



Madrid, 10 de febrero de 2016

COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

Se acompaña a la presente copia de la documentación que se entregará en próximas reuniones a celebrar con medios de comunicación.

Ángel L. Dávila Bermejo
Secretario General

Antonio Huertas
Presidente de MAPFRE

MAPFRE
en 2015

Presentación de
resultados anuales
10 de febrero de 2016

Los resultados de MAPFRE

	2014	2015	Δ%
Ingresos consolidados	26.367	26.702	+ 4,1
Primas	21.816	22.312	+ 2,3
Beneficio atribuible	845	709	- 16,1
Ratio combinado*	95,8	98,6	+ 2,8 p.p.

Claves del Ejercicio 2015

- Las **primas** de seguros **crecen** en moneda local **en la mayoría de los países**
- El resultado, afectado por las tormentas de invierno de EE.UU., que han elevado 1,3 puntos el Ratio Combinado
- España: Vuelta al crecimiento en Automóviles;** aumentos superiores al mercado en **Hogar y Salud**

Claves del Ejercicio 2015

- | Dotación de **provisiones** en algunos países para atenuar volatilidad en resultados de próximos años
- | El **negocio reasegurador**, que aporta más del 15 por ciento de las primas, mejora **un 11,6** por ciento
- | El negocio de **fondos de inversión** y carteras gestionadas en España sube un **9 por ciento**

MAPFRE crece en sus mercados estratégicos

USA ↑

Primas +8,7%
(moneda local)

México ↑

Primas +62,4%
(moneda local)

España ↑

Primas No Vida +1,8%
Salud +7,4%
Autos +0,9%

Brasil ↑

Primas (moneda local)
+3,6%

Turquía ↑

Primas +41,3%
(moneda local)



Unidades de negocio

Negocio asegurador

Primas: 18.415 millones € +0,6%

Beneficio neto: 675 millones € -15,3%

Reaseguro

Primas: 3.732 millones € +11,6%

Beneficio neto: 153 millones € +7,8%

Global risks

Primas: 1.175 millones € +12%

Beneficio neto: 58 millones € +32,8%

Asistencia

Ingresos: 1.210 millones € +6,4%

Beneficio neto (33 millones €)

Principales magnitudes

34

Millones de
clientes

+38.400

empleados

5.848

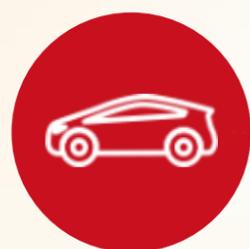
oficinas

+80.000

intermediarios

Negocio en más de 100 países

FOCO EN EL CLIENTE: Sólida posición en todos los ramos



Automóviles

+13.2 millones asegurados



Hogar

+5 millones asegurados



Salud

Casi 2 millones asegurados



Vida e Inversión

+ 21 millones de pólizas
Casi 38.000 millones de euros de activos gestionados



Empresas

Casi 2 millones de compañías aseguradas



Global Risk

+3.000 empresas aseguradas



Reaseguro

+1.600 compañías cedentes de 105 países



Asistencia

+90 millones de asegurados y casi
200 millones de beneficiarios

MAPFRE en 2015

Análisis en detalle del resultado

10 de febrero de 2016

Esteban Tejera
Vicepresidente de MAPFRE

Algunas cifras básicas: resultados

	2014	2015	%
INGRESOS CONSOLIDADOS	26.367	26.702	+ 4,1
PRIMAS	21.816	22.312	+ 2,3
BENEFICIO ATRIBUIBLE	845	709	- 16,1
RATIO COMBINADO NO VIDA	95,8	98,6	+ 2,8 p.p.

