



**Helvetia Seguros**

*Memoria de  
Responsabilidad  
Corporativa  
2016*

Tu aseguradora suiza.

**helvetia** 

## Índice

<b>3</b>	<b>Presentación</b>
<b>4</b>	<b>Helvetia, tu aseguradora suiza</b>
<b>6</b>	<b>Principales cifras de Helvetia Seguros</b>
<b>10</b>	<b>Balance económico 2016</b>
<b>14</b>	<b>Responsabilidad Corporativa y grupos de interés</b>
<b>16</b>	<b>Temas fundamentales y matriz de materialidad</b>
<b>23</b>	<b>Responsables con nuestro negocio</b>
23	Productos de seguros sostenibles y accesibilidad a la contratación
26	Compras sostenibles
28	Satisfacción y lealtad del cliente
31	Gestión comercial justa
32	Gobierno corporativo, gestión del riesgo y Código de Cumplimiento
34	Regulación creciente
<b>37</b>	<b>Responsables con el medioambiente</b>
<b>41</b>	<b>Responsables con la sociedad</b>
41	Acciones sociales
43	Patrocinios
<b>47</b>	<b>Responsables con las personas</b>
47	Compromiso con los empleados
51	Garantizar trabajadores cualificados
54	Compromiso con los mediadores
<b>59</b>	<b>Índice de Contenidos GRI</b>



G4-1

## Presentación

Son ya nueve ejercicios en los que Helvetia Seguros viene publicando su Memoria de Responsabilidad Corporativa y, por segundo año consecutivo, conforme a la Guía Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, opción esencial. En esta ocasión, la Memoria centra su mirada en los temas que se han identificado como “fundamentales” en materia de negocio, medioambiente, sociedad y recursos humanos, ofreciendo una radiografía clara, sencilla y directa de lo que es Helvetia Seguros y de cómo contribuye al progreso de su ámbito de actuación.

Durante 2016, se ha iniciado la implantación del nuevo Plan Estratégico helvetia 20.20. En él se plantean las prioridades estratégicas y los principales objetivos de la compañía en el horizonte del fin de la presente década. A estos objetivos se añaden todos los que tienen que ver con la potenciación de los aspectos sociales y medioambientales, enmarcados también en los que la Comisión Europea se fijó, en su día, en la estrategia Europa 2020.

En relación con dichos objetivos, se han producido avances considerables en todos los asuntos fundamentales de la estrategia de Responsabilidad Corporativa de nuestra entidad, si bien aún queda trabajo por hacer. De cara al nuevo ejercicio, la compañía buscará dar pasos más decididos, por ejemplo, en materia de compras sostenibles (gracias a la homogeneización y regulación de los términos de contratación de proveedores), en la satisfacción y lealtad del cliente (una de las prioridades estratégicas), o en la reducción del impacto ambiental del negocio (uno de los objetivos europeos prioritarios).

Esperando que el contenido de esta Memoria resulte de su interés y le ayude a conocer más a fondo el rostro responsable de Helvetia Seguros, quedamos a su disposición para trasladarnos cualquier aportación o sugerencia, lo que le agradecemos sinceramente por anticipado.

Javier García  
Director de Marketing y Responsabilidad  
Corporativa de Helvetia Seguros

José María Paagman  
Director general de Helvetia Seguros

# Helvetia, tu aseguradora suiza

Helvetia Seguros es la unidad de negocio en España del Grupo Helvetia, grupo asegurador suizo independiente al servicio tanto de particulares como de pequeñas y medianas empresas, que desde su fundación en 1858 trabaja en determinados mercados europeos seleccionados.

Actualmente el grupo cuenta con presencia en los mercados de Suiza, Alemania, Italia, Austria, España y Suiza. A través de su área de mercado Specialty Markets, Helvetia Seguros está también presente en Francia y en determinadas regiones del mundo. También realiza parte de sus actividades inversoras y financieras mediante filiales y sociedades de fondos de inversión de Luxemburgo y de Jersey. La sede central del Grupo Helvetia está situada en la ciudad suiza de St. Gallen.

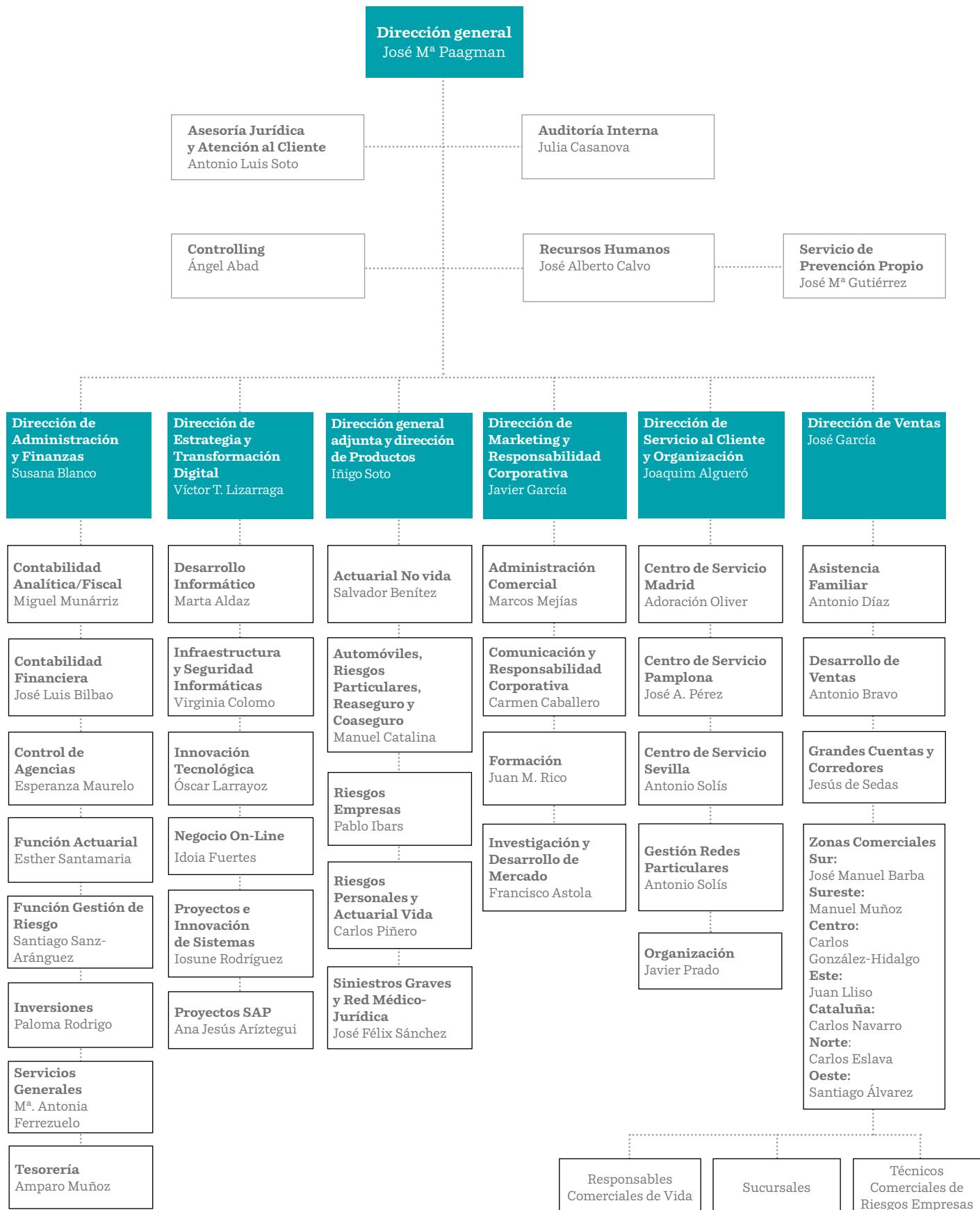
El Grupo Helvetia ofrece servicios integrales en el ámbito de seguros y previsión. Además de la variada gama de productos de Vida y No Vida, el grupo también brinda coberturas de Specialty Lines en los ámbitos del arte, transporte y reaseguro. Su actividad de negocio se centra tanto en clientes particulares como en pequeñas y medianas empresas y en grandes corporaciones. Con alrededor de 6.500 empleados, presta sus servicios a más de 5 millones de clientes. Las acciones nominales de Helvetia Holding cotizan en la bolsa suiza SIX Swiss Exchange con la abreviatura HELN.

La compañía desarrolla su actividad bajo la marca comercial Helvetia Seguros en todo el territorio español, siendo su denominación fiscal Helvetia Compañía Suiza, Sociedad Anónima de Seguros y Reaseguros.

El desempeño de Helvetia Seguros tiene como guía una misión y unos valores corporativos, presididos por una cultura del compromiso y por una orientación permanente hacia el cliente. Concretamente, son tres los grandes valores de Helvetia Seguros: Confianza, Dinamismo y Entusiasmo.



## Organigrama de Helvetia Seguros



Datos actualizados a fecha de publicación de esta Memoria.

# Principales cifras de Helvetia Seguros (\*)

**46** N° de sucursales

**9** N° de delegaciones

**Sevilla, Madrid y Pamplona** Centros de servicio

**Sevilla** Sede social

**684.625 (+9,2%)** N° de clientes

**387,8 millones de euros (-0,8%)** Volumen de primas

**28,3 millones de euros (+6,6%)** Beneficio neto subyacente

**492 millones de CHF (+12%)** Beneficio neto subyacente Grupo Helvetia

**576 (-6,1%)** N° de empleados

**43,4% (+1,6%)** Cuota femenina

**3.803 (+4,8%)** N° de mediadores

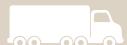
\* Datos a 31 de diciembre 2016. Las variaciones porcentuales son con respecto a 2015.

# Productos y Servicios

## Particulares

-  Seguros de Automóvil
- .....
-  Seguros de Vehículos clásicos
- .....
-  Seguros de Motos y Ciclomotores
- .....
-  Seguros de Hogar
- .....
-  Seguros de Decesos  
(Plan de Asistencia Familiar)
- .....
-  Seguros de Vida
- .....
-  Seguros de Ahorro
  - Ahorro Inversión
  - Ahorro Jubilación
- .....
-  Seguros de Comunidades
- .....
-  Seguros de Salud
- .....
-  Seguros de Accidentes
- .....
-  Seguros de Embarcaciones de recreo
- .....
-  Seguros para personas con discapacidad
- .....
-  Seguros de Obras de Arte
- .....
-  Seguros de Instrumentos Musicales
- .....
-  Seguros de Animales: caballo
- .....

## Empresas

-  Seguros de Comercio
  - Comercios-Venta al por menor
  - Oficinas-Despachos
  - Servicios-Hoteles
- .....
-  Seguros de Pymes
  - Pyme activa
  - Empresa integral
  - Automoción
- .....
-  Seguros de Transportes y Mercancías
- .....
-  Seguros de Autos para empresas
  - Vehículos agrícolas
  - Vehículos industriales
  - Vehículos ligeros
  - Vehículos pesados
  - Flotas
- .....
-  Seguros de Ingeniería
  - Avería de maquinaria
  - Construcción
  - Decenal
  - Equipos electrónicos
  - Montaje y desmontaje
- .....
-  Responsabilidad Civil
- .....
-  Seguros de Colectivos de Empleados
  - Accidentes colectivos
  - Colectivos Vida y Riesgo
- .....
-  Seguros para organizaciones de personas con discapacidad
- .....

## Distribución de la actividad

Helvetia Seguros ofrece una extensa gama de productos de aseguramiento pensados para dar cobertura a todas las necesidades y demandas de sus clientes en España.

Estos productos se ofrecen a través de una estructura comercial que abarca todo el territorio nacional y que está abastecida por tres centros de servicio y 46 sucursales. El modelo comercial de Helvetia Seguros se basa eminentemente en la mediación, a través de una estructura de mediadores en la que conviven agentes exclusivos, agentes vinculados, corredores, operadores de banca seguros y otros.

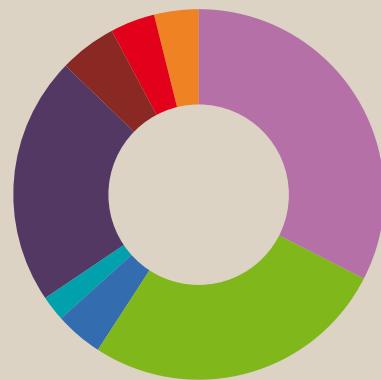
### Red de sucursales



### Distribución de cartera según tipo de mediadores



### Distribución de cartera según tipo de productos

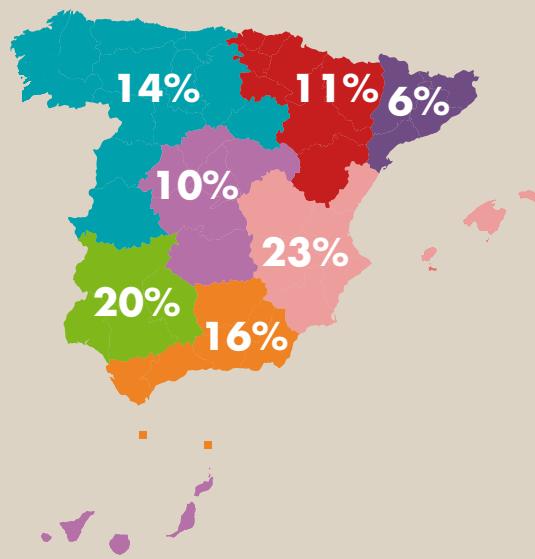


Autos: <b>32,4%</b>	Asistencia familiar: <b>21,4%</b>
Hogar: <b>26,5%</b>	Vida (menos decesos): <b>4,9%</b>
Comercios: <b>4,2%</b>	Empresas (menos comercio): <b>4%</b>
Accidentes: <b>2,4%</b>	Resto: <b>3,7%</b>

### Discretibución de clientes por sexo



### Distribución territorial de clientes por zonas



● B - Sureste  
● C - Sur  
● D - Centro  
● E - Este  
● F - Norte  
● G - Oeste  
● I - Cataluña

### Distribución territorial de mediadores por zonas



● B - Sureste  
● C - Sur  
● D - Centro  
● E - Este  
● F - Norte  
● G - Oeste  
● I - Cataluña

### Otros datos significativos

**566** oficinas de agentes con identificación corporativa

**“Los buenos resultados obtenidos en 2016 siguen avalando nuestra gestión y la orientación de nuestro modelo de negocio y suponen la mejor base para seguir impulsando el desarrollo de la estrategia helvetia 20.20, cuyos progresos iniciales son ya una realidad.”**



G4-9, G4-13

## Balance económico 2016

Helvetia Seguros cerró el ejercicio 2016 con un sólido desarrollo de su negocio, basado en distintos factores. El beneficio neto se situó en 28,3 millones de euros, un 6,6% superior al de 2015. El volumen total de primas se situó en 387,8 millones de euros, registrando un ligero decrecimiento del -0,8% respecto al ejercicio anterior, debido a la optimización de la cartera de No Vida proveniente de la adquisición de Nationale Suisse. En Vida se ha alcanzado un crecimiento del 0,5%. Por su parte, el Grupo Helvetia incrementó, en el ejercicio 2016, en un 12% su beneficio neto subyacente, hasta los 492 millones de CHF, y su volumen de negocio en un 2,6% (en moneda original), hasta los 8.513 millones de CHF. El resultado incluye unas sinergias brutas de 118 millones de CHF por las adquisiciones de Nationale Suisse y de Basler Austria. El grupo está avanzando rápidamente en la implantación de su estrategia helvetia 20.20.

*Helvetia Seguros incrementa en 2016 su beneficio en un 6,6% y realiza los primeros avances con la estrategia helvetia 20.20*

Estos positivos resultados se han basado en una evolución satisfactoria de la mayor parte de los elementos que constituyen la base del negocio: una estabilidad de la facturación de primas consiguiendo optimizar su rentabilidad; un ratio combinado y una tasa de siniestralidad bruta de No Vida en línea con el mercado; y una optimización de costes basada en una constante actualización de los pro-

cesos operativos y en las sinergias obtenidas por la integración de Nationale Suisse. El resultado de los ingresos financieros netos ha mejorado respecto a 2015, a pesar de la reducción de los tipos de interés, como consecuencia de la realización de diferentes plusvalías en inversiones financieras y en inmuebles.

