

MAPFRE refuerza su diversificación geográfica

16/03/2015



En 2020 el 75 por ciento de los ingresos del grupo MAPFRE provendrán de fuera de España.

- El Grupo presenta sus oportunidades de negocio en cada región y las iniciativas estratégicas más relevantes para los próximos tres años.
- Apuesta por el negocio digital: el 7 por ciento de las primas provendrán de este canal en 2020.
- Incrementará la diversificación de negocio: en 2020 las primas de Vida y Salud representarán alrededor del 35 por ciento del total.
- Proseguirá con su política de contención de costes, que permitirá mantener el ratio de gastos en un máximo del 28 por ciento sobre las primas.
- Desarrollará un plan para incrementar la cuota de mercado en el negocio de Automóviles en España y Portugal.
- Prevé aumentar en México su cuota del 6 al 10 por ciento en cinco años, apoyado en la red comercial y en el negocio digital.
- La tasa impositiva efectiva del Impuesto de Sociedades del Grupo se situó en 2014 en el 27,4 por ciento, con una contribución a las Administraciones Públicas de más de 1.300 millones de euros.
- MAPFRE adapta sus Estatutos a las nuevas exigencias sobre Gobierno Corporativo.
- El dividendo con cargo a resultados de 2014 crece un 7,7 por ciento.

El Presidente de MAPFRE, Antonio Huertas, ha avanzado durante la Junta General de Accionistas, celebrada en Madrid, algunos de los retos del Grupo para los próximos años, entre los que destacan seguir fortaleciendo su diversificación geográfica y de negocios, de modo que en 2020, los ingresos procedentes de fuera de España representen como mínimo el 75 por ciento del total, y las primas de Vida y Salud aporten alrededor del 35 por ciento.

La Junta también ha aprobado las cuentas del ejercicio 2014 y la propuesta de abonar un dividendo total con cargo a los resultados del año pasado de 0,14 euros por acción, lo que representa un incremento del 7,7 por ciento respecto al año anterior. El resto de Acuerdos también ha contado con un amplio respaldo por parte de los accionistas. Entre ellos, destacan los referidos al Buen Gobierno: la Junta ha aprobado la modificación de los Estatutos Sociales de MAPFRE y el nuevo Reglamento de la Junta General para adaptarlos a las últimas modificaciones legislativas.

Antonio Huertas ha analizado las expectativas económicas de cada región donde MAPFRE opera y las oportunidades de negocio en las mismas y ha presentado las iniciativas estratégicas más relevantes para los próximos tres años. En este sentido, ha señalado que MAPFRE seguirá potenciando la multicanalidad y avanzando en el desarrollo de su red comercial, abriendo oficinas en la mayoría de los países en los que opera e impulsando nuevos acuerdos de distribución (especialmente en los países del Área Regional Latam Sur, en Estados Unidos y en Turquía).

Asimismo, el Grupo potenciará el proyecto de Global Risks de forma significativa en Europa, con el objetivo de incrementar el negocio entre los grandes grupos industriales del continente, y en Brasil, diseñando un plan con un enfoque específico para la gran empresa brasileña.

MAPFRE seguirá aprovechando las sinergias entre las diferentes unidades y continuará con una política de contención de costes, lo que permitirá mantener el ratio de gastos internos totales en un máximo del 28 por ciento sobre las primas.

Antonio Huertas señaló que MAPFRE desarrollará un plan para convertir a la compañía en uno de los líderes globales en distribución digital en 2020, año en el que al menos el 7 por ciento de las primas de MAPFRE procederán de este canal. Asimismo, impulsará la innovación como eje diferenciador de la compañía en todos los mercados en los que opera como base para ofrecer el mejor servicio para sus clientes.

Durante la Junta, se ha resaltado el compromiso de MAPFRE por impulsar el desarrollo de los países en los que está presente. En este sentido, se ha destacado la contribución del Grupo a las Administraciones Públicas. En 2014, MAPFRE ha pagado más de 1.300 millones de euros, con una tasa impositiva efectiva del Impuesto de Sociedades del Grupo del 27,4 por ciento.

