

en buena compañía

Revista de la compañía aseguradora **Helvetia Seguros**

Julio 2011 Nº 24



Reportaje central

Evaluación del desempeño en Helvetia Seguros (Ev@lua)

Nuestros proveedores

Red de talleres concertados

En buena compañía con...

Juan Robles, fundador de Grupo Robles

Vivir en...

Islas Baleares

4

Noticias

EE.UU., un viaje de incentivos "de película"



14



Carta del Director General	3
Noticias	4
RSC	
Campaña de Donación de Sangre	14
Nuestros proveedores	
Red de talleres concertados	16
Actualidad del seguro	18
Entrevista	
Hainzl & Partner Versicherungen S.L.	20
En buena compañía con...	
Juan Robles	22
Helvetia Seguros, al día	24
Reportaje	
Evaluación del desempeño en Helvetia Seguros (Ev@lua)	26
De cerca	
Pasión náutica	30
Entrevista	
Eligio Clavijo Ramos, Responsable del Departamento de Empresas; José Mata Molina, Director de Sucursal Córdoba	32
Vivir en...	
Islas Baleares	36
Departamentos & Sucursales	
Departamento de Controlling	38
Formación	40
Rumbo Seguro...	
Ruta de los Hórreos en el Valle Aezkoa	42
De lo nuestro	43

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

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

Responsable editorial: Enrique Herrera

Coordinadora: Carmen Caballero

e-mail: carmen.caballero@helvetia.es

Redacta y Diseña: Euromedia Comunicación

Fotografía: Euromedia Comunicación y Helvetia Seguros

Imprime: Escandón

Depósito legal: SE-2043-05

Queridos lectores de "En buena compañía":

Cuando ya hemos recorrido la mitad de este año, difícil para la economía española y tampoco fácil para el crecimiento del seguro, Helvetia Seguros sigue avanzando en el desarrollo de las medidas planificadas en la Estrategia Helvetia 2015+. En este sentido, cabe destacar proyectos como el de Evaluación del Desempeño, al que está dedicado el reportaje central de este número, que supone un hito importante en nuestra política de Recursos Humanos y que va a permitir mejorar la eficiencia y el dinamismo de cuantos formamos parte de la compañía, a través de un programa ambicioso de evaluación individual y desarrollo profesional.

También es de destacar que el pasado mes de mayo nuestra sede de Sevilla acogió la reunión semestral de primavera del Brand Management Council (Consejo de Gestión de Marca), órgano del Grupo Helvetia que coordina la orientación corporativa de la comunicación y de la publicidad en las unidades de negocio. Este encuentro sirvió, también, para que los participantes conociesen de primera mano el mercado español de seguros y el posicionamiento de nuestra compañía en el mismo.

Y es precisamente el capítulo de la comunicación y de la publicidad uno de los que se está desarrollando cada vez con más fuerza en nuestra entidad, tal como está previsto en otra de las medidas estratégicas H2015+. No en vano, el número de impactos en medios de comunicación, acumulados a fecha del pasado 31 de mayo, es un 32% mayor al obtenido en el mismo periodo de 2010. Las campañas realizadas, especialmente en televisión, han funcionado excelentemente. Los patrocinios existentes han reforzado enormemente el conocimiento de nuestra marca en determinadas zonas estratégicas. Y todos estos factores han contribuido a que el nivel de notoriedad de marca de Helvetia Seguros haya crecido este año más que en ninguno de los anteriores, de forma que uno de cada tres encuestados conoce nuestra marca y la identifica con nuestra compañía, según acaba de certificar Icea.

Por lo que se refiere a la formación, se han realizado en estos meses una serie de importantes iniciativas, descritas en este número de "En buena compañía", dirigidas tanto a empleados como a agentes, y tanto a profundizar en conocimientos técnicos como a optimizar el desarrollo comercial del negocio. Especial relieve estratégico tiene el curso de "Sucesores", del que este año celebramos la segunda edición, y del que ya se ha completado el primer módulo.

En definitiva, todos estos esfuerzos, tanto en cuanto a estrategia de marca como en lo que se refiere a la mejora de la formación, contribuirán, sin duda, a facilitar la actividad comercial de nuestra red de mediadores.

Y, como en otras ocasiones, en este número que prologa las vacaciones de verano, os quiero desear a todos un feliz descanso con vuestras familias, confiando en que, al regreso del mismo, volvamos todos con una renovada ilusión y con unas enormes ganas de conseguir los objetivos que nos hemos propuesto en este año.

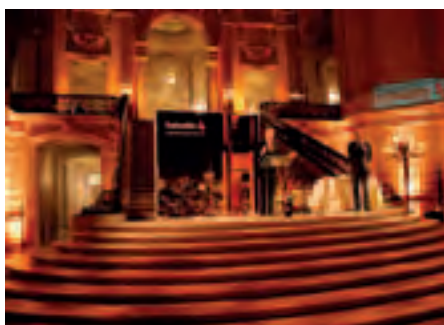
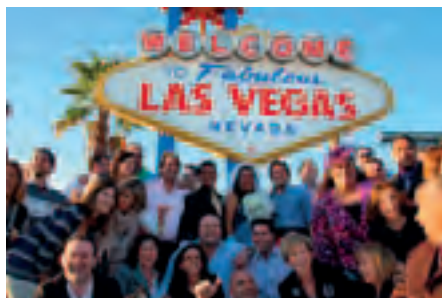
Un afectuoso saludo.

José María Paagman

Director General de Helvetia Seguros



EE.UU., un viaje de incentivos “de película”



Como no podía ser menos, el viaje de incentivos del Concurso de Ventas 2010, que en esta edición tuvo como destino EE.UU. y que se llevó cabo en la primera semana del pasado mes de abril, se saldó con gran éxito. Los 44 ganadores del concurso con sus respectivos acompañantes tuvieron la ocasión de conocer algunas de las ciudades más afamadas del Nuevo Continente. Chicago, Las Vegas y San Francisco fueron las paradas obligadas de este *tour* inolvidable, con el que la compañía ha premiado un año más el esfuerzo de los agentes y responsables comerciales que más han destacado en la consecución de sus objetivos.

En un ambiente festivo y con un clima de gran compañerismo, los participantes han tenido la oportunidad de conocer lugares míticos de EE.UU., tales como el Cañón del Colorado, el puente Golden Gate de San Francisco (curio-

samente, a través de una ruta en bici), o los famosos casinos de Las Vegas immortalizados por el cine americano.

Pero, sin duda, una de las grandes sorpresas del viaje fue la cena de gala, en la que los ganadores del viaje obtuvieron el diploma de manos del director general de la compañía, José M^o Paagman. Esta cena se celebró en el singular marco de la cárcel de Alcatraz, en un contexto muy cinematográfico que dio mucho juego durante toda la velada.

Y en 2012 el viaje será a otro continente: Asia. Todo un aliciente para el Concurso de Ventas de este año. Desde En buena compañía, animamos a nuestros agentes a que se esfuercen al máximo en alcanzar sus objetivos. Seguro que no se arrepentirán cuando sean distinguidos el año próximo con un premio auténticamente excepcional y exclusivo.



Aseguradora oficial de la Feria de Abril de Sevilla

Un año más, nuestra compañía ha tenido una destacada presencia en la tradicional Feria de Abril de Sevilla, y no sólo por el montaje de su ya clásica caseta, espacio de referencia para empleados, agentes y clientes de Helvetia Seguros, sino también por el hecho de ser la aseguradora oficial de este acontecimiento, gracias a la confianza del Ayuntamiento de Sevilla, que suscribió con nosotros el seguro de Responsabilidad Civil para la cobertura de esta fiesta.

Dicho seguro ha abarcado todas las instalaciones públicas que forman parte del evento (portada, iluminación del recinto, mobiliario urbano, zona de atracciones, etc.). Asimismo, la cobertura ha alcanzado también al Paseo de Caballos y Carruajes, uno de los elementos más tradicionales y atractivos de la Feria de Sevilla.

Con este aseguramiento, que ya se suscribió el pasado año, Helvetia Seguros refuerza su condición de compañía comprometida con las tradiciones y grandes acontecimientos de sus zonas más estratégicas, lo que potencia también su notoriedad de marca y su entronque social.

De forma complementaria, Helvetia Seguros llevó a cabo durante la Feria su tradicional campaña de promoción en la Plaza de Toros de la Maestranza, con el reparto masivo, durante los días de Feria, de 4.000 abanicos promocionales con los colores corporativos de la compañía.

Un año más, en los Sanfermines



Y de la Feria de Abril, a los Sanfermines. Porque un mes de julio más nuestra compañía se convierte en la aseguradora oficial de los encierros de San Fermín en Pamplona. Una acción que no se limita a dotar de cobertura a estos encierros de fama mundial, sino que también implica una labor de concienciación por parte de la compañía sobre la necesidad de cuidar de la seguridad y la salud personal, con la inclusión de consejos para los corredores y el público asistente.

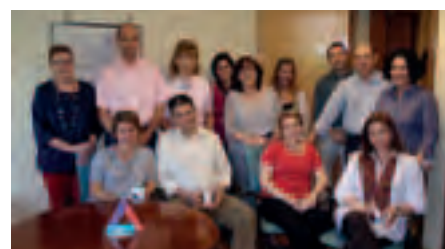
Dichas recomendaciones, que se exhiben en las marquesinas de los autobuses urbanos, van encaminadas a prevenir situaciones indeseadas, buscando encierros más seguros y limpios. Dado que las fiestas reciben cada año la visita de turistas provenientes de todo el mundo, dichos consejos se presentan en idiomas diversos (castellano, euskera, inglés, francés y alemán), al objeto de facilitar su comprensión por todos. Se trata, en definitiva, de un aspecto más de la Responsabilidad Social Corporativa de la entidad.

Al mismo tiempo, Helvetia Seguros lleva a cabo también una actividad de promoción durante la semana de encierros, consistente en el reparto de abanicos corporativos en las puertas de la plaza de toros, previamente a diferentes corridas. Estas acciones se compaginan con las celebraciones propias de la fiesta que se desarrollan en la sede de Helvetia Seguros en Pamplona, donde se llevan a cabo diversas actividades lúdicas abiertas al público pamplonés.

Alta participación en el VI Trofeo de Golf Helvetia Seguros



El pasado día 18 de junio, el Club Castillo de Gorráiz (Navarra) acogió el VI Trofeo de Golf Helvetia Seguros. La participación, un año más, fue numerosa, con más de 150 participantes. Los ganadores de la competición, que como es costumbre seguía la modalidad de "Parejas Mejor Bola" (fourball stableford), fueron el tándem formado por Néstor Fernández Arrechea y Alexander Sparber Alustiza. En segundo lugar se situaron Salvador Arotzarena Marín y José Antonio Marcotegui y en tercer lugar, la pareja formada por los hermanos Luis y Óscar Lusarreta. El nivel de la competición fue un año más muy alto y, como es costumbre, el acto de clausura, con la correspondiente entrega de trofeos, contó con la animada participación de numerosos agentes y personas relacionadas con nuestra compañía en Navarra. Como hemos podido constatar, el golf en Navarra goza de muy buena salud y algo de "culpa" es de Helvetia Seguros.



Entrega de premios del Concurso de Detección de Anomalías

A comienzos del pasado mes de mayo se celebró la entrega de premios del Concurso Anual de Detección de Anomalías, que como ya informamos en nuestra revista se cerró con más de 1.000 irregularidades identificadas.

Medio centenar de tramitadores, los que alcanzaron mayor puntuación en el concurso, recibieron obsequios como premio a su esfuerzo de manos de los responsables de los Centros de Servicio de Madrid, Pamplona y Sevilla y del Departamento de Sinistros Lesiones. Los obsequios, que eran diversos en función de la puntuación, consistieron en cámaras fotográficas, viajes de fin de semana o cheques por valor de 1.000 euros.

Dado el alto número de participantes, la gran implicación de los tramitadores y el volumen de irregularidades detectadas, ya está en marcha una nueva edición del Concurso, en la que animamos a participar a todos los tramitadores.

España acoge el encuentro semestral del Brand Management Council del Grupo Helvetia



El Brand Management Council (BMC) es un órgano corporativo del Grupo Helvetia, responsable de la gestión de la marca, comunicación y publicidad de todo el grupo. Dicho órgano lleva a cabo dos reuniones anuales, una de ellas en la sede de Suiza y otra que va rotando por todas las sedes de los países en los que el grupo tiene presencia. La última de estas reuniones se ha celebrado precisamente en España, en nuestra sede central en Sevilla. La Sala Helvetia fue la elegida para albergar esta cita, en la que participaron unos quince responsables de marca, comunicación y publicidad de todo el grupo. La delegación española ejerció en esta ocasión de anfitriona. Encabezada por nuestro director de Marketing y Comunicación, Javier García, miembro permanente asimismo del BMC, la delegación española participó de forma activa en este encuentro, que tenía como objetivo analizar la nueva línea de publicidad que está estudiando el grupo con vistas a su adecuación a los principios de la Estrategia Helvetia 2015+.

Los distintos miembros vinculados a países con presencia del grupo pusieron en común las iniciativas corporativas que están desarrollando en sus correspondientes mercados, entre las que cabe resaltar las políticas de patrocinio, que pretenden homogeneizarse y normalizarse dentro del grupo. El encuentro sirvió asimismo para que los responsables de comunicación corporativa del grupo y de los distintos países conociesen en mayor profundidad la realidad del mercado español del seguro y la posición de Helvetia Seguros en el mismo. El propio director general de la compañía, José M^o Paagman, participó en el encuentro, llevando a cabo una completa presentación sobre la situación de Helvetia Seguros en el contexto del mercado español.

Entrevista

Martin Nellen

Responsable de
Comunicación Corporativa
y Gestión de Marca del
Grupo Helvetia



1. ¿Cuándo se creó el BMC y para qué?

Desde 2006, dentro del marco del proyecto H1 (implantación de la estrategia Single Brand), se viene produciendo un intercambio coordinado de información entre los directores de marketing. El BMC, con la forma y composición actuales, se creó en 2008. Los debates y el intercambio de conocimientos en el BMC deben permitirnos desarrollar una comprensión común de la marca Helvetia. Por esta vía queremos seguir desarrollando la marca guiándonos por los objetivos comunes que nos hemos trazado.

2. ¿Cómo está organizado el BMC?

En el BMC se reúnen todos los responsables de marketing de los distintos países dos veces al año. A ellos se unen representantes del grupo de las áreas de comunicación y gestión de la marca. Junto a mí, en calidad de responsable del Corporate Communications and Brand Management, están representados los departamentos de Recursos Humanos, Desarrollo de Estrategia, Servicio Jurídico, Relaciones con los Inversores y Helvetia Consulting. La agenda se estructura según los requerimientos de la estrategia de marca y los temas de los distintos mercados nacionales.

3. ¿Cuáles han sido los proyectos más importantes realizados hasta ahora y cuáles los más importantes que se llevan a cabo actualmente?

La estrategia de la marca del grupo apunta en primer lugar a la puesta en práctica y al desarrollo continuado de la Estrategia Single Brand. Es decir que, tras la introducción del logotipo común, también queremos reforzar la identidad común de la marca en los mercados de los distintos países. Como base para ello, en una primera fase hemos realizado un Brand Monitor que nos permite medir el grado de notoriedad y de percepción de la marca Helvetia y de sus principales competidores, siguiendo los mismos criterios en todos los mercados. Esto supone, además, una ayuda indispensable para definir otras medidas. En el marco de la evolución de la Estrategia H2015+, el año pasado actualizamos el fundamento teórico de la marca, su posicionamiento. En la actualidad estamos trabajando para trasladarlo a la comunicación concreta de marketing: ¿Cómo será la futura imagen publicitaria de Helvetia?

