Helvetia Seguros

Memoria de Responsabilidad Corporativa 2012

helvetia

Sumario

Carta del Director General	3
Organigrama y estructura de Helvetia Seguros	4
Misión, Valores y Compromisos de Helvetia Seguros	8
Los grupos de interés de Helvetia Seguros	10
La Responsabilidad Corporativa en el Grupo Helvetia	12
Resumen anual de actividad	21
La Responsabilidad Corporativa en el sector asegurador español	36
Balance económico 2012 de Helvetia Seguros	40

Carta del Director General

José María Paagman
Director General
Helvetia Seguros

La Memoria de Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros alcanza su quinta edición. Durante este tiempo, la compañía ha informado de forma transparente y detallada, tanto sobre su actividad y sus iniciativas sociales y medioambientales, como sobre su balance de gestión.

En estos cinco años, además de mejorar en esa transparencia a través de una ambiciosa política de comunicación, en la que se encuadra la publicación de esta Memoria, hemos dado importantes pasos en materia de Responsabilidad Corporativa, situándonos en una posición avanzada dentro del Grupo Helvetia, mediante la vertebración de una estrategia concreta orientada a tal fin.

Ahora, de la mano del propio grupo, que ha dado un paso estratégico importante en materia de Responsabilidad Corporativa, afrontamos un futuro de mayor implicación en este ámbito, convencidos de que la única manera sostenible de crecer es hacerlo de forma armónica y en plena colaboración con el entorno.

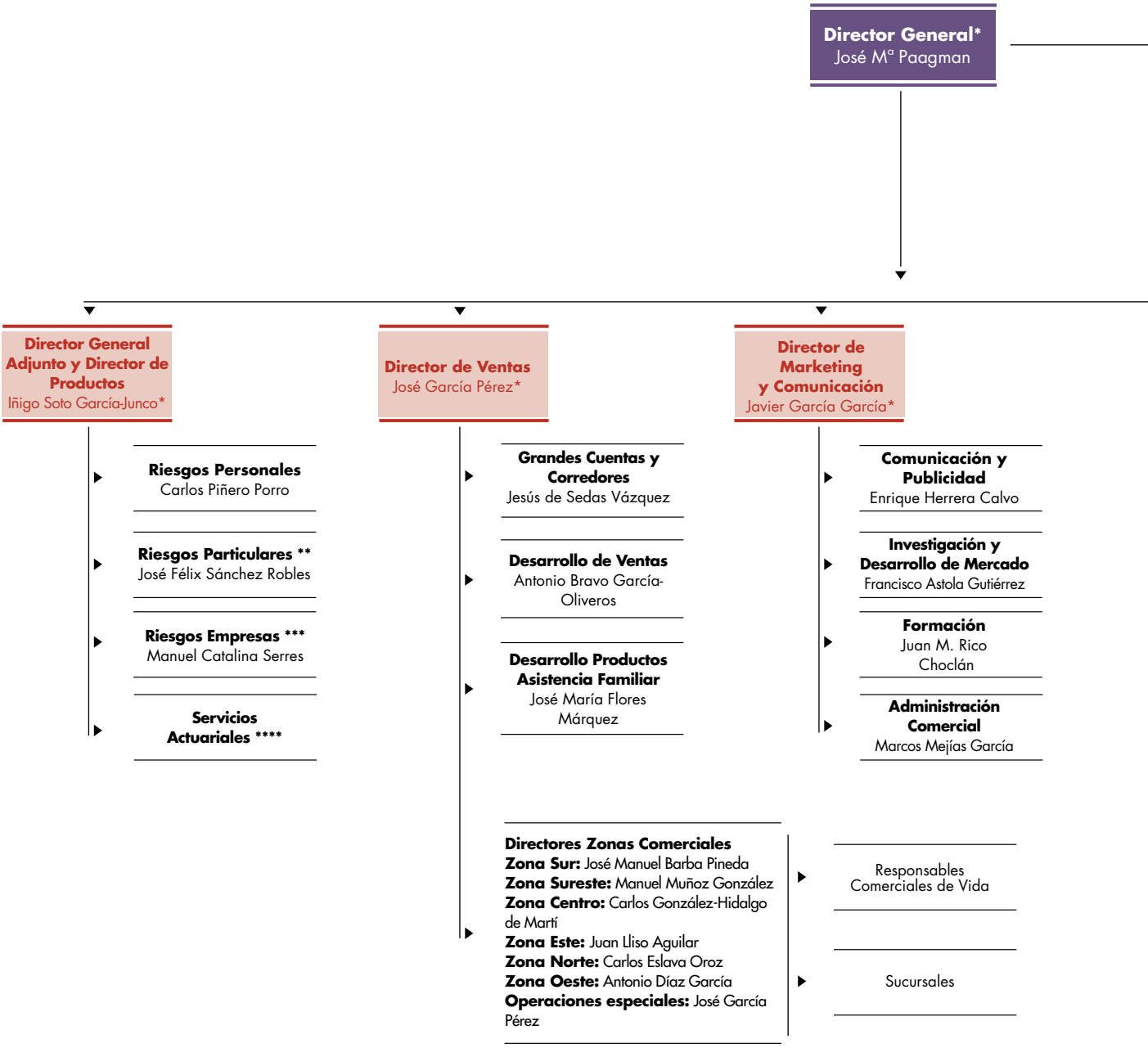
Pero es que, además, en un contexto económico desfavorable, hoy más que nunca, las empresas están obligadas a redoblar sus esfuerzos en cuanto a su responsabilidad ante la sociedad, ya que se hace necesaria una mayor implicación en los problemas cotidianos que están atravesando muchos ciudadanos y una mayor vocación de colaboración.

Este espíritu de colaboración y de servicio es el que ha guiado desde siempre la política de Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros, y el que seguirá animando todos nuestros proyectos e iniciativas en el futuro. De todo ello encontrarán cumplida información en la presente Memoria.

Deseo que esta publicación resulte de su agrado y les traslado nuestra disposición a escuchar posibles sugerencias o ideas que nos permitan mejorar en los próximos años nuestra actividad de Responsabilidad Corporativa.

Organigrama y estructura de Helvetia Seguros

Actualizado a mayo de 2013

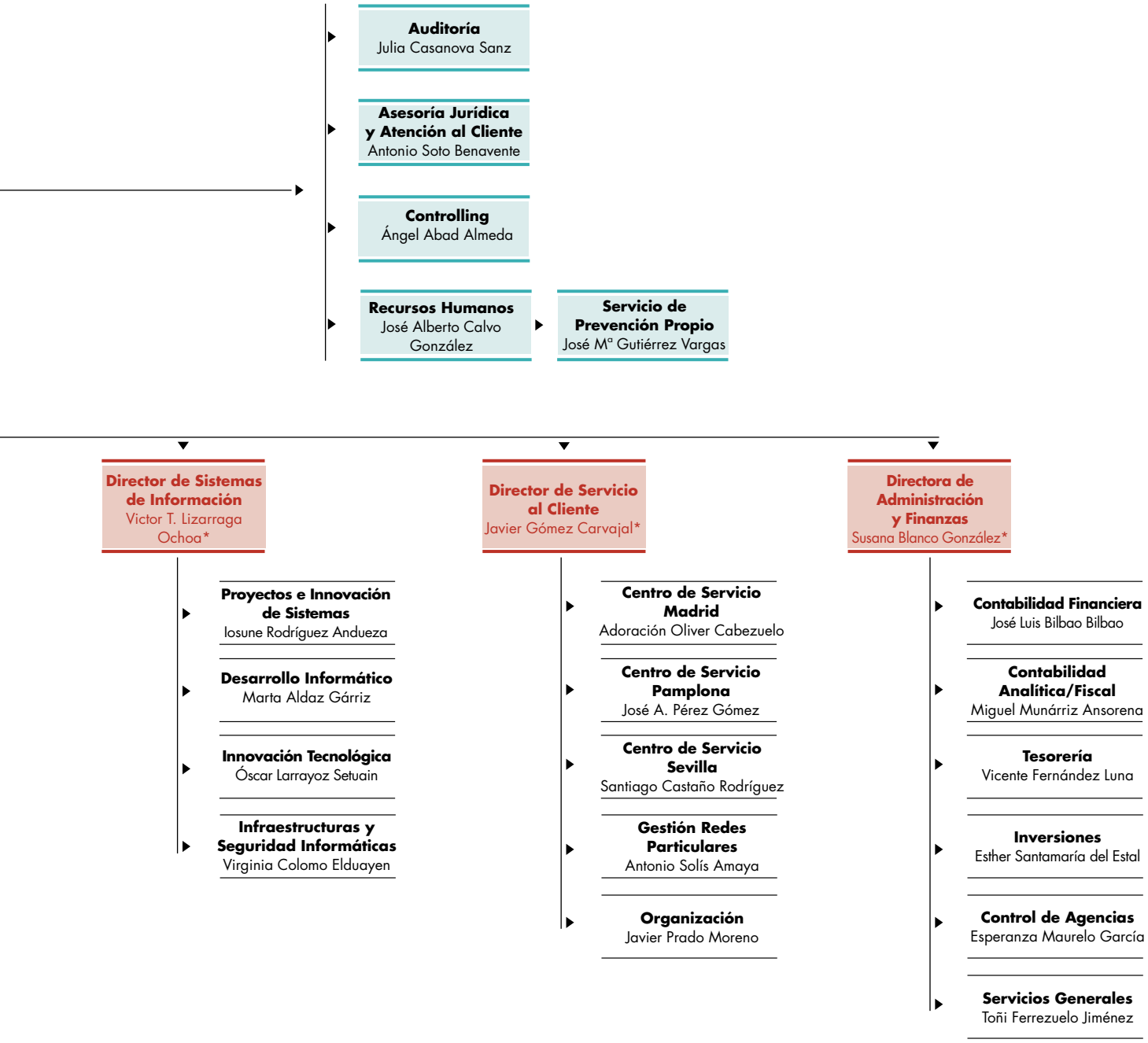


* Miembros del Comité de Dirección

** Incluye los Ramos de: Automóviles y Motocicletas de uso particular, Hogar y Comunidades, así como la gestión de los Siniestros de Daños Corporales y Red Médico-Jurídica

*** Incluye los Ramos de: Automóviles de uso no particular, Comercio, Empresas, Responsabilidad Civil (Alfonso Pascual del Pueyo), Transportes, Reaseguro, Siniestros Graves (Víctor M. de los Reyes Cruz) y Riesgos Agrícolas.

**** Vida (Encarnación Hernández Ochoa), No Vida (Salvador Benítez Estanislao)



ALGUNOS DATOS*

*Datos a 31 de diciembre de 2012.

53 SUCURSALES

8 DELEGACIONES

10 OFICINAS DPF

Comité de Dirección de Helvetia Seguros.

6
DIRECCIONES
DE ÁREA

3
CENTROS
DE SERVICIO

8
ZONAS
COMERCIALES

Helvetia Seguros es la unidad de negocio para España del Grupo Helvetia, grupo asegurador suizo que opera en seis países de Europa. Su estructura en España obedece a criterios de eficiencia y sostenibilidad, abarcando todos los ámbitos propios de la actividad aseguradora.

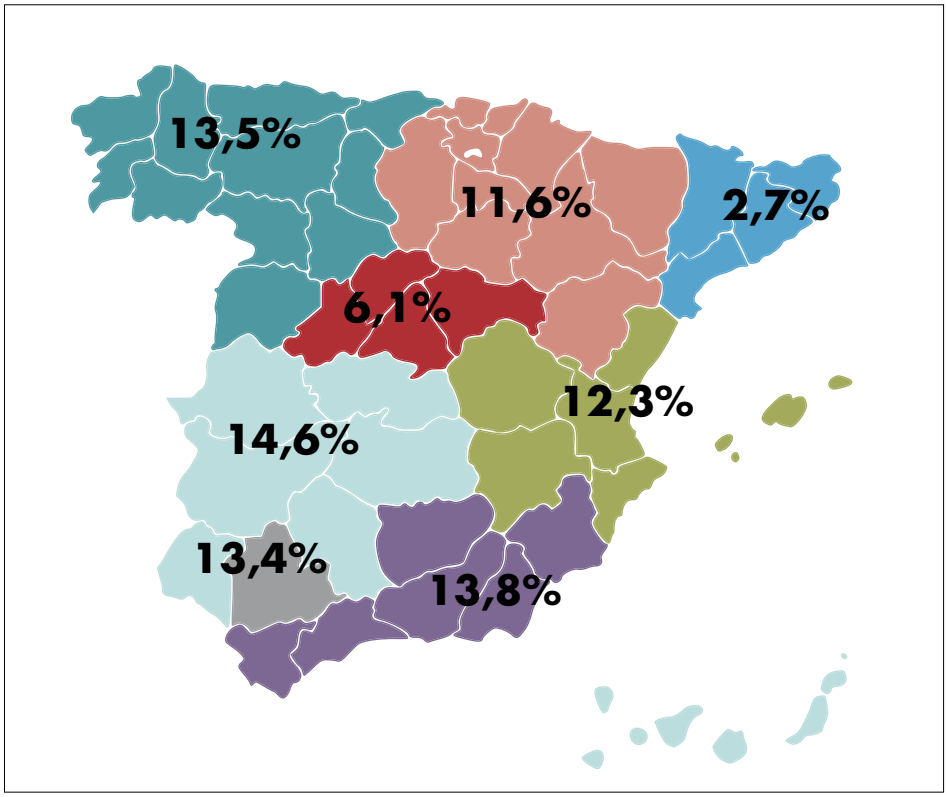
La compañía tiene implantación en todo el territorio nacional a través de una amplia y capilarizada red de Sucursales, que está organizada asimismo en 8 Zonas comerciales. Esta estructura está atendida por los servicios centrales, localizados en Madrid, Pamplona y Sevilla, donde se ubica la sede central y social de la compañía. Dependiendo de esta estructura se configura la organización de Ventas, compuesta por 4.120 mediadores, de los que 2.770 son agentes exclusivos de Helvetia Seguros.

