

Informe de Gestión Individual 2025.



pelayo[®]

Informe de Gestión Individual 2025.



pelayo 



Índice.

1. Naturaleza de la Entidad.	5
2. Grupo Pelayo.	7
3. Modelo de negocio de la Entidad matriz.	9
4. Estrategia corporativa.	15
5. Gestión de riesgos.	23
6. Resultados económicos y de negocio.	27
7. Cliente-Mutualista.	41
8. Personas.	47
9. Información de aplazamiento de pago a proveedores.	51
10. Gastos de investigación y desarrollo.	55
11. Acciones propias.	55
12. Hechos posteriores.	55
13. Otra información.	55



pelayo



1. Naturaleza de la Entidad.

Pelayo es una Mutua aseguradora, sociedad mercantil sin ánimo de lucro cuyo principal objeto se basa en la cobertura a los socios de los riesgos asegurados, a cambio del pago de una prima fija al comienzo del periodo del riesgo.

La Mutua no dispone de un capital social representado en títulos o acciones, sino de un fondo Mutual constituido por las aportaciones exigidas por la ley, realizadas por los socios, además de aquellos otros constituidos con el excedente de los ejercicios sociales.



pelayo



2. Grupo Pelayo.

Grupo Pelayo está integrado por la sociedad matriz Pelayo Mutua de Seguros, que tiene participación directa en Pelayo Servicios de Seguros, A.I.E., Agencia Central de Seguros, S.A.U., Agropelayo Sociedad de Seguros, S.A., Pelayo Vida, S.A., Prestima, S.L. y Nexia 24, S.A., A su vez, participa de forma indirecta a través de Nexia 24, S.A., en la siguientes sociedades: Mutraolivar, S.L., Producciones Medioambientales, S.A., Pelayo Energías Renovables, S.A., Pelayo Energías Renovables Grandes Instalaciones, S.L., Perifai Vision Solutions, S.L., Incorporate Insurance Broker, S.L., Pelayo Energías Renovables Mojados, S.L. y Pelayo Energías Renovables Villarino, S.L.



pelayo[®]



3. Modelo de negocio de la Entidad matriz.

Oferta

Pelayo mantiene su propuesta por la que trabaja para ofrecer **una completa y competitiva cartera de productos** que, junto a su porfolio de servicios aseguradores, aportan un valor añadido a sus clientes. A esto se le añade una lista de **soluciones diversificadas** y diferenciadas que dan respuesta a las **necesidades reales** de los clientes, lo que permite mantener una posición competitiva en todos los ramos.

Pelayo es especialista en seguros de automóviles, donde ha demostrado a lo largo de los años su compromiso por mantener y mejorar su posición

competitiva gracias a la experiencia adquirida en este ramo que le ha permitido ofrecer una amplia gama de productos orientados a proteger el patrimonio y las personas, llegando a diferentes perfiles y segmentos, con garantías y atributos dirigidos y adaptados tanto al ámbito particular, como al profesional.

Por ello, se diseñan productos para que los clientes valoren a la Mutua y la perciban con cercanía, como una aliada en los momentos más difíciles que de forma ágil ofrece soluciones a sus necesidades.





Seguros de coche y moto

Pelayo, ofrece distintas soluciones de seguro de coche y moto que cubren desde las garantías más esenciales hasta las más innovadoras como la Garantía Seguridad con cobertura de manitas-auto y reparación y sustitución de neumáticos. Desde el punto de vista de modalidades, se ofrece en función del nivel de cobertura necesario:

- **Para coche:** terceros, terceros con cobertura de lunas, terceros-combinado y todo riesgo.
- **Para moto:** seguro de moto con cobertura de incendio y robo y seguro exclusivo para ciclomotor.



Seguros de hogar y comercio

La Mutua ofrece una amplia gama de seguros de hogar y comercio, ofreciendo soluciones a sus clientes, según habiten en viviendas propias o de alquiler o en función de la actividad comercial de sus negocios.

La gama de hogar de Pelayo se adapta, mediante sus coberturas y servicios, a las necesidades de sus clientes y las características de cada vivienda y sus demandas de aseguramiento.

Las diferentes opciones pueden incluir coberturas como averías de electrodomésticos, servicio de manitas, asistencia informática, garantía de responsabilidad civil, e indemnización por la paralización de actividad en el caso de comercios, entre otras.



Vida y otros seguros

La Mutua ofrece seguros de vida y pensiones adaptados a las necesidades de los clientes para proteger a las personas que éstos tienen a su cargo.

Además, cuenta con un amplio catálogo de seguros de salud, caza y pesca, seguro veterinario y de responsabilidad civil para perros y gatos, accidentes y planes de ahorro e inversión, entre otros.



Seguros agrarios

La Mutua ofrece seguros orientados a mantener la actividad agropecuaria y, adicionalmente a través de su filial Agropelayo, a reducir la incertidumbre de agricultores y ganaderos, garantizando coberturas que minimizan los daños producidos por variaciones de agentes naturales. Dentro del porfolio agrario se incluye un producto multirriesgo de maquinaria agrícola, que pone a disposición de agricultores y ganaderos un seguro completo, modular y competitivo en apoyo a este segmento y a sus necesidades. De igual forma se dispone de un producto dirigido a explotaciones agropecuarias, responsabilidad civil de ganado y asistencia a ferias en el caso de equinos, colectivos apícolas y cobertura de sobreprecio como complemento al seguro agrario combinado.

Canales de distribución

A continuación, se puede observar un breve análisis de los canales más relevantes, junto con algunas notas sobre las tareas que realizan:



Mediador: es el principal canal de distribución de la Mutua y referencia clave de sus mutualistas. Hablar de mediadores es hablar de socios ante el cliente y, por tanto, de **relaciones estables** en las cuales el proveedor y el distribuidor confluyen para ofrecer una propuesta de valor que cubra las expectativas de los clientes. Los canales de distribución mediados están en plena transformación con integraciones, asociaciones y cambios de modelos de relación con las aseguradoras. Identificamos varias tendencias claras, una es la **integración** por volumen con modelos empresariales fuertes, otra el **asociacionismo** manteniendo la identidad aprovechando sinergias de grupo y una especialmente interesante, como es el **cambio de posición mediadora** orientada a modelos agenciales.

En 2025 se mantuvieron los diferentes programas de incentivos para mediadores basados en la consecución de los objetivos estratégicos: **Crece construyendo valor**. Estos programas se complementan con eventos formativos, foros para la comunicación de estrategias corporativas y participación en talleres temáticos. En esta línea, se desarrollan encuentros con mediadores en cada una de las gerencias territoriales.

Básicamente se trabaja con 2 tipos de mediadores:



Agente: centra su actividad en la **venta presencial**, desde un punto de venta físico, haciendo de la capacidad de asesoramiento personal su punto fuerte. Pelayo es consciente de que en la mayor parte de los casos el cliente que acude a las agencias a contratar un servicio ya ha comparado precios y coberturas por accesos a distancia (teléfono/internet), por lo que orienta las herramientas de contratación y los modelos comerciales a gestionar una venta presencial, tanto con el cliente actual como con el potencial. El incremento del peso de gestiones comerciales no presenciales, fundamentalmente realizadas por teléfono desde las agencias, ha exigido trabajar con los equipos de formación habilidades y herramientas necesarias para este tipo de venta a distancia. La implementación de la omnicanalidad comercial ha sido un punto muy relevante para el canal de distribución permitiendo trabajar con una misma oferta en todos los canales propios y repartiendo el valor en función de la intervención en el proceso de venta. El foco en este canal es la captación de nuevos clientes y el incremento de la densidad comercial en los actuales.



Corredor: la estrategia fundamental en este canal en 2025 ha sido focalizar el esfuerzo en la correcta gestión de las carteras buscando la rentabilización de los fondos de comercio. La diversificación de negocio ha girado sobre el ramo de hogar y los productos agropecuarios con el fin de aprovechar sinergias de negocio.

El canal corredor está en plena "revolución" incorporándose al mercado español modelos del entorno con un altísimo perfil financiero y muy focalizados en negocios no autos. Es un canal esencial en la dis-



tribución de multirriesgos y con altísima presencia en el mercado de particulares que aporta una gran capilaridad a la distribución de la Mutua. La falta de sucesión, la necesidad de mayor volumen, la entrada de fondos de inversión en el canal, la necesidad de mejorar la eficiencia en la gestión, entre otros aspectos esta llevando a una alta concentración del canal que implicará un mayor control de la distribución por grandes grupos de mediadores.



El **Canal de Venta a Distancia** da respuesta al cliente que busca una respuesta rápida vía online o teléfono, bien en régimen de autoservicio bien con una interacción directa, no mediada. Es un canal que complementa perfectamente la experiencia del cliente con la Mutua y mejora sustancialmente su percepción de valor. La consolidación de este modelo de compra por parte del consumidor español es una oportunidad de negocio clara en la que se ha trabajado con éxito estos dos años y que irradia oportunidades de negocio al resto de los canales, especialmente al canal agencial con una clara inducción de tráfico "entrecanales" que

aporta valor a todos los intervinientes. La inducción de tráfico desde comparadores, market places es un hecho al que se añade la irrupción de la IA (CGP, COPILOT; etc.) como prescriptores de compra.



