

150 1858-2008 Años

**Club Helvetia,
un espacio de excelencia
para los mejores agentes**

helvetia 

Sumario

Carta del Consejero Delegado	3
Noticias	4
Formación	12
Actualidad del seguro	14
Helvetia Seguros, al día	16
Entrevista: Rocío Cereceda Fernández-Aramburu, Responsable del Departamento de Control de Redes; Antonio Díaz García, Director de Zona Noroeste	18
Reportaje central: Club Helvetia, un espacio de excelencia para los mejores agentes	22
Rumbo seguro: Sensaciones y emociones por las Rías Baixas	25
En buena compañía con... Miguel Báez, "Litrí", torero	26
Entrevista: José Luis Vallejo, Agente de Helvetia Seguros en Benicassim (Sucursal Castellón)	28
De cerca: Fernando Delgado	30
Vivir en... Barcelona	32
Departamentos & Sucursales: Sucursal Pamplona - Fuente del Hierro	36
De perfil: Víctor T. Lizarraga, Director de Sistemas de Información de Helvetia Seguros	38
De lo nuestro	39

Edita: Helvetia Seguros

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

Responsable editorial: Enrique Herrera

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

Redacta y Diseña: Euromedia Comunicación

Fotografía: Euromedia Comunicación y Helvetia Seguros

Imprime: Escandón

Depósito legal: SE-2043-05

Helvetia Seguros

Paseo de Cristóbal Colón, 26.

41001 Sevilla

Tlf. 954 593 200

www.helvetia.es



José María Paagman
Consejero Delegado
de Helvetia Seguros

Queridos lectores de "En buena compañía":

Indudablemente, las noticias que, a diario, nos llegan desde los medios de comunicación nos dicen que atravesamos momentos complicados desde el punto de vista económico. Son momentos en los que las empresas deben enfrentarse a un ejercicio sincero de autoanálisis, a fin de precisar si su estrategia empresarial está siendo la adecuada para el contexto en el que desarrollan su actividad.

El Grupo Helvetia es una compañía con 150 años de historia. Una compañía que siempre ha basado su fortaleza en una forma profesional de vender seguros, en la transparencia de su gestión, en la prestación de un servicio de calidad y, en definitiva, en una política empresarial que, lejos de asumir riesgos dudosos o de operar a impulsos del mercado, ha avanzado a lo largo del tiempo con paso firme y con objetivos claros. Así, con esta política de crecimiento sostenido, hemos logrado desarrollar nuestro proyecto con éxito a lo largo de siglo y medio, siendo hoy en día uno de los grupos aseguradores más veteranos y, a la vez, más dinámicos de Europa.

Precisamente este año, como todos sabéis, estamos llevando a cabo diversos actos de celebración de nuestro 150 aniversario. Así, durante los pasados días 21 y 22 de agosto, en nuestra sede central de St. Gallen (Suiza), todos los directivos y mandos del grupo tuvimos un encuentro en el que se refrendaron los grandes principios que han hecho de Helvetia un grupo sólido y fuerte. Un grupo que, como explicó nuestro director general, Stefan Loacker, "es más que la suma de sus países".

Partiendo de esta situación de fortaleza y de solvencia, Helvetia Seguros quiere seguir profundizando en los valores de la compañía, implicando cada vez más a los mediadores de la misma, porque, a fin de cuentas, ellos son un "músculo" importante de la entidad, el músculo que le permite seguir avanzando por ese camino tan sinuoso de la competencia. Y ese músculo debe ser cuidado y ejercitado, con tratamientos que le permitan ganar en potencia. Tratamientos como el Club Helvetia, la importante novedad que presentamos en el reportaje central de este número, que supone un instrumento con el que se pretende motivar a toda la red de agentes, significando y premiando de forma especial a aquéllos que más se implican y se identifican con nuestra empresa.

Igualmente, queremos seguir abriéndonos a la sociedad, haciéndola partícipe de nuestra aportación a través de acciones que evidencian nuestro compromiso con el entorno que nos rodea. Es una labor que renovamos de forma permanente, atendiendo los requerimientos y necesidades de los colectivos y entidades que lo demandan a través de la actividad de patrocinio. Como leeréis en estas páginas, hemos renovado varios patrocinios deportivos de gran calado a nivel nacional, como el de la Real Federación Española de Balonmano, cuya selección absoluta ha obtenido la medalla de bronce en Pekín, o como los de Écija Balompié, Lobelle Fútbol Sala, Helvetia Anaitasuna o Helvetia Rugby. Todos estos equipos y muchos otros pueden seguir adelante en su actividad gracias al apoyo que les brindamos, que nos reporta, a su vez, satisfacciones en forma de notoriedad y de vinculación de sus seguidores con la marca Helvetia.

Para finalizar, en estos momentos de incertidumbre a nivel económico general, quiero lanzar un mensaje de tranquilidad y de ánimo a todos los que forman parte de la red comercial de Helvetia Seguros. Somos una compañía solvente y fuerte y sabemos cómo dirigir el rumbo de este gran barco. No hay que olvidar que esta nave tiene ya siglo y medio de vida y su casco se mantiene tan reluciente como el primer día.

Un fuerte abrazo.

José María Paagman

Noticias



4

Reunión del grupo en Sevilla

La sede social de Helvetia Seguros en Sevilla ha sido el punto de encuentro elegido este año para celebrar las reuniones anuales del Consejo de Administración y del Comité de Dirección del Grupo Helvetia, que tuvieron lugar los pasados días 2 y 3 de julio en la capital hispalense.

Como ya es tradición en el grupo, cada año se escoge uno de los países en que Helvetia está implantada para acoger las reuniones del Comité de Dirección y del Consejo de Administración y, en esta ocasión, ese honor ha recaído en España.

La elección de nuestro país supone un reconocimiento a la trayectoria y resultados que Helvetia ha obtenido en el mismo durante los últimos ejercicios. Por otra parte, hay que recordar que éste es un año muy especial para el grupo, ya que celebra el 150 aniversario de su fundación, y qué mejor marco para recordarlo que a orillas del Guadalquivir, junto a la Torre del Oro y la Maestranza, precisamente donde se encuentra la sede social de la compañía en España.

Durante las jornadas de encuentro, el Consejo de Administración,

presidido por Erich Walser, y el Comité de Dirección, liderado por Stefan Loacker, mantuvieron una reunión conjunta con el Comité de Dirección de Helvetia España, en la que los directivos del grupo resaltaron la decidida y exitosa apuesta que realizó hace años por el mercado español.

Como no podía ser de otra manera, al finalizar las reuniones los participantes no dejaron escapar la oportunidad de perderse por las calles de la ciudad, y de disfrutar con su gastronomía y sus tradiciones.

En Helvetia Seguros confiamos en que la elección de nuestro país para este tipo de eventos supondrá un nuevo impulso para continuar afrontando los grandes retos que se nos presenten, y avanzando en la consecución de los objetivos estratégicos que Helvetia Seguros tiene marcados para los próximos años.

Sevilla será nuevamente, a finales de año, el lugar elegido para la celebración de la Convención Anual de Directores de Helvetia Seguros, donde se conmemorará el 150 Aniversario de la fundación del grupo.

actividad de la empresa

150 aniversario del Grupo Helvetia: Tenemos mucho que celebrar

El año 1858 se marca en el calendario del Grupo Helvetia como fecha de su fundación en Suiza. El presente 2008 celebramos, por tanto, nada menos que los 150 años de trayectoria de nuestra compañía, un viaje lleno de éxitos y superaciones que no ha hecho más que empezar.

Para celebrarlo como merece la ocasión, los directivos y mandos de todas las unidades del grupo se han dado cita, los pasados días 21 y 22 de agosto, en la ciudad de St. Gallen (Suiza), sede central del Grupo Helvetia. El evento contó con la presencia del Comité de Dirección y el Consejo de Administración del grupo, que compartieron con los asistentes unas jornadas orientadas a fortalecer los valores de la marca y el trabajo en equipo, lo que, en palabras del director general, Stefan Loacker, significa que "Helvetia es más que la suma de sus países".

Para profundizar en los valores corporativos, actuaron como ponentes un piloto de las fuerzas armadas suizas y un tripulante del Alinghi, embarcación ganadora de la última Copa América, quienes, retomando la idea de nuestro director general, atribuyeron sus éxitos a la labor conjunta de todos los componentes del equipo.

La primera jornada finalizó con una cena de gala, amenizada con actuaciones en directo, en la que tuvieron emotivas intervenciones el presidente y el director general del grupo. Como broche de oro final, los participantes disfrutaron durante el segundo y último día de celebraciones con una excursión típica, en la que pudieron apreciar las bondades paisajísticas que Suiza ofrece a sus visitantes.



noticias



Inauguramos nueva sede en Navarra

El nuevo edificio "Helvetia" albergará la Dirección de Sistemas de Información y el Centro de Servicio de la Zona Norte.

Desde el pasado 28 de julio Pamplona cuenta con una nueva sede de Helvetia Seguros, un edificio moderno y funcional, cuyas insta-

laciones cumplen con los más avanzados estándares tecnológicos y ergonómicos. Además, para asegurar la calidad de sus puestos de trabajo, el edificio no sólo cuenta con iluminación natural en todas sus estancias, sino que dispone también de un renovado mobiliario.

El traslado se realizó desde la antigua sede en la Avenida de San Ignacio de la capital navarra hasta un nuevo edificio situado en el Área Empresarial de Mutilva Baja -denominado Helvetia- que de ahora en adelante acogerá a la Dirección de Sistemas de la Información, así como al Centro de Servicio de la Zona Norte.

Por su parte, la Sucursal Pamplona San Ignacio permanece en la misma ubicación (Avenida de San Ignacio 7) contando desde el pasado 1 de agosto con Alberto Vera como nuevo director. Con este nombramiento se ha cubierto la vacante dejada por Carlos Eslava tras su designación como director de la Zona Norte.

Con estas iniciativas, Helvetia Seguros refuerza, una vez más, su apuesta por el mercado de Navarra, uno de los objetivos estratégicos de la compañía



actividad de la empresa

El III Concurso de Sugerencias ya tiene ganador

La tercera edición del Concurso de Sugerencias organizado por nuestra compañía ya tiene nuevo ganador: se trata de Antonio López, compañero del Departamento de Autos que, gracias a su innovadora propuesta, ha resultado premiado con un DVD grabador/reproductor.

Su propuesta consiste en contactar con los corredores que están vendiendo pólizas a través de un multitarificador de Autos al que Helvetia Seguros se incorporó en noviembre de 2007, para intentar que vendan otros productos de la compañía y viceversa (incorporar a aquellos corredores que trabajan en la actualidad con nosotros y no están vendiendo a través de dicho tarificador).

Durante esta edición se recibieron 33 sugerencias, de las cuales 7 fueron aceptadas, habiéndose informado ya a los participantes, así como a los encargados de su análisis y posterior puesta en marcha.

Desde aquí os recordamos que el pasado 30 de septiembre finalizó el plazo para la recepción de las sugerencias del IV Concurso relativo a la nueva aplicación de siniestros que se va a comenzar a desarrollar próximamente, en concreto sobre "¿Cómo prestar el mejor servicio durante la tramitación del siniestro e incrementar la productividad de dicha gestión?".



Próximamente informaremos sobre el ganador de la IV edición, que será obsequiado, a su elección, con una consola Wii de Nintendo o una cámara digital de similar importe.

Nueva Website de Agentes

El proyecto "Website de Agentes" se encuadra dentro de las distintas acciones que nuestra entidad está llevando a cabo para dotar a los agentes de herramientas atractivas y útiles que les faciliten su gestión comercial.

