

Nota de prensa

Sevilla, 31 de marzo de 2022

Helvetia Seguros incrementó en 2021 su beneficio neto en un 5,1%, hasta alcanzar 28,5 millones de euros, registrando un crecimiento en su volumen de negocio del 5,8%, que se sitúa en cerca de 480 millones de euros. El lanzamiento de la estrategia *helvetia 20.25* ha dado ya sus primeros frutos.

Helvetia Seguros cerró 2021 con un excelente desarrollo de su negocio. El beneficio neto se situó en 28,5 millones de euros, superando en 1,4 millones al de 2020. El volumen total de primas y de aportaciones a los PPI alcanzó 479,9 millones de euros, registrando un crecimiento del 5,8% respecto al ejercicio anterior y superando, un año más, al estimado por el sector.

En 2021, Helvetia Seguros alcanzó un volumen total de negocio de 479,9 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 5,8% respecto al registrado en el ejercicio anterior, superando las estimaciones sectoriales. En No Vida registró un incremento del 3,1% hasta facturar 330,7 millones de euros, un resultado similar a las previsiones del sector. En Vida y PPI se registró un crecimiento del 12,2%, alcanzando un volumen conjunto de 149,2 millones de euros, lo que ha estado por encima de lo registrado por el conjunto del mercado. Además, la entidad consiguió un beneficio neto de 28,5 millones de euros, que es un 5,1% superior al registrado en 2020 y en línea con la planificación estratégica, gracias al buen comportamiento de las inversiones y la optimización de los gastos de administración, junto a un buen resultado técnico subyacente, ya en niveles anteriores a la pandemia.

Así lo ha explicado el CEO de Helvetia Seguros, Íñigo Soto, en una conferencia de prensa celebrada hoy en Madrid, la primera que se ha desarrollado con carácter presencial desde 2019. El primer ejecutivo de la entidad ha valorado "estos resultados como muy satisfactorios, ya que consolidan el positivo desarrollo de los objetivos estratégicos de la compañía, recuperando el ritmo de crecimiento del negocio anterior a la pandemia, tanto en No Vida como en Vida, y mejorando el resultado final de 2020 a pesar del aumento generalizado de la siniestralidad que se ha dado en el pasado ejercicio". Según Soto, "incrementar nuestro ya excelente volumen de beneficio y aumentar nuestra facturación total por encima de lo conseguido por el sector son noticias muy positivas para nuestros clientes, mediadores, empleados y accionistas, y suponen el mejor aval para continuar con solidez y garantías el desarrollo de la estrategia *helvetia 20.25*, lanzada en 2021".

Estos excelentes resultados se han conseguido gracias a una evolución positiva de los principales elementos que constituyen la base del negocio: un crecimiento diversificado y rentable de la facturación de primas, tanto en No Vida como en Vida; un ratio combinado y una tasa de siniestralidad neta de No Vida en línea con el mercado; y una eficiente gestión de costes, adecuada para el impulso comercial requerido por el plan estratégico *helvetia 20.25*.

Por lo que se refiere a la evolución de las **primas y aportaciones a PPI**, que han alcanzado un **volumen total** de **479,9** millones de euros, el año 2021 ha registrado un crecimiento del **5,8%**, superando al estimado para el sector.

En lo que respecta a la **composición de la cartera** de primas, al finalizar 2021 se ha distribuido entre Autos (27,5%), Diversos (43,3%) y Vida (29,2%), lo que refleja, de nuevo, una plena alineación con los objetivos estratégicos de la compañía.

En el bloque de **No Vida** se ha registrado un incremento del **3,1%**, mejorando en casi un punto y medio el alcanzado el año anterior y en un nivel similar al esperado por el sector, a pesar de que algún ramo se está viendo muy afectado por la crisis generada por la pandemia: Autos (0,0%), Patrimoniales (3,9%), Personales (12,6%), Transportes (9,7%), R. Civil (4,1%).

El ratio combinado neto de No Vida (96,4%) ha empeorado en 1,5 puntos respecto a 2020, como consecuencia, especialmente, de un aumento de 1,8 puntos en la tasa de **siniestralidad neta de No Vida (71,4%)**, muy condicionada por los extraordinarios fenómenos atmosféricos y por la vuelta a la actividad post-pandemia de muchos sectores económicos. En lo relativo a los **gastos conjuntos de administración y adquisición (24,9%)**, se han reducido en 0,4 puntos respecto a 2020, gracias principalmente a la optimización de los costes de administración.

En el negocio de **Vida y aportaciones a PPI** se ha producido un excelente crecimiento conjunto del **12,2%**. Este resultado se ha basado en la positiva evolución de los productos de Vida Riesgo (4,8%); en el excelente desarrollo de Asistencia Familiar (8,1%), producto en el que se han alcanzado ya más de 67 millones de euros de facturación; en el buen comportamiento de los Unit-Linked (15,8%); y, particularmente, en los 13,1 millones de euros de aportaciones a PPI.

