

Nota de prensa

Sevilla, 8 de abril de 2021

Helvetia Seguros consigue en 2020 un beneficio neto superior a los 27 millones de euros, registrando un crecimiento en primas del 0,5% y del 1,7% en No Vida. Con la nueva estrategia, la aseguradora quiere ser la mejor aliada para la seguridad financiera de sus clientes

Helvetia Seguros cerró 2020 con un sólido desarrollo de su negocio. El beneficio neto se situó en 27,1 millones de euros, ligeramente inferior al de 2019. El volumen total de primas alcanzó 452,2 millones de euros, registrando un crecimiento del 0,5% respecto al ejercicio anterior y superando ampliamente al estimado por el sector.

En 2020, Helvetia Seguros alcanzó un volumen total de negocio de 452,2 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 0,5% respecto al registrado en el ejercicio anterior, superando ampliamente las estimaciones sectoriales. En No Vida registró un incremento del 1,7% hasta facturar 320,9 millones de euros, un resultado también muy superior a las previsiones del sector. En Vida se registró un decrecimiento del -2,3%, alcanzando un volumen de primas de 131,3 millones de euros, lo que igualmente ha estado muy por encima de lo registrado por el conjunto del mercado, que se ha situado en un decrecimiento del entorno del 20%. Además, la entidad consiguió un beneficio neto de 27,1 millones de euros, que es ligeramente inferior al registrado en 2019 pero que se sitúa en línea con la planificación estratégica, gracias al buen resultado técnico subyacente que ha compensado el impacto negativo de la pandemia en las inversiones financieras.

Así lo ha explicado el director general de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, en una conferencia de prensa virtual celebrada hoy en Sevilla. El primer ejecutivo de la entidad ha valorado "estos resultados como satisfactorios, ya que confirman el positivo desarrollo de los objetivos estratégicos de la compañía, especialmente en lo relativo al crecimiento de la facturación en No Vida, que casi duplica al registrado por el conjunto del mercado, a pesar del dramático cambio de escenario que sufrieron la economía mundial y la española en 2020". Según Soto, "mantener, a pesar de un leve descenso, nuestro ya excelente volumen de beneficio y aumentar nuestra facturación total muy por encima de lo conseguido por el sector son noticias positivas para nuestros clientes, mediadores, empleados y accionistas, y suponen el mejor fundamento para iniciar el desarrollo de la estrategia *helvetia 20.25* con solidez y con garantías para conseguir

los objetivos fijados en este nuevo plan, de la misma forma que se han conseguido los que nos propusimos hace cinco años en la estrategia anterior".

Estos buenos resultados se han basado en una evolución positiva de casi todos los elementos que constituyen la base del negocio: un crecimiento diversificado y rentable de la facturación de primas, especialmente en No Vida; un ratio combinado y una tasa de siniestralidad neta de No Vida en línea con el mercado; y una gestión de costes adecuada para el impulso comercial requerido por el plan estratégico *helvetia 20.20*.

Por lo que se refiere a la evolución de las **primas**, que ha alcanzado un **volumen total de 452,2** millones de euros, el año 2020 ha registrado un crecimiento del **0,5%**, superando en más de ocho puntos al estimado para el sector.

En lo que respecta a la **composición de la cartera** de primas, al finalizar 2020 se ha distribuido entre Autos (28,4%), Diversos (42,6%) y Vida (29,0%), lo que refleja, de nuevo, una satisfactoria estabilidad respecto a la registrada en 2019 y una plena alineación con los objetivos estratégicos de la compañía.

En el bloque de **No Vida** se ha registrado un incremento del **1,7%**, mejorando en más de medio punto el esperado por el sector, a pesar de que algunos ramos se han visto muy afectados por la crisis generada por la pandemia y por la cancelación de algunas operaciones importantes de seguros colectivos: Autos (-0,1%), Patrimoniales (5,1%), Personales (-15,7%), Transportes (14,1%), R. Civil (-6,6%).

El ratio combinado neto de No Vida (94,9%) ha mejorado, un año más, en 0,6 puntos respecto a 2019, como consecuencia, especialmente, de un descenso de 0,6 puntos en la tasa de **siniestralidad neta de No Vida (69,6%)**. En lo relativo a los **gastos conjuntos de administración y adquisición (25,3%)**, se han mantenido sin variación respecto a 2019, aun cuando se ha dado un especial impulso a la digitalización y a las inversiones tecnológicas que hubo que acometer por la pandemia, para seguir garantizando un servicio óptimo a los clientes y mediadores.