El **Canal Grandes Cuentas y Alianzas**. la necesidad de dar respuesta a modelos de negocio con una estructura empresarial compleja aconsejó la apuesta por este canal de distribución. Desde la unidad de negocio de GGCC y Alianzas se trabajan propuestas de valor específicas para grandes distribuidores como pueden ser concesionarios de autos, marcas de automóvil, agencias inmobiliarias, asesorías de ámbito nacional, etc., y también para otras entidades aseguradoras con las que se tienen acuerdos de distribución, con el fin de maximizar las redes comerciales. Bajo este mismo formato damos cobertura a modelos de distribución centrados en productos agropecuarios que tienen posibilidades de crecimiento en ramos de seguros generalistas como son las Cooperativas y Asociaciones Agrarias.

A continuación, en el siguiente cuadro, se detallan los porcentajes de negocio total de la Mutua distribuidos por canales:

Canal Dominio		Canal no Dominio	
Canal Agentes	Canal Venta Directa	Canal Corredores	Canal Cuentas y acuerdos de distribución
Un agente es un mediador con una vinculación exclusiva a la entidad aseguradora. Este canal representa el 50,8% del negocio total de la Mutua, gracias a la aportación de: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Agencia Central de Seguros: 30. ▶ Agentes con imagen: 267 (170 agentes). ▶ Agentes sin imagen: 199. 	A través de este canal se gestiona toda la venta no presencial de la compañía, utilizándose la comercialización telefónica y la venta online como herramientas. Este canal representa el 9,8% del negocio total de la Mutua.	Los corredores, son mediadores sin vinculación exclusiva que trabajan para varias entidades aseguradoras y, facilitan la oferta con el cliente final. Este canal representa el 32,7% del negocio total de la Mutua.	La entidad ha seguido potenciando y fomentando las sinergias ya existentes en estos acuerdos como una línea de desarrollo comercial. Son mediadores con estructuras empresariales a las que Pelayo ofrece coberturas adicionales a sus clientes adaptando procesos y producción.



pelayo[®]



4. Estrategia corporativa.

El **Plan Trienal 2025-2027**, se ha diseñado para dar respuesta a una serie de retos que persiguen fortalecer el posicionamiento de Pelayo, mejorando su rentabilidad, flexibilizando la estructura operativa, reforzando la imagen de marca y las capacidades tecnológicas y desarrollando el papel clave del capital humano de la compañía.

La aportación y alineamiento compartido de los programas y proyectos que forman el Plan Estratégico 2025-2027 permitirán a Pelayo cumplir su principal ambición en este ciclo trienal: **crecer de manera sostenible construyendo valor**.

- El **crecimiento sostenible** implica aumentar el negocio en los **ramos estratégicos** de Autos, Hogar, Vida, Salud, Decesos y Comercio. La evolución proyectada en estos ramos se alinea con las tendencias del sector y el entorno competitivo, potenciando la diversificación en los **ramos más rentables y con mayor capacidad de crecimiento**.

Este crecimiento se ha de producir en los canales propios. La aportación por canales en el ciclo trienal anterior ha mostrado la evolución positiva








de desarrollo del negocio en el **Canal Dominio (Agentes y Directo)** que ha de ganar peso conforme a la estrategia comercial del actual plan estratégico. Este impulso se apoya en la **mayor capacidad de creación de valor Cliente y de diversificación** de este canal, objetivos prioritarios para Pelayo.

- La **aportación de valor** se sustenta en impulsar la eficiencia operativa, defender la rentabilidad técnica, reforzar las capacidades tecnológicas y desarrollar capacidades que impulsen la productividad.

Acompañando a ambos objetivos, se ha de continuar avanzando en la **eficiencia de los costes de gestión**, principalmente mediante la mejora operacional y la aplicación de palancas de optimización de costes que incrementen la rentabilidad.



La suma de las reflexiones y las iniciativas claves para para lograr la ambición del nuevo Plan, **se estructura en torno a siete programas en los que se enmarcan los proyectos estratégicos** concretos asociados a su consecución, cuyo despliegue ha comenzado en 2025.

Crecer Construyendo Valor			
Crecimiento		Valor	
<p>01. </p> <p>Aumentar negocio en ramos estratégicos.</p>	<p>02. </p> <p>Potenciar canales dominio y rentables.</p>	<p>04. </p> <p>Defender la rentabilidad técnica.</p>	<p>05. </p> <p>Continuar impulsando la eficiencia operativa.</p>
<p>Evolucionar el porfolio de productos, garantías y servicios en los ramos estratégicos para la compañía.</p>	<p>Expansión de la red agencial y fortalecimiento de la oferta de valor a mediadores.</p>	<p>Refuerzo de los modelos de Pricing y contención de los costes a través de la lucha contra el fraude.</p>	<p>Desarrollo de las capacidades IA y optimización de los procesos de gestión.</p>
<p>03. </p> <p>Mejorar la experiencia del cliente.</p>	<p>06. </p> <p>Reforzar las capacidades tecnológicas.</p>	<p>07. </p> <p>Desarrollar capacidades y asegurar la continuidad del talento.</p>	<p>En estos programas se enmarcan las acciones y proyectos estratégicos concretos asociados a su consecución que se desplegarán en los próximos tres años.</p>
<p>Evolución del modelo de Valor Cliente, fortalecimiento del análisis de información de negocio para mejorar su experiencia, y consolidar la estrategia Omnicanal con foco en la calidad del servicio prestado.</p>	<p>La aportación y alineamiento compartido de los programas y proyectos que forman el Plan Estratégico 2025-2027 permitirán a Pelayo en el siguiente ciclo trienal lograr Crecer construyendo valor, ofreciendo la mejor respuesta a los Clientes.</p>	<p>Desarrollo del Plan de mejora de la resiliencia operativa y refuerzo del Plan de Seguridad y gestión de accesos e identidades.</p>	<p>Impulso de los Planes de sucesión y relevo y de desarrollo profesional e impulso de la capacidad de los equipos.</p>

En este sentido, en el año 2025 Pelayo ha enfocado los proyectos estratégicos en los objetivos clave que ordenan estas iniciativas.

Se ha diseñado en 2025 el nuevo **Maestro de Clientes**, que potenciará las acciones orientadas a alcanzar el conocimiento integral de los clientes que permita adaptar la **experiencia del Cliente** en función de su perfil y su valor percibido, con especial foco en la fidelización y la generación de valor adicional para este, consolidando un modelo de relación cercano y alineado con sus expectativas.

Se ha completado el despliegue de la omnicanalidad comercial poniendo en marcha en 2025 la **omnicanalidad en los procesos de retención** de la compañía.

El Plan de expansión abordado en 2025 y que continuará desarrollándose en 2026, materializa el crecimiento en los canales agentes, el aumento de nuevos clientes, la diversificación del negocio y la capilaridad territorial.

La **diversificación** del negocio se ha visto reforzada mediante la puesta en marcha de proyectos orientados al diseño, la operación y la comercialización de **productos y servicios no aseguradores**, ampliando así la capacidad de respuesta a las necesidades de los clientes. Estas iniciativas han de contribuir a la rentabilidad del negocio y a la eficiencia de la estructura de costes de Pelayo, destacando este año 2025 el desarrollo del proyecto de venta de energía a mutualistas, que ejemplifica la apuesta de la compañía por nuevas fuentes de valor y por la adaptación a un entorno competitivo en constante evolución.

Se han implementado distintos proyectos desarrollados sobre **Inteligencia Artificial** como una solución escalable que optimiza los procesos internos e incrementa la eficiencia operativa potenciando la competitividad empresarial, y sobre **WhatsApp** ampliando las funcionalidades de este

canal de comunicación como vía eficaz para mejorar el servicio y facilitar la comunicación directa y oportuna con el Cliente.

Pelayo ha formado con IMA Ibérica un **acuerdo estratégico para la prestación de la Asistencia en viaje y al Hogar**. Este proyecto se ha desplegado ya con éxito en 2025 para Asistencia en viaje y está previsto para Hogar en 2026. Esta alianza representa una oportunidad para desarrollar un modelo innovador y sólido, ya que refuerza la excelencia del servicio prestado al Cliente y los estándares de calidad al ofrecer una solución integral para ambas prestaciones.

En este ejercicio 2025 también se ha avanzado de forma significativa en la definición y hoja de ruta de los proyectos estratégicos **vinculados a personas**, con foco inicial en la atracción, fidelización del talento y relevo que asegure la capacidad futura de la organización y continuando con otras iniciativas concretas en los dos años siguientes del ciclo estratégico que impulsarán el fortalecimiento de las capacidades de los equipos, promoviendo un modelo de gestión más ágil, colaborativo y orientado a resultados, mejorando la experiencia interna.