Desde el punto de vista ejecutivo, la compañía se estructura en seis Direcciones de Área, cuyos responsables máximos dependen del director general, junto a quien constituyen el Comité de Dirección. Del director general dependen asimismo diversos Departamentos staff , que llevan a cabo distintas funciones de carácter transversal.

Sobre esta base funcional, el organigrama se va adaptando de forma flexible a la estrategia de la compañía, incorporando modificaciones a fin de atender nuevos retos y objetivos.

Distribución territorial de clientes

A 31 de diciembre de 2012



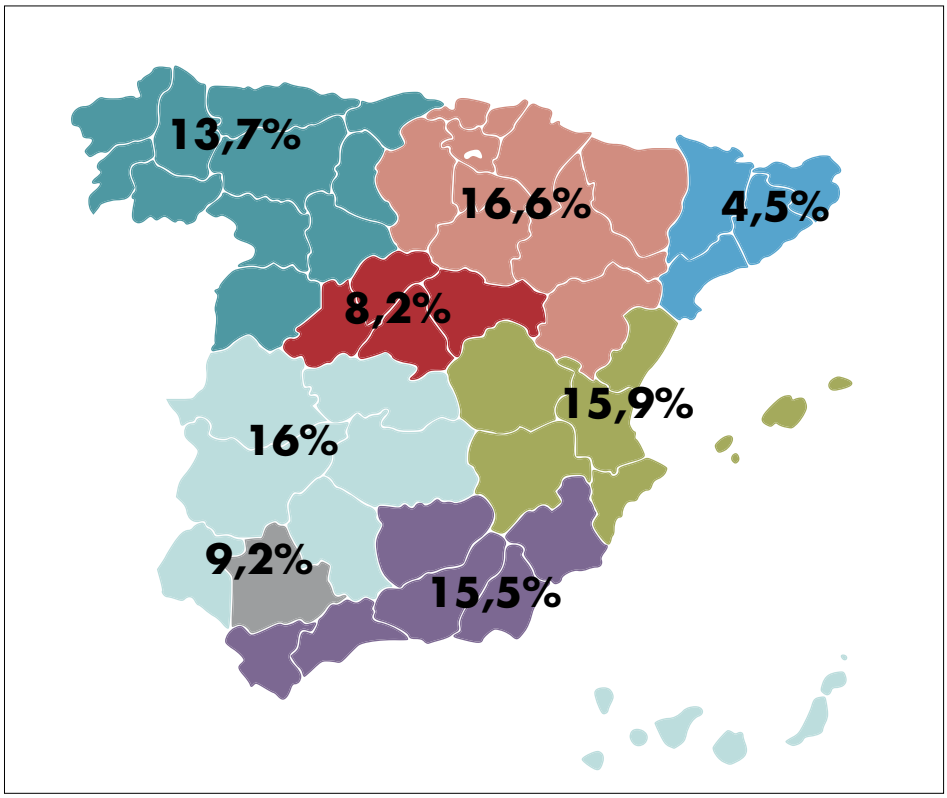
ZONAS

- A - Suroeste
- B - Sureste
- C - Sevilla
- D - Madrid
- E - Levante
- F - Norte
- G - Noroeste
- I - Cataluña

La red de clientes del Helvetia Seguros está muy repartida por todo el territorio nacional, con una presencia bastante notoria y equilibrada en las distintas zonas en las que se distribuye el negocio de nuestra aseguradora en España.

Distribución territorial de mediadores

A 31 de diciembre de 2012



ZONAS

- A - Suroeste
- B - Sureste
- C - Sevilla
- D - Madrid
- E - Levante
- F - Norte
- G - Noroeste
- I - Cataluña

Los más de 4.000 mediadores de Helvetia Seguros están atomizados por toda España, articulando una red capaz de llegar a todas las provincias y municipios del país, con la conveniente asistencia y cobertura de las sucursales de la compañía.

Misión, Valores y Compromisos de Helvetia Seguros

Helvetia Seguros participa de la misión, los valores y los compromisos que rigen toda la actividad del Grupo Helvetia a nivel global y en sus distintas unidades de negocio, de acuerdo con el objetivo estratégico de ser líderes en crecimiento, rentabilidad y lealtad del cliente. Estos principios quedan recogidos en la Guía del Grupo Helvetia, de obligada observación y cumplimiento para todos los empleados de la compañía, que recoge asimismo los compromisos con los distintos grupos de interés

Nuestra misión

Somos un grupo asegurador suizo independiente al servicio tanto de particulares como de pequeñas y medianas empresas y, desde nuestra fundación en 1858, trabajamos con éxito en mercados europeos seleccionados.

Se nos conoce como proveedores fiables y sólidos de soluciones de seguros y de previsión social de alta calidad.

Nos orientamos, día a día, a los deseos y las expectativas de nuestros clientes y colaboradores.

Conseguimos beneficios y crecimiento a través de una práctica de suscripción y una gestión de activos profesionales y orientados al largo plazo, una organización consciente de los costes, así como una presencia en los mercados orientada hacia la demanda.

Reforzamos la posición que hemos alcanzado por nuestros propios esfuerzos en importantes mercados de crecimiento, mediante adquisiciones y alianzas estratégicas concretas.

Creamos confianza hacia nuestros clientes, accionistas y empleados a través de prestaciones por encima de la media, por medio de una emotividad perceptible y una comunicación activa y comprensible basada en el respeto mutuo.

Nos esforzamos por obtener un alto grado de satisfacción de los clientes. Practicamos una cultura del compromiso y de la identificación personal con la compañía. Juntos trabajamos por el éxito de Helvetia.

Nuestros valores

Confianza
Comprometidos con nuestra tradición, actuamos de forma honesta y responsable. Consideramos la relación con nuestros clientes, inversores, empleados y entre las unidades de negocio, como una asociación duradera, equitativa y equilibrada. Mantenemos nuestra palabra.

Dinamismo
Pensamos como una empresa moderna y avanzada. En el diálogo con nuestros colaboradores configuramos nuevas vías y soluciones inteligentes. Somos eficientes, metódicos y previsores.

Entusiasmo
Asumimos una postura abierta, interesada y comprometida y compartimos las preocupaciones de nuestros clientes y colaboradores. Ellos están en el centro de nuestras actividades. Actuamos con alegría y entusiasmo.

Nuestros clientes

Consideramos cada relación con los clientes como una asociación personal, basada en la profesionalidad, la comprensión y la confianza mutua.

Conocemos las necesidades y los deseos de nuestros clientes, a través de un contacto personal regular y actuamos de forma fiable y previsora.

Logramos una elevada lealtad de los clientes gracias a un asesoramiento competente y a un excelente servicio.

Nos comprometemos con los intereses de nuestros clientes y colaboramos, para ello, con las mejores empresas asociadas.

Con productos y servicios no complejos, ofrecemos soluciones comprensibles y a la medida de las necesidades de los clientes.

De esta forma, conseguimos un incremento de valor y atractivos beneficios adicionales para los mismos.

Nuestros inversores

Obtenemos interesantes beneficios para nuestros accionistas y nos comunicamos con todos los inversores de forma abierta, comprensible y puntual.

Aspiramos a lograr un crecimiento por encima de la media sobre la base de un grupo estable de accionistas.

Concedemos importancia a una diversificación geográfica y específica del negocio, con buenas oportunidades de rentabilidad constante.

Trabajamos con estructuras adaptables y de dimensiones adecuadas, de un modo eficiente y efectivo, para mantener nuestros costes a un nivel competitivo y poder continuar nuestro desarrollo como grupo sólido, potente y rentable.

Nuestros empleados

Consideramos que unos empleados cualificados, comprometidos y competentes son los principales impulsores de nuestro éxito y, por ello, fomentamos su responsabilidad propia e independencia, creando espacios para la libertad de decisión y de actuación, incentivando el pensamiento y la actuación empresariales.

Atribuimos una gran importancia a un trato respetuoso, un comportamiento modélico, a una colaboración leal y a la voluntad de participar activamente en los cambios.

Como empresa moderna y progresista, ofrecemos una remuneración en función del rendimiento, horarios flexibles, posibilidades amplias y concretas de formación continua y de desarrollo en igualdad de oportunidades.

Apostamos por un rendimiento por encima de la media para satisfacer las expectativas de nuestros clientes e inversores.

Nuestro entorno

Nos presentamos en todos nuestros mercados con una imagen uniforme y transmitimos los objetivos e intereses de nuestra empresa a través de una comunicación comprensible, fiable y sostenible.

Queremos realizar nuestras actividades siempre en armonía con nuestro entorno y considerando los intereses más importantes de la sociedad.

Apoyamos múltiples proyectos de utilidad pública y fomentamos el deporte y la cultura a través de patrocinios concretos.

Nos comprometemos a actuar correctamente desde el punto de vista ético, moral y legal.

Los grupos de interés de Helvetia Seguros

Clientes, mediadores, empleados, proveedores y entorno constituyen los grupos de interés de Helvetia en España. Con todos ellos, la compañía mantiene una relación dinámica y activa basada en la colaboración y el desarrollo mutuo, de acuerdo con los compromisos estratégicos establecidos por el grupo.

Datos a 31 de diciembre de 2012

638.196 clientes

878.450 pólizas

347.065 llamadas atendidas

18,84% más de visitas al Portal del Cliente

Clientes

638.196 clientes
878.450 pólizas

Siniestros

N° de siniestros atendidos en 2012: 245.858

Nivel de satisfacción de clientes de Autos: 86%

Nivel de satisfacción de clientes de Hogar: 88%

Atención telefónica de siniestros

N° total de llamadas atendidas: 347.065

Porcentaje de llamadas atendidas: 98,6%

Porcentaje de llamadas atendidas en menos de 25 segundos: 95,1%

Internet

N° de visitas al Portal del Cliente: 32.292

Incremento de visitas con respecto a 2011: 18,84%

Empleados

537 empleados
94,23% con contratación indefinida

Radiografía

Edad de 44 años, con una media de 15 años trabajados, estudios medios y superiores y con contrato indefinido.

Formación

11.623 horas de formación para empleados
10.576 horas presenciales
1.047 horas eLearning
21,64 media de horas por empleado
172 cursos formativos

Comunicación interna

222 comunicados
64 notas internas
20 circulares

Comparativa con el sector

	Helvetia	Sector
Plantilla con reducción de jornada:	7,08%	6,51%
% absentismo laboral:	2,28%.	3,19%
Media de pagas/año:	18,7	17,8

537 empleados

94,23% indefinidos

11.623 horas de formación

18,7 media de pagas/año

4.120 mediadores

8,7 mill. consultas al Portal del Mediador

Mediadores

4.120 mediadores
2.770 agentes exclusivos
52 agentes vinculados
1.288 corredores
10 operadores de bancaseguros

Formación
107.647 horas de formación para mediadores
38,86 media de horas por mediador
161 cursos formativos durante 2012

Campañas de venta
4 campañas nacionales y 8 campañas locales

Internet
8.691.271 consultas en el Portal del Mediador
2.179.781 tarificaciones online
232.855 gestiones de clientes a través del portal

Proveedores

Más de 60 proveedores habituales

Peritos y abogados
75.325 peritaciones
230 peritos
107 abogados

Talleres
300 talleres concertados en toda España

Salud
Más de 250 hospitales y centros de salud
Más de 13.500 médicos especialistas
2.000 clínicas dentales y 3.000 odontólogos
40.000 prestaciones sanitarias en 2012

Decesos
150 empresas funerarias

Más de **60** proveedores habituales

300 talleres concertados

Entorno

32 patrocinios deportivos
20 patrocinios sociales y culturales
13 actos en la Sala Helvetia
20 colectivos profesionales beneficiados por convenios de atención preferente

85 iniciativas

La Responsabilidad Corporativa en el Grupo Helvetia

Como pone de relieve la misión del Grupo Helvetia, la compañía está orientada a satisfacer las expectativas de sus clientes, accionistas, empleados y colaboradores, generando confianza a través de una cultura basada en el compromiso. La Responsabilidad Corporativa se integra dentro de la misión como un principio inherente a los valores de confianza, dinamismo y entusiasmo, que está patente, de forma transversal, en la Estrategia Helvetia 2015+

Desde los principios de la dirección empresarial responsable, el Grupo Helvetia pretende devolver a la sociedad los beneficios que de ella obtiene a través de su actividad de negocio mediante líneas de acción directa, al tiempo que procura atenuar el impacto que dicha actividad tiene sobre el medioambiente.

De manera general, el grupo tiene como prioridad consolidar su posicionamiento como empresa social y responsable, de acuerdo con su círculo de valores, que concede a la Responsabilidad Corporativa un papel preferente.

Este círculo de valores tiene como eje central a los valores de confianza, dinamismo y entusiasmo, y articula y vertebra, a modo de mapa general, todos los valores que forman parte de la estrategia del grupo de acuerdo con sus cuatro públicos principales: entorno, empleados, clientes e inversores.

