la fusión de Helvetia con la suiza Helvetia Swiss Life, que se completó en 2005. La compañía prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

Diario de Sevilla
11/04/2007

Helvetia dispara su beneficio y ya aporta el 20% al total del grupo suizo

La compañía de seguros suiza Helvetia Seguros ha anunciado que su beneficio neto después de impuestos en 2006 ha alcanzado los 46,1 millones de euros, un 20% más que en 2005. La compañía, que opera en España desde 1994, prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

El beneficio neto de Helvetia en 2006 se eleva a 46,1 millones de euros, frente a los 30,4 millones de 2005. Este crecimiento se debe a la fusión de Helvetia con la suiza Helvetia Swiss Life, que se completó en 2005. La compañía prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.



El grupo asegurador Helvetia Seguros ha anunciado que su beneficio neto después de impuestos en 2006 ha alcanzado los 46,1 millones de euros, un 20% más que en 2005. La compañía, que opera en España desde 1994, prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

El beneficio neto de Helvetia en 2006 se eleva a 46,1 millones de euros, frente a los 30,4 millones de 2005. Este crecimiento se debe a la fusión de Helvetia con la suiza Helvetia Swiss Life, que se completó en 2005. La compañía prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

Helvetia consigue más beneficios que nunca

SEVILLA. El grupo asegurador Helvetia Seguros ha anunciado que su beneficio neto después de impuestos en 2006 ha alcanzado los 46,1 millones de euros, un 44,8% más que en 2005. La compañía, que opera en España desde 1994, prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

El beneficio neto de Helvetia en 2006 se eleva a 46,1 millones de euros, frente a los 30,4 millones de 2005. Este crecimiento se debe a la fusión de Helvetia con la suiza Helvetia Swiss Life, que se completó en 2005. La compañía prevé seguir creciendo a través de la adquisición de nuevas compañías y la explotación del mercado de inmigrantes y expatriados.

Mercado Previor
Mayo 2007

Cinco días
11/04/2007

Seguros
Marzo-Abril 2007

Expansión
11/04/2007

ENTREVISTA



MANUEL CATALINA, RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE PARTICULARES NO VIDA Y REASEGUROS EN SEVILLA



JAVIER SALAS, DIRECTOR DE LA SUCURSAL MADRID B

18

“Pretendemos ser aseguradores globales con una alta calidad”

“Nuestra propia fuerza personal y recursos marcarán nuestro crecimiento”

Sevilla y Madrid son dos plazas imprescindibles en la radiografía de Helvetia Seguros. En este número nos acercamos al día a día profesional de Manuel Catalina y Javier Salas, dos profesionales de la compañía que, desde el ejercicio responsable de su trabajo, nos ofrecen una visión prometedora de esta empresa, que consideran una segunda casa con proyección internacional.

Sevilla y Madrid, las dos grandes ciudades donde desarrollan su actividad profesional, son dos enclaves importantes en la estructura organizativa de Helvetia Seguros. ¿Cuál es, en su opinión, el potencial de crecimiento de la compañía en estas dos zonas?

Madrid es la zona de toda España donde se gestiona un mayor volumen de primas, los negocios más importantes pasan por allí, no se puede ser una gran compañía sin una presencia importante en ese mercado. Por otra parte, Sevilla en particular y Andalucía en general tienen un gran potencial de crecimiento y nuestra compañía, por nuestra ubicación, posee un puesto de privilegio al estar una parte importante de la empresa muy cerca de este mercado.

Conozco menos Sevilla, pero veo a nuestra compañía con amplia implantación en el mercado y gran conocimiento de nuestros mediadores y clientes. En las ciudades que más implantación tienes, siempre es más difícil crecer, aún así, debemos mantener el nivel de penetración en el mercado e intentar dar siempre un pasito más, para llegar a ser líderes absolutos. Con respecto a Madrid, el límite lo ponemos nosotros. Nuestra propia fuerza personal y recursos marcarán nuestra capacidad de crecimiento.

RADIOGRAFÍA PERSONAL

Manuel Catalina

Un momento para recordar en Helvetia Seguros:
Mi primer día de trabajo en la compañía.

Una meta profesional: Hacer cada día mejor el
trabajo que realizo.

Un/a maestro/a al que admirar: Mi padre.

Un/a alumno/a al que enseñó: No me las doy
de profesor

Una ciudad para trabajar: Sevilla

Un paraíso para descansar: Creo que no
depende del sitio, sino del estado de ánimo.

Un lema en la vida: Haz el bien y no mires a
quien.

Un libro imprescindible: No soy de un solo libro

Turismo de playa o de interior: Playa

Un plato delicioso y una bebida para
acompañar: Un buen plato de jamón con una
cerveza muy fría puede ser delicioso.

Una palabra divertida: No hay palabras
mágicas, dependen del contexto.

Una recomendación para el verano: Descansar,
para recargar las pilas.

Javier Salas

Un momento para recordar en Helvetia Seguros: Al
abrir el correo con la clasificación de directores de
sucursal premiados para el viaje de Viena-Budapest.

Una meta profesional: Alcanzar en cada puesto el
máximo de mis posibilidades y del equipo.

Un/a maestro/a al que admirar: Juan Salas, mi
padre. Soy como soy porque he podido aprender
de su experiencia.

Un/a alumno/a al que enseñó: Santander, 1993, me
proponen dar clases de inglés a una niña de 3 años.

Una ciudad para trabajar: Cualquiera en la que esté
a gusto mi familia. En este caso, Madrid.

Un paraíso para descansar: Liendo (Cantabria)

Un lema en la vida: "El secreto del éxito: Trabajar"

Un libro imprescindible: Ángeles y Demonios (Dan
Brown)

Turismo de playa o de interior: Turismo de playa.

Un plato delicioso y una bebida para acompañar:
Percebes con Blanco Pescador.

Una palabra divertida: "Lejesito" de mi vida, eres
niño como yo. (Así reza mi hijo pequeño).

Una recomendación para el verano: Disfrutar de la
familia y amigos al 100%, y desconectar.

¿Cuáles son los productos y servicios más demandados por sus clientes?

Considero que autos, hogar y asistencia familiar son los productos más demandados por los clientes de nuestra compañía, pero cada vez intentamos entrar con más productos, referidos a vida, ahorro y comercio. En definitiva, pretendemos ser aseguradores globales de nuestros asegurados y, sobre todo, proporcionarles un servicio de alta calidad.

Prácticamente tratamos todos los ramos y hemos empezado a comercializar productos que estaban dormidos. Poseemos un amplio espectro de mediación y una casuística de agentes y corredores muy interesante. No obstante, los productos principales son hogar, autos, transportes, incendios, vida temporal y avería de maquinaria. Procuramos sobre todo adaptarnos a la demanda de nuestros clientes.

¿Cuáles son las claves de una buena labor directiva?

