

en buena compañía

Revista de la compañía aseguradora **Helvetia Seguros**

Julio 2010 Nº 21

Reportaje central

Nuevo portal del cliente
de Helvetia Seguros

Noticias

Reconocimiento institucional de Navarra a la
política de patrocinios de Helvetia Seguros

En buena compañía con...

Grupo DAMM

Vivir en...

La Costa del Sol



5

Noticias

Evaluación de los mandos
intermedios



13



Carta del Director General	3
Noticias	4
Actualidad del seguro	16
Entrevista Orreaga Irrigaray, agente de Helvetia Seguros en Pamplona	18
En buena compañía con... Grupo DAMM	20
Helvetia Seguros, al día	22
Reportaje Nuevo portal del cliente de Helvetia Seguros	24
De cerca De Osasuna... y de Helvetia Seguros	28
Entrevista Santiago Álvarez Álvarez, director de Sucursal Ourense; Alfonso Pascual del Pueyo, responsable del Departamento de Responsabilidad Civil	30
Vivir en... La Costa del Sol	36
Departamentos & Sucursales Sucursal Las Palmas	38
Formación	40
Rumbo Seguro... Descenso del Río Sella	42
De lo nuestro	43

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

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

Responsable editorial: Enrique Herrera

Coordinadora: Carmen Caballero
e-mail: carmen.caballero@helvetia.es

Redacta y Diseña: Euromedia Comunicación

Fotografía: Euromedia Comunicación y Helvetia Seguros

Imprime: Escandón

Depósito legal: SE-2043-05

Queridos lectores de "En buena compañía":

Vivimos, sin duda, momentos bastante inquietos en lo económico. El contexto europeo sigue siendo complicado y la situación española no es precisamente la mejor de las posibles. En una coyuntura como la actual, donde las empresas se ven obligadas a replantearse sus estrategias de negocio y a hacer un ejercicio riguroso de evaluación para determinar si se está o no en el camino adecuado, para Helvetia Seguros supone una satisfacción poder seguir profundizando en sus propuestas estratégicas, dando importantes y muy medidos pasos en los aspectos que se consideran prioritarios desde el punto de vista empresarial.

En esa línea, somos cada día más conscientes de la importancia de generar continuamente beneficios para nuestros clientes. Y es que esos beneficios no se pueden limitar a los que se derivan de los propios productos. Hay, además, una labor esencial relacionada con el servicio. Un servicio que sea de la mejor calidad, orientado a optimizar las relaciones con los clientes. El nuevo "Portal de clientes" de Helvetia Seguros, ampliamente descrito en el reportaje central de este número, es una clara muestra de ello. Con este portal queremos acercarnos a los clientes, potenciando, a la vez, la capacidad de nuestros mediadores de interactuar con ellos, lo que movilizará, sin duda, todo el potencial comercial de nuestra compañía, situándola en primera línea de mercado, también en ese ámbito nuclear de la relación cliente-compañía.

Otro aspecto básico de nuestra estrategia es el de incrementar, día a día, la notoriedad de la marca Helvetia Seguros y la de asociarla, con fuerza, a la labor de patrocinios sociales y deportivos que articula, entre otras, nuestra Responsabilidad Social Corporativa. Y por ello, agradecemos mucho cualquier reconocimiento institucional a esa labor. De forma especial, queremos hacerlo al Gobierno de Navarra por la concesión de la Mención de Oro al Patrocinio Deportivo, que ha supuesto, no sólo reconocer nuestra actividad patrocinadora del deporte, sino también nuestra estrecha vinculación con Navarra, uno de los mercados estratégicos de la compañía.

Al mismo tiempo, os quiero informar de que recientemente hemos entrado a formar parte, junto con las principales entidades que operan en España, del Centro de Negocios del Seguro, una interesante plataforma de impulso sectorial promovida por el Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros de España. En momentos tan complicados, se hace más necesaria que nunca la unión de esfuerzos y la potenciación de las relaciones entre compañías y mediación, al más alto nivel. Y en ese contexto de fomento de las relaciones sectoriales, es importante resaltar también la activa participación de nuestra entidad en la elaboración y publicación por parte de Icea del primer Informe sobre la Responsabilidad Social Corporativa que se ha hecho sobre el seguro en España.

Y en todas estas iniciativas y actividades que llevamos a cabo, vosotros, los mediadores, siempre estáis en el centro. Como se refleja en este número de "En buena compañía", tanto en el relato del maravilloso viaje realizado a China por los agentes premiados en el Concurso de ventas de 2009, o en las noticias que nos dan cuenta de la intensa actividad de creación de nuevas oficinas de agencias. Todo ello indica que nuestra fuerza de ventas, vosotros, goza de una muy buena salud, que hemos de seguir fortaleciendo con el apoyo y la dedicación de los que formamos parte, como empleados, de esta gran empresa que es Helvetia Seguros.

Os deseo un feliz verano a todos, en el que descanséis y recuperéis fuerzas para afrontar con éxito los retos que aún nos quedan por alcanzar en este año.

Un afectuoso saludo para todos.

José María Paagman

Director General de Helvetia Seguros





Reconocimiento institucional de Navarra a la política de patrocinios de Helvetia Seguros

La actividad de patrocinio de Helvetia Seguros recibió en el pasado mes de abril un fuerte respaldo con el reconocimiento institucional por parte del Gobierno de Navarra. Concretamente, ha sido el Instituto Navarro del Deporte quien ha distinguido a Helvetia Seguros con la Mención de Oro en los Premios Anuales al Patrocinio Deportivo. Con esta mención, la Administración foral reconoce el apoyo que nuestra compañía presta al deporte de la comunidad navarra, a través de su patrocinio del equipo de balonmano Helvetia Anaitasuna. El premio reconoce también el alcance y la profundidad del vínculo de patrocinio con este club que, además de la aportación económica, también supone una fuerte implicación en acciones relacionadas con su escuela deportiva y con proyectos de naturaleza social. Por último, también se han valorado las iniciativas de Helvetia Seguros con una dimensión sostenible y que buscan mejoras sociales globales, como es el caso del patrocinio del proyecto para la eliminación de bolsas de plástico en los clubes deportivos de Pamplona. Helvetia Seguros se ha alzado con este galardón entre numerosas propuestas presentadas por las propias entidades patrocinadas, siendo la única que ha obtenido la categoría de Mención de Oro. El acto de entrega de los premios fue presidido por el jefe del Gobierno de Navarra, Miguel Sanz, recogiendo el galardón el director de Marketing y Comunicación de Helvetia Seguros, Javier García.



Crónica de un viaje irrepetible

Después de que han transcurrido ya algunos meses desde la vivencia, los expedicionarios del Viaje de Incentivos a China siguen recordando la experiencia y son incapaces de olvidar los buenos momentos vividos. Nos han remitido amablemente diversas postales que retratan distintos momentos del viaje, que nos ha parecido oportuno traer a estas páginas. Un total de 42 ganadores, acompañados de sus parejas, disfrutaron durante una semana de este singular viaje. La China imperial, pero a la vez moderna y cosmopolita, les esperaba para vivir una experiencia única. Shanghai les dio la bienvenida en una mezcla perfecta de modernidad y tradición. Tras una visita al distrito financiero, llevaron a cabo una degustación de la comida china más auténtica. A continuación, les esperaba un completísimo itinerario, preparado con todo lujo de detalles, que recorría Shanghai, la mítica Xian y, finalmente, Beijing. Los Guerreros de Terracota de Xian, los paisajes y jardines de Shanghai, la majestuosidad

de la Muralla China o la antigua residencia de los emperadores conocida como la Ciudad Prohibida en Pekín, son sólo algunos de los lugares visitados por los ganadores del Concurso de ventas 2009. Pero el viaje no sólo se limita a la típica visita de lugares de interés de cualquier ruta. Desde Helvetia Seguros se cuidó el más mínimo detalle para sorprender a los afortunados con maravillosos espectáculos ambientados en la época de los guerreros y emperadores (en uno de ellos les hicieron incluso la entrega simbólica de las llaves de la ciudad), así como con cenas de gala exquisitas en las que se caracterizaron con vistosos kimonos y trajes típicos.

Experiencia sublime que recorre distintos rincones del mundo y se encuentra al alcance, cada año, del trabajo bien hecho y de la ilusión por mejorar y participar en esta aventura extraordinaria. En 2011, el destino es Estados Unidos, ¿te lo vas a perder?



Evaluación de los mandos intermedios

Con vistas a incrementar la excelencia profesional y la mejora de la competitividad de nuestros mandos intermedios, Helvetia Seguros llevó a cabo a finales del mes de abril, en las tres sedes principales de la compañía (Madrid, Pamplona y Sevilla), sendos seminarios para la implantación del programa "PEP2" en España. El PEP2 es la denominación que se da dentro del Grupo Helvetia al sistema de evaluación personal. Desde hace algunos meses, el Departamento de Recursos Humanos viene trabajando conjuntamente con el grupo en el desarrollo y la implantación de este programa en España en el nivel de mandos.

A los seminarios asistieron los distintos responsables de Departamento y directores de Zona de Helvetia Seguros, acompañados por distintos miembros del Comité de Dirección de la compañía. En la impartición de los seminarios se contó con la participación de Martin Huser, responsable de Desarrollo Directivo del Grupo Helvetia, y con José Alberto Calvo, responsable del Departamento de Recursos Humanos, que profundizaron en la metodología de aplicación y en los distintos proyectos que se están acometiendo en la compañía y que afectan a las políticas estratégicas de Recursos Humanos. Se dieron a conocer el diseño y los procesos, así como los instrumentos y normas para las distintas entrevistas, los criterios de evaluación, la agenda y la planificación para España.

Después de este arranque, durante los meses de mayo y junio se han venido celebrando entrevistas de evaluación. En un segundo estadio, se llevarán a cabo las denominadas "entrevistas de asistencia", una segunda opinión de los evaluados que se centra más en los perfiles personales. Estas entrevistas se prolongarán hasta el mes de octubre.

Entre los objetivos principales de este programa se encuentra el desarrollo de ejecutivos y especialistas en alineación con la estrategia, el aprovechamiento óptimo de sus capacidades, la detección temprana y el fomento del potencial, la visión general de todas las funciones de relevancia y personas que las acometen, así como la realización de medidas específicas de desarrollo.

Más tarde, en el mes de noviembre, tendrá lugar el Comité de evaluación PEP2, cuya función principal es exponer la valoración del potencial, trasladando, antes de finalizar el año, al interesado la valoración de su potencial y las medidas que eventualmente haya concretado el Comité PEP2.

El sistema de evaluación PEP está siendo utilizado con éxito para ejecutivos y especialistas de todo el grupo. Desde 2004, se ha venido desarrollando para los miembros de la Dirección, bajo el nombre específico de PEP Internacional.



Creación del Centro de Negocios del Seguro

Consciente de la creciente influencia que actualmente adquiere la comunicación entre aseguradoras y mediación, Helvetia Seguros es una de las compañías que participan desde su arranque en el Centro de Negocios del Seguro (CNS), una iniciativa promovida por el Consejo General de Colegios de Mediadores cuyo objetivo es establecer ámbitos de relación permanentes entre las compañías del sector y los mediadores, favoreciendo el impulso de iniciativas comunes y de cooperación mutua.

El proyecto se ha impulsado por el propio Consejo General de Colegios de Mediadores a través de una nueva Área de Comunicación Institucional. La dimensión de la iniciativa y la apuesta que el Consejo y las entidades aseguradoras participantes (14 en total) hacen por este proyecto se ha materializado en la constitución de cuatro grandes grupos de trabajo: Mercado; Proyección Institucional y Responsabilidad Social; Gestión de Negocio y Formación; e Internacional. Helvetia Seguros ha designado un representante para participar en cada uno de los tres primeros grupos. Entre las acciones que estos grupos acometen se encuentran la realización de encuestas de calidad, el análisis del consumidor y de nuevas necesidades aseguradoras, *focus groups* o acciones colegiales.

Concursos de Detección de Anomalías



El Concurso de Detección de Anomalías promovido por ICEA ha resultado en su última edición todo un éxito para Helvetia Seguros. Así lo avalan los tres premios obtenidos por nuestra compañía y nuestros empleados: Mejor porcentaje de anomalías detectadas sobre siniestros terminados en Diversos; Mejor tramitador en Diversos, que ha recaído sobre Javier Gómez Casanova, del Centro de Servicio de Madrid (actualmente, perteneciente al Departamento Control de Agencias); y Mejor tramitador en Autos, concedido a Luz Amparo Gallego, del Departamento de Siniestros Lesiones en Sevilla.

En su decimosexta edición, han participado en los premios un total de 23 entidades. De manera general, se han incrementado considerablemente tanto el número de casos detectados, un 33% más que el año anterior,

como el rendimiento de las inversiones dedicadas a la investigación y verificación, que casi llegan a alcanzar el 40%.

Es posible que estos buenos datos de Helvetia Seguros en detección de anomalías tengan que ver con el hecho de que a nivel interno nuestra compañía también lleva a cabo su propio concurso de detección de anomalías dirigido a todo el personal que participa en los procesos de contratación y tramitación de siniestros, y que ya cumple su segunda edición. Tras una exhaustiva investigación realizada por el perito o tramitador encargado del siniestro en cuestión, se procede a la recopilación de los datos mediante formularios estandarizados BPM (Business Process Management) que agilizan todo el proceso de detección y comunicación de anomalías. Posteriormente, se otorgan una serie de pun-

tuaciones, en función de la anomalía del siniestro o contratación, que permite obtener al tramitador interesantes regalos.

Con independencia de la puntuación obtenida, se otorgarán dos premios especiales al final del concurso, con una dotación económica y un diploma acreditativo. En la pasada edición, en la que participaron cerca de un centenar de empleados y se detectaron 854 anomalías, principalmente en el ramo de Autos, se alzaron con estos premios especiales Beatriz Vélez García, por la anomalía de mayor cuantía, y Javier Caveda Fernández, por el mayor porcentaje en siniestros.

Desde estas líneas, animamos a todos a participar en la nueva edición 2010, y a seguir trabajando en la lucha contra las anomalías.