En esta ocasión, el proyecto consiste en una Website personalizada, aunque respetando las normativas de diseño del grupo, que se pone a disposición de los agentes de Helvetia Seguros para que éstos ofrezcan sus servicios, reforzando de esta forma la identidad corporativa y la imagen unificada de nuestra compañía.



La Website contará con espacios susceptibles de ser personalizados, como entre otros, los datos de contacto, el mensaje de presentación, el mapa de ubicación de la agencia o el enlace con otra Website del propio agente. Por otra parte, cada vez que un usuario de Internet entre en la Website personalizada y consulte los distintos apartados, el agente recibirá en su correo electrónico información sobre dichas consultas o peticiones.

Desde el pasado 1 de junio, fecha en la que se puso en marcha esta iniciativa, se han dado de alta 150 agentes interesados en la creación de su propia Website personalizada.

noticias

Lanzamiento de nuestra "Campaña de Ahorro 2008"

En los tiempos que vivimos, la seguridad es un valor en alza, por lo que Helvetia Seguros ha basado su nueva Campaña de Ahorro (del 1 de octubre al 31 de diciembre del presente año) en el concepto de que "es un buen momento para hacer la reserva" de los ahorros destinados a algo tan importante como es la jubilación, con nuestros productos y nuestra experiencia de 150 años.

Pero la campaña también hace referencia a la "reserva" de una cuidada selección de productos que Helvetia Seguros pone al alcance de sus mediadores y de sus mejores clientes, de la mano del maestro de los fogones Martín Berasategui. Se trata, entre otros productos, de lotes numerados en origen de productos ibéricos "Capa Negra de Jabugo", y del vino Neo 2005, considerado como uno de los 25 mejores vinos del mundo según la Guía de Robert Parker.



8

Colaboración con la Asociación de Comerciantes de Gijón



La Unión de Comerciantes Autónomos de Gijón y Carreño ha firmado un convenio de colaboración con Helvetia Seguros, que supone una mejora de las condiciones de los asociados a la hora de contratar nuestros productos de multirriesgo de Hogar y de Comercio.

La firma de este acuerdo tuvo lugar el pasado 21 de mayo en las dependencias del Club de Regatas de Gijón, donde intervinieron Ana Menéndez, como presidenta de la Asociación, y Javier García, como director de Marketing y Comunicación de Helvetia Seguros. Así mismo, contó con la presencia de Jaime Samartino, director de la Sucursal Asturias.

actividad de la empresa

Participación en la Convención Anual de ASOTRAMER



Con ocasión de la Convención anual de ASOTRAMER -la Asociación Provincial de Empresarios de Transportes Discrecionales de Mercancías de Jaén- celebrada el pasado 12 de abril en Bailén, el director de nuestra sucursal jiennense tuvo oportunidad de exponer las características del producto de "Multirriesgo del Transportista" de Helvetia Seguros.

Así mismo, se dispuso de un centro de información donde tanto el agente como el equipo comercial de la Sucursal de Jaén pudieron atender a cuantas personas se acercaron a preguntar sobre nuestros productos.

ASOTRAMER fue fundada en 1977, cuenta con 2.484 vehículos y 953 asociados, integrados por empresas y autónomos dedicados al transporte de mercancías por carretera.

9

Helvetia Seguros apoya al veterano festival flamenco "Potaje de Utrera"

Tras 52 ediciones, el Potaje de Utrera, en Sevilla, se mantiene como el festival flamenco con mayor trayectoria, un evento con gran repercusión local y nacional, especialmente cuando cuenta con figuras como La Inés, Lole Montoya, Alba Molina o Juan de Juan, y cuando la homenajeada es la cantante Isabel Pantoja.

La participación de Helvetia Seguros como copatrocinador del festival viene de la mano de nuestro agente en Utrera, Manuel Peña, Hermano Mayor de la cofradía que la organiza y principal artífice del evento.

Como símbolo de este festival con solera, los asistentes congregados el 27 de junio en el Colegio Salesianos de Utrera recibieron una cuchara de palo con el logo del Potaje y de las entidades colaboradoras grabado en ella, como reconocimiento a su colaboración en la celebración del festival.



noticias

Fieles a la cita de Pamplona

Ya es tradición para Helvetia Seguros tomar parte en la celebración de una de las fiestas nacionales más arraigadas y con mayor repercusión fuera de nuestras fronteras, los Sanfermines.

Como todos los años, nuestros compañeros de la sede de Pamplona disfrutaron de la festividad y aprovecharon la ocasión para promocionar la marca y difundir la gama de productos de la compañía entre los numerosos asistentes, quienes fueron obse-

quiados con abanicos promocionales. Además, en esta ocasión se repartieron globos con el logo de Helvetia Seguros entre los niños, que salpicaron las calles de la ciudad con nuestros colores corporativos.

Igualmente, Helvetia Seguros volvió a ser la patrocinadora exclusiva de la repetición por televisión de todos los encierros a través de la Primera de Televisión Española.



patrocinios

Helvetia Seguros sigue dando suerte a sus patrocinados

La selección española de balonmano volvió a casa con una medalla de bronce al cuello, tras derrotar a Croacia por 35-29 en el duelo por el tercer puesto en las Olimpiadas de Pekín 2008.

Desde Helvetia Seguros queremos expresar nuestras felicitaciones y nuestro orgullo por ser patrocinadores de la brillante selección absoluta masculina y de la Real Federación Española de Balonmano, con quienes mantenemos además un protocolo de colaboración, por el que nuestra compañía se ha convertido en su aseguradora oficial y exclusiva.



La final del Trofeo Helvetia de bolos se sigue con expectación

11

Un numeroso público se congregó el pasado 21 de julio para presenciar la final del Trofeo de bolos Helvetia en la bolera Fernando Astobiza de Sarón (Cantabria), entre el que destacaba la presencia de varios directivos de nuestra empresa, como patrocinadora del evento.

Durante la entrega de premios, el vencedor, Emilio A. Rodríguez, jugador de la Peña Hermanos Borbolla Villa de Noja, recibió la enhorabuena y el trofeo de manos de José García Pérez, Antonio Díaz García y Pedro Arnáiz, así como de Félix Ruiz, de la Agencia Ruiz Barroso.

Helvetia Seguros con el ciclismo

De nuevo, Helvetia Seguros ha sido uno de los patrocinadores de la Volta Ciclista a les Comarques de Castelló, que se disputó entre los pasados 5 y 7 de septiembre. La prueba, organizada como cada año por el agente de Helvetia Seguros José Luis Vallejo, transcurrió por varias localidades de la provincia, y fue todo un éxito, a juzgar por el número de participantes y seguidores.



FORMACIÓN

Sesiones formativas sobre el programa de finiquitos de siniestros personales



El personal de los grupos de siniestros personales de los centros de servicio de Sevilla, Madrid y Pamplona ha tomado parte entre los pasados 16 y 25 de junio en tres sesiones formativas, cada una de cuatro horas de duración e impartidas por los departamentos técnicos, sobre el nuevo programa de finiquitos de siniestros personales.

Estas jornadas han supuesto una mejora en la formación de los trabajadores de Helvetia Seguros y les han servido para conocer las novedades legislativas relacionadas con la fiscalidad del seguro de Vida, así como su aplicación en este nuevo programa.

Más cerca de la herramienta informática B2B

Helvetia Seguros hace que la herramienta informática B2B sea más cercana y asequible en su aplicación. De hecho, entre los pasados días 24 de junio y 3 de julio se han desarrollado cinco sesiones formativas dedicadas al conocimiento y uso de esta herramienta tecnológica, relacionada con el manejo de los tarificadores, la emisión de pólizas de los productos de Autos, Hogar, PAF y Comercios, las autoliquidaciones de recibos y el seguimiento de siniestros.

Esta acción formativa iba dirigida a los administrativos de las sucursales de Helvetia Seguros y en ella participaron 41 administrativos de las distintas zonas comerciales.

El objetivo que se plantea la compañía con estas jornadas es que, antes del 31 de diciembre del año en curso, todos sus mediadores activos conozcan a fondo el manejo de la herramienta B2B. Este objetivo se encuadra dentro de los planes de formación continua que las distintas sucursales tienen establecidos para sus agentes y es, además, una apuesta por las nuevas tecnologías y la innovación empresarial.

Nueva campaña de formación para la venta cruzada

Alrededor de 300 mediadores de distintas sucursales de Helvetia Seguros toman parte en una nueva campaña sobre venta cruzada en la que se forma a los agentes participantes en esta acción estratégica. Para la consecución de este objetivo se están desarrollando 8 sesiones formativas de cinco horas de duración que se centran en la visión integral de las ventajas del trabajo sobre la cartera de clientes, en la reflexión sobre las ventajas competitivas al acceder a los mismos, en un acercamiento comercial impactante, en una clara orientación al cierre de operaciones y en la obtención de información para posteriores contactos comerciales.

Esta iniciativa, para la cual se espera el mismo éxito que el alcanzado en jornadas similares realizadas con anterioridad, se lleva a cabo durante el último cuatrimestre del año. Dichas sesiones tienen como objetivo dar a conocer a los participantes los procesos operativos de la campaña de telemarketing que se iniciará a mediados del presente mes de octubre y formarlos en el aprovechamiento de las oportunidades del sistema de venta cruzada.

Helvetia Seguros refuerza su apuesta por la formación interna

Las cifras del balance de formación impulsada por Helvetia Seguros en 2007 muestran un claro refuerzo del compromiso de la compañía con el desarrollo profesional de empleados y agentes. Prueba de ello y, desde una perspectiva evolutiva respecto al año anterior, es el incremento del 40,20% en el número de trabajadores que han participado en acciones formativas de

Helvetia Seguros y el aumento del 19,81% en la cifra de horas impartidas.

También cabe mencionar que ha subido un 11% el volumen de agentes que han recibido la formación de la compañía, así como un 4% el número de horas dedicadas a este tipo de acciones.

Evolución en la formación de empleados (2007/2006)

Grupos empleados	2007 nº empleados	2006 nº empleados	Δ %	2007 horas	2006 horas	Δ %
Directores de sucursal	109	54	101,85%	1.866	793	135,30%
Asesores comerciales	273	167	63,47%	5.210	3.236	61,00%
Personal centros de servicio	394	262	50,38%	1.806	1.408	28,26%
Idiomas: inglés	34	26	30,77%	2.900	1.144	153,49%
Empleados distintas áreas						
Plan formación continua sector asegurador contrato-programa unespa 2007	no hubo contrato programa 07	68	%		2.836	%
Empleados distintas áreas formación externa	27	20	35,00%	518	248	108,87%
Total	837	597	40,20%	12.300	10.266	19,81%
Media horas / empleado		14,69	16,20			

Evolución en la formación de agentes (2007/2006)

Grupos empleados	2007 nº empleados	2006 nº empleados	Δ %	2007 horas	2006 horas	Δ %
Cursos formación permanente (sucursales)	684	900	-24,00%	2.857	3.320	-13,94%
Cursos formación centralizada (*)	489	71	588,73%	1.956	1.218	60,59%
Formación reuniones agentes (enero)	907	895	1,00%	2.721	2.685	1,00%
Total	2.080	1.859	11,00%	7.534	7.223	4,00%
Media horas / agente		3,62	3,89			

Actualidad del Seguro

Los fraudes a las compañías de seguros ascienden a 200 millones de euros

Los datos aportados por Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (ICEA) muestran que las firmas que invirtieron en investigar presuntos fraudes ahorraron 42 euros en reclamaciones de esta índole por cada euro invertido.

El sector automovilístico es el que ostenta un mayor número de casos analizados en el informe de ICEA, un 78%, por encima de los riesgos en el hogar.