Como resultado de estas cifras, Helvetia Seguros ha alcanzado un excelente ratio **(16,2%)** de Rentabilidad sobre Fondos Propios **(ROE)**, superior al registrado en 2020 (16,0%), que vuelve a situarse en línea con los más destacados del mercado español y del propio Grupo Helvetia.

Estrategia *helvetia 20.25*

El plan estratégico del Grupo Helvetia lanzado hace un año 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 está desarrollando por Helvetia Seguros a través de diez medidas estratégicas, gracias a las cuales se han conseguido ya algunos hitos significativos durante 2021:

- **Comodidad para el cliente:**
 - Nuevos Servicio de Atención al Cliente.
 - Mayor autonomía de los Centros de Apoyo a la Venta y de los mediadores.
 - Numerosas mejoras de procedimientos y de información en B2B.
 - Desarrollo de *Customer Analytics* – Data Lake. Oficina del Dato.
- **Oferta completa:**
 - Nueva gama de productos de Hogar.
 - Nuevas soluciones para Planes de Pensiones.
 - Mayor especialización de la red comercial en el negocio de Empresas.
- **Crecimiento rentable:**
 - Incremento de la digitalización y especialización del canal de agentes.
 - Crecimiento del canal de corredores.
 - Crecimiento de Decesos. Cobertura de mascotas.
 - Gestión eficiente de las inversiones.
- **Nuevas oportunidades:**
 - *Onboarding* digital.
 - Nuevos acuerdos con grandes cuentas.

Para conseguir una exitosa implantación de la estrategia *helvetia 20.25*, la compañía está profundizando, a todos los niveles, en caracterizarse por la denominada "*helvetia way*", que se basa en los valores corporativos de la confianza, el dinamismo y el entusiasmo, para trabajar con los principios de:

- Liderazgo compartido
- Organización ágil y fiable
- Colaboración y progreso conjunto.

El Grupo Helvetia ha incrementado en 2021 su volumen de negocio, su beneficio y el dividendo para sus accionistas. La marca "Smile" se extiende a Europa

En el siguiente cuadro se detallan los principales indicadores de cierre del ejercicio 2021 del grupo, que fueron publicados y explicados ampliamente en la nota de prensa y en las diferentes presentaciones a los medios del pasado 24 de marzo.

Indicadores más importantes del ejercicio 2021

Beneficio NIIF después de impuestos:	CHF	519,8 millones	2020: 281,7 millones; +84,5%
--------------------------------------	-----	----------------	---------------------------------

Volumen de negocio	CHF	11.222,2 millones	2020: 9.713,6; +15,5%
Ratio SST (estimado a 01/01/2022):		>240%	
Ratio combinado (neto):		94,8 por ciento	2020: 94,0 por ciento
Distribución de dividendo propuesta:	CHF	5,50 por acción	2020: 5,00 por acción

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

El Grupo Helvetia, con sede social en St. Gallen, ha ido creciendo desde 1858 hasta llegar a convertirse en un exitoso grupo asegurador con alrededor de 12.000 empleados y más de 7 millones de clientes. Ello ha hecho posible para sus clientes aprovechar las oportunidades y minimizar sus riesgos durante todo ese tiempo; Helvetia está ahí cuando realmente importa. Helvetia es el mejor socio y está presente allí donde surge la necesidad de protección, con productos de seguros, pensiones y soluciones financieras con un simple contacto así como con productos y procesos sencillos. El grupo conoce el negocio, desde los seguros de teléfonos móviles y la cobertura del Gotthard Base Tunnel hasta las inversiones a largo plazo de los activos de los clientes. Helvetia desarrolla y abre nuevos modelos de negocio con entusiasmo e impulsa su propio negocio de forma firme y orientada al futuro. El grupo actúa con previsión y responsabilidad en todo y lo hace en beneficio de sus accionistas, clientes y empleados, así como de sus otros grupos de interés, la sociedad y el medioambiente.

Helvetia es líder asegurador generalista en Suiza. En el segmento Europa, comprendiendo Alemania, Italia, Austria y España, la compañía se ha asentado firmemente para generar un crecimiento superior a la media del mercado. En el segmento de Mercados Especializados, Helvetia ofrece productos de seguros personalizados y coberturas de reaseguro en todo el mundo. Con un volumen de negocio de 11.222 millones de francos suizos, Helvetia generó un resultado IFRS después de impuestos de 519,8 millones de francos suizos en el ejercicio 2021. Las acciones nominales de Helvetia Holding AG cotizan en la bolsa suiza SIX Swiss Exchange.