Para hablarnos de la detección de anomalías dentro de Helvetia Seguros hemos querido conocer la valoración de dos profesionales de acreditada solvencia dentro de este ámbito. Luz Amparo Gallego es una de las que ha obtenido el premio de ICEA. Por su parte, Javier Caveda ha obtenido uno de los premios internos especiales que promueve Helvetia Seguros. Ambos pertenecen al Departamento de Sinistros Lesiones de Sevilla.



Javier Caveda Fernández

“La clave principal es la celeridad”



Luz Amparo Gallego Montero

“Esto es un trabajo en equipo”

¿En qué medida creéis que el concurso de detección de anomalías que promueve Helvetia Seguros desde el año pasado ha podido influir en nuestros buenos resultados en el concurso de ICEA?

Javier Caveda Fernández: Considero que en gran medida, no hay más que observar cómo se ha ido incrementando el índice de participación. Cada vez somos más quienes dedicamos más tiempo a la posible detección de anomalías en los siniestros.

Luz Amparo Gallego Montero: Por supuesto en la colaboración e interés mostrado tanto por los tramitadores, mediadores, peritos, médicos, etc., y hasta la implicación de los propios asegurados en el asunto. Esto es un trabajo en equipo.

¿Cuál es la clave para la detección eficiente de las anomalías?

JCF: La clave principal es la celeridad. Cuanto antes se nos comunique el siniestro desde su producción, menores serán las dificultades a la hora de poder detectar una anomalía en el mismo (poder peritar los vehículos, enviar perito médico, etc.).

LAGM: La experiencia y conocimientos adquiridos a lo largo del tiempo en el mismo ramo de tramitación así como “la picardía” o un simple presentimiento son claves para iniciar una investigación.

¿Cuáles son las principales dificultades relacionadas con la gestión que impiden una detección más eficaz de las anomalías?

JCF: Destacarías varias: siniestros no comunicados en tiempo y forma, falta de colaboración por parte de algunas compañías, falta de datos importantes en algunos siniestros (teléfono del asegurado, datos del lesionado, etc.), e incluso la falta de implicación de algunos profesionales.

LAGM: El tiempo y la rapidez de actuación en la tramitación, en muchos casos es esencial, aunque no siempre podemos llevarlo a cabo por motivos ajenos a nosotros, como por ejemplo las reclamaciones tardías que nos llegan desde la fecha de ocurrencia del siniestro.

¿De qué forma consideráis que la figura del tramitador de siniestros contribuye al negocio de las compañías aseguradoras?

JCF: Pienso que esta figura juega un papel esencial en este negocio, ya que es el encargado de gestionar el siniestro desde su inicio hasta su fin. Es el vínculo de la compañía con los asegurados, mediadores, letrados o peritos. De su buena/mala gestión, dependerá el grado de satisfacción/insatisfacción de nuestros clientes.

LAGM: El trato y la atención que se da a un asegurado ante un siniestro creo que es primordial para su permanencia como cliente en la compañía. Del mismo modo, el conocimiento del ramo y las coberturas, la interpretación de las pólizas y una buena aplicación de los convenios, puede merecer un ahorro económico importante.



Helvetia lanza una aplicación para casos de emergencia

La integración de la telefonía de última generación en el entorno 2.0 no tiene vuelta atrás. Y también cuenta con infinitas posibilidades dentro de un sector como el del seguro. El Grupo Helvetia así lo entiende y, por ello, ha desarrollado una aplicación para iPhone pensada para casos de emergencia. Se trata de una herramienta que permite al usuario beneficiarse de un sistema para informar sobre situaciones de emergencia que requieren auxilio (accidentes, incendios, robos). La aplicación para iPhone agrupa la información más importante en caso de situaciones graves. Entre los servicios que integra se encuentran algunos como: números directos de emergencia de los países a los que se viaja con más frecuencia; consejos de actuación en casos de emergencia; la posibilidad de guardar números de teléfono propios, por ejemplo de familiares, a quienes avisar en caso de emergencia; bloqueo de tarjetas de crédito robadas; consejos de actuación de primeros auxilios; posibilidad de localizar por GPS el lugar exacto donde uno se encuentra; linterna con función SOS, etc.

Salvo la función GPS, el resto del contenido está disponible *offline*, por lo que no es preciso conectarse a la red. La aplicación es gratuita y puede descargarse ya en Apple Store o mediante iTunes.



Sigue adelante el proyecto EFQM

Helvetia Seguros sigue embarcada en el desarrollo del proyecto EFQM, de forma que el objetivo para 2011 es la obtención del segundo nivel, "Reconocidos por la Excelencia". En este contexto, durante el pasado mes de abril, se llevaron a cabo en Sevilla las sesiones de autoevaluación, en las que participaron 18 personas de la compañía, con representación de todas las áreas y sedes principales de Helvetia Seguros.

La sesión sirvió para profundizar en todos los criterios del modelo: liderazgo, estrategia, personas, alianzas, procesos, clientes y resultados en cada uno de los grupos de interés. De dicho análisis se identificaron nuevas acciones de mejora, ya aprobadas por el Comité de Dirección, de las que se irá informando en los próximos meses. Todo este proceso se materializará en una memoria que recogerá una descripción precisa sobre lo que hacemos, cómo lo hacemos y qué resultados obtenemos para cada uno de los criterios, y que servirá de base para la evaluación por parte del organismo certificador en 2011.



Nuevas convenciones de Áreas

En los últimos meses se han celebrado nuevas convenciones de Áreas, concretamente dos: la del Área de Servicio al Cliente y la del Área de Sistemas de Información.

La primera se celebró los días 18 y 19 de mayo en Sevilla y contó con la participación de los responsables de todos los grupos de Sinistros y Producción, así como de los departamentos de Gestión de Redes y Organización. El lema de esta convención era "M.A.S." (Mejora Actitud de Servicio). En la convención se revisó la planificación de 2010 y la situación actual de los centros en la compañía. En esta ocasión, se contó además con la participación de otras áreas como Productos, Ventas y Recursos Humanos, que dieron otra visión de los centros, además de explicar sus proyectos de cara a los próximos años. Asimismo, nuestro director general, José María Paagman, informó ampliamente de la evolución de la compañía y del grupo en el último año y de las perspectivas de cara a los próximos ejercicios.

La segunda, del Área de Sistemas de Información, se celebró el día 25 de mayo. En este caso, el sitio elegido fue Pamplona. Aunque las reuniones se realizaron en el edificio de Mutilva, posteriormente se llevó a cabo una visita turística acompañada de cena en el valle de la "Ultzama".



Convenciones de corredores de Galicia y Navarra

En el marco de la estrategia de acercamiento al canal de corredores, y continuando con la labor iniciada en 2009, durante la pasada primavera se han celebrado las convenciones anuales de corredores de Galicia y de Navarra, la primera en Santiago de Compostela y la segunda en Pamplona.

Tanto una como otra convención estuvieron muy arropadas por las sucursales de cada zona. En ambos casos, se intentó hacer llegar a los corredores un análisis detallado de la situación actual del sector asegurador, así como de las soluciones y los proyectos que Helvetia Seguros pone a disposición de los corredores que trabajan para la entidad.

Las convenciones se conciben como un punto de partida para la profundización en las relaciones entre corredores y aseguradora. Tras esta toma de contacto, se propician posteriores visitas con vistas a establecer acuerdos de colaboración. Finalmente, se realiza un seguimiento detallado del ritmo de ventas del mediador en el que se refleja la evolución anterior y posterior a dicha convención.

En términos generales, tanto una como otra convención se han saldado con un balance bastante positivo. Entre los elementos más destacados y valorados de Helvetia Seguros se encuentran la gestión informática y la cercanía como valor estratégico. La valoración, realizada mediante cuestionario a la finalización de cada convención, fue de "Notable" en ambos casos.



La VIII Olimpiada Solidaria del Estudio llevará su ayuda a Haití

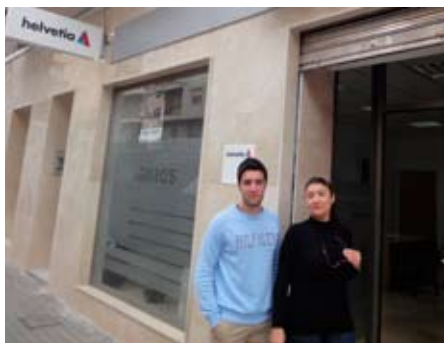
Ya se ha convocado la edición 2010 de la Olimpiada Solidaria del Estudio, con la que Helvetia Seguros comenzó a colaborar como patrocinador el pasado año. En esta nueva edición, que es la octava del proyecto, la ayuda humanitaria obtenida irá a parar a cuatro escuelas de Haití que resultaron devastadas por la catástrofe del reciente terremoto. Las expectativas son muy favorables, después de que se hayan conocido las principales cifras de la edición de 2009.

Entre el 5 de noviembre y el 5 de diciembre de 2009, un total de 15 países se sumaron a la iniciativa, con 431 salas de estudio solidario. Participaron un total de 34.986 estudiantes solidarios, que alcanzaron un volumen de 312.729 horas/euros (es el peculiar sistema de medición de esta innovadora iniciativa). La mayor parte de las horas/euros obtenidas se consiguieron en España, concretamente 213.567,5 horas/euros. El salto con respecto a 2008 fue espectacular: 57 ciudades más y 117 nuevas salas de estudio; 11.378 participantes más y 60.665 horas de incremento. El total de euros obtenidos, que fueron financiados por las entidades participantes, quienes se encargan de hacer el canje de las horas de estudios por dinero, fue destinado al Centro Kugilanda Ni kudizola, en Cacuaco (An-

gola). Con esta donación solidaria se ha conseguido rehabilitar y adecuar 6 aulas, así como realizar la limpieza integral del colegio, pagar el salario del profesorado durante todo un año y adquirir ganado destinado a la cría y la alimentación de los escolares.

En su edición de 2010, la Olimpiada Solidaria llevará su esfuerzo hasta Haití, donde se estima que han quedado sin colegio cerca de 700.000 niños. Entre las grandes novedades de este año destaca la adhesión de México, a través de la ONG "Fondo para la Paz". La ayuda en este caso irá destinada a las cuatro escuelas que la ONG Manos Abiertas gestiona en Puerto Príncipe y Los Cayos, que padecen serios problemas de daño estructural y de desbordamiento por la llegada de nuevos niños desplazados.

Es posible participar de forma desinteresada, como ya lo hace Helvetia Seguros, pero a través de la dedicación mediante horas de estudio convertibles en financiación. Si eres estudiante y quieres hacer una labor solidaria, sólo tienes que escribir un email a info@olimpiadasolidaria.com. La organización se pondrá en contacto contigo para garantizar que tu deseo solidario no caiga en saco roto.



Elche incrementa la nómina de agencias de Helvetia Seguros en Alicante

Desde hace tres meses, Alicante cuenta con una nueva oficina de agencia de Helvetia Seguros. Se localiza en Elche, una ciudad con grandes perspectivas de negocio. Al acto de inauguración asistieron el director de Sucursal Alicante Sur, Manuel Parreño Sevilla y parte del equipo de la sucursal. La agente responsable es Luisa Francisca Navarro Seva, una profesional que lleva vinculada a Helvetia Seguros desde hace varios años con muy buenos resultados, y que con su nueva agencia espera obtener un volumen de negocio de 1 millón de euros en el plazo de 5/6 años. La nueva agencia de Elche abarca todos los productos comerciales de la compañía, aunque con especiales posibilidades en los ramos de Hogar, Vida, Asistencia Familiar, Autos y Comunidades.



Nueva oficina de agencia en Pamplona

También desde hace muy poco (se inauguró en mayo), Helvetia Seguros cuenta con una nueva oficina de agencia en la ciudad de Pamplona. El director general, José María Paagman, acompañado por el director de Zona, Carlos Eslava, visitó las nuevas instalaciones y animó a los agentes a que continúen la labor que vienen desarrollando en Navarra desde hace décadas. De hecho, Zalba Alsúa Seguros, la agencia responsable, cuenta con una trayectoria de más de cincuenta años de vinculación con nuestra compañía. Actualmente registra 3.000 pólizas en cartera y un volumen de facturación anual de un millón de euros en el pasado 2009. La nueva oficina, situada entre dos calles peatonales del barrio de Mendebalde, centra su negocio en el ramo de Particulares, con gran incidencia en la venta de seguros de Hogar, Comercio y Empresas.



Convivencia anual en torno a la Sucursal Jaén

Lo que empezó siendo una agradable y amistosa cita anual ha acabado convirtiéndose en una tradición. El pasado 27 de marzo se celebró la tercera "Reunión de Amigos de Helvetia en Jaén". Se trata de un día de convivencia en torno a la Sucursal Jaén, en la que participan compañeros, agentes, familiares, y en general todo tipo de personas vinculadas profesional y sentimentalmente a esta sucursal. En cada edición, uno de los participantes ejerce como anfitrión y organizador, y en esta ocasión le tocó a David J. Álvarez, agente de Linares. Tras un típico desayuno churrero en la propia ciudad de Linares, los participantes en esta reunión llevaron a cabo una visita cultural al Museo de la Minería. Más tarde, se llevó a cabo un almuerzo en la dehesa "El Añadío", en Sierra Morena. Después de un largo día de encuentro y convivencia, los participantes se desplazaron al restaurante "Los Sentidos" de Linares, donde concluyó la jornada. Después de tan buen rato, los participantes en esta reunión están pensando ya en una próxima edición.



Campaña de concienciación sobre los encierros de San Fermín

Un año más, se celebra en Pamplona la tradicional fiesta de los Sanfermines. Y un año más Helvetia Seguros se une a la celebración desde su sede de Pamplona, contribuyendo al buen desarrollo de las fiestas mediante la programación de actividades lúdicas o la difusión de consejos para disfrutarlas mejor. En concreto, en su edición de 2010, Helvetia Seguros lleva a cabo una acción de concienciación en torno a los encierros de San Fermín. Se trata de consejos sobre salud y seguridad dirigidos a los participantes en los encierros, que se difunden a través de la red de marquesinas de los autobuses de la ciudad.