El Grupo Helvetia entiende la Responsabilidad Corporativa como un elemento indisoluble de la propia gestión empresarial, que está supeditada a una serie de consideraciones:

Horizonte a largo plazo

La Responsabilidad Corporativa se entiende como una línea de acción permanente, y con un horizonte de actividad que debe desarrollarse a largo plazo, más allá de las estrategias del grupo con una delimitación temporal. La naturaleza de las acciones está inspirada en los principios de la Estrategia Helvetia 2015+ y en los valores corporativos de la compañía.

Estructura y eficiencia

La Responsabilidad Corporativa está sometida a un análisis permanente, a fin de mejorar su eficiencia y rendimiento, introduciendo en cada momento las correcciones oportunas para que las iniciativas desarrolladas tengan el mayor impacto positivo posible sobre el entorno, desde una política de total transparencia.

Atención a los estándares de Responsabilidad Corporativa

La política de Responsabilidad Corporativa del Grupo Helvetia está inspirada en los Principios de Inversión Responsable y en la GRI (Global Reporting Initiative), considerados los principales estándares de la misma a nivel internacional.

Diferenciación

El grupo busca diferenciarse por su ejemplaridad en el desarrollo de políticas de Responsabilidad Corporativa, siempre orientadas a la estrategia empresarial y a las sensibilidades propias de cada unidad de negocio, con un enfoque social o medioambiental, y que aporte valor a su entorno.

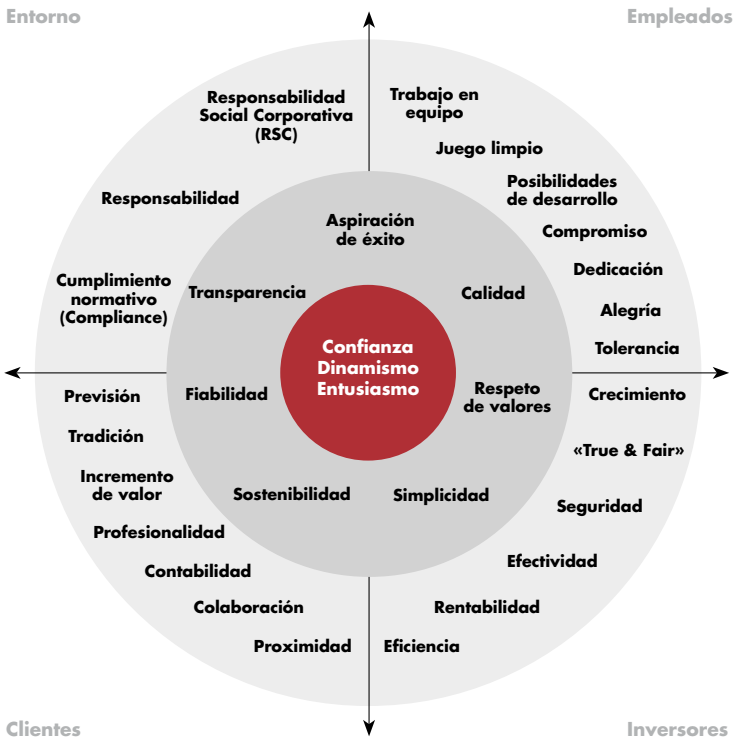
Diálogo

La compañía está abierta al diálogo permanente con su entorno para favorecer la mejora continua, tanto desde el punto de vista social como desde el medioambiental. Asimismo, la compañía mantiene una actitud de total transparencia en todos los aspectos que tienen que ver con la sostenibilidad de su actividad de negocio.

Coherencia interna

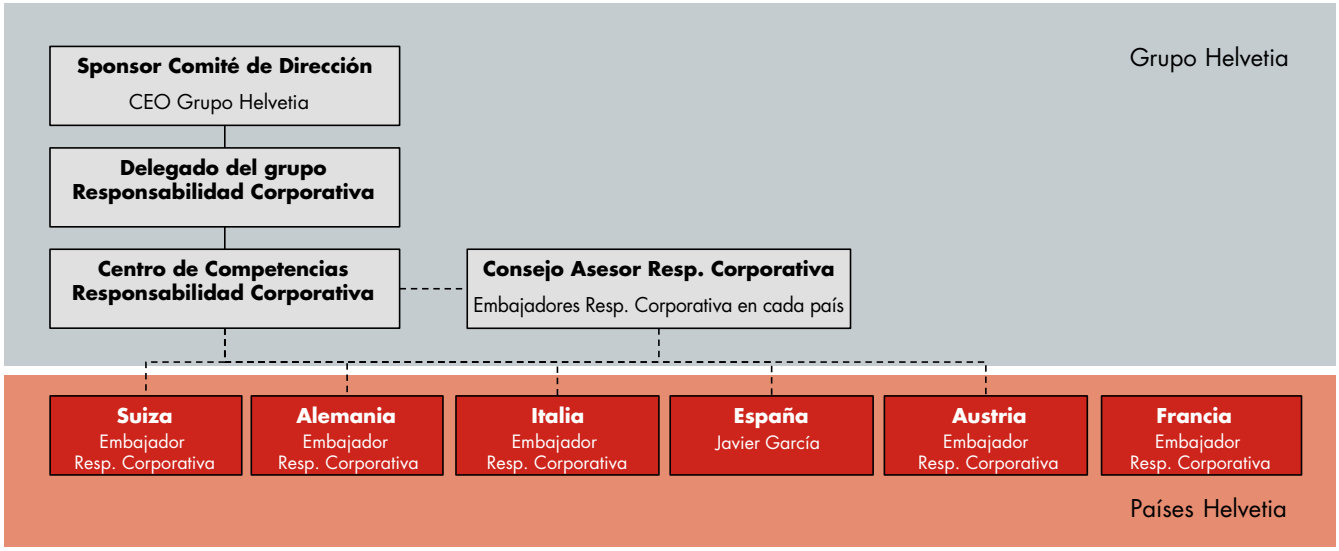
La estrategia de Responsabilidad Corporativa se concibe de forma global para todo el grupo, de acuerdo con una filosofía y una sensibilidad compartidas, con dos líneas de acción: una, basada en proyectos que se desarrollen de forma transversal en todo el grupo; y otra, basada en proyectos de carácter nacional que supongan una adaptación de la política de Responsabilidad Corporativa a las necesidades u oportunidades de cada mercado.

Nuestro círculo de valores



Estructura funcional de Responsabilidad Corporativa en el Grupo Helvetia

La Responsabilidad Corporativa está gestionada y coordinada dentro del grupo por un departamento específico, que depende directamente del director general del Grupo Helvetia. Dentro de esta estructura organizativa, existe un Consejo Asesor, que está formado por un responsable, a nivel directivo, de cada unidad de negocio. Los componentes de este Consejo, denominados "embajadores de la Responsabilidad Corporativa en cada país", son los responsables del desarrollo de las actividades particulares de su país, así como de coordinar y apoyar las iniciativas que se lleven a cabo a nivel de grupo.



Compromisos del Grupo Helvetia

El Grupo Helvetia delimita tres grandes áreas de responsabilidad y de acción en materia de Responsabilidad Corporativa. Sobre estas líneas de acción se estructura toda la actividad, tanto del grupo como de sus distintas unidades de negocio

Compromiso con la actividad de negocio

La propia actividad de negocio del grupo, basada en ofrecer servicios y productos de aseguramiento a los clientes, tiene una fuerte dimensión social, ya que, prestando cobertura y asistencia a dichos clientes, se está atendiendo a su necesidad de protección. La administración de los activos y de los suministros necesarios para el ejercicio del negocio también tiene implicaciones sociales que es importante gestionar. El compromiso con la actividad de negocio, pues, tiene que ver con:

Oferta de productos y servicios. Integración de elementos sociales y medioambientales en el desarrollo de los productos, controlando el riesgo financiero y social y dando solución a problemas de colectivos sociales que precisan cobertura y aseguramiento, así como incorporando en las pólizas aspectos relacionados con el control de las emisiones de CO_2.

Gestión de activos. Incorporación de directrices y principios para garantizar la inversión responsable, y adhesión a estándares internacionales para los nuevos activos inmuebles.

Gestión de proveedores. Aplicación de criterios de sostenibilidad en el suministro de los recursos materiales y humanos, con un compromiso de eficiencia y ahorro energético y una observación escrupulosa de los principios éticos y morales en el desempeño profesional. En materia de proveedores, garantizar una relación justa y equilibrada basada en el respeto mutuo y en la identificación del proveedor con los valores del grupo.

Compromiso con el medioambiente

Cualquier actividad de negocio tiene una repercusión directa sobre el medioambiente. Aunque esta incidencia es mayor en compañías relacionadas con el sector industrial, la actividad del Grupo Helvetia también conlleva consecuencias sobre el entorno, especialmente las generadas por sus centros de trabajo. El grupo se compromete a reducir esta repercusión, favoreciendo asimismo un mayor rendimiento medioambiental y un mayor conocimiento y transparencia de las consecuencias derivadas de su actividad. Por otro lado, la compañía se compromete a la incorporación de líneas de acción orientadas a salvaguardar el medioambiente. El compromiso del Grupo Helvetia en materia medioambiental queda de manifiesto en:

Sistema de gestión y administración del medioambiente. El grupo persigue la creación de un sistema de gestión medioambiental que le permita tener un control y supervisión de los principales indicadores cuantitativos de su actividad, así como establecer objetivos específicos en esta materia.

Rendimiento medioambiental mejorado. Línea de acción encaminada a reducir de forma gradual los gases de efecto invernadero y asegurar un uso de los recursos más eficiente, con el foco puesto en el control del consumo de energía, de las edificaciones, de las tecnologías de la información y de las emisiones de CO_2.

Neutralidad climática. Compromiso con la compensación de las emisiones derivadas de la actividad de negocio mediante acuerdos con entidades y proyectos que persiguen dicha compensación.

Compromiso con la naturaleza. Fomento de una cultura de respeto a la naturaleza, los espacios protegidos y los bosques, y renuncia a la participación en cualquier proyecto que implique acciones de deforestación.

Compromiso con la sociedad

El Grupo Helvetia se compromete al desarrollo social de su ámbito de implantación mediante su participación activa en proyectos e iniciativas que persiguen el bienestar social. Este compromiso implica la participación del grupo en programas de carácter social o asistencial, cuyo objetivo, de forma general, es contribuir a la mejora de la calidad de vida del entorno y a la asistencia de colectivos con especiales dificultades. Las acciones sociales están muy orientadas a las necesidades detectadas en cada zona, desde un planteamiento flexible y en función de las oportunidades de asistencia que se generen en el marco de la actividad de cada unidad de negocio. Entre los principios que inspiran la actividad de Responsabilidad Corporativa del grupo en materia social se encuentran:

Fomento del voluntariado. Se persigue e incentiva el trabajo de voluntariado dentro de la plantilla, reconociendo el esfuerzo y la vocación social de los trabajadores, como una forma de encarnación individual de los valores sociales de la compañía.

Apoyo a jóvenes y colectivos con dificultades. El grupo apoya a los más jóvenes, desde el convencimiento de que las futuras generaciones precisan de atención preferente para alcanzar una vida de realización personal. Asimismo, el grupo incentiva iniciativas que buscan el desarrollo de colectivos con dificultades, así como de los escolares, en cuestiones tales como educación vial.

Integración de compromisos en cada país. Cada unidad de negocio nacional asume e integra la sensibilidad y cultura propias de su territorio, incorporándolas a su política de Responsabilidad Corporativa mediante apoyos específicos a iniciativas que persiguen el fomento de dicha sensibilidad.

> El compromiso con la actividad de negocio, con el medio ambiente y con la sociedad determina la estrategia de Responsabilidad Corporativa del Grupo Helvetia

Kristine Schulze,
Responsable de Responsabilidad Corporativa en el Grupo Helvetia

"Percibimos un fuerte compromiso de Helvetia España en materia de Responsabilidad Corporativa"

¿Qué mueve al Grupo Helvetia a incorporar una línea estratégica de de Responsabilidad Corporativa?
El Grupo Helvetia mantiene un compromiso con la Responsabilidad Corporativa desde hace muchos años. Para asegurarnos de que cumplimos con este compromiso, uno de los pilares de nuestra estrategia es mantener una actuación responsable, firmemente arraigada en nuestra organización, que integra asimismo los principales retos en materia de sostenibilidad.

¿De qué manera puede repercutir la Responsabilidad Corporativa en la rentabilidad del grupo?
Helvetia aprovecha la Responsabilidad Corporativa para producir beneficios directos que repercutan sobre su resultado final. Por ejemplo, las acciones de ecoeficiencia pueden reportar beneficios ambientales y económicos, y de este modo contribuir a un desempeño financiero más fuerte y una rentabilidad más positiva. También se puede favorecer la reducción de costes a través de una mejor gestión de los riesgos potenciales y una mayor eficacia en la asunción de responsabilidades. Utilizando enfoques de responsabilidad social dentro de la toma de decisiones de las empresas se puede favorecer la detección de nuevas oportunidades de mercado, al tiempo que nuestro compromiso social y filantrópico puede contribuir a mejorar nuestra reputación y la lealtad de nuestros clientes.