Entiendo la labor directiva como liderazgo, el cual te tienes que ganar. Para ello hay que dar ejemplo, tener una actitud positiva, ser coherente, saber escuchar y después hay que impulsar, motivar y exigir lo máximo a nuestros colaboradores, pero siempre teniendo disponibilidad para ayudarles y protegerles. Por último hay que correr riesgos y tomar decisiones. También se tiene el derecho a cometer errores.

En primer lugar, el directivo tiene que tener claros los objetivos que debe cubrir en su puesto. Con estos objetivos planteados, debe saber a dónde se dirige y cuál es la meta que desea alcanzar. Para conseguirlos debe analizar los medios a su alcance y cómo utilizarlos para llegar a ellos. Debe también conseguir la máxima cohesión y trabajo en equipo del personal a su cargo, dotándolo de las herramientas necesarias.

ENTREVISTA



20

Un economista afincado en Sevilla

Las Ciencias Económicas y Empresariales marcan la formación de Manuel Catalina, natural de la localidad tarraconense de Tortosa y padre de tres hijos. Este profesional afincado en Sevilla es aficionado al cine, a la lectura, a montar en bicicleta y a jugar al pádel y, antes de pertenecer a Helvetia Seguros fue profesor de Economía Política.

Manuel Catalina ingresó en la compañía en 1987 como titulado del Departamento Técnico-Reaseguro y accedió a su puesto actual en septiembre del año pasado, como responsable de Particulares No Vida y Reaseguros en Sevilla.

¿Cómo ha cambiado el perfil medio del asegurado desde que iniciaron su actividad en Helvetia Seguros hasta ahora?

Tengo que afirmar que el asegurado es cada vez más exigente. Te solicita que le soluciones sus problemas bien y en el menor tiempo posible. Además, cada vez conoce mejor sus derechos.

El segmento al que nos dirigimos, básicamente es el mismo, aunque se nota un mayor conocimiento por parte de los clientes y una mayor exigencia en la resolución de problemas de emisión, siniestros etc.

¿Cómo ha evolucionado el 'know how' en la compañía?

En estos últimos 20 años nuestra compañía ha dado un cambio absoluto en lo que se refiere a la tecnología y a los procesos. Hay que reconocer que la información que tenemos ahora era impensable cuando comencé a trabajar en este sector de los seguros. También ha cambiado en este tiempo la manera de comunicarnos.

Aquí tenemos una ventaja que hemos sabido aprovechar. Al provenir Helvetia Seguros de la fusión de tres sociedades, cada una ha aportado sus experiencias y desarrollo de productos y mercados. Además, debemos tener en cuenta su ubicación geográfica, lo que ha permitido conocer mercados puntuales, que hemos ido asimilando y explotando.

La unión hace la fuerza. ¿Qué importancia conceden en su actividad profesional al trabajo en equipo?

No entiendo esta profesión sino como un trabajo en equipo. El equipo debe comprender e identificarse con los objetivos que queremos alcanzar, no solamente dentro de su departamento, sino también con las demás áreas de la compañía debe de existir cooperación, así como apoyo mutuo y la capacidad de estar preparados para resolver conflictos cuando haya intereses contrapuestos.

Es fundamental; por experiencia propia. Puede llegar un momento en el grado de saturación en tu equipo por la carga de trabajo, que una mala gestión de los recursos llevaría a la rotura de la cadena y del servicio que se presta a clientes y mediadores. La participación en todas las acciones, el empuje en conjunto y la resolución cohesionada de problemas conduce al éxito, lo contrario es un fracaso seguro. Me congratulo de tener un excelente equipo comercial y administrativo.



En un contexto económico globalizado como el que se respira hoy, ¿hacia dónde apuntan las tendencias del sector asegurador?

El sector está experimentando importantes transformaciones y cambios. Hay un proceso de globalización, de integración en unidades cada vez mayores, pero por otro lado hay un proceso de intentar diferenciarse del resto con una personalidad propia. Estamos en un mercado cada vez más duro. Los nuevos modelos de comercialización y primas, con menos margen de beneficio, nos van a exigir estar siempre en continuo cambio y ser los mejores, para poder alcanzar los objetivos. Al final quedarán compañías de todos los modelos y tamaños, pero sólo las mejores.

El sector asegurador tiende a concentrarse cada vez más en poder de las grandes compañías, y en grandes cuentas de agentes afectos y corredores. Tiende a desaparecer el pequeño mediador con dedicación semiprofesional, y algo que nos debe preocupar y que tenemos que corregir poniendo los medios necesarios es la mayor presencia día a día de las entidades bancarias en nuestro sector. También debemos aprovechar la oportunidad que se nos presenta en el mercado de extranjeros, que tiene una mayor presencia día a día en nuestro país.

Comparten la afición por el deporte. ¿Qué les aporta esta actividad y qué valores deportivos pueden ser extrapolables a su responsabilidad profesional?

Creo que la responsabilidad, la autodisciplina y la perseverancia son valores importantes que se pueden extrapolar del mundo de los deportes a nuestras responsabilidades profesionales de cada día en la compañía, pero, sobre todo, la experiencia vivida en este tiempo me ha enseñado que hacer un equipo y trabajar en equipo son dos cuestiones totalmente distintas y que esto solamente funciona si tu equipo trabaja en equipo, es decir, si los profesionales trabajan apoyándose mutuamente.

Todos son extrapolables, de hecho puede compararse al baloncesto: en todos los equipos hay un 'crack' que da la cara, además de un tipo no demasiado fino con el balón, aunque aguerrido en la defensa. También alguien que parece muy bueno y no resuelve nada y un tipo que no cae bien, pero que da la cara en los momentos difíciles y es muy rentable para el conjunto. Podemos poner innumerables ejemplos con un solo fin: si el equipo no trabaja en conjunto, podemos salvar un partido, pero nunca podremos ganar la liga.

Para ustedes, Helvetia Seguros es...

Helvetia Seguros me ha enseñado todo lo que sé en seguros y me ha permitido desarrollarme profesionalmente y también personalmente. Por las horas que dedico podría decir que es como una segunda casa.

Helvetia Seguros es una gran compañía internacional, con gran accesibilidad, y que debe dar unos resultados inmejorables en los próximos años, por tamaño, operativa y sobre todo por sus valores humanos.

Un directivo que admira a su padre

El director de la sucursal Madrid B de Helvetia Seguros ingresó en la compañía en 1996 y desempeña este cargo desde 2004, ocupando anteriormente la dirección de la sucursal en Santander en 1997 y Valladolid en 2002. Este directivo, que admira las enseñanzas de su padre, está casado y tiene dos hijos, a los que dedica su tiempo libre. Además de su familia, sus aficiones son la pesca y el fútbol.

Javier Salas ha cursado estudios en Dirección y Administración de Empresas y tiene un Master en Dirección de Pymes. Su meta profesional es alcanzar el máximo de sus posibilidades y del equipo que dirige.