Algunas cifras básicas: balance y ahorro gestionado

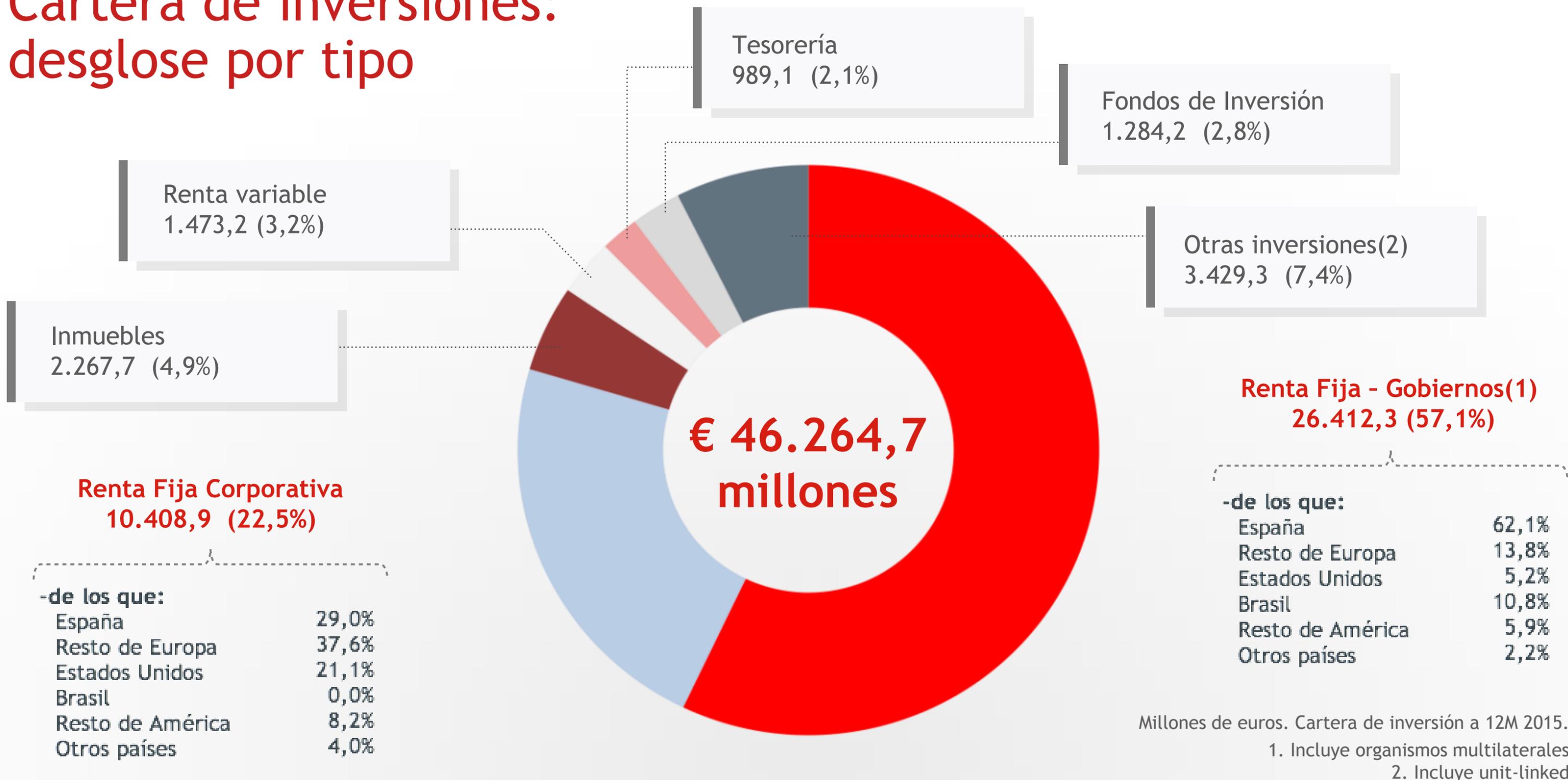
	2014	2015	%
PATRIMONIO NETO ⁽¹⁾	11.469	10.408	- 9,3
ACTIVOS TOTALES ⁽²⁾	65.415	63.489	-2,9
AHORRO GESTIONADO	37.795	37.917	+ 0,3