A grandes rasgos, ¿cuáles son las principales fortalezas del grupo en materia de Responsabilidad Corporativa?
En primer lugar, un comportamiento responsable que está fuertemente arraigado en la cultura corporativa de Helvetia y en su propia misión. Además, contamos con un amplio espectro de compromisos en Responsabilidad Corporativa, que ha crecido a lo largo de los años en todos nuestros mercados, con una relación directa y constructiva con la comunidad local. Otra gran fortaleza es nuestra honestidad en el trato con los grupos de interés. La implicación del cliente es cada vez más importante para asegurar que la empresa se mantiene en sintonía con los cambios de sus necesidades. También hemos sido galardonados en varias ocasiones como empresa ejemplar desde el punto de vista social, y de forma regular conseguimos excelentes calificaciones en nuestra encuesta a los empleados ("Commit").

En su opinión, ¿cómo es Helvetia España en materia de Responsabilidad Corpora-

> Hemos sido galardonados en varias ocasiones como empresa ejemplar en materia social, y de forma regular conseguimos excelentes calificaciones en las encuestas a empleados ("Commit")

tiva en comparación con el resto de las unidades de negocio del grupo?
En el marco de la colaboración que mantenemos con la unidad de negocio española, percibimos un fuerte compromiso por parte de Helvetia España en materia de Responsabilidad Corporativa. Esto queda reflejado, por ejemplo, en el hecho de que la unidad de negocio de España es actualmente la única que publica un informe anual de Responsabilidad Corporativa.

En términos generales, ¿cuál es su opinión sobre la integración de la política de Responsabilidad Coporativa en el sector de los seguros?
En mi opinión, a nivel internacional, se están haciendo muchos y muy buenos esfuerzos dentro de nuestra industria. Las aseguradoras tienen riesgos de Responsabilidad Coporativa relativamente bajos en sus procesos de prestación de servicios. Se percibe una concentración de esfuerzos en materia de Responsabilidad Corporativa tendentes a devolver sus beneficios a la sociedad a través de proyectos filantrópicos. Sin embargo, cada vez son más las empresas de este sector que se esfuerzan por integrar políticas de Responsabilidad Corporativa también en sus actividades de negocio. Así, muchas de las compañías aseguradoras están llevando a cabo estrategias de inversión sostenible, ofrecen productos con prestaciones sociales o beneficios ecológicos, y patrocinan investigaciones sobre el cambio climático.

En comparación con otros sectores, como el industrial o el petroquímico, la actividad del sector de los seguros tiene un menor impacto en el medio ambiente. ¿Qué elementos de Responsabilidad Corporativa deben tener influencia en el sector de seguros?
Las compañías de seguros se sitúan actualmente en el punto de mira de los reguladores, los ciudadanos y otros grupos de interés, que les exigen explicaciones sobre la forma en que llevan a cabo sus negocios. Mantener y mejorar la credibilidad requiere medidas concretas. Las principales palancas en lo que tiene que ver con el negocio son: la integración de criterios ESG (Ambientales, Sociales y de Gobierno corporativo) en las inversiones; la transparencia; y la equidad en el trato con los clientes. En cuanto al medioambiente, las aseguradoras deben dar un ejemplo positivo a través de una gestión de emisiones coherente con las propias instalaciones, aunque la principal palanca para la protección del clima tiene que ver con la posibilidad de participación en proyectos medioambientales y relacionados con las catástrofes naturales. Compartir conocimientos en el diálogo y la investigación puede ser muy útil en el apoyo a las Nuevas Tecnologías. En lo que se refiere al compromiso social, muchas empresas aseguradoras tienden a integrar objetivos sociales en su actividad. La accesibilidad a los productos de seguros y microseguros son medidas prometedoras en este campo, junto con los compromisos filantrópicos de carácter estratégico.

La Responsabilidad Corporativa, como teoría, también se ha desarrollado durante las últimas décadas. ¿Cuáles han sido los principales cambios en relación con el contenido y el alcance de la Responsabilidad Corporativa en las empresas?
La Responsabilidad Corporativa tiene una larga tradición empresarial. Lo que más ha cambiado con el tiempo es el punto de vista. Hoy, las empresas tratan de alinear aspectos propios de la Responsabilidad Corporativa como problemas de la cadena de suministro, las relaciones empresariales o la gestión ambiental con la cultura corporativa, la estrategia y las operaciones empresariales. Esto ha originado que la Responsabilidad Corporativa sea una estrategia global que tiene implicaciones en toda la compañía de manera general, y no sólo en algunos de sus ámbitos. Todo el proceso de negocio está involucrado en la Responsabilidad Corporativa, que se concibe como una estrategia transversal que requiere de un sistema de gestión sólido.

¿De qué manera se integra la actividad de Responsabilidad Corporativa en la Estrategia Helvetia 2015+?
La Responsabilidad Corporativa nos ayuda, por un lado, a mejorar las relaciones con nuestros clientes y proveedores. Por otro, contribuye a nuestro objetivo de consolidarnos como una empresa que es capaz de atraer y retener a una plantilla de trabajadores felices y excelentes. Estos beneficios se corresponden directamente con las prioridades estratégicas de "fortalecimiento de la posición en el mercado" de Helvetia, así como con el objetivo de "mejorar los beneficios de los clientes de acuerdo con sus necesidades".

Javier García,
Director de Marketing y Comunicación y Embajador de Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros

"Helvetia Seguros se ha convertido en un referente para otras empresas"

¿Cómo está posicionada Helvetia Seguros dentro del Grupo Helvetia en materia de Responsabilidad Corporativa?
Nuestra unidad de negocio se encuentra en una posición avanzada dentro del grupo, ya que ha sido la pionera en publicar una Memoria Anual de Responsabilidad Corporativa, cuya primera edición se realizó en 2008. Esa iniciativa refleja la importancia que Helvetia España le ha dado a la Responsabilidad Corporativa en su tejido empresarial, promoviendo distintas acciones con los diferentes grupos de interés, que han sido muy bien reconocidas por los mismos. Y esta proactividad ha sido uno de los elementos que ha impulsado al propio grupo a tomar como referencia algunas de las iniciativas desarrolladas en España, así como a promover la nueva estrategia común de Responsabilidad Corporativa.

¿En qué medida considera que la actividad de Responsabilidad Corporativa está repercutiendo sobre el entorno y en relación con los grupos de interés de la compañía?
La actividad de Responsabilidad Corporativa que lleva a cabo Helvetia Seguros, dentro de las limitaciones de recursos que siempre existen, está ayudando a desarrollar los más variados proyectos en muy diversas áreas geográficas de España. Quizá ésa sea su nota más relevante: muchas y variadas iniciativas, en diferentes zonas, dirigidas a distintos grupos de interés, y bastantes de ellas con vocación de estabilidad y continuidad. Aunque también realizamos iniciativas puntuales, preferimos dedicar la mayor parte de los recursos a proyectos sostenibles que produzcan frutos duraderos.

Helvetia Seguros participa activamente en el grupo de trabajo de ICEA que tiene como objetivo la integración de políticas de Responsabilidad Corporativa en el sector asegurador. ¿Cómo está posicionada la compañía en comparación con otras aseguradoras en este terreno?
Nuestra entidad forma parte, desde su creación, del grupo de trabajo de Icea y, por tanto, ha sido muy activa en ese terreno, especialmente en lo que se refiere a difundir y promover la importancia de la Responsabilidad Corporativa para el sector de seguros. Podemos decir que Helvetia Seguros se sitúa en una posición avanzada, dentro de las

aseguradoras españolas, aunque aún nos queda mucho por hacer. En ese grupo de trabajo, hemos aprendido mucho y hemos aportado también algunas ideas e iniciativas propias, colaborando estrechamente con las principales entidades de seguros de España para conseguir que la Responsabilidad Corporativa sea un elemento esencial en los modelos de negocio de nuestro sector.

En el actual contexto de crisis, ¿qué papel han de jugar las empresas en el ámbito social?

Creo que, no sólo en estos momentos sino siempre, la sociedad es muy sensible a lo que cada empresa le "devuelve" en razón de los beneficios económicos que percibe por su negocio. Pero, ciertamente, en el contexto actual de fuerte crisis económica, las empresas nos sentimos aún más responsables, si cabe, de colaborar y ayudar al desarrollo de las actividades de carácter social que puedan mejorar la situación de los diferentes grupos de interés. Y en esa dirección se está avanzando mucho, de forma que las empresas del siglo XXI tienen, y van a tener cada vez más, un "rostro" social muy perceptible.

Esta es la quinta edición de la Memoria de Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros. ¿En qué aspectos cree que ha cambiado la compañía en el último lustro en esta materia?

Helvetia Seguros, lógicamente, ha madurado mucho en estos años en relación con la Responsabilidad Corporativa, convirtiéndose en un referente para otras empresas. En primer lugar, creando una estructura central organizativa, con responsables definidos, que haga viables y eficientes las iniciativas de Responsabilidad Corporativa. En segundo lugar, promoviendo nuevas medidas y nuevos objetivos, alineándolos, cada vez más, con las mejores prácticas del sector. Y en último término, pero no menos importante, extendiendo y potenciando entre sus grupos de interés, y especialmente entre sus empleados, una cultura clara y determinada de Helvetia Seguros como empresa socialmente responsable.

¿En qué medida las acciones de Responsabilidad Corporativa de Helvetia Seguros suponen una materialización en la práctica de los valores de la compañía (Confianza, Dinamismo y Entusiasmo)?

Los valores corporativos del grupo impregnan todas y cada una de las iniciativas de Responsabilidad Corporativa que desarrolla la compañía. La confianza, tanto en lo que se refiere a la que los grupos de interés depositan en la entidad, como en lo que respecta a la que ésta demuestra en relación con los proyectos en los que colabora. El dinamismo se percibe en la continua evaluación y revisión de las iniciativas de Responsabilidad Corporativa que se desarrollan. Y el entusiasmo no es necesario describir cómo se materializa, ya que solamente la observación de la naturaleza de los diferentes proyectos culturales, deportivos y sociales que apoyamos nos da una visión clara del carácter entusiasta con que Helvetia Seguros se implica en cada uno de ellos.

> [Las empresas del siglo XXI tienen, y van a tener cada día más, un "rostro" social muy perceptible]

Comparativamente con otros sectores, ¿cree que el sector asegurador reúne mejores condiciones para contribuir al desarrollo social de su ámbito de implantación?

No creo que nuestro sector tenga mejores condiciones que otros. Lo que sí puedo afirmar es que el sector de seguros tiene unas características idóneas para ello. Tanto la función "mutual" y redistribuidora de las cargas individuales y sociales para la que surgió, como la finalidad de su negocio, que se concreta en ofrecer un servicio excelente y humano en momentos siempre difíciles, también desde el punto de vista humano, suponen ya una predisposición empresarial a esa contribución al desarrollo social de su ámbito de actuación. Pero es que, además, la extensa capilaridad de las compañías aseguradoras, muy cercana y sensible a las realidades locales (especialmente, la de las entidades que trabajan con mediadores), supone una ventaja y, a la vez, un estímulo para implicarse en esa contribución.

¿En qué medida cree que el Grupo Helvetia puede contribuir a fortalecer los principios y fundamentos de la estrategia social de la compañía?

Estoy convencido de que nuestro grupo, en primer lugar, añadirá valor a lo que ya estamos haciendo; en segundo término, impulsará su desarrollo con nuevas iniciativas comunes y con más recursos corporativos; y, sobre todo, armonizará y estructurará la Responsabilidad Corporativa de todos los países, configurando una imagen del Grupo Helvetia más sensible y responsable ante la sociedad, lo que será muy beneficioso para la propia sociedad y, desde luego, para nuestro modelo empresarial.

El Grupo Helvetia tiene como prioridad consolidar su posicionamiento como **empresa social y responsable**

Resumen anual de actividad

Durante 2012, Helvetia Seguros ha llevado a cabo diversas iniciativas de naturaleza social, deportiva, medioambiental o cultural, dirigidas a sus distintos grupos de interés y de acuerdo con las tres líneas de compromiso del Grupo Helvetia (negocio, medioambiente y sociedad)

En las siguientes páginas se presentan, ordenadas cronológicamente, las distintas acciones desarrolladas durante 2012 en el marco de la estrategia de Responsabilidad Corporativa.

Estas acciones se ordenan asimismo en función de los públicos beneficiados, esto es, clientes, mediadores, empleados y entorno, mediante una clasificación cromática fácilmente identificable.

Cada iniciativa incorpora, por último, el icono representativo del área de acción correspondiente, de acuerdo con su identificación con los compromisos del grupo.

ICONOS

- Compromiso con la actividad de negocio
- Compromiso con el medioambiente
- Compromiso con la sociedad

CÓDIGO DE COLOR

- Clientes
- Mediadores
- Empleados
- Entorno

Enero

Convenciones Anuales de Agentes

Durante el primer trimestre de 2012 se celebraron en todo el territorio nacional las Convenciones Anuales con los agentes más importantes de la compañía. Estas reuniones sirven como puesta en común de la actividad de la entidad de cara a la red comercial. Permiten la interacción directa entre la empresa y los agentes, y sirven para estrechar vínculos con estos colaboradores de alto valor estratégico. En dichas reuniones, que tienen una doble naturaleza (empresarial y lúdica), participan miembros del Comité de Dirección, lo que implica un respaldo directo por parte de la compañía a su red comercial. Durante 2012 se celebraron 23 Convenciones, con la participación de más de 600 agentes.