Además, según indica la asociación, el importe reclamado a la veintena de entidades que han participado en esta estadística era de 276 millones de euros, de los que sólo un 28% -77 millones- resultaron procedentes.

Pese a que con iniciativas como la que la asociación ICEA ha llevado a cabo investigando presuntos fraudes puede reducirse el problema de la estafa, éste no deja de estar presente. En el juzgado de Alicante se ha condenado a un hombre a una pena de un año y dos meses de prisión, además de una multa que asciende a 6.611 euros, por estafar a varias compañías de seguros alegando que había perdido la visión de un ojo por la caída en una piscina cuando ya había sufrido antes una lesión similar por la que ya había sido indemnizado.



El 48% de los inmigrantes residentes en España paga una media de 708 euros de seguro



Cuatro millones de inmigrantes —el 48% de los residentes en España— tienen contratado en España algún tipo de seguro. Los de Autos, los de Vida y los de Hogar parecen ser los más populares entre este colectivo. Según el barómetro de Segurcaixa, a partir de los 25 años más de la mitad de inmigrantes extranjeros contrata algún seguro; la contratación es mayor entre los que llevan más tiempo en España y entre los que tienen hijos y la principal fuente de información de los asegurados suelen ser amigos y familiares.

Aquellos que trabajan en comercios tienden a estar más asegurados que el resto (un 61% frente a un 41% perteneciente a los trabajadores del servicio doméstico y un 24% de los del sector de agricultura, pesca y ganadería). El caso es que el gasto medio de este colectivo social en compañías aseguradoras asciende a 708 euros anuales de media, un 4% de sus ingresos anuales.

En cuanto a los ciudadanos inmigrantes no asegurados, éstos destacan como motivos para la no contratación el no considerarlos necesarios (un 38%) o considerar que su precio es elevado (un 29%).

Actualidad del Seguro

El sector asegurador, sólido ante la crisis

La incertidumbre domina los mercados financieros y analistas e inversores dudan de la solvencia de las compañías de seguros. Sin embargo, según un artículo publicado por Standard & Poor's, muchas de las preocupaciones expresadas sobre el sector son infundadas. Las compañías de seguros españolas se resisten a contagiarse de la crisis que afecta a los mercados financieros y actualmente mantienen una posición de fortaleza manteniéndose el pasado año como el sexto mayor mercado de Europa según el informe estadístico del Comité Europeo de Seguros (CEA). Este informe sostiene que, un año más, son Reino Unido, Francia y Alemania los países que encabezan la clasificación europea en volumen de primas; entre los tres suman el 57,7% de la facturación total de 2007 frente al 5,1% del mercado español (incrementando dos décimas respecto al año anterior).



El Gobierno aprueba el nuevo Reglamento del Seguro Obligatorio de Autos

El Gobierno aprobó el 12 de septiembre el nuevo Reglamento del Seguro Obligatorio de Automóviles, en sustitución del que estaba vigente desde el año 2001 y algo más de un año después de las modificaciones introducidas por la Ley de 11 de julio de 2007.

Entre las principales novedades, el Ejecutivo llama la atención sobre la posibilidad de utilizar el remanente que pueda resultar de la indemnización de los daños a las personas hasta su límite para cubrir la indemnización total de los daños materiales. Lo anterior supone que la cobertura del seguro sea "prácticamente ilimitada", afirma el Gobierno. Aclara que la mejora de la cobertura para la indemnización de daños personales que no se utilice tiene un límite de 70 millones de euros, para compensar daños materiales en el caso de que éstos superen los 15 millones.

En definitiva, "los objetivos de esta nueva normativa son mejorar la protección económica de los perjudicados en accidente de circulación, a través del seguro obligatorio, haciendo su cobertura prácticamente ilimitada, y la simplificación en la tramitación de los siniestros y en los aspectos referidos al pago de indemnización".

En vigor desde el 13 de octubre

El Boletín Oficial del Estado (BOE) publicó el 13 de septiembre el Real Decreto 1507/2008 por el que se aprueba el nuevo Reglamento. Entrará en vigor el próximo 13 de octubre, justo un mes después de su publicación oficial.

Principales novedades

El Gobierno detalló el 12 de septiembre que las principales novedades que introduce el nuevo Reglamento son las siguientes:

- Mejora en la definición de los vehículos a motor obligados a suscribir el seguro obligatorio y de responsabilidad civil en circulación: se considera que son todos aquellos que requieran una autorización administrativa para circular. También se mejora la determinación de los accidentes que están cubiertos por este seguro obligatorio, así como las exclusiones, vinculadas a actividades agrícolas, industriales o de servicios en recintos cerrados propios

de dichas actividades y cuyos siniestros quedarían cubiertos por las pólizas de responsabilidad civil de la explotación que suscriban.

- Mayores coberturas. El nuevo Reglamento establece que, cuando concurren daños a las personas (con un límite en la indemnización de 70 millones de euros) y daños en los bienes (con un límite de 15 millones) y la indemnización de los daños materiales supere el límite indemnizatorio, podrá utilizarse el remanente que pudiera resultar de la indemnización de los daños a las personas hasta su límite para cubrir la indemnización total de dichos daños materiales. De esta forma, se logra que el seguro obligatorio de vehículos a motor en España sea un seguro de cobertura prácticamente ilimitada y se supera así la práctica del sistema de aseguramiento doble.

- Agilización en la tramitación de los siniestros y en determinados aspectos referidos al pago de la indemnización. La entidad aseguradora, cuando no pueda realizar una oferta concreta de indemnización a la víctima porque no se hayan podido cuantificar los daños por causas que no le sean imputables, tendrá la obligación de indicar los pagos parciales que vaya efectuando, su compromiso de realizar una oferta motivada de indemnización tan pronto como disponga de la información necesaria y ha de informar al perjudicado cada dos meses sobre la situación de la tramitación del siniestro hasta que éste se cuantifique.

- Actualización y simplificación de la consulta en el Fichero Informativo de Vehículos Asegurados. Este fichero tiene por finalidad, además del control del cumplimiento de la obligación de asegurarse, facilitar a los perjudicados en un accidente de tráfico la información necesaria sobre la entidad aseguradora que cubre la responsabilidad civil de cada uno de los vehículos implicados en un accidente. Se simplifica la consulta al fichero, eliminándose la aportación, que hasta ahora se exigía, de la copia del Documento Nacional de Identidad o de otro documento justificativo de la identidad del ciudadano que consulte el fichero.

*Extracto de la noticia publicada por el BDS el 15 de septiembre de 2008.

Helvetia Seguros, al día

Una compañía dinámica

El dinamismo de Helvetia Seguros, la fortaleza del gran grupo suizo al que pertenece, su calidad y su visión estratégica son noticia. Varios medios de comunicación especializados reflejan el crecimiento de esta compañía, el incremento del 7,4% en su facturación y la reciente visita de la cúpula del grupo suizo a Sevilla

Actualidad Aseguradora
7 de julio de 2008

Aseguranza
Julio 2008

Empresa y Finanzas
13 de junio 2008



Mediario
Junio 2008

Horizonte comercial
Julio 2008

Apoyo al desarrollo empresarial

El apoyo de Helvetia Seguros al desarrollo empresarial y, sobre todo, a los pequeños empresarios que configuran la mayor parte del tejido nacional, se materializa en la reciente firma de un convenio con la Unión de Comerciantes Autónomos de Gijón y Carreño.



La Nueva España
22 de mayo 2008

La Nueva España
21 de junio 2008

Opinión



ABC Infoempleo
22 de junio 2008

Actualidad Aseguradora
9 de junio 2008



José Alberto Calvo, como responsable de Recursos Humanos de Helvetia Seguros, ha sido noticia en ABC Infoempleo. La relevancia del capital humano de la compañía y su solvencia como voz experta para medios especializados es una constante, como indica en este caso la opinión de Manuel Catalina, responsable del Departamento de Particulares No Vida y Reaseguro

17

Patrocinios

El esfuerzo de Helvetia Seguros por el patrocinio deportivo suscita el interés de la prensa generalista y especializada. Prueba de ello son los impactos que muestran cómo los medios de comunicación han reflejado la reorientación de esta estrategia de apoyo a las disciplinas deportivas. Esto incluye la decisión de la compañía de no renovar su patrocinio como aseguradora oficial de la Federación Española de Baloncesto. También alude al IV Trofeo de Golf de Helvetia Seguros celebrado en Gorráiz (Navarra).

Diario de Navarra
12 de septiembre 2008



Diario de Noticias
12 de septiembre 2008



Aseguradores
Agosto 2008



Mercado previsor
Julio 2008



Seguros
Junio 2008

ENTREVISTA



ROCÍO CERECEDA FERNÁNDEZ-ARAMBURU
RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE
CONTROL DE REDES



ANTONIO DÍAZ GARCÍA
DIRECTOR DE ZONA NOROESTE

“Con un buen trabajo en equipo logramos la satisfacción del asegurado”

“Mantengo las bases aprendidas del trabajo en equipo y la constancia”

El esfuerzo común es un valor que aprecian estos profesionales, que ocupan cargos de responsabilidad en Helvetia Seguros, en la Zona Noroeste y en el Departamento de Control de Redes.

Ambos ocupan cargos de responsabilidad, al frente del Departamento de Control de Redes y de la Dirección de Zona Noroeste. ¿Qué les satisface de su cometido?

R.C.: En este departamento confluyen muchos departamentos dentro de la empresa, comerciales, tramitadores, peritos, abogados, médicos, reparadores, etc., lo que conlleva que con un buen trabajo en equipo logremos la satisfacción del asegurado, lo que significa la culminación del gran trabajo realizado por los comerciales y la fidelización del cliente, dando a su vez una buena imagen de la compañía.

A.D.: Dentro de la diversidad de aspectos a reseñar, el principal sería la relación personal en el equipo de trabajo que conformamos la Zona Noroeste, contemplando a personal de la entidad y mediadores. Por otro lado destacaría la planificación y estrategias para la consecución de los objetivos y retos de la compañía y la actualización diaria de nuevos conocimientos del desarrollo del mercado asegurador, tanto en aspectos comerciales como técnicos.

¿De qué modo han ido creciendo profesionalmente y ampliando sus competencias en la compañía?

R.C.: He tenido la gran suerte de haber pertenecido a distintos departamentos, y desarrollar trabajos muy diversos desde mi incorporación a la empresa, con lo que he ejercido mi trabajo con muchos compañeros, que me han ayudado y enseñado muchísimo en estos años, trabajando evidentemente dentro de la misma empresa y con los mismos objetivos, pero desde distintas perspectivas, lo cual me ha dado una visión y un conocimiento muy amplio de la empresa.

A.D.: En 1990, como inspector comercial, teniendo en cuenta mi nulo conocimiento en el sector, necesité la inestimable formación teórico-práctica de la compañía y de los compañeros que conformaban la sucursal de División Sevilla-Sur y apoyado por el consejo que me dieron de la autoformación. En el ámbito técnico, siendo responsable de los distintos ramos de Patrimoniales, necesité la experiencia de grandes profesionales que conformaban el área técnica, manteniendo la inquietud de aprender y el contacto constante y directo con el área comercial, con la formación en sucursales y con visitas de inspección y/o ventas directas con clientes. Desde 2006 mantengo las bases aprendidas del trabajo en equipo, la inquietud de aprender y, sobre todo, la constancia en el trabajo.

RADIOGRAFÍA PERSONAL

Rocío Cereceda Fernández-Aramburu

Una canción inolvidable: "No dudaría", de Antonio Flores.

Un reto profesional: Mejorar cada día.

