

A MAPFRE REFORÇA A SUA DIVERSIFICAÇÃO GEOGRÁFICA: EM 2020, 75% DA RECEITA DO GRUPO SERÁ PROVENIENTE DE FORA DA ESPANHA

- O Grupo apresenta as suas oportunidades de negócios em cada região e as iniciativas estratégicas mais relevantes para os próximos três anos.
- Aposta no negócio digital: 7% dos prémios serão provenientes deste canal em 2020.
- Aumentará a diversificação do negócio: em 2020, os prémios Vida e Saúde representarão cerca de 35% do total.
- Continuará com a sua política de contenção de custos, que permitirá manter a proporção de gastos de, no máximo, 28% sobre os prémios.
- Desenvolverá um plano para aumentar a cota de mercado no negócio de Automóveis na Espanha e em Portugal.
- Prevê aumentar a sua cota no México de 6% para 10% em cinco anos, apoiado na rede comercial e no negócio digital.
- A taxa impositiva efetiva do Imposto de Sociedades do Grupo situou-se, em 2014, em 27,4%, com uma contribuição às Administrações Públicas superior a 1,3 bilhões de euros.
- A MAPFRE adapta os seus Estatutos às novas exigências sobre o Governo Corporativo.
- O dividendo relativo aos resultados de 2014 cresce 7,7%.

O Presidente da MAPFRE, Antonio Huertas, adiantou durante a Assembleia Geral de Acionistas, celebrada hoje em Madri, alguns dos desafios do Grupo para os próximos anos, entre os quais se destacam continuar a fortalecer a sua diversificação geográfica e de negócios, de modo que em 2020, os rendimentos procedentes de fora da Espanha representem, pelo menos, 75% do total, e os prêmios de Vida e Saúde contribuam com cerca de 35%.

A Assembleia aprovou também as contas do exercício de 2014 e a proposta de pagar um dividendo relativo aos resultados do ano passado de 0,14 euros por ação, o que representa um aumento de 7,7% em relação ao ano anterior. O restante dos Acordos também contou com um amplo apoio por parte dos acionistas. Entre eles, destacam os referentes à Boa Governança: a Assembleia aprovou a modificação dos Estatutos Sociais da MAPFRE e o novo Regulamento da Assembleia General para adaptá-los às modificações legislativas mais recentes.

Antonio Huertas analisou as expectativas econômicas de cada região em que a MAPFRE opera e as suas oportunidades de negócios, e apresentou as iniciativas estratégicas mais relevantes para os próximos três anos. Neste sentido, assinalou que a MAPFRE continuará potencializando a multicanalidade e avançando no desenvolvimento da sua rede comercial, abrindo escritórios na maioria dos países em que opera e impulsionando novos acordos de distribuição (especialmente nos países da Área Regional Sul da América Latina, nos Estados Unidos e na Turquia).

Além disso, o Grupo potencializará o projeto de Global Risks de forma significativa na Europa, com o objetivo de aumentar o negócio entre os grandes grupos industriais do continente, e no Brasil, projetando um plano com um enfoque específico para as empresas brasileiras de grande porte.

A MAPFRE continuará aproveitando as sinergias entre as diferentes unidades e continuará com uma política de contenção de custos, o que permitirá manter a proporção de gastos internos totais em, no máximo, 28% sobre os prêmios.

Antonio Huertas assinalou que a MAPFRE desenvolverá um plano para tornar a companhia em um dos líderes globais na distribuição digital em 2020, ano em que, pelo menos, 7% dos prêmios da MAPFRE procederão deste canal. Além disso, impulsionará a inovação como elemento diferenciador da companhia em todos os mercados nos quais opera, como base para oferecer o melhor serviço aos seus clientes.

Durante a Assembleia, destacou-se o compromisso da MAPFRE em impulsionar o desenvolvimento dos países onde está presente. Neste sentido, destacou-se a

contribuição do Grupo para as Administrações Públicas. Em 2014, a MAPFRE pagou mais de 1,3 bilhões de euros, com uma taxa impositiva efetiva do Imposto de Sociedades do Grupo de 27,4%.