Nuevos empleados participan en el IEP

El IEP (International Executive Program) es un programa promovido por el Grupo Helvetia en todas sus unidades de negocio, cuya finalidad es el desarrollo formativo y el reconocimiento profesional de los mandos intermedios y directivos. Mediante su participación en este programa, los profesionales de Helvetia Seguros tienen la ocasión de desarrollar su capacitación profesional y de interactuar con ejecutivos pertenecientes a otras unidades de negocio. Durante 2012, un total de 11 ejecutivos del Helvetia Seguros participaron en el programa, a través de distintos grupos en distintos módulos a lo largo del año.

Presentación de campaña "Coraje"

El día 31 de enero, Helvetia Seguros aprovechó la presentación de su campaña publicitaria para llevar a cabo una singular 'performance' que acabó concitando atención nacional. Aprovechando la imagen de la nueva campaña, en torno a la idea de "Coraje", la fachada exterior de la sede central de Helvetia Seguros en Sevilla se convirtió en un plató improvisado con una demostración acrobática sin precedentes en España: dos especialistas en highline, disciplina de acrobacias en altura sobre una cuerda floja, recorrieron varias veces la distancia entre la fachada principal del Edificio Helvetia y el edificio situado al otro lado de la calle, concitando gran interés entre los viandantes y también entre medios de comunicación de alcance nacional, y alcanzando así una repercusión en todo el país.

Sexta edición del Curso SABES

En 2012, el Curso SABES (Seminario de Aprendizaje Básico y Específico de Seguros) alcanzó su sexta edición. Se trata de un formato destinado a los asesores comerciales de reciente incorporación a la compañía, que ofrece a los participantes herramientas y capacidades para asumir la gestión de la actividad aseguradora desde su función comercial. Se trata de un formato muy representativo de la filosofía formativa de Helvetia Seguros, que concibe la formación como instrumento de acompañamiento durante toda la vida laboral del empleado. Participaron 18 asesores comerciales.

Febrero

Renovación de convenios para inserción de alumnos en prácticas

Helvetia Seguros contribuye a la inserción laboral de los más jóvenes y al fomento de sus competencias profesionales a través de la incorporación de alumnos en prácticas, en el marco de varios convenios de colaboración suscritos con diversos centros formativos tales como Universidades, Colegios o Centros de Formación Profesional. El año pasado, los alumnos en prácticas fueron 16.

Renovación del Patrocinio de la Real Federación Española de Balonmano

A comienzos de 2012, Helvetia Seguros renovó su acuerdo de patrocinio con la Real Federación Española de Balonmano, con vigencia hasta final de 2013. El propósito de este patrocinio es el de contribuir a facilitar la práctica profesional de un deporte que engloba uno de los mayores colectivos federados de España, y en el que nuestro país ha cosechado grandes éxitos internacionales. Asimismo, el apoyo de Helvetia Seguros se encamina a fomentar la práctica de este deporte entre los más pequeños y, por tanto, a la promoción de la actividad deportiva como valor saludable.

Campaña de Donación de Sangre

Helvetia Seguros promueve activamente la donación de sangre por parte de sus empleados de la sede central, gracias a la colaboración que mantiene con el Centro de Transfusión Sanguínea de Sevilla. A esta campaña de donación, Helvetia Seguros le presta cobertura de difusión, cediendo sus instalaciones al equipo del Centro de Transfusión Sanguínea. En esta ocasión, los donantes fueron 26 empleados.

Cursos de liderazgo para mandos intermedios

Helvetia Seguros concibe la formación interna como algo que va mucho más allá de la capacitación profesional, abarcando otros aspectos que tienen que ver con la dirección de equipos tales como motivación o liderazgo. Es el caso de cursos como el "Executive de Liderazgo y Dirección de Personas" o el de "Consolidación en Dirección de Personas". Dichos cursos, en los que en esta ocasión participaron 23 mandos intermedios, persiguen incentivar en el empleado la capacidad de gestión del talento de los equipos humanos.

Viaje "Helvetia Rentabilidad+"

Junto al Concurso Anual de Incentivos, a lo largo del año la compañía promueve diversos concursos que persiguen la participación de los agentes de acuerdo con unos objetivos específicos. Con ellos, se busca una mayor implicación de los colaboradores. Entre los concursos específicos que se desarrollaron durante 2012, se encontró el denominado "Yolerei Jijuu", en alusión al gingle "Heidi". Consistió en un viaje concebido para potenciar la comercialización de un producto ("Helvetia Rentabilidad+"), que permitió a varios agentes participar en un viaje a Suiza.

Marzo

Patrocinio del programa "Orientación"

Una de las líneas de actividad de RC relacionadas con la actividad social tiene que ver con el apoyo a iniciativas propias del ámbito de implantación. En este sentido hay que entender la edición del programa de mano "Orientación", el más longevo de la Semana Santa de Sevilla, que edita y distribuye de forma gratuita Helvetia Seguros a través de sus distintas sucursales y centros de trabajo en Sevilla. La propia presentación del programa de mano se ha convertido en un hito señalado de la Cuaresma en la ciudad. Este acto se celebra desde hace algunos años en la Iglesia de San Jorge de la Hermandad de la Santa Caridad, con la que nuestra compañía colabora de forma desinteresada a través de donaciones para su actividad fundacional de carácter caritativo. Se distribuyeron 10.000 ejemplares y el acto de presentación contó con la asistencia de más de 300 personas.

Viaje del Concurso Anual de Incentivos

Durante el primer trimestre de 2012 se llevó a cabo, como ya es habitual, el viaje de los agentes ganadores del Concurso Anual de Incentivos, que en esta ocasión tuvo como destino los países de Tailandia y Camboya. Con este colofón se premia y reconoce la labor realizada por los agentes a lo largo de todo el periodo de competición. Se valora de forma muy especial la implicación de todos ellos con el proyecto de la compañía y su identificación con los objetivos estratégicos de Helvetia Seguros. En el viaje de 2012 participaron 44 ganadores.

Patrocinio del Begíjar (Jaén)

Uno de los principios cardinales de la filosofía de patrocinios de Helvetia Seguros es el fomento de deportes de base, que resultan difícilmente sostenibles sin el apoyo de entidades privadas. Con el apoyo de la compañía, muchos clubes ven garantizado su futuro como entes dinamizadores de la vida cultural y deportiva de su entorno. Es el caso del equipo de fútbol de Begíjar, en Jaén, que gracias al compromiso de Helvetia Seguros pudo seguir adelante con su actividad.

1° Promoción de "Graduados Helvetia"

En 2012, la compañía alcanzó un importante hito en materia de formación interna: la primera promoción de "Graduados Helvetia", los primeros titulados que han superado el principal programa formativo para agentes, el Plan de Agentes de Carrera (PAC). Con este título, los agentes graduados (tres en total) culminaron un proceso que se ha prolongado durante cuatro años, y durante el que han tenido que superar tres módulos formativos. La última parte de la formación consistió en un acompañamiento y seguimiento individualizado de los tres agentes durante 12 meses, a fin de lograr unos objetivos anuales previamente trazados. Se trata de una iniciativa novedosa en el sector, que habla por sí sola de la importancia que la compañía concede a la formación como elemento de fidelización de su red agencial.

Abril

Acuerdo con AMEDALYD

A pesar de los avances en materia de igualdad, las mujeres trabajadoras aún siguen teniéndolo más difícil que los hombres para alcanzar un pleno desarrollo profesional. Contribuir, a través del aseguramiento, a facilitar la labor profesional de las mujeres empresarias es el objetivo del acuerdo que Helvetia Seguros, a través de su agente en Benacazón (Sevilla), Isabel María Acebes, suscribió con la Asociación de Mujeres Empresarias de Aljarafe y Doñana (AMEDALYD). En virtud de este convenio, las mujeres pertenecientes a esta asociación pueden beneficiarse de la contratación de pólizas de Helvetia Seguros en condiciones preferentes.

Implantación del Plan de Igualdad

Desde abril de 2012, Helvetia Seguros cuenta con un Plan de Igualdad que garantiza la igualdad real y efectiva de trato y oportunidades entre mujeres y hombres dentro de la empresa. El plan define acciones positivas de desarrollo en ámbitos tales como el acceso al empleo, la formación, la retribución o el desarrollo profesional. Elaborado y consensuado con los representantes sindicales, el plan sienta las bases para una política de igualdad de género efectiva dentro de la empresa.

Viaje del Concurso "Pasaporte a Ámsterdam"

En ocasiones, los concursos de incentivos persiguen no sólo premiar a empleados o a mediadores, sino a ambos a la vez, o más bien, a la colaboración entre ambos de cara a cumplimiento de objetivos compartidos. Es el caso del concurso "Pasaporte a Ámsterdam", cuyo objetivo era potenciar las ventas de un producto ("Vida Periódica II") a través de la implicación y colaboración entre agentes y sucursales. Tres sucursales fueron premiadas junto a los agentes ganadores. En su objetivo de fomentar, no sólo el cumplimiento de objetivos cuantitativos sino también la creatividad, el concurso reconocía también la aportación de las sucursales en el uso de la herramienta CRM de la compañía.

Concienciación sobre el control nuclear

Se han superado los 25 años del accidente de Chernóbil, que provocó la que sigue siendo una de las peores tragedias nucleares de la historia. Durante 2012, en toda Europa se llevaron a cabo iniciativas en el marco de la Semana Europea por un Futuro Sin Chernóbil ni Fukushima. Además de rendir homenaje y contribuir a mantener vivo el recuerdo de las víctimas, estas iniciativas perseguían el objetivo de concienciar a la población sobre la necesidad de no bajar la guardia en materia medioambiental. Helvetia Seguros se sumó a una de estas iniciativas, la promovida por FEDASIB, la Federación Nacional de Acción Social con la Infancia Bielorrusa, contribuyendo a hacer posible algunas de sus iniciativas.

Mayo

Consolidación de Helvetia Anaitasuna en la División de Honor

En 2012, el Helvetia Anaitasuna de Balonmano afianzó su posición en la División de Honor de la Liga Asobal, después del ascenso vivido en 2011. Alcanzó el puesto 12° en la Liga, gracias a un equipo solvente cuya conformación ha sido posible merced al apoyo que le brinda Helvetia Seguros. Este apoyo se renovó en un nuevo acuerdo firmado en 2012, en el que se incluyó una nueva iniciativa, inédita en el balonmano español, por la que Helvetia Seguros se comprometía a devolver el precio del abono anual a aquellos abonados del club de balonmano de Anaitasuna que quedaran en situación de desempleo durante la temporada 2012/2013.

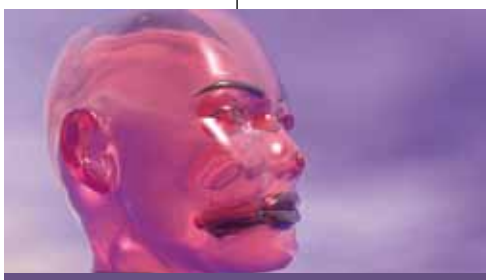
Patrocinio de la III Carrera Escolar del Colegio Ntra. Sra. de las Delicias

Helvetia Seguros también apoya acciones dirigidas a escolares que persiguen el desarrollo de hábitos de vida saludables entre el público más joven. Es el caso del patrocinio de la III Carrera Escolar organizada por el Colegio Nuestra Señora de las Delicias de Madrid, celebrada a finales de mayo, y que congregó en el barrio madrileño de Delicias a uno 400 corredores de todas las edades, ente los que se encontraban alumnos, padres y profesores.

Junio

Curso sobre multidistribución

Dentro de la Medida Estratégica de propiciar la multidistribución, Helvetia Seguros persigue acercar su oferta de productos a colectivos y segmentos sociales en condiciones preferentes. Se persigue una distribución de los productos complementaria a la ya existente, con la que, gracias a operaciones de escala, los colectivos obtienen beneficios en coberturas y precios. Helvetia Seguros promueve la multidistribución a través de acciones formativas, como la desarrollada entre los meses de mayo y junio, y que estuvo dirigida a asesores comerciales y directores de Sucursal.



Proceso de Evaluación de Riesgos Psicosociales

Helvetia Seguros llevó a cabo un proceso interno de Evaluación de Riesgos Psicosociales a través de un cuestionario ("istas21") que se distribuyó entre todos los empleados. Esta acción, enmarcada en la política de Prevención de Riesgos Laborales de la compañía, tuvo como objetivo conocer las condiciones que se dan en el desempeño laboral, relacionadas con organización, contenido del trabajo y realización de tareas susceptibles de afectar al bienestar y la salud del trabajador. Un grupo de trabajo interno, compuesto por los integrantes de los Comités de Seguridad y Salud, fue el encargado de analizar los resultados de la encuesta, y de elevar las sugerencias de mejora a la organización. Contestaron a la encuesta el 89,37% de la plantilla.

Cursos de CRM

En su objetivo de mejora de los procesos internos y la atención al cliente, en 2010 la compañía apostó por llevar a cabo la implantación de una herramienta CRM. Helvetia Seguros fue pionera en el desarrollo e implantación de esta herramienta dentro del grupo, de manera que ha servido como modelo de referencia para el desarrollo de un proyecto CRM común para todas las unidades de negocio. La implantación de la herramienta ha implicado, durante 2012, el desarrollo de un programa formativo dirigido a 161 empleados de la compañía, a fin de favorecer la familiarización de las herramientas que tienen que ver con este sistema de gestión.