Millones de euros

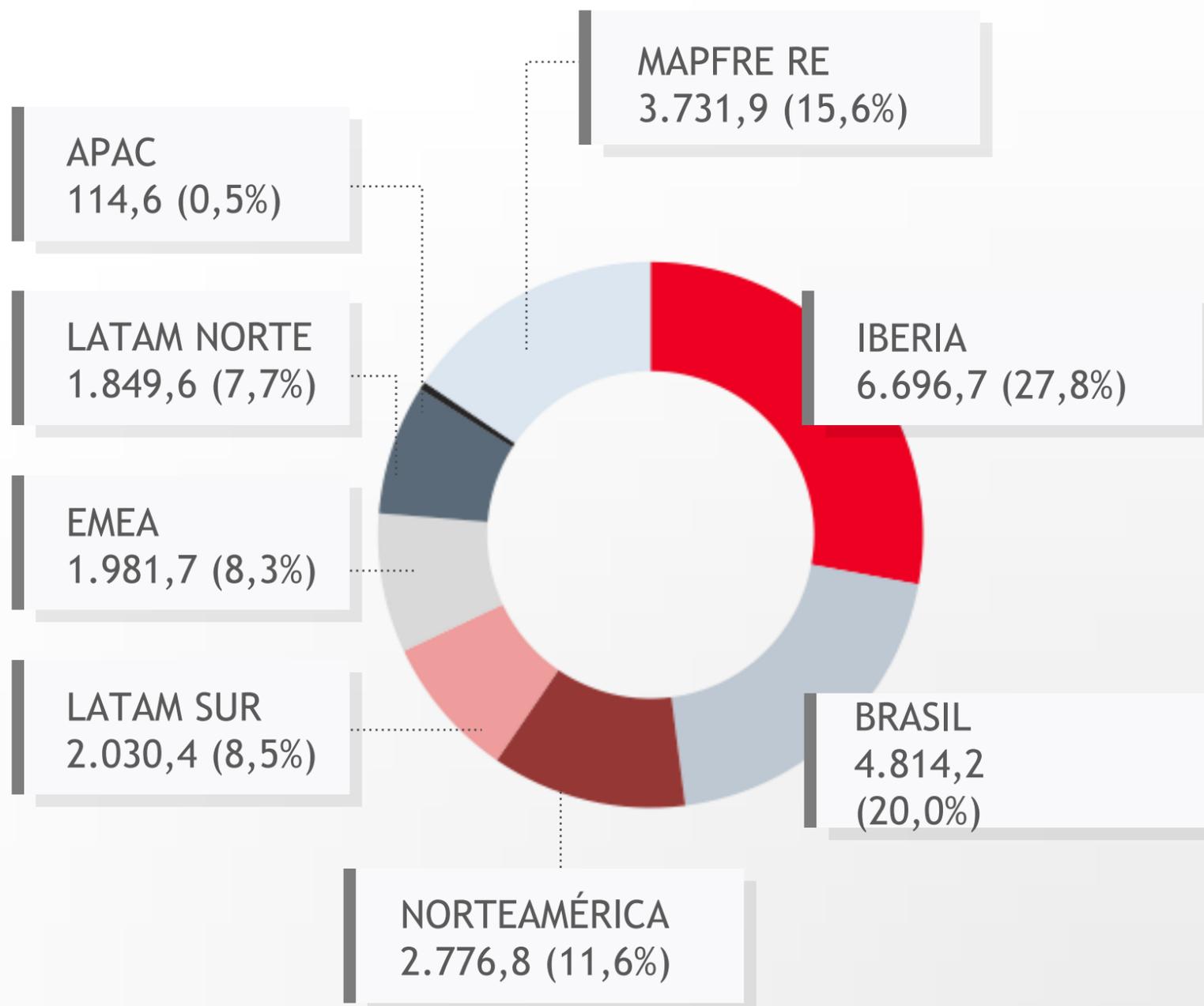
1. Incluye minoritarios

2. Incluye provisiones técnicas de Vida, Fondos de inversión y Fondos de pensiones

Cartera de inversiones: desglose por tipo



Primas



Millones de euros

Aportación al resultado atribuible

	EUR MM	%
IBERIA	494,8	57,9%
BRASIL	153,4	18,0%
NORTEAMÉRICA	-32,7	-3,8%
LATAM SUR	49,4	5,8%
EMEA	-2,4	-0,3%
LATAM NORTE	42,4	5,0%
APAC	-3,4	-0,4%
MAPFRE RE	152,6	17,9%
TOTAL	854,1	100,0%
Holdings y eliminaciones	-145,3	
Resultado atribuible	708,8	

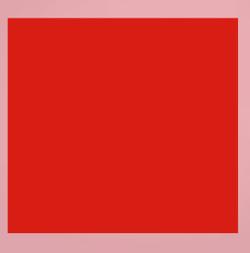
En 2015 se han tomado medidas estrictas y prudentes para conseguir un crecimiento rentable



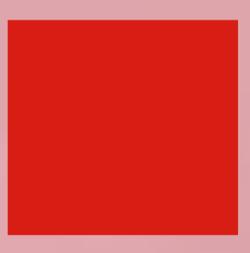
Impacto en el resultado antes de impuestos