Un juego de niños: Todo aquel que implique la relación entre ellos.

Un libro sorprendente: "Un burka por amor".

Un sabio consejo: Escuchar a la experiencia.

Un apoyo en mi carrera: Los compañeros.

Un condimento apetecible: La sal (como condimento y como alegría).

Un sabor de la infancia: Mis primos.

Mi mejor momento en Helvetia Seguros: Muchos con los compañeros

Un sueño por cumplir: Dar la vuelta al mundo

Antonio Díaz García

Una canción inolvidable: Por lo inolvidable de las mismas y sus diferentes estilos: "The Wall" de Pink Floyd y La Salve Rociera.

Un reto profesional: La satisfacción del trabajo en equipo

Un juego de niños: La lima

Un libro sorprendente: 'Tradiciones y leyendas sevillanas' de José María de Mena

Un sabio consejo: Escucha, atiende y aprende, pero sé fiel a tus convicciones.

Un apoyo en mi carrera: Compañeros de la entidad actuales y jubilados, y mi familia.

Un condimento apetecible: El buen pimentón.

Un sabor de la infancia: La cuajada natural de leche de cabra.

Mi mejor momento en Helvetia Seguros: En el ámbito comercial, el nombramiento y posterior evolución positiva de un mediador en San Juan del Puerto (Huelva); en el área técnica, la creación, desarrollo y puesta en marcha del producto "Previsur Industria".

Un sueño por cumplir: Aprender a montar bien a caballo y tener uno propio con tiempo para disfrutarlo.

En su trayectoria han ocupado diversos puestos en la compañía. Desde su experiencia, ¿qué debe tener presente siempre un buen profesional para optimizar su labor?

R.C.: Creo que es fundamental el trabajo en equipo, teniendo claros los objetivos a alcanzar y con los ojos y los oídos muy abiertos de cara a conseguir mejorar cualquier aspecto relacionado con nuestra labor.

A.D.: Capacidad de análisis, sistemática de trabajo, formación adecuada, planificación, capacidad de adaptación a lo nuevo y, por supuesto, formar parte de un equipo de trabajo en el cual todos se encuentren involucrados.

¿Cuáles son los aspectos que más valoran del trabajo en equipo en Helvetia Seguros?

R.C.: Como ya he comentado antes, considero que el trabajo en equipo es fundamental. La empresa en sí misma es un equipo que trabaja en la consecución de un objetivo.

A.D.: En el conjunto de nuestra labor, desde el inicio del proceso de la captación del cliente, asesoramiento, productos adecuados a las necesidades del mismo, venta, cercanía de la entidad a mediadores y clientes, servicios postventa adecuados y todo ello acompañado de las distintas áreas de gestión sin las cuales todo el proceso de venta-servicio no se podría dar (formación, administración, informática, etc), conforman un trabajo en equipo en general. Si no funcionase no sería posible la buena marcha de la compañía y todos estos aspectos hacen que celebremos este año nuestro 150 aniversario, lo cual me da a entender que el equipo funciona. El conjunto de todos estos aspectos en el día a día de nuestra labor hace que nuestra entidad se potencie y mire con expectativas positivas al futuro.

ENTREVISTA

Con un cargo de responsabilidad como el suyo, ¿hasta qué punto es posible una adecuada conciliación de la vida familiar y laboral?

R.C.: En mi caso al estar soltera y no tener hijos no tengo un gran problema. Creo que es muy importante dejar el trabajo dentro de las puertas de la empresa y aprovechar al máximo el tiempo libre, sobre todo a dedicar la mayor atención a los hijos y a disfrutar de ellos.

A.D.: Debido a la labor que desarrollo, que conlleva estar con bastante asiduidad de viaje, la conciliación se hace a veces complicada, sin embargo debo reseñar el inestimable apoyo y ayuda de mi mujer y, por mi parte, dedicar cada momento libre en su mayoría a la familia. La conciliación no es todo lo adecuada quizás que debiera, por lo que tengo un aspecto más sobre el que trabajar para mejorar.

En su opinión, ¿cuáles son las fortalezas que han contribuido al posicionamiento de la compañía en el sector?

R.C.: El equipo humano, tanto administrativo como la amplia y extensa red de mediadores profesionales en todo el territorio nacional.

A.D.: Un buen equilibrio técnico-comercial en la captación de negocio, una política de gestión que en el tiempo ofrece confianza a los clientes, un buen nivel de servicio y un alto grado de profesionalidad del personal que conforma la entidad.

¿Cuáles son los valores que distinguen a Helvetia Seguros de sus competidores?

R.C.: La cercanía al cliente y mediador siempre ha sido uno de los valores principales de la compañía. Estamos en el sector de servicio y esa cercanía al cliente nos ayuda en todo momento a escuchar y mejorar dicho servicio y que a su vez el cliente se encuentre más respaldado por la compañía.

A.D.: Las características positivas ya mencionadas. Destaco además como valor principal diferenciador el apoyo, servicio y cercanía que como fórmula de trabajo tiene la entidad respecto a la red de mediadores, en su labor de gestión comercial, tanto desde las sucursales como de los distintos departamentos.

20

¿En qué aspectos ha mejorado la compañía en la última década?

R.C.: Indudablemente en la última década el cambio en la compañía ha sido espectacular. Hemos pasado de ser tres compañías con un mercado muy localizado, en la zona norte, zona centro y zona sur, a una compañía internacional muy consolidada en todo el territorio nacional, pero a su vez, hemos conseguido mantener el valor básico de la compañía local, la cercanía al mediador y al cliente.

A.D.: Como aspectos principales destacaría el conocimiento de marca a nivel nacional, en los servicios informáticos tanto a nivel interno de gestión como a nivel de administración, gestión y apoyo comercial a mediadores, en la tramitación y servicio en siniestros tanto a mediadores como a clientes, en procesos y en presencia en el mercado asegurador.

¿Cuáles son los retos que debe afrontar Helvetia Seguros en un mercado asegurador globalizado y cada vez más competitivo?

R.C.: Mantener los valores de la compañía mirando siempre por mantener y mejorar la calidad del servicio.

A.D.: En el ámbito asegurador, cada vez nos encontramos con entidades que por distintos motivos han formado grandes grupos aseguradores, con entidades especializadas, con canales muy diversos de venta y todo ello con un muy alto grado de competitividad, tanto desde el punto de vista de agresividad comercial, nivel de productos muy completos, y nuevas tecnologías. Por todo ello entiendo que no debemos perder nuestros valores de cercanía y servicio, pero tenemos que mantenernos en el primer nivel de actualización en productos, servicios tecnológicos a los mediadores y clientes, procesos de gestión, formación actualizada y agresividad comercial, sin olvidar el equilibrio necesario.

¿De qué modo han contribuido las nuevas tecnologías a la mejora de su quehacer profesional y de la organización en la compañía?

R.C.: Las nuevas tecnologías son básicas en la mejora de la gestión, en la rapidez en el servicio y en la resolución de problemas, así como es básica y fundamental la información que nos ofrecen para mejorar nuestra gestión.

A.D.: Sin ellas parece improbable gestionar la compañía, por lo que como mejoras tendríamos que hablar de los procesos que se contemplan en nuestra entidad, desde el desarrollo y actualización constante del B2B en la gestión de mediadores, facilidad de cotizaciones y proyectos en apoyo a la venta (aún cuando desde mi punto de vista esto ha hecho empeorar en cierto grado la formación técnica), rapidez y mejor calidad de gestión en siniestros, mejor capacidad de gestión y control, etc.



La crisis económica y el seguro

¿Cuáles son las amenazas y oportunidades que plantea la crisis económica al sector asegurador?

R.C.: Nada es una amenaza ni una oportunidad en sí misma. Lo que tenemos que hacer es transformar las amenazas que presenta el mercado en cada época y convertirlas en oportunidades.

A.D.: No soy ni mucho menos un experto económico, pero creo que esta situación de crisis e incertidumbre, con cierre de empresas, expedientes de regulación de empleo, reestructuraciones empresariales, afectando sobre todo al sector inmobiliario, conlleva una ralentización en el crecimiento en general, destacando el ramo de automóvil (no sólo por la crisis), seguros de ingeniería y empresas, y seguros de ahorro familiar. Pero a su vez existe potencial de aseguramiento en inversores que ahora buscarán menos riesgo en su inversión en productos financieros con rentabilidad asegurada y reseñaría que debido a nuestra estructura de empresa entiendo que estamos en situación de afrontarla con expectativas positivas, así creo que estos momentos pueden ser favorables para el desarrollo de seguros de ahorro y del entorno familiar (Hogar, Paf, Vida Riesgo, enfermedad, PIAS, PPAs, etc).

¿De qué modo repercutirá la recesión económica en las primas?

R.C.: No cabe duda que la recesión económica va a afectar a las primas, tanto al mantenimiento de la cartera como a la producción, ya que va a suponer una contención del gasto, tanto de particulares como de empresas, lo que conlleva un menor movimiento de capitales en el mercado tanto nacional como internacional.

A.D.: Ya está afectando de acuerdo con los datos hasta ahora publicados del primer semestre del 2008 del sector, determinan un crecimiento inferior al mismo periodo del año anterior. Mes a mes se denota una mayor dificultad en las gestiones de cobro, un aumento en las devoluciones, no por insatisfacción del cliente o cambio de entidad, que también existe por supuesto, sino por cierre del negocio o empresa o imposibilidad de pago. Otros aspecto es que en momentos de recesión en el ámbito empresarial una de las premisas es el reajuste de costes y de los primeros que se analizan en muchos casos es el "gasto en seguros", lo cual conlleva a peticiones de ofertas en clientes que habitualmente no lo hacían y reajuste de primas en base a capitales, facturaciones, limitando coberturas, etc, al final reducción de primas. Y por último a nivel de seguros particulares traslado lo referenciado por un mediador de nuestra entidad: "hemos pasado de decirnos el cliente, necesito que me hagas el seguro de, a dame precio del seguro de..."

¿Con qué 'armas' debe afrontar Helvetia Seguros esta situación económica y la contención del gasto público y privado?

R.C.: En un momento de recesión económica como el que estamos viviendo debemos todos aunar esfuerzos con el fin de dar nuestro mayor apoyo a nuestra red comercial, desde el punto de vista de mantenimiento y consolidación de nuestra cartera, con un servicio rápido y de calidad, y desde el punto de vista de la producción, dándole nuestro mayor apoyo de rapidez y respuesta a nuestros mediadores.

A.D.: Para enfrentarnos a esta situación debemos tener el grado de motivación en su punto más álgido, de nada nos sirve escudarnos en la incertidumbre económica. Por otro lado y como moraleja podemos decir: "En tiempo de crisis sólo la imaginación es tan o más importante que el propio conocimiento". Habría otros muchos aspectos individuales a relacionar, pero como resumen pienso que debemos de mantener nuestro buen nivel de servicio y optimizar los recursos y procesos de los que disponemos.

REPORTAJE

22

Club Helvetia, un espacio de excelencia para los mejores agentes

Nace el Club Helvetia, un espacio dinámico y de prestigio que reconocerá a los mejores agentes de Helvetia Seguros

Club Helvetia

Distinción, superación y proximidad son algunos de los valores que engloba el Club Helvetia, un auténtico espacio de excelencia para los mejores agentes de la compañía.

Concebido como una herramienta indispensable de acercamiento, este espacio de prestigio está integrado por los agentes más destacados dentro de la entidad.

El Club Helvetia quiere proporcionar la oportunidad de fortalecer los valores profesionales, de reconocer las gestiones realizadas por los profesionales de la

compañía y, en definitiva, está concebido para distinguir a los mejores.

