

en buena compañía

Revista de la compañía aseguradora Helvetia Seguros

Septiembre 2007 // Número 11

REPORTAJE

A la conquista del mercado de los Planes de Ahorro

NOTICIAS

La mejora del medio ambiente se impone en la primera edición del concurso 'Buzón de sugerencias'

EN BUENA COMPAÑÍA CON...

José Manuel Cárdenas Vargas

helvetia 

Sumario

Carta del Consejero Delegado	3
Noticias	4
Formación	14
Actualidad del seguro	15
Helvetia Seguros, al día	16
Entrevista <i>Jaime Samartino, director de la sucursal de Asturias y José Luis Bilbao, responsable de Contabilidad Financiera en Madrid</i>	18
Reportaje, <i>A la conquista del mercado de los Planes de Ahorro</i>	22
¡¡Participa!!	25
En buena compañía con... <i>José Manuel Cárdenas Vargas</i>	26
Entrevista <i>Fernando Urtiaga, Fernando Zalba, Ignacio Guerrero y Mikel Zalba, agentes en la sucursal de Helvetia en Agencia San Roque (Navarra)</i>	28
Vivir en... <i>Galicia, el sabor del progreso</i>	32
Departamentos & Sucursales <i>Sucursal Sevilla A</i>	36
De perfil <i>Íñigo Soto García-Junco, director general adjunto y director del Área de Productos de Helvetia</i>	38
De lo nuestro	39

Edita: Helvetia Seguros

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

Responsable editorial: Enrique Herrera

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

Redacta y Diseña: Euromedia Comunicación

Fotografía: Euromedia Comunicación y Helvetia Seguros

Imprime: Servigraf

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":

Helvetia Seguros afronta el último trimestre del año con la mirada puesta en cerrar un buen ejercicio y con la satisfacción de haber superado el ecuador de 2007 con unos resultados altamente positivos, en línea con los obtenidos a lo largo del pasado año.

En este esfuerzo por seguir creciendo, en los últimos meses hemos venido incorporando nuevos productos y servicios, con los que pretendemos continuar incrementando nuestra cuota de mercado y, sobre todo, prestar un mejor servicio a nuestros clientes. Para hacerlo posible, nuestra compañía ha permanecido atenta a las nuevas tendencias del mercado, a través de un trabajo de análisis permanente y detección de nuevas oportunidades. Este afán de innovación y mejora constante encuentra una de sus materializaciones más evidentes en el lanzamiento de los nuevos PIAS (Planes Individuales de Ahorro Sistemático), un producto novedoso que completa la atractiva oferta de Helvetia Seguros dirigida a particulares y que asimila las últimas novedades existentes en el sector financiero y asegurador.

La penetración y consolidación de Helvetia Seguros dentro del mercado nacional se está llevando a cabo no sólo a través de la gestión comercial y el desarrollo de nuevos productos, sino también mediante una decidida implicación en el desarrollo cultural y social de su entorno, a través de una política de Responsabilidad Social Corporativa que se manifiesta, entre otros aspectos, en una labor activa de patrocinio.

Fruto de esta actividad, son numerosas las empresas, instituciones y colectivos que hoy se benefician de la línea de patrocinios de Helvetia Seguros, con lo que pueden hacer realidad sus proyectos sociales, culturales y de ocio. Helvetia Seguros, de esta forma, está muy presente en todas las zonas en la que está implantada, y su imagen aparece acompañando a muchos proyectos que son sinónimo de ilusión y crecimiento personal y social.

Pero, como hemos dicho ya muchas veces, difícilmente podríamos crecer y ganar cuota de mercado si no optimizásemos también nuestros recursos internos, si todo el equipo humano que conforma Helvetia Seguros no aumentase su capacidad profesional y humana. Cuando hablo de equipo no me refiero sólo a la plantilla de Helvetia Seguros, me refiero también, y especialmente, a nuestra extensa red de agentes, el verdadero rostro de nuestra compañía ante los clientes, cuya fidelidad y entrega nos permite avanzar cada día.

En esa dirección, el Plan de Agentes Profesionales y la Plataforma de Formación a Distancia (e-learning) son sólo algunas de las iniciativas que Helvetia Seguros ha iniciado y desarrollado en 2007 para potenciar la creación de nuevas agencias altamente profesionalizadas y favorecer el aprendizaje y el reciclaje permanente de nuestra red de agentes y empleados. La formación no es una herramienta complementaria de nuestra actividad profesional; es una pieza indispensable dentro de nuestro modelo de negocio, una garantía para mantener nuestra competitividad y estar a la altura de las exigencias del mercado.

De todo esto y de mucho más encontraréis información en este nuevo número de "En buena compañía" que confío sea de vuestro agrado

José María Paagman

Noticias

La mejora del medio ambiente se impone en la primera edición del concurso 'Buzón de sugerencias'

En el pasado número de la revista anunciamos la puesta en marcha del buzón de sugerencias. Para este número queremos publicar los resultados de ese primer concurso y anunciar el asunto propuesto para el segundo concurso.

Resultados Primer Concurso

Una vez reunido el Comité de Sugerencias (formado en esta ocasión por un representante de Dirección, uno de del Area de Servicio al Cliente, dos de Sistemas y uno del Area Financiera) para evaluar las recibidas con motivo del primer concurso convocado, nos complace comunicaros que el número de sugerencias recibidas fue de 63, provenientes de una gran representación de Sucursales y Departamentos de la Organización, lo que demuestra el interés suscitado, por lo que agradecemos a todos los participantes su colaboración.

De las 63 sugerencias recibidas, 22 se ajustaban a los temas objeto del concurso, siendo aceptadas 13 de ellas, si bien alguna de ellas han sido propuestas por diferentes personas. De hecho la propuesta ganadora fue sugerida por hasta 6 personas diferentes, entre las que se sorteará el GPS objeto del premio. Estas personas son:

Sucursal	Nombre	Nº asignado
O1 - ourense	Roberto Conde Nuñez	1
M2 - Madrid B	Modesto Carrillo de la Casa	2
A1 - Albacete	Pedro Reolid Regyena	3
Z1 - Zaragoza	Miguel Ángel Navarro Bielsa	4
V2 - Valencia B	Rafael Tronch Almerich	5
V5 - Vigo	María José Pérez Barreiro	6

La propuesta ganadora consiste en la eliminación de listados que mensualmente se envían a todas las Sucursales, y que, como algunos acertadamente indicaban, no son necesarios, pudiéndose obtener desde el AS400 en el caso de necesitarse puntualmente alguno. Esta medida, una vez puesta en marcha, supondrá el ahorro de miles de folios al mes, su impresión y

manipulación, con lo que junto al ahorro económico que supone estaremos también contribuyendo a la mejora del medio ambiente.

Todos los participantes que han hecho alguna sugerencia relativa a los temas propuestos han recibido un obsequio, consistente en un reloj de mano.

Asimismo las personas cuyas sugerencias han resultado aceptadas recibieron una bolsa de viaje. Estas sugerencias serán remitidas a los Departamentos responsables para que establezcan una fecha de puesta en marcha, efectuándose un seguimiento de su cumplimiento.

Del resto de sugerencias libres, se aceptaron por el Comité 4 que serán remitidas a los Departamentos afectados para su estudio.

Convocatoria Segundo Concurso

Pasados los meses de julio y agosto, con energías renovadas y nuevas ideas, abrimos la segunda campaña de nuestro Buzón de Sugerencias, que esta vez centraremos en la Mejora del Servicio al Cliente.

Se considerarán candidatas todas aquellas sugerencias que giren en torno a una mejora significativa, tanto de los servicios administrativos actuales como de cualquier nuevo que se proponga, en la relación con el Cliente, desde el momento de la venta de la póliza, pasando por la gestión periódica de sus recibos y la posible tramitación de sus siniestros. No incluimos por tanto en esta campaña lo relativo a relaciones comerciales, como podrían ser nuevos productos, garantías, etc.

Además del obsequio para todas las sugerencias aceptadas, en esta ocasión obsequiaremos al ganador con un IPOD de 30 GB, capaz de almacenar y reproducir tu música y vídeos, valorado en 260 euros.

Nuestro compañero de la Sucursal de Zaragoza, Miguel Navarro, como ganador de la primera campaña y tras el sorteo celebrado, ya disfruta de su navegador GPS TomTom ONE

noticias

Cita ineludible con la tradición navarra

Como cada año, la sede de Helvetia Seguros en Pamplona vivió de manera muy cercana e intensa los actos de celebración de San Fermín, la Fiesta Grande de Navarra y uno de los hitos del calendario festivo nacional. Asimismo, Helvetia Seguros, como viene haciendo desde hace varios años, quiso aprovechar esta festividad para promocionar su marca y difundir su gama de productos y servicios entre los pamplo-nicas. Así, se editaron 35.000 abanicos promocio-nales, que se distribuyeron en la Plaza de Toros de Pamplona durante los días de encierro. Uno de los momentos más divertidos de la festividad en la sede de Helvetia Seguros fue, como ya es tradición, la visita de la Comparsa de Gigantes y Cabezudos, que arrancaron a los empleados, agentes y clientes muchas sonrisas y alegría.



noticias

Triángulo a la vista

Los días álgidos del verano, la primera quincena de agosto, fueron nuevamente los elegidos por Helvetia Seguros para dejarse ver por los cielos de las principales playas andaluzas y del Mediterráneo. Una avioneta llevó los colores y la marca de nuestra compañía hasta primera línea de playa, a tiro de los miles de veraneantes que durante esos días echaron la vista hacia las nubes para toparse con nuestro colorido y característico triángulo. Más de 70 horas de vuelo permitieron llevar a Helvetia Seguros a las playas de Almería, Málaga, Reus o Murcia.



Reunión anual del Pool Ambiental Europeo

Además de acoger innumerables actividades relacionadas con la propia Helvetia Seguros, nuestra sede central de Sevilla también es el escenario de iniciativas promovidas por otras organizaciones y colectivos, a los que se les cede nuestro espacio para que puedan disfrutar de las magníficas instalaciones y el singular edificio diseñado por el universal Moneo. El

pasado 11 de septiembre, el Pool Medioambiental Europeo celebró su reunión anual en nuestra sede sevillana. Una nutrida representación de países muy diversos participó en esta reunión. Como representante de la entidad anfitriona, José María Paagman dio la bienvenida a los asistentes, y abrió oficialmente la sesión de trabajo que se prolongó durante toda la jornada.



actividad de la empresa



Con Colombia y Bolivia

En el marco del Plan Estratégico 2007-2010, y también en el contexto de su compromiso social, Helvetia Seguros ha participado recientemente en dos Ferias para inmigrantes, cada una de ellas centrada en dos de los países que registran mayores tasas de inmigración en nuestro país: Colombia y Bolivia. Hel-

vetia Seguros quiso ofrecer sus productos y servicios a los ciudadanos de ambos países, y por ello estuvo presente en estos encuentros comerciales y de convivencia a través de un stand. Las fotos reproducen la imagen de los stands de Helvetia Seguros en ambos encuentros.



actividad de la empresa

Nuevas instalaciones en Vitoria

A mediados de septiembre, se inauguraron las nuevas instalaciones de Helvetia Seguros en Vitoria-Gasteiz, con lo que nuestra compañía refuerza su apuesta por esta provincia del País Vasco. Las nuevas instalaciones, situadas en el número 22 de la Calle Olaguibel, han permitido el traslado de la sede y una mejor atención a los mediadores y clientes de la zona. Todo el comité de dirección de

Helvetia Seguros participó en la inauguración, que congregó a más de 50 personas. Con este traslado y ampliación, esperamos seguir mejorando los ya de por sí excelentes resultados de Helvetia Seguros en Vitoria. La sucursal gestiona actualmente unas 10.000 pólizas, con una facturación cercana a los 4 millones de euros. Su red comercial se compone de 80 mediadores.