Encuesta de satisfacción

Anualmente, Helvetia Seguros lleva a cabo una encuesta para conocer el nivel de satisfacción de los empleados. La encuesta Person@ está en la línea de la encuesta Commit que realiza el grupo a nivel global, y persigue conocer la valoración que los empleados tienen sobre el trabajo en función de cuestiones tales como la antigüedad, los centros de trabajo, las zonas donde operan y los grupos profesionales a los que pertenecen. Con un índice de participación muy elevado para encuestas de esta naturaleza (79,7%), los resultados han sido bastante positivos: los empleados valoran de forma altamente favorable su puesto de trabajo, consideran que existe buena relación con sus superiores inmediatos y existe una percepción satisfactoria sobre las posibilidades de formación y desarrollo profesional.

Convenio con la AJEP de Coín (Málaga)

El apoyo a los jóvenes empresarios a través de la oferta de productos en condiciones preferentes constituye una línea de acción de fuerte calado social, ya que facilita la labor de los emprendedores y su contribución al tejido productivo de su ámbito de implantación. Durante 2012, Helvetia Seguros suscribió un convenio de colaboración con la Asociación de Jóvenes Empresarios y Profesionales de Coín (AJEP Coín), gracias al cual los empresarios de esta zona de la Costa del Sol pueden beneficiarse de importantes descuentos en la contratación de sus pólizas con Helvetia Seguros.

25 años del Edificio Helvetia en Sevilla

En 2012, el Edificio Helvetia, donde se ubica la sede social de la compañía, cumplió 25 años. Con ese motivo, el 27 de junio se llevó a cabo un acto conmemorativo, que contó con la presencia de diversas autoridades y personalidades de la ciudad, y con la del artífice de la obra, el propio Rafael Moneo. Durante el acto, se estrenó un audiovisual elaborado para la ocasión, y se descubrió una placa conmemorativa. Aprovechando esa efeméride, y teniendo en cuenta la significación que el edificio tiene en la arquitectura contemporánea hispalense (es una de las obras más emblemáticas de Rafael Moneo, universal arquitecto que precisamente en 2012 fue distinguido con el Premio Príncipe de Asturias de las Artes), la compañía brindó su sede al Colegio de Arquitectos de Sevilla y FIDAS para el desarrollo de una actividad didáctica de carácter monográfico, en el contexto de la Semana Mundial de la Arquitectura, celebrada en el mes de octubre. La visita guiada, realizada en varios turnos, fue un éxito y contó con la asistencia de más de 150 personas.

Creación del Klub Vita

Helvetia Seguros fortalece los vínculos con sus mediadores a través de proyectos y herramientas específicas que persiguen su participación de acuerdo con objetivos comerciales específicos. Es el caso del "Klub Vita", creado en 2012 con el objetivo de favorecer la especialización de determinados mediadores en torno a los productos de Vida, de acuerdo con el objetivo de crecer en la penetración de este tipo de pólizas en el mercado nacional establecido por la Estrategia Helvetia 2015+. La participación en este club implica el derecho a acceder a un plan de formación específico en Vida y la posibilidad de obtener el Certificado Nacional de Calidad del Seguro de Vida que otorga ICEA. En 2012 se incorporaron 316 agentes.

Julio

Novedades en el programa "Agentes Siglo XXI"

Una de las iniciativas estratégicas puestas en marcha por la compañía durante 2011 para favorecer una mayor vinculación e identificación con Helvetia Seguros por parte de su red de agentes es el programa "Agentes Siglo XXI". Por medio del mismo, se persigue el reconocimiento de los agentes más profesionalizados e implicados con la compañía a través de una relación profesional más estrecha que supone el acceso de los mismos a servicios exclusivos. La prueba piloto se inició con cuatro agentes en 2011, y en 2012 el número de agentes incorporados al programa fue de diez. Entre otras concesiones, estos agentes tienen la capacidad para la realización de gestiones específicas relacionadas con la tramitación de siniestros y la emisión de pólizas.

Patrocinio de Bigues i Riells

La nómina de clubes y equipos de base con los que Helvetia Seguros colabora se incrementó en julio con la incorporación del Club de Hockey sobre Patines Bigues i Riells, de Barcelona. Un club modesto, dedicado a una actividad deportiva de no muy extendida y, por tanto, con dificultades de acceso a patrocinios de naturaleza privada, que gracias a Helvetia Seguros ha podido seguir compitiendo.

Campaña de concienciación en los Sanfermines

Un año más, Helvetia Seguros contribuyó al normal desarrollo de las fiestas de los Sanfermines de Pamplona, llevando a cabo una campaña de concienciación dirigida a los ciudadanos y visitantes, para disfrutar de unas jornadas "seguras". Esta campaña se articuló a través de carteles localizados en las marquesinas de las principales paradas de autobuses de la ciudad, en los que se realizaron recomendaciones para evitar accidentes durante los encierros de los Sanfermines. Dada la fuerte presencia de turistas, el cartel se difunde no sólo en castellano y euskera, sino también en inglés, francés y alemán.

Septiembre

Tercera edición del curso "Sucesores"

El curso "Sucesores" alcanzó en 2012 su tercera edición.
Esta acción formativa, muy innovadora en el sector, se dirigió, en esta ocasión, a hijos de corredores que pretenden continuar con la gestión del negocio de sus padres pero que no disponen aún de los conocimientos y el nivel de competencias necesario para este desempeño. El curso se desarrolló en dos módulos (del 11 al 15 de junio y del 17 al 22 de septiembre), y participaron 9 alumnos.

Apoyo a las Pymes de Tenerife

Las Pymes tienen un peso fundamental en la estructura productiva de nuestro país. Helvetia Seguros contribuye a su actividad a través de convenios con asociaciones territoriales de Pymes, gracias a los cuales pueden acceder a los productos de la compañía en condiciones preferentes. Durante 2012, se suscribió un convenio con una de las divisiones territoriales de CEPYME, organización profesional que se dedica a la defensa, representación y fomento de las Pymes y los autónomos. Concretamente, el convenio se firmó con la delegación de Tenerife, que presta cobertura y asistencia a más de 180 asociados.

Convocatoria del "Insurance Trainee Program" (ITP)

Facilitar el acceso de jóvenes recién licenciados al sector asegurador y promover la actividad aseguradora como salida profesional es el objetivo de un innovador programa promovido por el Grupo Helvetia en todas sus unidades de negocio. Se trata del "Insurance Trainee Program (ITP)", que brinda a los jóvenes recién licenciados en carreras como Matemáticas, Administración y Dirección de Empresas o Marketing la oportunidad de realizar, a modo de postgrado, un programa de un año para conocer y desarrollar habilidades en el sector asegurador. El diseño de la primera edición se ultimó en los meses de verano, y mantuvo abierta la convocatoria entre los meses de septiembre y noviembre. A la convocatoria concurrieron 1.000 solicitudes, entre las que se seleccionó a tres candidatas, que están desarrollando el programa en distintas Áreas de la compañía. El programa prevé la posibilidad de completar la formación en prácticas en la sede central del grupo en Suiza.

Nace el Helvetia Balonmano Alcobendas

El deporte es también, y mucho, cosa de mujeres. Y Helvetia Seguros contribuye también a su promoción.
Es el caso del Club Balonmano Alcobendas, del que desde 2012, merced a un convenio de patrocinio firmado con la Fundación Deporte Alcobendas (Fundal), su equipo femenino ha pasado a llamarse Helvetia Balonmano Alcobendas. Un equipo que está a la vanguardia del balonmano nacional, pues viene compitiendo desde hace cuatro años en la División de Honor. Algunas de sus jugadoras, de hecho, forman parte de la selección nacional. En el acuerdo, además, se contemplan diversas iniciativas de apoyo al balonmano base del club, así como beneficios sociales para los empleados de Helvetia Seguros en la utilización de instalaciones y servicios deportivos de Fundal.

Octubre

Concentración de vehículos clásicos

El Club Renault 12 clásicos promueve desde hace varios años una concentración anual de vehículos clásicos de Renault. Helvetia Seguros contribuye a hacerlo posible con su patrocinio. Más de 50 vehículos clásicos participaron en esta concentración, que se celebró entre las localidades conquenses de Alarcón y Casas de Roldán. Con esta acción, Helvetia Seguros pretendía contribuir a la difusión del conocimiento sobre los vehículos clásicos, que tienen en Renault una de sus grandes señas de identidad en España.

Renovación del acuerdo de patrocinio con el Helvetia Rugby

Una de las características de la política de patrocinios de Helvetia Seguros es la de establecer acuerdos estables y duraderos, basados en la confianza mutua, que permita la obtención de resultados a medio y a largo plazo. Así, son habituales los patrocinios de largo recorrido como el del Helvetia Rugby, equipo de rugby sevillano con el que la compañía viene colaborando desde hace seis años. En 2012, se renovó el patrocinio con este equipo, mediante un convenio que incluía otros interesantes compromisos, como por ejemplo el desarrollo de acciones encaminadas a reforzar la difusión de esta práctica deportiva en su entorno y entre los más jóvenes.

Reunión del Grupo de Motivación (MoTeam)

Con el objetivo de desarrollar iniciativas y acciones que fomenten el orgullo de pertenencia y una mejora del clima laboral dentro de la empresa, se llevó a cabo en octubre de 2012 la segunda sesión del Grupo de Motivación (MoTeam). Durante su primer año de actividad, este equipo de trabajo ha alcanzado importantes avances en materia de motivación del personal, que se han ido desarrollando en distintas medidas concretas.

Noviembre

Premio Solidario del Seguro a la Asociación Arcángel

Anualmente, Inese promueve y organiza los Premios Solidaros del Seguro, que en 2012 alcanzaron su duodécima edición. Helvetia Seguros apadrinó en 2012 uno de sus premios, tras un proceso de selección abierto a toda la compañía que se canalizó a través de la revista corporativa "En buena compañía". La entidad distinguida con el Premio por Helvetia Seguros fue la Asociación Arcángel, de Jaén. El premio, que permite a esta asociación continuar adelante con su proyecto de mejora de las condiciones de vida de personas afectadas por el autismo y sus familiares, fue concretamente para el proyecto "Alternativas al lenguaje: el lenguaje signado".

Colaboración con la Fundación Banco de Alimentos de Sevilla

Una de las entidades benéfico-asistenciales con las que Helvetia Seguros viene colaborando en los últimos años es la Fundación Banco de Alimentos de Sevilla. En 2012, esta entidad llevó a cabo una "Gran recogida de alimentos", de forma simultánea con otros Bancos de Alimentos de Andalucía, y que ha permitido recaudar más de 800.000 kilos de comida. Este proyecto ha sido posible gracias a una red de más de 10.000 voluntarios. La colaboración de Helvetia Seguros consistió en la aportación gratuita de las pólizas de seguros de los voluntarios (Accidentes y Responsabilidad Civil), sin los que la acción no hubiera sido viable.

Diciembre

Clausura de la VI Copa Helvetia Escuderías de Cantabria

En tanto que proveedor de servicios relacionados con el automóvil, Helvetia Seguros contribuye a la promoción del sector mediante acciones diversas relacionadas con la difusión de la cultura automovilística, tales como apoyo a concentraciones de coches clásicos o competiciones. Es el caso de la VI Copa Helvetia Escuderías de Cantabria, la primera competición automovilística que lleva el nombre de la compañía, y que se compone de una serie de carreras de vehículos clásicos, la última de ellas celebrada en diciembre (Clásica Villa de Comillas). Se trata de una competición que combina el espectáculo con la vistosidad de ver en acción vehículos considerados únicos por su antigüedad.

Rehabilitación del azulejo del Cristo del Calvario de Sevilla

Helvetia Seguros también lleva a cabo acciones que persiguen la mejora del patrimonio cultural de su ámbito de implantación. Es el caso de la restauración del azulejo del Cristo del Calvario, en la sevillana Iglesia de la Magdalena, que reproduce la imagen de este Cristo que procesiona cada Madrugá por las calles de Sevilla. Helvetia Seguros ha colaborado con el patrocinio de esta iniciativa, haciendo posible su total recuperación, de forma que todos los sevillanos y turistas pueden seguir disfrutando de esta obra de arte.

Apoyo a la "San Silvestre" de Alcobendas

La carrera "San Silvestre" de Alcobendas se ha convertido ya en una clásica para despedir el año. Promovida por la Asociación San Silvestre de Alcobendas, en la edición de 2012 superó los 3.000 corredores. Helvetia Seguros ha colaborado con esta competición, prestando su patrocinio para hacerla posible. La carrera tiene la peculiaridad de que los fondos recaudados van a parar a varias asociaciones benéficas de la localidad. Con esta acción, Helvetia Seguros cumple, pues, con un doble objetivo: fomentar la práctica deportiva y contribuir a hacer posible la actividad asistencial de organizaciones benéficas.

ER-0985/1998

AENOR, Asociación Española de Normalización y Certificación, certifica que la organización

HELVETIA COMPAÑÍA SUIZA, SOCIEDAD ANÓNIMA DE SEGUROS Y REASEGUROS

Renovación de los certificados de calidad

Helvetia Seguros mantiene una apuesta permanente por la calidad, que queda de manifiesto en la certificación de sus procesos y la integración de sus modelos de gestión. Integrada en el Modelo EFQM (en 2011 obtuvo el sello "Reconocidos por la Excelencia 300+"), la compañía fue pionera en el sector asegurador nacional en la obtención de dicha certificación. Desde 2011, está también certificada según la Norma ISO 9001 su actividad de procesos formativos, siendo pionera a nivel nacional en ese ámbito. Como sucede cada año, en 2012 la compañía renovó todas sus certificaciones ISO.