En los carteles se dan diversos consejos para hacer una carrera segura. Teniendo en cuenta el alcance universal de las fiestas, los consejos se presentan en distintos idiomas (castellano, euskera, inglés, francés y alemán). Con esta acción, Helvetia Seguros, que es un año más la aseguradora oficial de los encierros, quiere dar un paso más allá en su apoyo a las fiestas, promoviendo una iniciativa con una marcada vocación divulgativa y favorecedora de la seguridad en torno a su principal emblema, los encierros de San Fermín.



Helvetia Anaitasuna, preparada para dar el salto a Asobal, según su nuevo entrenador

Desde hace varias semanas, el equipo Helvetia Anaitasuna cuenta con un nuevo entrenador. Se trata de Aitor Etxaburu, natural de Irún y procedente del Bidasoa, que ha firmado contrato para las dos próximas temporadas con el objetivo de formar un "equipo competitivo". El presidente de la entidad navarra, Javier Labairu, deseó durante el acto de presentación "toda la suerte del mundo" al entrenador saliente, Juanto Apezetxea, al tiempo que animó al nuevo entrenador a trabajar por el ascenso que tan cerca quedó en la temporada anterior, en la que se alcanzaron, por segundo año consecutivo, los play-off de ascenso de categoría, aunque éste no se pudo alcanzar.

Por su parte, Etxaburu mostró su ilusión por este nuevo proyecto. El técnico, que tiene experiencia como jugador en equipos como el Arrate, el Barcelona, el Teka, el Granollers y el Bidasoa, aseguró que el Helvetia Anaitasuna tiene la estructura "perfecta" para dar el salto a Asobal. Desde aquí, le animamos a que lo consiga: "a la tercera va la vencida".



Aseguradora de la Feria de Abril de Sevilla

Helvetia Seguros se implica de forma decidida en los acontecimientos festivos que se desarrollan en su territorio de implantación. Y, a veces, también contribuye a hacerlos posibles. Es el caso de la Feria de Abril de Sevilla, en la que Helvetia Seguros participa siendo la aseguradora de la organización, gracias a la suscripción, un año más, de la póliza de Responsabilidad Civil del Ayuntamiento de Sevilla.

El seguro abarca todas las instalaciones públicas relacionadas con dicho evento (portada monumental, iluminación del recinto, calles, mobiliario urbano, recinto de atracciones, etc.), así como la organización del tradicional paseo de caballos y carruajes. Se trata de una muestra más de la vinculación de Helvetia Seguros con las tradiciones de Sevilla, algo que, en el caso de la Feria de Abril, también queda patente en el hecho de que nuestra compañía dispone desde hace muchos años de caseta propia para empleados y agentes en el Recinto Ferial.



Trofeo de golf en Navarra

A mediados del pasado mes de junio se celebró un torneo de golf en el Club Castillo de Gorraiz (Navarra), denominado "Trofeo de golf Helvetia Seguros". Más de 140 personas participaron en esta cita. La modalidad de la competición fue la de "Parejas Mejor Bola" (fourball stableford). Las ganadoras fueron el tándem conformado por dos mujeres, Irazu Vicente y Carmen Ayesa. La segunda posición fue para Tomás Mendivil y Maximino Samper y la tercera para Alberto y Rubén Iza. Hasta 30 parejas lograron situarse por debajo del par de campo, lo que evidencia el gran nivel de la competición. En el encuentro participaron, como invitados por el Área de Ventas de la compañía, numerosos agentes y personas vinculadas a Helvetia Seguros en Navarra, convirtiéndose en una especie de "fiesta del golf" de nuestra compañía.



Grupo ADI-Mediario.

Los agentes de Helvetia Seguros reciben premios

Que Helvetia Seguros tiene el privilegio de contar con los mejores mediadores de España no es algo nuevo. Pero ahora, además, también disponemos de aval formativo en el sector. Y es que el Curso Superior de Seguros de CECAS (Centro de Estudios del Consejo General de Colegios de Mediadores) ha distinguido con el X Premio Piniés a Cristina Duda, agente exclusiva de Helvetia Seguros en Badalona. Cristina es la autora de la tesina "Estudio de mercado sobre los canales de contratación y fidelidad en el seguro del Hogar", que ha obtenido este prestigioso premio y que se ha realizado a partir de un trabajo de campo basado en más de 120 entrevistas a

pie de calle. En su intervención, la agente de Helvetia Seguros destacó, en relación con su trabajo como mediadora, que "el precio es importante, y más en época de crisis, pero el público valora la proximidad y la atención personalizada que le ofrece una oficina". En su estudio, Cristina observa que canales como las líneas directas o la banca seguros son vistos con recelo, al menos en el ramo estudiado. Desde "En buena compañía" felicitamos sinceramente a la ganadora y animamos a todos nuestros mediadores a fomentar su participación en cualquier actividad formativa del sector, ya que la formación es la base de los mejores profesionales de la mediación.



Nuevo patrocinio deportivo en Aracena (Huelva)

El apoyo al deporte de base es uno de los principios que sustentan la política de fomento de patrocinios desarrollada por Helvetia Seguros. La nómina de entidades deportivas con las que colaboramos se ha incrementado recientemente con la incorporación del Unión Deportiva Medina Arsenal, un club de Aracena del que forma parte nuestro agente Antonio Martín, vinculado a la agencia Servicio y Gestión Seguros, C.B. Helvetia Seguros ha colaborado con este club deportivo patrocinando unas equipaciones (polos) de paseo que ya lucen todos los jugadores de este club. Un club que, dicho sea con orgullo, será mucho más visible a partir de la próxima temporada, ya que ha ascendido a la Categoría Regional Preferente.



Celebración de la Fiesta de la Patrona del Seguro en Madrid

Como viene siendo tradición, el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid celebró un año más la Fiesta de la Patrona del Seguro. Y como viene siendo tradición también, Helvetia Seguros ha ejercido de entidad patrocinadora de este importante evento para el sector. Por ello, nuestra presencia en la gala, celebrada el día 24 de junio en el Hotel Villa Magna, fue más que notoria, de forma que los tres directores de las sucursales de Madrid y la directora de la Zona Centro acudieron para dar su respaldo a esta actividad.

En esta ocasión, los actos de la Patrona tuvieron una dimensión especial, ya que sirvieron asimismo para conmemorar el número 100 de la revista corporativa "Seguros", con dieciocho años de edición ininterrumpida. De hecho, el programa planteado, y que también ha contado con el patrocinio de Helvetia Seguros, se ha dilatado a lo largo de todo el año. "El programa –aseguraba José Luis Nieto, presidente del órgano colegial– marca el inicio de una nueva etapa en el Colegio, que se ha propuesto asumir retos tan ilusionantes como el reco-

nocimiento de la figura del mediador, la renovación de su imagen corporativa o el afianzamiento de sus relaciones sociales e institucionales". La renovación de la imagen corporativa, uno de los aspectos apuntados por Nieto, ha sido de hecho uno de los elementos que han dado mayor singularidad al programa de este año. La nueva imagen se presentó el día 21 de enero en el Museo Thyssen. Asimismo, a lo largo de los meses han venido celebrándose distintas actividades, como por ejemplo una mesa redonda sobre "La importancia de la imagen en el siglo XXI y la figura del mediador", celebrada en el mes de febrero, o la mesa coloquio sobre "La influencia de las Nuevas Tecnologías en nuestras vidas", celebrada en el mes de abril.

Por lo que respecta a la gala de la Fiesta de la Patrona del día 24 de junio, como viene siendo tradición, sirvió de marco para la entrega de distintas distinciones, entre ellas los "Premios Azucarillos". Recordemos que el pasado año Helvetia Seguros fue distinguida con el premio "Azucarillos" por parte de la red de mediadores colegiados de Madrid.

Otra mirada



Especialistas en seguros... y en tapas caseras

La tradicional emigración de numerosos gallegos al extranjero durante el siglo XX constituye un fenómeno de gran interés desde el punto de vista sociológico, que nos ha regalado un sinfín de historias curiosas a lo largo de los años. Muchos de los gallegos que abandonaron su tierra fueron a parar a Latinoamérica –de ahí que en algunos países de ese continente se nos conozca a los españoles como “gallegos”–, pero también fue común el desplazamiento a países europeos. Entre ellos, Suiza, un país que, por su carácter neutral durante la II Guerra Mundial, disfrutó de un gran desarrollo entre los años 50 y 60. Es por ello por lo que hoy podemos encontrar muchos lugares de Galicia donde se pueden hallar rastros de esa emigración. Rastros que están señalados con algunos de los signos principales de identidad del país suizo. Y Helvetia, cómo no, es uno de esos signos de identidad. Así, resulta curioso que en el municipio de Negreira (Coruña), localizado al noroeste de Santiago de Compostela, hay un bar que lleva por nombre Helvetia. Un bar que, como comprenderán, no tiene nada que ver con el negocio del seguro, pero que nos hace una publicidad gratuita que desde nuestra compañía no podemos sino agradecer, especialmente en una zona donde hay muchísimos clientes de nuestra entidad. Aunque, por el momento, no tengamos pensado diversificar nuestro negocio hacia el sector de la restauración.



Felicidades Campeones

Helvetia Seguros quiso dar su aliento a la selección española en la final del Mundial de fútbol de Sudáfrica. Por eso, engalanó la fachada de su sede madrileña, situada en el Paseo de Recoletos, con banderas de España, que sirvieron para dar colorido a esta céntrica avenida madrileña en la víspera del encuentro. Algo sumaron, suponemos, a la ilusión y el espíritu que finalmente nos llevó al primer triunfo de España en un mundial de fútbol, el ya histórico domingo 11 de julio. Por ello, las banderas se quedaron allí, en la fachada de la sede de Helvetia Seguros, durante el lunes de celebración. Madrid se convirtió en una gran fiesta en torno al fútbol y la selección nacional, y Helvetia Seguros puso su granito de arena, como lo había puesto también en las horas previas al encuentro decisivo. Desde estas páginas nos sumamos a las felicitaciones.

Durante el primer



Presentación del Santo Entierro Magno

El día 18 de marzo, se celebró en la Sala Helvetia la presentación del Santo Entierro Magno de Cáceres. Se trata de una procesión única en la ciudad extremeña que se celebra cada cinco años y que llevaba diez sin salir, ya que en la última edición, no pudo hacerlo debido a la lluvia. Este año, el Santo Entierro Magno se celebró el día 25 de marzo, con un desfile penitencial formado por doce pasos y un millar de cofrades. Sólo en 1957 se celebró una procesión de dimensiones similares. Y como antesala de esta procesión, se llevó a cabo una presentación de la misma en la Sala Helvetia.

semestre de 2010, la actividad de la Sala Helvetia ha seguido sumando iniciativas



Exposición solidaria de "Madre Coraje"

Constituida en 1991, la Asociación "Madre Coraje" es una ONG centrada en el desarrollo de iniciativas de cooperación encaminadas a mejorar la vida de las comunidades empobrecidas de Perú y de otros países del entorno a través de ayuda humanitaria. A través de la actividad de reciclaje, proyectos de desarrollo sostenible y educación, la ONG promueve una cultura de la solidaridad. Durante cinco días, del 8 al 12 de marzo, Madre Coraje expuso en la Sala Helvetia la obra del pintor malagueño Joaquín Navas, y el importe íntegro de la recaudación por la adquisición de los cuadros fue destinado a la asociación. Durante esos días, la ONG contó con un stand informativo en el que dio a conocer al público su trayectoria desde hace casi 20 años a favor de las poblaciones desfavorecidas de Perú.



Clausura de las "Tertulias Helvetia" de la Cadena Ser

El pasado 24 de mayo tocó echar el cierre a las "Tertulias Helvetia" de la pasada temporada, patrocinadas por nuestra entidad y organizadas por Radio Sevilla (Cadena Ser), en el marco del programa deportivo "Libre y directo". El acto contó con la asistencia de diversos empleados de la sede de Helvetia Seguros en Sevilla y en él participaron como invitados especiales Juan Arza y Luis del Sol, dos "jugadores leyenda" del Sevilla Fútbol Club y del Real Betis Balompié, respectivamente. En el marco de esta clausura, se procedió a entregarles una placa conmemorativa a los dos jugadores, en lo que fue sin duda el momento más emotivo de la tertulia.



Jornadas "La Imagen artística de Andalucía en Europa"

Las II Jornadas Internacionales sobre "La imagen artística de Andalucía en Europa", organizadas por la Universidad de Sevilla, reunieron en la Sala Helvetia, los días 25 y 26 de mayo, a un nutrido número de universitarios, docentes y expertos en torno a los símbolos y la iconografía de Andalucía y a su proyección internacional.

Desde una perspectiva interdisciplinar, en estas jornadas se abordó el estudio y análisis de la proyección internacional de la Andalucía de los siglos XIX y comienzos del XX a través de diferentes ámbitos como la pintura, la arquitectura, la fotografía de viajes e incluso la danza.

Entre los participantes en estas jornadas, que concitaron un gran interés por parte del público asistente, se encontraban el director de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales, José Luis Jiménez, el director del Museo Anders Zorn, Johan Cerderlund, o Luis Méndez Rodríguez, profesor de la Universidad de Sevilla.

Presentación de novela



La Sala Helvetia también se va haciendo, poco a poco, un hueco como espacio para la presentación de publicaciones. El pasado 23 de junio, le tocó al periodista de ABC de Sevilla Andrés González-Barba, quien presentó su novela "Los diarios de Regent Street", publicada por Paréntesis Editorial.

La presentación del libro contó asimismo con la introducción del también escritor Edmundo Díaz Conde, quien resumió las claves de esta novela que resucita el espíritu de Sherlock Holmes y que está en la tradición de las mejores novelas de misterio de Arthur Conan Doyle. En su intervención, el director del sello, Antonio Rivero Taravillo, agradeció el apoyo realizado por Helvetia Seguros y su colaboración desinteresada en esta presentación.