Por último, el año 2026 inaugura la fase central del ciclo estratégico del Plan 2025-2027.

La distribución de los más de 30 proyectos estratégicos que se ha previsto desarrollar en 2026 continúa evidenciando una **alta orientación hacia iniciativas que generan nueva producción y clientes** con soluciones que ofrezcan una cobertura integral y diversifiquen el negocio, junto con proyectos eficiencia y proyectos para el fortalecimiento de la retención.

En 2026, la compañía impulsará una ampliación de su **oferta, reforzando su competitividad y aportación a la rentabilidad**.

El **refuerzo de la capacidad tecnológica y la apuesta por la IA**, la **mejora de procesos de prestación de servicios** al cliente buscando la mayor eficiencia y calidad y el desarrollo de los proyectos asociados a las **personas y el talento interno**, también serán clave en 2026.



Este enfoque que afianza tanto el posicionamiento como la rentabilidad de la compañía permitirá cumplir la senda de **mejora de márgenes**, asegurando un modelo de **negocio sostenible** y competitivo a largo plazo, que mejora la experiencia completa del **cliente**, y alineado con el objetivo principal de este ciclo estratégico 2025-2027 de **crecer construyendo valor**.



Impulso y consolidación de la innovación

La evolución de la Inteligencia Artificial al servicio del negocio

La Inteligencia Artificial (IA) ha continuado consolidándose durante 2025 como una palanca clave para incrementar la eficiencia operativa y reforzar la competitividad de Pelayo, siempre desde un enfoque responsable y orientado al valor. El esfuerzo del año se ha centrado en ampliar capacidades, escalar casos de uso y equilibrar adecuadamente innovación, gobierno y generación de valor.

Uno de los hitos más relevantes ha sido la creación de la Comunidad IA, que ha impulsado la capacidad interna para desarrollar proyectos y generar activos de conocimiento de mayor valor. Asimismo, se ha integrado PerifAI en Pelayo y se ha formado un equipo de desarrollo que, junto al conocimiento experto del área de Prestaciones, permitirá evolucionar la herramienta y maximizar su uso.

Para dar soporte al crecimiento del número de iniciativas, se ha continuado la evolución de la Arquitectura del Dato, optimizando el uso compartido de capacidades entre casos de uso y manteniendo la eficiencia sin frenar la innovación. Paralelamente, se ha definido la Política de IA, que establece un marco y un procedimiento claros para garantizar un uso responsable y cumplir con los requisitos regulatorios derivados de la madurez alcanzada por estas iniciativas.

Estos avances consolidan la IA como un eje estratégico en la transformación del negocio de Pelayo, sentando las bases para una adopción cada vez más amplia, responsable y alineada con los objetivos corporativos.

Crecimiento del canal WhatsApp

En 2025, la prioridad de WhatsApp se ha centrado en **impulsar nuevos casos de uso** que ofrecieran al Cliente una experiencia más ágil, eficiente y cercana. Durante este año, se ha integrado **WhatsApp en la web de Pelayo**, permitiendo al Cliente iniciar interacciones directamente desde el portal.

Uno de los hitos más relevantes este año, ha sido la puesta en marcha del caso de uso de **apertura con contrario**, un proyecto complejo que ha supuesto un importante reto, pero que ha demostrado el interés del Cliente en gestionar el parte a través de WhatsApp.

La experiencia acumulada ha permitido **explorar nuevas oportunidades**, como la creación de un servicio de Call me Back en venta, enfocado en la **captación de clientes** que solicitan un presupuesto. Asimismo, se ha trabajado en la **optimización de los procesos** ya existentes, logrando **procesos completamente automatizados**, como asistencia en viaje, y un notable éxito en la derivación telefónica hacia WhatsApp.

Impulso a la transformación tecnológica y a la resiliencia de la infraestructura Cloud

Durante 2025 se ha continuado avanzando en el Plan Estratégico de Transformación Tecnológica, poniendo especial foco en la evolución de la red corporativa mejorando la arquitectura de comunicaciones hacia un modelo más flexible, eficiente y alineado con las necesidades actuales de conectividad multicloud. Esta evolución permite optimizar el rendimiento de las comunicaciones, mejorar la disponibilidad de los servicios y reforzar los niveles de seguridad.

Por otro lado, dentro de la estrategia de modernización de la infraestructura tecnológica, se ha avanzado en la transición desde CPDs propios hacia un entorno profesional, un punto neutro de internet que ofrece mayores garantías de seguridad, resiliencia y continuidad operativa. Esta línea de actuación consolida un entorno más robusto para los sistemas críticos y contribuye de forma directa al incremento de la resiliencia global del Grupo.

Nueva plataforma de comunicaciones

Se ha completado el proyecto de unificación de comunicaciones, que permite gestionar desde una misma plataforma el envío de emails certificados, emails estándar y SMS. Gracias a esta solución, se dispone de una mayor trazabilidad de los procesos y de una integración nativa con las aplicaciones frontales.

Mejoras tecnológicas

A lo largo del año se han implementado diversas mejoras tecnológicas en las nuevas arquitecturas, asegurando la actualización continua y minimizando el riesgo de obsolescencia. En 2025 la prioridad ha sido la actualización del framework de desarrollo backend, evolucionándolo hacia una versión compatible con Java 21.

Cultura DevOps (enfoque que busca integrar los equipos de desarrollo de software -Dev- con los equipos de operaciones -Ops-).

Se ha seguido impulsando la cultura DevOps dentro de la organización, evolucionando tanto los procesos de despliegue como las herramientas utilizadas por los equipos de desarrollo. Estos avances permiten que las aplicaciones lleguen a producción con mayor calidad y en menos tiempo, reduciendo riesgos y reforzando la automatización como garantía de éxito.

Por otra parte, se ha trabajado en la mejora del repositorio de código fuente incorporando las automatizaciones necesarias para garantizar una integración óptima con el sistema de despliegue continuo. Además, se ha reforzado la redundancia de los arquetipos desplegados en entorno Cloud, lo que agiliza los tiempos de recuperación ante cualquier contingencia.

Plan Director de Seguridad

En el ámbito del Plan Director de Seguridad, se ha llevado a cabo su revisión para alinearlo con el Plan Estratégico 2025-2027 y se han definido nuevas iniciativas destinadas a reforzar las medidas de protección y aumentar la madurez del Grupo en materia de seguridad de la información:

Incremento de la **seguridad del puesto de trabajo**, mejorando la plataforma de navegación y movilidad.

- **Refuerzo de los mecanismos de autenticación corporativa.**
- **Formación y concienciación del 100 %** de los empleados.
- Alineamiento con los requisitos de las nuevas **regulaciones en materia de seguridad:**
- **Incremento en la Gestión de Eventos de Seguridad e Información (SIEM).**





pelayo[®]



5. Gestión de riesgos.

El Sistema de Gestión de Riesgos del Grupo Pelayo es el conjunto de procesos, metodologías, procedimientos y herramientas utilizadas para la identificación, medición, monitorización, gestión y notificación de manera continuada de los mismos, integrándose en la estructura organizativa y en el proceso de toma de decisiones.

