

Nota de prensa

Madrid, 07 de abril de 2021

Nationale-Nederlanden presenta resultados financieros junto a su nueva estrategia corporativa en España

- El resultado operativo antes de impuestos asciende a 32 millones de euros y la solvencia de la Compañía en el ramo de Vida se refuerza con respecto al año anterior hasta alcanzar una ratio del 242%.
- La estrategia corporativa 2021-2023 tiene la ambición de que Nationale-Nederlanden sea el referente en el mercado de protección español en experiencia de cliente.
- La Compañía quiere seguir creciendo en España confiando su estrategia al equipo de personas, la tecnología y el análisis de datos para evolucionar y ofrecer un servicio completo y personalizado basado en el modelo de “agente biónico” en el que su red comercial tendrá un papel clave.

Nationale-Nederlanden, Compañía del Grupo NN que ofrece soluciones de protección, ahorro e inversión a corto, medio y largo plazo a cerca de 850.000 clientes en España, **ha presentado** sus **resultados financieros** correspondientes al ejercicio **2020** junto a las líneas maestras de su **nueva estrategia corporativa 2021-2023**.

En un año que ha puesto de manifiesto lo importante que es estar protegido y ha elevado el nivel de conciencia de las personas ante esta necesidad, Nationale-Nederlanden ha querido establecer las pautas para su desarrollo en España en los próximos años y, en base al plan estratégico global del Grupo NN, **redefinir su propia estrategia** a través de su **ambición de convertirse en el referente dentro mercado de protección español en experiencia del cliente** con el **propósito** de “ayudar a las personas a cuidar de lo que más les importa”.

Buenos resultados en un contexto difícil

El **resultado operativo antes de impuestos** de Nationale-Nederlanden en 2020 han alcanzado la cifra de **32 millones de euros** en este ejercicio en comparación con los 39 millones de 2019. La crisis derivada de la pandemia del Covid-19 ha frenado el crecimiento que, durante seis años consecutivos, había conseguido la Compañía. La fuerte caída de los mercados en la primera parte del año, un escenario de tipos de interés extraordinariamente bajos durante todo el ejercicio, y los efectos colaterales de la pandemia sobre la economía, son las causas del descenso del 17,8% en este indicador con respecto al año anterior. Por su parte, el **retorno del capital**, aunque inferior al obtenido en 2019 como consecuencia de la caída en el propio resultado operativo, sigue manteniéndose en un nivel muy aceptable hasta alcanzar el **12,3%**. Además, el nivel de **solvencia** en el ramo de Vida, gracias a la gestión prudente de capital de la entidad, mejora un año más con un **crecimiento de casi 10 puntos** respecto al año anterior hasta situarse en el **242%** en 2020.

Un crecimiento que se mantiene en el **volumen de negocio de primas emitidas** ascendiendo a los **556 millones de euros** (incluyendo los ramos de Vida y Generales) y que demuestra que Nationale-Nederlanden ha resistido bien el impacto de un contexto difícil **creciendo un 2,3%** en comparación con el año anterior. El incremento del 2,1% que se ha conseguido en el ramo de Vida, contrasta con la fuerte caída experimentada en el resto del mercado mientras que el ramo de Generales mantiene, una vez más, un buen ritmo de crecimiento (3,8%).

Hablando de los **resultados** obtenidos por **canales de distribución**, tanto el canal de distribución de **Bancaseguros**, que ha crecido un **9,9%**, como el canal **Agencial**, con una subida del **4,7%**, han respondido con solidez a las dificultades y retos del mercado. A lo que se le suma que la Compañía ha superado, por primera vez, los **1 000 millones de euros en patrimonio de Planes de Pensiones** (1 043 millones a 31 de diciembre de 2020) con un aumento de los **activos bajo gestión del 6,2%** con relación al 2019. En este sentido, cabe destacar que la buena gestión de los fondos demostrada a lo largo del tiempo ha ayudado a consolidar la cartera y a captar nuevos partícipes. Algo reforzado por las altas calificaciones obtenidas en sus planes de pensiones en indicadores tan prestigiosos como el rating Morningstar o el ranking de Inverco.

“Los resultados financieros de Nationale-Nederlanden demuestran que, a pesar de lo difícil que ha sido 2020, protagonizado por la pandemia del Covid-19, hemos conseguido estar al lado de nuestros clientes desde el primer día, sin afectar de forma significativa nuestros resultados operativos y mejorando al mismo tiempo nuestro nivel de solvencia. A ello se suma el buen posicionamiento del Grupo NN, algo que nos permite tener una base sólida para seguir invirtiendo y creando valor a largo plazo en España”, ha señalado Julián Fernández, subdirector general y director financiero de la Compañía.