Pero, ¿en qué consiste el Club Helvetia? En esencia, el Club es un programa de fidelización de la compañía, un ente dinámico que servirá como instrumento de gran valor para reconocer los méritos de los agentes y fomentar su participación.

Es sinónimo de prestigio y se concreta en una iniciativa de altura para profesionales de máximo nivel, que propiciará el enriquecimiento de las relaciones humanas entre los mejores agentes de Helvetia Seguros.

La creación de este Club persigue como objetivo la puesta en práctica de criterios de identificación, mención especial, preferencia y diferenciación para un colectivo de agentes escogidos de la compañía, que se caracterizan por su especial dedicación a la entidad, su alta calidad profesional, su capacidad para afrontar las tareas que desempeñan y su cuidado por el trabajo bien hecho. En concreto, se trata de reconocer y mostrar los méritos profesionales presentes o futuros de sus miembros, además de establecer unos sistemas que permitan otorgar distinciones y premiar el trabajo efectivo y la dedicación activa.

Una tarjeta para los mejores

Existe el proyecto de que los miembros del Club Helvetia dispongan de una tarjeta de identidad con su nombre, además de un diploma acreditativo y la insignia de miembro del Club..

Los mejores agentes de la compañía disfrutarán así las ventajas de la Tarjeta Affinity, por pertenecer al Club Helvetia.

Se trata de una tarjeta que será gratuita para los miembros del Club Helvetia, que no tendrán que abonar cuotas de emisión, renovación o mantenimiento.

Un Club de ventajas

El Club Helvetia está repleto de ventajas para sus socios, quienes encontrarán en cada número de esta revista una sección dedicada a promocionar tanto sus actividades generales como las iniciativas de sus miembros.

Entre los beneficios inherentes al Club Helvetia figura el Club de Compras, con oportunidades muy ventajosas para cada uno de sus miembros, con precios ajustados a sus necesidades y promociones especiales exclusivamente para ellos.

Este Club de Compras incluirá tres líneas de productos, relacionados con viajes, electrodomésticos y alimentación gourmet.

Entre otros derechos, los integrantes del Club acreditados podrán participar en acciones formativas ideadas expresamente para ellos, así como participar en concursos, promociones y campañas comerciales concebidas por la Dirección de Helvetia Seguros y dirigidas expresamente a los agentes del Club.

Además tendrán a su disposición un servicio de asesoramiento para el diseño de artículos publicitarios propios desde el Departamento de Comunicación y Publicidad de Helvetia Seguros y podrán beneficiarse de los costes reducidos de estos espacios.

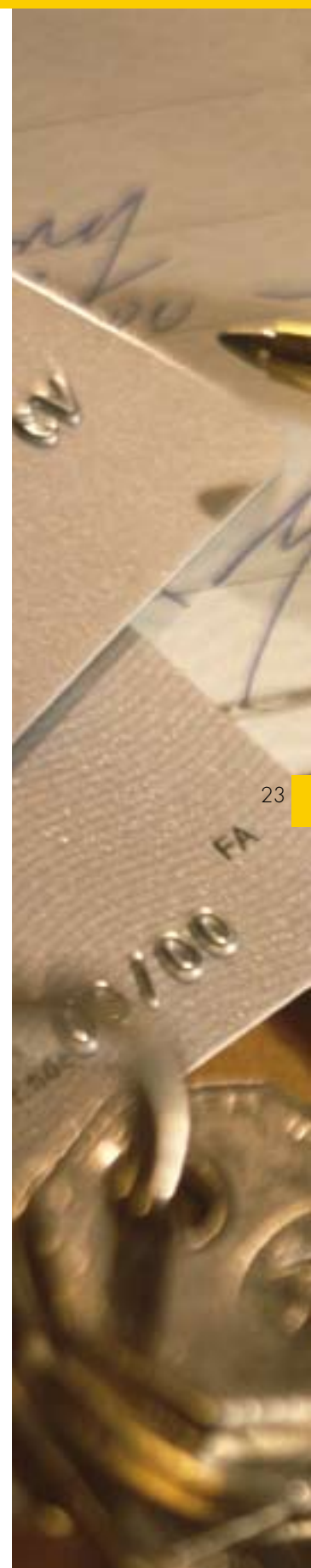
Asimismo podrán participar en el buzón de iniciativas para patrocinar actividades culturales, deportivas o de beneficio social dentro de su ámbito local de actuación.

También recibirán una agenda corporativa anual de Helvetia Seguros.

Por otra parte, figurarán en la memoria anual del Club Helvetia donde se recogerán aquellos hechos más relevantes de la actividad del Club de cada ejercicio.

Por otro lado, recibirán ayudas para la realización de campañas de marketing de agencias y tendrán prioridad en el patrocinio de eventos locales, siempre que existan las condiciones idóneas para su puesta en marcha y sean interesantes tanto para el agente como para la entidad.

Tendrán asimismo la posibilidad de poseer una website corporativa, dentro del contexto de los estándares de la compañía y vinculada a la web de Helvetia Seguros, y una suscripción gratuita a publicaciones especializadas del sector



REPORTAJE

Un voto de confianza

El Club Helvetia es una herramienta de fidelización, que apela a una lealtad que se gana día tras día. Helvetia Seguros entiende esta fidelidad como un proceso continuo, complementario al servicio que se presta y, en definitiva, un camino que conduce a la rentabilidad.

La fidelidad va asociada a la calidad y también a la motivación en este Club que destaca a los mejores y que aporta reconocimiento, un nutrido elenco de ventajas y el máximo prestigio para los mejores de todas las áreas de la compañía.

Se ofrece de este modo un voto extra de confianza a los profesionales más reconocidos de Helvetia Seguros, siguiendo la visión estratégica de la entidad, en la que ocupa un lugar preferente la motivación del personal, como principal motor del grupo, materializado en incentivos a la dedicación mediante la remuneración, la participación, la comunicación interna y la formación.

Un Club dinámico

El dinamismo será una de las notas distintivas del Club Helvetia. El primer encuentro que se celebrará en Sevilla es una buena muestra de este carácter activo asociado a la esencia de esta herramienta de distinción para los agentes más participativos de la compañía.

De hecho, esta iniciativa –en la que se hará especial mención a quienes sean merecedores de algún reconocimiento expreso– favorecerá las relaciones humanas entre los miembros del Club y facilitará que se conozcan mejor, que compartan experiencias e inquietudes, estableciendo una red viva que estimule la participación de los profesionales de la entidad.

En definitiva, un Club próximo, que aporta distinción a los agentes de Helvetia Seguros, un espacio de excelencia para los agentes más meritorios, para ser la mejor compañía.

¿Quiénes formarán parte del Club?

Los mejores agentes de Helvetia Seguros integrarán este club, con un comité directivo presidido por el director de Ventas de la compañía, José García Pérez, y coordinado por Manuel J. Cepero Busatori, responsable de Desarrollo de Ventas. Los asesores serán Maribel Sánchez Franco, José Manuel Barba Pineda, Antonio Díaz García, Javier Sánchez-Barriga Peche, Rafael Jiménez Milán y Miguel Ángel González Domingo.

Cada año, el comité publicará los requisitos necesarios para acceder a este programa de fidelización o para renovar la condición de socio, en función de las distintas categorías: Club Platino (que incluye al Top 100 de los mejores agentes de la entidad), Club Oro (que incluye al Top 200) y Club Plata (que incluye al Top 700).

En la primera segmentación se han tenido en cuenta aspectos tan diferentes como incremento de facturación, siniestralidad, antigüedad de contrato, nivel de recibos pendientes, productividad, etc, en definitiva, considerar una serie de múltiples aspectos que permitan diferenciar a este colectivo caracterizado por la alta calidad en su gestión.

Al margen de estas categorías, el comité decidirá si determinadas acciones del programa pueden disfrutarla los 'amigos del Club Helvetia', un colectivo afín a la compañía.

Cabe mencionar además que el Club Helvetia dispone de un comité ejecutivo integrado por Marta Aldaz Gárriz, Francisco Astola Gutiérrez, Manuel Cepero Busatori, María Antonia Ferrezuelo Jiménez, José María Gutiérrez Vargas, Enrique Herrera Calvo, Carlos Piñero Porro, Javier Prado Moreno e Iosune Rodríguez Andueza.

RUMBO SEGURO

Sensaciones y emociones por las Rías Baixas

Una de las imágenes más características de las costas de Galicia son los perfiles dibujados por sus rías: brazos de mar que se adentran en la tierra creando un litoral irregular y caprichoso. Cada una de estas rías atesora en su interior una innumerable variedad de paisajes en los que el mar se funde con los bosques y las montañas, y crea pequeños universos llenos de vida. En este caso, proponemos un paseo por las sensaciones y emociones que despiertan en el viajero las denominadas Rías Baixas, las rías de Vigo, Pontevedra, Arousa y Muros-Noia, que desde la frontera portuguesa hasta el Cabo Fisterra conforman la costa meridional gallega. En su litoral recortado, los tramos de costa rocosa y brava se encadenan con amplias playas de arena blanca a las que se puede acceder tanto desde tierra como desde mar, aprovechando sus numerosos puertos.

Una de las joyas que esconden estas costas son las Islas Cíes o, como las llamaron los romanos en su época, las "Islas de los Dioses", frente a la Ría de Vigo. Allí, podemos visitar la Playa de Rodas, recientemente declarada la mejor playa del mundo por el diario británico *The Guardian*: un paraíso de aguas cristalinas y arenas blancas frente al océano abierto. La visita a las islas está limitada a un número concreto de viajeros al día, ya que se trata de un espacio muy protegido, que no sólo destaca por su interés natural, sino que además, sirve de barrera de protección de la ría ante las tormentas y los temporales atlánticos, propiciando de esta manera la multiplicación de las especies marinas.

La climatología en esta parte de Galicia es una de las más benignas de la zona, con temperaturas suaves durante gran parte del año y precipitaciones a lo largo del otoño y el invierno. Pero la presencia de la lluvia otoñal en las Rías Baixas no supone un impedimento para el viajero que disfruta contemplando los colores brillantes de sus bosques y el efecto del gris del cielo reflejado en el océano. Además, en caso de que la lluvia persista, siempre podemos refugiarnos en alguna de las muchas tabernas y restaurantes que salpican la costa y dedicar unas horas a disfrutar de



la gastronomía marinera, con platos tan sugerentes como el arroz con bogavante, la merluza con "allada" (una salsa a base de pimentón y ajo), o el imprescindible pulpo "a feira" regado con un buen albariño. Y es que a la riqueza y variedad de sus paisajes, hay que unir la extensa gama de productos del mar y de la tierra que las Rías Baixas ofrecen al viajero: mariscos, pescados, carnes y vinos que hacen las delicias de quien se deja seducir por semejante oferta gastronómica, y que se pueden degustar en las principales ciudades, como Vigo o Pontevedra, o en los pueblos marineros más escondidos.

Los amantes del arte y la historia también encuentran en estas costas numerosos lugares de interés en los que detenerse a contemplar las huellas de antiguas civilizaciones, como la celta, iglesias románicas, góticas o barrocas, pazos y magníficos museos. Por otra parte, ésta es una tierra repleta de costumbres ancestrales, en la que las fiestas y romerías se suceden a lo largo del año, permitiendo al viajero adentrarse en lo más profundo de sus creencias y raíces, y empaparse del misticismo que le rodea.

En cuanto a la oferta hotelera de la zona, podemos encontrar todo tipo de opciones: desde hoteles de lujo y balnearios de larga tradición, hasta acogedores hoteles rurales llenos del encanto de una tierra que nunca nos decepcionará.