Mejoras en el Portal del Mediador

El Portal del Mediador, entendido como un vehículo de comunicación e interacción entre la compañía y sus mediadores y profesionales, está sometido a un proceso permanente de mejora y adaptación a nuevas necesidades. De forma regular, el Portal va incorporando novedades que persiguen prestar un mejor servicio a los mediadores, así como prestar soporte a sus necesidades. El año 2012 fue especialmente intenso en lo que a mejoras se refiere, incorporando nuevas aplicaciones o el perfeccionamiento de las ya existentes. De este modo, se realizaron mejoras en diversas aplicaciones tales como la Gestión de la Cartera o la Consulta de Pólizas, así como nuevas aplicaciones como Alta, Mantenimiento o Consulta y Encargos de Peritación para Profesionales.

Concurso de Detección de Anomalías

Los concursos de motivación e incentivación también están pensados para los empleados. Se persigue así, igual que en el caso de los concursos para agentes, implicar a los trabajadores en el proyecto de la empresa, al tiempo que premiar el trabajo bien hecho. Uno de los concursos más interesantes desarrollados durante 2012 fue el Concurso de Detección de Anomalías. En esa edición participaron un total de 87 tramitadores de siniestros. Los premios fueron diversos, e incluían desde importes en metálico hasta bonos de hotel.

SALA HELVETIA

Durante todo el año, la Sala Helvetia acoge diversas iniciativas de carácter social y cultural, así como otras propias de la compañía. Durante 2012, la sala convocó un total de 13 actividades, tan diversas como presentaciones de libros, ponencias, mesas redondas o conmemoración de efemérides. En total, la sala registró la asistencia de más de 1.000 personas.

Velada de la Asociación Noches del Baratillo
25 de enero
Se presentó el libro de poesía "Esferas", de la poetisa Saray Pavón

Presentación de Versos En-cajados
21 de marzo
Coincidiendo con el Día Internacional de la Poesía, presentación de colección poética.

Presentación de "Las palabras vacías"
8 de mayo
Primer libro del poeta siciliano Alejandro Tropea

2012 ENERO FEBRERO MARZO ABRIL MAYO JUNIO

Presentación de "Lo macabro del amor"
9 de febrero
Presentación de la novela del escritor José Luis Ordóñez

Jornada sobre redes sociales
24 de mayo
Organizada por la Asociación para el Progreso de la Comunicación

Presentación de la campaña "Mujeres: la fuerza del cambio en la India"
2 de mayo
Presentación de campaña promovida por la Fundación Vicente Ferrer

Gala de Fin de Temporada "Tertulias Helvetia"
22 de mayo
Retransmisión en directo del programa deportivo de Radio Sevilla, con la entrega del Premio Helvetia Seguros al Valor Más Seguro, concedido al entrenador del Real Betis, Pepe Mel.

Presentación de "Lengua de Gato"
28 de mayo
Presentación del libro en prosa y verso escrito por José Antonio Ramírez Lozano

Presentación de proyecto Lecturia
29 de octubre
Nueva colección infantil y juvenil promovida por Guadalturia Ediciones

Presentación de "Miradas sin fronteras"
3 de octubre
Presentación de libro editado por la Asociación Cool-tura, cuya recaudación va a parar a la ONG Acción contra el Hambre.

JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE **2013**

Presentación de "Las bicicletas no son para El Cairo"
27 de septiembre
Presentación del libro del arabista Emilio González-Ferrín

Conmemoración 25º Aniversario de "A contramano"
23 de octubre
Arranque de los actos conmemorativos de esta asociación que promueve la cultura de la bicicleta en Sevilla

Presentación de "Tan lejos de Krypton"
20 de diciembre
Presentación del libro del escritor y periodista Daniel Ruiz García, ganador del Premio de Novela Onuba.

La Responsabilidad Corporativa en el sector asegurador español

La Responsabilidad Corporativa encuentra en el sector asegurador un ámbito de penetración especialmente propicio por las características inherentes de este sector, cuya actividad está consagrada a la prestación de servicios de aseguramiento y a la protección de los asegurados frente a contingencias imprevistas. Se trata, pues, de una actividad con una fuerte orientación social, que tiene indudables implicaciones en relación con su entorno y sus grupos de interés.

Pero la dimensión social de la actividad aseguradora implica un acercamiento a la actividad de Responsabilidad Corporativa que excede con creces su ámbito de intervención más clásico, el de la colaboración y la solidaridad con su entorno, abarcando otros aspectos que tienen que ver con la actividad de negocio y con cuestiones tales como la gestión de los recursos humanos o la eficiencia energética.

La Memoria Social del Seguro Español 2012, editada por la Asociación Empresarial del Seguro (Unespa), recoge de forma pormenorizada y completa numerosos indicadores cuantitativos derivados de su actividad, de los que se deriva una fuerte incidencia social.

A efectos de productividad, la producción del sector se cifró en 2010 (últimos datos disponibles) en 16.966 millones de euros.

La aportación del sector asegurador a la economía nacional es muy fuerte. Además de la contribución salarial, que supone un 0,6% de los salarios pagados por la economía española, hay otros muchos aspectos destacables de esta contribución, algunos de ellos relacionados directamente con aspectos laborales.

Uno de los aspectos más interesantes del sector es la estabilidad asociada a la actividad empresarial. Esta estabilidad queda de manifiesto en la longevidad media de las empresas del sector. Dado que se trata de un sector que asume compromisos y responsabilidades a medio y largo plazo, las empresas tienden a permanecer en el tiempo. Así, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) constata que la edad media de las autorizaciones de ramo en el mercado español es de 32 años.

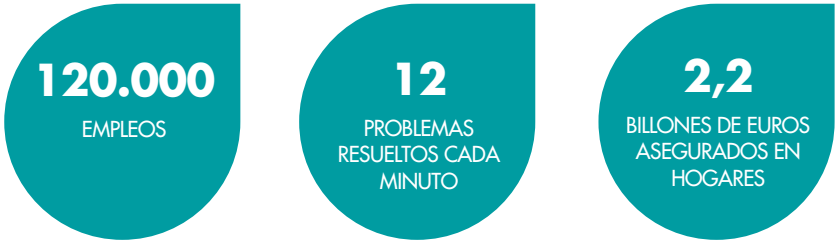
Uno de los indicadores que evidencian de forma más llamativa la contribución económica del sector es la cobertura quo ofrece por la pérdida de beneficios de las empresas. Según la memoria de Unespa, en 2011 (últimos datos disponibles) la cobertura de pérdida de beneficios de las industrias y comercios españoles se situó en unos 200.000 millones de euros, lo que representa una quinta parte del Producto Interior Bruto (PIB). Un dato que podría ser mucho mayor si la protección de las empresas se incrementara, ya que se estima que sólo un 17% de la producción total de las empresas españolas está protegida mediante cobertura de pérdida de beneficios.

En cuanto a la aportación a particulares por siniestros personales, la indemnización media por fallecimiento se situó en 26.766 euros, y por invalidez, en 38.528 euros.

Según la Memoria de Unespa, cada minuto se producen en España 12 problemas en hogares, comercios, comunidades o industrias que son resueltos por las compañías aseguradoras. El volumen de siniestros atendidos en España por los seguros multirriesgo superó en 2011 (últimos datos disponibles) la cifra de los 6 millones y medio, según la DGSFP.

Sólo en los seguros del hogar, se estima que el capital asegurado asciende a 2,2 billones de euros, lo que representa dos veces el PIB nacional.

Por lo que respecta a la contribución que el sector asegurador hace al Estado español, a través del Impuesto sobre la Primas de Seguros (IPS), se estima que es una de las figuras impositivas que más aporta a la estructura de ingresos del erario público. Así, según datos de la Contabilidad Nacional, el



IPS representó en 2010 (últimos datos disponibles) el 6,07% de la estructura total de ingresos del Estado por tasas e impuestos, muy por encima de otros impuestos como el IVA (4,63%) o el IRPF (4,60%).

Tampoco es desdeñable el beneficio indirecto derivado de la actividad del sector. Según la Memoria Social de Unespa, en 2012 la facturación de los talleres de reparación y de otros proveedores relacionados con la reparación de daños materiales en accidentes de tráfico alcanzó los 4.200 millones de euros.

Por otra parte, la Encuesta de Presupuestos Familiares publicada por el Instituto Nacional de Estadística revela que los hogares españoles invierten un 3,3% de su presupuesto anual en la adquisición de seguros. Este dato supone un gasto medio por hogar de 982,12 euros.

Otro aspecto revelador sobre la contribución del sector asegurador a la dinamización social tiene que ver con el empleo, tanto en sus aspectos cuantitativos como en los cualitativos. Según cifras de la Encuesta de Población Activa, el empleo generado en 2011 (últimos datos disponibles) por este sector superó los 120.000 puestos de trabajo. Además, se trata de un empleo caracterizado por una gran estabilidad. El 97,5% de los empleados de las entidades aseguradoras tiene un contrato laboral de duración indefinida. El empleo en el sector asegurador, según la memoria de Unespa, "tiende a ser unas 10 veces más estable que en el conjunto de la economía". La antigüedad media de los trabajadores en el sector asegurador (13,59 años en 2011, según los últimos datos disponibles) está por encima de la ratio media, de manera que está considerada como una profesión que, como explica Unespa, "sólo es superada en estabilidad en el empleo por la función pública".

DIMENSIÓN SOCIAL DEL SECTOR ASEGURADOR

16.966 millones de euros producidos.

0,6% de los salarios nacionales

200.000 millones de euros de cobertura por pérdida de beneficios (industria y comercio)

6.500.000 siniestros atendidos por seguros multirriesgo

6,07% de la contribución al Estado por tasas e impuestos (IPS)

4.200 millones de euros de facturación indirecta para proveedores del ámbito del transporte.

982,12 euros de gasto anual por hogar en seguros.

97,5% de empleos directos indefinidos

Elvira de la Cruz,
directora del Área de Consultoría de ICEA

"Helvetia Seguros es una compañía muy activa en materia de Responsabilidad Corporativa"

Elvira de la Cruz es una de las principales impulsoras del Grupo de Trabajo de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (ICEA), que desde el año 2008 viene profundizando en el conocimiento e impulso de políticas de Responsabilidad Corporativa en el sector asegurador. Helvetia Seguros forma parte, desde su constitución, de este grupo de trabajo, que después de cinco años se ha afianzado como la principal plataforma nacional de análisis e impulso de la Responsabilidad Corporativa en las empresas aseguradoras.

¿Cómo y por qué surge en 2008 este grupo de trabajo?
El grupo surge el 27 de noviembre de 2008 como resultado de un trabajo previo de análisis y reflexión sobre el estado de la implantación de políticas de Responsabilidad Social Corporativa en este sector. Helvetia Seguros formó parte de este grupo de trabajo desde el inicio. Los objetivos por los que se constituyó el grupo eran, por un lado, servir como grupo de intercambio de conocimientos y experiencias en materia de RSC, y por otro, contribuir a impulsar políticas de compromiso social y medioambiental en el ámbito asegurador. Se perseguía, en definitiva, crear una cultura de RSC en el sector, al tiempo que sentar las bases para el desarrollo de unos criterios que permitieran el desarrollo de políticas de responsabilidad social y sostenible.

> Lo importante para garantizar la implantación de la Responsabilidad Corporativa en las aseguradoras es que esté unida al negocio y al diseño de los productos y servicios

¿Y cuál es el balance, tras cinco años de actividad?
En primer lugar, hay que decir que se ha consolidado como plataforma de intercambio de experiencias y conocimientos y como impulsora de la Responsabilidad Social Corporativa en el sector. Junto a esto, hay que destacar algunos hitos importantes, como fue la elaboración y el lanzamiento del informe "La RSC, generadora de valor en el sector asegurador" en 2010, que se estableció como un punto de partida para analizar la situación de la Responsabilidad Social Corporativa en el sector. Otro hito importante fue el de la formulación de los indicadores de RSC en el sector, que permite a las compañías el desarrollo de cuadros de mandos para analizar la implantación de estas políticas en sus organizaciones. En 2013, prevemos llevar a cabo una segunda medición sobre el grado de penetración de estas políticas en nuestro sector.

El grupo de trabajo constituye un barómetro perfecto para medir la implantación de políticas de RSC por parte de las empresas aseguradoras. ¿Cómo está en líneas generales posicionado el sector nacional en este terreno?
El sector está avanzando bastante, si bien es cierto que el nivel de desarrollo es desigual según las empresas. En líneas generales, sí se ha percibido en todo caso un progreso importante en el sector asegurador en relación con la integración de políticas de RSC en la estrategia de negocio.

¿Cuáles son, a su juicio, los grandes valores sociales inherentes a la actividad de las compañías aseguradoras?
Hay uno indudable y que está por encima de toda duda: a través de su actividad contribuye a la mejora de la sociedad, ya que genera seguridad en el entorno empresarial y en las familias. Con la protección y las coberturas de aseguramiento, restituye un desequilibrio que puede afectar a las familias. Ello tiene una indudable implicación social y sobre el entorno en las que estas compañías operan.

Helvetia Seguros participa desde los inicios en el grupo de trabajo de ICEA. ¿Cómo valora la actividad de Responsabilidad Corporativa de esta compañía?
El hecho de que forme parte desde sus inicios de este grupo de trabajo evidencia una clara sensibilidad de Helvetia Seguros hacia la RSC. En esta materia, no hay duda de que se trata de una compañía muy activa, con un recorrido de transparencia en la comunicación de sus balances de actividad y de su impacto social y medioambiental que queda reflejado en sus sucesivas memorias. Además de eso, es una compañía en la que el compromiso de la RSC pende directamente de la alta dirección, está integrado en las competencias directivas. Es algo que se considera básico, y que habla bien de la importancia que Helvetia Seguros concede a esta línea de acción.