José María Paagman, nuevo miembro del Consejo de Administración de Comismar

Nuestro consejero delegado, José María Paagman, fue designado a mediados de junio como nuevo miembro del Consejo de Administración de COMISMAR. La Junta General del grupo empresarial español aprobó la incorporación del directivo después de acordar la renovación de varios de sus consejeros, que habían cumplido mandato.

Tras la celebración de la Junta Central, el Consejo de Administración de COMISMAR pasa a estar presidido

por Miguel Ángel Lamet. Asimismo, Ignacio Eyries ocupa la vicepresidencia de la compañía. Además de José María Paagman, fueron elegidos vocales Francisco Cabrera, Florent Hillaire, José Manuel Sadornil, Tomás Sevilla, José Enrique Villanueva y Ángel María Galván. Durante el acto, COMISMAR reseñó la óptima evolución que la institución nacional había experimentado durante el 2006 y la previsión de que el presente año finalice con un balance también positivo.

actividad de la empresa



Con la patrona del seguro

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid cumplió un año más con la tradición y, el pasado 28 de junio, celebró la festividad de la Patrona del Seguro. A la cita acudieron importantes representantes del sector profesional, entre los que destacaba Ricardo Lozano, director general de Seguros. Asimismo, mediadores y colaboradores de la Institución, representantes de diversas entidades aseguradoras y de la mediación profesional estuvieron presentes en los actos celebrados durante la jornada.

Durante la cena de Gala, Ricardo Lozano hizo alusión al importante papel que los Mediadores ocupan en el seguro. Para el director general de Seguros, la profesionalidad de éstos debe ser consustancial a la actividad y fundamental para asegurar el cumplimiento de los objetivos del sector.

La entrega de los 'Premios Azucarillos y Aguardiente' y de las medallas a los mediadores, que cumplían 25 años de colegiación, pusieron el broche de oro a una jornada de convivencia e intercambio de impresiones entre los profesionales del sector.

actividad de la empresa

Nuestra sede, plató improvisado de televisión

El pasado día 18/06/2007, entró en vigor el Registro de Seguros con Cobertura de Fallecimiento, un instrumento que está llamado a mejorar de forma sensible la percepción de transparencia del sector seguros por parte de los ciudadanos.

Se trata de un registro público dependiente del Ministerio de Justicia y gestionado por el Registro General de Actos de Última Voluntad, y permitirá al potencial interesado tras el fallecimiento de cualquier persona, con la simple acreditación del certificado de defunción correspondiente una vez transcurridos 15 días desde el mismo, conocer si tenía contratado un seguro para caso de fallecimiento, así como la entidad aseguradora con la que lo hubiese suscrito de darse tal circunstancia. Se trata de una novedad sustancial que ha suscitado el interés por parte de los medios. Precisamente un medio de comunicación, la televisión autonómica de Andalucía (Canal Sur TV), se interesó por esta novedad, y quiso conocer los pormenores del Registro a través de uno de nuestros compañeros. La sede central de Helvetia Seguros se convirtió en un plató improvisado, y el responsable de Riesgos Personales, Carlos Piñero, aclaró ante las cámaras todos los detalles de este nuevo instrumento de información.



patrocinios

De nuevo, con el baloncesto

La celebración del Eurobasket tuvo una interesante antesala en el Tour 3x3 Lanjarón, cuya final se celebró en las playas de Ayamonte. Una vez más, y en el marco de la colaboración que mantiene con la Federación Española de Baloncesto, Helvetia Seguros no quiso perderse esta iniciativa, de manera que contribuyó con su patrocinio a esta singular iniciativa que concitó el interés de ayamontinos, onubenses e incluso ciudadanos del a vecina Portugal. La final se celebró durante los días 3, 4 y 5 de septiembre, y a ella asistieron los 46 equipos que participaron en esta última fase (durante todo el torneo han participado casi 600 equipos). Además de numerosas autoridades locales, fue destacada la presencia de la jugadora internacional sevillana Isa Sánchez, que hizo un alto en su puesta a punto para el Eurobasket de Italia disputando el Torneo 3x3 Lanjarón en Ayamonte, junto a sus compañeras Arancha Sureda, del equipo de 1º División Femenina C. Náutico Sevilla y de Beatriz Rubio, la extremeña jugadora del Lusitania de Mérida, también de 1º División Nacional. Con este torneo, la sede sevillana del Eurobasket quiso sumarse a la celebración del Eurobasket 2007, y para ello contó con la colaboración inestimable de Helvetia Seguros, que de nuevo unió sus colores a los del baloncesto nacional.



Reconocimiento de la Peña Bolística Sobarzo

11

Ya son cuatro las ediciones que ha cumplido el Campeonato de Bolos de Sobarzo, y ya son cuatro los años que Helvetia Seguros lleva prestando su marca para el patrocinio de esta competición, que año tras año va afianzándose como una de las citas bolísticas ineludibles del calendario anual.

En esta ocasión, la competición se disputó el día 24 de jilio, en la Bolera La Tapia de Sobarzo. Participaron 600 personas, y finalmente el primer premio recayó sobre Rubén Haya. Los ocho primeros clasificados obtuvieron obsequios, cuya entrega fue presidida por José María Paagman, consejero delegado de Helvetia Seguros, Pe-

dro Arnáiz, director regional, Félix Ruiz, de la agencia Ruiz Barroso de Santander, y Antonio Arce, vocal de la Federación Española de Bolos. La fiesta de entrega estuvo amenizada por la "Ronda Amigos de Herrera", y en esta ocasión, la Peña Bolística Sobarzo quiso reconocer el apoyo prestado por nuestra compañía haciendo entrega a José María Paagman de una Placa de Honor. Como explico el presidente de la Peña, Carlos López, esta placa fue concedida por su Junta Directiva del día 20 de julio "por la aportación de Helvetia Seguros al mundo de los bolos, así como por la continuidad demostrada en su patrocinio".



patrocinios



Reválida para el Écija Balompié

Helvetia Seguros ha revalidado su compromiso de patrocinio con el Écija Balompié, que tantas buenas noticias dio al deporte astigitano durante el pasado año. La renovación se ha realizado por cuatro temporadas, y entre las novedades de esta "reválida" se encuentra la creación de una nueva equipación que luce el nombre y el logotipo de Helvetia Seguros.

La firma del convenio se produjo a mediados de julio en la sede de Helvetia Seguros, en la que participaron, junto a los directivos de nuestra compañía, algunos pesos gordos del club, también históricos del fútbol hispalense. Así, estuvo presente en el acto Rafael Gordillo, en calidad de vicepresidente del Club, y Roberto Ríos, en calidad de director general.

La marca de Helvetia Seguros aparece ya en la parte frontal de las camisetas del Écija, tanto en las oficiales como en las de entrenamiento, así como en las de los equipos de categorías inferiores.

Durante la presentación a los medios del convenio, el director de Marketing de Helvetia Seguros, Javier García, destacó que el convenio con el Écija es el "acuerdo de esponsorización más importante de la compañía a un club deportivo a nivel nacional". Por su parte, el director general del Club, Roberto Ríos, resaltó que la confianza de Helvetia Seguros aporta "más estabilidad económica al Écija Balompié".

Esperemos que, como el pasado año, cuando el Écija se enfrentó en la Copa del Rey contra el Real Madrid, la imagen de Helvetia Seguros pueda llegar a todos los rincones de España desde el pecho de los jugadores del equipo sevillano. Todas las alegrías que este pujante club serán también alegrías para nuestra compañía.

Renovación de un patrocinio afortunado

Si hay algún patrocinio que nos ha dado grandes alegrías en los últimos años, ese ha sido el A. Lobelle de Santiago FS, el equipo de balonmano gallego que ya luce en sus vitrinas títulos como la Copa de España o la Recopa de Europa. En septiembre, nuestra compañía ha renovado el patrocinio de este equipo por dos años más. En un acto celebrado en Santiago de Compostela, al que acudieron, en representación de Helvetia Seguros, Francisco Javier García, director de marketing de Helvetia Seguros, Enrique Herrera, responsable del departamento de comunicación y publicidad, y Alejandro Gómez Ulla, delegado de Helvetia Seguros en la provincia de A Coruña, el presidente del Lobelle de Santiago FS, José Antonio Lobelle, agradeció el apoyo de nuestra compañía al club. "Cuando pocos patrocinadores creían en nuestro equipo —explicó—, Helvetia Seguros apostó por nosotros y desde ese momento ha ido aumentando su presencia en nuestro equipo. Con ellos ganamos la Copa de España y la Recopa de Europa y esperamos que podamos seguir ofreciéndole más éxitos. Para nosotros es de agradecer además que Helvetia firme un patrocinio por dos años ya que consideramos que en deporte, los patrocinios de larga duración son los que obtienen un mejor retorno."

Al término del acto, José Antonio Lobelle entregó a Francisco Javier García una réplica de la Recopa de Europa en agradecimiento al apoyo ofrecido en los últimos años por Helvetia Seguros



patrocinios



13

Dos años más con el Anaitasuna

También durante el mes de septiembre se ha materializado la renovación del patrocinio de la Sociedad Cultural Deportivo-Recreativa "Anaitasuna", el equipo pamplonés de balonmano que milita en la Liga de División de Honor B. Este patrocinio se ha renovado por dos años más, lo que significará que el equipo seguirá luciendo el logotipo de nuestra aseguradora en el frontal de sus camisetas. El convenio fue suscrito por Javier García, director de Marketing de Helvetia Seguros, y por Javier Labayru, presidente de la Sociedad Deportiva Anaitasuna. El primero explicó que el nuevo convenio de patrocinio mejora sustancialmente los términos económicos de la colaboración, "lo que es el mejor indicador del grado de satisfacción de nuestra compañía con el apoyo a este equipo". Por su parte, el presidente de la Sociedad mostró su satisfacción por la firma del acuerdo, poniendo en valor la garantía que supone para el equipo contar con un patrocinador de tanta altura como Helvetia Seguros.

Gracias a este patrocinio, Helvetia Seguros obtuvo

una notable repercusión durante el partido que enfrentó a las selecciones de España y Alemania, en el homenaje por la celebración del quincuagésimo aniversario de la sección de balonmano de este club. El encuentro fue retransmitido por Canal 6, por lo que fue seguido por multitud de aficionados, que tuvieron muy presente a lo largo del encuentro los colores de nuestra compañía.



FORMACIÓN

Helvetia refuerza su apuesta por la formación continua

La actividad estival de Helvetia Seguros muestra un refuerzo en la apuesta por la formación de la compañía, con cursos dedicados al inicio de actividad, al fraude y a las nuevas tecnologías.

En concreto, del 25 al 27 de junio se han desarrollado seis acciones formativas sobre fraude, dirigidas al personal de los Centros de Servicio de Sevilla, Madrid y Pamplona. El objetivo de estas iniciativas, de 18 horas de duración e impartidas por Antonio Soto, residía en incidir en la importancia de la detección del fraude en la tramitación de siniestros y profundizar en los comportamientos de actuación frente al fraude y frente al posible defraudador.