## *Principales datos de Helvetia Seguros*

<b>28,3 millones de euros</b>	Beneficio neto
<b>387,8 millones de euros</b>	Volumen de negocio
<b>271,3 millones de euros</b>	Volumen de negocio de No Vida
<b>116,5 millones de euros</b>	Volumen de negocio de Vida
<b>73,7%</b>	Tasa de siniestralidad neta de No Vida

## *Principales datos del Grupo Helvetia*

<b>492 millones de CHF</b>	Beneficio neto subyacente
<b>8.513 millones de CHF</b>	Volumen de negocio
<b>118 millones de CHF</b>	Sinergias brutas por adquisiciones
<b>91,6%</b>	Ratio combinado (neto)

## *Estrategia helvetia 20.20*

2016 supuso el primer año de vigencia de la Estrategia helvetia 20.20. Durante este primer ejercicio, se han conseguido los primeros avances tangibles:

- Iniciando la gestión, con nuevas herramientas, del cambio de comportamiento de los clientes.
- En el buen camino de la transformación digital.
- En Vida, afrontando la situación de los bajos tipos de interés con el desarrollo de nuevos productos.
- Optimizando la estructura y los costes de su modelo de negocio para que éste siga siendo competitivo.
- Buscando oportunidades para aumentar su tamaño, mediante el crecimiento orgánico y M&A.

Con estas bases, la entidad se muestra en forma para el futuro para ser:

- Moderna y cada vez más digital.
- Centrada en el cliente, gracias a la combinación de sus fortalezas tradicionales con nuevas oportunidades.
- Más ágil y más eficiente.

Con el objetivo estratégico de ofrecer:

- Más valor para los clientes y mediadores, desarrollando soluciones de seguros de No Vida y de Vida adaptadas, personalizadas y sencillas.
- Más valor para los empleados, mostrándose como una empresa atractiva para trabajar en ella y orientada al futuro.
- Más valor para los accionistas, aumentando continuamente su capacidad de generar beneficio.

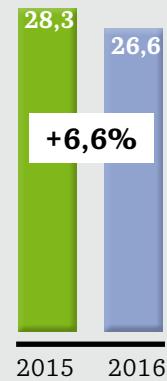
### Primas totales por ramos (en millones de euros)

	2015	2016	+/- (%)
<b>Total primas No Vida</b>	<b>275,1</b>	<b>271,3</b>	<b>-1,4</b>
Autos	111,8	110,1	-1,5
Patrimoniales	119,2	120,6	+1,2
Personales	14,5	14,5	+0,1
Transportes	18,3	13,8	-24,6
Responsabilidad Civil (RC)	11,3	12,2	+7,8
<b>Total primas Vida</b>	<b>116,0</b>	<b>116,5</b>	<b>+0,5</b>
Total Vida-Ahorro	23,4	20,2	-13,6
> Unit-linked	34,7	35,8	+3,4
Total Vida-Riesgo	57,9	60,5	+4,4
<b>TOTAL</b>	<b>391,1</b>	<b>387,8</b>	<b>-0,8</b>

### Crecimiento de primas

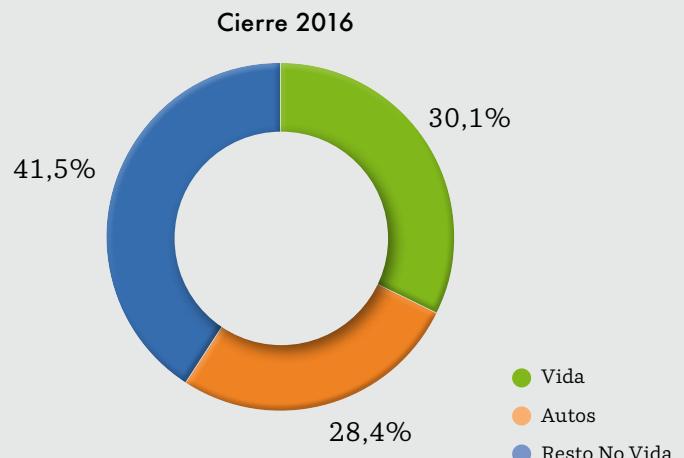
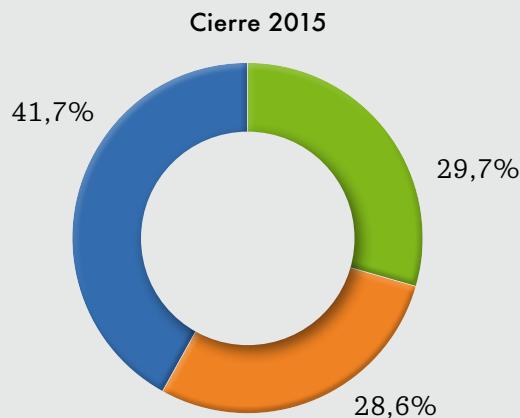


### Beneficio neto subyacente (millones de euros)



Beneficio después de impuestos (mill. Euros)

### Composición de la cartera



# Responsabilidad Corporativa y grupos de interés

Helvetia Seguros, como unidad de negocio en España del Grupo Helvetia, comparte y participa de la estrategia de Responsabilidad Corporativa del grupo a través de cuatro niveles de compromiso: compromiso con el negocio principal, compromiso con el medioambiente, compromiso con la sociedad y compromiso con las personas.

El siguiente cuadro define la estructura funcional de la Responsabilidad Corporativa en España.

G4-34

## Estructura funcional Responsabilidad Corporativa en España



G4-24, G4-25,  
G4-26, G4-27

## Diálogo con grupos de interés

En un contexto socio-económico como el actual, donde valores como la transparencia, la comunicación y el diálogo son cada vez más apreciados, Helvetia Seguros apuesta de forma voluntaria por una integración de las preocupaciones de sus grupos de interés en sus operaciones económicas y comerciales.

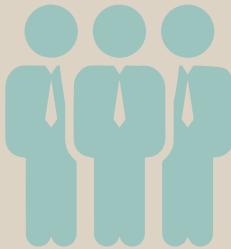
Se definen, por tanto, cinco grandes grupos de interés en relación con la actividad de Helvetia Seguros: clientes, mediadores, empleados, proveedores y sociedad. Sobre todos ellos, la compañía ejerce una influencia que se concreta en un cuadro de diálogo, que deriva en una serie de implicaciones y compromisos con cada uno de estos grupos.

### CLIENTES



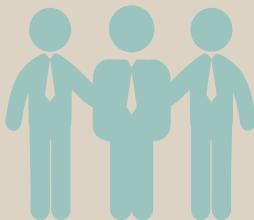
Datos destacados	Diálogo	Alcance
<ul style="list-style-type: none"><li>- 684.625 clientes</li><li>- 1.014.322 pólizas contratadas</li><li>- 68% de clientes con más de dos años de permanencia</li><li>- 22% de clientes con más de una póliza</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Encuestas de satisfacción</li><li>- Estudios de mercado</li><li>- Sistema multiplataforma de atención al cliente: atención personalizada, atención telefónica, web, B2C, redes sociales, blog corporativo, newsletters</li><li>- Envíos postales</li><li>- Medios de comunicación</li><li>- Publicidad</li><li>- Patrocinio</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cobertura de seguros</li><li>- Accesibilidad a los seguros</li><li>- Información comprensible y transparente</li><li>- Tramitación de daños rápida y justa</li><li>- Comunicación fluida, rápida y constante</li><li>- Protección de datos</li></ul>

## EMPLEADOS



Datos destacados	Diálogo	Alcance
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 576 empleados</li> <li>- 14,22 años de antigüedad media</li> <li>- 90,62% contratación indefinida</li> <li>- 45,9 años media de edad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programas de evaluación: Ev@lúa, PEP y PEP2</li> <li>- Encuestas periódicas a empleados</li> <li>- Sugerencias y comentarios de los empleados</li> <li>- Reuniones de seguimiento</li> <li>- Grupos de trabajo</li> <li>- Convenciones generales y por áreas</li> <li>- Portal B2B y portal del empleado</li> <li>- Comunicaciones y boletines internos</li> <li>- allegria!</li> <li>- Revista "En buena compañía"</li> <li>- Memoria RC</li> <li>- Web corporativa, redes sociales y blog</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Salud en el puesto de trabajo</li> <li>- Horarios laborales flexibles y conciliación vida familiar y laboral</li> <li>- Desarrollo de ideas y capacidades propias</li> <li>- Formación continua e igualdad de oportunidades</li> <li>- Integración y contacto social</li> <li>- Remuneración acorde al rendimiento</li> </ul>

## MEDIADORES



Datos destacados	Diálogo	Alcance
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3.803 mediadores</li> <li>- 1.756 agentes exclusivos</li> <li>- 82 agentes vinculados</li> <li>- 1.953 corredores</li> <li>- 12 operadores de banca seguros</li> <li>- 566 agencias rotuladas con identidad corporativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuestas de satisfacción</li> <li>- Contacto directo y cercano</li> <li>- Convenciones</li> <li>- Portal B2B</li> <li>- Revista "En buena compañía"</li> <li>- Memoria RC</li> <li>- Web corporativa, redes sociales y blog</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relación de colaboración a largo plazo</li> <li>- Gestión de contactos y mejora de procesos</li> <li>- Infraestructura y herramientas</li> <li>- Incentivos</li> <li>- Reputación</li> </ul>

## PROVEEDORES



Datos destacados	Diálogo	Alcance
<ul style="list-style-type: none"> <li>- +60 proveedores</li> <li>- 310 talleres de reparación de vehículos</li> <li>- +300 letrados</li> <li>- +150 funerarias</li> <li>- +15.000 especialistas</li> <li>- 3.600 clínicas dentales concertadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuestas</li> <li>- Contacto cercano</li> <li>- Grupos de trabajo</li> <li>- Convenciones</li> <li>- Revista "En buena compañía"</li> <li>- Memoria RC</li> <li>- Web corporativa, redes sociales y blog</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relación de colaboración a largo plazo</li> <li>- Transparencia en cuanto a criterios de compra y selección de proveedores</li> <li>- Confianza</li> <li>- Solvencia de Helvetia</li> </ul>

## SOCIEDAD

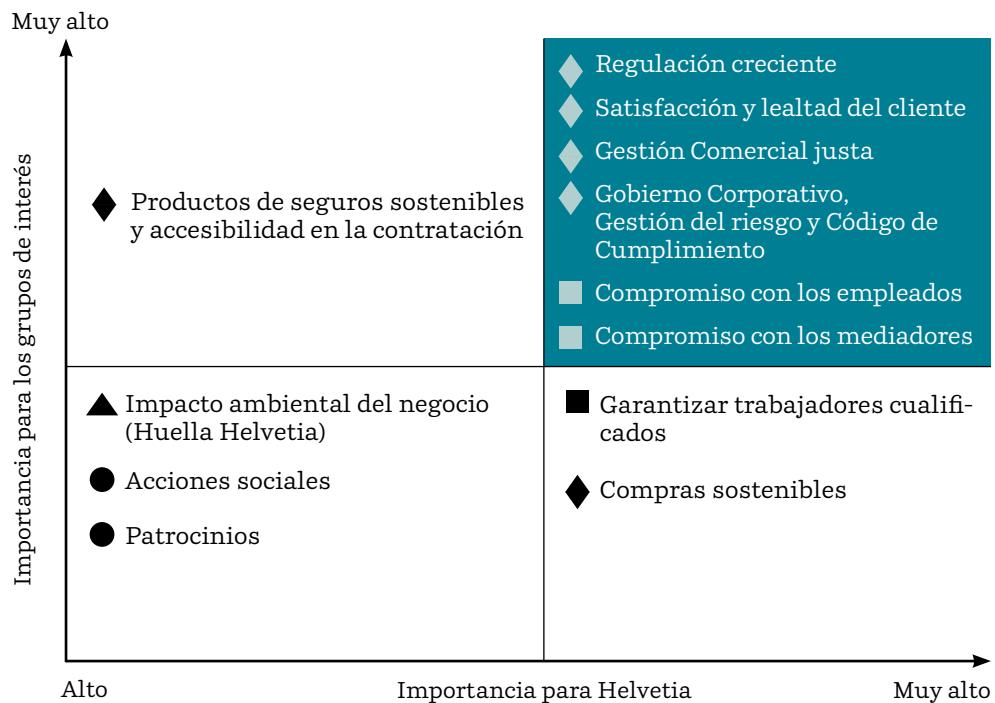


Datos destacados	Diálogo	Alcance
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 8 iniciativas solidarias</li> <li>- 11 principales patrocinios deportivos</li> <li>- 7 acciones sociales y culturales</li> <li>- 7 actividades Sala Helvetia</li> <li>- 66 iniciativas locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudios y encuestas</li> <li>- Contacto continuo a través de diferentes acciones y canales</li> <li>- Donaciones y patrocinio</li> <li>- Consultas relacionadas con la ocasión y el proyecto</li> <li>- Participación en iniciativas y con asociaciones</li> <li>- Web corporativa, redes sociales y blog</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo local, protección del medioambiente y compromiso con la sociedad</li> <li>- Consideración de los propios intereses en la toma de decisiones</li> <li>- Transparencia en la elaboración de informes</li> <li>- Gobernanza corporativa y política de remuneración</li> <li>- Cooperación sobre aspectos de sostenibilidad a nivel sectorial</li> </ul>

# Temas fundamentales y matriz de materialidad

La matriz de materialidad de Helvetia Seguros es una herramienta estratégica pensada para detectar las fortalezas y los retos de la compañía a fin de alcanzar un mayor grado de sostenibilidad, en el contexto del diálogo con los grupos de interés. Sobre esta matriz de materialidad, se despliegan distintas áreas de actuación que se alinean con los requerimientos de la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad G4 de la GRI.

## Matriz de materialidad



### Responsabilidad:

- ◆ Negocio principal
- ▲ Medioambiente
- Sociedad
- Helvetia como empleador

En el siguiente cuadro se reproducen los doce temas fundamentales identificados en Helvetia Seguros con una descripción breve de cada tema, sus objetivos, el ámbito de aplicación y el horizonte de implantación. El desarrollo de cada uno de ellos se acomete de manera más extensa en los capítulos correspondientes de la memoria.