REPORTAJE

22



La dirección del futuro

Cambio de testigo en la cúpula del Grupo Helvetia

El Grupo Helvetia pretende seguir avanzando. Y quiere hacerlo garantizando la continuidad de su sólido modelo empresarial y también ganando en dinamismo y competitividad. El relevo de Erich Walser como CEO, que será sustituido por Stefan Loacker, y de Roland Geissman como CFO, que ha sido reemplazado por Paul Norton el pasado 1 de julio, supone la materialización de un cambio generacional en la cúpula de Helvetia, que debe entenderse como un avance hacia la consolidación de las metas estratégicas del grupo. El crecimiento rentable sigue siendo la consigna.



Continuidad y mayor dinamismo. Ésas son las claves de los relevos que están a punto de producirse al frente de la Dirección del Grupo Helvetia, con los que se reforzarán los pilares de solidez y solvencia de este gran grupo asegurador con presencia en los principales mercados europeos.

El cambio en el más alto cargo ejecutivo se producirá a principios de septiembre, cuando el presidente del Consejo y CEO del Grupo Helvetia, Erich Walser, abandone definitivamente su cargo de CEO, después de que haya renunciado a él hace algunos meses. Con esta salida, Erich Walser pondrá un espléndido broche final a un doble mandato, en el que, durante más de tres años, ha ocupado simul-



táneamente los cargos de presidente del Consejo y CEO.

Su sucesor es Stefan Loacker, que hasta la fecha había ejercido como CEO de Helvetia Austria. Un perfil joven (tiene sólo 37 años), con una sólida cultura de Helvetia, y con un profundo conocimiento del sector. Junto a Erich Walser, abandona la dirección del Grupo Roland Geissmann, CFO (director financiero) y adjunto al CEO, que se suma así al proceso de sucesión que el grupo venía planificando desde hace tiempo.

Estos cambios suponen la materialización de un relevo generacional en la cúpula de Helvetia que debe entenderse como un avance hacia la consolidación de las metas estratégicas del grupo, a través de una política de gestión continuadora de la anterior etapa que, sin embargo, no renunciará a apostar por nuevas líneas de actuación que impriman un mayor dinamismo y competitividad al holding asegurador.

De hecho, la salida de Erich Walser, la principal cabeza visible del grupo Helvetia, será sólo parcial, ya que continuará al frente de la presidencia del Consejo, desde donde se encargará de garantizar la continuidad de la exitosa estrategia adoptada por la empresa y se volcará en otras funciones importantes del Consejo de Administración.

REPORTAJE



STEFAN LOACKER

Un extraordinario experto en seguros

Stefan Loacker, licenciado en Economía por la Universidad de St.Gallen HSG, Suiza, se incorporó en 1997 a la entonces denominada Helvetia Patria en St.Gallen, después de trabajar durante tres años en Rentenanstalt/Swiss Life, en el departamento de planificación, controlling y desarrollo de grupos empresariales. Al principio ocupó el cargo de asistente en el equipo de la Dirección. Más adelante fue director de Ressort Business Development, período durante el cual trabajó intensamente para desarrollar la estrategia del Grupo y dirigió diferentes proyectos de M&A tanto en Suiza como en el extranjero. En 2002, Loacker fue nombrado CFO y miembro del Comité de Dirección de Helvetia Austria y contribuyó notablemente a llevar a cabo grandes cambios en la orientación de la empresa. A principios de 2005 fue elegido CEO de Helvetia Austria. Este austriaco, natural de Vorarlberg, finalizó sus estudios en la prestigiosa universidad suiza de St.Gallen y se especializó en gestión de riesgos y seguros. Con Loacker toma el relevo de la Dirección un extraordinario experto en seguros y miembro de la propia empresa, que impulsará la implementación de la estrategia 2010 del Grupo Helvetia, aportando eficiencia y continuidad.



En una entrevista reciente, realizada a tres bandas, con Erich Walser, Roland Geissmann y Stefan Loacker, el primero valoraba el cambio de CEO como una oportunidad para el grupo. "Helvetia –explicaba– está en el momento ideal para llevar a cabo un cambio de esta índole, ya que ahora más que nunca es una empresa sana y solvente". "El nuevo CEO –continuaba– traerá nuevos bríos a la compañía, y yo, como presidente del Consejo, seguiré garantizando la continuidad. Se trata de un modelo óptimo".

Muchos méritos y cualidades avalan al nuevo CEO. En palabras del propio Walser, es un perfil con personalidad, capacidad directiva y alto nivel de competencia profesional. "Encarna los valores de nuestra empresa, es creíble y tiene el carácter adecuado para poder llevar a cabo una gestión de éxito", explica, para a continuación definir su estilo de gestión: "Es una mezcla entre capacidad de análisis y de gestión, con un gran sentido del valor y el respeto mutuo".

No menos méritos que los que acumula el CEO saliente. En sus casi 16 años como director general, Erich Walser ha sido sin duda uno de los hombres más decisivos en el desarrollo del grupo. Su sucesor lo define como una persona "con un gran sentido práctico,



una profunda experiencia en la gestión y dirección y una alta capacidad para tomar decisiones”.

Frente a sí, Stefan Loacker tiene un gran reto, que asume con responsabilidad: la de mantener e incluso mejorar el listón dejado por Erich Walser. “Estamos obligados –explica el nuevo CEO– a continuar el óptimo trabajo desarrollado por los predecesores y a seguir mejorando”. Tres son, a corto-medio plazo, los grandes objetivos del grupo: primero, afianzar al nuevo CEO; segundo, la implantación y consolidación del nuevo CFO; y tercero, garantizar el pleno cumplimiento del Plan Estratégico 2007-2010. En un plano más referido al negocio, y a juicio de Stefan Loacker, “debemos ser capaces de imponernos con mayor claridad y decisión en los seguros de Vida, mientras que en los seguros de No Vida hay que mantener la rentabilidad, reducir la tasa de costes y ampliar nuestra competencia técnica”.

Roland Geissman, el CFO saliente, cree firmemente en la necesidad de apostar por la innovación. “No podemos limitarnos –sostiene– a seguir el filón de las operaciones aseguradoras tradicionales. Las exigencias han cambiado y también Helvetia debe evolucionar en esta dirección”. Es por ello por lo que, a su



ERICH WALSER

Una influencia decisiva para la compañía

En sus casi 16 años como CEO del Grupo Helvetia, Erich Walser ha influido notablemente en el desarrollo de la aseguradora suiza. Durante su mandato tuvo lugar la exitosa fusión de las dos empresas Helvetia y Patria en el año 1996, que se convirtieron en el actual Grupo Helvetia. Walser continuará en activo como presidente del Consejo y seguirá centrando sus esfuerzos en mantener el éxito y la buena imagen de Helvetia. Además, se dedicará a otras tareas en el marco económico, sobre todo como miembro del Consejo de Administración. Walser compaginará esta actividad con la presidencia de la Asociación de Aseguradoras de Suiza (SIA), cargo al que ha accedido recientemente. El CEO saliente ya venía ejerciendo como vicepresidente de este organismo desde hace algunos años.

juicio, “la alternancia llega en el momento justo: un nuevo equipo directivo abrirá nuevos caminos”.