Por otra parte, la primera edición del curso de Inicio de Actividad en Seguros, dirigido a asesores comerciales, se impartió del 4 al 7 de septiembre en la sede social de Helvetia Seguros. En esta iniciativa participaron ocho asesores de reciente incorporación, de los que seis eran de otras nacionalidades y residentes en España, pertenecientes a las sucursales de Alicante Sur, Fuengirola, Barcelona, Madrid A, Madrid B y Madrid C. Con esta iniciativa se quería dar a conocer el mercado asegurador español y poner en contacto distintas formas de percepción y trabajo, en el marco de las estrategias para penetrar en los mercados extranjeros, fijadas en el Plan Estratégico de Helvetia 2007/2010.

Por último, el 6 de septiembre se desarrolló un curso de formación para 14 agentes pertenecientes a la sucursal de Orense. La acción formativa se centró en la herramienta informática B2B y fue impartida por los administrativos y el director de la sucursal, enmarcándose en los planes de formación continua establecidos para los agentes.



E-learning para agentes exclusivos

La teleformación y la aplicación de las nuevas tecnologías cala en la estrategia formativa de Helvetia Seguros. Para cumplir la Resolución de la DGSFP de 28 de julio de 2006 relativa a los planes de formación, dictada al amparo de la Ley 26/2006 de mediación de seguros y reaseguros privados, la compañía desarrollará los cursos necesarios a través de la nueva plataforma E-Learning, que permite a los agentes recibir la formación a distancia. Con ello, Helvetia da cabida a la formación que la disposición legal requiere para el acceso a la actividad de agentes exclusivos.

Este tipo de cursos, que flexibilizará el acceso a los distintos módulos en función de las expectativas del agente o agencia exclusivos, contempla los ramos de Salud, Personales y Empresas, además de un epígrafe sobre Teoría General, Autos y Particulares.

Este curso, que puede realizar desde el domicilio o en las sucursales de la compañía, se dirige a cualquier agente o agencia que se inicie en la actividad aseguradora, con independencia de se trate de un agente Plan de carrera, extranjero residente en España o de otro tipo.

Actualidad del Seguro

Solvencia II modernizará el negocio del seguro

La Comisión Europea presentó, el pasado 10 de julio, la propuesta de Directiva de Solvencia II, un nuevo marco regulador diseñado, por el Ejecutivo Comunitario, para garantizar que las aseguradoras europeas tengan la solvencia suficiente como para asegurar la protección de sus clientes. El nuevo marco, que entrará en vigor en 2012, supone una mejora de la protección de los consumidores así como la modernización de la supervisión y la integración de las aseguradoras europeas en un mercado único, para garantizar la competitividad internacional.

Con esta propuesta se pretende que las aseguradoras consideren todos los posibles riesgos que puedan correr sus clientes, para fijar los criterios de solvencia. Asimismo, se creará la figura de un 'supervisor de grupo' que asegure el control del conjunto de aseguradores al que pertenezca.

Solvencia II representa una oportunidad para profundizar en el conocimiento del negocio asegurador y para aprender a gestionarlo mejor. Esta propuesta avanza con el firme propósito de simplificar el entorno regulador, sustituyendo las 14 directivas actuales. La propuesta, que pasa a consideración del Parlamento Europeo y el Consejo, quiere sustituir, según la Comisión, el sistema vigente de carácter fragmentado, con más de 30 años de antigüedad y que obstaculiza el mercado del seguro, con el objetivo de aportar integración y modernización.

La reforma de la RC de Autos incrementa la protección de las víctimas y asegurados

El pasado 11 de agosto entró en vigor la nueva norma que modifica la Ley sobre Responsabilidad Civil y Seguro en la Circulación de Vehículos a Motor y el texto refundido de la Ley de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados. Con esta variación del corpus legislativo, el Estado pretende ofrecer más protección a las víctimas de accidentes de tráfico y a los asegurados, incrementando las obligaciones de las entidades aseguradoras.

Las modificaciones principales que incluye esta nueva Ley se refieren a la ampliación de la cobertura del seguro obligatorio, que alcanzará los 70 millones de euros por daños a las personas y 15 millones tanto por perjuicios a bienes como por siniestro. Este volumen económico responde a la enmienda presentada por CIU cuando la modificación del texto legal se estaba tramitando en el Senado. Asimismo, la reforma impone como obligatoria para las empresas aseguradoras, la expedición del certificado de antecedentes de siniestralidad, al igual que obliga a las mismas a presentar una oferta motivada de la indemnización o una respuesta motivada. Igualmente, la reforma también dispone la limitación

de las posibilidades de repetición por el asegurador sobre el tomador o asegurado y el establecimiento de medidas en caso de incumplimiento de la obligación de aseguramiento. Las sanciones pueden referirse al depósito o precinto del vehículo con cargo a propietario o a la aseguradora, dependiendo de las condiciones de la póliza. Por último, y respondiendo a las enmiendas presentadas en el Senado por PSOE y PP, las compañías se ven obligadas a presentar a los asegurados, cada tres meses, un informe sobre la marcha de sus indemnizaciones. Según responsables políticos, esta reforma supone una mejora sustancial de la Ley, ya que se le ha dado forma siguiendo el modelo imperante en los países europeos que han aplicado la directiva comunitaria.

España sigue entre los diez primeros en el mercado mundial de seguros

Cada español se gasta anualmente, por término medio, 480 euros en pólizas correspondientes a seguros de vida y 636 euros en las de no vida. Estos datos sitúan a España en el puesto 10 del mercado mundial de seguros, según la información del informe sigma/SWISS RE de 2006. La situación española representa el 1,77% del mercado total, que supone una cantidad de 48.498 euros de ingresos por primas. La cuota española ha experimentado un leve incremento del 0,01% en comparación con 2005. Asimismo, la situación aseguradora por la que atraviesa España la sitúa en el puesto decimosexto de los seguros de vida, ya que alcanza una cuota de mercado del 1,28%. El 2,48% que le corresponde por los seguros de no vida hace que le corresponda el octavo lugar en este sentido. España se mantiene entre los diez países que mayor protagonismo tienen en el mercado de seguros a nivel mundial. Se pasa a hablar de la posición número 24 cuando se hace referencia al ranking de primas per cápita. De media, el gasto medio per cápita en nuestro país fue de, aproximadamente, 1.116 euros. No obstante, esta última cifra triplica la media mundial, situada en poco más de 400 euros.

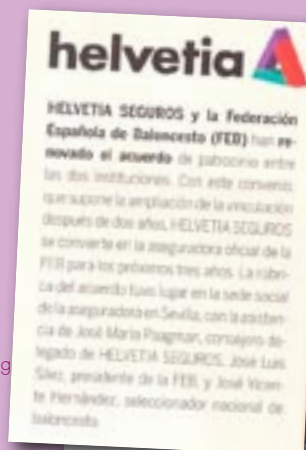
Más del 16% de la población española sobrepasa los 65 años

En España residen 7,3 millones de personas mayores, lo que se traduce en el 16,7% de la población total. Estos son los principales datos que se pueden extraer del informe 'Las Personas Mayores en España 2006' y la 'Encuesta de Condiciones de Vida de las Personas Mayores 2006', presentado por la secretaria de Estado de Servicios Sociales, Familias y Discapacidad, Amparo Valcarce. Mientras que Castilla y León, Asturias, Galicia y Aragón son las Comunidades más envejecidas, Islas Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla son las que registran una media más joven.

Helvetia Seguros, al día

El verano del Eurobasket, desde la óptica de la actualidad de Helvetia Seguros, ha estado marcado por la renovación del acuerdo de patrocinio entre la compañía aseguradora y la Federación Española de Baloncesto. Helvetia Seguros se convierte así en la aseguradora oficial de la Federación nacional de este deporte en los próximos tres años.

Actualidad Aseg
Julio 2007



Basket FEB
Agosto 2007



Aseguradora
Julio 2007



Mediadores
de Seguros del
Siglo XXI
Julio 2007

Diario de Sevilla
Julio 2007



Mercado Previsor
Julio 2007



Segunda B El Écija lucirá una nueva equipación

El Écija Balompié llevará una nueva equipación con el nombre de Helvetia tras la firma de un acuerdo de patrocinio por cuatro temporadas con la aseguradora.



ABC
Septiembre 2007

Estadio Deportivo
Julio y septiembre 2007

La apuesta de Helvetia Seguros por el fomento del deporte está plasmada también en acontecimientos recientes como la firma de un nuevo acuerdo con el Écija Balompié y la presentación de las nuevas equipaciones del equipo astigitano, con presencia del vicepresidente del Club, Rafael Gordillo, entre otros asistentes. También cabe destacar la presentación del defensa Francisco Javier Campos, refuerzo en la plantilla del Écija.

Expansión
Septiembre 2007



Las sucursales de Helvetia Seguros también han tenido eco en los medios de comunicación. Sirvan como ejemplo la inauguración de la nueva sede de Vitoria o las entrevistas realizadas a José Enrique Mosquera, delegado en Santiago de Compostela, y la entrevista a Eduardo Abalos, director de la sucursal de Ciudad Real.

El Correo Gallego
Junio 2007

La Tribuna de Ciudad Real
Mayo 2007



Alerta
Julio 2007

El IV Concurso Nacional Seguros Helvetia de bolos también ha tenido repercusión en medios de comunicación como El Diario Montañés, el pasado mes de julio, destacando el compromiso de la compañía aseguradora con las disciplinas deportivas más variadas. A esto hay que sumar, por otra parte, la firma del contrato de patrocinio para dos años entre Helvetia Seguros y Anaitasuna, además de la presentación oficial de la plantilla del equipo pamplonés de balonmano. Por otra parte, hay que señalar el apoyo a Los Diablos Rojos, equipo de la Asociación Provincial de Disminuidos Psíquicos y Prominúvalidos de Jaén.

Diario de Navarra
Septiembre 2007



Jaén
Mayo 2007

ENTREVISTA



JAIME SAMARTINO, DIRECTOR DE LA
SUCURSAL DE ASTURIAS



JOSÉ LUIS BILBAO, RESPONSABLE
DE CONTABILIDAD FINANCIERA
EN MADRID

18

“Con gran satisfacción
he visto cómo ha ido
creciendo Helvetia con
paso firme y seguro”

“Somos una compañía
moderna, joven, dinámica,
que crece, a la altura de
las más grandes”

Jaime Samartino y José Luis Bilbao protagonizan este mes este ‘coro a dos voces’, una entrevista que refleja el día a día de la actividad de estos dos profesionales, que realizan su labor en la sucursal de Asturias en la sede de Helvetia Seguros en Madrid. Con su opinión nos adentramos en la actividad de esta compañía aseguradora en la Comunidad asturiana y en la labor de contabilidad financiera, así como en la evolución de Helvetia

¿Cuáles son, en su opinión, las fortalezas y ventajas competitivas de Helvetia en el sector del seguro?

Sin duda alguna, nuestra calidad de servicio, que se encuentra a un gran nivel propiciado por la cercanía con nuestros mediadores y clientes, no sólo por la presencia física de la compañía repartida por toda la geografía, sino también por el trato personalizado dispensado a los asegurados de Helvetia, en el cual tiene mucho que ver la gran profesionalidad de todo el personal de esta compañía aseguradora repartido por sus distintos departamentos.

En primer lugar, Helvetia está integrada por un excelente equipo humano, con una gran profesionalidad y formación y conocedor del sector, lo cual constituye una gran fortaleza. Y, en segundo lugar, nuestra compañía siempre se ha caracterizado por ofrecer un servicio personalizado, próximo y cercano a clientes y mediadores, un servicio de calidad, lo cual, también, constituye uno de nuestros grandes valores. Ambas fortalezas suponen un importante aval en el sector.