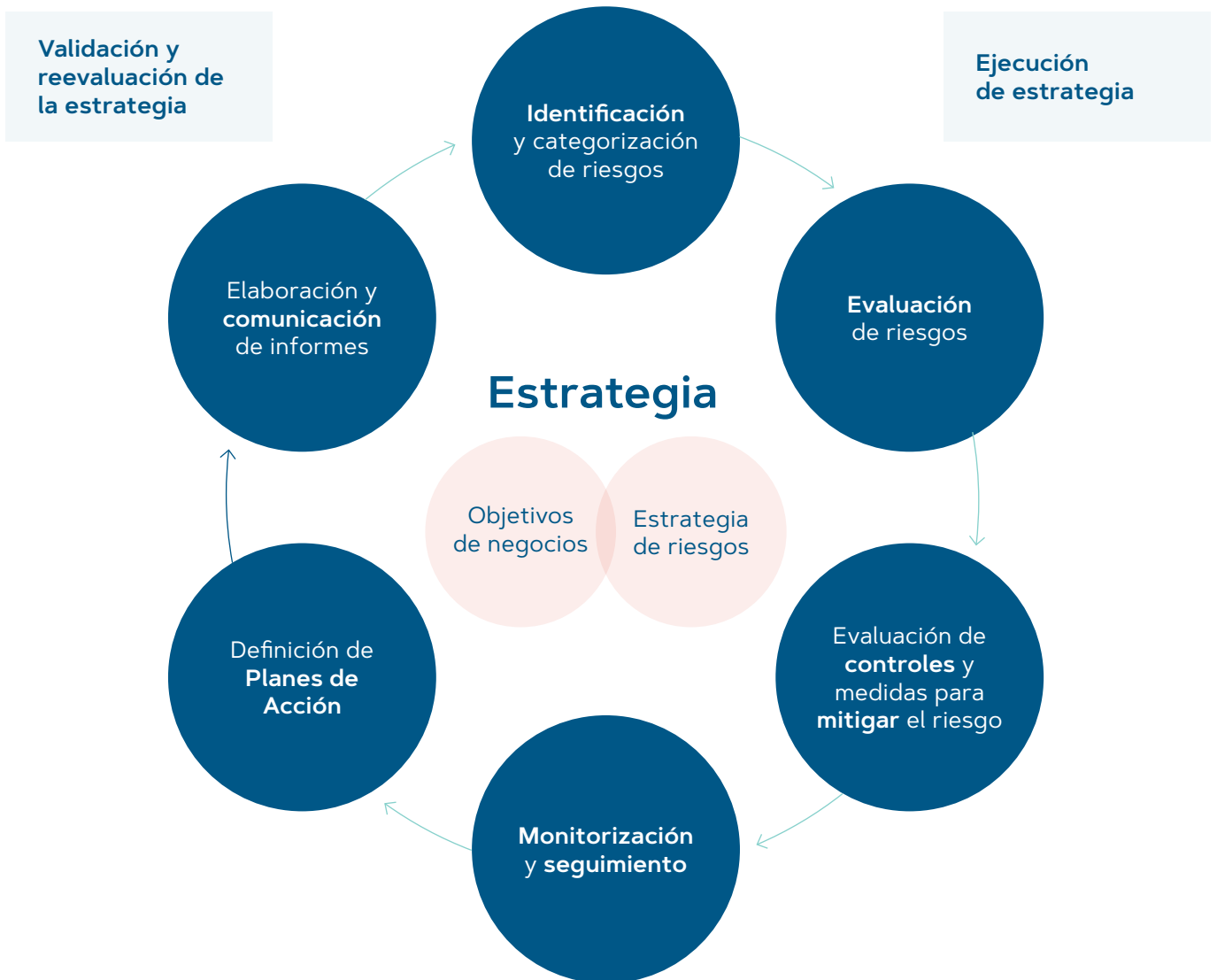
El “Modelo de las tres líneas de defensa” es el modelo de gobernanza adoptado por el Grupo en la gestión de riesgos y control interno y permite integrar las funciones fundamentales que establece la normativa de Solvencia II. Las líneas de este modelo tienen las funciones de identificación, control, mitigación y supervisión de los riesgos, con el esquema de responsabilidades siguiente:



Por su parte, los órganos de gobierno (Consejo de Administración y Comisiones Delegadas) tienen la responsabilidad última de garantizar la eficacia del sistema, establecer el perfil de riesgo, los límites de tolerancia y decidir y aprobar las principales estrategias y políticas de gestión de riesgos.



La gestión de riesgos está vinculada con la estrategia a través de las diferentes fases del proceso, tal como se expone a continuación, y se refuerza con la evaluación interna prospectiva de los riesgos (ORSA) y el Plan de Capital, que permiten identificar el requerimiento de capital necesario para cubrir la totalidad de los riesgos a los que está o podría estar expuesto el Grupo Pelayo durante el desarrollo del Plan Estratégico.





pelayo[®]



6. Resultados económicos y de negocio.

En 2025 Pelayo ha obtenido un resultado de 6,28 millones de euros, fruto de la mejora en la facturación, en los ingresos de las inversiones, en la siniestralidad y en el control de los gastos, resultado que mejora en un 52,8% el del ejercicio 2024, que fue de 4,11 millones de euros. Por su parte, los fondos propios se han situado en 360 millones de euros.

La cartera de pólizas se ha situado en un volumen de 1.187.264 unidades, un 1,8% menos que en 2024, mientras que los ingresos totales por primas han alcanzado los 435 millones de euros, con un incremento respecto al ejercicio anterior del 6,28%. Este incremento está relacionado principalmente con la ganancia de facturación del ramo de seguros de automóviles. Por su parte, el ratio de solvencia ha sido de 2,3 veces el capital de solvencia exigido (a 30/09/2025) y los fondos propios representan el 40,2% del total de los pasivos.



Principales magnitudes	2023	2024	2025
Mutualistas	872.807	845.118	834.272
Pólizas de cartera	1.229.079	1.208.909	1.187.264
Primas emitidas*	375.069	408.884	434.577
Resultado*	-4.713	4.113	6.283
Fondos propios*	350.310	354.140	360.002
% FP / pasivo	43,03%	41,46%	40,24%
Rentabilidad / fondos propios (%)	-1,35%	1,16%	1,75%

*Miles de euros



Pólizas

A cierre del ejercicio 2025 Pelayo ha contado con un **volumen total de pólizas de 1.187.264 unidades**, lo que supone una **reducción del 1,8%** respecto a 2024. Cabe destacar que para este análisis dentro del ramo de patrimoniales se ha agrupado tanto el ramo de hogar, como el de comercio. En general, todos los ramos se mantienen en niveles muy parecidos, con leves descensos respecto al año anterior en la mayoría de ellos.

En esa línea, el ramo de automóviles se sigue posicionando como el principal en cuanto a número de pólizas, alcanzando las 824.354 en 2025 frente a las 838.644 del ejercicio precedente, lo que supone una reducción del 1,7%.

—>

Primas

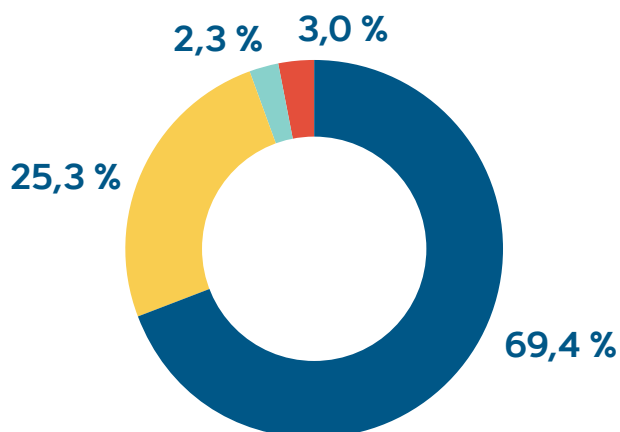
El volumen total de primas ha alcanzado los 434,6 millones de euros lo que supone un 6,28% más que en 2024. Esto se debe fundamentalmente al incremento del 6,4% del ramo automóviles.

Analizando por ramos, se observa que el ramo de autos sigue siendo el de mayor volumen con 352.667 miles de euros, lo que supone un 81,2% de la facturación total.

En segundo lugar, se encuentra patrimoniales, con un 17,8% de la facturación y alcanzando los 77.395 miles de euros. Por último, cabría destacar la agrupación del resto de ramos en la categoría de otros, con apenas el 1% de los ingresos y sumando 4.235 miles de euros, y vida, representando un 0,1% de la facturación ascendiendo a 280 mil euros.

Volumen de cartera por ramo 2025

(nº de pólizas)



Autos_ **824.354**

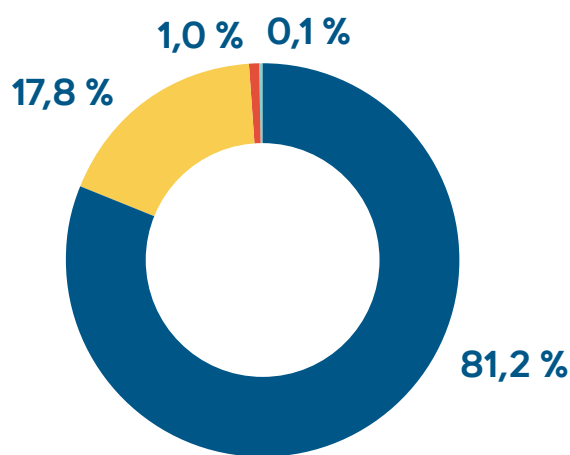
Patrimoniales_ **300.143**

Vida_ **26.792**

Otros ramos_ **35.975**

Facturación por ramo

(miles de euros)