En cualquier caso, todo planteamiento de cambio debe partir de la premisa establecida en el Plan Estratégico 2007-2010, y que apunta al crecimiento rentable. “Aspiramos –explica Loacker– a consolidar un crecimiento sostenible, duradero y rentable. No queremos crecimen-

REPORTAJE



ROLAND GEISSMAN

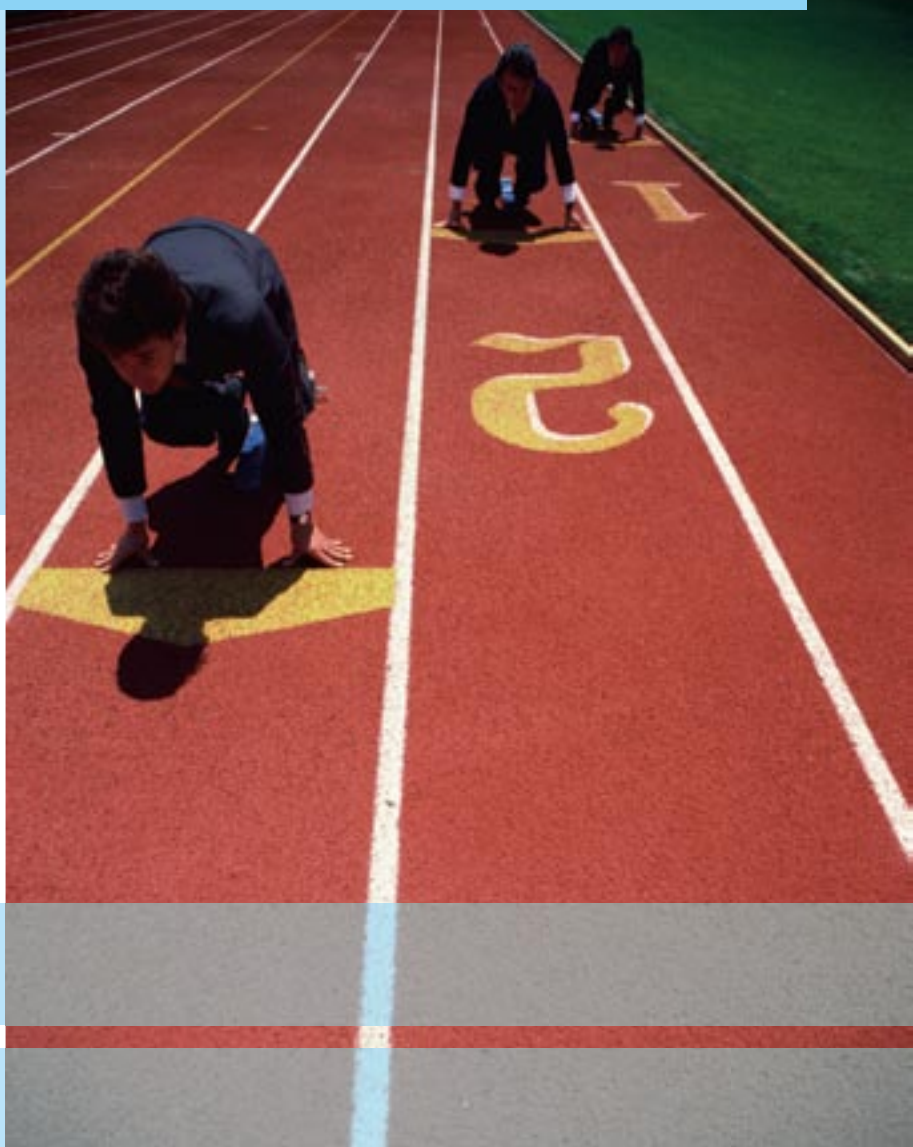
La entrega de un veterano

Roland Geissmann, CFO y adjunto al CEO del Grupo Helvetia, tras más de 20 años ocupando diferentes cargos de dirección en la anterior Patria y la actual Helvetia, ha decidido abandonar su cargo a mediados del año 2007. Roland Geissmann impulsó notablemente el desarrollo de la empresa en los años posteriores a la fusión de Helvetia y Patria, tarea a la que se entregó de forma extraordinaria con grandes resultados. En esta siguiente etapa, tiene previsto abandonar sus funciones de forma paulatina para volver a dedicarse al asesoramiento de empresas y a tareas relacionadas con el Consejo de Administración.

26

tos espasmódicos". Erich Walser señala a los seguros de Vida como el mercado de crecimiento por excelencia: "La población envejece y la confianza en las instituciones sociales se debilita cada vez más". Loacker, por su parte, no renuncia a crecimientos en No Vida: "El mercado de la previsión encierra un enorme potencial, pero entreveo óptimas posibilidades en las operaciones de No Vida. En su discurso ante la Junta General Anual celebrada a comienzos de mayo, Erich Walser daba pistas sobre las perspectivas de futuro del grupo y sobre el planteamiento estratégico de cara a los próximos años. "Helvetia —explicó— debe continuar teniendo éxito en el futuro. Sólo aquellas compañías con éxito de forma sostenida pueden sobrevivir a largo plazo. Lo sabemos. Nuestra nueva estrategia se centra en un crecimiento rentable, un motivado equipo directivo y la confianza de más de dos millones de clientes, que nos deben hacer luchar por la confianza de nuestros accionistas".

Con presencia en Suiza, Alemania, Austria, Francia, Italia y España, el Grupo Helvetia se ha afianzado como uno de los más solventes del sector asegurador en Europa. Durante 2006, el Grupo aumentó su beneficio neto en un 40,4% con respecto a 2005, situando la cifra global en 423,8 millones de francos suizos.



¡¡ Participa !!

Sección de participación interna

¿Dónde pasas estos días? ¿Prefieres jugar en la playa o pasear por el campo? ¿Te gusta viajar, leer, observar la naturaleza, salir con tu familia y tus amigos? ¿Eres de los que no salen de la piscina hasta que tienen los dedos arrugados? Si tienes madera de artista, te invitamos a que nos cuentes tu verano en colores. Coge tus lápices, rotuladores o la herramienta que necesites y

¡PINTA TUS VACACIONES!

Puedes participar en este concurso si eres menor de 15 años y alguno de tus padres trabaja en Helvetia Seguros. Sólo por enviarnos tu dibujo recibirás un lote de tebeos y si ganas podrás obtener el juego de videoconsola que elijas. ¡Ánimate y cuéntanos tus vacaciones en colores! ¡Te invitamos a disfrutar del verano!

Envía tus originales a:

Departamento de Comunicación y Publicidad.

A/A Carmen Caballero

Paseo de Cristóbal Colón, 26. 41001 SEVILLA

También puedes mandarlo por correo electrónico a:

carmen.caballero@helvetia.es



en buena compañía con...

Rafael Gordillo Vázquez
ex futbolista y empresario

Rafael Gordillo Vázquez (1957, Almendralejo) es un personaje inclasificable. Su vida como futbolista está llena de gestas, y como empresario no le ha ido nada mal. Buen amigo de sus amigos, afable y dotado de una gracia natural, vino a Sevilla y volvió para quedarse. Desde hace años confía en Helvetia Seguros, compañía con la que le unen estrechos vínculos de simpatía y amistad. En esta entrevista explica las claves de su relación con nuestra aseguradora.