RADIOGRAFÍA PERSONAL

Jaime Samartino

Un sueño por cumplir: Me hubiera gustado estudiar música y aprender a tocar algún instrumento.

Un momento para recordar en Helvetia: El viaje de incentivos realizado a Nueva York, si no recuerdo mal, en la primavera de 1998.

Una meta profesional: mejorar cada día en mi trabajo intentando superar todos mis objetivos.

Un viaje pendiente: entre los muchos que me gustaría realizar, de momento me conformaría con un crucero por las Islas Griegas.

Lo mejor de volver de vacaciones: el recuerdo de haberlas disfrutado.

La mejor compañía: la de mi mujer y mi hija.

Una obra de arte imprescindible: El Acueducto de Segovia, imprescindible hace dos mil años para la conducción de agua hacia la ciudad y que aún ha cumplido con esa función hasta nuestros días.

Una sugerencia para deleitar el paladar: un poco de queso de Cabrales acompañado de una buena sidra.

Un libro y/o película para recomendar: "Del paro al ocio" de Luis Racionero.

Un lema en la vida: El triunfo no está en vencer siempre, sino en nunca desanimarse.

José Luis Bilbao

Un sueño por cumplir: Ver a mis hijos felices y realizados cuando yo ya sea mayor

Un momento para recordar en Helvetia: La primera vez que fui a St.Gallen (Suiza)

Una meta profesional: Hacer mi trabajo lo mejor posible

Un viaje pendiente: Cualquiera, siempre que sea para disfrutar con mi familia y recargar pilas

Lo mejor de volver de vacaciones: Volver a la vida cotidiana para bajar los kilitos que sobran

La mejor compañía: Mi mujer y mis hijos

Una obra de arte imprescindible: No hay obras de arte imprescindibles. Te gustan o no.

Una sugerencia para deleitar el paladar: Bacalao a la Vizcaina

Un libro y/o película para recomendar: Hay varios. El que estoy leyendo en este momento es el "libro de la buena suerte"

Un lema en la vida: Mirar siempre al futuro y del pasado recordar los buenos momentos y aprender de los malos

¿De qué modo han visto crecer la compañía desde que ingresaron en ella?

Con gran satisfacción, he visto cómo Helvetia ha ido creciendo con paso firme y seguro hasta colocarse en una buena posición entre los grandes grupos aseguradores de este país, sin deshumanizarse y sin llegar a perder ese carácter entrañable que produce la excelente relación personal existente entre todos los que formamos parte de esta compañía, como si de una gran familia se tratara.

Hemos pasado de ser una compañía más o menos tradicional a ser una empresa moderna, joven, dinámica, que crece, que se anuncia, patrocinadora de eventos importantes, integrada en un gran grupo y a la altura de las más grandes. Han sido unos años en los que hemos vivido dos integraciones, en un periodo que ha pasado prácticamente sin darnos cuenta y que han supuesto cambios muy positivos.

Ambos tienen experiencia laboral en otros sectores como el agroalimentario. ¿Por qué motivos se decantaron por la actividad aseguradora, en la que desempeñan su profesión hoy?

Me inicié en el sector asegurador de forma casual, tras una breve interrupción en la que estuve trabajando en Argal y Gestetner. Entonces ya tenía claro que el seguro era lo que de verdad me gustaba. A diferencia de la agroalimentación, donde el producto tiene gran demanda, prácticamente está vendido de antemano y sólo hay que luchar por defender la marca, en el seguro la relación con el cliente es más profesional y uno se siente parte de la importante labor social de cubrir necesidades a personas que, si no fuera por nuestro asesoramiento, dejarían estos temas para otro momento, a riesgo de sufrir cualquier contratiempo.

Después de acabar mis estudios, empecé a trabajar en la empresa Coca Cola en Madrid, donde tuve una experiencia laboral muy positiva. Pero en aquella época quise volver a mi tierra y entre las posibilidades que se me presentaron para ello, estaba la compañía La Vasco Navarra, que fue la que me dio esta oportunidad. Me satisfacía enormemente el trabajo que realizaba allí y no pensé nunca ni en cambiar de sector ni de compañía y desde entonces he seguido la evolución en Helvetia hasta hoy. Paradojas de la vida, con el tiempo he vuelto a trabajar a Madrid, donde empecé y donde actualmente estoy muy contento.

ENTREVISTA

Jaime Samartino

La música, el cine, los viajes y el deporte son las aficiones de Jaime Samartino, director de la sucursal de Helvetia Seguros en Asturias desde 2004. De todas formas, este directivo asturiano confiesa no disponer de mucho tiempo libre, que dedica a su familia y a la práctica del senderismo.

Este directivo asturiano, casado y padre de una niña, es diplomado en Ciencias Empresariales y comenzó su andadura profesional en Santa Lucía en 1985, para pasar más tarde a Seguros La Estrella, donde trabajó como inspector comercial durante cinco años y dos años más como director en esta misma compañía.

Su trayectoria profesional también alude al sector de la alimentación y al mundo de la ofimática, trabajando en Argal y Gestetner hasta su incorporación en Cervantes Helvetia, en 1996, como inspector.

¿De qué modo han crecido profesionalmente al trabajar en Helvetia?

Mi paso por Helvetia coincide con la etapa de mayor número de cambios, fusiones y reestructuración en el sector asegurador, lo que ha provocado que mi trabajo se haya realizado con mayor exigencia y dedicación, contribuyendo en gran medida a mi desarrollo profesional. A excepción de los conocimientos adquiridos en experiencias anteriores que en algo han podido contribuir a mi formación, puedo decir, que todo lo que he llegado a ser profesionalmente se lo debo, fundamentalmente, a Helvetia.

Helvetia me ha formado y me ha enseñado todo lo que sé de seguros. Es la compañía en la que he madurado profesionalmente y donde he tenido la oportunidad de desarrollar mi carrera profesional. He trabajado en varias sucursales, donde he conocido a muchos compañeros, mediadores y clientes. Y, por otra parte, he vivido las dos integraciones, que profesionalmente han sido muy positivas y llevo unos años en el área financiera, en la cual he aprendido muchísimo y lo sigo haciendo día a día.

Desde su experiencia, ¿qué importancia concede Helvetia a la formación y al trabajo en equipo?

En Helvetia es de suma importancia mantener un programa de formación no sólo para empleados, sino sobre todo para transmitir a nuestros agentes cuanto deben saber para estar al día, asesorar a los clientes, tratar de marcar la diferencia con respecto a la competencia y conseguir una mayor profesionalización. En cuanto al trabajo en equipo, es fundamental para poder avanzar en una misma dirección. Aquí todos tenemos un objetivo común y no sería posible alcanzarlo sin una buena labor de conjunto.

En el área financiera, la formación y el trabajo en equipo son fundamentales. Son la base para poder llegar a los objetivos marcados, realizar un trabajo de calidad y desarrollar e implantar los proyectos en los que se está inmerso. Pienso que el trabajo en equipo lleva a éxito de todos y por ello es esencial la aportación y la implicación de todos con un objetivo común. Tengo la gran suerte de contar con unos compañeros en el departamento que forman un gran equipo.

¿Hacia dónde apunta el futuro del sector asegurador?

Por una parte, todo parece indicar que las concentraciones de compañías se han de seguir produciendo en busca de mayor reducción de costes y mejor competitividad. Por otro lado, decían que internet revolucionaría el sector y que los clientes harían uso de esta nueva herramienta para contratar seguros. Sin embargo, sigo creyendo en la figura del mediador, que seguirá siendo el principal medio de comercialización de nuestros productos. No debemos olvidar que el contrato de seguro se sustenta en la confianza y eso hoy sólo está garantizado por una buena relación personal entre mediador y cliente.

El sector asegurador lleva un tiempo inmerso en un proceso de continuos cambios. Se trata de un mercado cada vez más globalizado y competitivo en el que se están produciendo fusiones y absorciones que están llevando a la concentración de las compañías en grandes grupos aseguradores. En este competitivo sector del seguro, las compañías debemos potenciar y fortalecer las ventajas que nos distinguen del resto para ofrecer a nuestros mediadores y clientes un servicio cada vez más eficaz, rápido y de calidad.

Ambos tienen cargos de responsabilidad en la compañía. ¿Qué les aporta el desempeño de esta función directiva?

Me produce una gran satisfacción el saber que el desempeño de este cargo lleva implícito el reconocimiento de mis superiores hacia mi persona y hacia mi trabajo y que depositan su confianza en mí para que pueda seguir realizando las tareas para conseguir los mejores resultados posibles para la empresa. Al mismo tiempo esto supone una gran responsabilidad y un continuo afán por conseguir los objetivos fijados para no defraudar esa confianza.

En primer lugar, me aporta satisfacción y orgullo por el hecho de trabajar con unos compañeros que forman un gran equipo y que son muy buenos profesionales. Por otra parte, también me proporciona satisfacción y orgullo por el trabajo bien hecho del equipo y por haber alcanzado los objetivos y las metas que hemos debido cumplir en cada momento. Y por último, personalmente, siento satisfacción por haber madurado profesionalmente.



¿Cómo han visto evolucionar la apuesta por la innovación en Helvetia?

De una manera muy positiva. La introducción de continuas mejoras en sistemas de información, procedimientos, aplicaciones y productos ha supuesto un importante avance en nuestra compañía, que nos permite facilitar un servicio de mayor calidad a nuestros asegurados, estar en línea con las mejores compañías del mercado y dotar a nuestros Agentes de las herramientas más modernas para ayuda de una mejor administración de su tiempo y, en definitiva, para que puedan realizar mejor su trabajo.

Si echamos la vista atrás y lo comparamos con el momento actual, vemos que la innovación aquí ha sido muy importante y positiva desde todos los puntos de vista. La evolución ha sido rápida y hemos pasado de formas de trabajar, más o menos tradicionales, a la modernidad y al mundo de la tecnología, en el que disponemos de toda la información que queremos y como la queremos, porque los procesos lo permiten. Esta apuesta ha dado resultados claramente visibles y eficaces en pocos años.

En un mercado cada vez más globalizado, ¿qué ventaja tiene trabajar para un gran grupo asegurador?

La ventaja de poder aprovechar mejor los recursos, posibilitar la reducción de costes y estar en condiciones de ser mucho más competitivos. Un claro ejemplo lo tenemos a raíz de la implantación de la nueva marca para todo el grupo Helvetia, con lo que la inversión realizada en publicidad en otro país europeo puede ser aprovechada por el resto de las compañías del grupo, como ya hemos tenido ocasión de comprobar.

En un sector de gran competencia como éste, no cabe ninguna duda que trabajar para un gran grupo como Helvetia es, bajo todo punto de vista, un importante aval. Da seguridad y confianza al equipo humano, mediadores y clientes, y por otra parte, la capacidad de respuesta, la eficacia del trabajo y la calidad del servicio son muy superiores.

¿Cuáles son, a su entender, las claves de la motivación en Helvetia?

En primer lugar, el saber que nos encontramos integrados en un gran grupo con unos objetivos claros y bien definidos. En segundo lugar, el factor humano de nuestra compañía tiene mucho que ver, destacando una excelente relación personal a todos los niveles entre los que formamos parte de esta gran familia. A esto habría que añadir la profesionalidad y poder contar con los medios para dar un servicio de calidad a nuestros mediadores y clientes.

Los valores de la compañía, la confianza, el dinamismo y el entusiasmo. Pienso que se trata de unos valores muy positivos que ayudan a lograr metas, que motivan y que transmiten buenas vibraciones al equipo humano, a los mediadores y a los clientes.