¿En qué medida considera que evolucionará la implantación de políticas de RSC en el sector?
Lo importante para garantizar esta evolución es que la Responsabilidad Social Corporativa esté unida al negocio y al propio diseño de los productos y servicios, más allá de acciones de carácter voluntario o apoyos puntuales a colectivos. Que esté imbricada en el propio modelo de negocio. Esto es más sencillo en el caso de las aseguradoras, ya que la dimensión social tiene mucho que ver con su actividad.

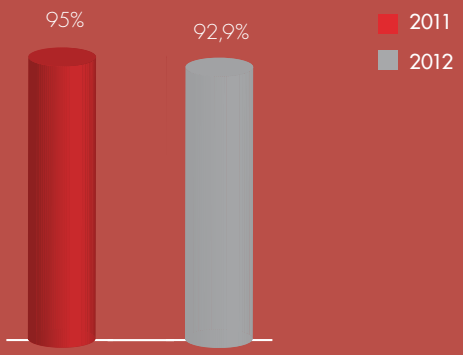
Una objeción recurrente a la implementación de políticas de RSC por parte de las empresas es que no perciben el retorno de inversión que esta actividad tiene sobre su negocio. ¿Qué cabe objetar a este planteamiento?
Desde luego, no cabe pensar en un retorno cortoplacista. Esta actividad forma parte de un intangible, que tiene que ver con la mejora de la reputación y la diferenciación. Ese intangible cada vez será más relevante en las empresas, debido al cambio de actitud que se está produciendo por parte de los consumidores. Los consumidores son cada vez más sensibles hacia la actividad de las empresas: buscan y reconocen a las empresas responsables, que obran con transparencia y que están implicadas con el medioambiente. No olvidemos además que el desarrollo de la actividad social puede constituir una oportunidad de negocio, al acceder y prestar asistencia a colectivos que antes no se contemplaban.

Balance económico 2012 de Helvetia Seguros

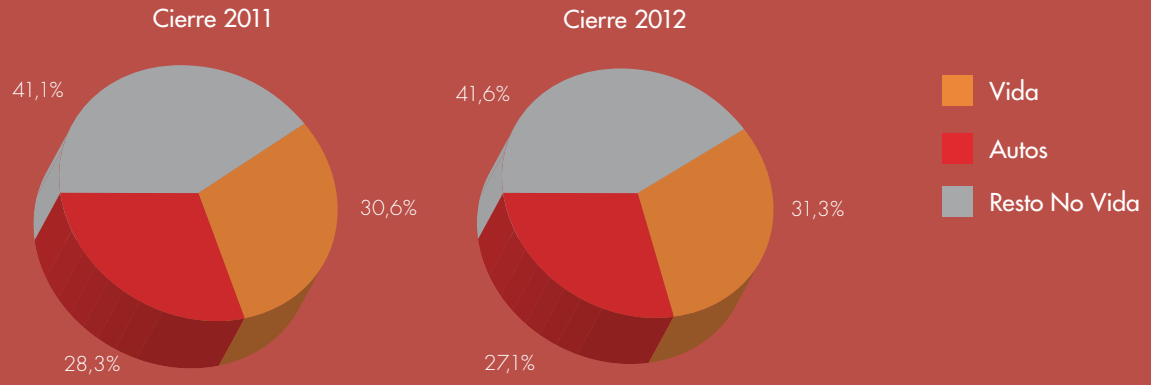
Primas totales por ramos (en millones de euros)

	2011	2012	+/- (%)
Autos	94,2	87,0	-7,6
Patrimoniales	102,9	105,1	2,1
Personales	19,8	16,1	-18,9
Transportes	11,9	10,7	-10,5
Responsabilidad Civil	12,3	10,5	-14,5
Total primas No Vida	**241,1**	**229,4**	**-4,8**
Total Vida Ahorro	56,6	53,5	-5,4
Total Unit- Linked	14,4	16,8	17,3
Total Vida Riesgo	49,6	50,9	2,5
Total primas Vida	**106,2**	**104,4**	**-1,7**
TOTAL	**347,3**	**333,8**	**-3,9**

Ratio combinado neto No-Vida



Composición de la cartera



En 2012, Helvetia Seguros obtuvo un beneficio neto de 17,2 millones de euros. Así lo comunicó el director general de la entidad, José María Paagman, durante una comparecencia ante los medios de comunicación celebrada el pasado 13 de marzo, en la que calificó los resultados como "satisfactorios y dentro de los planes trazados por la compañía, teniendo en cuenta la difícil situación económica que atraviesa España, habiendo registrado una sensible mejoría interanual tanto del ratio combinado como de los ingresos financieros".

El primer ejecutivo de la firma en España considera que "estos positivos resultados, fruto de la labor llevada a cabo de acuerdo con los objetivos de la Estrategia Helvetia 2015+, nos continúan situando en una posición más consolidada y favorable para seguir afrontando los cada vez más exigentes retos del mercado. En esa dirección, queremos que Helvetia 2015+ suponga un impulso añadido para nuestro crecimiento en primas y para la constante optimización de nuestro modelo de negocio en los próximos años".

El buen resultado de 2012 tiene aún más importancia si se tiene en cuenta que Helvetia España ha sido la tercera unidad de negocio en aportación de beneficios al Grupo Helvetia, sólo precedida por Suiza y Alemania.

Estos resultados se han fundamentado, a pesar del retroceso en el volumen de primas, muy condicionado por la situación económica de España, en una evolución muy satisfactoria de los elementos que constituyen la base de la solvencia del negocio: un ratio combinado y una tasa de siniestralidad de No Vida en línea con el mercado y sensiblemente inferiores a los de 2011; una mejora importante de los resultados financieros, apoyada en la estabilización de los mercados; y una optimización de la productividad y de los recursos, basada en una constante actualización de los procesos operativos.

Por lo que se refiere a la evolución de las primas, que han alcanzado un volumen total de 333,9 millones de euros, el año 2012 ha supuesto un decrecimiento del -3,9%, en línea con la clara desaceleración que se ha producido en el sector, principalmente por la crisis empresarial, el descenso del consumo y la caída generalizada de la prima media. En el negocio de Vida se ha producido un decrecimiento del -1,7%, lo que supone un dato ligeramente mejor que el de las estimaciones del sector. Ha destacado, especialmente, el crecimiento de Asistencia Familiar (19,4%) y, en general, el del conjunto de Vida Riesgo (2,5%). En el bloque de negocio No Vida, como ha ocurrido en el sector, se ha registrado un decrecimiento del -4,8%, principalmente por la recurrente negativa evolución económica del sector de Empresas y Transportes y el nuevo descenso en la facturación de Autos (-7,7%) como consecuencia de la fuerte competencia que sigue presionando a la baja el nivel de su prima media. El conjunto de los Multirriesgos de Particulares ha registrado un crecimiento del 0,6%, cercano al de 2011, destacando el aumento de un 4,5% en Multirriesgo Comunidades y de un 1,7% en Multirriesgo Hogar.

En lo que respecta a la composición de la cartera de primas, al finalizar 2012 se ha desglosado entre Autos (27,1%), Diversos (41,6%) y Vida (31,3%), que ha aumentado en un 0,7% su peso, situándose muy cerca del objetivo estratégico que lo fija en un tercio de la cartera total.

El ratio combinado neto (92,9%) ha mejorado, un año más, de forma muy importante (-2,1 puntos), situándose en línea con los mejores registros del mercado. Este dato se ha conseguido, especialmente, por el descenso (-2,1 puntos) de la tasa de siniestralidad neta de No Vida (67,9%), lo que la coloca entre las más favorables del sector. Los gastos conjuntos de administración y adquisición se han mantenido exactamente en el nivel de 2011 (25,0%), como consecuencia de la rigurosa aplicación de los objetivos planificados en la implantación de la Estrategia Helvetia 2015+, que ha supuesto una disminución de -0,5 puntos de los correspondientes a administración.

Por lo que se refiere a los resultados financieros, han aportado unos ingresos netos de 24,2 millones de euros, lo que supone un aumento de 6,6 millones de euros respecto a los registrados en 2011, como consecuencia, principalmente, de la mejor evolución de los mercados.

Como resultado de estas cifras, Helvetia Seguros ha alcanzado un excelente ratio (10,4%) de beneficios sobre fondos propios (ROE), que vuelve a situarse dentro de los objetivos de su Plan Estratégico y en línea con los más destacados del mercado español.

Finalmente, Helvetia Seguros ha situado en 2012 su margen de Solvencia I (216,7% sobre el mínimo legal) en línea con la media del sector.

[El volumen total de primas se situó en 333,8 millones de euros, con un crecimiento del 2,5% en Vida Riesgo]

> El Grupo Helvetia ha aumentado su beneficio en un 18,0%, hasta los 342,2 millones de francos suizos, manteniendo un volumen de negocio similar al de 2011, en el entorno de los 7.000 millones de francos suizos

Estrategia Helvetia 2015+

Durante la comparecencia ante los medios, José María Paagman explicó con detalle la profunda revisión que se ha realizado, en su segundo año de vigencia, de la Estrategia Helvetia 2015+ en España, así como las principales medidas que se han puesto en marcha para alcanzar los objetivos de la misma.

El proceso de revisión de dicha Estrategia se realiza anualmente en todas las unidades del Grupo Helvetia, pero en 2012 se produjo de una forma especialmente profunda, debido al difícil entorno económico de la Zona Euro y de España.

Tras la revisión de 2012, las tres grandes metas estratégicas que Helvetia Seguros se propone siguen siendo las mismas, centrándose en conseguir: una gradual expansión de la posición en el mercado (crecimiento+), un aumento sostenible de la rentabilidad (rentabilidad+) y un incremento de valor para el cliente acorde con sus expectativas (lealtad del cliente+).

Para conseguir esos objetivos, Helvetia Seguros sigue considerando adecuadas sus actuales líneas de negocio y las medidas estratégicas aprobadas e implantadas en 2011. No obstante, la compañía ha decidido impulsar especialmente algunas de ellas y actualizar otras.

Resultados del Grupo Helvetia

Helvetia registró en 2012 un sólido desarrollo empresarial: el resultado anual aumentó en un 18,0%, hasta 342,2 millones de francos suizos. El volumen de negocio, de 6.978,5 millones, se mantuvo en un nivel similar al del año anterior. El negocio de No Vida se mantuvo fuerte, con una mejora del ratio combinado, que se situó en el 93,5%, mientras que el negocio de Vida generó, a pesar de los bajos tipos de interés, un margen que sigue siendo estable entre el rendimiento actual y el interés medio garantizado. El mercado nacional suizo, con un resultado de 237,5 millones de francos suizos, siguió siendo la principal fuente de beneficios del grupo, si bien, las unidades en el extranjero mejoraron claramente de forma conjunta sus resultados con respecto al año anterior.

Buen rendimiento de las inversiones

Tanto el resultado de las inversiones, con 1.177,8 millones de CHF (+34,1%), como el rendimiento de las mismas, con un 5,5% (2011: 3,6%), estuvieron claramente por encima del año anterior. La estrategia de inversión, de eficacia probada desde hace años y orientada hacia la máxima calidad, amplia diversificación y selectiva planificación, dieron sus frutos una vez más.

> Helvetia Seguros registró un ratio combinado neto de No Vida del 92,9%, mejor en 2,1 puntos que el de 2011

Solidez financiera y altos dividendos

Gracias a la buena evolución de los ingresos de las inversiones, aumentó el valor de las reservas y, con ello, también la posición del capital propio. Con un capital propio de 4.100 millones de francos suizos y una Solvencia I del 229%, el balance de Helvetia siguió arrojando unas cifras muy sólidas. Dada la solidez del balance y la satisfactoria evolución del negocio, se propondrá a la junta general de accionistas un dividendo de 17,00 CHF por acción, lo que supone un incremento del 6,25% respecto al de 2011.

Las adquisiciones realizadas refuerzan la posición en el mercado

Helvetia aprovechó esta solidez financiera para avanzar por su senda de crecimiento en Europa. Así, con las nuevas adquisiciones, se pudo completar el desarrollo orgánico del ejercicio en tres mercados nacionales. El crecimiento y los beneficios serán íntegramente positivos en estos mercados por primera vez en 2013. Helvetia consiguió una sólida segunda posición en el mercado de los seguros de Transportes en Francia, gracias a la adquisición de la cartera de Groupama. El convenio de distribución existente con el Banco di Desio en Italia se prolongó durante otros diez años y se amplió al sector de No Vida. De esta forma, Helvetia aumentó su participación en Chiara Vita del 70% al 100%, y se hizo con una participación mayoritaria del 51% en Chiara Assicurazioni. En Suiza, la adquisición de SEV Versicherungen Genossenschaft reforzó el sector de seguros individuales de Vida y abrió además el camino a un nuevo segmento de clientes.

"El resultado del año 2012 muestra que hemos sabido hacer frente a los complejos desafíos de la situación del mercado. Las adquisiciones ponen de relieve nuestra senda de crecimiento y nuestra convicción de que es posible operar de manera rentable a largo plazo en los mercados existentes", ha manifestado Stefan Loacker, director general del grupo.

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

helvetia