“Te sientes seguro con Helvetia por su impresionante forma de trabajar”

¿Qué grado de confianza le merece Helvetia Seguros?

Toda. Me aporta una estabilidad que valoro mucho, porque me transmite tranquilidad. Es el mismo sentimiento que comparto como directivo del Écija S.A.D., con quien Helvetia Seguros también colabora a través de su patrocinio. Además, hemos establecido una buena relación de amistad con la compañía, fruto de una gran sintonía.

Como directivo del Écija Balompié, ¿se plantean nuevas líneas de colaboración con Helvetia Seguros?

Se está trabajando para llegar aún más lejos. Si conseguimos que el equipo alcance puestos más altos, tendremos la posibilidad de crecer aún más y se generarán recursos con los que lograr fortalecer a la entidad y al equipo.

El dinamismo es un valor importante en una compañía de la dimensión de Helvetia Seguros. ¿Comparte esta meta en su labor como empresario y como directivo de un club de fútbol?

Está claro que el papel de nuestro trabajo es distinto al de los profesionales de Helvetia Seguros, pero sí hemos conocido a un equipo directivo y ejecutivo con ganas, joven y deseoso de hacer cosas. Es una cuestión fundamental.

Ha sentado cátedra como uno de los defensas más solventes de la historia reciente del fútbol español. Uno de los grandes valores, si no el principal, de un buen defensa es la seguridad. ¿También mantiene ese principio en su vida cotidiana? ¿Cree que Helvetia Seguros proporciona esa seguridad?

Sí, totalmente, porque Helvetia Seguros es una aseguradora importante, con nombre, con buenos profesionales y que sigue creciendo. Además, te sientes seguro con esta aseguradora por su impresionante forma de trabajar.



La leyenda de un futbolista único

El “Gordo”, como le conocen los que lo quieren bien –que, dicho sea de paso, no son pocos-, hizo historia como uno de los mejores laterales zurdos de la selección nacional, si no el mejor de todos ellos. Especialmente dotado para el centro del área, siempre fue un jugador de gran velocidad y entrega. En sus tiempos como jugador, primero del Betis, más tarde del Real Madrid, finalmente otra vez del Betis –equipo por el que siente devoción-, logró convertir su imagen en un icono gracias a sus características medias caídas, que se pasearon con gloria por cinco campeonatos de liga madridistas y por numerosos encuentros internacionales (estuvo, entre otras citas, en Argentina 78, España 82 y México 86).

Hoy reside en Sevilla, y forma parte del equipo directivo del Écija Balompié, equipo donde curiosamente jugó la última temporada de su historia, en el año 1996. Su contribución fue decisiva para lograr el ascenso de este club



a segunda división. Desde entonces, sigue muy unido a este club, así como al Betis y al Madrid, a los que le une un estrecho vínculo sentimental. Además de ex gloria del fútbol, Gordillo es un próspero empresario del sector de la automoción, gracias a una fructífera y atípica unión con el futbolista Nimo, un histórico del Sevilla F.C.

Rafael Gordillo es una persona muy conocida en Sevilla. Cultiva amistades en cada esquina, y es querido y respetado a partes iguales, no sólo por los amantes del deporte balompédico, sino en general por todo el que ha tenido ocasión de pasar un rato con él. Buen conversador, dotado de gracia natural y cargado de nobleza, el “Gordo” es desde hace años un cliente fiel de Helvetia Seguros, empresa a la que conoce sobradamente no sólo por la confianza que deposita en nosotros, sino también por los vínculos que nos unen con el Écija Balompié.

¿Cuáles son el defensa y el delantero más ‘seguros’ que ha conocido en su trayectoria profesional?

El delantero, Hugo Sánchez, porque fue el goleador más efectivo de cuantos he visto. Como defensa, Migueli, del Barcelona.

¿Qué diferencias esenciales encuentra entre la estructura empresarial del fútbol de su época y la actual?

La diferencia a mayor escala la marcó la entrada en el mundo del fútbol de las televisiones y los patrocinadores. Antes, el club dependía de las taquillas, de las quinielas, de algún título europeo que se consiguiera y de una publicidad esporádica. Hoy día se ha potenciado mucho la venta de camisetas, el marketing en general, y todo eso ha provocado que se multiplique la inversión.

En un mercado global, con un fútbol tan profesionalizado, ¿qué futuro empresarial y deportivo les espera a los

equipos modestos?

Creo que si alguien con recursos y dinero se mete en algún club se tendrán menos problemas para crecer, o al menos mantenerse. Pero los equipos normales, en los que no hay grandes inversores, lo pasan mal, se depende de espónsores locales y de las instituciones, que a veces no se terminan de implicar del todo. Categorías como la Segunda B son deficitarias.



¿Cuáles son las señas de identidad del Écija y cuáles son sus objetivos para mejorar resultados?

Cuando este equipo de trabajo entró en el club diseñamos un proyecto para 4 o 5 años, para crecer poco a poco, y en ese intervalo intentar dar el salto y meterlo en Segunda A. Desde luego, nunca renunciamos a nada pero, paso a

paso y con los pies en el suelo, vamos a ir a por ello. Pero teniendo en cuenta que contamos con un presupuesto bastante inferior que otros muchos equipos. Por eso es importante que empresas fuertes y las instituciones nos ayuden.

ENTREVISTA

"Me satisface trabajar en una empresa seria y con un gran futuro"

CARLOS CAPILLA, AGENTE DE
HELVETIA SEGUROS EN MÁLAGA



30

El hecho de "ser uno mismo" cobra especial importancia al definir las cualidades imprescindibles que requiere la profesión de agente de seguros. Desde Málaga, Carlos Capilla nos relata su experiencia y su compromiso con Helvetia Seguros, sin dejar atrás el valor del contacto directo con los clientes y las perspectivas de futuro en un sector que "crece cada vez más" en esta provincia, según constatan sus palabras.

¿Qué satisfacciones le proporciona trabajar en Helvetia Seguros como agente?

Aparte de poder desarrollarme profesionalmente y trabajar para una gran empresa, sería y con un gran futuro, me satisface tener la oportunidad de estar en contacto directo con los clientes, con personas de distinta condición y formas de vivir. Se aprende mucho escuchándoles. Y a su vez, me gusta tener la oportunidad de aconsejarles y ayudarles en todo lo relacionado con el mundo del seguro.

Usted cambió la dirección de administración de una promotora por la venta de seguros. Con el paso de los años, ¿cómo valora las ventajas de aquella decisión profesional?

Considero que acerté en la decisión. Antes de tomarla, lo pensé mucho, había sufrido la crisis de 1991 y mi pensamiento era poder trabajar y que mi trabajo no tuviera que depender al final de si la empresa iba bien o mal. No sé a ciencia cierta como opté por la rama del seguro, pero era una de las que valoré y al final me decidí por ella. Fueron muchas las críticas y comentarios negativos que tuve al principio, tanto dentro del sector asegurador como fuera, y en mi propio entorno familiar. Pero decidí apostar por ello fuerte y seguro, y con la ayuda indescriptible de mi esposa conseguí lo que buscaba.