Para más información: www.turgalicia.es

DÓNDE DORMIR

25

Parador de Baiona

Carretera de Baiona, Km 1,6.
Baiona (Pontevedra)
Tfno.: 986 355 000
www.parador.es

Balneario de Mondariz

Avda. Enrique Peinador s/n.
Mondariz (Pontevedra)
Tfno.: 986 656 156
www.balneariodemondariz.com

DÓNDE COMER

Restaurante Casa Sindo

C/Nogueirido, 35.
Vilagarcía de Arousa (Pontevedra)
Tfno.: 986 505 466

Restaurante Laxeiro

C/Ecuador, 80. Vigo (Pontevedra)
Tfno.: 986 425 204
www.restaurantelaxeiro.com

**OFICINA DE HELVETIA
SEGUROS MÁS CERCANA:
SUCURSAL VIGO (C/ COLÓN
Nº 7, 4º). TLF 986 224 008**

en buena compañía con...

Miguel Báez, "Litri"
Torero

"Helvetia Seguros siempre ha estado con nosotros al cien por cien"

Miguel Báez, "Litri", es madrileño de nacimiento y onubense de corazón. En Huelva pasó su infancia y allí fraguó su amor por el mundo de los toros, una pasión que le venía casi innata al ser el heredero de toda una dinastía. Nieto, hijo y sobrino de toreros, iniciaba su carrera en los ruedos en un festival en la localidad abulense de Arenas de San Pedro, plaza en la que se engendró ese popular tándem que formó junto a Rafi Camino y que le brindó muchas tardes de triunfos en las mejores plazas de España y Latinoamérica. Tras más de quince años en activo, en 1999 dijo el adiós definitivo a los toros para atender a la ganadería y a la empresa familiar



Usted es heredero de una prestigiosa dinastía vinculada al mundo del toro y a su vez padre. ¿Qué supone Helvetia Seguros para su familia desde un ámbito personal y profesional?

Profesionalmente me ha sido muy satisfactorio, pues gracias a que tenía contratado un seguro específico con la compañía, en años de cornadas, en los que podía torear poco, me fue de gran utilidad porque me proporcionaba una seguridad adicional que respondía a situaciones complicadas. En el mundo del toro si no es así es difícil hacer frente a esas malas rachas.

¿Qué valoran los Litri de los servicios y productos de esta compañía, así como de la proximidad de su capital humano?

La valoración es muy positiva, ya que, en cualquier situación desagradable que hayamos tenido, de la índole que fuera, Helvetia Seguros siempre ha estado con nosotros al cien por cien. Nos sentimos muy a gusto, porque la nuestra es una empresa que se dedica a diversos temas, agricultura, sector inmobiliario... Helvetia Seguros nos da la cobertura que necesitamos para poder abarcar todos los parámetros donde nos movemos. Ante todo estamos muy seguros por la profesionalidad

de una empresa que siempre ha sabido estar en su sitio.

¿En qué áreas geográficas están localizadas sus fincas y propiedades?

La sociedad que tenemos cuenta con un patrimonio muy diversificado, agropecuario por una parte e inmuebles por otra, además su expansión geográfica es muy diversa en Madrid, Sevilla, Huelva... Pero como es lógico estoy muy vinculado a Huelva. Aunque no viva allí tiene un peso muy específico en mí como persona y como profesional.

¿Cuáles son las 'amenazas' para su patrimonio en lo que se refiere a seguridad?

Para nosotros lo más importante son los bienes que por su significado y valor sentimental son irrecuperables e insustituibles, joyas, cuadros... o algo que tenga un valor familiar, una cabeza de toro de mi abuelo, por ejemplo, son las cosas que para mí tienen un valor irremplazable. El resto nos lo cubre nuestra compañía Helvetia Seguros.

En el mundo del toro vinculan el inicio de su carrera a un festival taurino celebrado en Arenas de San Pedro, en una región conocida como la 'Andalucía de Ávila' ¿Qué recuerdos atesora de aquella jornada y cómo ha evolucionado su profesión?

El recuerdo es muy entrañable, primero porque era la primera vez que toreaba con Rafi Camino en una corrida que fue el embrión de la pareja del momento. Y además porque ahí conocí a un amigo y a un gran torero. Los dos empezábamos nuestras carreras y nuestras formas de vida eran paralelas, jóvenes y toreros con el peso de un apellido. Sin embargo lo más importante es que somos dos personas que en el camino de nuestra profesión fraguaron una gran amistad. Eso es con lo que me quedo.



"Helvetia Seguros me da la garantía de ser una empresa solvente y lo fundamental es su capital humano"



¿Cuáles son sus retos profesionales a medio plazo?

Actualmente no estoy vinculado al mundo del toro. Me dedico a la empresa familiar y en esa línea lo que quiero es crecer muy moderadamente si se puede.

¿Qué valores aprecia de la familia a la que pertenece?

Sobre todo la honestidad y la honradez, el espejo que tengo es el de mi padre, el de ser gente de bien, intentar no hacer mal a nadie y ser siempre muy honrado. La educación y la honestidad son los grandes avaluos de una persona.

¿Por qué recomendaría los servicios de Helvetia Seguros como cliente?

Para mí Helvetia Seguros me da la garantía de ser una empresa solvente y lo fundamental es su capital humano, que es a fin de cuentas la referencia principal para el asegurado, la persona a la que puede acudir porque sabe que está ahí para solucionarle cualquier problema.

¿Qué es lo que le ha hecho sentirse más seguro delante del toro?

Soy hombre de grandes creencias marianas y para mí la Virgen del Rocío es especial y en sus manos me he puesto muchas tardes de toros. Esa ha sido la seguridad divina, la humana ha estado en manos de Helvetia Seguros.

ENTREVISTA



“Lo más importante es que el cliente quede satisfecho”

**JOSÉ LUIS VALLEJO,
AGENTE DE HELVETIA
SEGUROS EN BENICASSIM
(SUCURSAL CASTELLÓN)**

28

La palabra “servicio” es una constante profesional para José Luis Vallejo. Este agente de Helvetia Seguros adora pescar con su hijo, es aficionado al fútbol y, en el ámbito laboral, despunta en el ranking de ganadores de concursos de ventas en el sector, con un reto a corto plazo: “seguir creciendo”

Su trayectoria como agente le incluye entre los ganadores de todos los concursos de ventas organizados desde 1992. ¿Cómo repercuten estos logros en su actividad profesional?

Actúan como un estímulo extra para la labor diaria de conseguir más clientes y más pólizas; es muy agradable verte en la parte alta de las clasificaciones, ya que te indica que estás trabajando de manera adecuada y positiva tanto para uno mismo como para Helvetia Seguros.

Anteriormente trabajaba en la hostelería. ¿Qué le impulsó a dedicarse por completo al sector asegurador?

Durante varios años compaginé ambas actividades, fue el ver el continuo progreso de mi labor como agente, el que la profesión cada día me gustaba más y cada vez requería de mayor atención, lo que me decidió a dar el salto y dedicarme exclusivamente a mi labor en la entonces Cervantes Helvetia y ahora Helvetia Seguros. Fue una decisión de suma importancia y con el paso de los años estoy cada día más satisfecho de haberla tomado.

¿Hay habilidades y destrezas de su actividad anterior que haya aplicado a la relación con el público al dedicarse al

mundo del seguro?

Evidentemente, si algo me aportó la hostelería fue el aprendizaje en el trato directo al cliente, conversar, escucharle, atenderle, etc. Todo ello, desde mi punto de vista, ha sido fundamental para el desarrollo y ejercicio de mi carrera profesional.

Por su experiencia, un buen agente “se hace” con el paso de los años. ¿Qué ha aprendido en esta andadura?

Efectivamente la experiencia es vital. En estos ya 25 años de profesión cada día he aprendido algo nuevo, aún hoy, pero lo más destacado para mí ha sido aprender que más importante que vender una póliza o resolver un siniestro es el que un cliente quede satisfecho.

¿Cuáles son las cualidades imprescindibles para desempeñar una buena labor comercial?

Considero que se trata de un cóctel de cualidades y habilidades, aunque, desde mi punto de vista, entiendo que la tenacidad, la vocación de servicio y la permanente formación son vitales.

¿Qué valora de la relación con sus asegurados y qué aprecian ellos en mayor medida del servicio que les ofrece?

Sin duda alguna, lo que más aprecian los clientes es la atención personalizada, y de mi relación con ellos, resulta muy gratificante ver cómo muchos de mis clientes lo son desde hace muchos años, incluso ahora con los precios tan agresivos que ofrece la competencia.

Está casado y es padre de dos hijos, ¿cómo concilia la vida familiar y laboral? ¿Le gustaría que su perfil comercial calara en su próxima generación familiar?

La conciliación con la vida familiar es difícil, ya que el día a día exige mucha dedicación y muchas horas, si bien es cierto que siempre he contado con el máximo apoyo de mi familia, siendo mi mujer y mis hijos los más sacrificados. Respecto a la próxima generación tengo fundadas esperanzas en que el negocio continúe. Mi hijo mayor, cuando los estudios se lo permiten, ya me ayuda, y el pequeño, que tiene 8 años, apunta muy buenas maneras como comercial.

¿Cuáles son los “ingredientes” más dulces y más amargos de su experiencia como agente?

Tanto unos como otros vienen de los clientes, el más dulce es ver cómo un cliente queda satisfecho, y el más amargo, ver cómo después de varios años y muchos problemas resueltos por una diferencia de unos pocos euros pierdes al cliente.

Desde los años 80, en los que comenzó su andadura en el mundo del seguro, ¿cómo han evolucionado el negocio y las demandas de los asegurados?

Cuando empecé, el seguro de Auto era prácticamente el único que pedían los clientes, actualmente creo que la conciencia aseguradora es mucho mayor en todos los ámbitos, el seguro de Hogar ya es muy solicitado, así como los seguros de Vida y Asistencia Familiar.

¿Cuál es su “regla de oro” en la atención al cliente?

Servicio, servicio y servicio.

Cuéntenos una anécdota de su trabajo en Helvetia Seguros.

Recuerdo que mis primeras visitas fueron a familiares y amigos, y todas acababan en venta, hasta que



una vez no conseguí la póliza y fue tal el disgusto que tuve, que me planteé incluso dejarlo. Por suerte, continué y con el tiempo aprendí que el “no” forma parte del trabajo diario (aunque no debe ser lo habitual).

¿Cuáles son sus retos profesionales en la compañía?

Seguir creciendo y dando buen servicio.

Creatividad de altura para todos los públicos

José Luis Vallejo es el organizador de la “globomascletá” un espectáculo creativo “de altura”. Siguiendo las tradiciones “sonoras” del Levante español, esta iniciativa consiste en hacer explotar unos 5.000 globos que se colocan estratégicamente a lo largo de una vía urbana.

Este agente de Helvetia Seguros sonríe cuando describe la imagen de los niños que “en menos de tres minutos hacen que no quede un solo globo”. Relata que “el ruido que resulta es tremendo, asemejándose al de una mascletá pirotécnica típica de esta zona”. Para completar esta auténtica fiesta para todos los públicos, en los últimos años también se han incorporado cucañas y otros juegos.

Comenzó a organizar este acto en el año 2000, “con la pretensión de estar presentes en la semana de fiestas locales y concretamente en los actos destinados a los más pequeños”, según indica al describir esta actividad, con la que Helvetia Seguros da un valor añadido a las celebraciones locales.



de cerca

Una pasión para toda la vida

Nuestro compañero de la Sucursal Sevilla C, Fernando Delgado, nos explica cómo compagina desde hace años su trabajo en Helvetia Seguros con su gran pasión por la pintura.