En el negocio de **Vida** se ha producido un decrecimiento del **-2,3%**, lo que supone situarse dieciocho puntos por encima del dato previsto por el sector. Este resultado se ha basado, principalmente, en la positiva evolución de los productos de Vida Riesgo (5,9%) y particularmente en el excelente desarrollo de Asistencia Familiar (6,2%), producto en el que se han alcanzado ya más de 62 millones de euros de facturación y 255.000 pólizas, situándose su crecimiento muy por encima del estimado por el sector.

Como resultado de estas cifras, Helvetia Seguros ha alcanzado un excelente ratio (**11,4%**) de Rentabilidad sobre Fondos Propios (**ROE**), ligeramente inferior al registrado en 2019 (12,4%), pero que vuelve a situarse dentro de sus objetivos estratégicos y en línea con los más destacados del mercado español.

Finalización de la estrategia *helvetia* 20.20

En 2020 ha finalizado el plan estratégico anterior que, como se puede observar en el cuadro resumen que se describe seguidamente, ha contribuido de forma decisiva a crear valor para la compañía y sus diferentes grupos de interés, de acuerdo con sus objetivos iniciales.

	Objetivo	Conseguido en 31/12/2020	Status
Volumen de negocio	EUR 450 mill (ambición)	EUR 452 mill	✓
No-Vida	RC Neto < 95,5%	RC Neto: 94,9%	✓
Vida	NBM > 1%	NBM: 9,3%	✓
Rentabilidad (RoE)	9 – 11 %	RoE: 11,4%	✓
Beneficio (5 years)	> 135 millones	EUR 141 millones (2016-2020 acumulado)	✓
Ratio de solvencia	> 150%	185,3% (SCR 2020 bajo Solvencia II)	✓

En conclusión, se puede destacar que, en los últimos cinco años, Helvetia Seguros ha creado:

- más valor para los clientes y mediadores, desarrollando soluciones de seguros más simples y personalizadas, y ofreciendo productos de ahorro e inversión con un alto grado de especialización y adaptación a cada perfil.
- más valor para los empleados, mostrándose como una empresa atractiva para trabajar en ella y orientada al futuro, con una clara orientación de entidad socialmente responsable.
- más valor para los accionistas, aumentando la capacidad de generar beneficio, mediante un importante crecimiento orgánico, desarrollando nuevos acuerdos comerciales y optimizando la estructura y los costes del modelo de negocio.
- mayor reconocimiento, cuantitativo y cualitativo, de la marca Helvetia.

Nueva estrategia *helvetia* 20.25

El nuevo plan estratégico del Grupo Helvetia tiene como principios generales los siguientes:

- Propósito: *La vida está llena de riesgos y oportunidades. Helvetia está ahí cuando realmente importa.*
- Visión: *Helvetia quiere ser la mejor aliada de sus clientes, garantizando su seguridad financiera y ofreciéndoles una adecuada y cómoda accesibilidad.*

Estos dos pilares corporativos se articulan en las siguientes cuatro prioridades estratégicas, cuyo contenido se desarrollará por Helvetia Seguros en los próximos cinco años. Estas prioridades,

basadas en una cultura innovadora que abarca el conjunto de actividades de la compañía, tienen en cuenta siempre a sus clientes y mantienen los objetivos de la rentabilidad y el crecimiento por encima de la media del mercado:

- **Comodidad para el cliente:**
 - Mayor conocimiento del cliente: oferta personalizada, acompañamiento y fidelización.
 - Multicanalidad y uso de las nuevas tecnologías para ofrecer procesos y servicios más sencillos y ágiles.
 - Gestión de siniestros: agilidad, calidad, satisfacción del cliente y reducción de costes.
- **Oferta completa:**
 - Productos más sencillos.
 - Oferta atractiva en productos de Comercio y Pymes para corredores y agentes.
 - Potenciar el ámbito de Pensiones y Vida Riesgo.
- **Crecimiento rentable:**
 - Rentable y profesionalizada red de agentes y corredores.
 - Potenciación del negocio de Decesos: innovación, estructura comercial y mejora del servicio.
 - Eficiencia y productividad: costes administrativos, costes de siniestros, e inversiones rentables.
- **Nuevas oportunidades:**
 - Potenciar el negocio *online*.
 - Nuevos modelos de distribución y de negocio.
 - Ecosistema funerario.