Antonio Huertas sublinhou que, na Espanha e em Portugal, a MAPFRE colocará em marcha um plano de negócios com o objetivo de incrementar a cota de mercado em Automóveis, e potencializará as ações de fidelização e venda cruzada, apoiando-se na rede comercial e captando novos agentes. Além disso, continuará avançando para contar com uma estrutura mais simplificada e eficiente.

Com relação à América Latina, cabe destacar que se prevê o aumento da cota de mercado no México de 6% para 10% em cinco anos, graças ao desenvolvimento da rede comercial, de uma rede específica do negócio de Vida e ao negócio digital. Além disso, é contemplada a possibilidade de buscar acordos ou parcerias com outros grupos seguradores ou financeiros para aumentar a dimensão da MAPFRE no México. No Sul da América Latina, o Grupo projetará um plano comercial específico para empresas multilatinas.

Com relação a estas Áreas, Jesús Martínez Castellanos, atual Diretor Geral de Negócios e Clientes da Área Regional Ibéria, foi nomeado CEO da MAPFRE MÉXICO, substituindo José Carpio, que será incorporado como novo responsável da MAPFRE na Colômbia ao aposentar-se o seu atual CEO, Raúl Fernández Maseda. Além disso, também nomeou-se Roy Medina como o novo Gerente Geral para a Costa Rica, em substituição de Carlos Granjel, que se incorporará à equipe comercial da MAPFRE MÉXICO.

No Brasil, a MAPFRE, que já começou a operar no negócio de Saúde, continuará desenvolvendo a sua rede comercial, através da figura do correspondente bancário como distribuidor de seguros no mundo rural, formando mais agentes especializados e potencializando a distribuição através de máquinas de venda automática nos supermercados.

A MAPFRE, que já opera em 19 Estados da América do Norte, prevê ampliar a sua presença a Illinois, Virgínia e Wisconsin em 2017 e desenvolver um plano conjunto com o México para potencializar o negócio transfronteiriço entre ambos os países. Além disso, abrirá escritórios em concessionárias de automóveis e potencializará os acordos de distribuição com supermercados na costa oeste. Também será potencializada a comercialização de produtos para empresas em novos estados, como Massachusetts, Flórida, Pensilvânia e Arizona, e se desenvolverá um programa de assistência rodoviária para veículos comerciais na Califórnia. Além disso, se implementará uma estratégia de distribuição digital nos Estados Unidos,

através de uma operação de seguro direto de Automóveis, semelhante à da VERTI na Espanha, e será potencializada a oferta on-line da MAPFRE.

Na Área Regional EMEA, a MAPFRE está trabalhando na integração de Direct Line Itália e Alemanha, uma operação que suporá a incorporação ao Grupo de quase 1.300 pessoas, 1,6 milhões de clientes e prêmios de 714 milhões de euros. Na Turquia, por sua vez, se impulsionará o negócio de Vida-Risco.

Na China, a MAPFRE trabalha no projeto de uma companhia especializada na venda on-line de seguros de Automóveis através de dispositivos móveis, e para isso buscará formas de colaborar com os principais canais e plataformas de distribuição digitais do país. A solicitação para operar na região escolhida (Shandong) já foi apresentada às autoridades chinesas.

Com relação ao negócio de resseguros, Antonio Huertas sublinhou que a MAPFRE RE abrirá escritórios em novos países e se iniciarão operações de resseguro de Vida nos Estados Unidos.

Sobre a MAPFRE:

A MAPFRE é uma seguradora global presente em 49 países nos cinco continentes. É líder do mercado de seguros espanhol, o primeiro grupo segurador multinacional na América Latina e um dos 10 maiores grupos europeus por volume de prêmios. A MAPFRE tem mais de 37.000 colaboradores e mais de 27 milhões de clientes ao redor do mundo. Em 2014, seu lucro líquido superou 845 milhões de euros e sua receita atingiu 26.367 bilhões.