



11/05/2016
NOTA DE PRENSA

GENERALI aumenta un 2,5% los ingresos por primas hasta superar los 2.340 millones de euros

- El número de clientes aumenta el 9,5%.
- El Resultado Neto Consolidado alcanza los 226,3 millones de euros.

Madrid. GENERALI España ha cerrado el ejercicio de 2015 con un alza del 2,5% en los ingresos por primas respecto al año anterior, hasta los 2.343,7 millones de euros. Asimismo la Compañía mantiene su Resultado Neto Consolidado alcanzando los 226,3 millones de euros, una cifra ligeramente inferior a los 230,3 millones obtenidos en 2014.

También ha ascendido el número de clientes de GENERALI en España un 9,5% respecto a 2014. El incremento en la actividad y en la cartera de clientes se ve reforzado por un mayor ratio de pólizas por cliente, que demuestra el creciente atractivo de sus productos y la confianza y satisfacción de sus asegurados.

Como ha afirmado Santiago Villa durante la presentación de estos resultados, **“nuestro objetivo es continuar con este crecimiento sostenible sobre el mercado, mientras mantenemos los criterios de excelencia en el resultado técnico y de eficiencia operativa que nos permiten alcanzar año a año los resultados marcados.”**

GENERALI continuará la apuesta por el cliente como eje central de toda su actividad. **“Queremos que nuestros asegurados sientan que GENERALI hace su vida más fácil, escucha sus demandas y se adapta a sus necesidades. Y para lograrlo nos apoyaremos en dos palancas fundamentales: una de las mayores redes de asesores profesionales del país, con presencia en toda España; y la innovación con la que dotamos a todos nuestros productos y procesos, para alcanzar la excelencia en el servicio y conseguir que nuestros clientes sean los primeros en recomendarnos.”**– ha señalado Santiago Villa.

Evolución de los ingresos por primas

El ramo de No Vida lidera el crecimiento en primas con 1.384,6 millones de euros, lo que supone un aumento del 6,3% respecto al año anterior. En 2015 ha mejorado ligeramente el Ratio Neto Combinado (siniestralidad más gastos sobre los ingresos por primas) situándose en 93,2% gracias a la estrategia de centralización de servicios y contención de costes de gestión aplicada en los últimos años.

Este positivo desempeño se asienta en un crecimiento en Autos (13,8%), por encima del mercado, que se ve acompañada por una mejora de 3,2 puntos porcentuales en su ratio combinado que disminuye hasta el 98,2%. También despunta la subida en Diversos Particulares (Multirriesgos, Accidentes, Salud y Decesos), con el 4,3% más que en 2014.

En Vida, las primas de 2015 se situaron en 959,1 millones de euros, lo que supone un decrecimiento del 2,6% respecto al ejercicio anterior por la política de comercialización de las líneas de ahorro de GENERALI, en un contexto de bajos tipos de interés. No obstante, dentro de Vida, los seguros de Riesgo Particulares muestran una evolución acorde con el mercado, con un aumento del 11,8%; los productos de Inversión logran un crecimiento conjunto del 4,9%; y las aportaciones a Planes de Pensiones aumentan un 24,4%.

El canal de mediadores profesionales (agentes y corredores) ha crecido el 4,8% y representa aproximadamente el 85% de la capacidad de distribución de GENERALI, de acuerdo con la estrategia de cercanía al cliente y asesoramiento personalizado por la que la Compañía lleva años apostando, y con la que está cosechando excelentes índices no solo de venta sino también de satisfacción y recomendación por parte de los clientes.

La solidez de GENERALI queda demostrada con la cobertura del Margen de Solvencia del

Ogilvy Public Relations

Marian Ortiz / Isabel Izquierdo
T 654 51 27 16 / 91.451.21.35 /
91.451.21.48
E-mail: marian.ortiz@ogilvy.com /
isabel.izquierdo@ogilvy.com

Assicurazioni Generali S.p.A.

p.zza Duca degli Abruzzi, 2
34132 Trieste
P.O.Box 538
T +39.040.671111
F +39.040.671600

press@generali.com
generali.com



Grupo en España, que se sitúa en un 312,9%.

Tendencia de crecimiento en 2016

En el primer trimestre del 2016 ya se desprenden resultados positivos que consolidan la tendencia de crecimientos en la facturación por primas, rozando los 714,8 millones de euros y superando en el 7,3% la registrada en el mismo periodo del año anterior. Por segmentos, las primas de No Vida suben el 10,8% (448,6 millones de euros) mientras que Vida mantiene un ritmo creciente del 2% (266,2 millones de euros).

Sobre este año 2016, Santiago Villa ha querido incidir en el papel que GENERALI España representa dentro del Grupo GENERALI ya que **“nuestro país es uno de los mercados con mayor proyección internacional en materia de innovación dentro del Grupo. Nos sentimos muy orgullosos de ser los elegidos por nuestra casa matriz para desplegar algunos de sus proyectos globales más ambiciosos, como la herramienta de escucha activa NPS, que nos ha permitido incluir la voz del cliente en todos nuestros procesos, los seguros telemáticos o las soluciones digitales que van a marcar la relación cliente/mediador/Compañía en los próximos años.”**

	2015*	Evolución 2015 - 2014
Primas totales	2.343,7	+2,5%
No Vida	1.384,6	+6,3%
Vida	959,1	-2,6%
Resultado Neto Consolidado	226,3	-1.7%
Margen de solvencia	312,9%	+6,7p.p.

(*) En millones de euros

GRUPO GENERALI

El Grupo GENERALI es una de las mayores aseguradoras globales, con un ingreso total de primas en 2015 de más de 74.000 millones de euros.

Con más de 76.000 empleados en todo el mundo y presencia en más de 60 países, el Grupo ocupa una posición de liderazgo en los mercados de Europa Occidental y un lugar de creciente importancia en los mercados de Europa Central y del Este, así como en Asia. En 2015, GENERALI fue la única compañía aseguradora incluida la lista de las 50 empresas más inteligentes del mundo, según MIT Technology Review.