### Productos de seguros sostenibles y accesibilidad a la contratación

Descripción breve	Objetivos	Ámbito de aplicación	Horizonte de implantación
Política de diseño y distribución de productos y servicios sostenibles que favorezcan una mejora de la transparencia y la accesibilidad por parte de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar y mantener una cartera de productos sostenibles y a medida del cliente.</li> <li>Incorporar paulatinamente criterios medioambientales en el desarrollo de los productos y en la prestación de los servicios.</li> <li>Favorecer la accesibilidad de los clientes a la oferta de productos y servicios.</li> <li>Incorporar productos con una vocación social u orientados a la atención de segmentos sociales con necesidades específicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los clientes actuales y potenciales de Helvetia Seguros.</li> <li>Dichas competencias recaen sobre las Áreas de Productos y Marketing y Responsabilidad Corporativa.</li> </ul>	Ininterrumpido

### Compras sostenibles

Descripción breve	Objetivos	Ámbito de aplicación	Horizonte de implantación
Procedimientos internos de gestión de proveedores para garantizar la excelencia en el suministro y una gestión ética, legal y laboral intachable.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Garantizar que los bienes y servicios adquiridos en el marco de la actividad comercial sean provistos por colaboradores que cumplan estrictamente con el marco legal y los convenios internacionales vigentes.</li> <li>Potenciar la adquisición de productos y servicios que favorezcan el ahorro energético y el equilibrio medioambiental.</li> <li>Establecer parámetros de análisis de las ofertas y de seguimiento de los servicios adquiridos, con una dinámica permanente de feed-back que garantice la calidad en el servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los proveedores tanto generales como críticos de Helvetia Seguros.</li> <li>Departamentos con especial implicación: Servicios Generales, Desarrollo Informático, Infraestructura y Seguridad Informática, Comunicación y Responsabilidad Corporativa, Formación y Gestión de Redes Particulares y Daños Corporales Red Médica y Jurídica.</li> </ul>	Ininterrumpido

### Satisfacción y lealtad del cliente

Descripción breve	Objetivos	Ámbito de aplicación	Horizonte de implantación
Línea de acción encaminada a garantizar la satisfacción y a potenciar la lealtad de los clientes de la compañía, favoreciendo así la continuidad de su negocio sobre el principio de la confianza.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Articular mecanismos de escucha y conversación productiva entre la compañía y los clientes, a fin de proyectar productos adaptados a sus necesidades.</li> <li>Desarrollar estrategias de fidelización basadas en la potenciación de la identificación, cercanía y vinculación de los clientes con Helvetia Seguros.</li> <li>Disponer de un mayor y mejor conocimiento del cliente, que permita un asesoramiento más eficiente y adecuado por parte de la compañía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los clientes actuales y potenciales de Helvetia Seguros.</li> <li>Las áreas que tienen un contacto directo con el cliente son Dirección de Servicio al Cliente y Organización, Dirección de Ventas y Dirección de Marketing y Responsabilidad Corporativa.</li> </ul>	Ininterrumpido

### Gestión comercial justa

Descripción breve	Objetivos	Ámbito de aplicación	Horizonte de implantación
Política de gestión comercial que garantiza la transparencia, igualdad de trato y profesionalidad en la relación con sus clientes, socios, proveedores, inversores y competidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Articular normas internas para garantizar una gestión comercial justa e intachable en nuestra relación con los distintos grupos de interés.</li> <li>Propiciar el cumplimiento por parte de toda la organización y también de sus colaboradores (mediadores y proveedores) de la normativa interna vigente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clientes, mediadores y proveedores.</li> <li>Desde el punto de vista interno, este tema compromete transversalmente a toda la organización y, de manera más directa, al Departamento de <i>Controlling</i>.</li> </ul>	Ininterrumpido

### Gobierno corporativo, gestión del riesgo y código de cumplimiento

Descripción breve	Objetivos	Ámbito de aplicación	Horizonte de implantación
Principios regidores de la actividad empresarial conforme a las leyes y a códigos internos de buen gobierno.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Articular normas y criterios internos para una adecuada gestión conforme al marco legal y las exigencias de la compañía.</li> <li>Establecer las medidas adecuadas para una correcta gestión del riesgo por parte de la empresa.</li> <li>Emplear el código de cumplimiento como instrumento vertebrador y regulador del desempeño ético por parte de los empleados dentro de la organización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los empleados de Helvetia Seguros.</li> </ul>	Ininterrumpido

### Regulación creciente

Descripción breve	Objetivos	Ámbito de aplicación	Horizonte de implantación
Cumplimiento de toda la legislación que abarca de manera transversal la actividad de Helvetia Seguros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sentar las bases necesarias para que la iniciativa empresarial y la competencia de prestaciones justas y se Desarrolle de la forma más adecuada.</li> <li>Establecer una regulación proporcional y transparente que refuerce la protección de los consumidores y se aplique de forma eficaz.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Toda la compañía, ya que el marco regulatorio afecta al negocio de forma transversal.</li> <li>De forma más directa, en cuanto a la gestión regulatoria, los departamentos de Asesoría Jurídica, Auditoría Interna y <i>Controlling</i>.</li> </ul>	Ininterrumpido

## Impacto ambiental del negocio

Descripción breve	Objetivos	Ámbito de aplicación	Horizonte de implantación
Procedimientos, mecanismos y dispositivos para medir el impacto ambiental derivado de su actividad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>, respecto al año 2012, un 20% por empleado hasta el 2020.</li> <li>Tomando como referencia el año 2015, reducir las emisiones de gases con efecto invernadero como mínimo un 10% en los próximos cinco años.</li> <li>En cuanto al consumo eléctrico, que genera una gran parte de las emisiones de CO<sub>2</sub>, garantizar que la proporción de energía procedente de fuentes renovables sea del 100%.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los compromisos medioambientales son compartidos por toda la organización.</li> <li>De forma más directa, en cuanto a su coordinación y gestión de medidas, los departamentos de Comunicación y Responsabilidad Corporativa y Servicios Generales.</li> </ul>	Ininterrumpido, con objetivos de reducción para 2020.

## Acciones sociales

Descripción breve	Objetivos	Ámbito de aplicación	Horizonte de implantación
Desarrollo de actuaciones que buscan un impacto social positivo sobre el entorno. Asimismo, actividad de comunicación dirigida a mejorar la transparencia y a fortalecer sus vínculos con sus grupos de interés.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contribuir al desarrollo social de su ámbito de influencia, convirtiéndose en un agente dinamizador de la actividad de su entorno.</li> <li>Establecer dinámicas de colaboración sostenidas en el tiempo que permitan generar beneficios a medio y largo plazo.</li> <li>Favorecer una mayor interacción y capacidad de escucha con respecto a sus grupos de interés, a través de una comunicación fluida y transparente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las acciones sociales apoyadas por Helvetia Seguros se desarrollan por todo el territorio nacional.</li> <li>El Departamento de Comunicación y Responsabilidad Corporativa es el responsable de la coordinación de dichas iniciativas.</li> </ul>	Ininterrumpido

## Patrocinios

Descripción breve	Objetivos	Ámbito de aplicación	Horizonte de implantación
Política de patrocinios de la compañía con la que se busca el progreso social de entidades y colectivos de su ámbito de influencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Favorecer el desarrollo de actividades que sin el apoyo de entidades públicas y privadas no pueden ver la luz, a pesar de su beneficio social objetivo para el entorno.</li> <li>Establecer colaboraciones sólidas y estables con colectivos de fuerte implantación en su zona de influencia.</li> <li>En lo deportivo, contribuir a hacer posible la práctica del deporte base o de disciplinas deportivas minoritarias.</li> <li>Obtener un rendimiento de visibilidad e imagen, asociando la marca a colectivos y actividades que persiguen, a través de sus correspondientes vías, el progreso social.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El alcance de la política de patrocinios abarca todo el territorio nacional.</li> <li>El Departamento de Comunicación y Responsabilidad Corporativa es el responsable de la gestión de dichos patrocinios.</li> </ul>	Ininterrumpido

### Compromiso con los empleados

Descripción breve	Objetivos	Ámbito de aplicación	Horizonte de implantación
Política de gestión de personas desde la perspectiva del compromiso con la plantilla.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conseguir una plantilla motivada e implicada en el proyecto empresarial de la compañía.</li> <li>Potenciar el sentido de orgullo de pertenencia y la identificación con los valores de la empresa.</li> <li>Velar por el mantenimiento de un buen clima laboral, con políticas y medidas que favorezcan la igualdad a todos los niveles (género, raza, etc.).</li> <li>Potenciar la transparencia interna en relación con los perfiles y las categorías profesionales, de manera que la información sea objetiva, accesible y veraz, sirviendo como base para un sistema de remuneración y promoción claro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La gestión de las políticas de personal recae principalmente sobre el Departamento de Recursos Humanos.</li> </ul>	Ininterrumpido

### Garantizar trabajadores cualificados

Descripción breve	Objetivos	Ámbito de aplicación	Horizonte de implantación
Política de formación y seguimiento de las competencias de la plantilla.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Favorecer la mejora de la capacitación de los empleados, a través de una carrera profesional planificada que repercuta en el desarrollo personal.</li> <li>Articular mecanismos efectivos de evaluación del desempeño, que permitan introducir las oportunas medidas correctoras para mejorar la competencia.</li> <li>Garantizar la excelencia profesional y un servicio impecable al cliente a través de personal altamente cualificado y actualizado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los empleados de la compañía.</li> <li>Los departamentos especialmente implicados son Recursos Humanos y Formación.</li> </ul>	Ininterrumpido

### Compromiso con los mediadores

Descripción breve	Objetivos	Ámbito de aplicación	Horizonte de implantación
Política de gestión de mediadores desde la perspectiva del compromiso con este colectivo profesional de alto valor estratégico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hacer partícipe al mediador del proyecto empresarial de Helvetia Seguros, dándole un lugar como pieza determinante en su modelo de negocio.</li> <li>Contribuir al desarrollo profesional de los mediadores mediante una relación justa y comercialmente rentable.</li> <li>Articular canales e instrumentos eficientes de comunicación entre la organización y los mediadores.</li> <li>Fomentar el reciclaje profesional y la capacitación de los mediadores a través de la formación.</li> <li>Favorecer la identificación de los mediadores con los principios y valores de Helvetia Seguros.</li> <li>Establecer una segmentación eficiente entre los mediadores con un sistema que premie y reconozca el esfuerzo y la identificación con la filosofía y los procedimientos de negocio de Helvetia Seguros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todas las Áreas de la compañía con especial implicación el Área de Ventas y el Área de Marketing y Responsabilidad Corporativa.</li> </ul>	Ininterrumpido





**“Helvetia Seguros es una compañía muy avanzada donde se afrontan nuevos retos cada día. Es vital estar al tanto de los cambios continuos en el mercado y estudiar con detalle las necesidades que nuestros propios clientes pueden llegar a tener, incluso antes de demandar ciertos servicios. La anticipación es una de nuestras cualidades y aporta valor añadido a la relación con los clientes.”**

Sofía Navarro,  
agente de Helvetia  
Seguros en Sevilla

# Responsables con nuestro negocio

En este capítulo se abordan todos los temas fundamentales asociados a la responsabilidad de Helvetia Seguros con el negocio principal. Esto atañe a los productos, las compras, los clientes, la gestión comercial, el gobierno corporativo y la gestión del riesgo, y el marco regulatorio.

G4-DMA

## Productos de seguros sostenibles y accesibilidad a la contratación

Helvetia Seguros mantiene una política de desarrollo de productos y de distribución que persigue, por un lado, atender las demandas de los consumidores, mediante una actualización permanente de su oferta y la detección de nuevas líneas de productos, y, por otro, facilitar la accesibilidad de dichos productos a sus clientes potenciales, favoreciendo una conexión más directa y sencilla entre la oferta y la demanda. Ambos planteamientos desde un enfoque sostenible y con una marcada orientación social y medioambiental.

La compañía trabaja de manera continua en dotar a sus productos de una vocación cada vez más social, respondiendo específicamente a las nuevas demandas sociales y cada vez más consecuente y responsable desde el punto de vista medioambiental. Hecho que se materializa tanto en los compromisos incluidos en las pólizas como en el ahorro energético derivado del acceso a la información y la contratación, donde prima el online.



## Resumen de actividad en 2016

### Accesibilidad en la contratación

Durante 2016, Helvetia Seguros ha seguido avanzando en la accesibilidad en la contratación de sus productos incorporando la posibilidad de contratación online. Concretamente, en julio de 2016, la website integró el producto de Helvetia Hogar en la nómina de productos contratables, sumándose así a los de Decesos y Vida Riesgo. De este modo, la web de Helvetia Seguros permite la tarificación, contratación y firma online de estos productos.

### Nuevos productos

Durante 2016 se incorporaron los siguientes productos al portfolio de Helvetia Seguros:

- Helvetia Patronal. Este producto comenzó a comercializarse el 15 de julio. Su objetivo era complementar la garantía de Responsabilidad Civil Patronal de productos multirriesgo de comercios e industria, tanto de Helvetia Seguros como de cualquier otra entidad. Con Helvetia Patronal, se incrementa el límite por siniestro y víctima, con una franquicia fija en todos los casos de 150.000 ó 300.000 euros. A través de este producto, se da respuesta al incremento de las indemnizaciones derivadas de la implantación del nuevo baremo de tasación de accidentes.
- Helvetia Salud Global. Su comercialización se inició el 2 de noviembre con el objetivo de mantener una oferta comercial de asistencia sanitaria actualizada y competitiva, más ajustada a la demanda del actual cliente de salud. El producto incorpora nuevas coberturas y servicios, como los de oftalmología, nuevos medios de diagnóstico o un aumento del descuento por número de asegurados. La prestación del servicio recae sobre HNA, empresa de reconocido prestigio que dispone de un cuadro médico formado por más de 40.000 especialistas y 1.100 centros médicos.

## Helvetia Good Driver

En el contexto de la Estrategia helvetia 20.20, en 2016 Helvetia Seguros promovió la creación de la app Helvetia Good Driver, con el objetivo, por una parte, de obtener datos para su proceso de pricing y, por otro, como modo de fidelización de los clientes. Se trata de una aplicación que detecta automáticamente cuándo una persona está conduciendo, registrando los trayectos que realiza. Tras cada trayecto, el cliente dispone en su móvil de estadísticas sobre la ruta realizada y la distancia recorrida, así como la velocidad del vehículo, la brusquedad apreciada en el frenado y en la aceleración, y las distracciones registradas durante el viaje a través del uso del teléfono. Así, el usuario conocerá sus puntos fuertes y débiles al conducir, mientras la aplicación le aconseja cómo mejorar y conducir de una manera más segura y eficiente.



### **Helvetia Compromiso**

Durante 2016, se ha continuado trabajando en la penetración de los productos de la gama Helvetia Compromiso, dirigidos a personas con discapacidad y a sus cuidadores, con un programa que busca la especialización de mediadores en esta gama. Así, después de una fase inicial donde estos mediadores especializados se localizaban fundamentalmente en Navarra, en 2016 se llevó a cabo una campaña de divulgación de Helvetia Compromiso y búsqueda de mediadores especializados en el ámbito de la discapacidad que finalmente ha permitido la detección de mediadores especialistas en Helvetia Seguros en las provincias de Alicante, Cádiz, Madrid, Pamplona y Sevilla.

### *Repercusión sobre el desempeño*

Las medidas acometidas en 2016 en materia de accesibilidad a la contratación y productos de seguro sostenibles han permitido a la compañía avanzar en su objetivo de ofrecer un servicio más adaptado a las necesidades del cliente, favoreciendo una mayor accesibilidad a los productos. Se espera que la compañía siga mejorando en la incorporación de aspectos medioambientales en sus productos y servicios, de acuerdo con la importancia paulatina que la eficiencia energética está adquiriendo en el contexto europeo.

### *Mejoras previstas para 2017*

En el ámbito de la accesibilidad en la contratación, se prevé seguir avanzando en la integración de productos a la nómina de contratación online. Así, en 2017 se llevará a cabo la incorporación de los seguros para motocicletas, de manera que el único producto 'masa' que quedaría por integrar en la modalidad de acceso online sería el de seguros de Automóviles.

Por lo que respecta a nuevos productos, en 2017 se prevé sacar al mercado un nuevo producto de inversión con el que se buscará la adhesión de las pólizas de seguros al patrimonio protegido, buscando la consolidación del patrimonio protegido en beneficio de personas a cargo (por ejemplo, hijos con discapacidad). Este producto se integrará dentro de la gama de Helvetia Compromiso. Junto a este producto, se prevé asimismo la comercialización de un nuevo producto de Individual Riesgo, un nuevo producto para comunidades (Helvetia Edificios) y la mejora y actualización del producto de aseguramiento de instrumentos musicales.

En relación con Helvetia Compromiso, además de incorporar nuevos productos a la gama, durante 2017 se prevé llevar a cabo diversas acciones de seguimiento y acompañamiento de los agentes especializados en su comercialización, a fin de evaluar la evolución de la penetración de estos productos en el ámbito de influencia de los agentes.

## Compras sostenibles

Helvetia Seguros persigue la excelencia en la gestión de las compras y las contrataciones con terceros, buscando en todos los casos la identificación de los proveedores con los valores y principios de la compañía en materia de desempeño ético, gestión de riesgos, protección de datos y sostenibilidad.

Como empresa de servicios, su actividad de negocio no está supeditada tanto al funcionamiento de maquinaria y la producción de bienes como a una ágil y eficiente prestación y una adecuada atención al cliente. No obstante, la adquisición de bienes y servicios implica una responsabilidad en relación con las condiciones laborales de la cadena de suministro, las consecuencias medioambientales de los servicios o bienes contratados o el impacto socioeconómico de los proveedores.

La mayor parte de las provisiones de Helvetia Seguros se refieren a servicios, destacando especialmente algunos como las peritaciones, asistencia en carretera, gestión de decesos o servicios sanitarios y de cuidado personal.

### *Resumen de actividad en 2016*

#### **Convención de peritos**

De entre todos los proveedores que prestan sus servicios a Helvetia Seguros, uno de los más sensibles es el de los peritos. Es por ello que desde hace varios años, la compañía viene desarrollando un programa de comunicación y contacto con su red de peritos, cuya principal materialización es la convención anual de peritos. En 2016, la convención se celebró el día 6 de junio en la Sala Helvetia.

#### **Convención de Asitur**

También entre los proveedores destaca Asitur, compañía especializada en servicios de asistencia y reparación de turismos. En 2016, durante el mes de junio, se llevaron a cabo sendas convenciones centradas en presentar los servicios de Asitur a la red de mediadores Élite y Expert, con el objetivo de fortalecer el conocimiento de dicho proveedor entre los mediadores, principales prescriptores de sus servicios.