José Luis Bilbao

El tiempo con los amigos, la familia y la música, además del placer de caminar ocupan las aficiones de José Luis Bilbao.

Este directivo, responsable de Contabilidad Financiera en Madrid, ingresó en Helvetia en 1990 como jefe de Administración y Sistemas en el País Vasco y ocupa su cargo actual desde 2001.

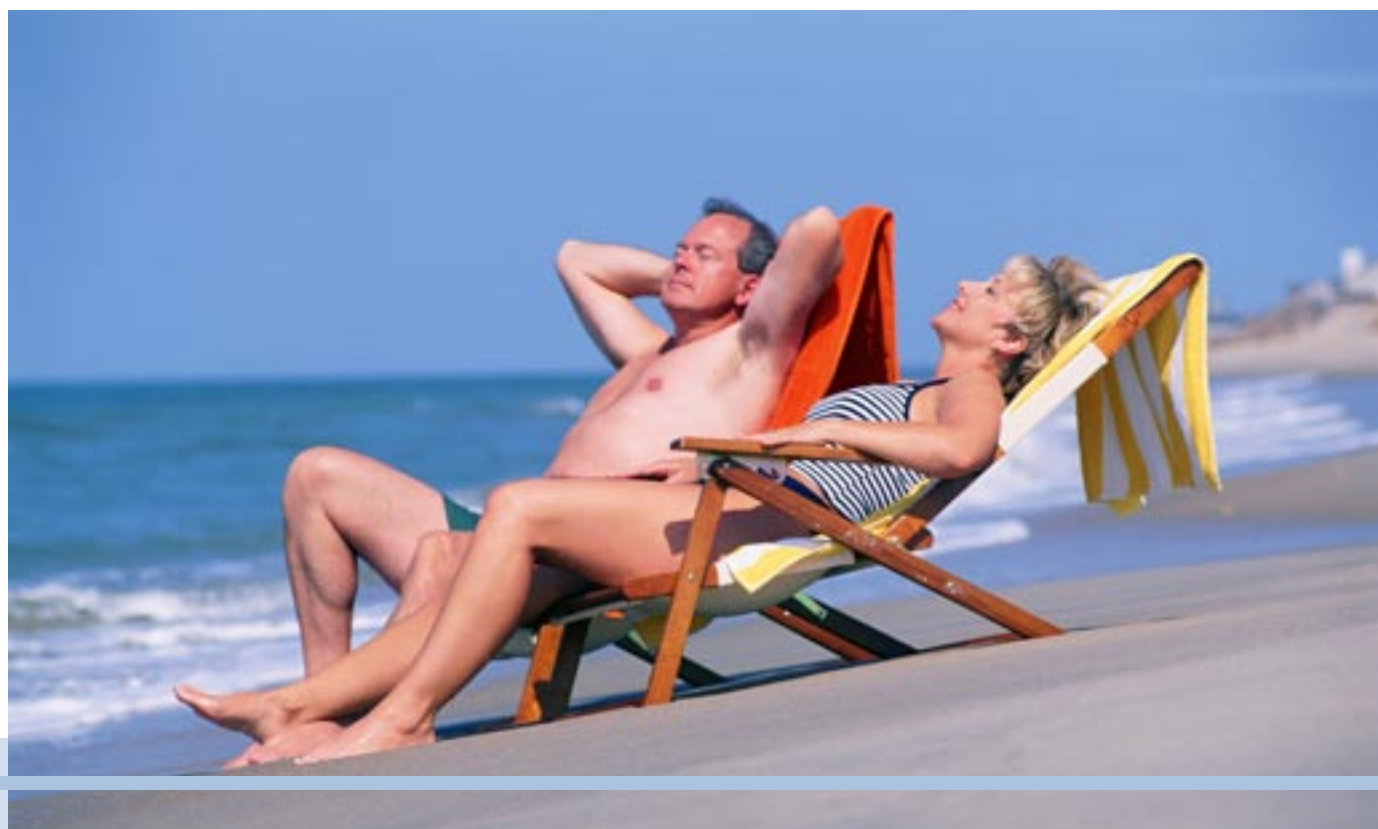
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, José Luis Bilbao nació en Sopelana, en la provincia de Vizcaya, está casado y tiene dos hijos. Su experiencia laboral previa alude a la firma Coca Cola en Madrid.

REPORTAJE



A la conquista del mercado de los **Planes de Ahorro**

La entrada de Helvetia Seguros en el mercado de los PIAS (Planes Individuales de Ahorro Sistemático) refuerza su apuesta por la innovación y por un servicio cada vez más próximo al cliente, acorde con las últimas tendencias del sector.



Helvetia Seguros amplía su gama de ahorro al lanzar su PIAS, un seguro de vida para particulares, en línea con el tipo de producto asegurador creado a partir de la nueva Ley del IRPF, en vigor desde el presente año.

El objetivo de este tipo de productos reside en impulsar el ahorro finalista y ofrecer un tratamiento fiscal muy beneficioso si se cobra la prestación en forma de renta vitalicia.

El PIAS de Helvetia garantiza el riesgo de fallecimiento y brinda una destacada ventaja en el ámbito fiscal, consistente en que están exentos todos los rendimientos generados durante la fase de constitución del capital y, además, la percepción de la renta goza de las reducciones fiscales correspondientes a las rentas vitalicias.

En cuanto a su duración vitalicia, cabe destacar que se divide en dos fases. La primera, de ahorro, supone la constitución de un capital que se transformará en renta vitalicia a partir del inicio de la segunda fase, de percepción de la renta.

Para poder gozar de ventajas fiscales, es necesario que la fase de ahorro tenga una duración superior a 10 años, que el importe de prima anual pagada cada año no supere 8.000 euros, así como que el total de primas pagadas no supere la cifra de 240.000 euros. Por otra parte, este Plan de Ahorro requiere que el tomador del seguro, el asegurado y el beneficiario sean la misma persona, excepto para el caso de fallecimiento.

Opciones de contratación

Para una mayor comodidad y flexibilidad, Helvetia Seguros ofrece dos opciones de contratación en esta gama: Helvetia PIAS y Helvetia PIAS Activo.

Helvetia PIAS va dirigido a aquellos asegurados que deseen tener garantizado un capital desde el inicio del contrato, además de la participación en beneficios que pueda obtener. En caso de fallecimiento, la compañía garantiza la devolución de las primas pagadas más la participación en beneficios obtenida hasta ese momento.

REPORTAJE



Con estos productos, Helvetia completa su gama de Ahorro finalista con una atractiva oferta dirigida a particulares, acorde con las tendencias más actuales que imperan en el sector financiero y asegurador.

RENTABILIDAD HISTÓRICA

La rentabilidad histórica del fondo de inversión Fondonorte FI, ligado al producto Helvetia PIAS Activo, es la siguiente, con fecha del pasado 30 de junio:

	6 meses	1 año	3 años	5 años
FONDONORTE F.I.	3.27	8.72	22.6	33.54

Además este producto proporciona flexibilidad en la contratación de las primas, constantes o crecientes, pudiendo realizarse aportaciones extraordinarias. Asimismo goza de valor de rescate transcurrido el primer año, sin penalización alguna.

La otra opción de contratación que lanza la compañía aseguradora en esta gama es el producto Helvetia PIAS Activo, dirigido a aquellos asegurados que prefieran asumir un grado de riesgo, con el fin de tener la posibilidad de obtener una rentabilidad más elevada. Esto se consigue al ligarla a la evolución de los resultados del Fondo de inversión de renta mixta fija, Fondonorte FI, que ha obtenido en los cinco últimos años sendos premios Expansión Standard & Poor's en su categoría a tres años.

Helvetia PIAS brinda una total flexibilidad en el pago de primas, tanto en su importe, periodicidad, crecimiento, etc., además de gozar de rescate parcial y rescate total.



¡¡ Participa !!

Sección de participación interna

¡PINTA TUS VACACIONES!

El mar y la familia son los protagonistas del dibujo ganador del concurso *Pinta tus vacaciones* de Helvetia Seguros. **Clara**

María Álvarez Calderón, de seis años, es la autora de esta imagen que nos recuerda los días de playa del verano.

La ganadora de este concurso de dibujo es hija de un agente de Helvetia Seguros de la localidad gaditana de Olvera, José Álvarez Rayas.

Muchas gracias a todos los participantes y sus familias. ¡Ánimo! Ya estamos preparando el próximo concurso.



en buena compañía con...

José Manuel Cárdenas Vargas
Director de fábrica de La Canasta

José Manuel Cárdenas pertenece a un grupo empresarial de carácter familiar que conjuga una marcada experiencia en el sector de la alimentación, con una visión innovadora de futuro. La Canasta es el sello de este consolidado proyecto, con unos 25 años de solera en el empresariado andaluz y que es cliente de Helvetia Seguros. Nos habla ahora de la importancia de la seguridad en su negocio, desde la dirección de fábrica del grupo que regenta su padre, Antonio Cárdenas Martínez, que a su vez trabajó desde muy joven con José Cárdenas, su progenitor, en una panadería del histórico barrio de la Trinidad, en Málaga. Panificadora El Bambi y La Canasta Boutique del Pan son algunas enseñas de este grupo andaluz que ha diversificado su actividad abarcando el ámbito de la cafetería y pastelería, confiando en los servicios de Helvetia Seguros.

26

“La atención personalizada diferencia a Helvetia de las demás compañías”



Como cliente de Helvetia, ¿qué valora de los servicios que proporciona esta compañía aseguradora?

La atención personalizada, que la diferencia de las demás. Por lo general, considero que tengo las mismas quejas que el resto de los usuarios de compañías de este tipo, aunque en la solución de dichas quejas siempre está detrás alguna persona responsable de la compañía, que suele ser un agente.

¿De qué modo contribuye Helvetia a la protección de su empresa?

La compañía nos da protección en todos los sentidos, tanto particulares como personales. Atiende al grupo de empresas e incluso a nivel personal a algún que otro de los 80 empleados de nuestro grupo empresarial. Son unas 50 personas en fábrica y el resto repartidores, comerciales, administrativos, etc.

La Canasta es una firma de prestigio en el sector de la panadería y pastelería en Málaga. ¿Cómo ha evolucionado esta actividad productiva y cómo se ha ido adaptando a las nuevas demandas del mercado?



Desde que mi padre y mi abuelo se dedicaban a esta actividad, el sector ha evolucionado de una forma importante. En principio el consumidor necesita pan como un alimento básico en su dieta y las empresas se dedican a producirlo. Más adelante se modifican los hábitos alimenticios y la sociedad comienza a cambiar las cantidades de pan que se consumen, a solicitar diferentes tipos de pan, otras medidas de pasteles, etc. Incluso se hace de la hora de la compra una hora de relax y se adapta el negocio para que se pueda desayunar en el mismo local, etc. Poco a poco se ha ido adaptando el negocio a la demanda, cada vez más orientada a los productos de mayor calidad, mientras que la cantidad era más importante en las panaderías tradicionales.

¿De qué manera les ha protegido Helvetia en la diversificación de su negocio?

En todos los sentidos, ya que al igual que el resto, las compañías de seguro se han adaptado a los nuevos modelos económicos.

¿Cuál es el principal riesgo que tiene un grupo empresarial de estas características?

El riesgo de incendios es el más importante en nuestro negocio.

Helvetia ha lanzado recientemente una nueva gama de productos enfocados al comercio, en su línea de servicio a las empresas. ¿Qué opina sobre la adaptación de esta compañía a las necesidades de los empresarios?