Autos_ **352.667**

Patrimoniales_ **77.395**

Otros seguros_ **4.235**

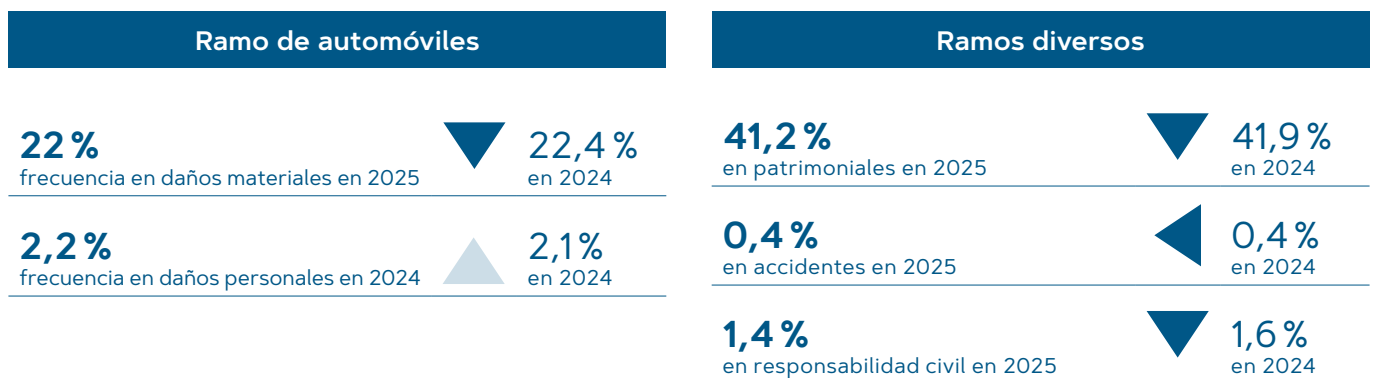
Vida_ **280**

Siniestralidad

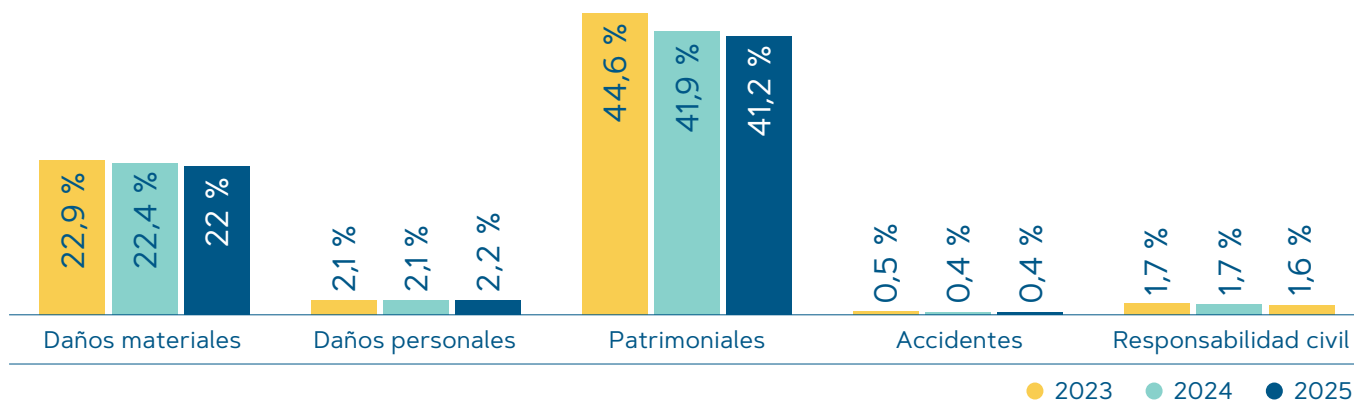
Pelayo apuesta por una dinámica de contratación conservadora con el objetivo de contar con una cartera equilibrada, que le permita hacer frente a un repentino aumento de la siniestralidad en un ramo, sin necesidad de subir las tarifas en el resto.

La apuesta de Pelayo por una cartera de calidad le ha obligado a establecer procedimientos selectivos, habiendo quedado demostrado su éxito. Para el ramo de automóviles, 2025 presenta mejoras de frecuencia de daños materiales respecto al ejercicio 2024, consecuencia de las acciones implementadas en el ejercicio tanto en nueva producción como en cartera, y un ligero incremento en los siniestros con lesiones.

Los ramos de patrimoniales presentan en este ejercicio una frecuencia del 41,2%, con mejoras en los principales ramos.



Evolución temporal de la frecuencia de daños en los ramos de automóviles y diversos



Costes medios

Pelayo tiene como objetivo optimizar los costes medios y por ello ha seguido trabajando en 2025 en la consolidación de su red de colaboradores a nivel nacional y en el seguimiento exhaustivo de la tramitación de los expedientes. Además, ha continuado luchando contra el fraude, ya que entiende que es uno de los puntos clave para el control de los costes medios. Esto ha convertido a Pelayo en un referente

en el sector liderando los distintos comités y comisiones especializadas que participan de las decisiones en este ámbito, como en UNESPA, ICEA o Centro Zaragoza, entre otros. Además, colabora en el desarrollo e implementación de herramientas y bases de datos sectoriales que permitan identificar y gestionar de manera más eficaz los elementos que confluyen en el fraude de siniestros.

Ramo de automóviles

532 €
en daños materiales **29 €**
sobre 2024

5.844 €
en daños personales **495 €**
sobre 2024

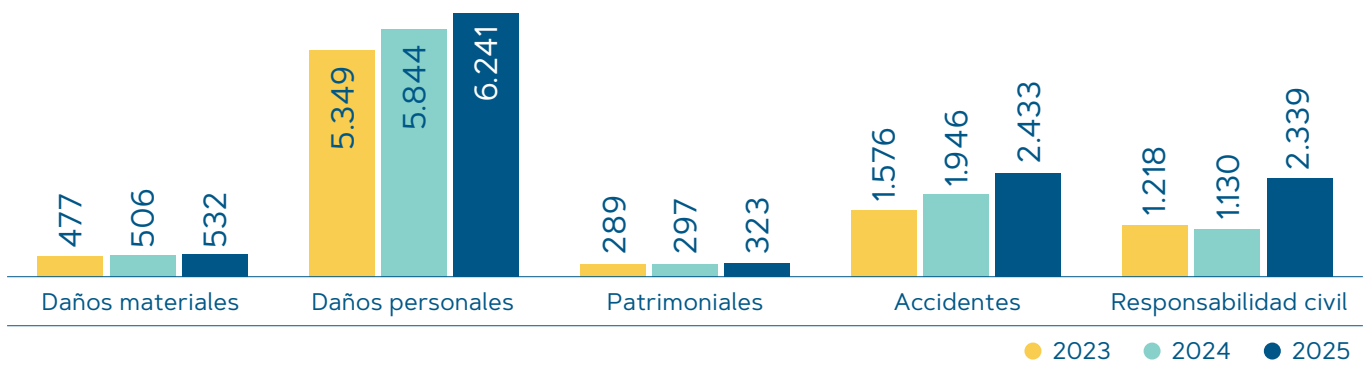
Ramos diversos

323 €
en patrimoniales **25 €**
sobre 2024

2.443 €
en accidentes **497 €**
sobre 2024

2.339 €
en responsabilidad civil **1.209 €**
sobre 2024

Evolución temporal del coste medio en los ramos de automóviles y diversos



En el ejercicio 2025 los costes medios del ramo de automóviles se han incrementado como consecuencia principalmente del incremento de los módulos de compensación sectorial, de un mayor peso de la siniestralidad grave y de las tensiones inflacionistas existentes en el mercado, todo ello a pesar de los trabajos realizados en el ejercicio para minimizar dichos impactos.

Para los ramos patrimoniales, los costes medios también presentan incrementos consecuencia de los incrementos de la inflación y el menor peso de la siniestralidad asociada a servicios, que presentan un menor coste medio.

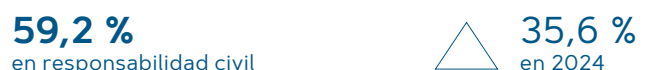
Tasa de siniestralidad

Durante 2025 se ha reducido ligeramente la tasa de siniestralidad total, situándose en un 70,93% frente al 71,84% de 2024. Por su parte, las primas imputadas han experimentado un incremento, de un 8,5%, y los costes totales por siniestralidad un incremento del 7,1%, respecto al año anterior.

Ramo de automóviles*

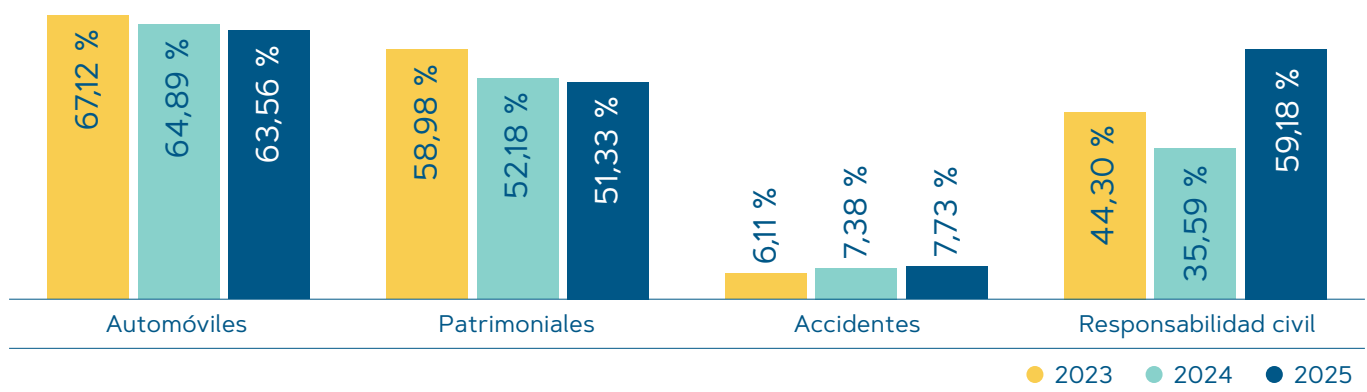


Ramos diversos



(*) Tasas de siniestralidad por ramos no incluyen asistencia en viaje, ni gastos que no estén directamente asociados a los siniestros.