#### **Implicación de los peritos en la atención de gestión de siniestros**

De acuerdo con el proyecto Tramiempatía, promovido por el Área de Servicio al Cliente y Organización y cuyo objetivo es incentivar la empatía de los tramitadores de siniestros con el cliente, y a través de la herramienta Speech Analytics, durante el año 2016 se introdujo a los peritos en el procedimiento informatizado de la gestión de siniestros, de manera que esté informado de dicha gestión en los casos que le afectan y se implique también empáticamente con el cliente en los procesos.

### *Repercusión sobre el desempeño*

Una mayor interacción e implicación de los proveedores con el proyecto de Helvetia Seguros está favoreciendo una atención más directa, cercana y adaptada a los intereses y necesidades de la compañía, lo que repercute favorablemente sobre el servicio que se ofrece a los clientes.

Asimismo, el desarrollo de la medida estratégica “Eficiencia de Costes” implica una mayor conciencia por parte de la compañía en relación con las dinámicas que favorecen compras más sostenibles. Es previsible que, hasta el año 2020, se produzcan sensibles avances en esa línea.



G4-12, G4-DMA

### *Mejoras previstas para 2017*

Durante 2017, liderada por el Departamento de Auditoría Interna, Helvetia Seguros prevé llevar a cabo una auditoría sobre los procedimientos de gestión de compras dentro de la compañía. Se trata de describir, analizar y evaluar los procedimientos que los distintos departamentos relacionados con la contratación de productos y servicios utilizan para llevar a cabo estas contrataciones.

Esta auditoría pretende ser el paso previo para la definición de una política general de gestión de compras homogénea en toda la organización, avalada por el Comité de Dirección, y que comprometa a todos los departamentos de la compañía con responsabilidad en la contratación de productos y servicios.

Por otro lado, de acuerdo con la tendencia del mercado en materia de gestión de siniestros, durante 2017, a través de Asitur, Helvetia Seguros prevé poner en marcha un proyecto piloto de videoperitación, encaminado a agilizar la gestión de las peritaciones de siniestros, evitando la dilatación de los expedientes. Inicialmente, la videoperitación atañerá a los casos en que se detecta un bajo nivel de satisfacción de los clientes y una falta de coordinación entre los peritos y los responsables de reparación.

De manera general, Helvetia Seguros prevé seguir avanzando en la mejora de los procesos de adquisición de productos y servicios y en las compras sostenibles, bajo la perspectiva de una mayor eficiencia de costes, de acuerdo con la medida estratégica de la Estrategia helvetia 20.20.

En este sentido, de cara al ejercicio 2017, y de acuerdo con la medida estratégica señalada, Helvetia Seguros continuará con los trabajos de certificación EFQM, de manera que antes de la finalización del vigente plan estratégico, en el horizonte 2020, la compañía logre el sello +400. Dicho sello implica el tercer nivel de certificación EFQM, lo que refleja una sensible mejora en la excelencia en distintos ámbitos, entre ellos la gestión de los proveedores y las compras sostenibles.

## Satisfacción y lealtad del cliente

La satisfacción y lealtad del cliente representan la razón de ser del negocio de Helvetia Seguros. Integradas como medida estratégica en la Estrategia helvetica 20.20 (“Cliente: Lealtad y Experiencia”), suponen la base para la continuidad del negocio y el equilibrio como compañía aseguradora.

### Resumen de actividad en 2016

#### Atención de siniestros

Durante 2016 se atendieron un total de 334.618 siniestros, de los cuales el 46,4% a través de los tres centros de servicio. El volumen de siniestros atendidos se incrementó en un 21,3% con respecto a 2015. Por lo que respecta a llamadas atendidas, éstas se situaron en 354.681.

Atención de siniestros en 2016	2015	2016	Variación
Siniestros atendidos	312.232	334.618	+7,1%
Siniestros atendidos por centros de servicio	147.277	155.466	+5,6%
Llamadas atendidas en atención de siniestros	336.132	354.681	+8,8%
% de llamadas atendidas	96,9%	97,4%	+5,1%
Llamadas atendidas en menos de 5 segundos	93,5%	96%	+2,2%

#### Encuestas de satisfacción

Como cada año, en 2016 Helvetia Seguros participó en la encuesta de satisfacción de Icea. Aunque anualmente la encuesta alterna consultas sobre atención de siniestros en Hogar y en Autos, excepcionalmente en 2016 la compañía quiso volver a testar el nivel de satisfacción en Hogar, ya testado en 2015. En ambos casos, se ha registrado una mejora en los niveles de satisfacción.

Asimismo, la compañía realizó también encuestas sobre el nivel de satisfacción en relación con la atención de siniestros. Dichas encuestas valoraban tanto el trato como la gestión, con índices en ambos casos superiores al 90%.

#### Resultados de encuestas de satisfacción

% Satisfacción atención telefónica siniestros	2015	2016
IVR CS (Valoración Trato)	95,9	95,9
IVR CS (Valoración Gestión)	91,8	91,7
% Satisfechos = Valores igual o superiores a 7 sobre un total de 10		

% Satisfacción encuestas ICEA siniestros	2014	2015	2016
Satisfacción Hogar	-	87,50%	91,90%
Satisfacción Autos	88,70%	-	93,60%
% Satisfechos = Valores igual o superiores a 7 sobre un total de 10			

### **Monitorización de la escucha (Speech Analytics)**

Iniciado en 2015 con carácter piloto, el proyecto Speech Analytics supone un cambio sensible en la forma de funcionar de la compañía en relación con la atención de los siniestros, al favorecer la documentación y al parametrizar todos los procesos de atención, regulando dichos procesos y ofreciendo una respuesta más ágil y solvente a los clientes.

Speech Analytics está integrado dentro del proyecto Tramiempatía, promovido por el Área de Servicio al Cliente y Organización, con el objetivo de mejorar el nivel de empatía entre el tramitador y el cliente. Se trata de un software de gestión para monitorizar la escucha. Durante 2016, a través de la herramienta, se llevó a cabo la categorización de las distintas modalidades de llamadas a la atención de siniestros dividiéndose en tres grupos: de calidad, de experiencias del cliente y de transferencia (ver cuadro). Diariamente, además, los responsables de las distintas unidades de Atención al Cliente tienen acceso a los informes, conociendo de forma directa el tiempo de respuesta de cada expediente.

### **Adhesión al Código de Buenas Prácticas de ADECOSE**

El día 31 de marzo, la compañía se adhirió al Código de Buenas Prácticas para la Gestión de Siniestros entre entidades aseguradoras y empresas asociadas a ADECOSE. Este código establece un decálogo de obligaciones para las aseguradoras que pretende redundar sobre la mejora en la gestión de siniestros de los asegurados.

Esta adhesión se suma a otras muchas que Helvetia Seguros mantiene con diversos proyectos e instituciones. Así, la compañía también suscribe los principios de la UNEP Finance Initiative y del CDP (Carbon Disclosure Project). Por otro lado, Helvetia Seguros participa activamente como miembro de diversas entidades relacionadas con el sector, entre las que destacan especialmente Icea (Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradores y Fondos de Pensiones) y Unespa (Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras). De esta última, el director general de Helvetia Seguros, José María Paagman, forma parte de su comité ejecutivo.



### **Herramienta CRM**

Desde 2013, la herramienta CRM (Customer Relationship Management) proporciona a la compañía un conocimiento más cercano y preciso de los clientes, lo que está capacitando a la compañía para ofrecer un servicio más adaptado a sus necesidades.

Durante 2016 se han producido importantes avances en relación con la herramienta, que tienen que ver en su mayor parte con el proyecto “CRM Simplicity”, cuyo objetivo es favorecer una mayor simplificación y la amigabilidad de la herramienta. Concretamente, las principales novedades acometidas en relación con el CRM durante 2016 han sido:

- **Nombramiento de Coordinador CRM Helvetia España.** El día 8 de junio, fue creada la nueva función de coordinador de CRM en la compañía, que recayó sobre Francisco Astola, responsable del Departamento de Investigación y Desarrollo de Mercado. Entre las tareas asignadas a este puesto se encuentran la coordinación de las tareas e iniciativas funcionales de las distintas áreas, liderando un equipo de trabajo específico.
- **CRM Simplicity.** Durante 2016, la compañía ha llevado a cabo diversas modificaciones sobre su herramienta CRM para favorecer una mejora de la experiencia del usuario en el manejo y la navegación por la herramienta. Es lo que se conoce como el CRM Simplicity, cuya primera actualización se produjo el 14 de marzo, con actualizaciones sucesivas en los meses de junio y octubre. Entre las mejoras introducidas durante el año se encuentran una nueva apariencia visual, simplificación de las pantallas, uso guiado de la aplicación o la posibilidad de asignación de tareas.

### **Captación de correos electrónicos**

Con el objetivo de mejorar el conocimiento sobre sus clientes y debido al escaso porcentaje de e-mails registrados, durante 2016 y con carácter piloto, se llevó a cabo una campaña de captación de correos electrónicos personales, que se centró en cinco provincias y en la que se implicó a agentes y delegados, comerciales internos, asesores comerciales, directores de Sucursal y directores de Zona. La campaña permitió registrar un 10% de correos del total de clientes contactados.

### ***Repercusión sobre el desempeño***

La mejora en los índices de satisfacción de las encuestas sobre gestión de siniestros no obedece a una única razón, si bien cabe entender que parte de esta mejora es atribuible a los sistemas de monitorización de la escucha. Con todo, será a partir de 2017 y sobre todo 2018 cuando los nuevos procedimientos reglados de monitorización de la escucha a través de Speech Analytics comiencen a dar verdaderos frutos.

Las distintas mejoras introducidas en el CRM, por otro lado, han favorecido una mayor usabilidad de la herramienta, con lo que es previsible que su uso siga consolidándose dentro de la compañía para favorecer un mayor y mejor conocimiento del cliente.

### ***Mejoras previstas para 2017***

En 2017 está prevista la implantación de un nuevo procedimiento de actuación a partir de la sistematización de los procesos de atención al cliente derivada de la herramienta Speech Analytics. Dicho procedimiento buscará mejorar los procesos de atención, incentivando asimismo la atención excelente por parte de los tramitadores de siniestros. Es previsible, además, que la información derivada de Speech Analytics sea aprovechada por otras áreas como la de Marketing y Responsabilidad Corporativa para el desarrollo de acciones de escucha y monitorización de acciones comerciales, si bien esta línea aún se encuentra en estado muy embrionario.

#### G4-56, G4-PR9

Durante 2017 se prevén nuevas mejoras para el CRM, que tienen que ver, por un lado, con mejorar el conocimiento del cliente y, por otro, con un avance en las prestaciones de la herramienta.

En materia de conocimiento del cliente, en 2017 se volcarán sobre la herramienta CRM todas las encuestas de satisfacción a clientes que se realizan por las distintas vías, a fin de afinar los datos disponibles de los clientes. Así, el nuevo bloque de información disponible sobre el cliente permitirá conocer el nivel de satisfacción y el nivel de recomendación, con un sistema de alerta para poder prever posibles escenarios de cara a la realización de gestiones con el cliente

Por lo que respecta a las mejoras de la herramienta, se prevé una nueva versión del CRM para la primavera de 2017.

Durante 2017 también se prevé ampliar a todos los clientes de la compañía la acción para la captación de correos electrónicos, dados los resultados satisfactorios derivados de la experiencia piloto.

#### G4-DMA

### **Gestión comercial justa**

Helvetia Seguros persigue la máxima transparencia en sus relaciones con los distintos grupos de interés y actúa conforme a criterios de justicia, ética e integridad en todo cuanto compete a su actividad de negocio.

A través de su Código de Cumplimiento, explicita una “actuación comercial conforme a las normas”, observando en todo momento “la legislación y la normativa de carácter legal, las instrucciones de trabajo y las directrices internas, así como los convenios colectivos y acuerdos contractuales”.

### *Resumen de actividad en 2016*

#### **Infracción de leyes y normas**

En relación con la infracción de leyes y normas relacionadas con los productos y servicios de Helvetia Seguros, durante 2016 no se registró ningún procedimiento incoado contra la compañía ni se interpuso sanción alguna.

#### **Transparencia y veracidad en las comunicaciones comerciales**

Durante 2016 se han acometido nuevas producciones de información comercial asociadas a los nuevos productos, concretamente, Helvetia Patronal, Helvetia Salud Global y Helvetia Compromiso. Asimismo, se han renovado los diseños y producciones de algunos productos para adaptarlos a los cambios en las coberturas. Por otra parte, la apuesta por la publicidad continúa siendo una de las líneas de la estrategia de comunicación de la compañía. Todo ello siguiendo el criterio firme de garantizar la claridad, la transparencia y la veracidad en la formulación de las coberturas, permitiendo una mayor comprensión por parte de los clientes y no incurriendo en ningún momento en publicidad engañosa.

#### *Repercusión sobre el desempeño*

No se dispone de datos que evidencien en qué medida los criterios de gestión comercial justa han contribuido a una mejora del desempeño, si bien la ausencia de procedimientos administrativos contra la compañía apunta a una gestión comercial eficiente que se traduce en la ausencia de conflictos de naturaleza comercial y, por tanto, en el mantenimiento de un buen nivel de reputación.

## *Mejoras previstas para 2017*

Durante 2016 la compañía ha venido trabajando en la mejora de sus procesos de comunicación con el cliente, a fin de implementar en 2017 un nuevo proceso donde primará el canal digital como medio de comunicación con los clientes, dándoles a estos la opción de elegir de qué manera desean ser informados. Esta mejora supondrá, además, una sensible reducción del impacto medioambiental gracias a la eliminación del papel, que en todo caso se mantendrá como soporte de comunicación para los clientes que así lo prefieran.

En materia de gestión comercial justa, la Directiva Comunitaria 2016/97 de 20 de enero de 2016 sobre la distribución de Seguros, en su trasposición a España, implicará sensibles cambios en el concepto de venta del seguro y, concretamente, en la información que las entidades deben facilitar al asegurado. Esta información deberá ser más clara, con contenidos fehacientes, acreditables y duraderos, lo que obligará a Helvetia Seguros a mejorar la formulación y presentación de sus productos, potenciando así su claridad y transparencia, y facilitando de este modo los procesos de contratación. Para ello, la compañía participa desde 2016 en el grupo de trabajo creado por Unespa para debatir la norma y representar los intereses del sector y también la creación de un grupo interno para analizar las consecuencias que dicha transposición pueda tener sobre Helvetia Seguros.

G4-DMA

## **Gobierno corporativo, gestión del riesgo y Código de Cumplimiento**

Una dirección empresarial responsable implica un desarrollo de la actividad bajo un escrupuloso respeto a la ética, la transparencia, la prudencia y la estabilidad, desde los principios de un Gobierno corporativo sostenible y basado en principios éticos y legales de obligado cumplimiento. Asimismo, la compañía mantiene una adecuada gestión del riesgo asociado al negocio, que influye de forma decisiva sobre la estabilidad. Por último, el Código de Cumplimiento describe de forma precisa el marco de comportamiento en el que deben desenvolverse los empleados en su puesto de trabajo.

## *Resumen de actividad en 2016*

### **Gobierno corporativo**

Durante el año 2016 se culminó el proceso de fusión e integración de Helvetia Seguros con Nationale Suisse. Ello implicó un considerable esfuerzo en materia legal y operativa, con implicaciones en diversos niveles de la organización. Tras este proceso, parte de los empleados procedentes de Nationale Suisse se han integrado satisfactoriamente en Helvetia Seguros, que mantiene su sistema de Gobierno corporativo, basado en la prudencia, la transparencia y la orientación hacia el éxito.

### **Gestión del riesgo**

El año 2016 ha sido un año de importantes avances en materia de gestión del riesgo, debido a las implicaciones de la entrada en vigor de Solvencia II en el mercado español. Así, desde este año, la compañía está obligada a plasmar y documentar todo su sistema de gestión de riesgos y a trasladarlo a la entidad reguladora (Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones). Concretamente, durante 2016 se han elaborado los siguientes informes:

- Informe ORSA (Autoevaluación de Riesgos y Solvencia). De carácter anual y obligatorio, incluye una descripción cuantitativa de su sistema de gestión de riesgos.
- Reportings trimestrales. Coincidiendo con el fin de cada trimestre, la compañía elevó informes trimestrales sobre la gestión del riesgo a la DGSFP. Estos informes son de carácter cuantitativo y obligatorio.