4. ¿Cómo le gustaría que sea la marca Helvetia dentro de 5 años?

Por supuesto, que sea más conocida espontáneamente en todos los mercados. Para tal fin, una comprensión común de la marca Helvetia y un idioma que se ajuste a ello fortalecerán no sólo nuestra identidad como empresa orientada hacia el cliente sino también nuestro perfil en el mercado. Helvetia debe ser vista como la compañía aseguradora que identifica las necesidades de sus clientes y que puede ofrecerles soluciones de seguros y de previsión personalizadas. Queremos que se nos considere como un socio competente en este contexto.

Un viaje gastronómico inolvidable



“La visita al Celler Can Roca fue una experiencia realmente extraordinaria y hemos quedado francamente complacidos y agradecidos a Helvetia por ello”. Son los comentarios trasladados por email a nuestra compañía por parte del ganador del concurso para fomentar nuevas altas en el Portal B2C de Helvetia Seguros, el cliente Eric Montenegro Klindworth, que disfrutó junto a su pareja de un fantástico fin de semana en el Hotel AC Palau de Bellavista, incluyendo una cena especial en El Celler de Can Roca. Como sabéis, se trata de un restaurante español premiado con la Tercera Estrella Michelin en 2009 y considerado el segundo mejor restaurante del mundo. Asimismo, el viaje-premio incluía dos noches de estancia en el mencionado hotel de cinco estrellas, con una cena de bienvenida y un almuerzo al día siguiente en el restaurante Numun. Completaba la oferta una sesión de spa, así como el transporte de ida y vuelta desde el lugar de residencia. Nuestro cliente fue el elegido entre todos los que participaron en la campaña de nuevas altas en el portal B2C, que se desarrolló entre el 15 de octubre de 2010 y el 31 de enero de 2011.

Convención del Área de Sistemas



La última de las convenciones de Áreas en celebrarse ha sido la de Sistemas, que se llevó a cabo los días 31 de mayo y 1 de junio en Pamplona. Además de abordar los proyectos más relevantes en los que está embarcada el área (CRM, Plan de Sistemas, Life Center, Virtualización, etc.), la convención tuvo la peculiaridad de contar con la intervención de dos empresas externas invitadas: IBM, que ofreció una charla sobre nuevos sistemas Power7, y Biko2, que centró su intervención en Desarrollo Ágil, a través de varios talleres prácticos de gran interés.

Como complemento a las sesiones de trabajo, el broche final lo puso una visita guiada a la Catedral de Pamplona y una cena posterior en un céntrico restaurante de la capital, en la que los miembros del Área pudieron compartir unas horas distendidas en un ambiente muy cercano y agradable.



Una forma original de fomentar la concienciación medioambiental

En el marco de sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa, Helvetia Seguros ha llevado a cabo una campaña de concienciación sobre la necesidad de conservación del medio ambiente y el ahorro energético entre toda su plantilla, a través de una acción original.

Fruto de un trabajo interno, que ha contado con la aportación de los propios empleados, la compañía ha elaborado un Catálogo de Buenas Prácticas Medioambientales. Se trata de un documento que incorpora diversas recomendaciones prácticas y cuya finalidad es concienciar a la plantilla sobre su responsabilidad y la necesidad de implicación en el mantenimiento del medio ambiente.

Entre los consejos incluidos en este catálogo se encuentran, por ejemplo, vigilar el consumo de agua, reutilizar el papel, imprimir sólo lo necesario o apagar las luces de los despachos en ausencia de personal. De hecho, el correcto cumplimiento de este catálogo permitirá alcanzar un gran reto: disminuir en un 2% los consumos anuales de agua, electricidad y papel.

Como gesto de agradecimiento por la implicación de plantilla en el cumplimiento de este catálogo, la compañía ha repartido entre todos sus empleados unas latas-lapiceros con el lema “En Helvetia Seguros, somos responsables con el medioambiente”, en cuyo exterior se reproduce el texto del catálogo. En el interior de estas latas se presentaban unas semillas de violeta, con lo que se perseguía reforzar el valor medioambiental asociado a este catálogo de buenas prácticas. Una forma original y distinta de intentar implicar a la plantilla en el compromiso medioambiental y de ahorro energético.



Renovación del acuerdo de patrocinio con el Écija Balompié

El pasado día 1 de junio, Helvetia Seguros renovó su acuerdo con el Écija Balompié, gracias al cual nuestra compañía seguirá siendo patrocinadora, por tres años más, del club de fútbol astigitano, que actualmente milita en la Segunda División B.

Con esta renovación, Helvetia Seguros sigue dando su respaldo al club y profundizando en la difusión de su marca a través de la práctica deportiva, con especial orientación a conseguir una mayor presencia en la ciudad de Écija y con un planteamiento flexible que establece incentivos por objetivos deportivos cumplidos.

Para el Écija Balompié, y en palabras de su presidente, José Luis Soto, la firma de este convenio supone una "gran tranquilidad". "El patrocinio de Helvetia Seguros es uno de los puntales de nuestro presupuesto anual", explicó durante el acto de firma del convenio, que se celebró en el Estadio Municipal San Pablo y que contó con la participación de nuestro director de Marketing y Comunicación, Javier García, quien destacó "el compromiso de la compañía con Écija, donde hay una Sucursal de la entidad y muchos clientes que cada vez se identifican más con nuestra marca, en gran parte por este patrocinio".



Apoyo a la Fundación Banco de Alimentos de Sevilla

La Fundación Banco de Alimentos atiende mensualmente a cerca de 40.000 personas en toda la provincia de Sevilla. Se trata de una organización gestionada y atendida por voluntarios, que ofrece cobertura a 334 centros asistenciales, entre los que el año pasado distribuyeron más de 3 millones de kilos de alimentos.

La valiosa actividad que esta ONG desarrolla no sería posible sin la colaboración desinteresada de muchos particulares y empresas que deciden colaborar con el proyecto. Una de ellas es Helvetia Seguros, que recientemente suscribió con el Banco de Alimentos de Sevilla un convenio de promoción y apoyo corporativo para mejorar la difusión de la labor que se lleva a cabo desde el Banco de Alimentos. El acuerdo fue suscrito por el director de Marketing y Comunicación de la compañía, Javier García, y por el presidente del Banco de Alimentos de Sevilla, Juan Pedro Álvarez, quien alabó el acuerdo alcanzado con nuestra entidad. "Acuerdos como éste – explicó – sirven para que nos conozcamos mejor, algo muy importante para nosotros, ya que nos basamos en la credibilidad y en la transparencia". En el contexto de este acuerdo, Helvetia Seguros promociona diariamente, durante seis semanas, un espacio del Banco de Alimentos de Sevilla en la edición local del periódico La Razón.



Participación en Exponáutica

Exponáutica, la Feria Náutica de Tenerife, se ha afianzado como una de las ferias de referencia a nivel nacional en materia de embarcaciones de recreo. A principios del pasado mes de abril, la feria celebró su cuarta edición, con gran éxito de participación, a pesar de que se trata de un sector que se está resintiendo debido a la crisis. Helvetia Seguros, que cuenta entre sus productos con una póliza dirigida a embarcaciones de recreo, quiso participar en este acontecimiento, de forma que entre los stands que ocuparon el recinto portuario, sede de la feria, se encontraba uno de Helvetia Seguros. Esta presencia ha sido posible gracias al apoyo de Canarias Multináutica, empresa colaboradora de nuestra Sucursal en Tenerife. Hasta allí se desplazó el director de la Zona Suroeste, Jesús de Sedas, quien estuvo acompañado por el director de Sucursal Tenerife, Francisco José Jover.

Durante los días de celebración de la feria, nuestra compañía dio a conocer su oferta de productos, y muy especialmente los relacionados directa o indirectamente con las embarcaciones de recreo. La participación de Helvetia Seguros resultó altamente satisfactoria, como lo demuestra el hecho de que permitió la suscripción de un volumen considerable de pólizas, aparte de los beneficios derivados de la propia visibilidad de nuestra compañía en Tenerife.



Nuevas oficinas de la agencia Easy Insurance

Easy Insurance es una de las agencias más activas de Helvetia Seguros en la Costa del Sol. Situada en la localidad malagueña de Alhaurín el Grande, es una agencia unida a la compañía desde 1996. La agencia acaba de trasladar sus oficinas a unas dependencias más céntricas y amplias, concretamente a la calle Gerald Brenan número 106, con lo que ha mejorado su visibilidad en el municipio.

Junto al cambio de ubicación, que ha venido acompañado de una nueva rotulación, se ha reforzado la plantilla de la agencia, con la incorporación de dos nuevos empleados con amplia experiencia en el sector asegurador. Este redimensionamiento está permitiendo que la campaña de recuperación de antiguas pólizas anuladas e incremento del volumen de contrataciones esté resultando todo un éxito. Otro de los retos, a medio plazo, es el incremento de la cartera de clientes nacionales, en una agencia donde las pólizas de extranjeros suponen el 99% del negocio total de la misma.

La inauguración de la nueva ubicación de Easy Insurance se llevó a cabo coincidiendo con las fiestas de Alhaurín el Grande, y en ella se dieron cita numerosas personalidades del ámbito político y empresarial de la localidad.



Apoyar el deporte escolar, un compromiso de Helvetia Seguros

El pasado 28 de mayo, Helvetia Seguros fue el patrocinador principal de la II Carrera Escolar organizada por el Colegio Nuestra Señora de las Delicias de Madrid.

Nuestra entidad participó ofreciendo las camisetas que se utilizaron en la prueba, que se celebró en el contexto de las fiestas patronales del colegio.

En la competición, desarrollada en el popular barrio de Delicias de la capital de España, participaron alrededor de 300 corredores, entre chicos y chicas, en las distintas categorías de benjamines, alevines, infantiles, cadetes y adultos.

El Colegio Nuestra Señora de las Delicias, que desde hace 35 años ejerce una gran labor educativa y social en este barrio de Madrid, tiene entre sus objetivos potenciar la actividad deportiva de sus alumnos, como parte importante de su desarrollo personal. Y en esa labor, este año ha contado con el patrocinio de nuestra entidad, preocupada por colaborar con el deporte de base, como parte de su Responsabilidad Social Corporativa.



V edición de la Carrera a Pie de Coria

Dado el volumen de patrocinios deportivos en los que participa Helvetia Seguros, las actividades en las que nuestra aseguradora participa son diversas y muy variadas. En muchas ocasiones, estas participaciones vienen de la mano y por sugerencia de nuestros agentes. Es lo que ha ocurrido con la Carrera a Pie de Coria, en la que hemos participado a iniciativa de nuestro agente de Mijadadas, José Luis Martín. Se trata de una cita bienal donde lo más llamativo es el trayecto. Nada menos que la friolera de 1.300 kilómetros, en concreto, los que separan la localidad extremeña de Coria del municipio francés de Les Herbiers.

En 2011, esta dura carrera cumplió su V edición. Un total de 18 corredores, acompañados por los organizadores del evento y colaboradores como Helvetia Seguros, partieron de Coria el pasado 28 de mayo y disputaron la prueba a lo largo de siete etapas hasta llegar finalmente a Francia.

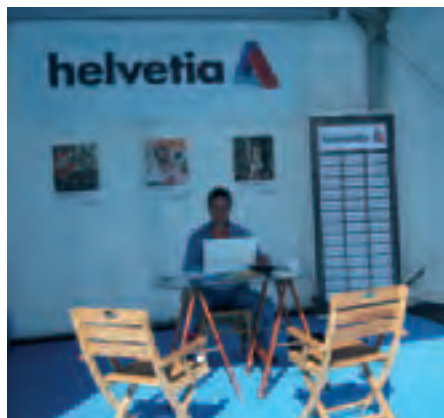
Como broche final a la tradicional Carta de Hermanamiento que se firma al final de la prueba entre ambos municipios, los participantes llevaron a cabo una sorprendente visita al parque temático Le Puy du Fou, con un programa de actividades, espectáculos y actuaciones en el que se da a conocer la Historia de Francia.



Acuerdo con los emprendedores malagueños

La Sucursal de Málaga suscribió a finales de abril un interesante acuerdo de colaboración con la Asociación de Jóvenes Emprendedores (AJE) de esa ciudad, con el que se pretende potenciar la contratación de pólizas de comercio entre el joven empresariado malagueño.

El acuerdo establece precios especiales para los socios de AJE que se aplican a pólizas de seguros de los ramos de Comercio y Empresas, aunque el objetivo, en última instancia, es potenciar el conocimiento de estos y de otros productos de la compañía entre los jóvenes empresarios de Málaga.



Primera Feria Náutica Deportiva en Punta Umbría

A comienzos del pasado mes de mayo, el municipio onubense de Punta Umbría celebró su primera Feria Náutica Deportiva. A lo largo de más de 16.000 metros cuadrados, y con 100 pantalanos a disposición de los expositores, la feria consiguió reunir a las empresas más representativas de este sector, con numerosas embarcaciones nuevas y de ocasión expuestas al público visitante.

Organizada por el Club Deportivo Náutico, y con la colaboración del Ayuntamiento de Punta Umbría y de la Diputación de Huelva, la feria también tenía espacio para las empresas auxiliares, como fue el caso de Helvetia Seguros. Nuestra entidad quiso estar presente en este encuentro, para lo que habilitó un stand, gracias a la iniciativa de nuestro agente Javier Abascal. Él personalmente se ocupó de atender al público que se mostró especialmente interesado por las pólizas para la cobertura de embarcaciones de recreo, sobre las que nuestra compañía ofreció una promoción especial con motivo del evento.



Una carrera muy solidaria

En el marco de sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa, que cada vez están alcanzando mayor protagonismo dentro de la entidad, Helvetia Seguros participó recientemente en la V edición de la Carrera Popular por Ruanda, celebrada en el municipio pamplonés de Mutilva Baja. Deporte y solidaridad se dieron la mano para hacer posible este evento, cuyo objetivo final es contribuir a mejorar la situación del pueblo ruandés. Helvetia Seguros participó como empresa patrocinadora de este meeting, que tuvo como gran aliciente la participación del campeón nacional Martín Fiz. Junto al resto de corredores, recorrió los 10 kilómetros de la carrera, despertando gran interés y atención entre los ciudadanos que seguían la prueba. Helvetia Seguros participó de forma simbólica mediante la "compra" de uno de los 10 kilómetros de la prueba, que concluyó con una fiesta que incluía sorteos de regalos, un almuerzo, y un mercadillo para recaudar fondos.

Gracias a la colaboración de empresas como Helvetia Seguros, se obtuvo una recaudación de 20.000 euros. Dicha recaudación fue dirigida a dos proyectos en Ruanda: por un lado, un proyecto de alimentación que permita garantizar a un grupo de familias asistidas un almuerzo al día durante un año; y por otro, la construcción de diez pequeñas casas con bloques de arcilla que sustituirán a las deficientes chozas de paja y barro.