Evolución temporal de la tasa de siniestralidad en los ramos de automóviles y diversos



	2023	2024	2025
Primas imputadas (miles de euros)	360.585	389.089	422.239
Siniestralidad total (miles de euros)	261.713	279.541	299.491
Tasa de siniestralidad	72,60 %	71,84 %	70,93 %

Reaseguro cedido

En lo relativo al reaseguro cedido, Pelayo mantiene sus contratos XL y Cuota Parte con algunas de las principales y más solventes reaseguradoras mundiales que operan en España.

En cuanto a la cobertura y prioridad de los contratos de reaseguro en el ramo de automóviles, se ha continuado estableciendo una cobertura en exceso de 750.000 euros. En 2025 se ha incrementado la provisión para prestaciones de reaseguro cedido de no vida en un 3,92% y las prestaciones pagadas en un 5%. Estos porcentajes son inferiores a las primas, que se han incrementado en un 8,11%, debido al aumento de la facturación en los ramos de autos y hogar.

Reaseguro cedido no vida (euros)

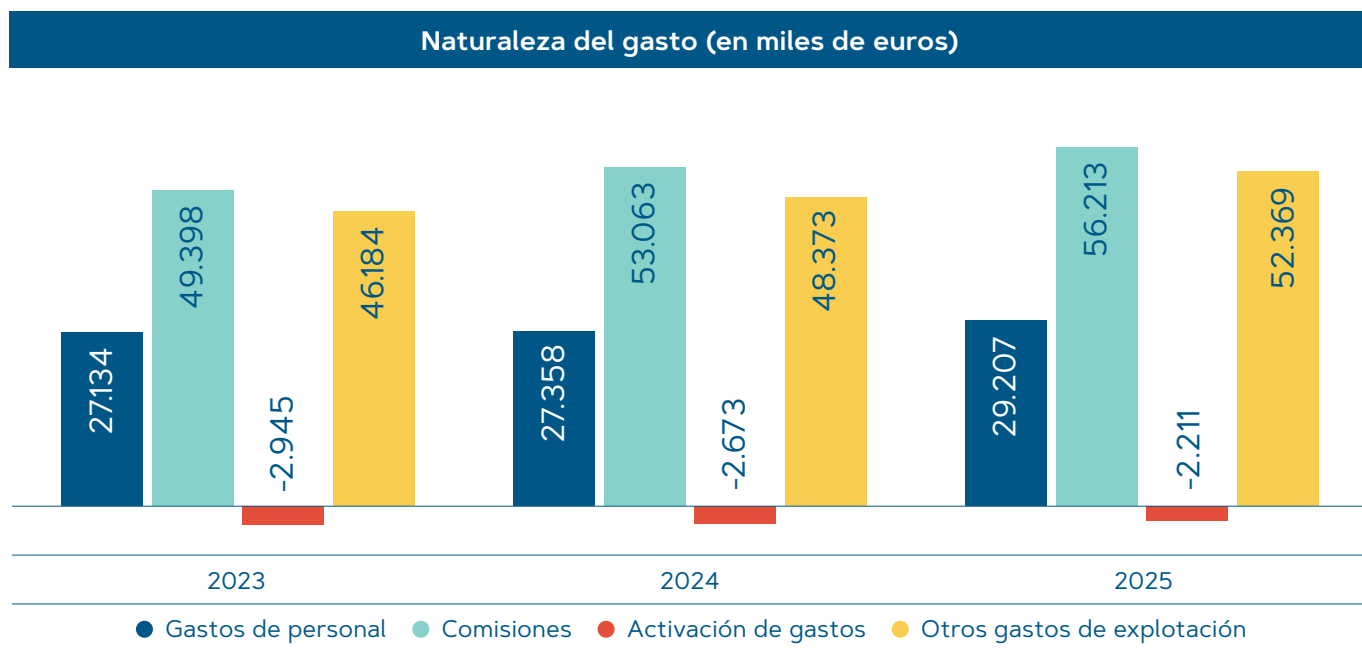
	2023	2024	2025
Prestaciones pagadas	34.402.440	39.904.067	41.897.070
Provision para prestaciones	23.568.543	22.536.292	23.419.960
Primas de reaseguro	42.285.964	46.749.719	50.539.745

Gastos de gestión

Los gastos de gestión alcanzaron en 2025 los 135 millones de euros frente a los 126 millones de euros de 2024. No obstante, el ratio de gastos sobre primas se ha reducido, como se puede observar en el cuadro del ratio combinado. En cuanto a los gastos clasificados por naturaleza, como se puede observar en el gráfico siguiente, se han incrementado todas las partidas.

Planes de productividad

Desde hace varios años se vienen ejecutando diversos planes de productividad. Estos se abordan de manera transversal a través de diferentes líneas de trabajo, destacando: digitalización, robotización y automatización de procesos, uso de la inteligencia artificial, optimización de espacios, eficiencia energética, renegociaciones con proveedores y análisis de los costes de servicios externos y consultorías, entre otros.



Ratio combinado

En su conjunto, el ratio combinado, que engloba la siniestralidad más los gastos de gestión, se ha situado en el ejercicio 2025 en un 103,13%, dato que mejora el 104,79% de 2024.

Evolución del ratio combinado total

	2023	2024	2025
Siniestralidad	72,60%	71,96%	71,01%
Gastos de gestión	33,62%	32,83%	32,12%
Ratio combinado	106,22%	104,79%	103,13%

Inversiones

En 2025 la sociedad matriz ha seguido manteniendo criterios conservadores de inversión, siguiendo las directrices marcadas por el Consejo de Administración que aprueba las políticas y estrategias de inversión presentadas por la Comisión de Inversiones*. Pelayo mantiene actualizados dos Códigos de Conducta de Inversiones aprobados por el Consejo de Administración y la Asamblea de Mutualistas, así como la Política de Gestión del Riesgo de Inversión, Liquidez y Activos y Pasivos y el Manual correspondiente, que recogen tanto las políticas y estrategias como los procedimientos de inversión. Su adecuación y cumplimiento son evaluados por la Comisión de Inversiones y el Departamento de Auditoría Interna.

En 2025 y siguiendo con la tendencia iniciada en ejercicios anteriores, han seguido mejorando las

valoraciones de inversiones en cartera pasando de unas plusvalías netas de 2,94 millones en 2024 a 6,39 millones de euros en el ejercicio 2025. También hay que reseñar el fuerte crecimiento de la cartera de inversión de la Mutua, donde hemos pasado de una posición cercana a los 450-460 millones de euros a una posición de 525-530 millones a cierre del ejercicio 2025.

Del mismo modo, la cartera de inversión inmobiliaria de la Mutua ha pasado de unas plusvalías latentes de 61,11 millones a 65,82 millones en el ejercicio 2025. En esta positiva evolución, hay que hacer referencia a que la cartera inmobiliaria de la Mutua ha sufrido una disminución provocada por el proceso de reorganización de activos inmobiliarios no rentables, realizada en los tres últimos ejercicios.

	2023			2024			2025		
	Valor mercado	%	Plusvalía/ minusvalía	Valor mercado	%	Plusvalía/ minusvalía	Valor mercado	%	Plusvalía/ minusvalía
Monetario	44,35	9,91	-	26,51	5,48	-	21,82	4,51	-
Renta fija	326,57	72,95	-12,59	355,69	73,56	-4,46	415,52	85,81	-0,17
Renta variable	0		-	3,59	0,74	-0,18	2,37	0,49	-0,03
Fondos de inversión	76,74	17,14	2,98	98,42	20,33	7,58	84,76	17,50	6,59
Otros	0	0		0	0		0	0,00	

*Para más información sobre el funcionamiento de los órganos de gobierno, ver el apartado de Buen Gobierno.