La Responsabilidad Social Corporativa, una apuesta estratégica para el sector

Con el objetivo de reflexionar sobre la necesidad de implantación de políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) dentro del sector asegurador, ICEA puso en marcha en noviembre de 2008 un grupo de trabajo, cuyo primer cometido fue la evaluación de esta implantación. Entre las aseguradoras que participan en este grupo se encuentra Helvetia Seguros.

La principal línea de actuación del grupo, formado por 12 entidades, es impulsar la RSC dentro del sector asegurador con acciones dirigidas no sólo a los responsables en esta materia sino al conjunto de la organización, desde la dirección general, pasando por todas y cada una de las diferentes áreas, mediante la creación de cultura, el establecimiento de criterios, la definición de indicadores, etc.

Una de las primeras medidas acometidas por este grupo ha sido la elaboración de un estudio sobre la valoración y la importancia que las compañías dan a las políticas de Responsabilidad Social Corporativa. Este estudio, realizado a partir de un cuestionario remitido a 31 grupos, que representan el 66,7% de la cuota de mercado nacional, llega a la conclusión principal de que el sector asegurador apoya de forma unánime (100%) la incorporación de políticas de RSC. El 68% de los encuestados opina que la RSC es una inversión con alto retorno para la entidad, y el 87% considera que la RSC es un elemento de ayuda a la gestión. Hay una gran coincidencia al respecto de que la RSC no es una moda, sino más bien un imperativo social. Lo que, en el caso de Helvetia Seguros, nos alegra sobremanera, ya que constituye una apuesta estratégica de la compañía.

A pesar de todo, un buen año

La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones ha adelantado el informe anual de seguros y fondos de pensiones del año 2009. El documento arroja datos que mueven al optimismo, entre los que destaca especialmente el crecimiento del sector asegurador durante 2009 (1,56%) y la consecución, en términos globales, de una rentabilidad general, medida en términos de ROE, del 14,16%. Asimismo, el informe constata el refuerzo que las entidades han tenido en su solvencia. Concretamente, se ha incrementado el superávit de activos de cobertura de provisiones técnicas en un 9,74%, hasta los 34.280 millones, y el superávit patrimonial sobre la cuantía mínima de margen de solvencia legalmente exigida ascendió a 19.080 millones de euros.

El informe del órgano de control destaca que el "constante desarrollo" de la actividad ha conducido a una tasa de participación del sector asegurador en el PIB del 5,74%, "y una penetración en el consumo financiero de las familias que hace que seguros y pensiones acumulen el 15,2% de su ahorro financiero".

En lo que respecta al sector de los planes y fondos de pensiones, durante el año 2009 siguió incrementándose el número de fondos de pensiones inscritos en los registros administrativos hasta alcanzar los 1.420 autorizados. El patrimonio gestionado a través de ellos ascendió a 86.019 millones, lo que supuso un aumento anual del 7,9%.

Los fondos de pensiones europeos, en guardia frente a la reducción de las ventajas fiscales



Según un estudio reciente de Mercer, los fondos de pensiones europeos responden de forma proactiva a una posible reducción de ventajas fiscales y monetarias y su consiguiente impacto en las estrategias de inversión. Como evidencia este estudio, para cuya elaboración se ha contado con cerca de 1.000 fondos de pensiones europeos con activos con un valor superior a 500.000 millones de euros, el 32% de los planes considera explícitamente el impacto potencial que tendrán en su estrategia los

actuales paquetes de ventajas fiscales y están más preocupados por el efecto que tendría en sus inversiones un aumento de la inflación. Según la consultora responsable del informe, "aunque creemos que es positivo que los planes de pensiones se diversifiquen e inviertan más allá de sus propios mercados, puede ser peligroso que reduzcan su concentración en inversiones locales como forma de reducir el riesgo, ya que en realidad lo estarían aumentando al sumar el riesgo que conllevan las divisas".

Seminario Anual de la IIS, en Madrid



Hace varias semanas se celebró en Madrid el 46º Seminario Anual de la International Insurance Society (IIS), que dejó como principal conclusión la necesidad de regresar a los principios fundamentales, con planteamientos de crecimiento a largo plazo y dotando a los negocios económicos de integridad y prudencia. Ese fue, al menos, el espíritu que impregnó el discurso inaugural del seminario, que corrió a cargo del presidente de Nippon Life, Ikuo Uno. El directivo nipón sostuvo que

uno de los errores que ha llevado a la coyuntura actual ha sido pensar que el propio mercado se corrige sin ayuda, una "ingeniería financiera" que no puede comprender todos los riesgos que existen en el mundo real. También fue muy interesante la intervención de la presidenta de Unespa, Pilar González de Frutos, quien afirmó que España sigue siendo un lugar ideal para seguir invirtiendo, porque somos "ejemplo de gestión, de solución de problemas y de superación".



Asegurados.org, un blog para poner en valor la cultura aseguradora

Impulsado por profesionales del sector asegurador miembros de la red social LinkedIn, ha visto la luz asegurados.org, un blog que se ha marcado como fin dar respuestas a las preguntas y dudas de los asegurados.

Se trata de una plataforma que funciona sin publicidad ni patrocinadores, de forma totalmente independiente. "Incluso sus redactores son absolutamente independientes y libres a la hora de expresarse porque en este blog tan sólo hay una regla editorial a respetar: se habla de seguros y el objetivo es la difusión de la cultura aseguradora en beneficio del consumidor quien, para tener una relación equitativa con la industria aseguradora y sus distribuidores, precisa de una mínima base de información", se explica en el blog.

Esta plataforma nació en el marco del grupo "Profesionales españoles del Seguro", que opera en la red social LinkedIn. Entre los blogueros que forman parte del nuevo medio digital se encuentran nombres reconocidos como Carlos Lluch, Ángel del Amo o Ramón Albiol. Mucha suerte y muchos éxitos para ellos desde "En buena compañía".

Orreaga Irrigaray, agente de Helvetia Seguros en Pamplona (Navarra)

“Helvetia Seguros es una compañía que apuesta por sus mediadores”

Casada y madre de tres hijos, Orreaga cuenta desde hace 13 años con su propia agencia, en la que trabaja desde las oficinas de la avenida de San Ignacio, en pleno corazón de Pamplona. Es muy aficionada al montañismo, afición que le viene por el contacto con la naturaleza que siempre ha tenido gracias a su crianza en un pueblo como Auritz-Burguete, un pequeño municipio localizado en pleno piri-neo navarro de apenas 300 habitantes. Su cartera, de base joven, está compues-ta sobre todo por Automóviles y Particulares, aunque espera profundizar en los Seguros Personales. Entró en esto del seguro por motivos familiares, ayudando a su tío, y este verano piensa empezar a “darle horas” a su hija, intentando sentar las bases de la pervivencia del negocio.

¿Te gustaría que tu agencia fuera una de esas que acaban perviviendo en el tiempo, mediante el paso de testigo de padres a hijos?

Me gustaría que cualquiera de mis hijos continuase con la gestión de mi cartera, es más, me gustaría que tuviesen ilusión por ampliar este negocio y se implantasen en mi zona. En estos momentos, la más indicada para empezar a conocer este mundo es mi hija y va a empezar este verano a venir a la oficina para ir familiarizándose.

Te gusta la montaña, y eres aficionada a pasear. En esto de la actividad aseguradora, ¿cuál es la montaña más alta a la que te has subido?

En mi labor diaria no puedo decir que haya habido una montaña dura para ascender. Han ido surgiendo problemas, como en casi todos los trabajos, pero, poco a poco, y gracias al equipo comercial que me rodea, se han ido solucionando.

¿Cuál es la principal satisfacción que te ha dado un cliente?

La verdad que no me puedo quejar de mis clientes, pues son muy agradecidos. Pero hubo un caso que me emocionó mucho. Fue una familia a la que se le incendió la mitad de su vivienda. Actuamos rápidamente y todo salió muy bien. Cuando todo acabó, la familia, en agradecimiento, me regaló un cuadro de un artista navarro muy bueno con una dedicatoria.

Siempre hay un momento especialmente difícil o crítico en la carrera profesional de cualquiera. ¿Te atreves a recordar el tuyo?

Mi momento difícil fue tomar la decisión de comenzar en este trabajo en solitario en el año 1997, ya que hasta entonces había estado trabajando de administrativa con mi primo Ramón Iturri, actualmente agente también de Helvetia Seguros.

Todo el mundo, con la experiencia, acaba fabricándose su propio manual profesional para desenvolverse con éxito en esto de los seguros. ¿Qué consejo ocuparía el número 1 de ese manual?

No me atrevo a hablar de manual profesional en el mundo del seguro, ya que pienso que cada agente es un mundo y los clientes también son diferentes. Si me pides que cite algunos principios diría confianza, dedicación y claridad.



Orreaga posa para "En buena compañía" desde su agencia de Pamplona (Navarra).

¿Cuál es, a tu juicio, y desde tu posición de defensora de la marca de cara a los clientes, la principal fortaleza de una entidad como Helvetia Seguros?

Mi primera presentación es que soy yo, que me conocen. Al mismo tiempo, la confianza que les puedo transmitir al sentirme respaldada por una compañía como Helvetia Seguros que ha apostado y apuesta tanto por sus mediadores.

Háblanos del mercado asegurador de Pamplona. ¿Cómo es la competencia?

Hoy en día, tanto en Pamplona como me imagino en otras ciudades, la competencia es muy agresiva, sobre todo por parte de bancos y cajas de ahorros, ya que utilizan los datos de sus clientes para ofertarles los seguros a su medida, y por eso tienen una gran ventaja.

Estudiaste para técnico de laboratorio, algo muy alejado del mundo asegurador. ¿Qué crees que ha quedado de tu etapa formativa y de tu época de estudiante en tu actividad profesional actual?

No tiene nada que ver un mundo con otro. Pienso que cada etapa de la vida tiene su momento. La época de estudiante es una época formativa para que el día de mañana termines trabajando en una cosa u otra, depende un poco de la manera de ser de cada uno.

Di los tres valores con los que más te identificas en lo profesional y en lo personal.

Confianza, dedicación y entusiasmo.

Siempre solemos pedir a nuestros entrevistados una frase con la que se identifiquen de forma especial. ¿Cuál sería la tuya?

"El comienzo es difícil, pero la vida te enseña que nada es imposible".

“En Helvetia Seguros siempre hemos recibido una solución para los problemas”



Con 130 años de historia, DAMM es el grupo cervecero decano del mercado español. Cuenta con diversas marcas, alcohólicas y no alcohólicas, y una fuerte presencia en el territorio nacional. Con una cifra de negocio en 2009 de 782 millones de euros y más de 2.000 empleados, repartidos en 12 centros de trabajo, dispone de una infraestructura muy extensa y sofisticada, que requiere servicios de aseguramiento proporcionados por compañías como Helvetia Seguros. En esta entrevista, su director de Relaciones Laborales, Antonio García Soto, habla sobre la compañía, y también sobre su relación con nuestra aseguradora, que se remonta a hace más de 30 años.

Damm acumula más de 130 años de trayectoria, de forma que su cerveza es la “decano” del mercado español. Con más de 150 años de existencia, Helvetia Seguros comparte con Grupo DAMM su condición de veterana. ¿Qué valores aporta esta veteranía?

Una determinada “forma de hacer”, orientada a satisfacer las demandas de los clientes, junto con prudencia contable y financiera, lo que les ha permitido afrontar con fortaleza los vaivenes de la economía. Son empresas muy conservadoras, utilizando el término de forma muy positiva, aunque también con clara orientación a la innovación tecnológica y en nuevos productos. La rentabilidad y las inversiones garantizan la independencia.

Aunque veterana, la compañía está haciendo importantes esfuerzos en materia de innovación. ¿Cuáles son los grandes ejes estratégicos de futuro del grupo?

Cierto, el Grupo DAMM es pionero en la investigación y desarrollo de nuevos productos. Recientemente hemos sacado al mercado una cerveza sin gluten, apta para su consumo por celíacos, llamada “Daura”. En colaboración con el equipo de Ferrán Adrià, del Restaurante El Bulli, también hemos desarrollado la cerveza “Inedit”, para su consumo durante las comidas. En el último salón de Alimentaria ha sido presentada una cerveza de trigo llamada “DAMM Weis”. El Grupo DAMM quiere ser el grupo nacional líder en el sector de bebidas en aquellos productos que se potencian, y que crezca de forma sostenible y rentable en cada uno de los sectores en los que está presente, con la máxima eficiencia tecnológica y de calidad, con el máximo respeto al medio ambiente y a la legislación vigente.

La competencia en el mercado español en materia de cervezas es amplia. ¿Cuáles son los valores diferenciales del grupo y de sus marcas más representativas?

Las marcas están muy consolidadas en su zona de influencia, con cuotas de mercado muy altas y muy buena imagen de marca. La trazabilidad del producto, la calidad sostenida en el tiempo, son valores apreciados por los consumidores, que esperan las campañas publicitarias de cada año con interés (la música de los anuncios llega a ser la canción del verano).



Fábrica de Grupo DAMM en El Prat de Llobregat.

Están haciendo un esfuerzo importante en materia de diversificación, con la comercialización de otros productos complementarios a la cerveza. ¿Cuáles son los que están funcionando mejor?

El agua, por supuesto, y los zumos. El grupo dispone de manantiales en la serranía de Cuenca (Fuente Livianna) y en el valle de Benasque-Pirineo de Huesca (Veri). También los negocios relacionados con la producción de energías y las actividades logísticas.

¿En qué medida un negocio como el de la fabricación y distribución de bebidas requiere del respaldo de compañías que garanticen el aseguramiento de sus productos y servicios?

Yo pienso desde hace muchos años que los seguros son necesarios como elemento de previsión, pero el mejor seguro es el que no se utiliza nunca. La prudencia empresarial requiere garantizar la continuidad del negocio, sin confiar la misma al azar. Para ello es imprescindible contar con una compañía aseguradora que nos proporcione garantías.

¿Qué opinión como cliente le merece Helvetia Seguros?

Creo que es una empresa muy conservadora, como corresponde a una aseguradora, con importante implantación en algunas de las ramas del seguro.