Haciendo posible el sueño de los niños bielorrusos

Helvetia Seguros ha suscrito un acuerdo de patrocinio con la ONG Solidaridad con las Familias del Pueblo Bielorruso, gracias al cual se hará posible la estancia en España durante el verano de 120 niños procedentes de este país. Los niños recalarán en Murcia, más concretamente en Lorca, adonde llegarán el 11 de julio para pasar el verano en España.

El autobús en el que realizarán el viaje desde su país (nada menos que tres días de viaje), será asegurado por Helvetia Seguros. A su llegada, les espera una fiesta, en la que los niños bielorrusos serán agasajados con diversos regalos promocionales de Helvetia Seguros.

Asimismo, se realizará una dotación de alimentos (varios palés de zumos) que servirán como avituallamiento para los jóvenes bielorrusos en su regreso a su país, después de que hayan pasado el verano en las casas de los vecinos que los acogerán hasta septiembre.

Esta colaboración solidaria ha sido posible gracias a la intermediación de Javier Martínez Rueda, agente de Helvetia Seguros en Murcia, que mantiene contacto con Solidaridad con las Familias del Pueblo Bielorruso, ONG localizada en Lorca. Esperemos que esta colaboración y la experiencia de acoger un año más a los niños de Bielorrusia sirvan para alegrar también a una localidad que se ha visto afectada por el terremoto del pasado mes de mayo. Esta ONG hace realidad que la solidaridad se crece cuando se ha sido también destinatario de la solidaridad de los demás.



José María Paagman, reelegido como miembro del Comité Ejecutivo de Unespa

El pasado día 24 de mayo la Asamblea General de Unespa llevó a cabo la elección de sus nuevos órganos de gobierno. Entre ellos se encuentra el Comité Ejecutivo, en el que está representada nuestra compañía a través de nuestro director general, José María Paagman, que ha sido reelegido como miembro de dicho comité por un nuevo período de cuatro años.

De esta forma, Helvetia Seguros se mantiene como entidad con representación en el principal órgano de dirección de la patronal del sector, lo que constituye una señal clara del creciente peso de nuestra compañía en el seguro español.

La Asociación Empresarial del Seguro (Unespa) representa a algo más de 250 entidades aseguradoras de todo el territorio nacional, lo que supone más del 96% del mercado asegurador. Activa desde el año 1977, sus principales funciones son las de representar, gestionar y defender los intereses profesionales, económicos y sociales comunes a las entidades asociadas. La Asociación tiene cinco órganos de representación y gobierno, entre los que se encuentra el Comité Ejecutivo, que es el órgano competente para la administración ordinaria de Unespa. Dicho comité está formado por 15 representantes, entre los que se encuentra nuestro director general, a quien aprovechamos la ocasión para felicitarle desde el Consejo Editorial de "En buena compañía" por este importante nombramiento.



Helvetia Anaitasuna: rozando el ascenso a Asobal

Por tercer año consecutivo, el equipo de balonmano Helvetia Anaitasuna alcanzó, tras una gran temporada, su derecho a participar en los *play-off* de ascenso a la Liga Asobal.

En esta ocasión, las eliminatorias se celebraron los pasados días 28 y 29 de mayo en el pabellón municipal de deportes de Huesca, con una extraordinaria afluencia de público y amplio eco en los medios de comunicación.

Nuestro equipo patrocinado llegó, por primera vez en estos tres años, a la final de los *play-off*, después de un extraordinario partido de semifinales, en que demostró una gran superioridad.

Sin embargo, el domingo 29, día de la gran final, aunque realizó un gran partido, la calidad del equipo contrario (Huesca), el gran acierto de su portero y la mala suerte en la tanda final de los penaltis no hicieron posible que el Helvetia Anaitasuna consiguiese el ascenso.

A pesar de todo, la magnífica trayectoria del equipo, el ejemplar comportamiento de la afición y el excelente modelo deportivo del club nos siguen haciendo ser optimistas para ver, algún día, a nuestro equipo en la máxima categoría del balonmano español.

SALA HELVETIA



La imagen artística de Andalucía en Europa

Como ya ocurriera el pasado año, la Universidad de Sevilla volvió a recurrir a la Sala Helvetia para celebrar sus jornadas internacionales sobre la imagen artística de Andalucía en Europa, que han alcanzado su tercera edición.

Durante tres días (23, 24 y 25 de mayo), las jornadas reflexionaron sobre la imagen que proyecta nuestra comunidad fuera de sus fronteras, con el foco puesto en el arte. Gracias al saber hacer de su organizador, el profesor de Historia de la Facultad Hispalense de Geografía e Historia, Luis Méndez, las jornadas alcanzaron un alto nivel gracias a la calidad de los ponentes y la altura del debate. Durante tres días, recorrieron el arte de los siglos XIX y XX en todas sus manifestaciones, con especial atención a mitos como el de Carmen o el de Don Juan y a espacios que han concitado gran atención por parte de los artistas y escritores europeos, como la Alhambra de Granada o el Alcázar de Sevilla.



Visita de parlamentarios y políticos de St. Gallen

Debido a la vinculación de Helvetia con el municipio suizo de St. Gallen, donde se ubica la sede central del grupo, a finales del pasado mes de mayo nuestra sede de Sevilla recibió a una comitiva de parlamentarios y responsables políticos de esta ciudad.

Aprovecharon su visita para celebrar una reunión, que se llevó a cabo en la Sala Helvetia, y que estuvo presidida por nuestro director general, José María Paagman, quien realizó una extensa presentación sobre España, el mercado español de seguros y la situación de Helvetia Seguros. Tras la visita al edificio, la comitiva fue obsequiada con una copa de vino español, en el transcurso de la cual los representantes suizos agradecieron nuestra hospitalidad y resaltaron los fuertes lazos que unen a nuestra compañía con su ciudad, en la que nació el Grupo Helvetia en 1858.



Las pymes frente a la crisis

La Sala Helvetia volvió a acoger una actividad promovida por la Universitat Oberta de Catalunya. En este caso fue un encuentro divulgativo en torno al papel de las pymes como elemento determinante para la reactivación de nuestra economía. Varios expertos en economía y empresa, entre los que se encontraban algunos como Joan Torrent o Pilar Ficapal, abordaron los grandes retos a los que se enfrentan las pymes en el actual contexto, entre los que se encuentran la necesidad de generar conocimiento y la aplicación de las Nuevas Tecnologías.

Además de las ponencias, y para facilitar el intercambio de experiencias entre los asistentes, el encuentro contó con la participación de jóvenes emprendedores andaluces que dieron a conocer su exitosa trayectoria en el mundo empresarial gracias a proyectos innovadores puestos al servicio de la sociedad dando respuesta a determinados nichos de mercado.



Homenaje a Rafael Gordillo en las Tertulias Helvetia de la Ser

El pasado 6 de junio, la Sala Helvetia se transformó en un improvisado estudio de radio gracias a la retransmisión en directo del programa deportivo de Radio Sevilla (Cadena Ser), "Libre y Directo", que como ya ocurriera el año anterior utilizó nuestra sala para la clausura oficial de las Tertulias Helvetia, espacio incluido dentro de este programa deportivo local.

El colofón de la temporada contó con la participación de invitados de lujo, que se sometieron, ante abundante público, a las preguntas de los comentaristas del programa. Así, Rafael Gordillo y Miguel Guillén, presidente y directivo del recién ascendido Real Betis respectivamente, dieron cuenta de aspectos importantes sobre el presente y el futuro inmediato del club verdiblanco.

El momento emotivo del programa fue el homenaje al mítico ex jugador verdiblanco. El director de Marketing y Comunicación de Helvetia Seguros, Javier García, fue el encargado de entregar a Rafael Gordillo una placa conmemorativa por la dedicación de toda una vida a este deporte, al que recientemente le ha regalado una nueva satisfacción con el ascenso, siendo él presidente, del Real Betis Balompié.



Presentación de "Versos comunicantes"

También en este período, la Sala Helvetia fue el escenario de la presentación de un nuevo libro. Concretamente, del libro de poesía "Versos comunicantes", de la poetisa Maritina Jiménez Sanz. La autora fue presentada por Juan José Espinosa Vargas, poeta y profesor de la Universidad Mística de Ávila.

Tras el acto se llevó a cabo un recital a cargo de Elisa Macías y Vicente Fonseca, ambos locutores y con experiencia en declamación y rapsodia y versados en expresión poética.

El recital poético se apoyó en una presentación audiovisual que permitió a los participantes una mayor penetración en la musicalidad y el sentido de los versos de Maritina Jiménez Sanz. El acto contó con la asistencia de numeroso público, vinculado a entidades como la Institución Literaria Noches del Baratillo, a la que pertenece desde hace años la propia poetisa.

La solidaridad contagiosa de Eugenio Baisón



A lo largo del año, la sede central de Helvetia Seguros acoge varias campañas de donación de sangre coordinadas por el Centro de Transfusión de Sevilla. Gracias a estas donaciones voluntarias, es posible ayudar e incluso salvar vidas de gente anónima. Es el fruto más hermoso de la solidaridad espontánea de decenas de empleados de Helvetia Seguros, dispuestos cada cierto tiempo a contribuir a la salud de otros a través del gesto de la donación. Pero si hay alguien a quien debemos esta solidaridad, ése es, qué duda cabe, nuestro amigo Eugenio Baisón Domínguez, ex agente de Sevilla que dedicó más de 20 años de su

vida al seguro (desde que se jubiló es su hijo, Eugenio Baisón Baisón, quien sigue al pie del cañón en la agencia) y que desde hace la friolera de 40 años ejerce como activo militante de las donaciones de sangre, a través de una intensa colaboración con el Centro de Transfusión de Sevilla, antes Hermandad de Donantes.

La historia de Eugenio Baisón es la historia de una superación personal a través del compromiso humanitario con las personas anónimas. Se le conoce como el donante más activo de toda España, lo que no es poco. Un reconocimiento apuntalado sobre 40 años como donan-

te activo (su primera donación fue en 1968), con los que ha conseguido hacer frente y en cierto modo dar sentido a una vida que no ha sido ajena a las desgracias (perdió a un hijo, a su mujer, a un hermano y a sus padres).

Sevillano de adopción (vive en Mairena del Aljarafe) y pacense de nacimiento (nació en el municipio de Fuente del Maestre), Eugenio no sólo promueve campañas de donación de sangre allí donde va y tiene ocasión, sino que desarrolla una activa labor de concienciación sobre la importancia de las transfusiones. Una concienciación que comienza,



curiosamente, en su propio móvil personal, donde el contestador, cuando salta, se encarga de recordar al que llama lo importante que es donar sangre. Su actividad a favor de las donaciones es imparable: coordinación de campañas, charlas informativas, pegadas de carteles, visitas a colegios e institutos, etc. Su labor es incansable y parece rejuvenecerlo cada día. Es el aliento infatigable propio de los pioneros. Y es que, cuando él empezó a donar, aún existían grandes reticencias a las transfusiones. Hoy, Eugenio pasea con modestia sincera allá donde va su condición de persona comprometida y solidaria. Y Helvetia Seguros colabora con entusiasmo y admiración en esta labor comprometida, apoyando siempre que se plantean las campañas de donación en los centros de trabajo.

De hecho, a Eugenio no le duelen prendas a la hora de alabar el apoyo que siempre ha encontrado en nuestra compañía. "Siempre están dispuestos a la colaboración, sin echar cuenta a los gastos que implica organizar una donación, llevando por delante el espíritu solidario. En todos estos años no he encontrado más que apoyo dentro de Helvetia Seguros", explica.

Desde 1968 hasta hoy, Eugenio no ha dejado de donar ni una sola ocasión de todas las que ha tenido oportunidad. Algunas donaciones fueron más duras, pero todas resultan igual de satisfactorias. "No hay nada como llegar por la noche a la cama y pensar en que has hecho bien a la gente", afirma. Pero, ¿realmente compensa tanto sacrificio? Eugenio lo tiene muy claro: "Ser donante es una forma de vivir, una forma de entender la vida". Y no son pocos los que,

al escucharlo en la radio o al verlo en la televisión, en alguna de las entrevistas que concede (aunque por su carácter natural tiende a la modestia y a no señalarse en exceso), le paran por la calle para agradecerle lo que hace. Siempre está pensando en la próxima campaña y siempre se muestra inquieto por la situación de las transfusiones. De hecho, cuando le hacemos esta entrevista se muestra preocupado porque en Navarra, sin duda la comunidad más solidaria en donación de sangre de España, los índices de sangre se encuentran en estos momentos inusitadamente bajos. "Hay que remontar en esa comunidad", explica, con un convencimiento en la mirada que hace comprender al que lo escucha

por qué ha conseguido granjearse tantos adeptos a la causa de la donación. Entre ellos, la propia Helvetia Seguros y los innumerables voluntarios que de forma altruista ceden regularmente su sangre para salvar vidas.

La labor de Eugenio ha concitado el interés no sólo de sus vecinos de Fuente del Maestre, donde ha ejercido incluso como pregonero de sus Fiestas Mayores, sino también de diversas entidades solidarias e incluso de la prensa. El conocido locutor Pedro Preciado, de la Cadena SER, le dedicó en octubre de 2009 un bonito artículo de prensa en El Correo de Andalucía que reproducimos en esta página.

Personas como él hay muy pocas

Nació en un bello pueblo de la provincia de Badajoz, aunque es de Sevilla por adopción. La población se llama Fuente del Maestre, donde también vio por primera vez la luz un grande del micrófono de este país como Paco Herrera, flamencólogo, periodista y gran directivo de varias emisoras de radio. Eugenio Baisón es la persona que más veces ha dado sangre en toda España. No para en la lucha solidaria para que nos acerquemos a las unidades móviles que recorren la provincia y podamos tener ese gesto solidario.

Esta semana fue en el barrio del Cerro del Águila, en la capital hispalense, y en el Ayuntamiento de Mairena del Aljarafe y la barriada de Los Alcores. Me sorprendió hace días cuando se disponía a pegar carteles convocando a los habitantes a que se acercasen a donar sangre. Mejor persona y mejor ser humano no se puede ser. Es el número uno en donaciones de sangre. E incluso puede pasar horas controlando a las personas que acuden a los lugares de donación de sangre. Pero con un calor de más de 40 grados, ponerse a pegar carteles días antes es algo que pocas personas hacen.

Pedro Preciado. Artículo aparecido en El Correo de Andalucía. 4 de octubre de 2009

Red de talleres concertados

La red de talleres multimarca de la que se beneficia Helvetia Seguros ofrece unos 320 puntos de reparación en todo el territorio nacional, que se caracterizan por las ventajas añadidas que ofrecen a los clientes y por su alto grado de competitividad en las reparaciones.





En nuestro repaso a los colaboradores de gran valor estratégico para Helvetia Seguros, en este número de "En buena compañía" toca hablar de la Red de Talleres Concertados. Se trata de una red multimarca formada por unos 320 talleres en todo el territorio nacional.

Esta red de talleres constituye un valioso aliado para Helvetia Seguros en sus seguros de Automóviles, por cuanto permite al cliente beneficiarse de interesantes ventajas adicionales en las reparaciones de sus vehículos. Asimismo, esta red tiene la ventaja añadida de su fuerte competitividad, con unos precios muy interesantes

que no están reñidos con la alta calidad del servicio.