Málaga es una provincia que se caracteriza por su dinamismo económico. ¿Qué perspectivas ofrece para el sector asegurador?

Muchas. Debido a su gran actividad económica -rica aunque no variada- la oferta de seguros de vehículos, de hogar, comunidades, comercio y pymes va en aumento, no así en cuanto a industria y grandes empresas, que no las hay. Y por ello, como en otros lugares, la competencia aquí es brutal, y la mayoría de las veces desigual. Tanto por la cantidad de publicidad que se invierte por parte de algunas aseguradoras

como por la calidad de los seguros que se ofrecen, no porque las pólizas de algunas entidades aseguradoras sean malas, sino porque se ofrece precio y no producto, llevando a un cierto engaño a los clientes.

¿De qué modo ha penetrado esta actividad en el mercado malagueño y cómo ha ido creciendo la compañía desde el año de su ingreso, 1996?

La actividad aseguradora en Málaga ha ido aumentando y crece cada vez más, gracias al aumento del poder adquisitivo de la población. Desde 1996, año de mi incorporación, observo que los clientes son menos reacios a la adquisición de algunos de nuestros productos que antes costaba más trabajo vender.

Málaga es también una provincia con una población muy heterogénea, ¿cuál es el perfil medio del asegurado de Helvetia Seguros?

Así es, esta provincia es cada día más heterogénea. En cuanto al perfil medio del asegurado de Helvetia Seguros, depende mucho de la zona en concreto, pues cuando hablamos de la provincia de Málaga, nada tiene que ver el cliente de la capital malagueña con el de Marbella o Fuengirola, ni tampoco con el de Vélez Málaga, por ejemplo. El perfil medio del asegurado de Helvetia Seguros va sobre todo en función del agente que contactó con él. Por tanto, puede decirse que existe heterogeneidad según las zonas de la provincia y los agentes. Normalmente el asegurado de Helvetia Seguros es fiel a su agente, ya que éste es un profesional y pone su mayor esfuerzo para que esté con nosotros.

¿Cuáles son los principales servicios demandados por sus clientes?

Para empezar, no estaría bien que olvidara lo que siempre dicen: "que salga lo más barato posible". Después de esta frase típica, que se oye en toda España, los clientes demandan, por una parte, que se les informe bien, profesionalmente y sin historias. Por otra, piden que, ante una póliza de seguros bien hecha, cuando haya que utilizarla por cualquier siniestro que ocurra, el servicio de reparadores, peritos y tramitadores sea el mejor y el más rápido posible.

La fidelidad a la empresa es una de sus señas de identidad. ¿De qué modo le reconforta este compromiso con Helvetia Seguros?

Gracias por el elogio. Uno tiene que trabajar todo el día, con más o menos problemas, y lo que sí debe tener claro, es que detrás de uno hay personas que forman una empresa, que sabes que siempre te van a ayudar y apoyar. Esto es muy importante. Yo me comprometo con Helvetia Seguros, y quiero que Helvetia Seguros se comprometa conmigo. Ambos formamos lo mismo: una empresa. Un agente de seguros, con la nueva Ley, tiene que sentirse uno más de la empresa, y no alguien que va y viene, deja solicitudes, vende, pero no tiene más vinculación. ¡Eso era en otros tiempos! Tanto los agentes de seguros exclusivos como Helvetia Seguros tienen que fundirse en uno si quieren estar en el mercado y ser fuertes, compitiendo con los demás. Sólo de esta manera se puede alcanzar el éxito.

Dibuje en palabras el futuro de Helvetia Seguros en Andalucía.

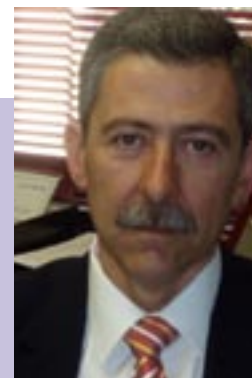
Helvetia Seguros en Andalucía tiene un gran camino hecho, pero por desgracia no puede pararse ahí. Creo y confío en que va a seguir creciendo a buen ritmo, utilizando una buena política de Marketing, y con buenos productos. Los agentes de seguros estamos aquí para seguir luchando por la compañía y seguir incrementando nuestras ventas.

Su meta es tener a medio plazo una cartera que ronde los 500.000 euros. ¿Cómo piensa conseguirlo?

Es una meta dura de conseguir. Realmente es muy difícil, pero hay que seguir luchando, y a medio plazo sería bonito poder conseguirla. ¿Cómo? Pues más o menos como hasta ahora, con mucho esfuerzo, dedicación, y sobre todo con profesionalidad; aquí no valen trucos ni atajos falsos. Se requiere mucho trabajo, dedicación y colaboración desde todos los ámbitos que uno pueda conseguir.

¿Cuáles son, a su juicio, las grandes fortalezas de Helvetia Seguros en relación con otras compañías?

Las fortalezas de Helvetia Seguros, a mi juicio, son las que debe tener cualquier gran empresa que se precie, las que se basan en un buen equipo humano. Todas las entidades aseguradoras pueden tener hoy día buenas pólizas, los mejores equipos y procesos informáticos, etc., pero lo que no tienen ni pueden tener todas es un personal que sea eficiente, profesional y humano. Que el trato entre ellos no sea solamente entre números o claves, sino entre personas.



Una dedicación "fuera de lo común"

Desde la dirección de la sucursal de Málaga se destaca la fidelidad de Carlos Capilla, una dedicación "fuera de lo común" y una destacada implicación en el día a día de la compañía en la provincia de Málaga. Este agente de seguros está casado y tiene dos hijos e ingresó en la compañía en 1996. Hoy cuenta con una cartera de 653 pólizas, por valor de 308.000 euros, que espera seguir incrementando con su esfuerzo diario.

El Mediterráneo saborea la Copa América

‘Benvingut’. Bienvenido a Valencia. Esta ciudad es un hervidero de tradición e innovación, mecido por la luz mediterránea, que vive con intensidad la Copa América de Vela entre abril y julio de 2007. Helvetia Seguros está presente con dos sedes en esta ciudad, que vibra con la trigésimo segunda edición de este evento deportivo y que ha mejorado sus infraestructuras para ser foco de atención internacional de regatistas y aficionados a este deporte. De hecho, la Convención Anual de Directores de nuestra compañía este año tendrá como escenario esta pujante ciudad.



Poco a poco. Sin prisa y con toda la pausa trepidante que requiere una competición deportiva. Así está saboreando el Mediterráneo y, concretamente, Valencia, la trigésimo segunda edición de la Copa América. Regatistas y aficionados a este deporte se dejan acariciar por la brisa mediterránea y la personalidad de un 'mar entre dos tierras', para vivir con especial intensidad la competición de vela más prestigiosa del mundo.