¿Qué valoración puede hacer de la relación con la compañía?

Muy positiva, desde más de treinta años, al principio con la compañía La Vasco Navarra, posteriormente con Helvetia Seguros. Las empresas las conforman las personas y la relación entre cliente y proveedor, en el día a día, es muy importante. Muchos acuerdos se malogran por falta de "química" entre los interlocutores. En mi caso siempre he tenido buenos interlocutores y recibido solución a los problemas planteados, incluso recuerdo haber sido "pionero" en la petición de algún servicio a La Vasco Navarra (tuvo que acudir a Suiza, en España no había experiencia).

¿Qué espera Damm de proveedores como Helvetia Seguros?

Lo esperado de una empresa de servicios, solvencia, soluciones... En fin, un buen servicio.

Helvetia Seguros, al día

Balance del ejercicio 2009

Actualidad Aseguradora
12 de abril de 2010

Mercado Previsor
abril de 2010

Seguros
abril de 2010

Diario de Noticias
25 de mayo de 2010



Aseguradora
abril de 2010

Aseguradores
abril de 2010

Diario de Navarra
25 de mayo de 2010

Reconocimientos

Mercado Previsor
mayo de 2010

Actualidad Aseguradora
26 de abril de 2010

Mediario
mayo de 2010



Aseguradora
mayo de 2010

Actualidad Aseguradora
17 de mayo de 2010

Patrocinio

La renovación del compromiso con el Helvetia Anaitasuna ha sido uno de los patrocinios más destacados por los medios.

Diario de Navarra
25 de junio de 2010



Diario de Noticias
25 de junio de 2010



Diario de Navarra
23 de junio de 2010



Diario de Noticias
23 de junio de 2010

Semana Santa y Feria de Abril

Los medios han recogido los distintos hitos festivos y de actividad de nuestra compañía relacionados con las fiestas de la primavera sevillana.

Mercado Previsor
abril de 2010



Aseguradora
mayo de 2010



Mercado Previsor
mayo de 2010



Aseguradora
abril de 2010

Lanzamiento de productos

El lanzamiento al mercado de los nuevos productos también ha tenido un largo recorrido entre los medios especializados.

Seguros
abril de 2010



Seguros
abril de 2010



Seguros
abril de 2010



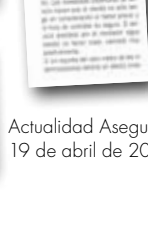
Actualidad Aseguradora
7 de junio de 2010



Actualidad Aseguradora
7 de junio de 2010



Aseguradora
abril de 2010



Actualidad Aseguradora
19 de abril de 2010

Actualidad Aseguradora
12 de abril de 2010

Mercado Previsor
mayo de 2010

Actualidad Aseguradora
17 de mayo de 2010

Actualidad Aseguradora
17 de mayo de 2010

Actualidad Aseguradora
17 de mayo de 2010

Actualidad Aseguradora
12 de abril de 2010

Nuevo portal del cliente de Helvetia Seguros

La compañía pone en marcha una nueva herramienta B2C, concebida como un valor añadido para nuestros clientes





Después de varios meses de intenso trabajo desarrollado por varias Áreas de la compañía, acabamos de asistir a la culminación de uno de los hitos fundamentales de la estrategia de clientes de nuestra entidad: el nuevo "Portal del Cliente" de Helvetia Seguros.

Este nuevo servicio B2C representa una clara apuesta por la orientación de la compañía al cliente final, hacia cuya satisfacción y lealtad deberán dirigirse nuestros principales esfuerzos futuros.

Entendemos por B2C, abreviatura de la expresión Business-to-Consumer, la modalidad de comercio electrónico orientada a reforzar los contactos comerciales y de servicio entre las empresas y sus usuarios finales.

Es cada vez más patente la necesidad de las empresas, y muy especialmente de las entidades aseguradoras, de orientar su estrategia hacia el cliente, sustituyendo así a la visión tradicional orientada a la mera colocación de productos en el mercado.

EL NUEVO PORTAL SUPONE
UNA APUESTA POR LA MEJORA
DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO
QUE SE OFRECE A LOS
CLIENTES, EN UNA ESTRATEGIA
ENCAMINADA A DAR VALOR
AÑADIDO A LAS RELACIONES
ENTRE LOS MEDIADORES
Y LOS PROPIOS CLIENTES
A TRAVÉS DE UNA HERRAMIENTA
DE UTILIDAD

La cada vez mayor exigencia de los clientes a la hora de valorar los factores precio y servicio, unida al cada vez menor índice de fidelidad y lealtad de los mismos con las entidades, potenciado por un creciente nivel de competitividad, están sirviendo de revulsivo para que las aseguradoras incrementen sus esfuerzos en hacer posible una interacción cada vez más directa, fluida y eficiente con el cliente.

En Helvetia Seguros hemos entendido desde siempre la importancia estratégica que representa para nuestra entidad que el cliente nos perciba como un proveedor de productos y servicios aseguradores cercano, preocupado por sus demandas y siempre disponible cuando nos necesite. Dicha pretensión se ha visto más que satisfecha gracias a la labor de proximidad con el cliente propiciada por nuestros mediadores.

Para potenciar dicho intento de aproximarnos cada vez más y con mayor eficiencia a los clientes, debemos aprovechar el actual desarrollo de las nuevas tecnologías en el marco del comercio electrónico. En el entorno web se favorece que dicha comunicación se realice de forma ágil e inmediata, lo que sin duda lleva aparejado un incremento significativo del nivel de satisfacción de los clientes.

En Helvetia Seguros hemos realizado nuestros deberes en este ámbito, lanzando un nuevo Portal que viene a incrementar el nivel de eficiencia en las relaciones



LOS CLIENTES TIENEN LA POSIBILIDAD DE REALIZAR CONSULTAS SOBRE SUS PÓLIZAS, RECIBOS O SINIESTROS, ASÍ COMO REALIZAR OTRAS GESTIONES ESPECÍFICAS COMO LA VERIFICACIÓN Y MODIFICACIÓN DE SUS DATOS PERSONALES, LA DECLARACIÓN DE SINIESTROS O LA REALIZACIÓN DE SOLICITUDES, RECLAMACIONES Y SUGERENCIAS

que tanto la compañía como sus mediadores mantienen habitualmente con sus clientes.

Mediante este nuevo Portal se nos abren importantes perspectivas de interacción con los clientes en distintos ámbitos, entre los que cabe resaltar el del marketing relacional y el del servicio a clientes.

En el ámbito del marketing, este servicio representa una extraordinaria oportunidad futura para relacionarnos e interactuar con los clientes con la finalidad de

conocerles mejor, ofertarles los productos que más se adapten a sus necesidades y mejorar su nivel de fidelización.

Por su parte, dentro del ámbito del servicio, el nuevo Portal permite a nuestros clientes acceder a su información personal y transaccional de forma ágil y sencilla, así como beneficiarse de una amplia gama de servicios on-line.

De esta forma, los clientes de Helvetia Seguros podrán consultar sus pólizas, recibos o siniestros, así como realizar otras gestiones específicas.

Entre estas otras gestiones, los clientes podrán verificar y modificar sus datos personales, declarar un siniestro, o realizar solicitudes, reclamaciones y sugerencias.

Además de todo ello, los clientes registrados en el Portal tendrán acceso a información actualizada relativa a los servicios, productos y ofertas comerciales de la compañía.

Se trata, en suma, de una herramienta moderna y eficaz que nos permitirá prestar un mejor servicio a nuestros clientes y fidelizarlos de manera más eficiente.

El acceso al "Portal del Cliente" se realizará a través de la web corporativa de Helvetia Seguros o de las webs corporativas de agentes, que también incluirán íntegramente estos nuevos servicios. Para ello, el cliente deberá previamente registrarse mediante la cumplimentación de un sencillo formulario que encontrará

en dicha web corporativa, o en la web corporativa de su mediador si éste dispone de ella.

En el referido proceso se han incluido diversas validaciones para garantizar que sólo los clientes de la compañía tengan acceso al Portal.

Es importante resaltar que la concepción y diseño de este nuevo Portal se ha hecho, en todo momento, buscando reforzar el papel de los mediadores.

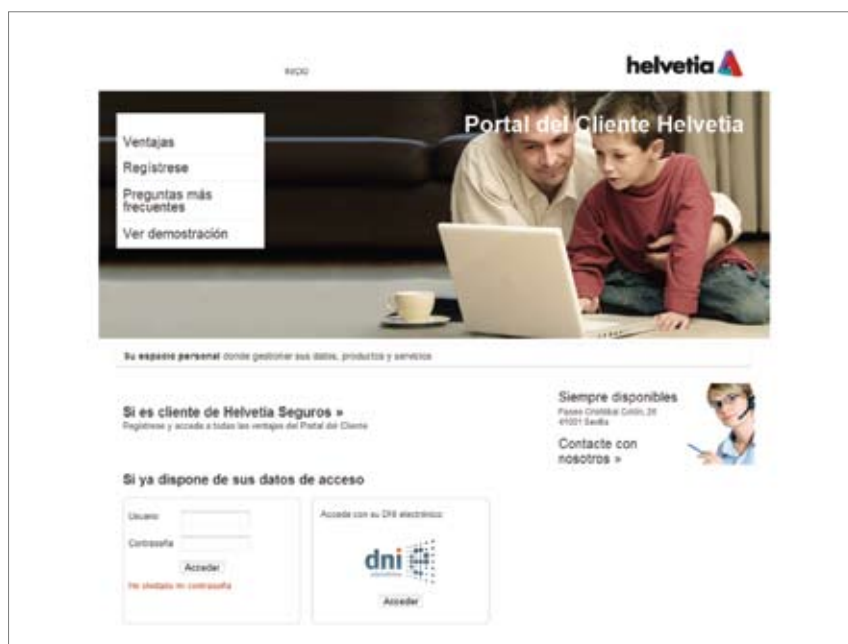
Como muestra de ello, baste indicar lo siguiente:

- El Portal se ha integrado en las webs corporativas de agentes existentes en la actualidad, y lo será igualmente en las que se desarrollen en el futuro.
- Los datos del mediador estarán visibles en todas sus pantallas a disposición del cliente.
- Los mediadores recibirán información sobre el alta de sus clientes en el Portal y sobre las operaciones más importantes que éstos realicen en el mismo, como la modificación de sus datos personales, etc.
- Los mediadores recibirán igualmente los formularios (petición de cotización, sugerencias, etc.) enviados por sus clientes.

Con la finalidad de conseguir el mayor número de usuarios posible, se está procediendo a la difusión del nuevo Portal entre los clientes por distintos medios.

A modo de ejemplo, se ha elaborado una nueva carta de bienvenida con referencia a este nuevo servicio, se ha lanzado un nuevo faldón publicitario para su inclusión en las cartas de aviso de cobro bancario y para ser adjuntado a las nuevas pólizas, difusión mediante envío de correos electrónicos, etc.

Estamos convencidos de que este nuevo servicio redundará en una mejor percepción por parte de los clientes del servicio ofrecido por nuestra entidad y de que el consecuente incremento de su nivel de



satisfacción propiciará a medio plazo, en beneficio de la compañía y de nuestros mediadores, un aumento paralelo de la tasa de permanencia de nuestros clientes y de su vinculación con la compañía. Al mismo tiempo, esta nueva herramienta supondrá una descarga importante de tareas administrativas para las sucursales y mediadores, ya que, gracias al nuevo Portal, muchas de ellas

podrán ser gestionadas directamente, y si lo desean, por los clientes las 24 horas de los 365 días del año.

Animamos desde "En buena compañía" a todos sus lectores a utilizar y difundir al máximo todos los servicios y ventajas que tiene este nuevo Portal del Cliente, que se sitúa en la línea más vanguardista del sector de seguros en España.

De Osasuna... y de Helvetia Seguros

En plena resaca del Mundial de fútbol, y dentro de esta sección referida a las pasiones desconocidas de nuestros empleados, nos toca contar la simpática historia de una familia de cuatro generaciones con dos grandes tradiciones compartidas: su dedicación a Helvetia Seguros y su amor por el equipo de fútbol del Osasuna.



Sala de Consejo de la sede de La Vasco Navarra (Avda. San Ignacio, Pamplona)

No es infrecuente en Helvetia Seguros la existencia de agencias de gran longevidad, que son el resultado del paso de testigos de padres a hijos a lo largo de varias generaciones. Las hay por toda España, y normalmente presentan una salud de hierro, ya que combinan lo mejor de la

tradición con lo más notable de la juventud: buenos cimientos y frescura.

En Navarra, tierra de tradiciones, Helvetia Seguros se ha convertido en algo casi inherente a la cultura de la comunidad, gracias al legado de La Vasco Navarra. Y es

que hay muchas tradiciones en esta tierra de tanta riqueza patrimonial y tan vasto legado histórico. La festividad de San Fermín es la más conocida, pero hay otras tradiciones muy arraigadas al ADN del pueblo navarro. Una de las más firmes es la afición por un equipo de fútbol, el C.A.

Osasuna, que acumula muchas décadas de historia y con el que el pueblo navarro muestra una absoluta identificación.

En este número, traemos a esta sección de "De cerca" la historia curiosa de una familia en cuarta generación que, a lo largo de prácticamente tres cuartos de siglo, ha compartido y cultivado dos grandes señas de identidad de Navarra: su afición por el equipo de fútbol del Osasuna y su dedicación a Helvetia Seguros, empresa a la que dedicaron y dedican su vida laboral.

Javier Santos Nicasio, director de Sucursal Pamplona Agentes A, es bisnieto, nieto e hijo de empleados de Helvetia Seguros. Además, comparte con ellos su afición por el Osasuna, equipo del que actualmente Javier es socio. Y curiosamente, además, su tío, hermano de su padre, fue durante muchos años empleado de la compañía en el Departamento de Siniestros, hasta que decidió abandonar el mundo del seguro para dedicarse a... ¿lo imaginan? En efecto, al fútbol, aunque no como jugador, sino como uno de los primeros representantes de futbolistas a nivel nacional e internacional que existió en nuestro país y, por supuesto, muy vinculado al Osasuna.