Identificación de contratos deficitarios y optimización de la estructura de MAPFRE ASISTENCIA	-54,5
Aumento de provisiones en España (Automóviles y RC General)	-44,8
Aumentos de provisiones y alineamiento de las políticas de suscripción en Turquía, Colombia y México	-38,2
Menores plusvalías realizadas - No Vida & Vida	-47,7

Cuenta de resultados



PRIMAS NO VIDA: **17.441** millones de euros. (+6,5%)



PRIMAS VIDA: **4.871** millones de euros. (-10,6%)

Iberia

TOTAL PRIMAS: **6.697** millones de euros, un **27,8%** del total del Grupo

PRIMAS	2015	%
ESPAÑA	6.498	-2,5
PORTUGAL	199	-0,5

La evolución del negocio en España recoge:

- El crecimiento de las primas en los principales ramos de No Vida: Salud, Autos, Hogar y Decesos
- La contracción en el seguro de Vida, debido al contexto de bajos tipos de interés

Iberia



PRIMAS	2014	2015	%
Autos	2.026	2.044	+ 0,9
Hogar	611	626	+ 2,5
Salud	427	458	+ 7,4
Decesos	296	307	+ 3,7
Otros	186	195	+ 4,5
Empresas	641	637	- 0,5
TOTAL NO VIDA	4.352	4.429	+ 1,8

Iberia

Seguro Iberia

Entidades Vida
y Ahorro

	2014	2015	%
PRIMAS Vida	2.072	1.824	- 12
AHORRO GESTIONADO* Provisiones técnicas Vida	22.400	21.982	- 1,9
Fondos de pensiones	4.799	5.076	+ 5,8
Fondos de inversión y carteras gestionadas	3.534	3.853	+ 9
TOTAL	30.733	30.911	+ 0,6

Millones de euros.

* Descontado el efecto de CX

LATAM

Primas	2015	%
BRASIL	4.814	+3,6*
LATAM SUR	1.963	+6,6**
LATAM NORTE	1.850	+52,7

- Avances en moneda local en México (+62%), Perú (+27%), Argentina (+23%) o Chile (+13%)

Dato de primas emitidas y aceptadas en millones de euros.

* Porcentaje calculado en moneda local

**Excluye Venezuela, ya que la fuerte volatilidad experimentada por su moneda desvirtúa la comparación

Internacional

Primas	2015	%
NORTEAMÉRICA	2.777	+31,9
EMEA	1.982	+53,9
APAC	115	+13,2

- El volumen de primas en moneda local crece un 8,7% en EE.UU., un 4,4% en Puerto Rico, un 41% en Turquía y un 43% en Malta
- Direct Line Italia y Alemania aportan 374 millones de euros en primas desde junio

MAPFRE en 2015

VALORACIÓN Y ESTRATEGIA

Presentación de resultados anuales
10 de febrero de 2016

Antonio Huertas
Presidente de MAPFRE

Fundamentos de nuestra estrategia de crecimiento

El contexto
económico

Nuestra
presencia
global

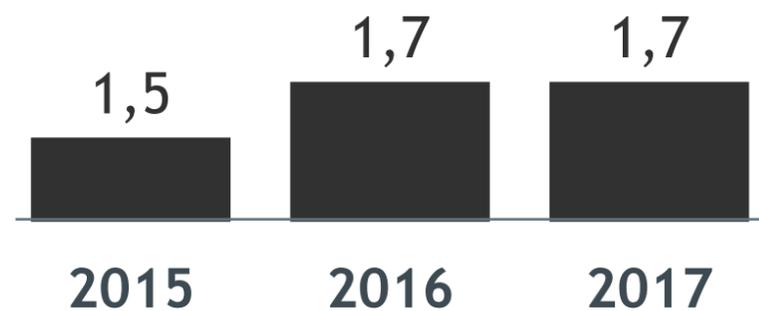
Foco en el
crecimiento
rentable

Objetivos de
crecimiento

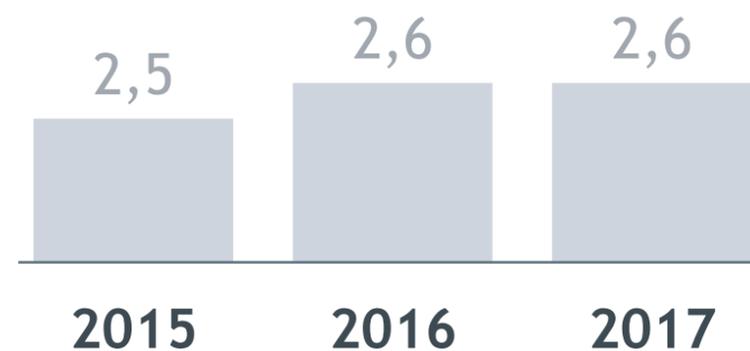
La economía mundial, en la encrucijada: ¿recaída global o consolidación del crecimiento?