Las ventajas principales de esta red pueden concretarse en:

- Gestión de recogida y entrega del vehículo en el lugar designado por el asegurado.
- Inicio de la reparación de forma prioritaria.
- Lavado exterior e interior del vehículo.
- Ampliación de la garantía de reparación a 12 meses y/o 8.000 Km.
- Vehículo de sustitución a precios muy competitivos.



Dado el elevado número de talleres multimarca concertados, el acceso a la red por parte de los clientes es muy sencillo. Para facilitar aún más este acceso, Helvetia Seguros dispone de un buscador alojado en su web (<http://www.localizador.pericialcar.com/helvetia/>) desde el que resulta muy fácil conocer los talleres más cercanos al cliente.

Se trata de una red con un gran potencial. Por ello, desde Helvetia Seguros se está llevando a cabo una campaña de difusión y potenciación de su uso entre los clientes a través de una estrategia cruzada de cartas a clientes, comunicados a mediadores, concursos de incentivación para empleados, difusión en la web, etc.

Entre estas acciones se encuentran también las reuniones de presentación que el Responsable del Departamento de Gestión de Redes Particulares, Antonio Solís, está llevando a cabo en distintas regiones de la geografía española. Prueba de ello fue la reunión que el pasado mes de

DESDE HELVETIA SEGUROS
SE ESTÁ LLEVANDO A CABO
UNA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN
Y POTENCIACIÓN DE SU
USO ENTRE LOS CLIENTES A
TRAVÉS DE UNA ESTRATEGIA
CRUZADA DE CARTAS A
CLIENTES, COMUNICADOS A
MEDIADORES, CONCURSOS
DE INCENTIVACIÓN PARA
EMPLEADOS, DIFUSIÓN EN LA
WEB, ETC.

marzo tuvo lugar en la Sala Helvetia y a la que asistieron un importante número de mediadores.

Con este importante aliado, Helvetia Seguros avanza en su objetivo estratégico de prestar servicios adicionales al cliente, tendiendo a una atención integral que abarque todo el proceso de prestación de servicios desde la comunicación de un siniestro hasta su solución final.

Hogar, modalidad de Multirriesgos que más creció en primas hasta marzo

	Primas de seguro directo		Pólizas de cartera	
	Volumen de negocio	Nueva producción	Volumen de negocio	Nueva producción
Hogar	5,21%	3,62%	2,05%	0,43%
Comercio	-0,96%	0,52%	0,55%	1,98%
Comunidades	4,25%	1,21%	2,50%	-1,38%
Industrial	-1,91%	4,79%	-0,48%	0,90%
Otros Multirriesgos	3,14%	81,95%	1,98%	7,00%
Total Multirriesgos	2,68%	3,71%	1,88%	0,56%

Fuente: ICEA

Durante el primer trimestre de 2011, Hogar continuó siendo la modalidad de seguro multirriesgo que más creció en primas. Así lo afirma ICEA, cuyas estadísticas señalan que Hogar ha superado el comportamiento en los tres primeros meses de otras modalidades como Comunidades, Comercio o Industrial, estas dos con porcentajes negativos del -0,96% y el -1,91%, respectivamente. Por lo que respecta a contratos, Comunidades ha sido la modalidad que más ha crecido hasta marzo, con un crecimiento del 2,5%.

Las aseguradoras toman partido frente a la "nube"

El sector del seguro no está siendo menos ajeno que otros a la irrupción de Internet y a la eclosión del fenómeno de la "nube" y la necesidad de soluciones específicas en el "espacio virtual". En el marco de una jornada promovida por ICEA ("Cloud computing: un nuevo modelo de TI"), se ha conocido que el 42% de las compañías ya trabaja en el sistema de "cloud computing", aunque sólo sea en alguna parte de su core de información. Otro 39% está valorando la idoneidad de incorporación a este sistema. Los datos del sector están en concordancia con los que se manejan en otros sectores. Así, según un informe reciente de IBM, el 60% de las compañías a nivel general en España pretenden integrarse en las tecnologías y programas propios de la nube a corto-medio plazo.

Uno de los principales impedimentos de las compañías aseguradoras a la hora de decidirse por el "Cloud computing" es el miedo ante la posible falta de seguridad de trabajar "en la nube". El

carácter remoto de los servidores y la falta de control efectivo sobre los propios programas genera recelo en cuanto a la

capacidad de garantizar la seguridad de los datos financieros, personales e intelectuales.



Las exigencias regulatorias y la disponibilidad de capital, principales amenazas para el sector



Las nuevas exigencias regulatorias y la disponibilidad de capital son las principales amenazas para el sector asegurador mundial de cara a los próximos tres ejercicios, tal y como afirma una encuesta elaborada por PwC y The Centre for the Study of Financial Innovation sobre 500 perfiles especializados provenientes de 40 países. Según la mayoría de los encuestados, los nuevos requisitos regulatorios repercutirán en el incremento de los costes asociados a la gestión. Por lo que respecta a la disponibilidad del capital, según los encuestados se trata de una amenaza muy importante, en tanto que se considera que los requisitos de capital resultarán superiores a los actuales. En el tercer puesto de las preocupaciones de los expertos se sitúa el problema de la difícil situación de la macroeconomía. Por segmentos de negocio, los seguros de Vida parecen especialmente sensibles al impacto del bajo rendimiento de sus inversiones y la gestión de nuevos canales de distribución. En No Vida, las mayores preocupaciones se centran en la creciente competencia de precios, junto con el impacto de las catástrofes naturales.

Principales amenazas para el sector asegurador mundial

(Entre paréntesis, la posición en la edición anterior del informe)

En 2011

- 1.- Regulación (5)
- 2.- Capital (3)
- 3.- Tendencias macroeconómica (4)
- 4.- Comportamiento de las inversiones (1)
- 5.- Catástrofes naturales (22)
- 6.- Talento (-)
- 7.- Responsabilidades a largo plazo (10)
- 8.- Gobierno corporativo (17)
- 9.- Canales de distribución (16)
- 10.- Tipos de interés (11)
- 11.- Riesgo político (18)
- 12.- Cálculos actuariales (9)
- 13.- Costes de gestión (14)
- 14.- Calidad de la dirección (13)
- 15.- Gestión del riesgo (6)

En 2009

- 1.- Comportamiento de las inversiones (11)
- 2.- Mercado de capitales (13)
- 3.- Disponibilidad de capital (26)
- 4.- Tendencias macroeconómica (-)
- 5.- Exceso de regulación (1)
- 6.- Gestión del riesgo (14)
- 7.- Reaseguro (27)
- 8.- Instrumentos complejos (19)
- 9.- Temas actuariales (8)
- 10.- Responsabilidades a largo plazo (7)
- 11.- Tasas de interés (22)
- 12.- Gestión del ciclo de precios (5)
- 13.- Calidad de la dirección (3)
- 14.- Costes de gestión (-)
- 15.- Reputación (-)

Un sector muy seguro, también en lo laboral

Según ICEA, el sector asegurador es uno de los que tiene las tasas de trabajo temporal más bajas en España. Concretamente, un 97,6% del personal tenía contrato fijo en 2010, un porcentaje sensiblemente más elevado al de la media de todos los sectores, que se situó en 2010 en un 75,1% (casi 23 puntos por debajo).

En cuanto a los datos específicos de negocio, durante el primer trimestre del año las reservas matemáticas de las aseguradoras de Vida aumentaron en 2.067 millones de euros. De modo general, las entidades de seguros gestionaban a 31 de marzo de 2011 un volumen de ahorro de 149.189 millones de euros (+2,9% respecto al primer trimestre de 2010 y +1,9% desde principios de año). Los seguros individuales gestionan el 70% del ahorro total (+4,3%), mientras que los seguros colectivos han visto decrecer ligeramente el ahorro gestionado (-0,2%).

Dictamen del CES sobre el Anteproyecto de Ley del Contrato de Seguro

Desde comienzos de junio de este año, el Consejo Económico y Social (CES) publica en su web su dictamen del Anteproyecto de Ley de Contrato de Seguro. Según este dictamen, el Anteproyecto, aunque incorpora "algunos avances y soluciones", carece a juicio del CES de ciertos puntos en los que sería necesario incidir. Entre ellos se encuentran las obligaciones que deberían asumir las empresas en tanto que sujetos tomadores del seguro. Asimismo, el CES echa en falta algún apartado que defina los conceptos básicos del contrato de seguro, con el objetivo de mejorar la técnica jurídica y conceder mayor seguridad jurídica al marco regulado por esta ley.

“La marca Helvetia nos ayuda mucho”

A pesar de su incamufiable aspecto germano, se han hecho del todo a nuestra tierra, de forma que se han afianzado como uno de los grandes puntales comerciales de Helvetia Seguros en la zona del Mediterráneo que va de la Costa del Sol hasta Alicante, incluyendo asimismo las Islas Baleares, donde tienen una de sus agencias. Concentran un volumen de primas superior al millón y medio de euros y el perfil mayoritario de sus clientes es alemán y germanoparlante que un buen día, como ellos, decidieron vivir en España atraídos por su clima y su gente. Aunque alemanes, Deleft Hainzl y Thomas Betker parecen haber vivido en Marbella, donde se localiza su agencia central, de toda la vida. Aunque los dos participan en la entrevista, es Thomas Betker, más familiarizado con el castellano, quien contesta a nuestras preguntas, y nos ofrece las claves de una agencia que, a pesar de su juventud (nació en 2000), se ha consolidado como todo un referente en la gestión de productos y servicios para inmigrantes y expatriados, una de las grandes apuestas estratégicas de Helvetia Seguros



De izquierda a derecha: Deleft Hainzl y Thomas Betker.



¿Cómo nace Hainzl & Partner?

Yo (Thomas Betker) estuve casi 20 años en Alemania, trabajando como agente en una compañía especializada en seguros de Salud. Vine a España con el objetivo de montar una delegación de mi compañía alemana, pero finalmente lo que encontré fue un socio, Deleft Hainzl, que muy rápidamente se convirtió en un amigo. Los dos unimos nuestra experiencia en la gestión de seguros de Salud, y ahí arrancó este proyecto.

Su agencia de cabecera está en Marbella, pero tienen varias oficinas más en distintas partes de España. ¿Cómo es su estructura?

Toda nuestra plantilla es germanoparlante, para adaptarse al 90% de nuestro negocio, que son los extranjeros residentes. Además de la sede de Marbella, contamos con otras cuatro oficinas, una en Torre del Mar (Málaga), otra en Altea (Alicante) y dos en Mallorca, una en Palma y otra en El Arenal. En total somos nueve trabajadores, contando los dos socios, cinco agentes y dos trabajadores de servicios. Buscamos en nuestra plantilla un alto nivel de especialización y una gran implicación en el proyecto. Nuestra red se extiende así desde la Costa de la Luz hasta Sotogrande, pasando por la Costa del Sol, abarcando la Costa Blanca y llegando hasta las Islas Baleares.

¿Cómo es el comportamiento del mercado de los extranjeros residentes?

Bueno, es muy específico. Ahora mismo, en el caso de Marbella, no tenemos a empresas de nuestro mismo perfil, no desde luego a ese nivel de dimensión y alcance territorial. Es un negocio muy especializado, donde resulta indispensable el contacto personal. El extranjero encuentra en nosotros a personas que hablan en su idioma y que conocen lo que quiere en todo momento.

¿Cuáles son los principales valores asociados a su agencia?

Yo diría que fundamentalmente tres: primero, capacidad para ofrecer todo tipo de productos aseguradores, es decir, una oferta extensa; segundo, no somos únicamente vendedores de productos, sino que ofrecemos una gestión, atendemos al cliente durante todo el periodo de vida de la póliza, y nos tienen siempre a su lado como asesores de confianza; y tercero, nuestra condición de alemanes nos permite ofrecer un servicio adaptado al idioma de origen y con una sensibilidad cercana a la que esperan de alguien de su tierra.

¿Y cuál es el principal logro conseguido en todo este tiempo?

Diría que la fidelidad. Existe una escasa fluctuación de clientes. Es muy difícil que un cliente deje de confiar en nosotros. El paso habitual del que deja de ser cliente nuestro es que pasa a ser cliente de nadie: deja de contratar un seguro. Pero el cliente alemán sabe que nosotros somos los que le ofrecemos un mejor servicio. Lo que implica no sólo buenos precios sino, sobre todo, una atención permanente y que nos tengan como un aliado indispensable a la hora de resolver sus problemas.

Los seguros de Salud son su especialidad. ¿Qué retos se le plantean de cara al futuro?

En efecto, nuestro volumen de primas asciende a más de un millón y medio de euros, de los cuales 832.000 son de Salud, con un total de 340 pólizas. Pretendemos seguir creciendo en pólizas de Salud, pero también pretendemos crecer en otros seguros muy propios de los extranjeros que vienen a vivir o a pasar periodos de tiempo en España. Así, la adquisición de viviendas va indisolublemente unida a la contratación de seguros de Hogar. Lo mismo puedo decir del crecimiento asociado del parque móvil, lo que requiere contratación de seguros de Automóviles. Pero es probablemente en Hogar donde están las mayores posibilidades de crecimiento.

Su ámbito de actuación es bastante amplio. ¿Cómo son los comportamientos de las distintas zonas?

El momento actual no es muy bueno para la Costa del Sol, donde los crecimientos están resultando muy pequeños. En la zona de Alicante, el volumen se está manteniendo. Sin embargo, donde sí está creciendo y mucho la contratación es en Mallorca. Ahí es donde detectamos territorialmente mayores oportunidades de crecimiento.

¿De qué manera la marca "Helvetia" les ayuda en su actividad comercial?

Estamos muy contentos con Helvetia Seguros. Desde que nos convertimos en agentes exclusivos suyos en el año 2006, la relación con la Sucursal Marbella ha sido impecable, con una atención exquisita a todas nuestras necesidades. De hecho, estamos muy cerca, a sólo un paseo de distancia. De forma general, la marca nos ayuda mucho, porque el que viene de Alemania, Austria u otras zonas de Centroeuropa ya conoce sobradamente la marca y la asocia con calidad. Eso nos ayuda bastante, porque es la primera llamada invisible a las puertas de los clientes.



En buena compañía con...

Juan Robles, fundador de Grupo Robles



“Nos gusta sobre todo la formalidad de Helvetia Seguros”

Más de cincuenta años de historia avalan al Grupo Robles como empresa restauradora de referencia en Sevilla. Calidad y éxito empresarial se unen en este proyecto que a pesar de su apuesta constante por la innovación mantiene los valores tradicionales de la cultura gastronómica sevillana más arraigada. El grupo mantiene 6 establecimientos repartidos por toda la provincia, en los que trabajan más de 150 empleados. El artífice de este gran proyecto es Juan Robles, fundador del Grupo y presidente de la Asociación de Hosteleros de Sevilla. Muchos son los logros alcanzados por este grupo restaurador y su promotor, entre los que se encuentran el Galardón al Reconocimiento a la Dedicación y al Trabajo o una Mención Honorífica en el Congreso Nacional de Cocina de Autor. Helvetia Seguros tiene el privilegio de ser la entidad aseguradora de este negocio, que es toda una referencia para el sector hostelero sevillano y andaluz.

Desde que empezó su andadura en solitario en 1954, mucho han cambiado las cosas. Al igual que Helvetia Seguros usted ha sabido adaptarse a los tiempos y consolidarse dentro de su sector. Pero, ¿qué es lo primero que se le viene a la mente cuando recuerda sus inicios como empresario?