Para la Compañía, 2020 ha sido un año sin precedentes en el que la transformación digital iniciada en 2015 y la conversión en empresa Agile en 2019 han permitido seguir operando con flexibilidad y rápida adaptación para seguir cuidando y atendiendo a los clientes.

Nueva dirección centrada en la protección

Nationale-Nederlanden ha iniciado un nuevo rumbo que se apoyará en las **fortalezas** que la Compañía ha consolidado en los últimos años: la **omnicanalidad**, las sinergias entre sus canales de distribución, la calidad y valor profesional de su **red comercial**, así como una cartera de **productos innovadores**,

destacando productos de protección, vida, pensiones; las **alianzas** con socios estratégicos; una **cultura de empresa ágil e innovadora** y, por supuesto, el gran **equipo de personas** que forman Nationale-Nederlanden España y que, un año más vuelven a mostrar su compromiso con un dato de engagement del 8,5 (dos décimas por encima que el año anterior).

“Mi primera y principal misión como CEO de Nationale-Nederlanden ha sido la de trasladar la nueva estrategia que el Grupo NN, grupo asegurador y financiero al que pertenecemos, a nuestra propia estrategia local con la ambición de ser el referente en la experiencia de cliente dentro del mercado de protección español”, ha dicho Carlos González Perandones, CEO de Nationale-Nederlanden. *“2020 ha agitado nuestras vidas y nos ha hecho tomar conciencia de que estar protegido tiene ahora más importancia que nunca; Nationale-Nederlanden lleva haciéndolo más de 40 años en España y hemos marcado la diferencia en cuestiones como innovación, omnicanalidad y servicio al cliente. A partir de ahora, seguiremos apostando por las posibilidades que ofrece la tecnología para confiar nuestra estrategia a la combinación entre personas y datos con el único objetivo de ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes que, para nosotros, siguen siendo el centro de todo”,* ha concluido.

Así, la compañía marca y comunica oficialmente las principales líneas de su nueva estrategia corporativa en España para los próximos tres años. Una estrategia focalizada en nuestro país y avalada a nivel global por el Grupo NN, que inició su cambio de estrategia el pasado año.

Humanizar el ámbito digital y digitalizar el componente humano

La Compañía ha marcado **tres prioridades estratégicas** a desarrollar en los próximos años: ofrecer la mejor experiencia de cliente, evolucionar y optimizar la red comercial a través de la unión de tecnología y trato humano, y la oportunidad de afianzarse dentro del segmento de la Protección a través de un equilibrio óptimo entre ahorro y pensiones. En este sentido, la compañía ha vuelto a ser reconocida como la aseguradora de Vida más recomendada por sus clientes en 2020, según los últimos datos facilitados por GFK. El motivo principal para 9 de cada 10 clientes que recomiendan Nationale-Nederlanden es la atención y el servicio recibidos.

Unas prioridades estratégicas que confiarán su éxito a tres **palancas** protagonistas de la nueva estrategia y en las que la Compañía está dispuesta a invertir lo necesario con el objetivo de conseguir la evolución y crecimiento marcados: las **personas**, la **tecnología** y el **dato**.

En lo que se refiere a la experiencia de cliente, la compañía perseguirá una relación y servicio que se construirá a partir del análisis del dato y las posibilidades que la tecnología ofrece para **conocer más, y sobre todo mejor, al cliente**. Aspecto que beneficiará a todos los canales de distribución contribuyendo, a su vez, a la mejora de procesos y, en consecuencia, repercutirá de forma directa en la experiencia de cliente.

Un modelo denominado **Agente biónico** en el que la interacción digital con el cliente y la ayuda personal del agente se refuerzan mutuamente y que permite construir nuevas capacidades digitales y de datos con el fin de comprender mejor las necesidades de los clientes, ofrecerles soluciones personalizadas y establecer una relación duradera con ellos. Con esta unión de datos y tecnología, Nationale-Nederlanden persigue la humanización del ámbito digital y la digitalización del componente humano para sacar el mejor partido de ambos. Así, datos y tecnología completarán el valor humano retroalimentándose el uno al otro de modo que el servicio sea más completo.

Una Compañía responsable interna y externamente

En su compromiso como empresa responsable, **Nationale-Nederlanden promueve la inversión sostenible**, es decir, aquella que tiene en cuenta factores ambientales, sociales y de buen gobierno a la hora de identificar los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la rentabilidad de la inversión a largo plazo. De este modo, la Compañía ha anunciado que apuesta por este tipo de gestión junto a la inversión tradicional para aportar mayor valor a sus clientes. Así, los **productos de ahorro y jubilación de Nationale-Nederlanden están muy posicionados en relación con la sostenibilidad** y la Compañía cuenta con un importante referente en la materia como es el Grupo NN el cual ha demostrado sus grandes avances en este terreno, situándose como uno de los Grupos de referencia a nivel europeo.