Evolución y distribución de la cartera de inversiones

	2023			2024			2025		
	Valor mercado	%	Plusvalía/ minusvalía	Valor mercado	%	Plusvalía/ minusvalía	Valor mercado	%	Plusvalía/ minusvalía
Total inv. financieras	451,30	73,84	-9,61	488,27	75,84	2,94	530,77	77,84	6,39
Total inv. materiales	159,91	26,16	59,30	155,57	24,16	61,11	151,09	22,16	65,82



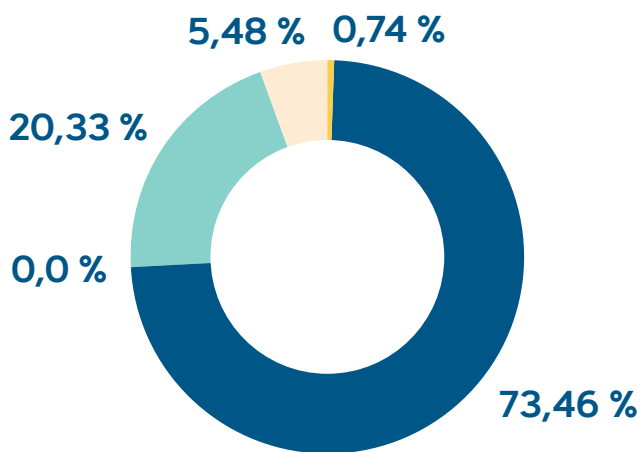
La duración de la cartera financiera en el ejercicio 2025 se ha situado en 3,71, frente a unas duraciones del ejercicio anterior de 3,83, las duraciones son calculadas a la primera call. En 2025 Pelayo ha mantenido, al igual que en el ejercicio 2024, su

nivel de rating medio en BBB. La evolución de la rentabilidad de las inversiones para cada grupo de inversión a 31 de diciembre de los últimos ejercicios, comparada con la de los mercados de referencia, se refleja en el siguiente cuadro:

Descripción		2023	2024	2025	
Corto plazo	Euribor	Año	3,51%	2,56%	2,24%
		Mes	3,85%	2,85%	1,94%
	Mutua	1,31%	3,09%	1,91%	
Renta fija	Deuda estado	5 años	2,62%	2,58%	2,68%
		10 años	2,95%	3,06%	3,29%
	Mutua	3,34%	3,55%	3,39%	
Renta variable	Ibex	22,76%	14,78%	49,27%	
	Mutua	4,35%	7,01%	8,66%	

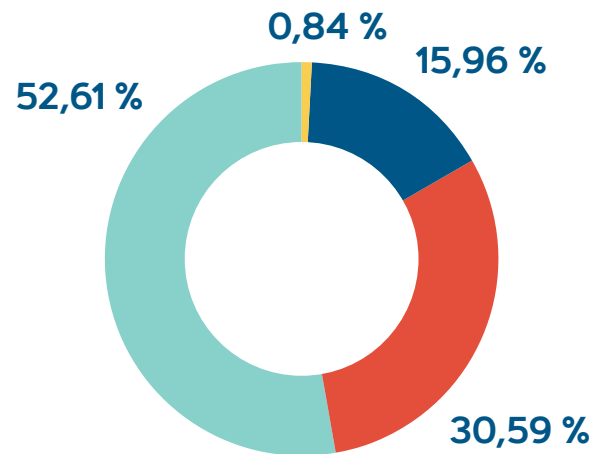


Distribución de inversiones financieras



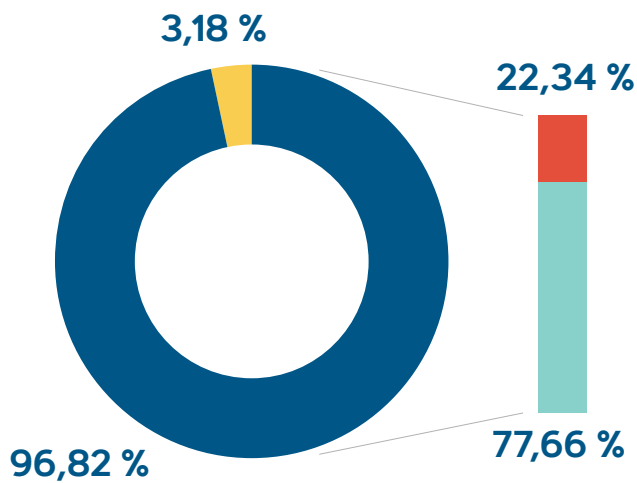
- Renta variable
- Renta fija
- Otros
- Fondos de inversión
- Monetarios

Distribución de la cartera de renta fija por calificación



- Excelente
- <BBB-
- Alta
- Media

Distribución renta fija



- Renta a largo plazo
- Renta a corto plazo
- Estado
- Privada

Solvencia

El Grupo Pelayo cuenta con una situación de solvencia muy sólida, con un ratio de cobertura de los fondos propios sobre el capital de solvencia exigido del 2,3 que cumple con las exigencias de la normativa, en línea con los ratios de solvencia de años anteriores.

	2023	2024	2025 (T3*)
Ratio solvencia Grupo Pelayo	2,2	2,1	2,1
Ratio de solvencia Pelayo	2,3	2,2	2,3





pelayo[®]



7. Cliente- Mutualista.

Datos clave 2025



Total Clientes

853.074



Nuevos clientes

153.956



Índice Satisfacción Cliente (ISC)

8,36



Ratio de bajas de cliente

18,2 %

Tomadores de seguros por ramos



Autos

77,6 %



Hogar

29,5 %



Vida

2,6 %



Otros

2,8 %

Desarrollo de los clientes con Panthea

En la firme apuesta de Pelayo por el CRM Panthea, se ha continuado avanzando durante 2025, incorporando nuevas funcionalidades que optimizan la gestión del cliente. Estas mejoras abarcan tanto la operativa de los agentes como la del Contact Center, dentro de la estrategia de omnicanalidad comercial, que permite al cliente elegir el canal que prefiera, garantizando una experiencia homogénea en todos los entornos, tanto en la contratación como en la renovación.

En línea con la cualificación de datos de interés de nuestros clientes, los agentes registran en Panthea información sobre productos y servicios de interés para sus clientes, así como fechas de vencimiento,

lo que nos permite ofrecerles en el momento oportuno el producto que necesitan. Esta apuesta por una venta cruzada más cualificada se traduce en mejores ratios de conversión y en una experiencia más satisfactoria, al acertar tanto en el producto como en el momento.

Asimismo, se ha trabajado en la modelización de scorings de propensión a la contratación de determinados productos, que se incorporan a nuestras estrategias comerciales, tanto en campañas lanzadas desde Marketing como en la actividad de los agentes. De este modo, pueden ofrecer a su cartera los productos más adecuados, alineados con sus intereses.

En esta línea, se han implementado múltiples campañas con excelentes resultados, utilizando Panthea como herramienta clave para el desarrollo del cliente. Destacan las campañas de venta cruzada en productos de autos, hogar y vida, apoyadas en modelos de propensión y en la asignación de tareas específicas para cada agente, facilitando el cumplimiento de los objetivos comerciales. También se han llevado a cabo campañas de mejora de coberturas en pólizas con primas por debajo del objetivo, obteniendo aprendizajes valiosos y ratios de conversión significativos.

En cuanto a retención y recobro, Panthea se utiliza tanto desde el Contact Center como desde la red

para gestionar clientes en los ramos de auto, hogar, vida, salud y mascotas. Además, el Plan de Fidelización queda reflejado en Panthea, indicando si el cliente ha canjeado su regalo y si Pelayo ha realizado acciones para poner en valor este programa, consolidando a Panthea como herramienta fundamental en la activación de las palancas de fidelización.

Por último, toda la información registrada en Panthea nos permite realizar un seguimiento detallado de la actividad y de los ratios de conversión, lo que facilita comprender tanto el comportamiento del cliente como el de la red comercial. Este análisis es clave para identificar oportunidades y proponer acciones de mejora que impulsen la eficiencia y la calidad del servicio.



Maestro de Clientes: una visión única y confiable del cliente

En Pelayo estamos trabajando en la consolidación del Maestro de Clientes como un modelo de datos central y escalable, diseñado para integrar información procedente de distintas entidades y dominios. Este sistema estará conectado con los sistemas core y otras fuentes relevantes, con el objetivo de estructurar y enriquecer la visión integral del cliente, facilitando una toma de decisiones más precisa y orientada al negocio desde una perspectiva centrada en el cliente.

El Maestro de Clientes proporcionará una visión única y coherente, sustentada en un sistema robusto e integrado que garantice una única verdad y datos consolidados y fiables. Gracias a ello, podremos relacionar clientes, identificar potenciales, y resolver duplicidades e incoherencias, asegurando la calidad y consistencia de la información.