Recuerdo mis inicios con mi padre. Con once o doce años, mi padre tenía un bar, y yo iba a ayudarle. Hasta los 18 años estuve compaginando estudios y ayuda en el bar. Ya cuando cumplí la mayoría de edad, empecé a trabajar por mi cuenta en el pequeño bar. Desde entonces he estado al frente de un negocio.

Cuando hablamos de Restaurantes Robles en Sevilla, se nos viene a la cabeza lo añejo, lo tradicional, lo de casa, en cierta manera como Helvetia Seguros, que también es una compañía con mucha historia. ¿Qué valores han sobrevivido a los años en su compañía?

El trabajo y esfuerzo.





¿Cuál cree que es la receta 'mágica' de las compañías en general, y en particular de la suya, para mantenerse tantos años en el candelero?

Si te hablo por mi trayectoria como empresario, te diría que lo primero es y ha sido la familia. Tengo una familia unida, mi mujer me ha ayudado mucho apoyando siempre el negocio. También el trabajo constante. Trabajar y trabajar sin mirar horarios. Mi padre me aconsejó que mientras más unida estuviera la familia, mejor para todos. Toda la familia siempre ha estado unida al negocio. Y nunca hemos tenido hora de salida: si había que trabajar más, se trabajaba.

¿Y cómo afrontáis la actual situación?

Son tiempos difíciles. La hostelería ha caído pero no tanto como la construcción. De todas formas, en Europa parece estar reactivándose la economía, y eso es lo que está manteniendo al sector hostelero y turístico en Andalucía y España.

¿Qué ha encontrado usted en Helvetia Seguros?

Llevamos ya bastantes años con Helvetia Seguros. Nos gusta sobre todo la formalidad de la compañía, que no es fácil de encontrar en las compañías aseguradoras. Es una empresa con nombre y con orden, que es otro valor muy importante, y que siempre buscamos en nuestros negocios: el orden. A nivel personal, Helvetia Seguros siempre nos atiende muy bien. Tenemos un trato cordial, y eso también se agradece.

Además de mantener unas señas de identidad tradicionales, Robles es un negocio en constante evolución. ¿Por qué caminos les conducirá el futuro?

De momento abarcamos todos los ámbitos de la hostelería. Tenemos todo tipo de negocios, desde los más clásicos como restaurantes o bares de tapas, hasta pizzería, heladería o servicios de catering. El negocio de heladería es probablemente el más novedoso de los que hemos desarrollado, ya que implica que la producción también sea propia.

El sector de la hostelería comparte con el de la restauración la necesidad de dar un servicio impecable al cliente. ¿Cómo es el servicio que les ofrece Helvetia Seguros?

Por lo que mis hijos me cuentan (ellos son los que mantienen un trato más directo con la compañía), me consta que recibimos un trato excelente y muy personal. Del 1 al 10, os pondría un 9, por no ser exagerado.

Si vamos a uno de sus restaurantes qué plato nos recomendaría.

Nuestras cartas son unas cartas clásicas, hacemos comida mediterránea. Todos los productos son siempre muy buenos: chacinas y mariscos de Huelva, pescado de las costas del sur, cualquier tipo de carne. Pero recomendaría especialmente nuestros postres, porque mi hija es repostera y tenemos entre treinta y cuarenta postres. Yo creo que nuestra carta es muy completa.

Helvetia Seguros, al día

Resultados

Los medios especializados han seguido haciéndose eco de los resultados anuales obtenidos por nuestra compañía. Las informaciones sobre el balance de actividad han coincidido con la publicación del ranking de grupos y entidades en los principales ramos del seguro español realizado por INESE, que nos deja en un buen lugar.

Seguros
Abril 2011



Andalucía Económica
Abril 2011



Aseguranza
Abril 2011



Mediario
Mayo 2011



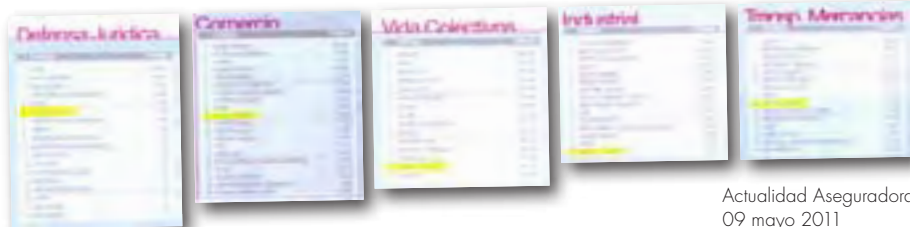
Aseguradores
Mayo 2011



Mercado Previsor
04 febrero 2011



Actualidad Aseguradora
16 mayo 2011



Actualidad Aseguradora
09 mayo 2011

Actualidad Aseguradora
04 abril 2011

Patrocinios

La renovación del patrocinio a la Federación Española de Hockey u otros patrocinios como el de la Federación Española de Balonmano, han ocupado un significativo espacio en los medios.

Marca
Abril 2011



24 en buena compañía

Diario de noticias
27 de junio 2011



Aseguranza
Abril 2011



Seguros
Abril 2011



Mercado Previsor
Abril 2011



Otras apariciones

La actividad social desarrollada por Helvetia Seguros ha continuado siguiéndose muy de cerca por la prensa. Entre las iniciativas que han sido recogidas por los medios se encuentran las Tertulias de Helvetia en la SER o la presentación de "Orientación".

Solidaridad

Como parte de nuestra política de RSC, Helvetia Seguros colabora con el Banco de Alimentos de Sevilla, en apoyo a su importante labor.



AS
07 junio 2011

La Razón
05 junio 2011



Mercado Previsor
Mayo 2011



La Razón
05 junio 2011

Tendencias

Una vez más, Helvetia Seguros ha estado presente en distintos medios a través de artículos especializados y entrevistas. En esta ocasión, de la mano de Javier García, nuestro director de Marketing y Comunicación, y de Manuel Catalina, responsable de Particulares y Reaseguro.



Actualidad Aseguradora
11 abril 2011



Seguros
Abril 2011



La Razón
25 mayo 2011

Evaluación del desempeño en Helvetia Seguros (Ev@lua)



Uno de los importantes retos de nuestra Estrategia Helvetia 2015+, en materia de Recursos Humanos, consiste en continuar mejorando el desarrollo y la motivación de las personas que componemos Helvetia Seguros, trabajando en la cercanía con nuestros empleados y equipos, para alcanzar las metas trazadas a nivel de unidad de negocio y de grupo. Y todo ello, en alineación con nuestros procesos de negocio y bajo la ambición del programa "Recursos Humanos avanza".

Por otra parte, y a partir de la encuesta de clima laboral "Commit 2010" realizada

durante la primavera del pasado año, uno de los aspectos que los empleados remarcaron hacía referencia a la formación y al desarrollo profesional. En este sentido, la evaluación del desempeño ayuda a detectar las necesidades formativas para que, una vez implementadas en los planes de formación con sus correspondientes acciones, propicien que las personas mejoremos en nuestras competencias profesionales.

El sistema de evaluación del desempeño profesional en Helvetia Seguros se despliega en la organización a través de dos herramientas:

1. PEP (Potential evaluation and planning)

Puesto en marcha durante 2010, el programa de evaluación y desarrollo personal PEP 2 está dirigido a responsables de Departamento y directores de Zona de la compañía. Se trata de un programa similar al que ya se viene realizando con éxito desde hace años para los miembros del Comité de Dirección y que se conoce con el nombre de PEP Internacional.

El sistema se inicia con una primera entrevista de evaluación, en la que cada di-

Transcurrida la primera mitad del año en que se ha iniciado la Estrategia Helvetia 2015+, Helvetia Seguros hace una valoración positiva de estos meses y de los resultados obtenidos en cada una de las medidas planificadas.

Tanto las acciones referidas a impulsar determinados ramos (Vida, Empresas, Decesos), como las que se centran en aumentar la productividad comercial y la presencia en determinados mercados regionales (Cataluña, Madrid, País Vasco), o las dirigidas a potenciar la multidistribución y la marca, han dado sus primeros y firmes pasos, alcanzando sus primeros objetivos cuantitativos y cualitativos.

Junto a estas medidas, también hay que resaltar el satisfactorio desarrollo de las primeras fases de las medidas orientadas a optimizar la actividad de los corredores y de los agentes siglo XXI, las que se dedican a potenciar la lealtad de los clientes, las centradas en reforzar la eficiencia de costes, la implantación de Solvencia II y la traslación a Sistemas de todos estos proyectos con su específica planificación.

Tal como hicimos en números anteriores de “En buena compañía”, continuamos dando cuenta detallada de los hitos principales de las diferentes medidas estratégicas y, en esta ocasión, le corresponde al Departamento de Recursos Humanos presentar una de sus principales acciones H2015+: la referida a “Evaluación del desempeño”.

El rector de Área evalúa a los responsables de Departamento o directores de Zona de su dependencia. Los campos de evaluación son: la competencia profesional, el comportamiento directivo (liderazgo), la disposición para el trabajo (dedicación), ejemplo (modelo), la competencia en métodos, social, de aplicación, estratégica, en resultados y costes así como en procesos.

En una segunda entrevista de asistencia realizada por un tercero, que supone también una segunda opinión, se centra el contenido en la persona, en la satisfacción en el trabajo, en el éxito profesional, en la visión de carrera profesional, en las posibles medidas de desarrollo y se contrasta si el evaluado está de acuerdo con la evaluación realizada por su director de Área.

El Comité PEP analiza los resultados de todos los participantes y se proponen los distintos campos de actuación, en su caso, para el desarrollo de aquellos que lo necesiten, valorándose también el potencial profesional y directivo de cada participante. Finalmente, se realiza una entrevista de *feed-back* de cada participante con su director de Área, en la que éste transmitirá al evaluado la valoración del potencial y las medidas que even-

tualmente haya concretado el Comité PEP, cerrándose así el proceso hasta la siguiente evaluación.

2. Evaluación del Desempeño (Ev@lua)

A finales de junio de 2011, se ha lanzado en Helvetia Seguros la evaluación del desempeño basada en nuestro sistema de gestión por competencias. Este sistema de evaluación está dirigido a todo el personal de la compañía, excepto a aquellos empleados que están adscritos al programa PEP.

Gestionar por competencias implica utilizar los conocimientos, habilidades y actitudes de la propia organización como base para la gestión de las personas, alineando a los empleados con la estrategia del negocio y permitiendo una gestión integral de los Recursos Humanos que permita la optimización del capital humano.

Durante aproximadamente dos años hemos estado desarrollando este proyecto conjuntamente con la prestigiosa Escuela de Negocios “Esade Business School”, bajo los estándares de EFQM. Hemos trabajado directamente con los empleados a través de la técnica de *focus groups*

y el resultado obtenido como base para nuestra evaluación del desempeño ha sido la elaboración del Diccionario de Competencias de Helvetia Seguros.

El Diccionario de Competencias de nuestra entidad recoge las competencias identificadas y definidas según el sistema descrito, todo ello para asegurar que el Modelo de Gestión por Competencias implementado sea acorde con la misión organizativa y represente los valores de la empresa.

Este Diccionario es aplicable al conjunto de la organización y las competencias que lo componen tienen una definición general, estando desglosadas en cinco grados que corresponden a los niveles de desarrollo, en función del dominio que demuestre la persona en el desempeño de su trabajo.

Los grados son acumulativos, de manera que el superior incorpora los comportamientos de los inferiores.

Existen tres tipos de competencias:

A. Competencias Gerenciales: son aquellas que se requieren a aquellas personas que ocupan puestos con mando.

B. Competencias Clave: son aquellas que deben tener todas las personas que forman parte de la organización, independientemente del puesto que ocupen.

C. Competencias Específicas: son aquellas asociadas a un puesto en concreto.

Para la evaluación de las competencias hemos desarrollado conjuntamente con Ibermática una herramienta ofimática específica (Ev@lua), ubicada en el Portal del Empleado desde donde evaluador y evaluado pueden gestionar todo el proceso.

Como punto de partida, es importante resaltar que se trata de una valoración dirigida al desarrollo profesional de los empleados de Helvetia Seguros, con el objetivo de que nos ayude a mejorar en nuestra actividad profesional.

El proceso está estructurado en los siguientes pasos:

1. Desde RRHH se lanza el proceso y se crean los cuestionarios de evaluación del año en curso. Uno de ellos contiene las Competencias Clave y el otro, las Competencias Específicas asignadas a cada puesto. Para aquellos evaluados que tienen empleados a su cargo, también se solicita que cumplimenten el cuestionario de Competencias Gerenciales.
2. Realización de la Autoevaluación por

el empleado y de la Evaluación por parte del responsable directo.

3. Reunión conjunta. Empleado evaluado y supervisor revisarán conjuntamente la evaluación, además de dejar fijados definitivamente los diversos niveles de cada competencia. Finalmente, se recogerán los posibles comentarios si los hubiere, así como las conclusiones de la evaluación que introducirá el supervisor en el sistema.

Esta entrevista conjunta es uno de los puntos centrales de la evaluación. En este sentido, se ha elaborado una guía para todo el personal evaluador en la que se describe cómo debe prepararse y desarrollarse la entrevista con la finalidad de que el evaluador tenga claro el propósito y proceso de la entrevista, asegurando que el evaluado los comprende y definiendo, de forma compartida, los puntos de mejora.

También es importante que, celebrada la entrevista, se haga una valoración de la misma con el objeto de ver si ésta ha servido para motivar y mejorar la relación entre evaluador y evaluado y, sobre todo, si el evaluado se ha quedado al final con una idea clara de la evaluación de sus competencias y de cómo mejorarlas.

4. Firma electrónica. El evaluador, después de verificar el contenido correcto

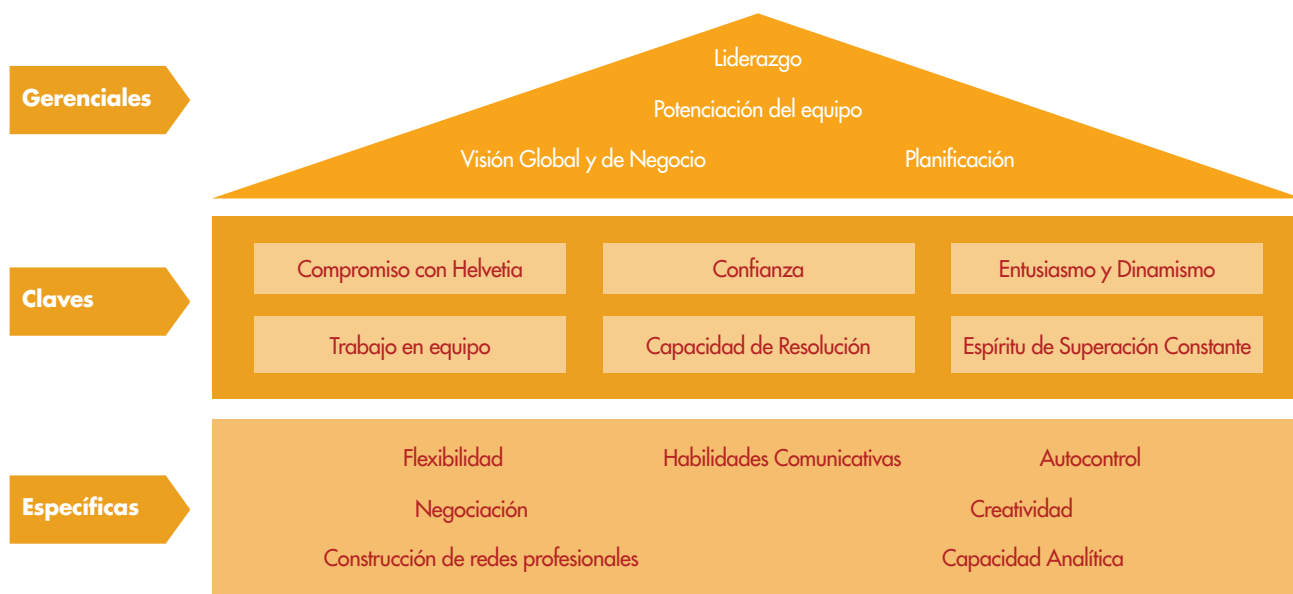
de la evaluación, firmará ésta, terminando la realización de la misma y, posteriormente, el empleado evaluado, tras verificar el contenido, firmará la misma dándose por terminada la evaluación.

