

Comunicado de Prensa

Helvetia Seguros alcanza un beneficio neto de 17,2 millones de euros en 2012 y consolida su posición en el mercado

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

-La entidad registró un ratio combinado neto de No Vida del 92,9%, inferior en 2,1 puntos al de 2011

-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

Miércoles, 13 de marzo de 2013.

En 2012, Helvetia Seguros obtuvo un beneficio neto de **17,2** millones de euros. Así lo ha comunicado hoy el director general de la entidad, José María Paagman, durante una comparecencia ante los medios de comunicación celebrada en Madrid, en la que ha calificado 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 (10,2%) 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.

Estrategia Helvetia 2015+

Durante la comparecencia ante los medios, José María Paagman ha explicado 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, de acuerdo con los siguientes principios:

- Seguir proporcionando una alta rentabilidad al grupo, mejorando la eficiencia e incrementando la lealtad de (y hacia) los clientes.
- Incrementar el conocimiento de la marca "suiza", como elemento básico de confianza y solvencia para sus clientes actuales y potenciales.
- Continuar apostando por los mediadores como su canal principal de distribución, acelerando la presencia de la entidad en otros canales, tanto para captar nuevas ventas como para facilitar la accesibilidad a los clientes.
- Seguir reduciendo los costes, mejorando la eficiencia y simplificando estructuras y procesos, así como optimizando los gastos de adquisición.
- Mantener, íntegramente, la comercialización de la actual oferta de productos y servicios.

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.

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.

El Grupo Helvetia

Desde hace más de 150 años, el Grupo Helvetia ha ido creciendo formado por varias aseguradoras de Suiza y de otros países, convirtiéndose en un grupo empresarial de éxito con presencia en toda Europa. En la actualidad, Helvetia posee sucursales en Suiza, Alemania, Austria, España, Italia y Francia y organiza parte de sus actividades inversoras y financieras mediante filiales y sociedades de fondos de inversión de Luxemburgo y de Jersey. El Grupo Helvetia tiene su sede en St. Gallen (Suiza). Opera en el sector de los seguros de Vida y No Vida y en el de reaseguros, y sus cerca de 5.200 empleados prestan sus servicios a más de 2,7 millones de clientes. Con un volumen de negocio de 7,0 millones de francos suizos, Helvetia obtuvo un beneficio neto de 342,2 millones de francos suizos en el ejercicio 2012. Las acciones nominales del *holding* Helvetia cotizan en la bolsa suiza SIX Swiss Exchange con la abreviatura HELN.

Persona de contacto:

Francisco Javier García García
Director de Marketing y Comunicación
Telf. 954 593 235
Email: javier.garcia@helvetia.es