- Informe sobre la situación financiera y de solvencia de la compañía. Es un informe público de carácter anual que la compañía debe difundir a través de sus canales propios (página web).
- Informe periódico de supervisión. Es un informe obligatorio de carácter privado que se remite sólo al regulador (DGSFP). Su presentación es trianual.

Los principales datos de referencia en materia de control del riesgo de Helvetia Seguros durante 2016 se presentan en el siguiente cuadro.

Datos Gestión del Riesgo en 2016	
Ratio de cobertura	183%
Capital de solvencia requerido	121,4 millones de euros
Capital mínimo requerido	54,6 millones de euros
Excedente de capital	101,3 millones de euros

### Creación del 'Risk Manager'

En el marco de la normativa Solvencia II, la compañía integró dentro de su estructura un nuevo perfil profesional responsable de gestión del riesgo (Risk Manager). Sobre esta figura profesional recae la responsabilidad de la gestión integral de todos los aspectos y elementos que dentro de la compañía influyen en la gestión del riesgo.

### Privacidad y datos del cliente

En relación a la normativa vigente sobre la protección de datos de los clientes, Helvetia Seguros dispone de todos los recursos necesarios para garantizar el cumplimiento de la misma. Por ello, durante 2016 no se ha registrado ninguna queja o reclamación al respecto del tratamiento y uso de los datos de carácter personal de los distintos clientes, si bien todas las solicitudes en este sentido eran fruto de una solicitud de baja de alguna póliza y, por tanto, también de la eliminación de los datos de la base global de la compañía.

### Código de Cumplimiento

El Código de Cumplimiento ha continuado operando como la principal herramienta descriptiva y marco de actuación para el desempeño dentro de la organización. Por parte del Departamento de Controlling, responsable de su vigilancia y de su aplicación, se ha seguido trabajando en su conocimiento, difusión y observación por parte de todos los empleados.

En este sentido, durante 2016 se han producido cinco incidencias comunicadas y probadas en materia de Compliance por incumplimiento de las normas de contratación o falsificación de datos. La compañía de forma inmediata tomó las acciones pertinentes.

### Repercusión sobre el desempeño

El trabajo realizado con carácter previo por la compañía en los años anteriores a la entrada en vigor de Solvencia II han permitido una perfecta adaptación a las exigencias de esta normativa. En el caso de las nuevas normativas cuya implantación está prevista en 2018, la compañía está trabajando sobre prospecciones a futuro, lo que igualmente le permitirá posicionarse de una manera óptima de cara a los cambios. La introducción de criterios de mayor exigencia y rigor en la relación con los clientes derivada de las nuevas normativas previstas en todo caso una oportunidad para Helvetia Seguros en su objetivo de fortalecer su posicionamiento de cara a los clientes, reforzando su condición de empresa ética, íntegra y justa.

## *Mejoras previstas para 2017*

El nuevo Reglamento de Unión Europea relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y la libre circulación de los mismos entrará en vigor en 2018. Por ello, la compañía tiene previsto analizar de manera interna durante 2017 las implicaciones en los cambios en materia de privacidad y datos del cliente que ello supondrá. Asimismo, Helvetia Seguros seguirá formando parte, al que ya pertenece desde 2016, del grupo de trabajo creado por Unespa de cara a la aplicación del nuevo Reglamento.

Por otro lado, la compañía tiene prevista la publicación del informe sobre la Situación Financiera y de Solvencia (SFCR), con el objetivo de asegurar la transparencia de su posición financiera. En el informe se planteará una visión global de la estructura de negocio, la organización, la capitalización y la gestión del riesgo por parte de Helvetia Seguros.

G4-DMA

## **Regulación creciente**

La regulación creciente guarda relación con la necesidad por parte de Helvetia Seguros de observar y cumplir con las directrices, directivas y reglamentos jurídicos vigentes en el ámbito en el que desarrolla su actividad.

Helvetia Seguros busca en todo momento optimizar su adaptación a cada nueva normativa, previendo escenarios futuros que favorezcan transiciones más armónicas a las nuevas realidades. De igual modo, participa en los foros y organismos de naturaleza sectorial para intervenir ofreciendo su valoración y consideraciones en relación con las normas, cuando éstas están aún en proceso de análisis y estudio.

En España existe una supervisión integrada del mercado financiero de banca y seguros, sobre cuyas bases desarrolla su actividad Helvetia Seguros. En este contexto, de cara a los próximos años se trabajará en aspectos tales como la digitalización (ciberseguridad, protección de datos, identidad digital, etc.) o la implementación del acuerdo sobre política climática internacional alcanzado en la Conferencia sobre Cambio Climático de diciembre de 2015 en París.

## *Resumen de actividad en 2016*

Durante 2016, Helvetia Seguros hubo de hacer frente a las consecuencias derivadas de distintas disposiciones que entraron en vigor en dicho año con una influencia directa o indirecta sobre el negocio asegurador. Entre las principales cabe destacar las siguientes:

- Ley 35/2015, de 22 de septiembre, de reforma del sistema para la valoración de los daños y perjuicios causados a las personas en accidentes de circulación.
- Real Decreto 1148/2015 de 18 de diciembre por el que se regula la realización de pericias a solicitud de particulares por los institutos de medicina legal y ciencias forenses, en las reclamaciones extrajudiciales por hechos relativos a la circulación de vehículos a motor.
- Orden ECC/2845/2015, de 23 de diciembre, por la que se regula la franquicia a aplicar por el Consorcio de Compensación de Seguros en materia de seguro de riesgos extraordinarios.
- Resolución de 18 de diciembre de 2015, de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, por la que se concreta el contenido del registro de seguro obligatorio, el



procedimiento y las especificaciones de la información a remitir a la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

- Orden ECC/664/2016, de 27 de abril, por la que se aprueba la lista de información a remitir en supuestos de adquisición o incremento de participaciones significativas en entidades aseguradoras y reaseguradoras y por quienes pretendan desempeñar cargos de dirección efectiva o funciones que integran el sistema de gobierno en entidades aseguradoras, reaseguradoras y en los grupos de entidades aseguradoras y reaseguradoras.

En todos los casos, Helvetia Seguros se ha adaptado con normalidad a las derivaciones de la nueva normativa, sin que se hayan producido incidencias ni aspectos críticos reseñables.

### *Repercusión sobre el desempeño*

La asimilación de la nueva normativa y de sus implicaciones sobre la actividad de Helvetia Seguros permite a la compañía evitar sanciones y obrar conforme al marco legal y jurídico vigente, manteniendo su trayectoria de compañía intachable desde el punto de vista normativo y respetuosa con el entorno legislativo en el que desarrolla su actividad.

### *Mejoras previstas para 2017*

Se contempla la creación de sendos grupos de trabajo para preparar a la compañía de cara a dos importantes normativas cuya implantación está prevista en 2018: la Directiva 2016/97 de 20 de enero de 2016 sobre la distribución de seguros, y el nuevo Reglamento de la Unión Europea relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de datos.

Asimismo, a partir de 2017 será obligatorio el cumplimiento de la Directiva Europea 2014/95, de divulgación de información no financiera y diversidad, por la cual las empresas deberán informar anualmente sobre cuestiones no financieras relacionadas con el medioambiente, los derechos laborales y sociales, derechos humanos, corrupción y sobornos.

Dado que Helvetia Seguros ya reporta información bajo los esquemas del Global Reporting Initiative (GRI) y el Carbon Disclosure Project (CDP), se prevé que será sencillo cumplir con la Directiva, realizando los ajustes necesarios.



**“El ahorro de energía ha sido, es y será, un componente clave para lograr una economía sostenible. Helvetia Seguros es una compañía dinámica y actual y está demostrando su compromiso con la eficiencia energética y el desarrollo sostenible. Cualquier empresa que pretenda ser competitiva necesita implantar un plan estratégico de mejora de los rendimientos energéticos y la racionalización de su utilización y nuestra compañía está haciendo un claro esfuerzo en esta dirección”.**

Mario Vicente  
Agente de Helvetia Seguros en  
Móstoles (Madrid)

# Responsables con el medioambiente

En este capítulo se aborda el tema fundamental del compromiso con el medioambiente, uno de los retos permanentes de la compañía.

## Impacto ambiental del negocio

Helvetia Seguros mantiene un compromiso firme con la reducción de la contaminación ambiental derivada de su actividad de negocio. Asimismo, lleva a cabo una labor de concienciación de cara a sus públicos internos para potenciar el ahorro en las emisiones de CO<sub>2</sub>. Al tratarse de una empresa de servicios, la generación de emisiones es relativamente escasa en comparación con otros sectores, si bien la compañía busca minimizar el impacto medioambiental negativo, concentrando sus esfuerzos en el consumo energético, el papel, el agua y los viajes de negocios. La compañía está alineada con los objetivos de la Estrategia Europa 2020, que busca la reducción de un 20% de CO<sub>2</sub>, el incremento de un 20% de uso de energías renovables y un ahorro energético del 20% hasta el año 2020.

## Resumen de actividad en 2016

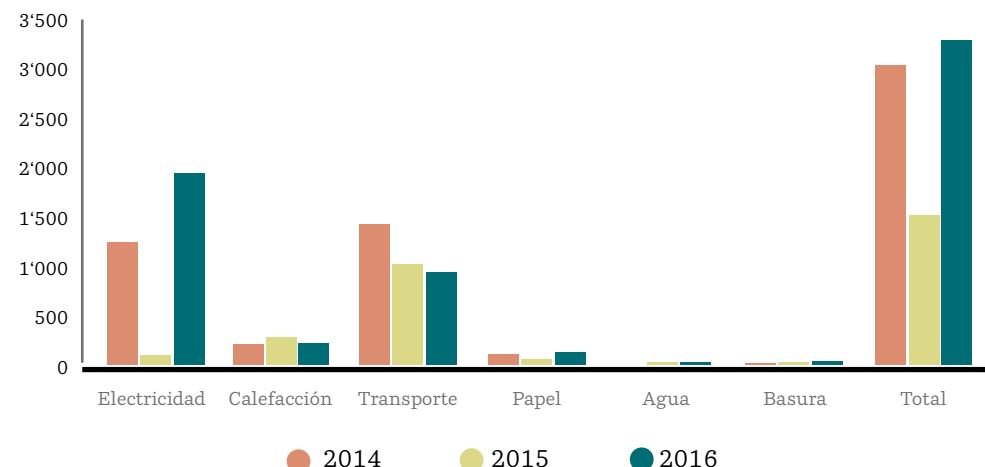
### Informes medioambientales

Anualmente, el Grupo Helvetia lleva a cabo un registro de sus datos de consumo conforme al Climate Change Reporting de la ONG Carbon Disclosure Project, en el que participan todas las unidades de negocio del grupo. En 2016, el consumo de Helvetia Seguros descendió en electricidad, calefacción, transporte, agua y basura, si bien aumentó ligeramente en papel.

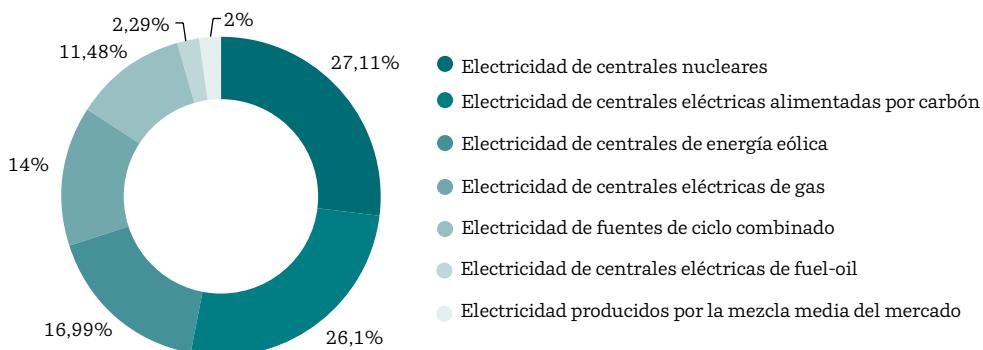
#### Consumo energético absoluto

		2014	2015	2016
<b>Electricidad</b>	kWh	1.883.335	2.212.874	2.002.092
<b>Calefacción</b>	kWh	398.497	594.06	452.597
<b>Transporte</b>	km	3.670.389	3.051.102	2.936.254
<b>Papel</b>	Toneladas	48	37	68
<b>Aqua</b>	m <sup>3</sup>	6.051	8.567	6.816
<b>Basura</b>	Toneladas	80	127	95

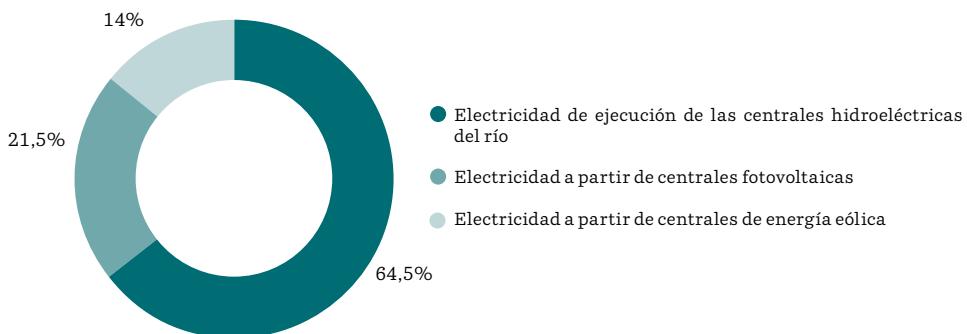
#### Promedio de emisiones de CO<sub>2</sub> en kg. por empleado en España



### Composición de la energía consumida en Helvetia Seguros en 2016



### Mix eléctrico después del traspaso al 100% de electricidad procedente de energía renovable



### Auditorías energéticas

El día 13 de febrero entró en vigor el Real Decreto 56/2016, de 12 de febrero, por el que se transponía la Directiva 2012/27/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2012, relativa a la eficiencia energética, en lo referente a auditorías energéticas, acreditación de proveedores de servicios y auditores energéticos y promoción de la eficiencia del suministro de energía.

Ello obligaba, en un plazo máximo de nueve meses, a las compañías con más de 250 empleados a realizar una auditoría energética, auditoría que deberá renovarse cada cuatro años. La auditoría a realizar debía cubrir, al menos, el 85% del consumo total de la energía final de las instalaciones en el territorio nacional y debía llevarse a cabo por auditores debidamente cualificados.

Helvetia Seguros llevó a cabo un análisis interno de sus instalaciones, decantándose finalmente por realizar la auditoría en sus tres sedes y 19 sucursales que, de acuerdo con los registros de consumo de la compañía, superaban el 85% del total.

Las auditorías incluían diversos elementos de análisis, ofreciendo una visión integral del consumo energético en las instalaciones, a partir de la descripción de los consumos de electricidad y gas tanto en las zonas comunes como en las oficinas.

### Nuevas instalaciones

Durante 2016, Helvetia Seguros ha inaugurado nuevas instalaciones, dotadas con sistemas de eficiencia energética que contribuyen a la reducción de las emisiones y al ahorro. Destacan especialmente, por su envergadura, las nuevas instalaciones de la Sucursal de Orense, donde se localiza también la Dirección de Zona Oeste. Estas insta-

laciones, situadas en pleno centro neurálgico de la ciudad (Rúa do Concello), están dotadas con sistemas que favorecen el ahorro, tales como: sistemas de captación de energía solar para el agua corriente; sistemas de climatización VRV (Sistema de Volumen Variable de Refrigerante); sistemas de iluminación por leds; o detectores de presencia en zonas comunes, entre otros.

#### **“Papel Cero”**

En 2016, Helvetia Seguros ha seguido trabajando en su proyecto de reducción de papel (“Papel Cero”). Así, la compañía ha puesto en marcha la contratación digital de distintos tipos de seguros, poniendo a disposición de los mediadores los soportes de bienvenida en formato digital y la posibilidad de completar todo el proceso en este soporte: tarificación y envío del proyecto, confirmación de la póliza por parte del cliente, la firma y la bienvenida con todos los documentos contractuales e informativos.

