



09/05/2017
NOTA DE Prensa

GENERALI vuelve a mejorar sus resultados hasta alcanzar los 231,6 millones de euros de beneficio

- Los ingresos por primas crecen un 8,6% hasta los 2.546 millones de euros
- GENERALI ha incrementado su negocio al tiempo que mantiene su rentabilidad técnica
- El Consejero Delegado de la compañía, Santiago Villa, explicó que su estrategia para 2017 se apoya en tres palancas: la excelencia en el servicio al cliente, seguir mejorando el resultado técnico y renovar la gama de productos de Ahorro e Inversión

Ogilvy Public Relations
Marian Ortiz / Lucia Mateo
T 654.51.27.16 / 91.451.21.35 /
91.451.21.32
E-mail: marian.ortiz@ogilvy.com /
lucia.mateo@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

Madrid. GENERALI España ha cerrado el ejercicio de 2016 con un crecimiento del +2,3% en su resultado neto consolidado, que se ha elevado hasta los 231,6 millones de euros. El resultado bruto del Grupo en nuestro país se sitúa en 311,4 millones de euros.

Unas cifras que, tal y como ha explicado el CFO de la compañía, José García Naveros, **“vienen acompañadas de un importante crecimiento en los ingresos por primas, que han alcanzado los 2.546 millones de euros, con un aumento del +8,6% respecto al ejercicio 2015”**.

También ha ascendido el número de clientes* de GENERALI en España un +4% respecto al anterior ejercicio. Este incremento se ve reforzado además por un mayor ratio de pólizas de seguros por cliente, lo que permite a la compañía avanzar en el número de clientes integrales que confían en GENERALI todas sus necesidades aseguradoras.

El crecimiento en primas está liderado por el ramo de **No Vida**, que aumenta un +8,6% respecto al año anterior, con 1.504,3 millones de euros. Esta excelente evolución se basa en el crecimiento en Autos (+14,9%) y el buen desempeño de Diversos Particulares y Riesgos Industriales, con un +4,5% y un +7,5% más que en 2015, respectivamente.

En **Vida**, las primas de 2016 ascienden a 1.041,6 millones de euros, lo que representa un aumento del +8,6% respecto al ejercicio anterior. Este incremento queda patente tanto en el segmento de Colectivos (+12,4%) como en el de Particulares (+7,8%), donde destacan especialmente las subidas de los seguros de Ahorro Particulares (+22,4%) y Vida Riesgo Individual (+15,1%). Mención especial merece la gama de productos Unit Linked, que en un entorno de bajos tipos de interés han crecido un +47,2% respecto al ejercicio anterior y se imponen como alternativa a los productos garantizados.

Por su parte, el New Business Value, indicador del valor del nuevo negocio en Vida, asciende a 117,2 millones de euros, importe que representa un incremento del +7,1% respecto al ejercicio anterior. Este aumento se debe, principalmente, al crecimiento de los productos de Vida Riesgo.

Estos resultados se basan en la positiva evolución del Ratio Neto Combinado (siniestralidad más gastos sobre los ingresos por primas), que se sitúa en 92,3%, 0,9 puntos porcentuales menos que en 2015, gracias a la mejora de la siniestralidad y a la contención de costes de gestión aplicada en los últimos años.

Santiago Villa, Consejero Delegado de GENERALI España, ha afirmado que **“estos datos confirman que hemos sido capaces de adaptarnos a las necesidades de un mercado en continua evolución, mejorando nuestra rentabilidad y logrando una ventaja diferencial basada en la excelencia en el servicio a nuestros clientes, buscando soluciones personalizadas e integrales a sus necesidades. Nuestro objetivo ahora es seguir mejorando este resultado con una estrategia basada en tres palancas: la búsqueda constante de la excelencia en el servicio, el foco continuo en el resultado técnico y la renovación de nuestra gama de productos de Ahorro e Inversión”**.

(*) Tomadores de seguros



Para ello, GENERALI continuará invirtiendo en el desarrollo de soluciones digitales para sus clientes y para sus redes de distribución. Estas mejoras permitirán a la compañía seguir atendiendo las nuevas demandas de los clientes en términos de simplicidad y calidad de servicio. Gracias a esta estrategia de ubicar al mediador profesional dentro del plan de digitalización en el que está invirtiendo el Grupo, el canal de agentes y corredores, que representa el 84% de la facturación de GENERALI, presentó un crecimiento del +7,4% y del +4,2%, respectivamente.

La renovación de la oferta de Ahorro e Inversión se convierte igualmente en uno de los focos prioritarios para la Compañía, que permitirá dar soluciones atractivas a los clientes con una nueva gama de productos adaptada al contexto actual.

En este sentido, tal y como ha confirmado el propio Santiago Villa durante el acto de presentación de resultados celebrado esta mañana: ***“Buscamos convertirnos en la primera opción para nuestros clientes a través de soluciones integrales y un servicio de calidad. Para ello no solo medimos su satisfacción, sino también el nivel de recomendación en su entorno. Actualmente, es destacable que el ratio de satisfacción de nuestros clientes se ha incrementado en más del 26% respecto a 2015 y el hecho de que 8 de cada 10 clientes nos recomendarían. Esto es gracias al trabajo de nuestro equipo humano, que se esfuerza día a día por dar el asesoramiento más profesional del mercado y convertirse en los grandes solucionadores de nuestros clientes cuando tienen algún problema”.***

Avance de resultados: 2017

En el primer trimestre del 2017 se confirma la consolidación de estos resultados positivos. La facturación por primas alcanza los 763 millones de euros y supera en un 6,8% la cifra registrada en el mismo periodo del año anterior. Por segmentos, las primas de No vida suben el 2,4%, hasta situarse en los 459,3 millones de euros; mientras que Vida mantiene un ritmo creciente del 14,2%, una marcada subida que le ha llevado a superar los 303 millones de euros.

“Hemos vuelto a lograr unos ratios de rentabilidad extraordinarios y no solo en una comparativa interna de nuestro mercado, ya que GENERALI España es también una de las unidades más eficientes del Grupo GENERALI. De hecho, España es un mercado con gran peso dentro de nuestro Grupo, con expectativas de crecimiento tanto orgánico como inorgánico”, ha recordado Villa.

	2016	2015	Evolución 2016 - 2015
Primas totales*	2.545,9	2.343,7	+8,6%
No Vida	1.504,3	1.384,6	+8,6%
Vida	1.041,6	959,1	+8,6%
Resultado Neto*	231,6	226,3	+2,3%
Ratio Neto Combinado	92,3%	93,2%	Mejora 0,9 p.p.

(*) En millones de euros

GRUPO GENERALI

El Grupo GENERALI es un grupo italiano independiente, con una fuerte presencia internacional. Fundada en 1831, es una de las mayores aseguradoras globales, con presencia en más de 60 países y un ingreso total de primas en 2016 de más de 70.000 millones de euros. Con más de 74.000 empleados en todo el mundo y 55 millones de clientes, el Grupo ocupa una posición de liderazgo en los mercados de Europa Occidental y tiene una presencia cada vez más significativa en los mercados de Europa Central y del Este, así como en Asia. En 2017, GENERALI fue incluida como una de las empresas más sostenibles del mundo por el ranking Corporate Knights.