Creo que es lo que lo que una gran compañía debe hacer.

¿Qué le pide a una compañía aseguradora para sentirse seguro en su actividad empresarial?

Claridad y lealtad. Un cliente que se precie no tiene otra obsesión que tener sus riesgos bien cubiertos y espera que no quede en entredicho cuando surge un siniestro. En general, se pide que los intermediarios sean cada vez más autónomos cuando surgen los siniestros.

Helvetia es una empresa comprometida con la sociedad y alimenta esta responsabilidad social con patrocinios deportivos y culturales, entre otras iniciativas. ¿Es un aspecto que valora de esta compañía?

Los patrocinios de Helvetia a nivel nacional son importantes, aunque nos gustaría que hubiese más participación en patrocinios provinciales de tipo comercial, como ferias y exposiciones.

ENTREVISTA

La herencia de un estilo profesional que se proyecta al futuro

AGENTES EN LA SUCURSAL DE HELVETIA EN AGENCIA SAN ROQUE (NAVARRA)



28

El traspaso de conocimientos de padres a hijos en el mundo del seguro y la adaptación a las necesidades del mercado es la seña de identidad de esta agencia navarra, integrada por dos veteranos, Fernando Uriaga y Fernando Zalba, y dos jóvenes profesionales, Ignacio Guerrero y Mikel Zalba. En esta entrevista desvelan, con una perspectiva evolutiva ofrecida desde Pamplona, las claves del sector en los últimos años y, desde un compromiso total con Helvetia, remiten a un presente de esfuerzo, para conseguir los mejores resultados a medio plazo

La tradición familiar está ligada a su condición de agente de seguros. ¿Qué aporta esta característica al ejercicio de su profesión?

Fernando Uriaga: Todos los agentes que integramos esta oficina somos segunda o tercera generación de aseguradores y hemos crecido en un ambiente familiar en el que era habitual oír hablar de seguros. Esto nos ha llevado a heredar también una forma de trabajo y convertirla es un 'estilo profesional' que los clientes valoran y que consiste en dar la mayor calidad posible a todas nuestras intervenciones como mediadores, sean de asesoramiento profesional, tratamiento de siniestros y demás cuestiones.

Ignacio Guerrero: Al ser hijo de un agente que trabajó durante casi 50 años en la compañía, aprendí desde muy niño a hablar con los clientes, ya que le acompañaba a mi padre en sus visitas. Aprendí a escuchar y, sobre todo, su voluntad de servicio y ayuda. Hemos trabajado juntos muchos años y la impronta de mi padre y de la compañía me ha marcado.

Fernando Zalba: No cabe duda que el hecho de haber nacido en una familia vinculada al mundo de los seguros te predispone a seguir los pasos de tus predecesores. Desde muy joven siempre oí hablar de seguros con la mayor naturalidad y eso hace que ames más esta difícil profesión y que, casi sin darte cuenta, te veas inmerso en ella. Ahora, el futuro es mi hijo Mikel, con él son cuatro las generaciones de Zalbas las que nos hemos dedicado a esta actividad.

Mikel Zalba: Evidentemente. De hecho, la mía es la cuarta generación de 'Zalbas' haciendo seguros. Para mí es una responsabilidad muy grande el saber que hay esa tradición familiar, y a la vez una motivación. Hemos trabajado juntos muchos años y la impronta de mi padre y de la compañía me ha marcado.



FERNANDO URTIAGA



FERNANDO ZALBA



IGNACIO GUERRERO



MIKEL ZALBA

¿Cuál es la enseñanza más útil que les han ofrecido en este trabajo?

F. U: Lo más útil y mejor de este trabajo es la relación con nuestros clientes. Es muy cercana y al final más que clientes son amigos, lo que hace, casi siempre, muy satisfactorio nuestro día a día. Con el paso de los años ves que es mucho más importante la calidad que la cantidad y esto nos lleva sin darnos cuenta a seleccionar al cliente que va a formar parte de nuestro día a día, con el objetivo de configurar una clientela de calidad y que aporte rentabilidad y valor añadido a nuestro negocio.

I. G: El trato con las personas de tú a tú, con honradez y seriedad.

F. Z: En esta profesión, el trato directo y personal con los clientes es fundamental. Tratamos con todo tipo de personas y de cada uno de ellos aprendes algo. Esta circunstancia hace que aprendas a tratar a los clientes y darles un trato personalizado, algo muy importante en estos tiempos que corren.

M. Z: Muchas, y la mayoría me las ha enseñado mi padre. Es una suerte tener a mi lado a "un maestro con tantos años de alternativa". Yo creo que cada día que pasa se aprende algo nuevo. Se trata de una profesión muy especial, puesto que vendemos confianza. A este respecto destacaría la constancia y seriedad a la hora de trabajar para obtener buenos frutos y la paciencia que hay que tener con muchas cosas relacionadas con este trabajo.

¿Cuáles son, a su entender, las cuestiones que definen la labor de un buen agente de seguros?

F. U: Dejando aparte la solvencia profesional, la paciencia es una de las principales virtudes que debe tener un buen agente de seguros, ya que como 'mediadores', nuestra tarea consiste en mediar entre la compañía y los clientes, tarea no siempre fácil, pero apasionante. Un buen agente de seguros tiene que saber que se es agente a tiempo completo, y que a lo largo de todo el día se encuentran posibilidades de ampliar nuestro negocio y es importante saber estar ahí.

I. G: Honradez y cercanía con los clientes, que además de clientes son amigos, ya que con el movimiento del mercado asegurador tenemos clientes fieles hasta la muerte. Por eso tenemos que tratarles lo mejor posible, ya que el 'boca a boca' en una ciudad como Pamplona es muy importante.

F. Z: En mi opinión la constancia es la virtud principal que debe tener un buen agente de seguros y no desanimarse jamás. Si además de constante eres sincero, honesto y serio, el éxito está garantizado.

M. Z: Sobre todo seriedad, claridad y un buen servicio al cliente, cuanto más ágil mejor. Muchas veces hay que decirle al cliente de forma clara cosas que no quiere escuchar. También hace falta una buena dosis de paciencia, aunque de eso ando más justo...

ENTREVISTA

¿Cuáles son las particularidades de la sucursal donde trabajan y las exigencias del área geográfica en la que desarrollan su actividad?

F. U: Navarra es una tierra de contrastes, tanto geográficamente como por el carácter de sus habitantes, lo que hace muy exigente nuestra profesión, al tener que ser conocedores de la idiosincrasia propia de cada zona. El navarro es un cliente fiel, como lo demuestra el hecho de que un porcentaje muy alto de los clientes de nuestra cartera lleven más de 25 años asegurados con nosotros.

I. G: Nuestra compañía está dedicada al cliente medio del mercado que busca algo distinto en la atención. También es cierto que las nuevas generaciones de asegurados son mucho más exigentes y valoran sobre todo el precio. El mercado en Navarra ha cambiado muchísimo en estos años y la competencia en esta zona es feroz.

F. Z: Yo soy partidario del trato personalizado a los clientes. Es un aspecto que cuido mucho y procuro potenciar en la medida de lo posible. Esta circunstancia hace que, en muchos casos, los clientes acaben siendo amigos, lo que hace más gratificante nuestro trabajo. Respecto a las exigencias del área considero que son similares a las que pueden darse en otros lugares, si bien en Navarra, el carácter y la forma de ser de los asegurados de la ribera y de la montaña es muy diferente, al final las exigencias son las mismas.

M. Z: La tradición familiar hace que muchos de nuestros clientes sean amigos. Es por eso por lo que también son muy exigentes con nosotros y nos expresan al máximo, tanto para que les demos un buen servicio, como para que éste sea a un precio competitivo.

¿De qué modo ha visto evolucionar la compañía desde que ingresaron en ella?

F. U: La evolución es clara, hemos crecido en La Vasco Navarra, una empresa familiar en la "que todos nos conocíamos" y esto tenía sus ventajas. Primero fuimos empleados de la compañía y a continuación agentes y con el tiempo y las fusiones llegó Helvetia, compañía muy fuerte y con gran solvencia, en la que sentimos que cuentan con nosotros, nos valoran y respaldan, lo que nos ayuda a seguir adelante.

I. G: La compañía en estos años ha cambiado mucho, como lo ha hecho el país y la sociedad en general. Se ha modernizado y funciona mejor, aunque sigue teniendo una fuerte carga burocrática.

F. Z: La evolución de la compañía en estos últimos años ha sido espectacular. Con las nuevas tecnologías afortunadamente han cambiado los sistemas de trabajo y todo es muy diferente. Yo comencé mi carrera profesional en La Vasco Navarra, en los tiempos en que se hacían las fichas de los asegurados a máquina y recuerdo perfectamente cuando se instaló en la compañía el primer ordenador. El cambio ha sido total.

M. Z: Es evidente que hace unos años era una compañía más familiar, mientras que ahora se trata de una gran multinacional, una compañía más valiente y más fuerte a la hora de asumir algunos riesgos, pero sigo pensando que muchas veces la excesiva burocracia nos hace perder un tiempo estúpido a todos.

¿Cuáles son los ramos con mayor potencial de crecimiento y los servicios más demandados por sus clientes?

F. U: En estos momentos se empieza a notar una recesión económica, lo que hace que se detraiga la demanda de seguros y que sólo exista interés por el automóvil y el hogar y en el caso de matrimonios jóvenes con hijos el seguro de vida, pero siempre con el argumento de los precios por delante... Las personas con más poder adquisitivo se interesan más por planes de pensiones, seguros de rentas vitalicias y seguros de dependencia, que marcarán una época en lo que a seguros financieros se refiere.

F. Z: En buena lógica tendrían que ser los ramos de vida y seguros personales, los de mayor crecimiento, al igual que en los países más desarrollados. También los seguros de Hogar, Automóviles y Comercio tienen buenas expectativas, si bien las entidades financieras acaparan buena parte de este mercado. Respecto a los servicios que demandan los clientes son eficacia y rapidez en la tramitación de siniestros, que la compañía les atienda pronto y bien y se les solucione el problema rápidamente.



I. G: La necesidad de asegurarse hoy es mucho mayor que hace 20 años y el cliente es más consciente, excluyendo vida, donde el español medio aún no ve esa necesidad. El ramo de hogar vida y seguros de salud tienen mucho camino por delante. Otro ramo que la compañía debería potenciar son las pólizas de asistencia en viaje, el PAF nos sirve en cierta medida, pero la garantía de asistencia médica en el extranjero es un poco baja.

M. Z: Si no estuviera la banca de por medio, sin ninguna duda y dado el 'boom' que hay ahora con las viviendas y las hipotecas, los seguros de hogar y vida riesgo. El PAF, dado el crecimiento de la inmigración en estos últimos años, puede ser un producto con posibilidades de crecimiento. Los clientes quieren rapidez a la hora de solucionar un siniestro, pero eso creo que es una exigencia generalizada, y no sólo de nuestra agencia.

¿Cuáles son sus planes y objetivos para que crezca su volumen de cartera?

F. U: Nos estamos centrando en antiguos clientes que en un momento dado por excesivo coste se marcharon y tratamos de recuperarlos ahora con precios más competitivos. Un colectivo con futuro es el de inmigrantes y expatriados, que deberemos tener en cuenta para incorporar a nuestras carteras.

F. Z: Además de las habituales visitas programadas para la captación de nuevos asegurados, considero de vital importancia dedicar especial atención a los clientes que ya lo son. Hay muchos de nuestros asegurados que tienen contratados seguros en otras compañías y debemos intentar que nos los confíen a nosotros.