5. Puesta en marcha de las posibles acciones formativas y planes de desarrollo en aquellos empleados que puedan requerirlo. Este es otro de los puntos importantes de la evaluación ya que, una vez celebrada la misma, se van a poder detectar necesidades formativas que, una vez contrastadas, pasarán a formar parte del plan de formación anual de la compañía y a impartirse una vez aprobado el mismo.

La herramienta ofimática Ev@lua es muy intuitiva para los usuarios y está automatizada durante todo el proceso con el envío de e-mails a evaluador y evaluado en las fases de autoevaluación, evaluación y firma.

Para difundir la herramienta y el sistema de evaluación se han establecido durante los meses previos a su implantación múltiples acciones formativas e informativas en la organización.

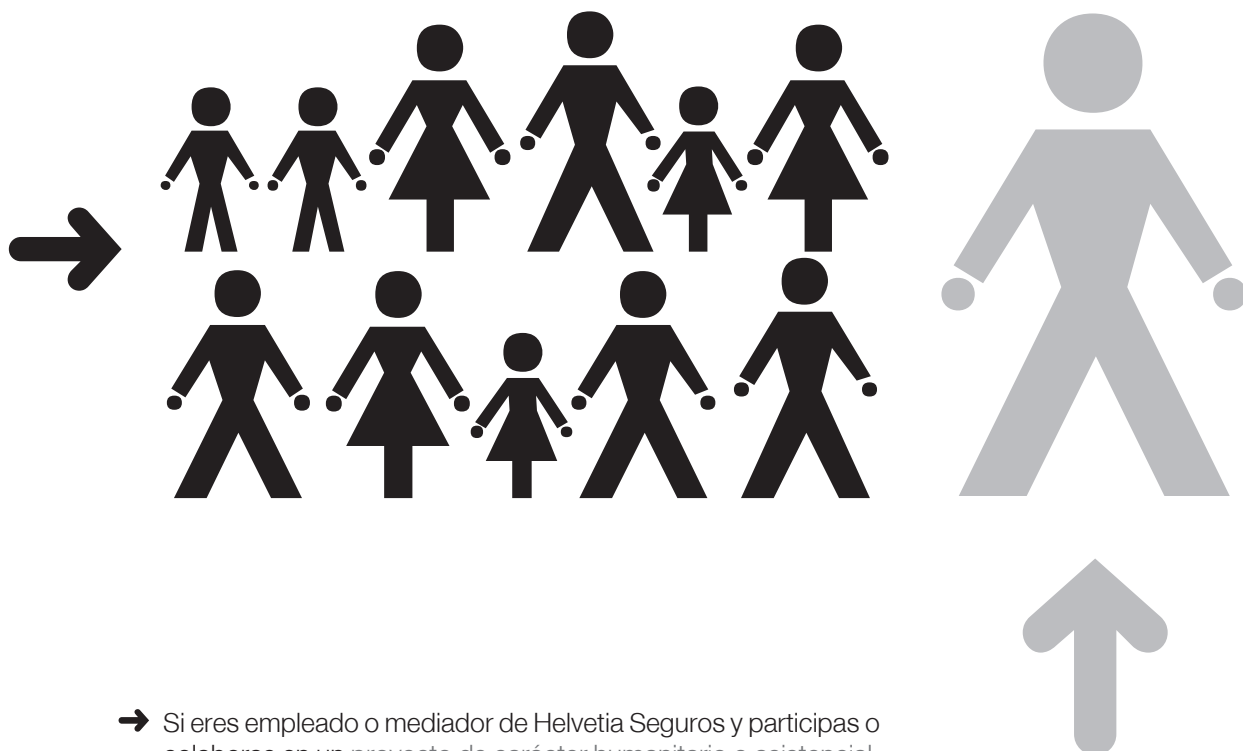
Tanto el programa Ev@lua como PEP tienen una periodicidad anual y suponen el inicio de una fase decisiva en nuestra cultura evaluadora y de desarrollo profesional, que se desplegará a todos los niveles organizativos de Helvetia Seguros.



¿Tienes un proyecto solidario?



Entonces podemos ayudarte →



→ Si eres empleado o mediador de Helvetia Seguros y participas o colaboras en un proyecto de carácter humanitario o asistencial, es posible que podamos ayudarte.

Tu proyecto puede ser presentado por Helvetia Seguros ante los Premios Solidarios del Seguro que promueve anualmente INESE. Ello implica una ayuda económica de gran valor para el proyecto, así como un reconocimiento social en la gala anual de los Premios Solidarios del Seguro.

Presenta el proyecto de la ONG con el que colaboras o participas, para que consiga un premio en metálico para seguir haciendo posible ese proyecto del que formas parte.

helvetia

Pasión náutica

El deporte náutico, en todas sus modalidades y variantes, constituye la gran afición de Pablo Parias, agente de Helvetia Seguros en Sevilla. Una afición que se confunde con la pasión, y que determina completamente su forma de vida, contagiando a toda su familia. Una vida entregada a la navegación y al amor por el mar.



Los inicios de la afición de Pablo Parias por la vela tienen un importante componente aventurero. Después de iniciarse en la navegación con apenas 8 años (salía a navegar junto a sus padres en un optimist por la bahía de Algeciras), hacia los 14 años su padre le regaló a él y a sus hermanos un 4.20, con el que se embarcaron (nunca mejor dicho) en un gran reto: intentar cruzar el estrecho. El velero zozobró y tuvieron que ser rescatados por un barco de turistas ingleses, quienes los condujeron a Gibraltar. Dado que la frontera estaba por aquél entonces cerrada, Pablo y sus hermanos no podían abandonar Gibraltar, por lo que su padre tuvo que acudir a su "rescate" en un barco de motor a través de la costa. Esta aventura no sólo no les amilanó, sino que incluso reforzó la afición de todos los hermanos por la navegación. Así hasta que, a los 16 años, su padre compró un Hobie Cat, y la aventura se convirtió en un deporte reglado: Pablo Parias comenzó a competir en regatas.

Desde entonces hasta ahora, la participación en regatas ha sido una constante a lo largo de su vida. Desde los 16 hasta los 30 años, en regatas de vela ligera, y a partir de los 30 y hasta el momento actual, en regatas de crucero. Toda una vida dedicada a la navegación que sólo ha sido posible gracias al tesón y a la constancia, los atributos más importantes para un regatista según Parias. También está el coste que supone esta afición, aunque hay que distinguir entre barco de regatas, donde el presupuesto puede ser ilimitado, y un barco de crucero, donde el coste es menor.

Los principales logros en la trayectoria de Pablo Parias se han producido en la categoría de Hobie Cat. Entre los logros se encuentran varios campeonatos de Andalucía, así como campeonatos de la Comunidad Valenciana, subcampeón de España,



subcampeón de Europa e incluso Segundo Clasificado en el señalado año de 1992 por el Estado de California (EE.UU). También ha alcanzado un alto nivel en la disciplina del kite-surf, que le ha reportado grandes satisfacciones personales.

Desde hace algunos años, compagina su afición con el entrenamiento a sus hijos. Su hijo Pablo debutó en regatas el pasado año, y ya se ha situado en el ranking de los diez primeros competidores andaluces en categoría Optimist. Todo lo que rodea al mundo de la navegación es de interés para Pablo, pero por encima del resto la propia experiencia de ser patrón de barco. "Me gusta llevar a cabo -explica- todas las disciplinas exprimiéndolas hasta el límite de mis posibilidades".

No hay duda de que se trata de un deporte bastante espiritual: el contacto del hombre con el mar y con las fuerzas de la naturaleza, la convivencia con la soledad, la introspección... "Lo más satisfactorio es poder cumplir con las metas que me propongo, superar el riesgo, controlar



personales más gratificantes. Como por ejemplo, los 15 días que navegó en Brasil, superando grandes e inolvidables olas.

Ahora, "con cuarenta tacos y tres niños en el mundo", la vida de Pablo ha vuelto a cambiar, y por tanto él ha vuelto a cambiar de disciplina. Se dedica sobre todo a formar a sus hijos, acompañando a su hijo mayor Pablo a las regatas de Optimist. Para matar el gusanillo, se dedica a la navegación de altura, una afición que requiere muchos conocimientos sobre el



las situaciones. La adrenalina que conlleva produce situaciones y experiencias muy difíciles de explicar", sostiene.

Cuando comenzó a trabajar como agente de seguros, se vio obligado a abandonar la competición. "Cuando la vida aprieta y sueltas amarras no hay más remedio que cambiar el chip, y yo cambié de disciplina", explica muy gráficamente. Durante diez años, desde que nació su primer hijo hasta hace aproximadamente un año, se ha dedicado sobre todo al kite surf. Esto le ha reportado algunas de las satisfacciones

barco, la meteorología, el mar. En este terreno, todavía tiene por delante grandes retos: "Quiero conocer bien mi jardín, es decir, el Mediterráneo y el Atlántico".

Pero que nadie piense que ahora su fervor por la navegación se ha calmado. De hecho, este verano, coincidiendo con una concentración en Vigo de regatistas, Pablo acompañará a su hijo realizando el trayecto hasta allí en barco, los dos solos desde Sotogrande. El verano pasado, también junto a su hijo, navegaron hasta Cerdeña, y en años anteriores al Algarve. A lo que hay que sumar las salidas de fin de semana. "Todos los fines de semana, de una forma u otra, salimos al mar", explica.

La afición se vuelve doblemente gratificante si la pareja, además, comparte el gusto por la navegación. "Ella empezó a navegar conmigo en Hobie Cat cuando tenía apenas 18 años, y juntos regateamos durante 10 años por toda España. Actualmente, ella no hace las travesías grandes conmigo porque nuestra hija pequeña todavía tiene 4 años, pero se coge un vuelo low cost con los peques y nos quedamos a pasar temporadas en verano viviendo todos en el barco". Parece que todo queda en familia.



Entrevista

En este número reunimos a dos amigos además de compañeros: Eligio Clavijo, responsable del Departamento de Empresas, y José Mata, director de la Sucursal Córdoba. Dos visiones sobre una misma realidad, el negocio de Helvetia Seguros, y especialmente el diseño y comercialización de sus productos. Como propuesta de debate planteamos el agroseguro: sus fortalezas y debilidades en el escenario asegurador actual.



Eligio Clavijo Ramos.
Responsable del
Departamento de Empresas

“Capacidad de respuesta y servicio personalizado son nuestros principales elementos diferenciadores”



José Mata Molina.
Director de Sucursal
Córdoba

“Nuestra principal baza en el actual escenario es pensar en cosas innovadoras”

La entrevista doble une en esta ocasión a un responsable de departamento y a un director de sucursal, amigos además de compañeros. En muy pocas palabras, ¿cómo definiríais vuestro desempeño?

¿De qué manera creéis que la actividad de un responsable de Departamento de Empresas influye en la actividad de un director de Sucursal, y viceversa?

¿En qué medida es importante, en vuestros respectivos desempeños, la capacidad para gestionar equipos humanos?

Eligio Clavijo: Uno recoge y selecciona la materia prima y el otro ha de transformarla en producto final, ninguno es nadie sin el otro y la finalidad es la misma: dar lo mejor de cuanto tenemos y sabemos, para satisfacer ampliamente cuanto se nos demanda.

José Mata: Uno confecciona un producto lo más afinado y flexible posible para que el otro pueda distribuirlo con la mayor facilidad entre las agencias y empresas que lo demanden.

E.C.: Yo diría que el director de sucursal es el motor de empuje, el que tiene que correr, buscar mediadores, riesgos para contratar. El responsable de Empresas es el que ha de procurar marcar unas pautas flexibles de aseguramiento, parar cuando entiende que hay que parar, y ser capaz de darle alegría a ese motor para que no pare de contratar y seguir corriendo.

J.M.: El director de sucursal tiene la misión de difundir entre sus agentes que su mayor o menor éxito depende del grado de complicidad y márgenes de aseguramiento del otro.

E.C.: Importantísimo, todo equipo ha de tener alguien que dirija y organice: Ninguno sabemos, ni podemos, ni nos sirve de nada hacer algo solo. Cuando se persigue algo en grupo es necesaria una coordinación, unificar criterios de gestión, fijar la meta y definir las acciones para llegar en el menor tiempo y con la mayor precisión.

J.M.: La capacidad para gestionar y dirigir personas es fundamental. No se podría realizar este trabajo si ésta no existiera.

Eligio Calvijo

El mejor jugador de fútbol de la Historia...: Pelé

El mejor gol que has marcado en tu vida: Normalmente siempre he jugado de portero, siempre parando, no sé meter goles.

Y no llegaste a tiempo de parar ese penalti: Lo paré.

La primera manía del día: Beber medio litro de agua.

La última manía antes de irte a dormir: La misma que cuando me levanto.

Esas vacaciones que no se van de tu cabeza: Mis sueños de vacaciones están cumplidos todos, de hecho mi plato fuerte son los fines de semana.

Una frase de película que te encanta: Mi abuelo siempre decía que "entre la noche y el día no hay pared".

Un tópico que te molesta especialmente: No soy persona a la que le molesten los tópicos o dichos. En el peor de los casos, paso.

Si se trata de tapas, siempre te decides por: Hay muchas, es como los amigos, no puedes mencionar a uno solo porque se enfada el resto.

Te hablaron muy bien de ello pero no es para tanto: Es cierto, lo que hoy ves descomunal mañana es pasable, lo que ves casi inalcanzable mañana esta obsoleto.

El amanecer más hermoso: Todos los días son hermosos, lo importante es poder levantarse y disfrutar de ellos. Hay que trabajar, descansar, disfrutar, hacer todo lo que puedas, porque al final de cada año, te pongas como te pongas, llega el 31 de Diciembre.

Un héroe de ficción que te apasiona: Un héroe de mi ficción sería ver el valor de José Tomás, el capote de Paula, y la muleta y temple de Curro. Es muy complicado.

Un anuncio de televisión que te carga bastante: Ninguno, todos tienen una parte interesante, que los hace ser diferentes.

El "minuto de oro" de tu jornada laboral: Cada día es distinto, no hay minuto ni hora de oro fija. A veces toda la jornada es de oro, y otras no llegamos ni a carbón.

El "piropo" laboral más grande que te han echado: En 38 años en activo me han dicho "de todo": se han acordado de mi familia, me han hecho santo, en fin, imagínate.