Fernando Delgado llegó a Helvetia Seguros casi por casualidad cuando, siendo todavía estudiante de Empresariales, descubrió en el tablón de anuncios de su facultad una oferta de empleo y decidió probar suerte. Desde ese momento, hace más de veinte años, pasó a formar parte de la compañía, y ya entonces tuvo muy claro que le gustaría jubilarse en ella. Gaditano de nacimiento, lleva muchos años viviendo a caballo entre Sevilla y Jerez, ya que forma parte de la Sucursal Sevilla C, y reside en la capital andaluza de lunes a viernes, para volver al hogar familiar los fines de semana. Fernando Delgado ha estado siempre ligado a los Departamentos Administrativos de la compañía, en un principio como inspector, por lo que durante varios años realizó numerosos viajes.

La pasión de Fernando Delgado por la pintura también se despertó en él de forma casual, como sus comienzos en Helvetia Seguros, cuando un día, hace unos diez años, al regresar a casa tras el trabajo, le llamó la atención un anuncio en el que ofrecían clases de pintura. Durante tres años aprendió y perfeccionó su técnica en la pintura al óleo, su favorita, y el interés despertado se convirtió poco a poco en una auténtica pasión a la que dedica gran parte de su tiempo libre. Y es que para nuestro compañero la pintura no es sólo una afición, sino "un trabajo que precisa dedicación y esfuerzo todos los días".

Su afición a la pintura no es una sorpresa para sus compañeros de la Sucursal Sevilla C, aunque ninguno de ellos la comparte con él. Todas las tardes, tras la jornada laboral, intenta dedicar unas horas a sus pinceles y así, de lunes a viernes, convierte su casa en un estudio de pintura.

La mayor satisfacción de Fernando Delgado es ver cómo las ideas se plasman en su cabeza poco a



poco y toman forma en la tela a través de sus manos. Se confiesa "egoísta" en cuanto a exponer su arte ante el público, ya que para él la pintura es algo muy personal e íntimo. "Mis cuadros son para mí y los míos", dice, y además "no podría dedicar tanto tiempo como para presentar una exposición homogénea". Su mejor público es su propia familia, a quien dedica sus obras.

En lo referente a sus preferencias de técnica y estilo, se decanta por el óleo y la acuarela, y recono-



ce que no tiene un estilo ni una temática definidos, sino que pinta tanto con pincel como con paleta, tanto retratos como bodegones o paisajes, en los que siempre predomina el uso del color. Según él, "el tema no se escoge, sino que surge sin más", aunque durante su proceso creativo ha tenido que enfrentarse más de una vez al temible lienzo en blanco.

Su gusto por las Bellas Artes es amplio, si bien admira especialmente a Sorolla y su dominio de la luz, al acuarelista Winslow Homer, a los Impresionistas rusos de finales del siglo XIX y principios del XX, como Kandinsky o Malévich, y en general, a los grandes

maestros de la pintura. Siempre que tiene ocasión aprovecha la oferta cultural de Sevilla, llegando a convertirse en un asiduo visitante de las exposiciones que tienen lugar en la capital hispalense, y de su Museo de Bellas Artes, con pinturas de Murillo, Velázquez o Zurbarán, entre muchas otras. Reconoce que la mejor forma de mejorar su técnica es observando otras obras, y si éstas proceden de los pinceles de grandes maestros, qué más se puede pedir.

Al igual que confiesa que espera jubilarse en Helvetia Seguros, Fernando Delgado confía en que su pasión por la pintura sea "para toda la vida".

Barcelona abierta

Con más de dos mil años de historia, Barcelona es una metrópoli moderna y cosmopolita que se configura en torno a la Rambla, su eje principal. Allí es precisamente donde se encuentra la Sucursal de Helvetia Seguros, vinculada al centro neurálgico de la ciudad

La capital catalana disfruta de un emplazamiento privilegiado que ha ayudado a hacer de ella una ciudad abierta y en constante crecimiento, en la que conviven más de 1.700.000 habitantes, sin contar su extensa área metropolitana. Además de su excelente situación en lo que a comunicaciones internacionales se refiere, su clima y su carácter cosmopolita, los grandes acontecimientos que desde

hace siglos se vienen celebrando en Barcelona han contribuido al desarrollo y modernización de la ciudad y su amplia zona de influencia.

Desde las Exposiciones Universales de 1888 y 1929, hasta el Forum de las Culturas de 2004, sin olvidar los Juegos Olímpicos de 1992, los eventos de relevancia internacional que se han sucedido a



lo largo de su historia han hecho de Barcelona una ciudad rica en patrimonio arquitectónico, artístico y cultural.

Barcelona es además la capital económica y administrativa de Cataluña: proporciona empleo a más de dos millones de trabajadores y concentra, junto con Madrid, el 41% del trabajo cualificado de España. Su estrategia urbana es reconocida internacionalmente como el “Modelo Barcelona” y lleva consigo un relevante crecimiento económico, con un PIB metropolitano per cápita que actualmente asciende al 117% respecto a la Unión Europea.

Las bases de este crecimiento se encuentran en gran parte en una estructura empresarial diversificada y abierta a nuevas ideas, empresas y productos. Por otra parte, la expansión en sectores estratégicos y competitivos, y la apuesta por la innovación tecnológica son elementos cruciales para la consolidación de su actividad económica internacional.

Un paseo por Barcelona

Orientarse por Barcelona no es difícil, pero hay que tener en cuenta algunos puntos de referencia: el centro por excelencia lo marca la Plaça de Catalunya, muy próxima al casco antiguo y a la mayoría de los museos y puntos de interés histórico de la ciudad.

La Plaça de Catalunya es el corazón de Barcelona, además de ser uno de los centros más importantes de comunicaciones urbanas; en ella confluyen calles tan importantes como el Passeig de Gràcia o la Rambla de Catalunya.

Precisamente, la Rambla de Catalunya es el lugar escogido por Helvetia Seguros para ubicar su sucursal barcelonesa, si bien a lo largo de los años ésta estuvo situada en distintos puntos del centro de la ciudad, como la Ronda Universidad o el mismo Passeig de Gràcia. La Rambla de Catalunya es una amplia y concurrida avenida que ha sabido conservar todo el encanto de un paseo central rodeado de árboles. En cada extremo del paseo se encuentran sendos curiosos monumentos, creados en 1972 por Joseph Granyer: un toro y una jirafa, conocidos popularmente como *Meditació* y *Coqueta*.

Desde la ya mencionada Plaça de Catalunya surge uno de los principales ejes de Barcelona, la popular Rambla, que desemboca junto al puerto, en la estatua de Colón. A modo de columna vertebral, al este de la Rambla se sitúa el bonito y romántico Barrio Gótico, mientras que al oeste se encuentra el Raval. Desde la estatua de Colón hacia el este, el Paseo Marítimo atraviesa el Moll de Fusta y Port Vell, y la pintoresca área de la Barceloneta lleva hasta el Port Olímpic. Hacia el oeste, el Parallel conduce hacia la Plaça d'Espanya, desde donde se alza Montjuïc, una de las montañas de Barcelona, junto con Tibidabo.



Una ciudad a medida de las personas

El otro gran eje de la ciudad y punto de referencia es la avenida Diagonal que atraviesa toda la ciudad. Esta vía conserva varios ejemplos destacables del patrimonio arquitectónico e histórico, como el palacete neogótico de Can Terrades, también conocido popularmente como Casa de les Punxes por sus características torres de aguja.

La avenida Diagonal 'rompe' el trazado en cuadrícula del Eixample, el distrito proyectado por Ildefonso Cerdà en 1859 como utópico plan de reforma interior y ensanche de Barcelona. El 'Plan Cerdà' se concibe originalmente en respuesta a la saturación demográfica que sufría la urbe debido al auge de la revolución industrial barcelonesa, y su principal objetivo era crear una ciudad a medida de sus ciudadanos, con grandes espacios abiertos y edificios separados entre sí con anchas calles y jardines.



La cuadrícula de calles que forman el Eixample (donde al igual que en Nueva York son de sentido único), tiene como arteria principal el Passeig de Gràcia, en el que destaca la célebre Pedrera del genio catalán Gaudí. Este paseo mantiene intacta la atmósfera de la burguesía catalana que allí se instaló entre finales del siglo XIX y comienzos del XX y reúne algunos de los edificios modernistas más importantes de Barcelona, como la Casa Lleó Morera, de Domènech i Montaner, la Casa Batlló o la Casa

Milà, ambas diseñadas por el omnipresente Gaudí. Asimismo, en el Eixample se encuentran numerosos puntos de interés turístico, como la Sagrada Familia o el Teatro Nacional de Cataluña.

En la actualidad el Eixample sigue creciendo, como sucedió a partir de 1986, momento en que Barcelona es nombrada sede de los Juegos Olímpicos de 1992 y se inicia la construcción de la Villa Olímpica respetando el trazado original del distrito.

Helvetia Seguros y Barcelona

La historia de Helvetia Seguros en la ciudad comienza el siglo pasado y siempre ha girado en torno a su eje principal, hasta llegar hoy en día a ubicarse en plena Rambla de Catalunya, en la confluencia con Gran Vía Corts Catalanes, a 150 metros del Passeig de Gràcia y a 300 metros de la Plaça Catalunya.

Gracias a los nueve integrantes de la sucursal y a la red de más de 100 mediadores, el total de pólizas en la ciudad asciende a más de 21.000, y las primas superan los 8.600.000 euros. Además, en concordancia con el desarrollo y la diversificación de la ciudad, el negocio está muy equilibrado, con un 35% en Automóviles, un 45% en Particulares, Empresas y Transportes, y un 20% en Vida.



XXXIV Semana Mundial del Seguro en Barcelona

El próximo 28 de noviembre se celebrará en la ciudad la XXXIV Semana Mundial del Seguro, organizada por el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona. Al acto asistirá el consejero delegado de Helvetia Seguros, José María Paagman, como una prueba más de las excelentes relaciones que nuestra compañía mantiene con el Colegio barcelonés desde hace años.

El evento coincidirá además con la celebración del décimo aniversario de Mediario, la publicación oficial del Colegio con una tirada de 4.500 ejemplares distribuidos en España y Latinoamérica, para la que Helvetia Seguros ha publicado en varias ocasiones entrevistas y reportajes.

El Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona está formado por más de 1.600 colegiados, entre agentes y corredores, unidos por un fuerte sentimiento de pertenencia a este colectivo, que crece año tras año en forma de nuevos miembros.



SUCURSAL PAMPLONA - FUENTE DEL HIERRO

Entusiasmo rentable

La Sucursal Fuente del Hierro en la capital navarra se caracteriza por ofrecer un trato y una atención excelentes a sus asegurados, en su mayoría familias y pequeñas empresas. Un trato profesional y riguroso que la sucursal presta, según precisa su director Rafael Olabe, tanto a sus asegurados como a sus mediadores.

Pamplona cuenta con dos sucursales de Helvetia Seguros para hacer frente a sus necesidades en el ámbito de los seguros. En esta ocasión, hemos tenido la oportunidad de entrevistar al director de una de ellas, la Sucursal Fuente del Hierro, para conocer con más detalle su actividad y el equipo humano que la integra.

Rafael Olabe dirige desde 1999 la sucursal, aunque su apertura se remonta a 1992, en tiempos de La Vasco Navarra, cuando se crea como oficina agencial en la que se gestionaba un volumen aproximado de primas de 1.500.000 euros, y unas 9.000 pólizas.