- Europa. Tensiones financieras e inmigratorias.
- Objetivos déficit en riesgo.
- Recuperación todavía débil
- EEUU mantiene el impulso. Cambio en política monetaria.
- Peor arranque anual de las bolsas en la historia
- Los emergentes sufren fuerte parón.
- China: PIB +6,9%, menor crecimiento en 25 años.
- Colapso del petróleo y otras materias primas

Zona euro



EE.UU.



LATAM



España

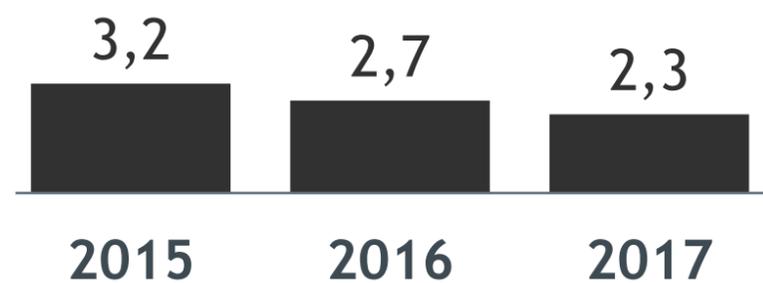
Impulso económico, incertidumbre institucional

La actividad económica cobra impulso, mejora el consumo y la inversión

La ausencia de inflación beneficia la renta de los ciudadanos

El paro desciende, aunque todavía muy lentamente

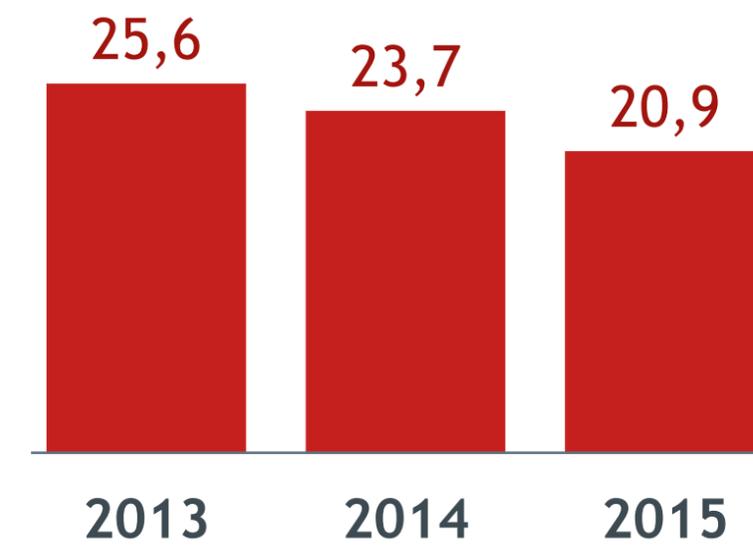
PIB



IPC



Tasa de paro



Aseguradora global: 5 continentes

Aseguradora de
referencia en el
mercado español

Tercera compañía más
importante de **Asistencia**
en el mundo

Entre las
15 primeras
reaseguradoras
mundiales

Top **20** en **USA** en
el sector de seguros
de **Autos**

No.1 en Seguro No
Vida en **LATAM**

Primera multinacional
aseguradora en **LATAM**



MAPFRE IBERIA

6.697 millones € en primas

1

Líder No Vida | Aseguramos uno de cada 5 coches, uno de cada 6 hogares

Doblamos al 2º operador en Multirriesgos

2

NPS | Compañía preferida por los consumidores en Automóviles y Hogar. 6,8 millones de clientes

3

Vida: Nuevos productos Seguro Ahorro para competir en un mercado de bajos tipos de interés.
Portugal: Compra negocio Vida y Pensiones de Barclays con Bankinter

4

Verti | Líder seguro autos por internet en España.
+300.000 clientes



MAPFRE LATAM

8.037 millones € en primas

BRASIL

1

Posición de liderazgo con crecimiento sólido.
BB MAPFRE es líder del mercado.