La virtud que pregonas a los cuatro vientos: Honradez y honestidad, siempre por derecho y de frente.

El defecto que prefieres no destacar: Muchos, muchísimos. Son tantos que prefiero no destacar ninguno.

Por más que te dicen que es el futuro, no te acostumbras a: Me acostumbro a todo, totalmente de acuerdo con el futuro, pero no el futuro del futuro, el futuro es mañana, hoy, ya.

José Mata

El mejor jugador de fútbol de la Historia...: Pelé.

El mejor gol que has marcado en tu vida: Nunca marco goles.

Y no llegaste a tiempo de parar ese penalti: Los penaltis siempre los paro.

La primera manía del día: Ducharme.

La última manía antes de irte a dormir: Cepillarme los dientes.

Esas vacaciones que no se van de tu cabeza: No tengo ningunas en particular, simplemente me las planteo para descansar.

Una frase de película que te encanta: No recuerdo ninguna.

Un tópico que te molesta especialmente: Me dan igual los tópicos.

Si se trata de tapas, siempre te decides por: Tengo una larga variedad de preferidas.

Te hablaron muy bien de ello pero no es para tanto: Cada uno cuenta la feria como le va. Como dijo Guerrita, "hay gente pa tó" y "ca uno es ca uno".

El amanecer más hermoso: Cada día.

Un héroe de ficción que te apasiona: El Cid.

Un anuncio de televisión que te carga bastante: Es publicidad, y mientras más cargante, mejor.

El "minuto de oro" de tu jornada laboral: Depende de los días.

El "piropo" laboral más grande que te han echado: Me han echado muchos, buenos y malos, y otros que mejor no comentar.

La virtud que pregonas a los cuatro vientos: Honestidad, lealtad y honradez.

El defecto que prefieres no destacar: Son bastantes, no tendría bastante con una línea.

Por más que te dicen que es el futuro, no te acostumbras a: El futuro es el futuro y me acostumbro cuando llega.

¿Cuál ha sido vuestro momento más agradable e inolvidable en Helvetia Seguros?

E.C.: Han sido muchos y variados, pero de verdad destacaría uno de hace muchos años que recordaré con especial cariño, ser Rey Melchor en nuestra fiesta de Reyes, y ver la cara de mis hijos recibiendo unos juguetes. Otros que han sido, son y seguirán siendo inolvidables son nuestras reuniones gastronómicas.

J.M.: Tuve muchos momentos, reuniones con compañeros, y participar en algunos actos que normalmente no se desarrollan.

Entrevista

Como responsable del Departamento de Empresas y como director de Sucursal respectivamente, ¿cómo creéis que se posiciona Helvetia Seguros en los ramos de seguros para empresas? ¿Qué nos queda por hacer? ¿Qué nos diferencia?

¿En el actual contexto de crisis, ¿cómo se está comportando el mercado de los seguros para empresas? ¿Cuáles son las bazas del producto en el actual escenario?

Eligio lleva en la compañía 35 años, y José Mata desarrolla su actividad en contacto muy directo con los agentes. ¿Cuáles son los valores que creéis que identifican a nuestra compañía?

¿Cómo valoráis los flujos de comunicación interna dentro de Helvetia Seguros? ¿Existe una buena comunicación interna entre las sucursales y los departamentos centrales?

Centrémonos en los productos de Empresas. ¿Creéis, conociendo el mercado y la competencia, que somos competitivos? ¿En qué aspectos podríamos profundizar?

Eligio desde los años 70, y José desde los 80, ¿qué valoración hacéis de la evolución del mercado del seguro en todo este tiempo?

E.C.: Entiendo que Helvetia Seguros esta posicionada “casi” a la altura del resto de entidades, pero este “casi”, es fácilmente superable con esfuerzo y con el hecho diferenciador que tenemos respecto de otras entidades: nuestra capacidad de respuesta y servicio. Nos falta quizá un producto industrial de más fácil venta, de los denominados “todo riesgo”.

J.M.: Creo que actualmente no estamos muy mal posicionados, aunque es mejorable. Necesitamos un producto más flexible y aquilatado en tasas con el que poder dar respuesta a las necesidades de aseguramiento del cliente incluyendo y aumentando sumas aseguradas en algunas coberturas, así como la flexibilidad en la presentación de proyectos.

E.C.: Pienso que el comportamiento del sector seguros en el ámbito de las empresas no es distinto al resto de seguros de otros sectores del mercado, es inevitable la caída de pólizas y de primas debido principalmente al elevado índice del cierre de negocios. Ante este escenario, la estrategia pasa por innovar, reajustar las tasas al riesgo real, asesorar al empresario para identificar el riesgo que inevitablemente ha de asegurar.

J.M.: Creo que igual que en el resto de los ramos, ya que la situación económica que estamos viviendo incide por igual en casi todos los sectores. Las bazas a jugar en este escenario pasan por pensar en cosas nuevas e innovadoras para que podamos llegar al mercado con mayor facilidad.

E.C.: No somos “un monstruo” de Entidad en lo que a tamaño se refiere, pero sabemos hacer algo que a otros les cuesta o no saben hacer: capacidad de respuesta y servicio personalizado.

J.M.: Siempre nos hemos identificado por tener capacidad para llegar con mayor facilidad a nuestros agentes y clientes, y siempre hemos tenido una gran capacidad de respuesta para solucionar los problemas. Creo que últimamente estamos perdiendo algo de esto.

E.C.: Entiendo que existe una buena comunicación, pero todo es mejorable. Somos una entidad muy abierta y con todos los medios posibles de comunicación interna, puede que a veces los burocratizamos demasiado y ello compromete y obliga a hacer trabajos improductivos. Yo iría más por unos sistemas quizás más abiertos y la vista puesta en resultados.

J.M.: Bueno, creo que la comunicación entre sucursales y departamentos centrales es magnífica si nos referimos al uso del correo electrónico. Lo que ocurre es que ahí no se acaba la comunicación ni es la única manera de comunicarse. Y al final hemos llegado a que prácticamente esta sea casi la única vía de comunicación que utilizamos. Creo que la comunicación también ha de ser más personal y directa.

E.C.: Totalmente convencido de que somos competitivos, pero ser más competitivos implica ser conocedores de cada situación, y ser conocedores de cada situación implica tener amplios conocimientos, o unos programas informáticos quizás más flexibles capaces de admitir tantas variantes que piensen por ti. Ante ello, habría que profundizar constantemente en la formación.

J.M.: Creo que los criterios de competitividad en este ramo son muy relativos. Hemos visto que muchas entidades actúan en este ramo con unos criterios quizás poco técnicos, bajando las primas en función de las necesidades comerciales o en base a estrategias comerciales concretamente definidas. Ante este tipo de actuaciones hablar de competitividad no es exacto. Aunque si queremos tener nuestro sitio, hemos de actuar de la misma manera.

E.C.: En esos años es cuando se produjo el inicio de la evolución del sector seguros, la inflación, el despegue económico y las necesidades demandadas por el sector originaron una verdadera revolución aseguradora. Hubo años con unos crecimientos espectaculares. Fueron tiempos de bonanza, después de crisis, hasta llegar a estos últimos años, los más críticos que he conocido en toda mi trayectoria profesional.

J.M.: En estos años la evolución del mercado, tanto en este ramo de industria como en todos, ha evolucionado siguiendo los resultados técnicos (siniestralidad) y las situaciones económicas vividas en cada momento, incorporando cada vez nuevas cobertura a las pólizas multirriesgo en función de las necesidades del mercado.



A debate: Los seguros agrarios

Los seguros agrarios están llenos de particularidades. ¿Cuáles son, a vuestro juicio, las principales fortalezas y las debilidades de este tipo de productos?

E.C.: Creo que al hablar de seguros agrarios (Agroseguro) solo cabe señalar fortalezas. Desde hace cien años cuando, sólo unas pocas entidades aseguraban las cosechas contra incendios, hasta la aparición de la Ley de Seguros Agrarios en 1978, todos los avatares han tenido que ser soportados por los agricultores. Con la aprobación de la Ley se da una seguridad al agricultor que nunca tuvo, y con la total confianza del respaldo de la institución formada por ENESA, DGS, CCS y entidades aseguradoras.

J.M.: Pienso que los seguros agrarios conforman y realizan un gran papel asegurador, ya que están dando cobertura ante calamidades por motivos climatológicos a muchísimos agricultores y ganaderos que de otra manera acabarían en la ruina ante tales siniestros. Pienso que la gran fortaleza es que garantizan la continuidad de la actividad agraria tras la pérdida de las cosechas. La debilidad es que debería ser obligatorio para todos los agricultores y ganaderos.

Ambos sois de Andalucía, zona con una fuerte actividad agraria. ¿Creéis que hay mercado en este tipo de seguros?

E.C.: Por supuesto que hay mercado este tipo de seguros, tanto en Andalucía como a nivel nacional. El seguro abarca productos tan distintos como Herbáceos, Frutales, Cítricos, Hortalizas, Olivar, Ganado, etc. Hemos de señalar que como complemento a los seguros agrarios existen en el mercado los seguros agrícolas. Son pólizas de daños, generalmente Multirriesgos dirigidos a este sector y que complementan el aseguramiento de los bienes no asegurables por Agroseguro. En nuestra Entidad este seguro se comercializa con el nombre de Helvetia Agro.

J.M.: Totalmente, hay mercado aquí en Andalucía y en toda España, pues abarca todo tipo de cultivos y ganado, incluso hay mercado para profundizar en complementar este con otro tipo de pólizas agrícolas como la que tiene Helvetia Seguros, haciéndola más flexible y competitiva, que actualmente no es.

¿Qué debe tener el nuevo producto de Agroseguro para ser totalmente competitivo?

E.C.: En los nuevos productos que cada año aparecen o se renuevan en Agroseguro poco podemos hacer. Ahora bien, en la parte que nos atañe en el sector Agrícola y referido a nuestro producto Helvetia Agro, estamos innovando. Confiamos en la colaboración del equipo técnico y comercial creado al efecto para sacar en breve un producto de la máxima competitividad.

J.M.: El producto, como digo en el anterior párrafo, debe ser más flexible, competitivo, incorporar coberturas que complementen realmente las que ofrece Agroseguro.

Vivir en...

Islas Baleares



Las Islas Baleares, el archipiélago de la felicidad

Punto de referencia internacional en el turismo de sol y de playa, en pleno corazón del Mediterráneo, las Islas Baleares conforman un archipiélago que es ansiado objeto de deseo de turistas provenientes de todo el mundo. Con la capital fijada en Palma, la isla más grande de todo el conjunto, su privilegiada localización en el Mediterráneo ha propiciado que desde tiempos inmemoriales las Baleares hayan sido lugar de paso y de destino de forasteros provenientes de diversas partes de Europa, y muy especialmente de la zona norte. Y es que la calidad de vida, el clima, la gastronomía y sus gentes constituyen un reclamo irresistible para los visitantes.

Sin embargo, lo que más sorprende de las Baleares, además de la clásica tríada sol-playa-vida nocturna, es su enorme riqueza cultural, que acumula la herencia prehistórica, romana, bárbara, musulmana y cristiana a partir de la conquista de Jaime I de Aragón. Esta área ha sido ocupada a lo largo de la historia por romanos, vándalos, musulmanes y cristianos peninsulares, dejando cada uno su singular huella que perdura en el tiempo y enriquece la vista y los sentidos de los visitantes.

Desde la Catedral (La Seu), pasando por el palacio musulmán de La Almudaina, el imponente Castillo de Bellver, la antigua Lonja del siglo XV o el yacimiento arqueológico Ca Na Costa en Formentera, todos ellos conforman un impresionante cartel patrimonial histórico, capaz de saciar los más exigentes "paladares culturales".

Tanto por agua, a bordo de lujosos ferrys o pequeñas embarcaciones, como por



aire, gracias a su aeropuerto, llegan los turistas para disfrutar de este clima típicamente mediterráneo, con temperaturas altas en verano, que superan los 30°, y moderadamente bajas en invierno, que raramente son inferiores a 5°. Las nevadas son habituales en invierno en las cimas más altas de la Sierra de Tramontana pero excepcionales en el llano y la capital. Al tratarse de islas, el nivel de humedad es muy alto.

El principal motor económico de las Baleares es el turismo. Turistas que principalmente buscan sol, playa y, por supuesto, la ajetreada y afamada vida nocturna que se ha convertido en uno de sus principales reclamos.

Otro atractivo más de las Baleares es que ofrecen al visitante la posibilidad de deleitarse con gastronomía típica de las islas, de marcado carácter mediterráneo. Uno de los platos más populares es el frito mallorquín, que consiste en una fritura de hígado con patatas y pimientos, que

puede ser de sangre y/o asadura de cordero, cerdo o también marino. Cabe también hacer mención a las sopas, el tumbet, el lomo con col o con esclatayang, y las berenjenas rellenas. Y por supuesto, al tratarse de islas, no puede faltar el pescado fresco.

Presencia de Helvetia Seguros

Además de contar con una Sucursal propia situada en Palma, Helvetia Seguros mantiene en el archipiélago un importante número de mediadores, casi 60, que prestan servicio en las islas y son la punta de lanza de la compañía en esta comunidad. La Sucursal de Palma de Mallorca registra un volumen de negocio de 1.700.000 euros.

Gracias a sus casi 5.000 pólizas suscritas, Helvetia Seguros se sitúa en la primera línea de las aseguradoras más importantes de la zona. Su negocio se distribuye principalmente entre pólizas de particulares y automóviles, con unas 1.700 y 2.000 unidades respectivamente. Las pólizas de particulares alcanzan un volumen de unos 640.000 euros, mientras que los seguros para Automóviles alcanzan los 545.000 euros.

Helvetia Seguros también se está convirtiendo en un referente para las empresas en la zona, merced a los seguros de transportes, sobre todo embarcaciones de recreo, y las pólizas de accidentes y salud. No en vano, estos tres campos representan casi el 20% del total de los servicios que presta la compañía.

La necesaria visión de conjunto

Si hubiera que definir en pocas palabras la labor del Departamento de Controlling, representado unipersonalmente por Ángel Abad, sería como una especie de consultoría interna, directamente dependiente de la Dirección General y cuyo objetivo es aportar un importante valor añadido a toda la organización a través de tres patas de actividad: Económico-financiera, Control interno y gestión del riesgo, y Actividad estratégica. Con larga experiencia en el sector bancario y sobre todo en Helvetia Seguros, y con una extensa formación en el ámbito del Derecho y de la dirección económica y financiera, Ángel Abad opera desde un planteamiento siempre flexible y con un talante conciliador y abierto a la comunicación con el resto de departamentos.

El Departamento de Controlling forma parte del staff de la Dirección General, al mismo nivel que Recursos Humanos, Auditoría Interna y Asesoría Jurídica. Esta necesaria posición en el organigrama le aporta, por un lado, visibilidad, y por otro, independencia a la hora de desarrollar su labor sin ningún tipo de condicionantes.

¿Pero qué hace, para que nos entendamos, este Departamento?

Aporta a la Dirección de la compañía y al grupo las herramientas de gestión globales y los elementos de análisis necesarios para el control y evolución de la empresa, recopilando, ordenando y coordinando información interna y externa de una forma organizada y sistemática.

En el ámbito económico-financiero, el Departamento de Controlling se encarga de:

- Seguimiento del negocio y estadísticas (control de gestión).
- Presupuestos, revisiones ("forecast") y estimaciones de cierre ("outlook").