Para conseguir una exitosa implementación de la estrategia *helvetia 20.25*, será necesario, a su vez, contar con tres pilares fundamentales, a cuyo desarrollo y optimización la compañía dedicará sus mayores y mejores recursos:

- **Personas.** Desarrollo profesional de los empleados. Alineación de la gestión del talento y la sucesión con los objetivos estratégicos. Entendimiento de liderazgo compartido y común en todo el grupo.
- **Partners.** Transformación digital. Compatibilidad con los partners, uso específico de los datos (*pricing*/suscripción). Enfoque informático coherente para todo el grupo (seguridad, eficiencia de costes, interfaz cliente/socio, futuros modelos de negocio).
- **Eficiencia.** Optimización del rendimiento y control financiero de los resultados. Excelencia técnica, utilizando las competencias de todo el grupo. Altas competencias en materia de *pricing* y gestión de carteras, refuerzo de la gestión de activos

El Grupo Helvetia se ha beneficiado en 2020 de la adquisición de Caser en España y se posiciona como el mejor aliado para la seguridad financiera de sus clientes con la nueva estrategia

En el siguiente cuadro se detallan los principales indicadores de cierre del ejercicio 2020 del grupo, que fueron publicados y explicados ampliamente en la nota de prensa y en las diferentes presentaciones a los medios del pasado 25 de marzo.

Indicadores más importantes del ejercicio 2020

Beneficio NIIF después de impuestos:	CHF	281,7 millones	2019: 538,1 millones
Volumen de negocio	CHF	9.713,6 millones	2019: 9.454,1; +5,6 por ciento en moneda original
Ratio SST (a 30 de junio de 2019):		>180 por ciento	
Ratio combinado (neto):		94,0 por ciento	2019: 92,3 por ciento
Fondos propios (sin títulos preferentes):	CHF	5.834,1 millones	2018: 5.097,1 millones
Distribución de dividendo propuesta:	CHF	5,00 por acción	2019: 5,00 por acción

Philipp Gmür, CEO del Grupo Helvetia, ha manifestado que "Con nuestra nueva estrategia *helvetia 20.25*, potenciaremos nuestras fortalezas y desarrollaremos con energía Helvetia para llegar a ser un proveedor europeo de referencia en servicios financieros de seguros y pensiones. Los objetivos financieros para 2025 subrayan nuestra ambición respecto a la calidad de nuestros resultados y del crecimiento, así como en términos de eficiencia operativa, capitalización y capacidad para generar dividendos".

Para más información pueden contactar con:

Helvetia Seguros

Francisco Javier García García

Director de Marketing, Comunicación y Responsabilidad Corporativa

Teléfono: 954 593 235

javier.garcia@helvetia.es

www.helvetia.es

Sobre el Grupo Helvetia

Desde hace 160 años, el Grupo Helvetia ha ido creciendo formado por varias aseguradoras de Suiza y de otros países, convirtiéndose en un grupo asegurador internacional de éxito. En la actualidad, Helvetia es uno de los líderes en todas las líneas de seguros en su mercado doméstico, Suiza. Con su presencia en Alemania, Italia, Austria y España, que forman el área de mercado Europa, el grupo tiene un segundo pilar importante. A través de su área de mercado Specialty Markets, Helvetia está también presente en Francia y en determinadas regiones del mundo. También realiza parte de sus actividades inversoras y financieras mediante filiales y sociedades de fondos de inversión en Luxemburgo. La sede central del Grupo Helvetia está situada en la ciudad suiza de St. Gallen.

Helvetia ofrece pólizas de Vida y No Vida, y también ofertas personalizadas specialty lines y coberturas de reaseguro. Su actividad de negocio se centra tanto en clientes particulares y pequeñas y medianas empresas como en grandes corporaciones. Con alrededor de 11.600 empleados, presta sus servicios a más de 7 millones de clientes. Con un volumen de negocio de 9.714 millones de francos suizos, Helvetia generó un resultado IFRS después de impuestos de 281,7 millones de francos suizos en el ejercicio 2020. Las acciones nominales de Helvetia Holding cotizan en la bolsa suiza SIX Swiss Exchange con la abreviatura HELN.