Entre los beneficios clave destacan:

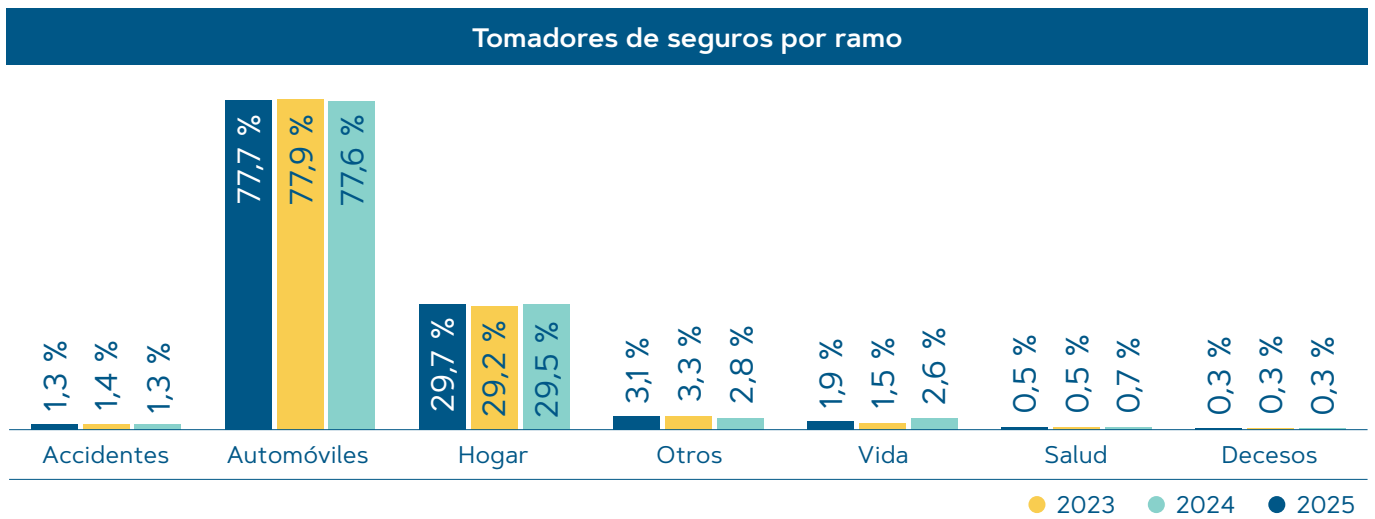


- Gobernanza del dato de clientes, asegurando su integridad y trazabilidad.
- Visión transversal del cliente en toda la compañía, habilitando un reporting más completo y estratégico.
- Creación de modelos de analítica avanzada para anticipar necesidades y comportamientos.
- Activación de acciones comerciales con foco en venta, retención y fidelización.
- Mejora en la atención y experiencia del cliente, impulsando la activación comercial.
- Nurturing de leads, optimizando la conversión y el aprovechamiento de oportunidades.
- Este proyecto será un pilar fundamental para evolucionar hacia una gestión más inteligente, eficiente y orientada al cliente.

Distribución por ramo de la cartera de la Entidad matriz

Dentro de la cartera de clientes, podemos observar que un 77,6 % de los clientes tienen un ramo de auto contratado, siendo el ramo mayoritario. Pólizas de hogar, tienen un 29,5 % de los clientes y del resto

de ramos existe una presencia más reducida: Vida (2,6 %), salud (0,7 %), decesos (0,3 %), accidentes (1,3 %) y otros ramos (2,8 %).





En cuanto a la distribución por cliente, la mayoría cuenta con una sola póliza (74,24 %). Si analizamos la tenencia por ramos, el 87,16 % de los clientes concentra sus seguros en un único ramo, mientras que el 12,84 % dispone de pólizas en más de uno.

Pelayo mantiene presencia en todo el territorio nacional, al igual que su cartera de clientes. Las zonas con mayor concentración son el Norte (14,05 %) y Sur (12,64 %), seguidas por Levante (11,79 %), Centro (11,56 %), Noreste (11,56 %) y Canarias (10,68 %).

Por provincias, Madrid lidera con el 13,63 % del total (más de 112.000 clientes), seguida de Barcelona con el 8,6 % (alrededor de 72.000). A mayor distancia se sitúan Sevilla (4,60 %), Asturias (4,14 %), Málaga (3,93 %), Valencia (3,89 %), Alicante (3,66 %), A Coruña (3,16 %) y Murcia (3,08 %).





pelayo[®]



8. Personas.

Evolución de la plantilla

El número de empleados del Grupo al cierre del ejercicio 2025 ha sido de 950, frente a los 1.002 de 2024. Cabe resaltar que el 65 % de la plantilla integra la red territorial y el 35 % restante los Servicios Centrales. Por otro lado, la edad media de la plantilla se sitúa en los 49 años y la antigüedad media alcanza los 19 años a cierre de 2025.

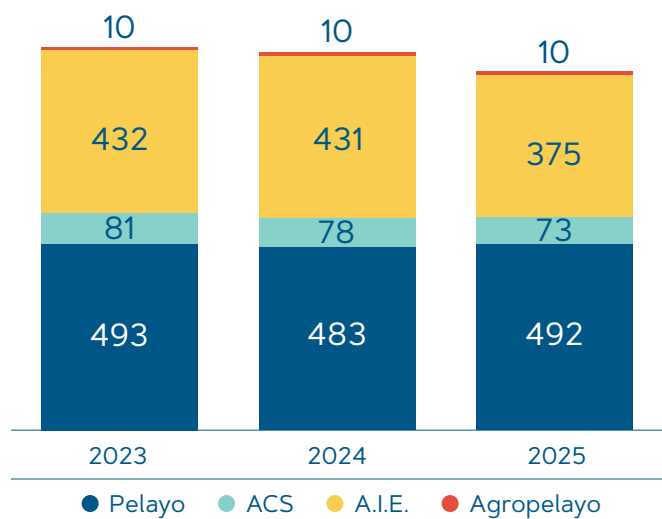
El equipo humano está integrado por un 63,4 % de mujeres y un 36,6 % de hombres. En el año 2025 las mujeres han ocupado el 36,3 % de los puestos directivos en Pelayo, frente al 31,8 % del ejercicio anterior.

Durante 2025 causaron baja voluntaria 11 personas (4 hombres y 7 mujeres) y el índice de rotación no deseada fue del 0,3 %, ligeramente inferior al del ejercicio anterior, pero manteniéndose en niveles bajos.

Este año se han transformado 1 puesto temporal en indefinido (hombre) y la tasa de empleo fijo ha sido del 97,2 % (923 empleados con contrato indefinido), manteniéndose el elevado porcentaje de contratación fija frente a la contratación temporal.



Evolución de la plantilla por filial





Estructura del personal

El número de personas empleadas en la Mutua a 31 de diciembre de 2025 era de 492, frente a las 483 empleadas a 31 de diciembre de 2024, con el siguiente detalle según la clasificación contenida en el Convenio Colectivo vigente:

Ejercicio 2025

Categoría	Hombres	Mujeres
Consejeros	2	0
Grupo 0 nivel 0	1	4
Grupo I nivel 1º	6	4
Grupo I nivel 2º	0	1
Grupo I nivel 3º	6	2
Grupo II nivel 4º	56	12
Grupo II nivel 5º	43	80
Grupo II nivel 6º	60	200
Grupo III nivel 8º	2	7
Grupo IV nivel 9º	2	4
Total empleados	178	314

El número medio de empleados a 31 de diciembre de 2025 y 2024 ha sido de 486,42 y de 488,67 respectivamente.

Adicionalmente, el número de personas con discapacidad empleadas por la Mutua a 31 de diciembre de 2025 era de 9, y su detalle según la clasificación contenida en el Convenio Colectivo vigente es como sigue:

Empleados con discapacidad - Ejercicio 2025

Categoría	Hombres	Mujeres
Grupo II nivel 5º	1	1
Grupo II nivel 6º	2	5
Total empleados	3	6



pelayo[®]



9. Información aplazamiento de pago a proveedores.

A continuación, se detallan las características de los pagos realizados a proveedores en el ejercicio 2025 y 2024 en la Mutua:

	2025	2024
CONCEPTO	Días	Días
Período medio de pago a proveedores	19,92	23,34
Ratio de operaciones pagadas	19,94	21,63
Ratio de operaciones pendientes de pago	19,34	42,33
CONCEPTO	Importe	Importe
Total de pagos realizados	99.852.220,30	96.119.699,91
Total de pagos pendientes	3.680.103,95	8.634.174,53
Información pagos realizados período inferior a la normativa de morosidad	Importe	Importe
Número de facturas pagadas	12.812	12.883
% (número de facturas pagadas sobre el total facturas pagadas)	1%	95,50 %
Volumen de facturas pagadas	94.246.352,92	94.803.736,66
% (importe facturas pagadas sobre el importe total de facturas pagadas)	94,39 %	98,63 %



10
11
12
13



pelayo



10. Actividades de investigación y desarrollo.

No se han realizado actividades de investigación y desarrollo durante 2025.

11. Acciones propias.

No aplica a la Mutua.

12. Hechos posteriores.

Desde el 31 de diciembre de 2025 hasta la fecha no se ha producido ningún hecho relevante.

13. Otra información.

Pelayo Mutua se acoge a la dispensa establecida en el artículo segundo de la Ley 11/2018 de 28 de diciembre, de información no financiera y diversidad, de no publicar un estado de información no financiera, al ser una sociedad dependiente de un Grupo, Grupo Pelayo, que publica un Estado de Información No Financiera Consolidado en su Informe de Gestión Consolidado.

pelayo 