#### ***Repercusión sobre el desempeño***

Con las medidas promovidas, Helvetia Seguros avanza en su objetivo de cumplir los compromisos establecidos para el horizonte del año 2020, que son lograr un 20% menos de emisiones de CO<sub>2</sub> por trabajador y un 10% menos de emisiones de CO<sub>2</sub> en términos absolutos.

El proyecto de información de emisiones de carbono (Carbon Disclosure Project) está considerado como el mayor sistema de divulgación global para que empresas, ciudades, estados y regiones gestionen su impacto medioambiental. El Grupo Helvetia ha completado desde 2012 el cuestionario anual relativo a las emisiones de gases de efecto invernadero y las oportunidades y riesgos relacionados. Con una B en 2016, Helvetia ha alcanzado el estatus de empresa que cuenta con unas prácticas bastante buenas en cuanto a gestión medioambiental.

#### ***Mejoras previstas para 2017***

Se contempla continuar con la línea de reducción de consumo energético en las nuevas instalaciones y en la rehabilitación de antiguos edificios, conforme a como se viene actuando en los últimos años. La dotación de sistemas para favorecer el ahorro también es extensible a todas las nuevas oficinas de mediadores en cuyo proceso interviene la compañía. Por lo que respecta a las auditorías energéticas, la próxima prevista será, conforme a lo que dicta la normativa, en el año 2020.

Asimismo, está previsto el desarrollo de una obra teatral en virtud de la colaboración que se mantiene con la Compañía de Teatro de Blanca Marsillach, como acción de concienciación medioambiental. La obra estará dirigida al público infantil con el objetivo de poner en valor aspectos relacionados con el cuidado del medioambiente.

Por otro lado, el Grupo Helvetia se ha adherido recientemente a la iniciativa RE100, que trabaja para incrementar a gran escala la demanda de energía renovable, así como su distribución. Con ello, la compañía está apoyando la transición hacia una economía con bajas emisiones de carbono, asumiendo la reducción de éstas como parte integral de la gestión de la responsabilidad empresarial.

**“Valoró las empresas que practican la responsabilidad social y en concreto valoró muy positivamente las iniciativas de Helvetia Seguros, que intentan conseguir una mejora de la sociedad. Es un camino que hay que recorrer, sin parar, buscando las necesidades y carencias sociales, que son muchas, para mejorar en la medida de lo posible”.**

Juana Zalba  
Agente de Helvetia Seguros en  
Pamplona



# Responsables con la sociedad

En este capítulo se abordan los temas fundamentales referidos a la responsabilidad de Helvetia Seguros con la sociedad, que se concreta en las acciones sociales y los patrocinios. En este apartado se incluyen también los datos referidos a la comunicación con sus distintos públicos de interés.

G4-DMA

## Acciones sociales

Como compañía comprometida con el entorno en el que desarrolla su actividad, Helvetia Seguros lleva a cabo una constante labor social que repercute de forma favorable sobre su entorno. Con una orientación estratégica de largo plazo, Helvetia Seguros busca crear valor añadido para la sociedad, haciendo posible numerosos proyectos promovidos por instituciones locales y organizaciones sin ánimo de lucro en ámbitos como la ciencia, la cultura y el deporte, así como en asuntos de amplio interés social. En muchos casos, la colaboración es estable y de largo recorrido, dilatándose en el tiempo y contribuyendo así a la maduración y consolidación de los proyectos.

Dentro del ámbito social, en sentido genérico, cabe incluir también la actividad de comunicación, entendida como una línea de acción que busca la transparencia y una mayor interacción y conexión con sus públicos y con la sociedad en su conjunto.

## Resumen de actividad en 2016

### Proyectos apoyados

Son numerosos los proyectos sociales y culturales apoyados por Helvetia Seguros durante 2016. En las siguientes tablas se muestran las principales proyectos que la compañía contribuyó a hacer posible durante el ejercicio.

### Principales proyectos sociales y culturales

Proyecto	Descripción
“Tan lejos, tan cerca”	Representación teatral llevada a cabo el 17 de junio en colaboración con la Compañía de Teatro Social de Blanca Marsillach, para concienciar a la sociedad sobre las necesidades de las personas con discapacidad.
Donación de sangre	Campaña celebrada los días 25 de abril y 3 de octubre en la Sala Helvetia, dirigida tanto a empleados como a vecinos de la zona.
“Canciones para que no me olvides”	Campaña para potenciar la concienciación social en torno a la enfermedad del Alzheimer, a través de un portal ( <a href="http://www.cancionesparaqueolvides.com">www.cancionesparaqueolvides.com</a> ) en el que se presentaba, vía audiovisual, la experiencia de dos enfermos de Alzheimer y la manera en que estos interactuaban con sus recuerdos a través de la música.
II Carrera Cáncer de Mama	Patrocinio de carrera solidaria promovida en Rota (Cádiz) por Solucan Rota, y celebrada el día 22 de octubre.
Carrera por Ruanda	Patrocinio de la X Carrera Solidaria por Ruanda celebrada el 24 de abril en Mutilva (Navarra).
Sehop Carrera Cáncer Infantil	Patrocinio de Carrera Solidaria promovida por la Fundación SEHOP en Sevilla y celebrada el día 16 de octubre.
Visita Hospital Macarena	Visita llevada a cabo conjuntamente con el Helvetia Rugby el día 23 de febrero a niños hospitalizados en el Hospital Universitario Virgen Macarena de Sevilla.
Calendario Solidario Asedown	Patrocinio de calendario 2016 realizado por la Asociación Síndrome de Down de Sevilla y Provincia.

# “Canciones para que no me olvides”: contra el Alzhéimer a través de la música

En 2016, Helvetia Seguros promovió una campaña solidaria y de concienciación en torno a los enfermos de Alzhéimer y sus familiares, a través de un formato singular. Se trataba de “Canciones para que no me olvides”, una campaña que partía de un estudio científico de la Universidad de Oxford según el cual los pacientes que sufren alzhéimer conservan sus recuerdos musicales, incluso cuando la enfermedad está en su fase más tardía, debido a que las áreas cerebrales donde se aloja la memoria musical resisten mejor los efectos de esta enfermedad que otras zonas.

Partiendo de esta idea, Helvetia Seguros llevó a cabo una campaña para potenciar la concienciación social en torno a la enfermedad del Alzhéimer. Se trataba de mostrar a enfermos de Alzhéimer recuerdos de su vida encapsulados en canciones que les ayudaran a no olvidar. El resultado se plasmó en la web [www.cancionesparaquenomeolvides.com](http://www.cancionesparaquenomeolvides.com) y mostraba la experiencia de dos enfermos de Alzhéimer en fase de desarrollo. Juanjo e Inés y sus respectivas familias ofrecieron su testimonio vital y sus recuerdos de vida a Helvetia Seguros. A partir de estos relatos, se compuso para cada uno de ellos una canción autobiográfica de sus propias vidas, de manera que, cuando la enfermedad avance, gracias a esa canción, ellos puedan seguir recordando los mejores momentos de sus vidas. Todo el proceso fue filmado y editado, dando como resultado dos audiovisuales. En estas piezas, cargadas de emotividad, se muestra el momento en que los enfermos escuchan las canciones compuestas por primera vez junto a sus familiares.



## Comunicación

Durante 2016, Helvetia Seguros lleva a cabo una ingente actividad de difusión y comunicación con sus públicos, a través de diversas herramientas. En las siguientes tablas se muestran los principales datos de actividad en 2016.

Página web	2015	2016	Variaciones
Nº total de usuarios	645.768	406.433	-37,1%
Nº de visitas	1.300.989	1.629.081	+25,2%
Tiempo medio de visitas	1 min, 25 seg	1 min, 50 seg	+25 seg
Porcentaje de rebote	53,91%	66,54%	+12,63%

App	2015	2016	Variaciones
Nº de descargas;	4.234	5.389	+27,2%
Nº de consultas:	45.942	67.070	+45,9%

## Redes sociales y blog corporativo en 2016

		2015	2016	% con respecto a 2015
Twitter	Número seguidores	1.854	2.466	+33%
	Tuits año	4.133	3.915	-5,3%
Facebook	Número seguidores	3.175	3.752	+18,2%
	Publicaciones año	283	320	+13,1%
Linkedin	Número seguidores	2.406	2.725	+33,2%
	Publicaciones año	98	148	+51%
Youtube	Número seguidores	128	153	+19,5%
	Videos año	10	12	+20%
Google+	Número seguidores	95	157	+65,3%
	Publicaciones año	170	255	+50%
Blog	Visitas	7.920	9.523	+20,2%
	Publicaciones año	15	22	+46,7%

## *Repercusión sobre el desempeño*

Gracias a la actividad social desplegada por Helvetia Seguros, numerosas entidades y colectivos tienen la oportunidad de desarrollar sus proyectos, con lo que se favorece el desarrollo del tejido social de su entorno.

Asimismo, gracias a su política de comunicación transparente, se mejora la interacción con sus distintos grupos de interés, favoreciendo la cercanía de la compañía a la sociedad.

## *Mejoras previstas para 2017*

En 2017 la compañía continuará con su política de transparencia en materia de comunicación, fortaleciendo su contacto con los distintos grupos de interés a través de una relación dinámica y activa.

En redes sociales, se prevé la ampliación del ecosistema digital con la incorporación de nuevas redes sociales.

Por lo que respecta a la página web, la compañía está inmersa en un proceso de renovación de su sitio, buscando una página más interactiva y que potencie la interacción y el conocimiento de los clientes.

Por último, en materia de acción social, la compañía seguirá colaborando con iniciativas sociales, culturales y deportivas a fin de favorecer el progreso social de su ámbito de influencia.

G4-DMA

## **Patrocinios**

Gracias a su línea de patrocinios, Helvetia Seguros hace posible numerosos proyectos tanto de naturaleza social y cultural como deportiva, si bien en todos los casos su principal fundamento es social, ya que persiguen el progreso de su zona de influencia. En todos los casos, la política de patrocinios de Helvetia Seguros busca apoyar a colectivos, disciplinas y actividades que generalmente tienen un difícil acceso a ayudas públicas o privadas.

## *Resumen de actividad en 2016*

Durante 2016, fueron numerosos los proyectos que contaron con el patrocinio de Helvetia Seguros, tanto del ámbito social como deportivo. En las siguientes tablas se presentan los principales proyectos sociales y las entidades deportivas patrocinadas.

### **Principales patrocinios deportivos**

---

Real Federación Española de Balonmano

---

Comité Técnico de Árbitros

---

Helvetia Anaitasuna

---

Helvetia BM Alcobendas

---

Helvetia Rugby

---

Xerez Deportivo

---

Club de Remo Arkote

---

Federación Vasca y Guipuzcoana de Montaña

---

Peña Bolística San Pedro

---

Real Federación Española de Hockey



## Otros patrocinios

Proyecto	Descripción
Sicab	Salón Internacional del Caballo, celebrado entre los días 15 y 20 de noviembre en Fibes (Sevilla). Helvetia Seguros colabora con el Salón desde 2013.
Orientación	Promoción de publicación y acto de presentación de programa de mano de la Semana Santa de Sevilla. La presentación se celebró el día 15 de marzo.
Ateneo. Exposición y Cabalgata de Reyes Magos	Colaboración en la exposición conmemorativa del centenario de la Cabalgata de Sevilla, que se instaló en el centro de Sevilla coincidiendo con la Navidad de 2016.
Exposición Cervantes	Colaboración con el patrocinio de la muestra "Cabalgemos", para conmemorar el IV Centenario de la Muerte de Miguel de Cervantes a través de 100 ejemplares inéditos de El Quijote. La muestra tuvo lugar entre el 11 de noviembre y el 11 de diciembre, en la Casa de la Provincia de Sevilla.
San Fermín	Campaña de concienciación sobre seguridad asociada a los encierros coincidiendo con la celebración de la festividad, llevada a cabo entre los días 5 y 18 de julio.
Gran Teatro del Liceo	Convenio de colaboración firmado el pasado 1 de julio con el que Helvetia refuerza su compromiso con la ciudad de Barcelona y una de sus instituciones más representativas y arraigadas.
Disco Passio	Patrocinio exclusivo del disco 'Passio' de la Sociedad Filarmónica Nuestra Señora de la Oliva de Salteras, presentado el 13 de febrero. En él, se rinde homenaje a las hermandades y cofradías sevillanas, versionando algunas de las marchas más emblemáticas de la Semana Santa hispalense.

## *Repercusión sobre el desempeño*

La actividad de patrocinio tiene un efecto benefactor directo sobre las entidades patrocinadas, especialmente en el caso de un enfoque como el que mantiene la compañía en relación con los patrocinios, que prioriza los proyectos con mayores necesidades de financiación y, en el caso del deporte, las disciplinas y categorías deportivas más minoritarias.

Para Helvetia Seguros, el patrocinio supone además una interesante línea de acción para mejorar su visibilidad en sus zonas de implantación, contribuyendo de este modo a la mejora de su reputación. En este sentido, hay que destacar el proyecto dirigido a grupos de afinidad, por el que ya hace unos años se habilitó una oficina de seguros a disposición de todos los socios y sus familiares directos en las instalaciones del club Helvetia Anaitasuna. El proyecto permite a los socios un asesoramiento profesional en seguros de muy fácil acceso, evitando desplazamientos y con descuentos especiales, lo que fortalece la relación de patrocinio.

## *Mejoras previstas para 2017*

Durante 2017, Helvetia Seguros tiene prevista la revisión de aquellos acuerdos de patrocinio cuya vigencia llega a su fin durante dicho ejercicio. La compañía seguirá con la apuesta firme por los distintos patrocinios de balonmano y analizará otras disciplinas deportivas con el objetivo de incorporar a la nómina de patrocinios otros deportes minoritarios. También continuará estudiando el desarrollo de nuevas acciones de patrocinio en el ámbito social, que favorezcan el progreso social de su entorno.

Asimismo, se prevé ampliar el proyecto enfocado a grupos de afinidad a otros casos similares, aunque siempre vinculados, por el momento, al deporte de equipo.





**“Tener el respaldo de una compañía de la solvencia de Helvetia Seguros es de gran ayuda para afrontar los retos que el día a día nos va planteando. Tenemos la gran suerte de contar con un gran equipo humano que nos ayuda a conseguir los objetivos que año tras año nos vamos planteando, haciendo crecer nuestra cartera de forma progresiva, dando pasos firmes y consiguiendo así una estabilidad muy importante en nuestro negocio.”**

Clemente Soler  
Agente de Helvetia Seguros en Novelda  
(Alicante)

# Responsables con las personas

En este capítulo se abordan los temas fundamentales que tienen que ver con la gestión de personas y que se refieren tanto a los empleados como a los mediadores.

## Compromiso con los empleados

Una de las vías más directas para mejorar la competitividad de Helvetia Seguros es a través de la motivación e implicación de las personas que participan en el proyecto. Es por ello que la compañía persigue permanentemente la satisfacción de sus empleados, reforzando de este modo la lealtad y el orgullo de pertenencia a la aseguradora.

La compañía desarrolla, por otro lado, medidas para potenciar la mejora del clima organizacional y el desarrollo de políticas de igualdad, a fin de afianzar una cultura y estilo propio y común entre los empleados.

## *Resumen de actividad en 2016*

## Radiografía de los recursos humanos

Los cuadros siguientes reproducen la situación de la plantilla a diciembre de 2016, en relación con distintos parámetros como el sexo, la edad o el tipo de contrato.

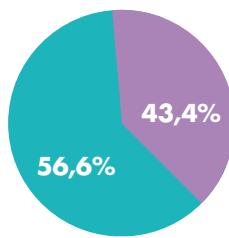
Durante 2016 hay dos aspectos de obligada observación para entender la evolución numérica de la plantilla. Por un lado, la integración con Nationale Suisse, cuyo proceso ha implicado la optimización y reestructuración de los recursos y, consecuentemente, un descenso en el número de empleados. Por otro lado, la implantación efectiva de los criterios del Plan de Igualdad, que ha posibilitado un incremento de contratación de mujeres.