Fútbol y seguros son dos mundos que, en el caso de esta familia, siempre han estado muy unidos. Como curiosidad, el primero de la saga, Luis Santos Oñoro, fue el responsable de la implantación en la empresa del seguro de incendios. Más tarde, su hijo (y abuelo de Javier) también haría carrera en la compañía, jubilándose en 1979 como jefe del Departamento de Incendios. La tercera generación llegó con Pachi Santos Odériz, que entró en 1959 en la empresa como botones y que se jubiló como jefe del Departamento de Informática en el 2005, viviendo muy de cerca todos los cambios que se produjeron en la compañía. De esta forma, fue testigo de la entrada del primer ordenador y llegó a conocer y manejar esa cosa tan rara hace sólo una década que era y es Internet.

Javier ingresó en Helvetia Seguros en 1993. Sorprendentemente, después de cuatro generaciones, es el único de la saga que ha desarrollado una labor directa de cara al público. Vinculado



Javier Santos Nicasio, actual director de Sucursal Pamplona Agentes A.



Pachi Santos Odériz, padre de Javier, y antiguo empleado de la compañía.

durante casi diez años a la Sucursal de Fuente del Hierro como asesor comercial, en enero de 2010 inició una nueva etapa como director de Sucursal Pamplona Agentes A.

Sus primeros recuerdos familiares están asociados, de manera muy nítida, con su abuelo. De él recuerda los paseos por Pamplona y cómo le llevaba al frontón o a los toros. "Mi abuela me contaba que era muy seguidor del Osasuna, cosa que no llegué a disfrutar con él porque falleció cuando yo era bastante pequeño", comenta. Su padre siguió la tradición, aunque tuvo un momento de renun-

cia y, al final, dejó de sacarse el carné. Desde hace unos diez años, Javier ha retomado la afición, y siempre que juega en casa acude a los partidos. Entre semana, trabaja de forma entusiasta en su sucursal, a la que intenta dotar de todo el empuje posible en un momento, como el actual, en que todos los esfuerzos son pocos. Tiene una hija pequeña, que aún lo es demasiado para pensar en hacerla "rojilla". Todavía le queda tiempo para pensar en que, como su padre, su abuelo, su bisabuelo y su tatarabuelo, pueda dedicar su vida profesional a Helvetia Seguros. Aunque con esto de las tradiciones nunca se sabe.

Entrevista

Muchas cosas diferencian a los dos entrevistados de este número, Santiago Álvarez Álvarez y Alfonso Pascual del Pueyo. Sin embargo, hay algo importante que los une: su confianza en el proyecto de Helvetia Seguros y su convicción de que los recursos humanos son la baza más importante de su proyecto empresarial. En esta entrevista los conocemos a fondo.



Santiago Álvarez Álvarez,
director de Sucursal Ourense

“Con nuestros recursos humanos conseguiremos superar cualquier situación adversa”



Alfonso Pascual del Pueyo,
responsable del Departamento de Responsabilidad Civil

“Lo que más valoro de mi trabajo es la sensación de que estás aportando un valor”

Desde vuestros respectivos puestos de responsabilidad, uno al frente del Departamento de Responsabilidad Civil y otro como director de Sucursal Ourense, ¿qué es lo que más valoráis de vuestro trabajo?

Santiago Álvarez: Tener la suerte de dirigir un gran equipo –el mejor, si se me permite– con el que poder contribuir, en el día a día, al desarrollo presente y futuro de nuestra gran organización. Las relaciones humanas con mis compañeros (sucursales y departamentos) y con la red de mediadores ocupan un lugar destacado en mi escala de valores, ya que son las que te permiten enriquecerte personal y profesionalmente. Para mí, también es muy importante formar parte de una empresa como la nuestra en la que puedes hacerte escuchar, aunque no siempre te hagan caso, como es natural.

Alfonso Pascual: El contacto permanente con las necesidades de las personas; la posibilidad de serles útiles en algo, de solucionarles sus problemas; y la percepción de que los clientes, la Dirección de la compañía, los empleados, nuestros accionistas, depositan su confianza en ti. La sensación de que estás aportando un valor.

Ambos compagináis altas responsabilidades dentro de Helvetia Seguros con vuestra labor de padres de familia. ¿Cómo lleváis esa conciliación?

S.A.: En mi caso mentiría si digo que lo hago bien y no necesito preguntárselo a mi mujer y a mi hija. Ambas tienen un grado “superlativo” de comprensión hacia mi dedicación profesional. Durante la semana la relación es fundamentalmente telefónica, pero los fines de semana “son sagrados” y trato de compensarles el déficit anterior. Para mí, esta es una asignatura pendiente. Después de haber participado en innumerables cursos de dirección y de marketing, seminarios, etc., tengo muy clara la teoría y sé que lo hago mal, pero todavía no he sido capaz de encontrar el equilibrio adecuado. Lo sigo intentando...

A.P.: Dando lo mejor de mí en ambos roles, siendo un profesional volcado en tu trabajo cuando estás en tu trabajo y dedicándolo todo a tu familia cuando estás con tu familia. Sabiendo desconectar los dos mundos, aunque a veces cueste trabajo olvidar los problemas de la oficina cuando estás en casa o las inquietudes familiares cuando estás trabajando. Pero, sin duda, es mucho más difícil ser un buen padre de familia que un buen profesional en tu trabajo.

Santiago Álvarez

Un animal con el que te identificas: El caballo.

La canción principal de tu banda sonora: *Imagine* de John Lennon.

Un sueño por cumplir: Dar la vuelta al mundo.

Una pesadilla de la que te gustó despertar: No la recuerdo.

La frase que te tatuarías: Ninguna.

Un hábito que sigues desde pequeño: Tener una botella de agua al lado de mi cama.

Una manía que has conseguido domesticar: Comerme "entero" el flan que mi madre prepara los domingos.

Si tu vida fuera un género cinematográfico, sería: Un western.

La persona que te hace más gracia en este mundo: Mi hija Lola.

Un tópico que no soportas: "Los comerciales sois todos iguales..."

Alfonso Pascual

Un animal con el que te identificas: El cocodrilo.

La canción principal de tu banda sonora: Imposible quedarme con una sola.

Un sueño por cumplir: Vivir despreocupado.

Una pesadilla de la que te gustó despertar: A pesar de que ha transcurrido un tiempo desde que terminé mis estudios académicos, sigo teniendo pesadillas con los exámenes.

La frase que te tatuarías: No desees para los demás lo que no desees para ti.

Un hábito que sigues desde pequeño: La independencia.

Una manía que has conseguido domesticar: La impaciencia.

Si tu vida fuera un género cinematográfico, sería: Tragicomedia.

La persona que te hace más gracia en este mundo: Aunque ya anda un poco quemado, "Chiquito de la Calzada".

Un tópico que no soportas: La famosa frase "Yo ya sabía que esto iba a ocurrir..."

¿Qué momentos, a lo largo de vuestras trayectorias en Helvetia Seguros, os evocan un sentimiento de especial ilusión y satisfacción?

S.A.: Ha habido varios, pero quizás el más importante ocurrió cuando después de la última fusión, y tras la prejubilación de mi buen y querido antecesor Juan Fernández, se me brinda la posibilidad de asumir la dirección de la sucursal, un nuevo proyecto, un nuevo reto y, desde luego, muy ilusionante. Mi satisfacción ha ido incrementándose gradualmente, al ver cómo ejercicio a ejercicio se iban cumpliendo la mayoría de mis expectativas.

A.P.: Es difícil escoger un solo momento, quizá la celebración del 150 aniversario del Grupo Helvetia en St. Gallen (Suiza).

Imaginamos que en todos estos años también habrá habido momentos difíciles. ¿Cuál ha sido el reto más complicado al que os habéis tenido que enfrentar?

S.A.: El ejercicio 2006 lo comencé siendo el único comercial de la sucursal, ya que no tenía asesor comercial. En breve espacio de tiempo tuve que hacer una búsqueda y preselección de un candidato adecuado. A los tres meses de incorporarse éste (que se encontraba en pleno proceso de formación), propongo a la Dirección la incorporación –además del anterior– de otro asesor comercial más. Evidentemente, no era el momento adecuado y para que fuese aceptado tuve que comprometerme a un incremento muy importante de negocio y organización a corto plazo. Felizmente, ambas personas han resultado ser unos increíbles profesionales, de los que me siento muy orgulloso y con los que he podido saldar mi compromiso con creces.

A.P.: El mayor reto profesional lo supuso la fusión de las dos compañías de las que proveníamos, Helvetia CVN y Previsión Española. Fue un esfuerzo colectivo en el que hubo que salvar muchísimos obstáculos y, no ya sólo de tipo técnico o administrativo, sino también de pensamiento y cultura empresariales. Ahora, visto con la perspectiva del tiempo transcurrido, podemos decir que el esfuerzo tuvo su fruto y que la nueva compañía es mucho más fuerte que las dos anteriores.

Entrevista

Si pudieseis dar marcha atrás en el tiempo, ¿habría cambiado vuestro recorrido profesional hacia otras áreas o competencias dentro de la compañía?

S.A.: Claramente, no. A pesar de las presiones que sufrimos diariamente (si no ejerzo algo de crítica, nadie se creerá que esta entrevista la he contestado yo), puedo decir que me gusta lo que hago.

A.P.: Es una pregunta complicada ya que, por el puesto que ocupo dentro de la entidad, mis contactos más estrechos son con el resto del Área de Productos a la que pertenezco y con el Área de Ventas, con la que caminamos al unísono en nuestro trabajo diario. Quizás noto cierta falta de conocimiento recíproco entre los que formamos estas áreas. Creo que sería muy positivo para el desarrollo profesional que aquellos que están en el Área de Productos pudieran pasar en algún momento de su carrera profesional por el Área de Ventas, trabajando durante un tiempo en una sucursal. De igual forma, los profesionales del Área de Ventas deberían pasar algún tiempo en un departamento técnico, por una mesa de suscripción. Es difícil porque el perfil de unos y de otros profesionales es distinto, pero esto nos ayudaría a todos a tener una visión más global del negocio.

Con una trayectoria dentro de Helvetia Seguros de 14 y 23 años respectivamente, ¿cómo ha sido la evolución que os ha llevado a crecer profesionalmente y a ampliar competencias?

S.A.: En 1996 me incorporo como asesor comercial de Previsión Española, en la sucursal de Ourense. Después de un comienzo tortuoso en el que accidentalmente tuve que hacerme cargo, por un tiempo, de las funciones administrativas de la época (grabación de pólizas, siniestros, contabilidad, etc.), cosa que me vino muy bien para mi formación profesional futura, comenzó a tejerse una red agencial de una joven sucursal que había comenzado desde cero. Como ya he comentado, en enero de 2005 se me confía la dirección de la misma (en aquel momento el volumen de negocio rondaba los 3 millones de euros). Un año más tarde, también asumo la gestión de la delegación de Lugo. En enero de 2009, después de una redistribución efectuada en la zona de Galicia, se incorporan a mi unidad de negocio varias agencias de la provincia de Lugo (que hasta la fecha dependían de otra sucursal). Con los cambios anteriormente mencionados y el fuerte desarrollo de la red de mediadores y negocio llevado a cabo en los últimos cinco años, actualmente tengo bajo mi responsabilidad la gestión de algo más de 10 millones de euros en primas.

A.P.: Salvo contadas excepciones uno no amplía sus competencias o atribuciones de un día para otro. Es una transformación paulatina, al menos yo lo entiendo así. En la carrera de un profesional ir subiendo en tu nivel de competencia es algo que va ocurriendo poco a poco y es fruto del esfuerzo que día a día vas realizando, y no en las grandes decisiones en las que siempre vas a compartir responsabilidades sino en los pequeños detalles de tu trabajo, en los que dependen exclusivamente de tí y en los que te vas diferenciando del resto.

¿Cuáles son las armas de Helvetia Seguros para enfrentarse a esta situación generalizada de turbulencias socioeconómicas?

S.A.: Su gran solvencia financiera y la política rigurosa en contratación (a pesar de la que está cayendo) son dos factores de suma importancia, pero el arma más poderosa que tiene Helvetia Seguros es, sin duda, su equipo humano. Con éste, y si no lo descuida, será capaz, seremos capaces, de superar las situaciones y coyunturas adversas que nos puedan afectar.

A.P.: La tranquilidad y la serenidad que te da mirar hacia atrás y comprobar que formas parte de un proyecto que tiene más de 150 años de existencia y que ha superado turbulencias tan grandes como dos guerras mundiales u otras grandes crisis económicas. Nuestro negocio no lo entiendo como un reto a corto plazo sino como una carrera de fondo, en la que no hay que ganar en los primeros cien metros lisos sino en la maratón, que curiosamente suele ser la prueba con la que terminan siempre las grandes competiciones de atletismo. Siguiendo con el símil del atletismo, el corredor de velocidad es musculoso, eléctrico, poderoso pero con escaso recorrido. Sin embargo, el corredor de fondo es ligero, con la musculatura imprescindible pero con fondo, resistencia y una gran fuerza psicológica que le hace superar todos los obstáculos, en particular el más importante de todos, su propio cansancio. Nosotros tenemos que ser algo parecido a un corredor de maratón.

Para la buena gestión de una empresa, ¿qué importancia, según vuestro punto de vista, le daríais a cada uno de los siguientes activos: recursos económicos, humanos y tecnológicos?

S.A.: Buena pregunta. Qué duda cabe de que los recursos económicos son fundamentales para poder gestionar una empresa, pero si no existen personas que los generen y los gestionen de poco sirven, por lo que mi primer puesto sería para los recursos humanos. Y añadiría: de calidad. En segundo lugar estarían los recursos económicos y, por último, los recursos tecnológicos, ya que no podrían existir sin los dos anteriores.

A.P.: En una empresa de servicios como la nuestra, en primerísimo lugar las personas. Los recursos económicos y tecnológicos son sólo herramientas que facilitan el trabajo, pero el servicio lo dan las personas. Hay empresas que se sostienen con escasos recursos gracias al talento de sus empleados y lo contrario rara vez se produce. Que triunfen proyectos con grandes recursos pero sin profesionales de valía, yo no conozco ningún caso.