Antonio Huertas ha subrayado que en España y Portugal, MAPFRE pondrá en marcha un plan de negocio con el fin de incrementar la cuota de mercado en Automóviles, y potenciará las acciones de fidelización y venta cruzada, apoyándose en la red comercial y captando nuevos agentes. Además continuará avanzando para contar con una estructura más simplificada y eficiente.

Respecto a Latinoamérica, cabe destacar que en México se prevé incrementar la cuota de mercado del 6 al 10 por ciento en cinco años, gracias al desarrollo de la red comercial, de una red específica del negocio de Vida y al negocio digital. Además, se contempla la posibilidad de buscar acuerdos o alianzas con otros grupos aseguradores o financieros para incrementar la dimensión de MAPFRE en México. En Latam Sur, el Grupo diseñará un plan comercial específico para empresas multilaterales.

En relación con estas Áreas, Jesús Martínez Castellanos, actual Director General de Negocios y Clientes del Área Regional Iberia, ha sido nombrado CEO de MAPFRE MÉXICO, sustituyendo a José Carpio, que se incorpora

como nuevo responsable de MAPFRE en Colombia, al jubilarse su actual CEO, Raúl Fernández Maseda. Asimismo, también se ha nombrado a Roy Medina nuevo Gerente General para Costa Rica, en sustitución de Carlos Granjel, que se incorporará al equipo comercial de MAPFRE MÉXICO.

En Brasil, MAPFRE, que ya ha empezado a operar en el negocio de Salud, continuará desarrollando su red comercial, a través de la figura del corresponsal bancario como distribuidor de seguros en el mundo rural, formando más agentes especializados y potenciando la distribución a través de máquinas expendedoras en supermercados.

MAPFRE, que ya opera en 19 Estados de Norteamérica, prevé ampliar su presencia a Illinois, Virginia y Wisconsin en 2017 y desarrollar un plan conjunto con México para potenciar el negocio transfronterizo entre ambos países. Asimismo, abrirá oficinas en concesionarios de automóviles y potenciará los acuerdos de distribución con supermercados en la costa oeste. También se potenciará la comercialización de productos para empresas en nuevos estados, como Massachusetts, Florida, Pennsylvania y Arizona, y se desarrollará un programa de asistencia en carretera para vehículos comerciales en California. Asimismo, se pondrá en marcha una estrategia de distribución digital en Estados Unidos, a través de una operación de seguro directo de Automóviles, similar a la de VERTI en España, y se potenciará la oferta online de MAPFRE.

En el Área Regional EMEA, MAPFRE está trabajando en la integración de Direct Line Italia y Alemania, una operación que supondrá la incorporación al Grupo de casi 1.300 personas, 1,6 millones de clientes y unas primas de 714 millones de euros. En Turquía, por su parte, se impulsará el negocio de Vida-Riesgo.

En China, MAPFRE trabaja en el diseño de una compañía especializada en la venta on line de seguros de Automóviles a través de dispositivos móviles y para ello buscará formas de colaboración con los principales canales y plataformas de distribución digitales del país. La solicitud para operar en la región elegida (Shandong) ya ha sido presentada a las autoridades chinas.

Respecto al negocio reasegurador, Antonio Huertas subrayó que MAPFRE RE abrirá oficinas en nuevos países y se iniciarán operaciones de reaseguro de Vida en Estados Unidos.

Acerca de MAPFRE:

MAPFRE es una aseguradora global con presencia en 49 países de los cinco continentes. Es el líder del mercado asegurador español, el primer grupo asegurador multinacional en América Latina y uno de los 10 mayores grupos europeos por volumen de primas. MAPFRE cuenta con más de 37.000 empleados y más de 27 millones de clientes en todo el mundo. En 2014 su beneficio neto superó los 845 millones de euros y sus ingresos ascendieron a 26.367 millones.