Además, Nationale-Nederlanden se ha adaptado ya a la **nueva regulación SFDR**, en vigor desde el 10 de marzo, aportando un plus de transparencia, gracias a la creación de un etiquetado propio y estandarizado de sus productos dirigido a mostrar el grado de sostenibilidad de las inversiones y productos de la Compañía.

Una **responsabilidad** que desarrolla también internamente con su **apuesta por las personas**, el desarrollo del talento y el bienestar de los empleados, que le ha llevado a ser reconocida como **empresa Top Employer** por sexto año consecutivo y tercero en Europa, respectivamente, además de entrar en el ranking de las mejores empresas Top Employer, por primera vez, como reconocimiento a su experiencia de empleado. Una responsabilidad que une **personas y compromiso social** en factores imprescindibles como la **diversidad, la igualdad e inclusión** a través de su promesa de marca “Tú Importas” que se extiende a todas las personas que trabajan y colaboran con la organización. Un afianzamiento de la cultura inclusiva de la Compañía, que abandera la **igualdad de oportunidades y fomenta el talento con el fin de alcanzar la mejor versión de los equipos** con independencia de la raza, edad, capacidades, sexo, identidad de género, orientación sexual, etnia o religión.

En definitiva, un fiel **compromiso con las personas y la sociedad** en su conjunto que se materializa en la decisión de Nationale-Nederlanden de elevar la Responsabilidad Social Corporativa como uno de los pilares de su estrategia. De esta forma, la Compañía busca **dejar huella** y contribuir al bienestar de la sociedad y el planeta generando valor a largo plazo para todos sus grupos de interés: clientes, empleados, accionistas, reguladores, proveedores y comunidades en general. Así participa activamente en la Agenda 2030 de la Naciones Unidas para contribuir a alcanzar los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** a través del desarrollo de acciones especialmente orientadas a mejorar el bienestar financiero de sus clientes apoyándoles en sus decisiones en temas de ahorro, inversión y protección. También poniendo a la disposición de los jóvenes su conocimiento y recursos para que accedan a oportunidades profesionales o formación a través de su programa “Future Matters” en el que colabora con Aldeas Infantiles SOS y la Fundación Junior Achievement. Además, actúa para dejar un mejor planeta a las generaciones futuras. Por eso, el Grupo NN es firmante del Acuerdo de París por el Clima de 2015 para limitar el calentamiento global y la Compañía ha lanzado en 2020 en España el Nationale-Nederlanden Plogging Tour, una iniciativa que compagina el respeto al medio ambiente y la práctica del deporte.

“Estamos convencidos de que, desde las empresas, como cualquier agente social, tenemos la responsabilidad de involucrarnos y participar en la mejora y las sociedades en las que operamos. Queremos dejar huella y ser una fuerza positiva en la vida de nuestros clientes y esto incluye asumir la responsabilidad por el bienestar de la sociedad y el mundo. Queda aún mucho camino, pero desde Nationale-Nederlanden estamos sumando esfuerzos y hemos consolidado nuestra intención con una

serie de objetivos concretos para conseguir que el planeta sea un lugar más sostenible e inclusivo” ha declarado Marije Scholma, subdirectora general y directora de Experiencia del Empleado de Nationale-Nederlanden.

Acerca de Nationale-Nederlanden España

Nationale-Nederlanden, empresa del Grupo NN, ofrece soluciones de protección, pensiones y ahorro e inversión a corto, medio y largo plazo a cerca de 850.000 clientes en toda España. Con un equipo profesional de 500 empleados y 2.000 agentes comerciales, Nationale-Nederlanden está presente en toda España a través de sus 41 oficinas, más de 178 Puntos Naranja y 9 Franquicias para cumplir con el compromiso con sus clientes y propósito de marca "**Ayudamos a cuidar de lo que más les importa**" a través de productos y servicios innovadores y personalizados que aborden sus necesidades reales. De tal modo que la ambición es "**ser el referente en el mercado de protección español en la experiencia de cliente**".

Más información: www.nnespana.es

Acerca de Grupo NN

El Grupo NN es una compañía aseguradora y de gestión de activos que opera en más de 20 países liderados por Holanda con fuerte presencia en Europa y Japón. A través de todos sus empleados, ofrece soluciones de jubilación, pensiones, seguros, inversión y banca a, aproximadamente, 18 millones de clientes. El Grupo NN incluye Nationale-Nederlanden, NN, NN Investment Partners, ABN AMRO Insurance, Movir, AZL, BeFrank y OHRA y cotiza en el Euronext Ámsterdam (NN).

Más información: www.nn-group.com

Para más información:

Romain Titaud / Inma Rico / Silvia Cabrera
rtitaud@atrevia.com
irico@atrevia.com
scabrera@atrevia.com
Tel.: 91 564 07 25

Laura Melgarejo
laura.melgarejo@nnespana.es
www.nnespana.es
www.nn-group.com