Resultados crecen 11,6% incluso en contexto
de recesión económica

2

Mejora continua del ROE: 15.5% en 2015

Eficiencia operativa excepcional

3

Previsión crecimiento +4.8% en Vida, +3.7%
en Autos en 2016



MAPFRE LATAM

8.037 millones € en primas

LATAM NORTE

1 | **México** | Póliza de Pemex. Crecimiento 61%, por encima del mercado. 6ª compañía No Vida

2 | **Centroamérica** | Excelente desarrollo que consolida el liderazgo en la región

LATAM SUR

3 | Desarrollo progresivo negocio digital, Apuesta por multicanalidad, refuerzo redes propias, consolidación liderazgo regional



MAPFRE INTERNACIONAL

3.855 millones € en primas

1

EE.UU. | Reorganización del negocio en cinco grandes direcciones regionales. Desarrollo negocio digital. Buenas rentabilidades técnicas sin fenómenos atmosféricos extraordinarios.

2

EMEA | Integración de Direct Line Alemania e Italia. Crecimiento del negocio en Turquía

3

APAC | A la espera de obtención licencia negocio digital en China. Apertura Cesvi China. Apertura oficinas RE en Malasia y Singapur



Plan Estratégico 2013-2015: Definición del Mapa de Ruta de la compañía

Misión, Visión y Valores

Nueva estructura organizativa y societaria:
Áreas Corporativas globales y Regionales

Puesta en marcha de **Modelos Globales Estratégicos** (Proveedores, Experiencia de clientes, Eficiencia operativa, etc).

2013-2015: Creación de valor sostenible para el accionista 1.232 millones € en dividendos en tres años

Beneficio por acción

2012
0,22 €



2015
0,23 €

Cotización media de la acción

2010-2012
2,3€



2013-2015
2,8 €

Beneficio neto

2010-2012
666 M€



2013-2015
782 M€

- **Pay-out** superior al **50%** en todo el periodo
- **Rentabilidad media anual** (incluyendo dividendos): **+12%**
- **Dividendo total propuesto con cargo a resultados 2015: 0,13€/acción**

2016-2018: Foco en el crecimiento rentable



Priorizamos nuestro crecimiento
para cumplir los objetivos del
próximo trienio



Nos centramos únicamente en
oportunidades de crecimiento
que conlleven **rentabilidad**



En los próximos tres años basaremos nuestra Estrategia en cuatro líneas estratégicas...



Orientación al **cliente**



Transformación **digital**



Excelencia en la **gestión técnica**



Cultura y talento interno



Orientación al **cliente**

Proyecto de **Segmentación de Clientes.**

2015: Modelo MAPFRE de Clientes

2016: España, México, EE.UU., Brasil, Perú y Portugal

Proyecto de desarrollo de **Experiencia de Cliente.**

2015: Brasil, Colombia, España, Italia, México, Perú, Turquía y USA, y los ramos de autos, hogar y salud

Resultados NPS

Entre los tres mejores en la mayoría de los países y ramos en experiencia cliente.





Proyecto de transformación **digital** de MAPFRE

Simplificación y agilización de procesos internos

Mejora en **productividad y eficiencia** en el lanzamiento de productos y servicios

Mayor capacidad de **actuación y decisión del cliente**, (redes sociales y dispositivos móviles)

2015 | +200 proyectos para avanzar en la transformación digital

- Nueva generación de tarificadores y nuevos sistemas de monitorización
- Nuevas aplicaciones de movilidad
- Digitalización de los procesos, oficinas y agentes



Desarrollo de **negocio digital**

Verti

será nuestra
marca de
negocio digital
internacional



Italia y Alemania, primeros países donde se utilizará la marca VERTI.

En España VERTI mantiene su oferta complementaria a la de MAPFRE por internet

El negocio digital representa **el 4 por ciento del total** de negocio de MAPFRE.