¿Qué retos le quedan por cumplir a corto plazo dentro de la compañía?

S.A.: El más inmediato es conseguir superar con éxito este año tan complicado. Después de cinco años consecutivos consiguiendo resultados muy superiores a nuestros objetivos, nos encontramos con un ejercicio tremendamente duro (anulaciones, impagos, siniestralidad, etc.). Ya lo esperábamos difícil, pero no tanto. No obstante, confío en que, una vez más, podamos superar este reto y cumplir con lo comprometido.

A.P.: Aunque es algo que no sólo va a depender de nosotros, el reto principal es superar la crisis que nuestro negocio de empresas viene registrando actualmente con unos crecimientos negativos desde hace casi dos años. Más que nunca, necesitaremos de grandes dosis de imaginación y esfuerzo. El entorno va a acompañarnos, para lo bueno y para lo malo, pero por nuestra parte tenemos que tener los trabajos y los deberes hechos. El repunte económico que, tarde o temprano, llegará nos tiene que sorprender con los motores encendidos para despegar de inmediato.



A debate: La nueva Ley de Responsabilidad Medioambiental

La creciente concienciación de la sociedad por respetar el entorno en el que vive y las diversas catástrofes medioambientales aún en mente instauran en las empresas la necesidad de una producción más responsable con el medio ambiente. Este compromiso se materializa en la nueva Ley de Responsabilidad Ambiental. Concretamente en el ámbito del seguro, ¿consideráis que la mejorada responsabilidad medioambiental puede representar nuevas oportunidades de negocio para el sector?

S.A.: Sin ninguna duda, sobre todo para las compañías especializadas. También el Pool de Riesgos Medioambientales –del que formamos parte– tendrá un importante desarrollo, en la medida en que las compañías que más negocio aportan al mismo no lo abandonen.

A.P.: No me cabe la menor duda. En un mercado como el nuestro, en el que el índice de renta invertida en seguros sigue siendo inferior al de los países de nuestro entorno, la creación de un seguro obligatorio es una oportunidad de negocio para el sector. Aunque la legislación prevé otras alternativas al seguro, algunas de ellas se antojan como inviables o muy costosas, por lo que el seguro acabará imponiéndose.

La nueva ley asegura una mayor uniformidad jurídica en el marco europeo. ¿Pensáis que cubre las lagunas existentes hasta ahora en la responsabilidad por daños al medio ambiente o, por el contrario, deja aún aspectos sin abordar?

S.A.: Desde luego se ha mejorado enormemente y, por supuesto, se han unificado criterios. Difiere de la responsabilidad civil clásica ya que tiene un carácter meramente objetivo en el que las obligaciones de actuación se imponen al operador al margen de cualquier culpa, dolo o negligencia del mismo; incorpora los conceptos de reparación y restauración (este último es precisamente el más complejo e inconcreto que aborda la ley) que obligan a devolver los recursos naturales dañados a su estado original, no siendo suficiente una mera indemnización dineraria. No obstante, creo que el legislador debería abordar con otra amplitud de miras y profundidad todos los aspectos relacionados con la prevención (sin que exista una amenaza inminente, que sí lo trata), sobre todo en las actividades más nocivas. Esto no se resuelve con la obligación de disponer de un aval, garantía o póliza de responsabilidad civil al efecto, sino concretando las medidas a tomar en cada caso y estableciendo los organismos de inspección (de prevención) correspondientes junto con una norma sancionadora ejemplar (por incumplimientos) antes de que se haya producido daño alguno. Se hace efectivo el principio de “Quien contamina paga” (civil/penalmente), pero con ello, y eso siempre que se consiga, no hemos evitado que se haya producido el daño (Caso “BP” en el Golfo de México: habrá indemnizaciones multimillonarias pero las consecuencias ya son inevitables).

A.P.: La nueva Ley española de 2007 es la transposición de una Directiva de la Unión Europea que tardó diez años en promulgarse, que tuvo que recorrer un camino muy azaroso en el que jugó un importantísimo papel el debate sobre el seguro obligatorio o seguro voluntario, hasta llegar a bloquear la propia aprobación de la Directiva. Al final, se sacó un texto de compromiso en el que hubo que renunciar a algunos aspectos de cierto calado. Diríamos que la Directiva es sólo una etapa en un camino que queda por recorrer, el manto de protección es sólo parcial, hay muchos asuntos en materia de protección medioambiental que quedan fuera de la nueva Ley y que es de suponer se aborden en modificaciones futuras.

¿Creéis que las industrias y compañías en el desarrollo de su actividad deberían realizar mayores esfuerzos para proteger el entorno?

S.A.: Por supuesto que sí. Vivimos en una sociedad en la que prevalece lo productivo y económico sobre todo lo demás, obviando las consecuencias para nuestro entorno. No quiero hacer demagogia y tengo claro que la supervivencia y calidad



“La sobreexplotación de recursos naturales traerá graves consecuencias a nuestras futuras generaciones”



“Nadie pone en duda que el uso racional de los recursos es una cuestión de supervivencia para la humanidad ”

de vida de las personas deben anteponerse a ciertas cosas, pero debemos ser consecuentes y saber medir los tiempos, ya que la sobreexplotación de recursos naturales actual traerá graves consecuencias a nuestras futuras generaciones. Se hace imprescindible buscar un equilibrio.

A.P.: Creo que esto lo vienen haciendo las empresas desde mucho antes de la aprobación de la Ley. La cultura de respeto al medioambiente es algo presente en las economías occidentales desde tiempo atrás. Tampoco hay que pecar por exceso, últimamente han aparecido muchas corrientes oportunistas que se apuntan a la defensa a ultranza del medioambiente con unos intereses ajenos al puro conservacionismo. “Lo verde” vende y vendedores profesionales sobran; lo que no sobra es verdadera cultura ecologista. Sobre este asunto hay que ser tremendamente prudentes. Nadie pone hoy en duda que el uso racional de los recursos naturales es una cuestión de supervivencia de la humanidad a largo plazo, pero llevado a un extremo se puede convertir en un gran freno al desarrollo económico. Por poner un ejemplo, existe una corriente muy sólida que reniega de la utilización en la agricultura de semillas transgénicas, manipuladas de forma artificial, si bien hay una reputada doctrina científica que avala que el uso de estas semillas puede suponer la desaparición del hambre en la Tierra. Esta es una terrible decisión en la que no cabe equivocarse. ¿Realmente el uso de material transgénico es tan grave como para descartarlo como posible solución al mayor problema al que se puede enfrentar la humanidad en estos momentos? Hay que decidir sobre una supervivencia de presente frente a una supervivencia de futuro.



Un continente de posibilidades

Se dice que el litoral malagueño es, en sí mismo, un pequeño continente, con una oferta turística, cultural y de ocio tan rica como variada. Símbolo del concepto turístico español, en las últimas décadas ha sabido evolucionar y reinventarse, de forma que hoy sigue siendo uno de los principales elementos dinamizadores de la economía regional.

Situada al sur de la Península Ibérica, en el extremo occidental del Mediterráneo, y con una extensión de 161 kilómetros (son los que ocupa todo el litoral de la provincia malagueña), la Costa del Sol ha simbolizado durante décadas el concepto del turismo prototípico nacional: sol, playa y buena gastronomía. Fue, de hecho, uno de los primeros modelos turísticos de litoral que surgió en España y, aunque con posterioridad han aflorado en la península muchas otras propuestas asociadas al sol y a la playa, la Costa del Sol sigue conservando su aura de veteranía y de espacio consolidado de referencia internacional. A pesar de los envites del tiempo y aspectos de índole

le coyuntural, la Costa del Sol mantiene intacta su condición de icono turístico, así como de elemento dinamizador de la actividad económica de la región andaluza. Y como no podía ser de otra forma, Helvetia Seguros mantiene una fuerte presencia en esta región, con un volumen de cartera que supera los 15 millones de euros.

Sintetizar todo lo que contiene la Costa del Sol en unas pocas líneas es complicado. Además de una inigualable oferta hotelera, el litoral malagueño cuenta con una extensa oferta de ocio que abarca prácticamente todo lo imaginable, incluyendo parques temáticos, náutica, golf o senderismo.

Málaga se erige como eje de la región. De hecho, se localiza prácticamente en el centro geográfico del litoral de la provincia, delimitando dos grandes áreas: la Costa del Sol Oriental (desde El Rincón de la Victoria hasta Nerja) y la Costa del Sol Occidental (desde Torremolinos hasta Manilva). Mientras que la primera cuenta con elementos de gran valor turístico, como la mundialmente conocida Cueva de Nerja, con 20.000 años de antigüedad, la segunda, con municipios como Marbella, Estepona o Benalmádena, tiene una vocación más internacional. La Autovía del Mediterráneo es el vaso comunicante de todos estos municipios, cuya comunicación con



Balcón de Europa, en Nerja.

Madrid y el centro de España ha mejorado espectacularmente desde hace pocos años con la entrada en servicio del tren de alta velocidad AVE. El contacto con otras regiones y con el extranjero se ve garantizado por el Aeropuerto Pablo Ruiz Picasso, uno de los más importantes del sur de Europa, que está situado a tan sólo 8 kilómetros de Málaga, y por el propio Puerto de Málaga.

Hay muchos alicientes para conocer la Costa del Sol. Los más evidentes son el clima y la oferta de restauración y hoteleira, en la que han venido ganando peso en los últimos años las propuestas de relajación, tratamientos naturales y centros de spa. También está, por supuesto, el golf, que tiene en Málaga uno de sus principales espacios de referencia nacional (suma más de 50 campos y ha acogido campeonatos de gran proyección, como la Ryder Cup, la World Championship o la Volvo Masters). La actividad náutica, gracias a la existencia de once puertos deportivos en la provincia, es asimismo una de las alternativas de ocio más afianzadas. Y está el indudable atractivo del reclamo social. No puede obviarse que los distintos municipios de la Costa del Sol han sido a lo largo de las últimas décadas un destino predilecto para numerosas personalidades de la



Centro de Marbella.

vida social y el papel *couché* de dimensión internacional. Entre los años 1970 y 2005, la Costa del Sol ha acogido unos 250 rodajes cinematográficos y cuenta con verdaderos templos consagrados a la alta sociedad, entre los que destaca muy especialmente Puerto Banús o lugares como el Marbella Club, que durante muchos años sirvió de *meeting point* para estrellas del celuloide, altos magnates y famosos de altos vuelos.

Frente a estos reclamos obvios, la Costa del Sol es un enorme recipiente de propuestas lúdicas, sociales y culturales de gran nivel (se dice que Málaga es un pequeño continente). Propuestas como la que brinda desde hace siete años el Museo Picasso, un verdadero elemento dinamizador de la actividad cultural de Málaga, que ha colocado a la Costa del Sol a la vanguardia de los espacios museísticos y expositivos en el ámbito internacional. O propuestas como las que ofrecen centros como el Selwo Aventura, en Estepona, con más de 200 especies de animales en estado de semilibertad, el Selwo Marina, en Benalmádena, o el histórico Tívoli, un verdadero jardín botánico que incorpora una extensa oferta de espectáculos, atracciones y restaurantes para todos los gustos.

Una vasta oferta pensada, en definitiva, para que el aburrimiento no sea una po-



Puerto Banús.

sibilidad. Y que, en todo caso, repercute sobre la actividad económica de la región, manteniendo su dinamismo incluso en momentos como los presentes, caracterizados por cierta contención del consumo.

Helvetia Seguros, consciente de la fortaleza de la Costa del Sol, está muy presente en el litoral malagueño, donde mantiene cuatro unidades de negocio: las Sucursales de Málaga, Marbella y Fuengirola, y una Delegación en Torremolinos. Las cuatro unidades acumulan más de 36.000 pólizas, con una cartera de negocio superior a los 15 millones de euros. De esta facturación, el ramo de Particulares representa casi el 65% del total, lo que refleja el enorme patrimonio inmobiliario de la zona y su potencial de aseguramiento.

La Costa del Sol es un lugar para visitar, pero también un lugar para vivir. De hecho, es una de las zonas de España con mayor población extranjera, venida principalmente de distintos sitios de Europa al calor del sol y de la "buena vida" mediterránea. También es uno de los lugares de la península donde Helvetia Seguros dispone de mayor proporción de clientes extranjeros: un 28%, esto es, más de la cuarta parte de su cartera. La Costa del Sol es, pues, un espacio para disfrutar, para visitar, para vivir. Y también, gracias a Helvetia, un sitio en el que podemos sentirnos muy seguros.

Abriendo nuevos caminos

Veterana y, a la vez, llena de juventud, la Sucursal de Las Palmas vive un momento de apertura hacia nuevas posibilidades de negocio, con la vista puesta en la captación de nuevos mediadores y la implantación de una filosofía más comercial en todos los ámbitos de su gestión.



La de Las Palmas es una sucursal veterana y, al mismo tiempo, llena de un joven dinamismo. La veteranía la pone el hecho de que se trata de una sucursal que acumula la experiencia de cuatro décadas (surgió allá por los años 60), con una red de mediadores muy consolidada, merced a la penetración de la antigua Previsión Española en la zona. La juventud viene determinada por la edad del equipo que la forma. El propio Daniel Moreno, su director, es un buen ejemplo de esta mezcla de veteranía y juventud. A pesar de que es una persona joven, y a pesar de que lleva relativamente poco tiempo al frente de la sucursal (asumió la dirección en abril de 2009), acumula una larga y contrastada experiencia dentro del sector asegurador de Las Palmas.

Junto a Daniel, el equipo de Sucursal Las Palmas se compone de Jaime Martín, asesor comercial, y de Rita Pérez (la más veterana) y Yazmina Aparicio, incorporada hace apenas un par de meses. Todos ellos están intentando introducir frescura y dinamismo dentro de una red de distribución con larga trayectoria compuesta de 55 mediadores y en la que conviven profesionales con una cartera muy consolidada con otros de reciente incorporación. Entre todos están empujando fuerte para ganar cuota de mercado e incrementar el volumen de negocio. Un volumen que actualmente supera los 3 millones de euros de primas anuales y que, según Daniel, "puede ser muy superior", ya que Las Palmas cuenta con indudables posibilidades para el sector del seguro.