EL DEPARTAMENTO DE CONTROLLING FORMA PARTE DEL STAFF DE LA DIRECCIÓN GENERAL, AL MISMO NIVEL QUE RECURSOS HUMANOS, AUDITORÍA INTERNA Y ASESORÍA JURÍDICA. ESTA NECESARIA POSICIÓN EN EL ORGANIGRAMA LE APORTA VISIBILIDAD E INDEPENDENCIA A LA HORA DE DESARROLLAR SU LABOR

- Informes económico-financieros y análisis de evolución e indicadores de negocio.

En el ámbito del control interno y gestión del riesgo, este Departamento:

- Es el responsable y coordinador del control interno global conforme se define en la legislación nacional y en la normativa interna de la compañía

aprobada por el Consejo de Administración.

- Gestiona el riesgo operacional (riesgo derivado de los fallos humanos y técnicos atribuibles a la actividad cotidiana), de forma coordinada con el grupo.
- Coordina la actividad de Compliance ("cumplimiento normativo") dentro de la compañía, de forma igualmente coordinada con el grupo.
- Participa en el proyecto Solvencia II como responsable del Pilar II (gestión cualitativa).

Por último, en el ámbito estratégico, el Controlling:

- Participa en la planificación y coordinación, en colaboración con la Dirección.
- Lleva a cabo labores de seguimiento y control.

Esta ingente actividad requiere de una comunicación fluida con el resto de la organización a todos los niveles jerárquicos y obliga al Departamento a ser flexible en sus planteamientos. "Es un trabajo -explica Ángel Abad- muy cambiante y dinámico, estás pasando continuamente de una labor a otra". Probablemente pocos Departamentos tengan como el de Controlling una visión tan amplia, completa y con perspectiva del negocio de Helvetia Seguros. Es quizá por ello por lo que, al ser preguntado por el órgano humano con el que se identifica más su labor, Ángel Abad se decante por la



vista. "En cierta manera somos los ojos de Helvetia Seguros, ya que nuestra labor de preparación documental y de elaboración de informes y prospectivas nos permite contemplar el horizonte en la lejanía, nos permite ver hacia dónde van nuestros pasos y prever posibles obstáculos en el camino, advirtiéndolo a los órganos que toman las decisiones", explica gráficamente.

Dada su visión general de la compañía, resulta comprensible que otra de las funciones del Departamento de Controlling sea la de participar activamente en los grandes grupos de trabajo que se desarrollan dentro del sector al calor de organizaciones como UNESPA o la propia Dirección General de Seguros.

Lo que Ángel tiene muy claro, en todo caso, es que "sin la colaboración de la organización este Departamento no podría hacer nada". En cierta medida, Controlling ejerce una función de think tank especializado de la compañía o consejero estratégico, que se construye a partir

de la aportación de todos, y siempre en estrecha colaboración con el grupo, con el que mantiene un contacto diario.

Este contacto con las empresas del grupo le permite tener una visión general de todo el negocio, y del lugar que Helvetia España ocupa dentro del grupo. "Estamos muy bien posicionados dentro del grupo tanto en el ámbito económico-financiero como en el estratégico y en el de control y gestión del riesgo y, en general, también dentro del sector". Y para ello destaca como ejemplo el buen posicionamiento que nuestra compañía tiene en el marco de la implantación de Solvencia II, prevista para enero de 2013. "Estamos muy adelantados en términos generales en el ámbito de la gestión del riesgo, el capital y la solvencia con respecto al sector", sostiene.

En cuanto a la implantación del Code of Compliance, otra de las grandes ocupaciones actuales del Departamento, Ángel cree que Helvetia Seguros está haciendo las cosas muy bien e insiste en

la necesidad de "lograr la sensibilización por parte de toda la organización sobre la importancia de actuar correctamente conforme a la legislación en vigor y a la normativa interna". Es un código que, sobre todo, defiende el sentido común y que, con su eficaz implantación y el compromiso de toda la plantilla, permitirá "el mantenimiento de una buena reputación para la compañía y, consecuentemente, nuestro dinamismo como empresa y la confianza como uno de nuestros valores claves".

Por último, el Departamento de Controlling ha sido clave en la conformación de los planes y objetivos de la Estrategia Helvetia 2015+ del grupo en el mercado español. Después de su formulación, los esfuerzos de este Departamento están encaminados a controlar su correcta aplicación y a realizar un seguimiento efectivo. "No pretendemos más que seguir haciendo lo que hacemos -comenta Ángel Abad-: seguir aportando valor añadido y servicio como Departamento Staff a Helvetia Seguros y a toda la organización".

Helvetia 2015+: Nuevos cursos e-learning sobre vida y gestión comercial



Con el propósito de potenciar al máximo la Medida Estrategia H2015+ de desarrollo del ramo de Vida, el Departamento de Formación ha venido trabajando en la adquisición de nuevos contenidos formativos para agentes y empleados, a implantar como nuevos cursos en la plataforma e-Learning (formación a distancia).

Dichos cursos buscan promover la adquisición de conocimientos generales sobre cuestiones que afectan muy directamente al ramo de Vida y que permitirán optimizar el asesoramiento a los clientes actuales y potenciales de Helvetia Seguros.

Los cursos que se han adquirido y que ya se encuentran plenamente operativos son:

Planificación de la Jubilación. En el mismo se trata de dar una visión global de las prestaciones de la Seguridad Social, contingencias amparadas, cálculo de pensiones y otras cuestiones relacionadas con la jubilación y su tratamiento actual y futuro, con análisis de las posibles modificaciones legislativas que pudieran producirse. Este curso incluye información genérica sobre los distintos productos que se ofrecen en el mercado nacional (PPA, PIAS, Planes de Pensiones, etc.).

Cotización del Trabajador Autónomo. Este curso se orienta a incrementar el conocimiento de la situación del trabajador por cuenta propia, realizando el análisis

desde su óptica y necesidades. Así se tratará de manera específica, por ejemplo, la problemática que para este colectivo representa el tratamiento de situaciones de incapacidad laboral transitoria.

Fiscalidad del Seguro de Vida y Otras Fórmulas de Ahorro. Contiene el tratamiento fiscal que conllevan las distintas fórmulas de ahorro así como otros productos de Vida riesgo. El análisis se realizará partiendo del conocimiento del propio sistema tributario español e incidirá en el tratamiento que reciban tanto el pago de las primas como la liquidación de las prestaciones correspondientes.

Al mismo tiempo, el Departamento de Formación ha desarrollado un nuevo curso relativo a la gestión comercial de nuestros agentes:

Técnicas de Venta. Basado en el Manual de Gestión Comercial de Helvetia Seguros (con contenidos exclusivos de nuestra entidad), desarrolla un análisis detallado de todo el ciclo de la venta (prospección, concertación, objeciones, cierre de venta y post-venta).

Por parte del Departamento de Formación, como es habitual, se coordinará la realización de estos cursos con la colaboración previa del Área de Ventas que, a través de los directores de Zona y de Sucursal, será la que proponga a los posibles alumnos para cada curso.

Curso de Blanqueo de Capitales

Uno de los cursos con mayor número de beneficiarios de los promovidos por Helvetia Seguros hasta la fecha ha sido el de Blanqueo de Capitales. Un total de 750 agentes exclusivos y 260 empleados pertenecientes a las áreas de Ventas, Productos y Servicio al Cliente participaron en este curso, que se desarrolló a través de e-learning y que se prolongó entre el 1 de febrero y el 29 de abril de 2011. Cuatro fueron los objetivos de este curso masivo: primero, conocer el marco normativo en materia de prevención de blanqueo de capitales, así como los sujetos obligados; segundo, analizar cada una de las obligaciones de las entidades obligadas del sector asegurador en materia de prevención de blanqueo de capitales; tercero, conocer las medidas de control interno de las compañías de seguros; y cuarto y último, estudiar el régimen de infracciones y sanciones. El curso se saldó con un gran nivel de satisfacción por parte de los asistentes.



Curso sobre "Code of Compliance"

La implantación en Helvetia Seguros del "Code of Compliance" viene acompañada de un programa de formación encaminado a favorecer su conocimiento por parte de toda la plantilla. Un total de 516 empleados han venido llevando a cabo un curso sobre el "Code of Compliance" que se ha prolongado entre los días 15 de marzo y 7 de junio pasados, y que se ha desarrollado a través de la modalidad e-learning. Su objetivo principal era conocer los principios que inspiran la actuación responsable de los empleados de Helvetia Seguros en relación con el cumplimiento legal.



Curso de Pensamiento Creativo

La consultora Inteligencia Creativa ha sido la responsable de llevar a cabo este original curso piloto dirigido al Área de Marketing y Comunicación. Impartido el día 25 de mayo durante una jornada, el objetivo de este singular curso era favorecer el desarrollo del pensamiento creativo de los empleados de Helvetia Seguros con una metodología y herramientas prácticas a cada paso del proceso creativo. El curso potenciaba la generación de nuevas preguntas e ideas en torno al desempeño laboral cotidiano.

Curso de Sucesores



La impartición de formación para hijos de agentes exclusivos es una de las grandes apuestas de Helvetia Seguros en relación con la red comercial y su fidelización. En este contexto, durante la semana del 6 al 10 de junio pasado se llevó a cabo en la sede de nuestra compañía en Sevilla el primer módulo del curso de Sucesores, del que se beneficiaron 9 hijos de agentes exclusivos con vocación de continuidad en el negocio familiar. Dos eran los objetivos de este primer módulo: por un lado, conocer los elementos básicos y fundamentales de la actividad aseguradora, así como las últimas disposiciones legales existentes; por otro, acometer el conocimiento de los productos comercializados por Helvetia Seguros.

Curso “El agente empresario”



Un total de 15 agentes exclusivos pertenecientes a las zonas comerciales A Suroeste, B Sureste, C Sevilla, D Madrid, E Levante, G Noroeste e I Cataluña participaron en el curso “El agente empresario”, impartido por la consultora Eutropía los días 16 y 17 de junio pasado, con una duración total de 15 horas. El objetivo de este curso era formar a los agentes en la gestión profesionalizada de su negocio fortaleciendo la relación con Helvetia Seguros a través del desarrollo que guíe la evolución de la agencia en el medio plazo.

Curso Convenio Modular SDM

Tramitadores de siniestros de Autos y tramitadores de Lesiones de Pamplona y Sevilla participaron en un curso celebrado los días 16 (Pamplona) y 19 (Sevilla) del pasado mes de mayo, de tres horas lectivas cada uno, cuyo objetivo era dotar a los tramitadores de Autos y Lesiones de los conocimientos adecuados sobre el convenio modular SDM, sus aplicaciones informáticas de tramitación y el manual de criterios.



Curso Básico de Electricidad orientado al peritaje de Siniestros en el ramo de Diversos

Por último, el pasado 25 de mayo, los tramitadores de siniestros Particulares y Anomalías y Recobros asistieron en Madrid a un curso básico de Electricidad orientado a la peritación de siniestros que fue impartido por Ceprinsa y cuyo objetivo era conocer los riesgos originados por la energía eléctrica que permita dar el tratamiento adecuado a la tramitación de este tipo de siniestros.



Ruta de los Hórreos en el Valle Aezkoa

Pirineo Navarro



Con una extensión de 20.300 hectáreas, el Valle de Aezkoa está situado en la que se considera la zona más antigua de los Pirineos. De los nueve pueblos que se sitúan en el valle, desde Abaurregaina hasta Orbara, rodeados de montañas y 12.000 hectáreas de bosques, cuatro de ellos son de los más altos de Navarra, con una altitud que en algunos casos llega a los 1.100 metros. En este paisaje se configura uno de los parajes naturales más bellos de la región pirenaica y se abre un mágico camino turístico rural, la denominada "Ruta de los Hórreos".

Los hórreos son antiguas construcciones anexas a las casas tradicionales rurales del norte húmedo de la península, donde se almacenaban granos y alimentos para resguardarlos del clima y de los roedores. En Aezkoa, los quince hórreos que quedan en pie, ya que la mayoría fueron destruidos a finales del siglo XVIII, son un claro ejemplo de la arquitectura navarra pirenaica. De hecho, fueron declarados Patrimonio de Interés Cultural por el Gobierno de Navarra en 1993 y conservados por sus variantes arquitectónicas únicas.

Por pueblos en Aezkoa, quedan cuatro en Hiriberri-Villanueva, llamados Reka, Portal, Jauki y Elizondo; cuatro en Aria, que son

Jauri, Apat, Etxeberri y Jamar; tres en Orbaizeta, conocidos como Etxegarai, Larrañeta y Estanquero; y uno en Garaioa, Arike y Garralda, llamados Maisterra, Domentx y Masamigelena respectivamente.

La parada en el primero de estos pueblos, Hiriberri-Villanueva, es obligada para los que lleven a cabo esta ruta. Se trata de una típica villa aezkoana que todavía alberga cuatro hórreos y en cuya iglesia se encuentra uno de los retablos renacentistas más conocidos de Navarra. Además, también se puede disfrutar de la visita a la antigua Fábrica de Armas, que es un claro exponente de la arquitectura industrial más antigua de la península ibérica.

De obligada visita es la "Selva de Irati" uno de los mayores y mejor conservados bosques vírgenes de hayas y abetos de Europa que se extiende hasta el suroeste de Francia. Dispone de tres espacios protegidos: las reservas naturales de Mendilatz y Tristuibarte y la reserva integral de Lizardoia. Todo Irati es una ZEPA (Zona de Especial Protección de Aves) acogiendo igualmente a multitud de especies animales.

Por dicho valle también transita el río Irati, que con su paso a través de los bosques

construye un paisaje privilegiado y estancias de gran belleza, además de proporcionar a los amantes de la pesca una oportunidad única para pescar truchas, con las cuales se preparan algunos platos típicos de la región. Cuando sale de Aezkoa, el río Irati continúa su curso hasta llegar a las gargantas de la Foz Lumbier, para finalmente difuminarse y terminar su recorrido en Aragón.

Realizar esta ruta no sólo permite conocer de cerca la arquitectura y los monumentos de la región, sino también una inmersión en la abrumadora belleza natural de su fauna y flora. Entre pinos, hayas y robles, no sería difícil durante un paseo encontrar algún jabalí, ciervo y, con menos suerte, al famoso oso pardo pirenaico. Este último es protagonista de innumerables leyendas de tradición oral que se pueden escuchar en boca de los habitantes de la zona si se hace una parada en uno de los muchos mesones mientras se disfruta de un buen vino y una típica txistorra o un exquisito plato de cordero al chilindrón.

Pirineo Navarro

Dónde comer

Restaurante Hiriberri
Calle San Salvador, 52
Villanueva de Aezkoa
Valle de Aezkoa 31671
Teléfono: 948 76 40 31

Restaurante Aitza Orbara Aezkoa,
Plaza Pablo Eguinoa 0,
Orbara de Aezkoa
Valle de Aezkoa 31671
Teléfono: 948 76 60 37

Dónde dormir

Posada Sarigarri
San Martín, 6
Abaurrepea / Abaurrea Baja
Valle de Aezkoa 31692
Teléfonos: 948 76 90 61 / 639 46
77 31 – E-mail: info@sarigarri.com

Casa Rural Txikirrín I
Calle Santa María
Arike, Valle de Aezkoa
Teléfono: 948 76 40 74