## Número de empleados por comunidad autónoma

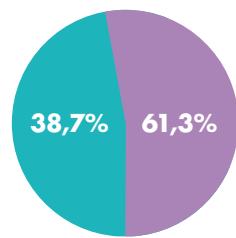


**Empleados por sexo**

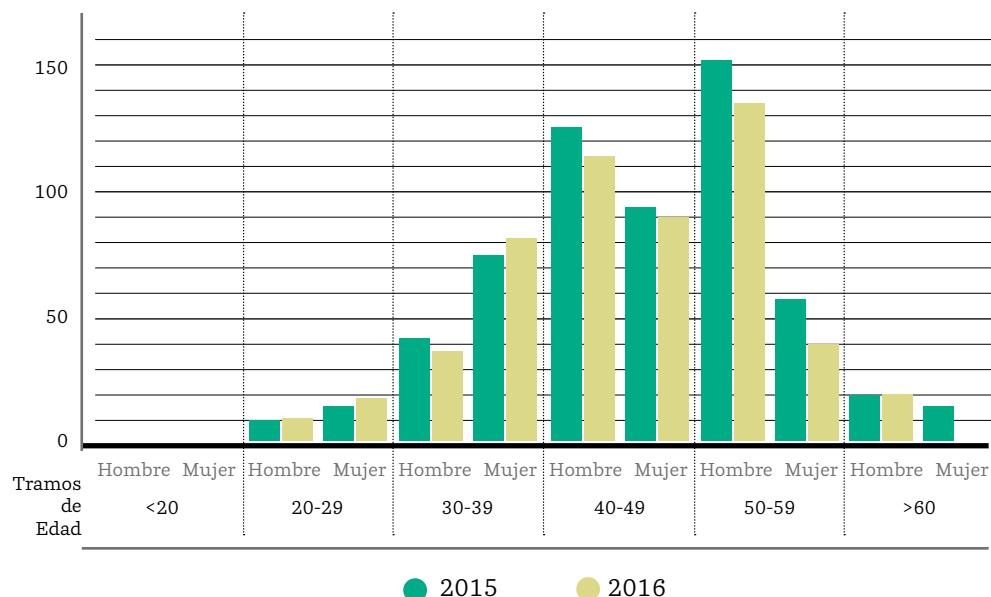
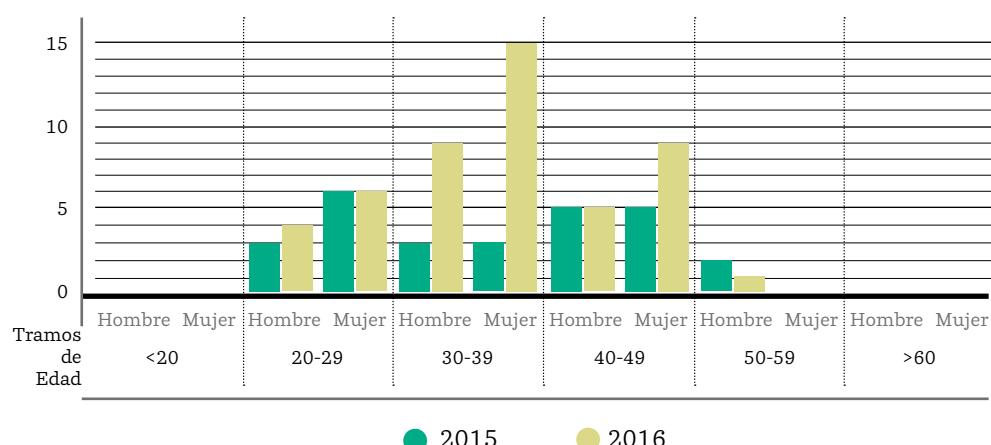
● Hombres  
● Mujeres

**Nuevas contrataciones 2016**

● Hombres  
● Mujeres



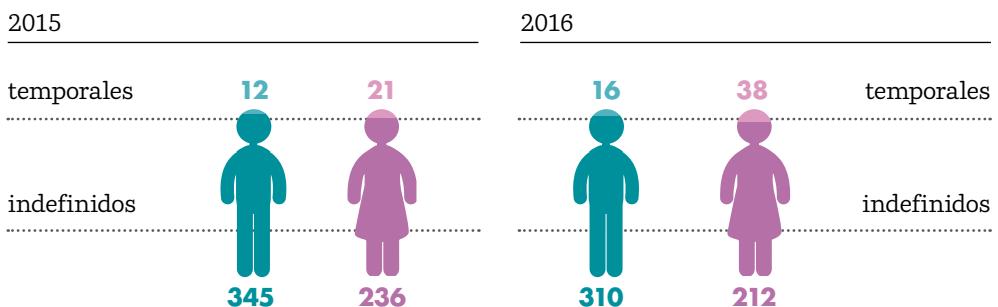
Como se evidencia en la segunda gráfica, las nuevas contrataciones de mujeres superaron con creces a las nuevas contrataciones de hombres durante 2016. La franja de edad mayoritaria sigue siendo la comprendida entre los 50 y 59 años, en el caso de los hombres, y entre los 40 y 49 años, en el caso de las mujeres. Si bien, en este último grupo, destaca la franja de edad entre los 30 y los 39 años

**Distribución de plantilla por edad****Distribución de nuevas contrataciones por edad**

#### G4-10

La contratación indefinida continúa siendo mayoritaria en Helvetia Seguros, con un ligero incremento de las contrataciones temporales con respecto al año 2015, que son mayores en el caso de las mujeres.

#### **Distribución de plantilla según sexo y tipo de contrato**



#### G4-LA1

Durante 2016 se han producido un total de 25 bajas en la compañía, mientras que las altas han sido 49, una cifra notablemente superior debido a la necesidad de personal de carácter temporal para acometer los trámites de fusión con Nationale Suisse.

#### **Fluctuación de personal**

	2015	2016
Altas	27	49
Bajas	31	25

#### G4-DMA

#### **Igualdad**

‘Desde el año 2012 se viene desarrollando el Plan de Igualdad de la compañía, con el objetivo de implantar políticas de igualdad de género efectivas dentro de la empresa. Así, a lo largo de estos años se han venido implantado de forma paulatina y exitosa diversas medidas contempladas en dicho plan. El siguiente cuadro presenta aquellos que están aún en proceso de implantación.

Medida	Situación actual
Cumpliendo lo anterior, se establece que, como medida de acción positiva, en igualdad de condiciones y competencias, se dará preferencia a la contratación de la persona del género menos representado en el grupo y nivel de que se trate.	En proceso
En la publicación de las vacantes en la web figurará un correo interno o una dirección de correo específica que se denominará “Igualdad de Oportunidades”.	En proceso
Establecer medidas de acción positiva en las bases de la promoción interna, para que, a igualdad de méritos y capacidad, tengan preferencia las mujeres, siempre que reúnan criterios de idoneidad, competencia y adecuación profesional.	En proceso
Incluir, dentro de los planes de formación y desarrollo a mandos intermedios y directivos, materias relativas a la gestión de personas y aspectos relativos a la importancia de la vida profesional, personal y familiar e igualdad de oportunidades.	En proceso
Realizar campañas informativas y de comunicación a toda la plantilla sobre las distintas medidas de conciliación, incidiendo en la corresponsabilidad del disfrute de las mismas.	En proceso
Incluir dicho protocolo en el Plan de Prevención de Riesgos Laborales como riesgo psicosocial	En proceso

## Motivación

Durante 2016 se han llevado a cabo nuevas acciones encaminadas a potenciar la motivación de los empleados. Son las siguientes:

- **Concursos de incentivos.** Durante 2016 se han llevado a cabo los siguientes:

- Concurso de Detección de Anomalías.
- Campaña de captación de correos electrónicos de clientes.
- Campañas de Vida.
- Concurso de Redireccionamiento a red de talleres Premium.

- **Commit 2016.** En 2016 se llevó a cabo la tercera edición de la encuesta de satisfacción y clima laboral, Commit, después de que las dos primeras se realizaran en los años 2010 y 2013. La encuesta Commit revela como aspecto especialmente positivo el compromiso de los empleados con la compañía y la sensación de pertenencia, y como elementos a mejorar, el referido al apartado de rendimiento y desarrollo.

### Principales resultados de Encuesta Commit 2016\*

	2013	2016
Compromiso de los empleados con Helvetia Seguros:	78	79
Importancia del éxito de Helvetia Seguros para el empleado:	85	86
Importancia del trato personal con los clientes:	75	77
Sensación de pertenencia a Helvetia Seguros:	76	80
Nivel de satisfacción general con la compañía:	63	66

\* Sobre una puntuación de 0 a 100 puntos

## Comunicación

Durante 2016 siguió llevándose a cabo una política de transparencia y comunicación activa con los empleados, que se materializó en las distintas acciones y a través de las herramientas que se presentan en el siguiente cuadro:

Acción	Descripción	Balance 2016
Convención Anual	Principal encuentro anual de las fuerzas de ventas de la compañía.	Celebrada en Málaga los días 23, 24 y 25 de noviembre, contó con la presencia de 91 asistentes.
Convenciones de Áreas	Área de Servicio al Cliente y Organización, Área de Productos, Área de Marketing y Responsabilidad Corporativa y Área de Estrategia y Transformación Digital.	Contaron con la participación de 85 asistentes.
Boletín "Evolución Datos Compañía"	Boletín informativo sobre la actualidad del sector.	11 boletines
allegra!	Canal de comunicación interna del Grupo Helvetia.	50 noticias
Comunicaciones oficiales	Informaciones de alcance sobre la gestión de la compañía distribuidas por correo.	239 comunicaciones
Revista "En buena compañía"	Publicación corporativa.	3 publicaciones/año

## **Identificación de perfiles**

En el marco de la nueva Estrategia helvetia 20.20, la compañía viene trabajando durante 2016 en el proyecto Helvetia Top Employer, desarrollado para todas las unidades del grupo que, entre otras líneas de acción, prevé el desarrollo de un nuevo Diccionario de Competencias y la configuración de un Job Family Model. Este modelo supone un paso más en la definición del Job Profile o Mapa de Competencias de la compañía. Así, durante 2016, el Grupo ha definido un total de 18 familias de puestos. Lo que se pretende es describir y regular objetivamente todas las figuras profesionales del grupo, a fin de introducir criterios de valoración y evaluación estandarizados que favorezcan una mejora del desempeño.

## *Repercusión sobre el desempeño*

Los datos de la encuesta Commit en cuestiones como el compromiso de los empleados, la asociación de Helvetia Seguros con el concepto de éxito o el sentido de orgullo de pertenencia reflejan un significativo nivel de motivación e implicación de la compañía. Es necesario avanzar, sin embargo, en el nivel de satisfacción que, aunque consigue una valoración notable, está aún distanciado de la valoración de los parámetros mencionados. Con todo, con respecto al último Commit, de 2013, el nivel de satisfacción ha crecido 3 puntos, y es sólo dos puntos inferior al nivel de satisfacción medio de todo el grupo (68).

## *Mejoras previstas para 2017*

Durante 2017 se prevé la finalización del Plan de Igualdad de Helvetia Seguros y la formulación de un nuevo Plan de Igualdad, con la colaboración de los representantes de los trabajadores.

Por otro lado, seguirá apostándose por los concursos, campañas y promociones que persiguen incentivar la participación de los empleados, y consecuentemente su motivación.

En materia de evaluación del desempeño, y de acuerdo con la estrategia general del Grupo, se prevé un cambio sustancial, que pasa por el cambio en la división de programas actualmente vigentes (PEP Internacional, para miembros del Comité de Dirección; PEP2, para mandos intermedios; y Ev@alua, para el resto de la organización) y su sustitución por el Employee Dialogue. Se plantea así un nuevo mapa de gestión, que se articulará a través de una herramienta SAP en la nube (HR Suite Successfactor), donde se incorporarán los datos de desempeño y los perfiles de todos los empleados del grupo.

Finalmente, desde Recursos Humanos se trabajará en la mejora de los aspectos que obtuvieron menor valoración en la encuesta Commit 2016, a fin de mejorar el clima interno y la satisfacción de los empleados en su puesto de trabajo.

## **Garantizar trabajadores cualificados**

La compañía busca la mejora continua de la capacitación profesional de sus empleados, favoreciendo de este modo su reciclaje y adaptación a las nuevas demandas del mercado. Se favorece así, por un lado, la motivación de los empleados y, por otro, una mayor competitividad de Helvetia Seguros y una mayor capacidad para ofrecer el mejor servicio y producto a los clientes.



G4-LA9

## *Resumen de actividad en 2016*

### **Formación**

En total se ofrecieron 15.160 horas de formación durante 2016, a través de 143 cursos.

	2014	2015	2016
Horas presenciales	11.167	9.044	10.627
Horas online	1.489	4.227	4.533
<b>Horas totales</b>	<b>12.656</b>	<b>13.271</b>	<b>15.160</b>
Cursos presenciales	169	105	94
Cursos online	32	42	49
<b>Cursos totales</b>	<b>201</b>	<b>147</b>	<b>143</b>
<b>Horas media empleado</b>	<b>23,74</b>	<b>25,04</b>	<b>26,32</b>
Horas media mujer		23,1	25,26
Horas media hombre		25,98	27,37
Hombres que han recibido formación	91,16%	100%	100%
Mujeres que han recibido formación	87,96%	100%	100%
<b>Total empleados que han recibido formación</b>	<b>89,87%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Principales cursos realizados en 2016**

Curso	Fecha	Nº Participantes	Descripción
Solvencia II	Abri - Septiembre	Todos	Conocimientos sobre la Directiva UE de Solvencia II.
Presentación M03 - Profesionalización de mediadores	Mayo - Septiembre	64	Dar a conocer el objetivo de la medida y los próximos pasos de su puesta en marcha, así como las nuevas funciones de la sucursal.
Desarrollo del comportamiento profesional del comercial interno	Mayo y junio	12	Provocar una mejora en el foco comercial y desarrollar los comportamientos, aptitudes y estilo comercial en el colectivo de los Comerciales Internos de Helvetia Seguros.
CRM - B2B Comercial interno 20.20	Octubre 16 - Enero 17	Todos los comerciales internos	Actualizar las funcionalidades de las sucursales, minimizando las cargas administrativas y maximizando el tiempo que se debe dedicar a la actividad comercial por parte de todo el personal de las sucursales.
SABES	1 - 18 de marzo	21	Décima edición del programa formativo básico sobre seguros.
Prevención del blanqueo de capitales	Enero - Julio	142	Cursos para dar a conocer las novedades derivadas de la ley 10/2010 de 28 de abril.
Gestión de conflictos y liderazgo preventivo	Octubre - Noviembre	49	Visión general de cómo abordar las posibles situaciones de conflictos interpersonales, que deben ser re conducidos de forma adecuada para que no altere el clima laboral en la empresa.
Desarrollo directivo (PDP1 y PDP2)	Febrero - Abril	23	Lograr que los profesionales con funciones que impliquen mando sobre equipos realicen su cometido de forma eficaz y movilicen mejor a los demás mediante la calidad de su trato y su comportamiento.

**Formación por sexo y categoría profesional**

Grupo profesional	Hombres que han recibido formación	Mujeres que han recibido formación	Total empleados que han recibido formación
GRUPOS 0-I	75	25	100
GRUPO II	225	137	362
GRUPO III	27	87	114
GRUPO IV	-	-	-
TOTAL	326	250	576

**Catálogo de cursos en abierto**

En 2016 se ha procedido a la creación de un nuevo catálogo de cursos para empleados en abierto dentro del Centro de Formación Corporativo en modalidad e-Learning, con objeto de dar respuesta a las necesidades formativas en todas las materias relacionadas con el sector asegurador. La oferta formativa del mismo se estructura en las siguientes áreas: normativa sectorial, productos, comercial, técnica aseguradora y cumplimiento normativo y otras disciplinas. El objetivo de este nuevo catálogo es crear un espacio de autoaprendizaje continuo para todos aquellos empleados que quieran mejorar sus conocimientos y habilidades en el sector.

## *Repercusión sobre el desempeño*

La formación tiene un efecto aparentemente intangible sobre la productividad de los empleados, si bien su aportación es decisiva para mejorar la competitividad de la compañía y favorecer la captación y fidelización de los clientes. Gracias al reciclaje permanente de la plantilla, los empleados se adaptan a las nuevas realidades tecnológicas, legales y sectoriales, sabiendo de este modo ofrecer las mejores soluciones a los clientes en línea con lo que plantea el mercado.

Por otro lado, a través de la homogeneización y normalización de los puestos de trabajo, e introduciendo criterios de mayor uniformidad en la evaluación del desempeño, se optimiza la gestión interna de los recursos humanos, permitiendo una adaptación más efectiva a las nuevas necesidades y retos detectados.