I. G: Mi primer objetivo es fidelizar la cartera, en estos años se ha hecho una selección rigurosa de la clientela por parte de la compañía y por supuesto por nosotros mismos evitando en todo momento la irrupción de clientes conflictivos, somos compañía.

M. Z: El secreto está en 'mimar' la cartera, dando a los clientes el máximo servicio posible, informándoles del nacimiento de productos que se pueden ajustar más a sus necesidades, etc. Cuidando a los clientes, se están creando las bases para que la cartera crezca.

La implicación es una señal de identidad de su trabajo. ¿Cómo definen su compromiso con Helvetia?

F. U: Nuestro compromiso con Helvetia es total y absoluto, es 'nuestra empresa', con la que hemos madurado y en la que vamos a continuar respaldados, a pesar de las dificultades que en estos momentos nos plantea el mercado.

F. Z: Helvetia es una compañía internacional seria y solvente. Mi compromiso es total y espero acabar mi dilatada vida de agente de seguros trabajando para ella.

I. G: Nuestro compromiso con la compañía es total y esperamos por parte de la compañía comprensión en estos momentos difíciles. La compañía es más grande y eso nos da tranquilidad y confianza. Esperamos que la evolución del mercado sea positiva.

M. Z: Los cuatro agentes que componemos esta oficina, si bien tenemos el título de corredores de seguros desde hace años, seguimos trabajando con exclusividad para Helvetia y esperamos que esto siga así muchos años.



32

Galicia, el sabor del progreso

Calidad y progreso se fusionan en este rincón privilegiado de nuestra geografía, vestido de verde y mar, al noroeste de la Península Ibérica. El sabor de Galicia inunda el paladar de innovación y diseño, de una amplia riqueza cultural y gastronómica que se conjuga con un desarrollo económico imparable, enmarcado en la senda de la sostenibilidad. Desde una mirada atenta al sector asegurador, cabe destacar que esta comunidad autónoma se sitúa entre las diez primeras de España en cuanto al volumen de facturación de primas, algo que conoce bien el personal de Helvetia, una compañía con una importante presencia en cada provincia de esta región y cada vez más comprometida con su gente y su futuro

La vocación internacional del diseño gallego, la riqueza cultural de esta tierra, la personalidad propia de sus caldos, la apuesta por la calidad de los distintos sectores de su economía, la dulzura intensa de su queimada, la bocanada de mar de pescados y mariscos, la fuerza de sus energías renovables y la firmeza de su desarrollo son algunas pinceladas del boceto de Galicia que ahora presentamos, una tierra de futuro que deleita con el sabor del progreso.

Helvetia conoce bien los innumerables recursos y valores de esta comunidad autónoma, vertebrada en las provincias de A Coruña, Lugo, Ourense y Pontevedra, y, sobre todo, es consciente de su enorme potencial, desde un presente marcado por la innovación y el compromiso con la sostenibilidad.

La actividad de nuestra compañía aseguradora vibra en cada una de estas provincias y en las ciudades más estratégicas, con un negocio pujante en la región y un marcado crecimiento que se aprecia en sus resultados, año tras año. Todo ello en un contexto favorable, ya que esta comunidad autónoma se sitúa entre las diez primeras de España en cuanto a volumen de facturación de primas en este sector.

Hablar de Galicia hoy es deleitarse con la riqueza de una tradición innovadora, contemplando sus encantos desde el balcón de un presente dinámico, que mira hacia el futuro con optimismo y desarrollo. Prueba de ello es la idea de los municipios dinamizadores que empapa el Plan de Reequilibrio Territorial 2007-2010 de la Xunta de Galicia.

La Galicia monumental, la costera o la verde conjugan su grandeza con los beneficios que reportan el desarrollo y las industrias gallegas. Vivir en Galicia supone acudir a un proceso de transformación continuo en el que la investigación, las energías renovables y

las grandes industrias ocupan un lugar privilegiado. Con casi tres millones de habitantes, Galicia se encuentra en el ranking de las cinco comunidades autónomas más importantes en población de España. En esta región, Helvetia cuenta con cuatro sucursales y cinco delegaciones, con presencia en todas las provincias de la región y en sus ciudades más estratégicas.

Mirando hacia el futuro

Desde la incorporación de España a la Unión Europea, es apreciable el impulso económico de Galicia, que mira hacia el futuro del desarrollo y el liderazgo industrial. Pese a la importancia que para esta comunidad autónoma tiene el sector primario, cada vez son más los campos en los que la región norteña ocupa un lugar protagonista, no sólo a nivel nacional, sino también internacional. Galicia cuenta, cada vez más, con una economía competitiva, dinámica y arriesgada, que apuesta por nuevos sectores y que





somete a procesos de modernización las actividades más tradicionales. El sector pesquero, el de la automoción, el textil y el naval se erigen como los pilares básicos sobre los que se asienta la economía gallega. Además, el fomento de las energías renovables y los nuevos proyectos de I+D+I que se están desarrollando, la convierten en todo un referente de un mañana próspero.

El sector pesquero se configura como el ámbito económico por excelencia de la economía gallega. Según afirma el estudio 'Táboa input-output da pesca-conserva galega' de la Universidad de Santiago de Compostela, la pesca repercute en 54 de los 74 sectores que componen la economía de Galicia. Un dato del que se desprende que "por cada empleo en el mar se crean alrededor de cuatro empleos más en la tierra".

Galicia es la región líder, en Europa, en cuanto al

tamaño de su flota, cada vez más moderna, con la aplicación de proyectos de I+D+I que muestran el carácter dinámico del sector. Un ejemplo se puede encontrar en la iniciativa que lidera el Centro Tecnológico Nacional de Conservación de Productos de Pesca (ANFACO-CECOPESCA), un proyecto que pretende estudiar el aprovechamiento de la grasa de peces presentes en las aguas residuales de las industrias conserveras para la producción de biodiésel.

En esta comunidad autónoma, la actividad industrial crece a un ritmo vertiginoso y el sector de la automoción es un claro ejemplo. En esta región se encuentra el Centro Tecnológico de Automoción de Galicia (CTAG), punto de referencia del I+D+I en Europa. Además, este liderazgo atrae a numerosas empresas que, relacionadas indirectamente con este ámbito, ven en esta zona un mercado atractivo.





De la misma forma, la riqueza forestal de la zona permite el desarrollo de la industria de la madera, una actividad cada vez más consolidada, en la que la innovación también está presente. De hecho, en Ourense ha surgido el CIS Madeira (Centro de Innovación y Servicios de Madera).

Galicia posee, además, la industria textil española que más prendas exporta al exterior y es un ejemplo palpable de que el fomento del desarrollo industrial no es incompatible con el respeto al medio ambiente. La comunidad gallega puede presumir de ser una de las regiones españolas que más apuesta por el desarrollo sostenible y el fomento de las energías renovables. No obstante, en esto último tienen mucho que ver las condiciones naturales de la zona; y es que Galicia es, junto a Canarias y la zona del Estrecho de Gibraltar, el lugar nacional que presenta mejores

posibilidades de aprovechamiento de la energía eólica. Asimismo, esta región guarda unas condiciones envidiables para la utilización de la biomasa vegetal en la eliminación de residuos y demás aspectos relacionados con el medio natural.

Este panorama hace que en Galicia sea imprescindible la presencia de empresas como Helvetia, que marca un ritmo creciente en esta región dinámica, que mira hacia el futuro conjugando tradición e innovación, aprovechando su riqueza para ofrecer sus mejores encantos. La apuesta por la sociedad gallega y por la creación de empleo y riqueza en la zona se materializa en el trabajo de los 168 agentes de nuestra compañía aseguradora, además de 47 subagentes. En total, más de 200 profesionales que trabajan al servicio de la ciudadanía de esta gran tierra y de su seguridad.

La riqueza cultural y la buena mesa

El desarrollo gallego se conjuga con la riqueza cultural y arquitectónica de esta comunidad autónoma. Galicia enreda y prenda, nunca sacia las ansias de quien quiere conocer su inagotable belleza.

En Santiago de Compostela (A Coruña) se encuentra uno de los monumentos más insignes de la región, la Catedral del Apóstol Santiago. Meta del caminar peregrino de millones de fieles y devotos, su origen se remonta al siglo XI. Además de ésta, Galicia cuenta con cuatro catedrales más; impactantes templos que conjugan diferentes estilos arquitectónicos. En la capital pontevedresa el visitante puede embelesarse al contemplar la imponente Catedral de Tui, a la que se suman la de Mondoñedo (Lugo), la de Ourense y la de Lugo, que recibe al visitante con un magnífico ejemplo de fachada neoclásica. A esto hay que añadir los monasterios que incrementan la belleza del paisaje donde se erigen, como el de Samos, en el Camino de Santiago, el de Oseira, de clara influencia románica, el de Sobrado o el de Oía, que mira al mar.

Helvetia está comprometida con una sociedad gallega cada vez más innovadora, que celebra por

otra parte sus fiestas y costumbres, con romerías y festividades como la de los Milagros de Amil en Moraña (Pontevedra), la de la Virxe da Barca de Muxía (A Coruña), la Xira de la Santa Cruz en Ribadeo (Lugo) y la batalla de Moros y Cristianos de A Saíña (Ourense).

Son sólo algunos ejemplos del sabor popular de Galicia, que se disfruta con los cinco sentidos. La vista se embelesa al contemplar estampas de atardeceres inolvidables, de verdes pastos que parecen unirse en conjunción con el cielo, al encontrarse ante obras arquitectónicas consideradas verdaderas maravillas artísticas... El oído parece extasiarse al percibir el sonido de las olas al romper y el olfato al percibir el olor a mar cercana, a tradición marinera, a vegetación salvaje... El tacto siente el mar, la arena costera y la fresca pradera. En definitiva, Galicia se apodera del cuerpo y del alma, de la vista, del oído, del olfato, del tacto y hasta del paladar. De hecho, la buena mesa gallega es de gran relevancia, enriquecida con el marisco de las rías gallegas, con las empanadas y el lacón con grelos, entre otros platos típicos que se combinan con la cocina más innovadora.



SUCURSAL SEVILLA A

Experiencia e ilusión, las claves del éxito

La sucursal hispalense Sevilla A se configura como una de las de mayor importancia en Helvetia Seguros. La alta cualificación de su plantilla, unida al lugar estratégico en el que se ubica la oficina, hacen de ésta una delegación con una altísima y rica cartera de clientes. Para su director, Francisco Luis Luza, la clave del éxito reside en el trabajo, el tesón y la ilusión mostrada por el equipo que conforma la sucursal.

La fusión de la experiencia y la ilusión por seguir creciendo. Ese es el secreto que posibilita el éxito de la Sucursal Sevilla A, situada en la sede social de Helvetia Seguros, en el sevillano Paseo de Cristóbal Colón. A juicio de su director, Francisco Luis Luza, esta sucursal se caracteriza por el dinamismo, la formación y el capital humano que reúne su plantilla, formada por 4 profesionales, "2 administrativos y 2 trabajadores insertos en el área comercial" y por 48 mediadores que, diariamente, se esfuerzan por ampliar su cartera de clientes. Un conjunto humano al que le entusiasma el trabajo en equipo y en el que el compromiso con los objetivos estratégicos de la entidad se perfila como un valor primordial.

El capital humano de una plantilla constituye la clave del éxito de una sucursal y, en ésta, es el valor

más cotizado. "Sin el equipo humano con el que contamos sería imposible proseguir una trayectoria tan brillante como la que lleva esta sucursal", añade Francisco Luis Luza. La implicación de todos y cada uno de los trabajadores de Sevilla A hace de ésta una gran oficina. La innata actitud comercial de todos y cada uno de los agentes y la coordinación de éstos con el personal fijo de la oficina, completa una enriquecedora conjugación que beneficia a todos y cada uno de los miembros de Helvetia Seguros.