Desarrollo de **negocio digital**

Acuerdo con

Admiral

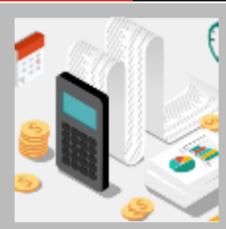
para desarrollar
comparadores de seguros
online en varios países,
como el que opera en
España con la marca

Rastreator.com



Rastreator.com

Mediante el
lanzamiento de una
Joint Venture al 50%:
Preminen



Excelencia en la **gestión técnica**

- Mejora de procesos
- Plataforma Tecnológica Corporativa
- Modelo de Proveedores de Servicios MAPFRE

Suscripción

Tarificación

Prestación



Cultura y talento humano

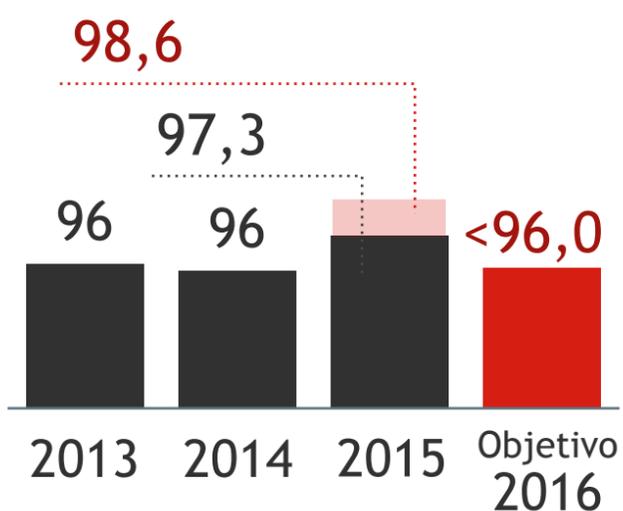
Desarrollo de las **Personas** = Desarrollo **de Talento**

- **Proyecto de Gestión Global de Talento**
- Más de **500 convenios de colaboración** con algunas de las mejores universidades y escuelas de negocio del mundo.
- Más de **1.000 becas** en 2015

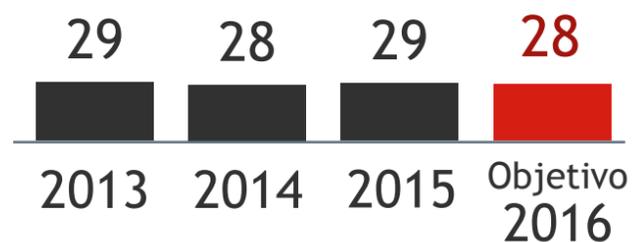


MAPFRE está comprometida con la consecución de sus principales objetivos estratégicos

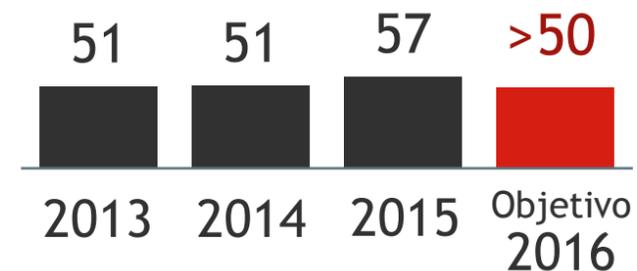
Ratio Combinado (%)



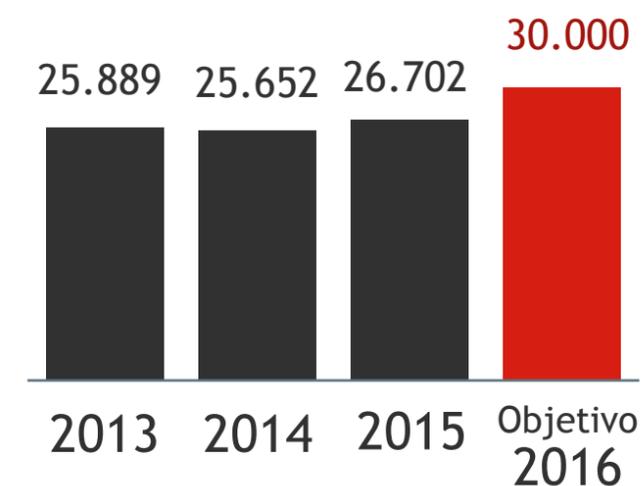
Ratio de Gastos (%)



Pay-out (%)



Ingresos (millones de euros)



 Efecto extraordinario en MAPFRE USA de las nevadas en EEUU

(*) La cuenta de resultados de 12M 2014 se ha reexpresado, clasificando el negocio de CATALUNYACAIXA como discontinuado. 12M 2013 no se ha reexpresado



Tu aseguradora global de confianza