Y Helvetia Seguros comparte la pasión por innovar de esta urbe, en la que la compañía aseguradora está presente con dos sedes y una plantilla de once personas y donde se celebrará la Convención Anual de Directores de este año, en una tierra mediterránea y cosmopolita que ha preparado concienzudamente su participación en la Copa América desde su designación como ciudad sede de este evento deportivo, el 26 de noviembre de 2003.

La fiabilidad de sus condiciones meteorológicas y la idoneidad de sus aguas para la navegación han sido dos de los factores para la designación de Valencia como sede de la Copa América de Vela.

La fuerza de los elementos

La superación, la sana competitividad y la sed de victoria son señas de identidad de este evento deportivo, cuyo desfile inaugural congregó a más de 20.000 asistentes el pasado mes de abril en Valencia. Su Alteza Real la Infanta Doña Elena y Jaime de Marichalar presidieron el acto desde el Foredeck Club -en el edificio 'Veles et vents' del Port America's Cup- junto al presidente de la Copa América, Michel Bonnefous, el presidente de Louis Vuitton, Yves Carcelle, además del ministro de Administraciones Públicas, Jordi Sevilla; el presidente de la Generalitat Valenciana, Francisco Camps; la alcaldesa de Valencia, Rita Barberá, y la primera ministra de Nueva Zelanda, Helen Clark.

La gala preparada por el director artístico Christophe Berthonneau entrañaba la esencia de esta competición, aderezada con 450.000 vatios de luz, 100 generadores de llamas, 20 kilómetros de guirnaldas luminosas, fuegos artificiales de 500 metros y 40 haces de luz con un alcance de cinco kilómetros de altura. Todo ello para acompañar un recorrido por los cuatro elementos que simbolizan esta competición: el agua o seno de este deporte, el aire o viento que impulsa las embarcaciones, el fuego como sinónimo de la lucha de los equipos y la tierra por la universa-

lidad de esta Copa, en la edición más internacional de su historia.

Tras esta gala comenzaba la VII Copa Louis Vuitton, en el contexto de la trigésimo segunda Copa América, impulsada por la Sociedad Náutica de Ginebra, que ha creado AC Management como autoridad or-





ganizadora del evento. En la actualidad, este club náutico –fraguado en 1872 como espacio de asueto ginebrino para la burguesía y la aristocracia– cuenta con más de 3.000 miembros activos y se erige como la asociación de estas características más influyente de Suiza.

En cifras

La Copa América –Copa Louis Vuitton y el America's Cup Match– se desarrolla desde el pasado mes de abril hasta el próximo 7 de julio y, según refleja un estudio del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, tendrá un impacto económico que excederá los 6.000 millones de euros y supondrá un claro impulso para el sector náutico, además de la proyección internacional de la ciudad que conlleva el desarrollo de este evento, retransmitido por más de 30 canales de televisión de todo el mundo y en el que participan equipos de los cinco continentes.

A estas cifras hay que sumar las de Port America's Cup, la infraestructura que alberga este evento. Este recinto, situado junto a la playa de La Malvarrosa, cuenta con 550.000 metros cuadrados de agua y 500.000 de tierra. Uno de sus espacios con mayor

envergadura es la marina exterior, con dos diques de dos kilómetros de longitud que forman la bocana de entrada y permiten el amarre de unas 700 embarcaciones a lo largo de las marinas norte y sur, según se indica desde el Consorcio Valencia 2007, encargado de remodelar la dársena interior del Puerto de Valencia para convertirla en el enclave idóneo para esta competición.

Y esto es sólo el principio...

'Believe in me' es el título de la canción oficial de la trigésima segunda edición de la Copa América de Vela, versión de la exitosa 'No me crees' del grupo Efecto Mariposa. La fe y la confianza que emanan de este tema van ligadas al espíritu deportivo de una competición que ha 'subido el volumen' de la suculenta oferta de ocio, cultura y deporte de Valencia.

Y esto es sólo el principio. Terminadas las obras en el Port America's Cup para la celebración de este evento, el Consorcio Valencia 2007 ha seleccionado dos proyectos que se unirán para crear la Marina Real Juan Carlos I cuando concluya este acontecimiento, un proyecto urbanístico que enriquecerá la estela que deje esta competición internacional de vela.

Un bocado de tradición e innovación

Valencia es un hervidero de ideas, sabrosas tradiciones e innovación. El álbum de los sentidos de esta tierra nos invita a disfrutar de la luz pictórica plasmada en las pinceladas de Joaquín Sorolla y de la caricia de la piel de una naranja, mientras el arroz se socarra en una paella, a punto para el deleite del paladar, y los oídos ponen a prueba su resistencia en plena fiesta, en una jornada de petardos y fallas, en medio del arte, del humor y de un fuego que crepita, devora y renueva.

Por otra parte, el mar se abre paso, a uno y otro lado de la costa, en medio del Mediterráneo o en el Oceanográfico de la Ciudad de las Artes

y las Ciencias de esta ciudad, un gran complejo para la divulgación diseñado por el arquitecto valenciano Santiago Calatrava. Es sólo un ápice de la vanguardia de esta ciudad, un gran espacio abierto que se erige en el antiguo cauce del Turia, con una superficie de 350.000 metros cuadrados. Este enclave cultural ofrece múltiples posibilidades de ocio, cultura e investigación científica al espectador, que puede disfrutar exposiciones como la dedicada al Titanic, que recoge desde objetos originales a la historia del buque y recreaciones de camarotes y de la gran escalinata de proa, entre otros espacios.





Pamplona.

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO INFORMÁTICO

La receta de una buena comunicación

El trabajo en equipo es un plato fuerte del menú de presentación del Departamento de Desarrollo Informático de Helvetia Seguros, repartido entre Sevilla, Madrid y, sobre todo, Pamplona. Su responsable, Marta Aldaz, relata la trayectoria y las novedades de este grupo profesional integrado por 22 personas, comprometidas con una clara vocación de servicio

Una alta dosis de sintonía, una evolución constante y un esfuerzo continuo desde el trabajo conjunto son los ingredientes principales de la 'receta' organizativa del Departamento de Desarrollo Informático de Helvetia Seguros, caracterizada por el desarrollo de una buena comunicación. Este mes entramos en la 'cocina' de un equipo que tiene su 'centro de operaciones' en Pamplona —donde trabajan 15 profesionales—. El departamento cuenta además con 5 profesionales en la sede de Sevilla y con 2 en la de Madrid.

La matriz a la que pertenece Desarrollo Informático es la Dirección de Sistemas de Información de esta compañía aseguradora, que se completa con los departamentos de Proyectos e Innovación de Sistemas, Sistemas Informáticos, Innovación Tecnológica y Servicio a Usuarios.

De este modo, el trabajo que se desarrolla en el

departamento —en palabras de su responsable, Marta Aldaz: "está absolutamente ligado y apoyado por el resto de departamentos de esta Dirección".

La función principal de Desarrollo Informático estriba, según expone, en "dar soporte y proveer a toda la organización de aplicaciones y herramientas adecuadas para el buen desarrollo de su trabajo". Alude así a la creación de "nuevas aplicaciones así como a la evolución de las actuales, siguiendo el plan de sistemas aprobado por la dirección de la compañía".