## *Mejoras previstas para 2017*

Durante 2017, se continuará con la política de formación permanente de los empleados a través de los planes formativos individualizados, apostando por el conocimiento y la puesta en práctica de metodologías ágiles de trabajo y con especial incidencia en el uso y desarrollo de nuestras aplicaciones informáticas, apoyando la progresiva transformación digital de la compañía.

También se procederá a la potenciación de sucursales y el colectivo comercial que permitan generar más proactividad comercial, con un aumento de su motivación y entusiasmo y una mejora en la gestión diaria de sí mismos, sus recursos y sus conocimientos, para ayudarles a evolucionar con éxito hacia los nuevos roles a los que ya está yendo su puesto.

G4-DMA

## **Compromiso con los mediadores**

El modelo de negocio de Helvetia Seguros tiene en el mediador una de sus figuras clave. Se trata de algo más que un proveedor: hablamos de colaboradores muy cercanos que comparten y participan de los valores de la compañía, y a cuyo desarrollo y capacitación contribuye activamente Helvetia Seguros. Por tanto, de la motivación, implicación y satisfacción de los mediadores depende en buena medida el éxito y la sostenibilidad del proyecto empresarial.

Igual que establece un compromiso con sus mediadores, Helvetia Seguros espera también de ellos un compromiso en relación con un desempeño ético y profesional, para lo que lleva a cabo una labor permanente de seguimiento y evaluación a través de diversos indicadores.

## *Resumen de actividad en 2016*

### **Segmentación de mediadores**

Durante 2016, se ha materializado la actividad sobre la base de la segmentación de mediadores, a través de las cuatro categorías de agentes detectados: Élite, Expert, Base y Titulados. A estas categorías relacionadas con el nivel de identificación y fidelización con la compañía, hay que añadir otras acciones de segmentación: Klub Vita (para agentes especializados en el producto de Vida) y Agentes PAF.

### **Club Helvetia Élite**

Se trata de un club exclusivo formado por los agentes más vinculados a la compañía. Está formado por 135 agentes. El año 2016 fue muy activo para este club, llevándose a cabo las siguientes acciones:

**Promoción del Portal de compras.** Activo desde 2015 aunque promocionado en 2016, ofrece distintos tipos de obsequios exclusivos para los miembros del club, canjeables en función de los crecimientos de facturación registrados.

**III Convención Nacional.** Se celebró los días 7 y 8 de septiembre y en ella participaron 50 agentes seleccionados. Fue un acto de convivencia eminentemente lúdico y de intercambio de experiencias.

**Mayor nivel de acceso al CRM.** Por formar parte del club, los Agentes Élite tienen la oportunidad de un acceso más cualificado y con mayores opciones de funcionalidad al CRM. Así, los agentes élite cuentan con email corporativo, pueden tramitar de forma autónoma los siniestros o realizar atribuciones con fines concretos en la herramienta.

### **Klub Vita**

Se trata de un club formado por mediadores especializados en el ramo de Vida, que persigue fomentar la penetración comercial de dicho ramo a través de un seguimiento y una atención cercana y personalizada de sus miembros. Actualmente, el Klub está formado por 174 mediadores. Durante 2016 se acometieron las siguientes acciones:

**I Convención Nacional.** Celebrada entre el 20 y el 22 de abril en Córdoba, la convención reunió a los primeros 50 clasificados en el ranking de Ventas, con la presencia del director general, José María Paagman.

**Condiciones especiales en la Campaña de Ahorro.** Los mediadores de este club pueden disfrutar de condiciones especiales en la campaña de ahorro para mediadores, con las que se persigue fomentar una participación más activa.

### **Agentes PAF**

De acuerdo con la medida estratégica de “Decesos”, que busca potenciar la penetración de dicho producto en el mercado nacional, durante 2016 se ha trabajado en la detección e impulso de los agentes especializados en dicho producto. Para ello se ha creado una red especialista en PAF: se trata de asesores comerciales especializados en el producto cuyo objetivo es abrir mercado mediante el rastreo y la selección de potenciales agentes especialistas en el producto.

### **Ampliación del alcance del certificado de Aenor**

Durante 2016, el departamento de Formación de la compañía ha desarrollado el proceso de calidad en el diseño e impartición de formación para agentes, el cual ha permitido a Helvetia Seguros ampliar el alcance del certificado de Gestión de Calidad, que hasta el momento recogía únicamente todo lo relacionado con la formación a empleados, no así al colectivo de agentes. Se reconoce así el gran esfuerzo y la dedicación de recursos que desde la compañía se realiza de cara a los mediadores, parte fundamental de su modelo de negocio.

### **Refuerzo y desarrollo de la red agencial**

Integrado dentro de la primera medida de la Estrategia helvetia 20.20 (Potenciación de sucursales), el Refuerzo y desarrollo de la red agencial es una de las líneas de acción más directamente relacionadas con los agentes, que pasa, fundamentalmente, por la consecución de las siguientes actuaciones:

- Potenciación del Plan de Agentes de Carrera.
- Impulso de herramientas digitales para potenciar la captación de agentes.
- Participación activa en foros, ferias y espacios susceptibles de captación.
- Plan de cesión de clientes para agentes con escaso recorrido comercial.
- Plan de reactivación de agentes con baja productividad.

## Formación

Durante 2016 se impartieron 75.331 horas de formación a mediadores, a través de 912 cursos.

	2014	2015	2016
Horas presenciales	11.221	9.334	26.017
Horas online	99.502	72.360	47.298
<b>Horas totales</b>	<b>110.723</b>	<b>81.694</b>	<b>75.331</b>
Cursos presenciales	155	130	899
Cursos online	11	10	13
<b>Cursos totales</b>	<b>166</b>	<b>140</b>	<b>912</b>
<b>Horas media agente</b>	<b>45,36</b>	<b>39,68</b>	<b>40,04</b>

### Principales cursos realizados en 2016

Curso	Fecha	Nº Participantes	Descripción
Modelo de acercamiento comercial (PAC)	18 - 19 octubre	12	Sensibilización, avances en el perfeccionamiento profesional, aportación de valor en el proceso comercial y gestión post-venta.
La visión comercial (PAC)	12 - 13 mayo	12	Optimizar la oferta de productos/servicios, sobre la cartera y sobre el mercado local, en términos de productividad y rentabilidad del esfuerzo comercial realizado.
Planificación estratégica (PAC)	17 - 18 mayo	8	Gestión profesionalizada del negocio fortaleciendo la relación con Helvetia Seguros.
El Agente Empresario - Acción de seguimiento	Mayo, octubre y noviembre	36	Quinta edición de un programa orientado a favorecer la profesionalización de la agencia de seguros.
Sucesores (Módulo I y II)	Junio y Septiembre	11	Mejora de la competencia y fidelización con la compañía de hijos de agentes exclusivos.
M03 - Profesionalización de la red (Agentes Expert)	Mayo - octubre	141	Pertenencia al colectivo, tramitación de siniestros y aplicaciones informáticas.
M03 - Profesionalización de la red (Agentes Élite)	Marzo - Abril	131	Pertenencia al colectivo, tramitación de siniestros y aplicaciones informáticas.

## **Campañas y acciones**

Durante 2016, se llevaron a cabo las siguientes campañas dirigidas a mediadores:

- Concurso de Incentivos
- Campaña de Decesos.
- Campaña de Hogar.
- Campaña de Ahorro.
- Emisión Helvetia Rentabilidad+.
- Campaña de Helvetia Edificios.
- Campaña de e-mail.
- Campaña de Defensa de Cartera.
- Campaña Palermo (enfocada sólo a autos).
- Campaña de Telemarketing asociada a las campañas de Decesos y Hogar.
- Campaña de Retención de clientes.
- Campaña de Recuperación de clientes.
- Campaña de Fidelización a clientes de alto valor.
- Campaña Salud.
- Acción comercial Empresas (para asesores y directores).

## **Comunicación**

El año 2016 fue muy activo en la comunicación con los mediadores, destacando los siguientes hitos y líneas de acción:

- Convenciones anuales. Se celebraron 11 en total durante el primer trimestre de 2016.
- Convención anual de corredores. Se celebró entre los días 20 y 23 de septiembre en Marbella (Málaga).
- Portal del Mediador B2B. Los datos principales del portal correspondientes a 2016 fueron los siguientes:



### Portal del mediador. Principales cifras

	2015	2016
Total operaciones	17.712.396	23.330.340
Total consultas	10.922.322	15.344.561
Total Altas/Mantenimiento clientes	407.877	394.816
Total tarificaciones online	2.833.393	2.108.143

### Colaboración sectorial

Durante 2016, se ha continuado desarrollando una línea activa de colaboración con entidades y proyectos relacionados con el ámbito de la medicación, entre los que destacan especialmente los siguientes:

- Colaboración en la Semana del Seguro de Inese (Madrid, del 23 al 25 de febrero).
- Colaboración en el XI Congreso Nacional de Agentes y Corredores (Granada, del 1 al 3 de junio).
- Participación en la Convención de Barymont y Asociados (Madrid, 30 de julio).
- Participación en la Convención Anual de NB21 (La Coruña, 26 y 27 de mayo).
- Convenio de colaboración con Colegios de Mediadores de Andalucía Occidental (13 de julio).
- Convenio de colaboración con Fundación Cecot Innovación (30 de junio).
- Renovación de convenio de colaboración con Espanor (17 de junio).
- Convenio de colaboración con el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona (1 de julio).
- Convenio de colaboración con los Colegios de Mediadores de Zaragoza y Teruel (19 de mayo).
- Convenio de colaboración con Fecor (7 de octubre).
- Convenio de colaboración con la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos-ATA (17 de noviembre).
- Colaboración en los actos del 50 Aniversario del Colegio de Mediadores de Baleares (20 y 21 de octubre en Palma de Mallorca).

### Repercusión sobre el desempeño

Todas las acciones planteadas están contribuyendo a fortalecer la relación de Helvetia Seguros con sus mediadores, haciéndolos cada vez más partícipes de su negocio, lo que repercute favorablemente sobre la actividad empresarial. Del mismo modo, a través de su actividad formativa, Helvetia Seguros contribuye a una mejora de la capacitación profesional del mediador, poniendo en valor la contribución de esta figura al tejido productivo. Por último, mediante su apoyo a colectivos e iniciativas sectoriales, Helvetia Seguros favorece igualmente su puesta en valor.

### Mejoras previstas para 2017

Las principales novedades previstas para 2017 tienen que ver fundamentalmente con la hoja de ruta marcada por la Estrategia helvetia 20.20 y, más concretamente, con las medidas estratégicas Potenciación de Sucursales, Decesos, UGC y Profesionalización de la Red, y Vida.

Asimismo, se prevé la creación de una nueva figura dentro del proyecto de potenciación de sucursales, que será la del coordinador de acciones. Por otro lado, después de la integración exitosa de Nationale Suisse en 2016, durante 2017 se prevé reactivar el contacto con los mediadores que se han distanciado de la compañía debido a la fusión, y muy especialmente con los corredores.

# Índice de Contenidos GRI

La novena Memoria de Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros ha sido elaborada en conformidad con la guía G4 en su opción esencial y el suplemento financiero de GRI (Global Reporting Initiative).

Este índice de contenido GRI enumera los contenidos requeridos por GRI y muestra dónde se localizan dentro de la Memoria de Responsabilidad Corporativa, el Annual Report del Grupo Helvetia y otros documentos.

Una versión más extensa del índice se puede acceder aquí:

[www.helvetia.es/conocenos/responsabilidad-social-corporativa](http://www.helvetia.es/conocenos/responsabilidad-social-corporativa)

## CONTENIDOS BASICOS GENERALES

Contenidos básicos generales	Pág. Memoria de Responsabilidad Corporativa 2016	Página en índice de contenido GRI extenso	Referencias a otros documentos o sitios web
------------------------------	--	---	---

## ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

G4-1	3	1
------	---	---

## PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

G4-3	4	1	
G4-4	7	1	Annual Report: p. 32-41, 42-43 <a href="http://www.helvetia.es/seguros-para-particulares">https://www.helvetia.es/seguros-para-particulares</a> <a href="http://www.helvetia.es/seguros-para-empresas">https://www.helvetia.es/seguros-para-empresas</a>
G4-5	6	1	
G4-6		1	
G4-7	4	1	
G4-8	8-9	1	
G4-9	6, 10	1	
G4-10	47, 49	2	
G4-11		2	
G4-12	15, 26-27	2	
G4-13	10	2	
G4-14		2	
G4-15		2	
G4-16	58	2	

Contenidos básicos generales	Pág. Memoria de Responsabilidad Corporativa 2016	Página en índice de contenido GRI extenso	Referencias a otros documentos o sitios web
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>			
G4-17	5	2	Annual Report: p. 222 (Group Companies in Spain)
G4-18	16	3	
G4-19		3	
G4-20		3	
G4-21		4	
G4-22		4	
G4-23	16	4	
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>			
G4-24	14	4	
G4-25	14	4	
G4-26	14-15	4	
G4-27	14-15	4	
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>			
G4-28		4	
G4-29		4	
G4-30		4	
G4-31		4	
G4-32		4	
G4-33		4	
<b>GOBIERNO</b>			
G4-34	5,14	5	Annual Report: p. 56 62-65, 66-78
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>			
G4-56	4, 31	5	<a href="https://www.helvetia.com/corporate/content/en/publications/unternehmenspublikationen.html">https://www.helvetia.com/ corporate/content/en/publications/ unternehmenspublikationen.html</a>

## CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Pág. Memoria de Responsabilidad Corporativa 2016	Página en índice de contenido GRI extenso	Omisiones
<b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b>			
<b>Aspecto GRI: Prácticas de adquisición</b>			
G4-DMA	17, 26-27	5	
G4-EC9		5	Para los proveedores de bienes no se tiene información cuantitativa todavía. Se evaluará en el próximo ejercicio si es posible obtener estos datos.
<b>CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE</b>			
<b>Aspecto GRI: Emisiones</b>			
G4-DMA	19, 37-39	5	
G4-EN15		5	
G4-EN16		6	
G4-EN17		6	
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>			
<b>Aspecto GRI: Empleo</b>			
G4-DMA	20, 47-49	7	
G4-LA1	47-49	7	
<b>Aspecto GRI: Capacitación y educación</b>			
G4-DMA	20, 53-54	7	
G4-LA9	52-53	7	
G4-LA11		7	
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>			
<b>Aspecto GRI: Etiquetado de los productos y servicios</b>			
G4-DMA	17, 28-31	9	
G4-PR5	28-30	9	
<b>Aspecto GRI: Privacidad de los clientes</b>			
G4-DMA	18, 32, 34	9	
G4-PR8	33	9	

Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Pág. Memoria de Responsabilidad Corporativa 2016	Página en índice de contenido GRI extenso	Omisiones
<b>Aspecto GRI: Cumplimiento regulatorio</b>			
G4-DMA	18, 31-32	9	
G4-PR9	31	9	
<b>Aspecto GRI: Gama de productos</b>			
G4-DMA	17, 23-25	9	
G4-FS7	25	9	Al ser un área relativamente nueva para Helvetia Seguros aún no se dispone de información cuantitativa. No obstante, el indicador que mide el valor monetario de los productos no se considera aplicable para medir los impactos relacionados con los productos y servicios con beneficio social. Por ello, se medirá el número de personas beneficiadas por estos productos.
<b>Otros temas fundamentales (no cubiertos por Aspectos GRI)</b>			
<b>Acciones sociales</b>			
G4-DMA	19, 41	9	
<b>Regulación creciente</b>			
G4-DMA	18, 34	9	
<b>Patrocinios sociales</b>			
G4-DMA	19, 43	9	
<b>Compromiso con los mediadores</b>			
G4-DMA	20, 54	9	

**Nota importante:** Este documento, y los datos que incluye, tiene carácter meramente informativo. De acuerdo con su contenido, no constituye oferta o invitación a contratar y no vincula, en modo alguno, a la entidad emisora. La información relativa a la entidad puede diferir, en el futuro, como consecuencia de la concurrencia de múltiples factores. Igualmente, queda prohibida cualquier reproducción, total o parcial, que se realice de esta memoria sin consentimiento expreso de Helvetia Seguros, como entidad emisora y propietaria de la misma.

**Helvetia Seguros**  
Paseo de Cristóbal Colón, 26.  
41001 Sevilla  
[www.helvetia.es](http://www.helvetia.es)

**Tu aseguradora suiza.**

**helvetia** 