Según Francisco Luis Luza, "un ambiente de trabajo propicio es aquel en el que reina el entendimiento y la cordialidad. Considero que el éxito en las relaciones personales entre nosotros motiva que el trabajo elaborado se haga con cariño. De ahí, los buenos resultados que se obtienen".



Sevilla A es una de las sucursales con más peso en el conjunto de la entidad aseguradora. Desde su fundación, en enero de 2006, sus resultados han contribuido en gran medida al éxito global de Helvetia Seguros y, según Francisco Luis, el estancamiento de estos repercutiría en el balance de la compañía. "Por el volumen de negocio que gestiona y por el importante capital humano que la compone, Sevilla A juega un papel muy importante en los resultados de Helvetia, a nivel nacional".

Al cierre del pasado ejercicio, el volumen de contratación de pólizas en la sucursal Sevilla A ascendía a las 2.140. Es más, la cartera de clientes de la sucursal a finales del mes de agosto era de, aproximadamente, 7 millones de euros, unos 137.000 euros más que al cierre de diciembre de 2006. Asimismo, la facturación, en agosto de 2007, ascendió a los 5.133.500 euros, lo que supuso un crecimiento de facturación de 100.000 euros con respecto al mismo periodo de 2006.

En enero de 2006, tras más de 12 años en la compañía, Francisco Luis Luza se erigió como coordinador de esta oficina. Todo un profesional que comenzó su trayectoria en Helvetia desde la propia base y que, con el paso de los años, vio cómo su categoría laboral ascendía gracias a la formación y constancia demostradas. Francisco Luis afirma que el éxito sólo lo garantiza el trabajo y el tesón, baluartes de su filosofía laboral y que se empeña en transmitir a toda su plantilla. "Hasta llegar a este puesto, he recorrido un largo e intenso camino. En la compañía, comencé como auxiliar administrativo, posteriormente fui asesor comercial y, ahora, ostento un cargo que espero mantener durante muchos años", añade Luza.

Juventud, experiencia y preparación son sólo tres de las particularidades que pueden definir la personalidad de un director que ambiciona el crecimiento continuo de Helvetia Seguros.

Ubicada en pleno centro neurálgico de Sevilla, esta sucursal puede enorgullecerse de tener como clientes a los principales entes privados de la ciudad. Entidades deportivas o importantes empresas privadas de gran calado en Andalucía, hacen de ésta una sucursal con amplia perspectivas de futuro. No obstante, y tal como confirma su director, Sevilla A dota de la misma prioridad tanto a los grandes clientes como a las familias que solicitan los servicios de Helvetia para pequeñas pólizas. "Nuestra máxima principal es prestar un servicio rápido, permanente y agradable a todos los que recurren a nuestra sucursal".

La humildad es otra de las señas características de este centro y, por tanto, el respeto y la dedicación total son básicos en el trato al cliente que ofrece el equipo de Francisco Luis Luza, independientemente del tipo de contratación que se efectúe. Según este directivo, la grandeza de una sucursal la otorga el compendio de sus asegurados y, en ese sentido, la Sucursal Sevilla A destaca por su riqueza.

Otro de los aspectos que explica la buena marcha de esta sucursal es su situación. La oficina Sevilla A se encuentra ubicada en la sede social de Helvetia Seguros, lo cual, le confiere una posición privilegiada. El hecho de que la oficina se encuentre junto a los distintos departamentos de la entidad aseguradora, le confiere una serie de ventajas significativas con respecto a otras sucursales. Según su director, la delegación ocupa un lugar estratégico en el seno de la compañía ya que "el hecho de que se encuentre en el centro de actividad de la misma nos permite movernos con una mayor agilidad en la tramitación de problemas diarios con los departamentos centrales". Sevilla A se configura como todo un referente en el seno de Helvetia Seguros. Francisco Luis Luza comanda la labor de un equipo que busca en "la armonía y la compenetración" la fórmula perfecta para el desarrollo del trabajo "bien hecho".



“Helvetia nos ofrece la confianza de un proyecto a largo plazo”

Casado y padre de tres hijos, este directivo sevillano valora la honestidad, la capacidad de trabajo y la visión de futuro. Se incorporó a esta compañía en 1991 y hoy ocupa un lugar destacado en el organigrama de Helvetia Seguros

De cerca

El mejor momento en Helvetia: El primer balance que cerramos tras la fusión, auditado sin salvedades y con beneficios, después de un esfuerzo de la compañía enorme.

Aficiones: Jugar al baloncesto y al pádel. Para compartir: todo lo que puedo con mi mujer y mis hijos.

He aprendido que: No debo pensar que “llevo la razón”, debo intentar aprender de “la razón de los demás”.

Pendiente de aprender: Casi todo, ahora me estoy repasando la Geografía que estudié en octavo de EGB con los libros de mis hijos, que se me ha olvidado casi toda, así que, a partir de ahí...

La mejor hora del día: Muy temprano, por la mañana, pero 15 minutos después de que suene el despertador (los primeros 15 minutos son un verdadero sufrimiento).

¿Qué satisfacciones le reporta su condición de directivo en Helvetia?

Helvetia nos ofrece la confianza de un proyecto a largo plazo, tener compañeros en diferentes países con los que intercambiar ideas y conocimientos, combinar esa actividad internacional con un grado de autonomía y una posibilidad de sentirte muy partícipe del negocio, un equipo humano que favorece el desarrollo profesional e intelectual, con una dinámica generación de ideas y proyectos. Tenemos también que mantener un estrecho contacto con colegas (empleados, mediadores, colaboradores...) en casi todas las ciudades de España, y en mayor o menor medida tratamos y conocemos al cliente final, un buen ambiente de trabajo... Además, si miras el buzón de entrada de mi correo a duras penas podrás encontrar dos temas parecidos. Yo personalmente me siento muy afortunado con la posibilidad que he tenido de trabajar en estas condiciones.

¿Qué valor le concede a la comunicación interna y al trabajo en equipo?

Es clave. Quienes me conocen saben que siempre repito que una empresa de servicios como la nuestra la forman fundamentalmente las personas que trabajamos en ella, no tenemos una mina ni una gran fábrica sino capital humano, no nos cabe otra opción que trabajar en equipo. Para ello hay dos recetas claves, una es la delimitación de responsabilidades, en mi equipo creo que saben bien que cada uno tiene que resolver sus problemas, y responsabilizarse de sus aciertos y de sus errores, la otra es la implicación personal, el entusiasmo, tenemos que conseguir que todos estemos implicados, interesados, en el funcionamiento general de la empresa siempre por encima de los resultados particulares de cada uno, esa dosis de entusiasmo es la que nos debe traer el éxito en el medio y largo plazo, tanto individual como colectivo, pero si no conseguimos generarla entre todos, terminaremos teniendo problemas.

Desde su dilatada experiencia en el sector, ¿cuál es, en su opinión, la rama del seguro con más proyección de futuro y hacia dónde se encamina este negocio? La penetración de seguros en el mercado español es aún baja si se compara con la situación de países a los que España se acerca cada vez más, nos queda mucho por vender... El público demandará cada vez más calidad y mejor servicio y cada competidor elegirá las estrategias que mejor se adapten a su situación. Nosotros debemos de sacar provecho de nuestra capacidad de resolver los problemas de una manera más cercana y flexible que la mayoría del mercado, en mi opinión tenemos aún un futuro muy prometedor en ese terreno.

Tras una intensa trayectoria en la compañía y desde su cargo directivo, ¿cómo definiría su compromiso con Helvetia?

Insisto, la única manera en que se puede trabajar en un proyecto es implicarse absolutamente en el mismo, con el alcance que tus funciones te permitan pero con el mayor compromiso en el resultado global. Si no fuese así, el trabajo resultaría desagradable e improductivo. Evidentemente para eso te tiene que interesar y compensar lo que haces, a mí me interesa mucho el proyecto de Helvetia.

¿En qué valores y actitudes puede encontrarse, a su entender, la llave del éxito profesional?

Son imprescindibles aspectos como la capacidad de trabajo, la preparación y formación o la habilidad para las relaciones humanas pero, puestos a destacar algunos como “claves”, sin duda lo haría con la honestidad y la visión a largo plazo. Hay muchas maneras de conseguir un éxito fugaz pero estoy convencido de que el tiempo va poniendo a cada uno en su sitio y que a todo el mundo, un poco antes o un poco después, le llegan sus oportunidades. Y añadido a todo esto... ¿Qué tal el entusiasmo, la confianza y el dinamismo?

De lo nuestro

Ponemos cara a nuestra plantilla



Sucursal de Écija:

(de izquierda a derecha)
Soledad Crespín García
Antonio Mateo Ruiz



Sucursal de Almería:

(de izquierda a derecha)
José Álvarez Guillen
Maria Dolores Valera Parra
Francisco Córdoba Aguilera
Manuel Jesús Saldaña Martínez.

Sucursal de San Sebastián:

(de izquierda a derecha)
M. José Elicechea Ezeiza
Luis Uranga Olaizola
Manuela Gutiero Calvo
Ignacio Alonso Arruti



Departamento de Desarrollo Informático:

(de izquierda a derecha)



Desarrollo Informático 1:

Marlen Del Val Pérez
Itziar Elu Ansola
Patxi Tapiz Arrondo
M^a José Fernández Morcillo
José M^a Solchaga Amillo
Sergio Gabari Arregui
José Luis Calvo Huarte.

Desarrollo Informático 2:

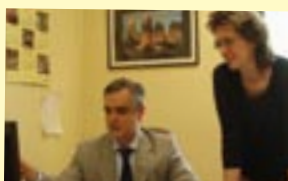
De pie: Iñaki Reboza García
Mikel Ibáñez Senosiain
Aitor Bilbao Luri
Ana Aríztegui Recalde
Iñaki Ayerra Ruiz
Sentados:
Íñigo Redín Minchaus
Judith Iriguibel Nagore
Marta Aldaz Gárriz

Desarrollo Informático 4:

De pie: Guillermo Calero Vaquera
Jorge Torro García-Morato.
Sentados:
Rosario Fernández Moreno
Esperanza Díaz-Borrego Horcajo
Joaquín Cadenas Rojas.

Desarrollo Informático 3:

Javier Fernández López
M^a José Rodrigo Muñoz.



Bodas

María Ángeles Rodríguez-Bobada, de la Sucursal de Ciudad Real, se casó el 11 de junio.

Ana Luna Lapuerta, de la Sucursal de Huesca, contrajo matrimonio el 15 de septiembre.

Nacimientos

Patricia Gregori, del Centro de Servicio de Pamplona, tuvo a Leire el día 18 de junio.
Sonia Bazán, del Centro de Servicio de Sevilla, fue madre de Emma el día 23 de junio.
Valeriano Rodríguez España, de la Sucursal de Fuengirola, fue padre de Julio a primeros de julio.
María del Mar García Fernández, de la Sucursal de Córdoba, tuvo a Sergio el día 12 de julio.
Ana Conde (Ventas) y Marcos Mejías (Administración Comercial) fueron padres de Marcos el pasado 23 de julio.
Gloria Martín, de la Sucursal de Cáceres, fue madre de Sergio el 20 de agosto.
Santiago Antón, de la Sucursal de Córdoba, fue padre de Alejandro a primeros de septiembre.

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



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