La vocación de este departamento reside en "dar servicio a todos nuestros usuarios", desde la dirección de la compañía a los empleados de las distintas áreas, entidades externas, mediadores, profesionales, clientes e incluso al propio Área de Sistemas de Información. Y esto supone desde



Sevilla



Madrid

“la evolución constante de las aplicaciones en funcionalidad y tecnología” a “la búsqueda y estudio de soluciones existentes en el mercado” según los requerimientos de los usuarios. También remite a “la interlocución con proveedores externos con el objeto de conseguir la integridad y comunicación entre las diferentes plataformas de desarrollo”.

La evolución informática en Helvetia Seguros

La evolución en el desarrollo informático en la compañía “ha sido muy importante, debido a la irrupción de las nuevas tecnologías y, por lo tanto, de nuevos usuarios y necesidades”, según relata Marta Aldaz. En la actualidad, “se está ultimando el Plan Estratégico de Sistemas 2007-2010”, que supondrá la planificación de todos los proyectos de la compañía según las prioridades marcadas por la Dirección para los próximos 4 años.

Este equipo cuenta con dos plataformas de desarrollo: “la de desarrollo tradicional sobre i-Series con lenguajes de programación tradicional y la de desarrollo Java

sobre arquitectura J2EE”. Este último, según explica, está “en aumento, debido a la evolución tecnológica de las aplicaciones”. Apunta además la existencia de equipos especializados según sus conocimientos, que nos permiten un desarrollo más eficiente y ágil de aplicaciones, por ejemplo, grupo de vida, emisión, siniestros, reaseguros, contabilidad, estadísticas, así como en aplicaciones de terceros, tales como SAP Financiero o Data Warehouse, Filenet, etc.”

Este devenir de aplicaciones requiere “una clara apuesta de formación”, fundamental “para la evolución tecnológica de las aplicaciones y para la búsqueda de software y herramientas pioneras en el mercado”, según detalla Marta Aldaz.

Formación continua, calidad, vocación de servicio y buena comunicación. Sabrosos elementos para el completo ‘menú’ profesional del departamento de Desarrollo Informático, todo un ejemplo, desde Helvetia Seguros, con la misión de “proveer a la compañía de unos óptimos sistemas de información en funcionalidad y tecnología”.

La fortaleza del trabajo en equipo

El político inglés Benjamín Disraeli indicaba que “lo mejor que podemos hacer por otro no es sólo compartir con él nuestras riquezas, sino mostrarle las suyas”. Esa es la esencia de la filosofía de Marta Aldaz, responsable del departamento de Desarrollo Informático de Helvetia Seguros, cuando resalta la importancia del trabajo en equipo y de la buena comunicación con otros departamentos y usuarios.

Este departamento comparte y pone en práctica los valores de la compañía, “especialmente en el servicio a

nuestros clientes”, en palabras de Marta Aldaz. Añade que este compromiso se vive “día a día, puesto que de otro modo no habría sido posible vencer los retos del pasado y afrontar los que ahora tenemos por delante”. La mayor fortaleza de este departamento, según expone, reside en “el personal”, así como en su “sólida formación en el negocio asegurador y en las distintas plataformas de desarrollo y en las nuevas tecnologías”. También en “la dedicación, estabilidad y motivación” de estos profesionales.



Historias de seguros



Valores palpables de Helvetia Seguros (y III)

El Entusiasmo

Con el Entusiasmo, cerramos la serie de apartados de "Historias de Seguros" dedicados a los grandes valores de Helvetia Seguros. El Entusiasmo está muy presente en el día a día de nuestra compañía, contagiando a todos nuestros clientes y en general a toda la sociedad que se beneficia de su actividad.

Transmitimos **entusiasmo** a través de nuestra intensa línea de patrocinios, tanto de corte lúdico como deportivo. Sólo en 2006, hemos realizado más de 50 acciones de patrocinios, para diversas entidades e instituciones de nuestro entorno.

El **entusiasmo** también queda patente en nuestras iniciativas de difusión, algunas de ellas bastante singulares. Tal es el caso, por ejemplo, de la avioneta de Helvetia Seguros que en estos días recorre las principales playas del litoral mediterráneo llevando nuestra marca a los bañistas que disfrutan del verano.

Nuestra propia mascota, el San Bernardo, es un vivo ejemplo de **entusiasmo**: el de una mascota alegre, fiel y siempre atenta a las necesidades de sus seres queridos.

Por otro lado, el **entusiasmo** también se transmite a través de acciones internas. Acciones como, por ejemplo, el Concurso de Incentivos, que concita gran interés entre nuestros agentes. O también las convenciones de Directores y Mediadores, que suponen un importante punto de encuentro para todos los que conformamos este gran grupo humano que se llama Helvetia Seguros.

Esta propia revista que tienes en tus manos es el resultado del **entusiasmo** de toda una plantilla y una red de agentes implicados y comprometidos con sus clientes.

Por no hablar de la red de oficinas: casi 500 en total, distribuidas por todos los rincones de la geografía española. Todas ellas llevando a cabo una labor incansable que nos **entusiasma**: ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes.

De lo nuestro

Ponemos cara a nuestra plantilla



Sucursal de Algeciras:

(de izquierda a derecha)

Carlos Calleja Pérez
Eduardo Javier Benítez Sánchez
Rebeca Benot García
Francisco Pérez Márquez



Departamento de Recursos Humanos:



(de izquierda a derecha)

José María Gutiérrez Vargas
José Alberto Calvo González



Sucursal Sevilla Instituciones y Corredores:

(de izquierda a derecha)

José Luis Cuevas Cervi
Manuel García García
Lola López Almagro
José Antonio García Bernal



Maite Setuain Jiménez



Asunción Blázquez Díaz



Sucursal de Alicante Sur:

(de izquierda a derecha)

Juan José Vivancos Pastor
Peter Smaldon
Eduardo Ortega Español
Manuel Parreño Sevilla
Sergio Navarro de Diego

Bodas

M^a Jesús Vidaurre Acosta, de Atención al Cliente de Madrid, se casó el 21 de abril.

Nacimientos

Mario nació el 6 de abril: hijo de Carmen García Rodríguez del C.S. Siniestros Autos de Madrid.

Samuel nació el 21 de abril: hijo de Ana Isabel Esteban del C.S. Siniestros Particulares de Madrid.

Álvaro nació el 31 de mayo: hijo de Bárbara Serna Guillamón de Automóviles Siniestros Lesiones de Madrid y de Jesús Martín Almagro del C.S. Siniestros Particulares de Madrid.

CONCURSO DE **INCENTIVOS 2007**
PARA AGENTES Y DELEGADOS DE HELVETIA SEGUROS
Escalada a la montaña FAN SI PAN, Vietnam 2008



Un viaje a uno de los países más exóticos del mundo.
Toda una aventura para los “montañeros” de Helvetia Seguros,
un reconocimiento a la Confianza, el Entusiasmo
y el Dinamismo de nuestros agentes y delegados.