La incorporación de Rafael Olabe como director de Fuente del Hierro coincide con la fusión que da lugar a Helvetia CVN, a la que se asignarán la ma-

yor parte de los agentes exclusivos de Pamplona y algunas de las agencias procedentes de Cervantes Helvetia. Con la llegada de la fusión con Previsión Española, se asignan a la sucursal las claves que Previsión tenía en Pamplona, y posteriormente las correspondientes a la zona sur de Navarra, como Tudela, Olite o Peralta.

En la actualidad, las cifras alcanzadas por esta sucursal de la capital navarra son el reflejo de una excelente gestión y del empeño de cada uno de sus integrantes por mejorarlas día a día. Según los datos facilitados por su director, Fuente del Hierro cuenta con una facturación a cierre de agosto de 2008 de 7.730.000 euros y gestiona más de 23.000 pólizas, de las que 9.000 son de Automóviles, 6.100 de Hogar, 1.133 de Vida, 1.351 de Accidentes y 1.474 de PAF.

Un equipo comprometido con Helvetia Seguros

El equipo humano de la sucursal está integrado por cinco profesionales, incluyendo comerciales y administrativos, y por alrededor de treinta agentes operativos. En palabras del propio director, se trata de un equipo "entusiasta y totalmente identificado con la filosofía de Helvetia Seguros".

De nuevo según Rafael Olabe, la formación interna ofrecida por nuestra compañía al equipo ha sido "esencial para la adecuación al manejo de las nuevas herramientas de trabajo y a los productos que, con las diversas fusiones, son muchos y variados".

Cercanía y rigor

Los principales clientes de Fuente del Hierro son particulares y pequeños empresarios, por lo que la sucursal no se caracteriza por la gestión de grandes riesgos ni organismos oficiales.

Se trata en general de clientes que demandan un servicio de gran calidad y productos relativos al aseguramiento familiar. Además, Rafael Olabe explica que este tipo de asegurados "corresponden con una fidelidad superior a la media que se observa en el mercado".

Según su director, la sucursal ofrece un trato y una atención "excelentes" a sus clientes, con "profesionalidad, rigor y cercanía". Pero apunta, además, que ese mismo trato "debemos darlo tanto al asegurado como al agente".

La sucursal está centrada en agentes exclusivos y cuenta con una clientela fiel, aunque muy sensible a los precios y a la calidad del servicio prestado por este equipo de profesionales

Con la vista puesta en el futuro

En cuanto a los objetivos marcados por Fuente del Hierro en el futuro, a nivel cuantitativo y coincidiendo con los planes y objetivos de la compañía, la sucursal pretende incrementar su cuota de clientes y la facturación, con una previsión de crecimiento del 8%.

Por otra parte, respecto a los objetivos cualitativos, tanto Rafael Olabe como el propio equipo de la sucursal coinciden en la idea de que desean "mantener e incrementar en la medida de lo posible la calidad de nuestros servicios a los clientes y la atención a los mediadores".





Director de Sistemas de Información de Helvetia Seguros

“En Helvetia Seguros estamos en vanguardia”



De cerca

Una vivencia en Helvetia Seguros:

Palpar el espíritu y la forma de actuar del grupo: cercana, franca, humana. Una muy reciente y emotiva fue la canción “Happy Birthday dear Helvetia”, en la cena del 150 Aniversario.

Dedico mi tiempo libre a:

Mi familia. Después, a todo lo demás y, si puede ser, también en familia. Pero reservamos ratos para disfrutar solos Marisol y yo, y también algunos para mí solo de lectura, descanso...

Me apasiona compartir:

Experiencias vitales, vivencias, sentimientos, y sus posibles explicaciones, nunca certezas, sólo intuiciones que vale la pena contrastar con tu círculo más íntimo.

He aprendido: Muchas cosas. La mayoría son positivas, y todas suman. Elegiría una de las que sólo se aprenden cuando se viven: “Se aprende a ser hijo cuando se es padre”. Cuando yo lo aprendí, mi padre ya había fallecido.

Tengo pendiente aprender: Muchísimas cosas. E intuyo que mucho de lo pendiente y de lo más importante, quizás no nos esté dado llegar a saberlo...

La formación científica y técnica de este directivo navarro, casado y con tres hijos, le ha proporcionado un intenso entrenamiento del razonamiento lógico, de gran utilidad para el análisis de situaciones empresariales y la toma de decisiones. Nos acerca ahora a su cometido en Helvetia Seguros, a su familia y a sus aficiones, además de reflexionar sobre los encuentros y desencuentros generacionales en la era digital.

Su cometido abarca la innovación, desde la tecnológica a la de sistemas. ¿Cómo ha evolucionado aquí Helvetia Seguros?

La evolución ha sido muy intensa. Recalcaría dos aspectos generales importantes: Primero, que pese a los recursos absorbidos por las fusiones, la filosofía que siempre ha caracterizado a Helvetia Seguros de integrar, de sumar, de adoptar siempre lo mejor de cada empresa, permitió avanzar de nuevo con un paso muy rápido y firme. Y segundo, que pese a que seamos una compañía de tamaño medio, nuestra evolución y nuestra situación actual tiene poco o nada que envidiar a la de las empresas más grandes y avanzadas de nuestro sector. Estamos en vanguardia.

¿De qué modo ha facilitado la Informática el desarrollo del sector asegurador?

Las tecnologías informáticas son cruciales en todos los sectores. Y la progresiva virtualización de las empresas y de los modelos de negocio, a la que ya estamos asistiendo, las harán aún más críticas. Nuestro sector, que vende un bien intangible, es todavía más susceptible para una utilización masiva de las tecnologías. Esto abre unas enormes oportunidades para acelerar los procesos y mejorar el servicio, a la par que reducimos nuestros costes y los de nuestros mediadores. En ello está el sector y en ello está Helvetia Seguros, nosotros siempre con la mirada puesta en nuestro canal histórico y tradicional de mediadores.

Está titulado en Ciencias Físicas e Ingeniería y le apasiona la Astronomía ¿Qué le ha aportado este origen científico?

A efectos del desarrollo profesional creo que lo más importante que proporciona una carrera científica o técnica es que entrena a fondo el razonamiento lógico. Y esto es muy útil para analizar problemas y tomar decisiones, facilita cribar la información valiosa o esencial frente a la irrelevante o circunstancial, en

un entorno como el empresarial donde hay mucha información, pero a menudo incompleta o de escaso valor. Respecto a las aficiones, aunque las ciencias siempre me apasionarán, ahora preferiría orientar mi tiempo libre hacia lo que me falta, formación en áreas humanísticas. Hace años me matriculé en Ciencias Políticas, pero tuve que dejarlo, no tenía tiempo...

Al presentarse destaca “como navarro” su afición por la cultura y la historia. ¿Cuál es el legado y los valores que quiere transmitir a sus hijos?

Ese mismo orgullo de ser navarro que hemos sabido transmitir en Navarra de generación en generación. Navarra siempre ha sido un pueblo pequeño, pero también de muy sólidas raíces, consciente de su ser, de su lengua, su cultura y su historia... Para algunos, mantener este tipo de sentimientos es algo trasnochado. Yo, por el contrario, creo que se trata de una dimensión humana tan necesaria como la familiar. Quien la pierde, pierde parte de su sensibilidad humana. Este sentimiento no está en absoluto en contradicción con un mundo globalizado. Al contrario, unas sólidas raíces ayudan a abrirse al mundo, sabiendo que tus fundamentos nunca te fallarán.

¿Cómo podría paliarse la ‘brecha digital’ entre los conectados o no a las nuevas tecnologías en este mundo globalizado?

Prefiero hablar de brechas digitales mucho más cercanas, en nuestra propia sociedad, como las que separan a una generación de otra. Ahí está la que se está abriendo entre la mía, que creemos manejarnos muy bien con Internet, Messenger..., y la de nuestros hijos, que van a vivir nuevas formas de comunicación que ya están posibilitando experiencias muy distintas, que van a impactar sobre sus comportamientos afectivos y sociales sin que sepamos demasiado bien cómo. Es un nuevo mundo, está aquí mismo y apenas somos conscientes de ello.

De lo nuestro

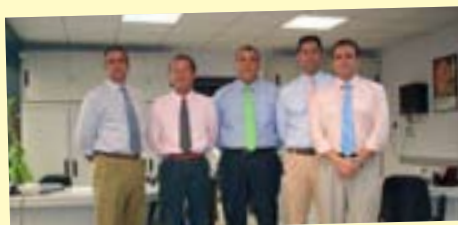
Ponemos cara a nuestra plantilla



Sucursal Barcelona:

(de izquierda a derecha)

Ana Pérez Domínguez
Héctor-Franklin Arce Luna
Asunción Lacaba Llorit
Marc Palop Rabat
Josefina Ballesteros Sancho
Ricard Runge Bayo
Maximino Roglán Cuartielles
Daniel Rigat Llaurado
Juan Caballo Lebrón



Sucursal Sevilla C:

(de izquierda a derecha)

Fernando Delgado Calvo-Rubio
Miguel Romero Aragón
Manuel García Mejías
Francisco Rodríguez Bueno
José Manuel Páez Martín

Departamento Siniestros Lesiones Autos:



Sevilla:

(de izquierda a derecha)

Miguel Ángel Lagier Mateos
David Ortega Copado
José Manuel Moreno Campos
Jesús Romero Gabilan
Consuelo De Herranz Recio
Federico Ortiz González
Dolores Paramas Contreras
Javier Caveda Fernández
Luz Amparo Gallego Montero
José Félix Sánchez Robles
Rosario Cantisan Bohórquez
José García Rufo



Pamplona:

(de izquierda a derecha)

Santiago Pardo Ustároz
Víctor Carlos Orzanco
Javier Molina Larrondo
Jesús Santiago Mondragón Martínez



Departamento Inversiones:

Esther Santamaría del Estal

Secretaría de Dirección:

Margit Román



Madrid:

(de izquierda a derecha)

Enrique González León
Ángel Eduardo González Mediavilla
Juan Antonio Belón Laurín

Nacimientos

Alberto nació el pasado 13 de marzo y es hijo de Martín Pérez de las Heras, de la Sucursal Las Palmas.

Francisco Javier Bengoechea Reina, del Departamento de Tesorería, es padre de Esther, que nació el 18 de junio.

Leire es hija de María del Mar Miguel Peñas, de la Sucursal de Castellón, y nació el 10 de julio.

Martín nació el 11 de julio y es hijo de Juan Antonio Belón Laurín, de Siniestros Lesiones Autos.

Manuel Cepero Busatori, de Desarrollo de Ventas, es padre de Curro, nacido el 15 de julio.

Paula nació el 7 de agosto y es hija de Raquel Cala Acevedo, del Centro de Servicio de Sevilla.

Bodas

Inmaculada Sánchez Moreno, de DPF Dos Hermanas, se casó el 9 de junio.

Rebeca Benot García, de la Sucursal de Algeciras, contrajo matrimonio el 4 de julio.

María José Fernández Morcillo, de Desarrollo Informático, contrajo matrimonio el 19 de julio.

El 2 de agosto se casó Daniel Ibáñez Gómez, de la Sucursal de Huesca.

El 15 de septiembre se casó Esther González de la Monja, de Atención al Cliente (Sevilla).

CONCURSO DE **VENTAS 2008** PARA AGENTES Y DELEGADOS DE HELVETIA SEGUROS

América 2009: Rumbo a Washington, Boston y
Nueva York



Un desafío para todos los “marineros” de Helvetia Seguros:
convertirse en pasajeros de un viaje único al Nuevo Continente.

Súbete a este barco y disfruta de ciudades míticas de
Norteamérica. ¿A qué esperas? El barco está a punto de
zarpar, y no quiere hacerlo sin ti.