El momento, en todo caso, no es fácil. En una provincia donde los sectores turístico



y de servicios tienen un fuerte peso, algunas zonas, como Fuerteventura, han alcanzado ya un 30% de paro. A ello hay que añadir una fuerte competencia y el hecho de que la marca Helvetia Seguros no es todavía demasiado conocida en la zona. Ante esta tesitura, todo el empeño de la sucursal está puesto en la apertura de nuevos mercados. "Es un año de abrir mercados, de abordar nuevas experiencias. Un año de aperturismo hacia nuevas posibilidades de negocio", sintetiza Daniel, que tiene a su favor la ilusión de poner en órbita un proyecto que parte de buenos cimientos. "Existe un negocio consolidado de base, gracias a la labor que tradicionalmente han desarrollado los mediadores más veteranos", sostiene. "Pero ahora hay que crecer, hay que seguir avanzando, y eso sólo lo podemos conseguir con una mentalidad más comercial, más competitiva".

El joven equipo de Las Palmas las tiene todas consigo para lograrlo. Localizados en una zona céntrica, en la calle León y Castillo, muy cerca del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, viven muy de cerca las necesidades y demandas de aseguramiento de los ciudadanos de la zona. También cuentan con el apoyo de la estructura central de Helvetia Seguros, tal y como pudo comprobar el propio director cuando cursó parcialmente la última edición de SABES, en Sevilla, y recibió el apoyo explícito de diversos miembros de la compañía. La cartera de Las Palmas se compone principalmente del ramo de Vida y de otros ramos como Hogar, Comercio, Oficinas o Autos. Éste último, por las características altamente competitivas del producto en una zona como Las Palmas, goza de una especial penetración. "Ahora el trabajo está en arropar comercialmente este

producto con otras ofertas que resulten atractivas", explica Daniel.

Desde su céntrica sede en Las Palmas, Daniel quiere dirigir un mensaje a todos los mediadores que colaboran en su proyecto: "Por un lado, nuestro agradecimiento y bienvenida a todos los nuevos mediadores que colaboran con nuestro proyecto y contribuyen a hacerlo posible, tirando cada uno en la medida de sus posibilidades de este gran carro. Por otro lado, todo nuestro aliento a nuestros agentes más afianzados, para que asuman que se trata de un proyecto que ellos pueden hacer crecer a través de su propio crecimiento, adquiriendo una mentalidad más abierta y comercial con sus clientes".

Mucha suerte desde "En buena compañía" para este gran equipo.

Nuevos cursos de Desarrollo Directivo

Dentro de los programas formativos promovidos por Helvetia Seguros dirigidos a los empleados de la compañía, uno de los que está teniendo más aceptación es el que lleva a cabo la prestigiosa consultora Otto Walter, especializada en asesoramiento y formación para ejecutivos. Ya son muchos los directivos y mandos de Helvetia Seguros que han llevado a cabo ciclos formativos impartidos por esta consultora, en los que aprenden de manera muy práctica a manejarse comercialmente, reforzando además otras aptitudes como el liderazgo o la capacidad de trabajo en equipo.

El pasado mes de abril concluyeron tres cursos desarrollados por esta consultora durante el primer trimestre del año. Impartidos en Sevilla, contaron con la participación de 33 profesionales de Helvetia Seguros (4 directores de Zona, 20 responsables de Departamento y 9 directores de Sucursal). Los cursos, como es costumbre, se desarrollaron en un ambiente de gran cordialidad y cercanía, lo que permitió a los participantes sacar mayor beneficio a la formación, que en el caso de estos cursos tienen una orientación marcadamente práctica.



Curso 1

PPT. Desarrollo del Comportamiento Profesional

Este curso ha estado dirigido a responsables de Departamento cuyas funciones implican relacionarse con muchas personas pero que no cuentan, en general, con colaboradores directos a su cargo. Su objetivo es lograr cambios que permitan mejorar y modificar los hábitos cotidianos, para conseguir una verdadera evolución en el ejercicio del liderazgo profesional. El programa de trabajo ha constado de tres intensas jornadas de trabajo, que tuvieron una duración total de 24 horas lectivas, además de los ejercicios prácticos entre sesión y sesión.

Curso 2

PDP1. Executive de Liderazgo y Dirección de Personas

Dirigido a directores de Zona y responsables de Departamento con colaboradores directos a su cargo, el objetivo de este curso ha sido lograr que todos aquellos profesionales con funciones que impliquen mando sobre equipos

realicen su cometido de forma eficaz y movilicen mejor a los demás mediante la calidad de su trato y su comportamiento. En definitiva, para que lideren y gestionen el conocimiento y aprovechen el talento de sus equipos. En este caso, el curso tuvo una duración total de cinco jornadas y 40 horas.

Curso 3

PDP2 – Consolidación en Dirección de Personas

Este tercer curso iba destinado a directores de Sucursal que ya hubieran realizado con anterioridad el curso 2 (PDP1). Su finalidad ha sido evaluar y reciclar el empleo de las herramientas adquiridas en el ciclo anterior, que todos los participantes realizaron hace años. El curso ha incluido una reflexión individual con cada participante encaminada a orientar y enfocar adecuadamente su desarrollo. La dinámica de trabajo era similar a la de los dos cursos precedentes, con una duración total de tres jornadas y 24 horas.

Seguridad y salud en oficinas



Un total de 147 empleados pertenecientes a la sede central de Helvetia Seguros en Sevilla han completado con éxito el módulo formativo sobre "Seguridad y Salud en oficinas". El curso se ha llevado a cabo a través de 5 sesiones formativas en formato *e-learning*, entre los días 3 de mayo y 7 de junio pasados. Gracias a este curso, todos los empleados de la sede sevillana están informados sobre las medidas preventivas que deben adoptar en sus puestos de trabajo.

Curso sobre visión comercial

Un total de 21 agentes incluidos en el Plan de Agentes de Carrera (PAC), procedentes de distintas partes de la geografía nacional, han participado en sendos cursos celebrados en Sevilla a mediados y finales de abril en torno a "La visión comercial" y a sus implicaciones sobre fidelización, blindaje de cartera y mercado laboral. Con una duración de 12 horas por curso, e impartidos por la consultora Eutropía, los cursos perseguían un objetivo fundamental: optimizar la oferta de productos/servicios sobre la cartera y sobre el mercado local de los agentes PAC, en términos de productividad y rentabilidad del esfuerzo comercial.



Técnicas para manejar la asertividad

Todos los empleados del Área de Marketing y Comunicación participaron en un curso centrado en la asertividad. Concretamente, el curso, celebrado el pasado 27 de mayo en Sevilla, llevaba por título "La asertividad con el cliente interno: cómo decir no". El objetivo de este curso era conocer la importancia de la asertividad en la comunicación con clientes internos, identificar técnicas efectivas para afrontar cada situación y practicar situaciones donde hay que decir no.

Plan de emergencias de evacuación de edificios



Todos los empleados de la sede de Pamplona han participado en el Plan de emergencias de evacuación de edificios, que ha permitido a la plantilla de esta sede conocer con precisión las medidas que deben adoptar en caso de evacuación.

Cursos sobre Procedimientos Judiciales y Helvetia Comercios

Los procedimientos judiciales fueron objeto de análisis en una jornada celebrada en Madrid el pasado día 3 de mayo y dirigida a todos los empleados de los Departamentos de Siniestros Particulares, Anomalías y Recobros y CDA. Impartido por el responsable de Asesoría Jurídica, Antonio Soto, el curso permitió a los participantes adquirir conocimientos básicos relativos al contenido de los procedi-

mientos y órganos judiciales. También el Grupo de Siniestros Particulares recibió una sesión formativa centrada en el producto de Helvetia Comercio el día 12 de mayo. Los participantes pudieron, en este caso, conocer de manera global el nuevo producto, así como introducirse en la realización de consultas a través de una aplicación informática de carácter interno.



Formación para "Sucesores"

Una de las novedades más interesantes incorporadas durante el presente ejercicio en materia formativa ha sido la realización del primer módulo del curso "Sucesores", dirigido a hijos de agentes exclusivos que tengan vocación de continuidad en el negocio familiar. En total, han participado en esta experiencia pionera un total de 12 hijos de agentes exclusivos, que se reunieron en Sevilla en la semana del 17 al 21 de mayo pasado para recibir un total de 40 horas formativas. En este primer

módulo de los dos de que consta el curso, la formación impartida ha estado dirigida a profundizar en los elementos fundamentales de la actividad aseguradora, las últimas disposiciones legales existentes o la gama de productos no-masa de Helvetia Seguros. La evaluación, tanto por parte de la organización como de los propios alumnos, ha sido altamente satisfactoria. Durante la segunda quincena del próximo mes de septiembre se celebrará el segundo módulo del curso.

Descenso del Río Sella

Con más de 70 años de historia, el descenso en canoa de este río entre los municipios de Arriendas y Ribadesella se ha convertido en uno de los principales reclamos turísticos de la comunidad asturiana. Está asegurada la diversión, aunque también las agujetas.



Todos los veranos, el Río Sella acoge el famoso descenso internacional en piragua. Un acontecimiento deportivo de hondas raíces históricas que ha generado en torno a sí un importante volumen de actividad de carácter lúdico. Y es que, uno de los grandes alicientes para viajar a Asturias es acometer, junto a la familia y los amigos, este singular descenso en canoa, una experiencia única que resulta tan agotadora como divertida.

A lo largo de todo el Río Sella, en el tramo que se prolonga entre Arriendas y Ribadesella, se suceden las ofertas de travesía en canoa, tanto individual como de tándem o de grupos. El recorrido es como máximo de 20 kilómetros, que son los que también tiene la prueba internacional.

Aunque la distancia es grande, la corriente del río la hace muy llevadera, lo que no quita que sea necesario remar a conciencia en algunos tramos. A un lado y al otro, el paisaje resulta enormemente bello, con alicientes especiales como la

contemplación de las ardillas que merodean por los árboles de la ribera.

Las empresas que ofertan descensos para turistas abren normalmente sus puertas entre las 10-11 de la mañana. El recorrido viene a durar unas 3, 4 ó 5 horas, dependiendo del punto kilométrico de partida y, sobre todo, de las paradas que se hagan durante el recorrido. Como el agua cubre muy poco en algunos tramos, es agradable detenerse junto a algún claro para tomar el aperitivo (normalmente, la travesía incluye bebida y bocadillo, el clásico "Bollu preñao", con chorizo asturiano), o bien degustar algún producto típico en los establecimientos de la orilla, o incluso bañarse. No hay ningún problema ni riesgo de peligro, ya que las empresas realizan un seguimiento pormenorizado de los expedicionarios, con posibilidad de abandonar hacia la mitad del recorrido. Las propias empresas devuelven a los turistas al lugar de partida.

El "Bollu preñao" garantiza el aporte proteínico suficiente para no desfallecer

Pistas para no perderse

Dónde comer
Restaurante el Corral del Indianu
Arriendas
Avda. Europa
Telf.: 985 84 10 72

Los Arcos
Cangas de Onís
Avda. de Covadonga, 16
Telf.: 985 849 277

Algunas empresas que ofertan descensos:
www.riosella.com
www.k2aventura.com
www.sellastur.com

OFICINAS DE HELVETIA SEGUROS MÁS CERCANAS:
Sucursal Asturias
Plaza de América, 14 – 1º
Tel: 985 256 411

durante el viaje, aunque la oferta de restauración que discurre por toda la orilla es bastante apreciable. Así, es posible también realizar un "descenso culinario" por el Río Sella, con algunas paradas indispensables. Entre ellas, especialmente, dos: el Restaurante Los Arcos, de Cangas de Onís, consagrado a la cocina tradicional, donde se elaboran embutidos propios, y el Restaurante El Corral del Indianu, en Arriendas, una combinación perfecta de tradición y modernidad.

Una experiencia, la del Sella, que nadie que la haga podrá olvidar nunca. Lo ideal es hacerla con buenos amigos o con la familia, porque es uno de esos recuerdos que permanecen en la memoria. Gracias a Dios, las agujetas duran bastante menos tiempo.

Ponemos cara a nuestra plantilla



Sucursal Ciudad Real

De izquierda a derecha, Miguel Ángel Robles Barragán, Mª Ángeles Rodríguez-Bobada Fernández-Espartero y Eduardo Ábalos Zúñiga.



Sucursal Marbella

De izquierda a derecha, Manuel Gómez Díaz, Esther Domínguez Lozano, Rafael Jiménez Milán, Matthew Ayling y Juan Luis Roquero Gil.



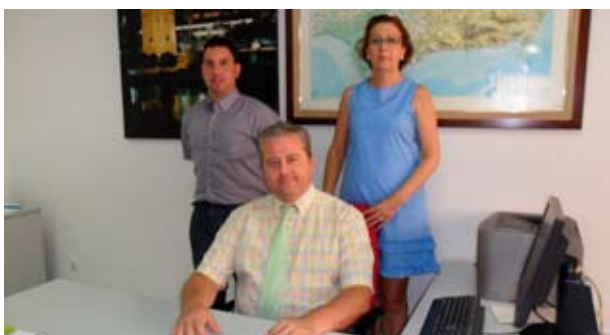
Sucursal Tenerife

De izquierda a derecha, José María Rodríguez Frías, Laura Averó Perdomo, José Antonio Cabrera de Armas y Francisco José Jover Oliva.



DPF Unidades Productivas

De izquierda a derecha, Fermín Cid Alonso, Fernando Gómez Gil, María José Leiva Díaz, José Manuel León Amores, Miguel Ángel Peña Barbero y Francisco Javier Sáenz Ramos.



DPF Gestión y Mantenimiento de Negocio

De izquierda a derecha, José Manuel Sanz Pérez, Celestino Rodríguez González y Toñi Fernández Domínguez.

