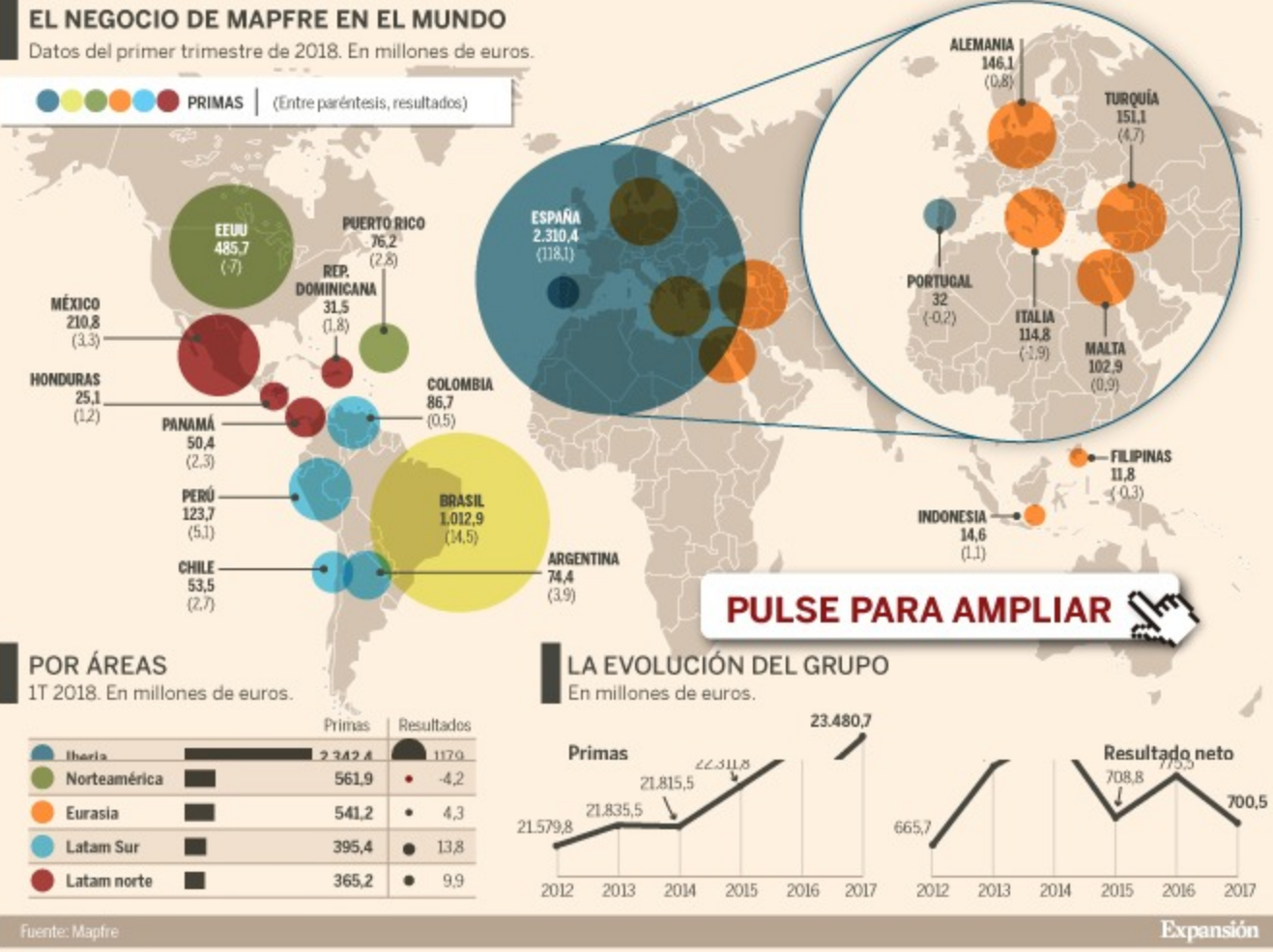




EMPRESAS

Así se transforma Mapfre para ser más ágil y ganar eficiencia

E. DEL POZO | MADRID 9 JUN. 2018 - 20:56



0 Comentar

Yoigo NEGOCIOS
LLAMA GRATIS 800 622 149

FIBRA y GIGAS INFINITOS
Y AÑADE LÍNEAS EXTRAS CON GIGAS INFINITOS

LA QUIERO

- ÚLTIMA HORA** CaixaBank
- 12:35 Fallece a los 89 años Kazuo Kashio, cofundador de Casio
 - 12:26 El PIB per cápita de España en 2017 fue 14 puntos inferior al de la eurozona
 - 12:04 Borrell asegura en el 'FT' que España busca silenciar a los críticos de la 'leyenda negra'

Mapfre está en constante transformación para "dinamizar su organización haciéndola más ágil y eficiente" ante los cambios que se producen en el mercado. Es uno de los principales mensajes lanzados por Antonio Huertas, presidente de la aseguradora en su última junta de accionistas. "Hemos reforzado nuestro plan estratégico con nuevas iniciativas que darán respuesta a las nuevas tendencias", añadió.

Los frentes abiertos son muchos y variados y se reparten entre los 45 países de los cinco continentes en los que la compañía está presente.

PUBLICIDADE

inRead invented by Teads



LOS CLIENTES DE MAPFRE AHORRAN CADA VEZ QUE REPOSTAN

- 5%** DEL 1 AL 5 DE CADA MES
- 3%** DEL 6 A FIN DE MES + CINE CON Rakuten TV

Infórmate

MAPFRE teCuidamos

- LO MÁS LEÍDO** INFINITI
- Los nuevos Mini 'grafiteados' que usará la policía de Alemania
 - Santander se divide en nueve grupos para protegerse en caso de resolución
 - Sener compra Tryo a Alanttra para fortalecerse en el negocio aeroespacial
 - "Podemos enfriar la Tierra pero costará 100 años"
 - Torres (BBVA) avisa de que un impuesto a los bancos encarecería el crédito

El grupo termina en diciembre próximo su plan estratégico iniciado en 2016 con el foco puesto en el crecimiento rentable de su negocio para priorizar los recursos disponibles del grupo.

Esta máxima se ha traducido en la renuncia a contratos no rentables por 828 millones de euros en los dos últimos años. En este periodo el volumen de primas del grupo ha crecido un 5,2%.

Mapfre se ha puesto ya manos a la obra para tener listo a final de año su nuevo plan estratégico que entrará en vigor en 2019. En este proceso decidirá si mantiene el foco en el crecimiento rentable o si lo dirige hacia otros objetivos entre los que la digitalización ocupa una destacada posición.

Proyectos

De momento, la entidad ha desarrollado prácticamente el 100% de los proyectos del plan y ha cumplido más del 75% de los objetivos, según Huertas.

Esto ha permitido fortalecer en el primer trimestre de 2018 los resultados del grupo en España y en Mapfre Re, que canaliza la actividad reaseguradora, y en sus filiales de América Latina, tanto norte como sur.

En paralelo se ha logrado reducir las pérdidas de Mapfre Asistencia, que se encamina hacia el final de su reestructuración, y del negocio en Italia, en una situación similar. También ha vuelto a la rentabilidad Mapfre Global Risk.

En el otro platillo de la balanza "aún es pronto para ver los frutos de las medidas tomadas en otras unidades", afirmó Fernando Mata, director financiero de Mapfre en la presentación de resultados del primer trimestre de 2018, en referencia a Estados Unidos, Brasil y Turquía.

Rentabilidad

Bajo la bandera de la rentabilidad, la compañía ha decidido prescindir de parte de su negocio en Estados Unidos, donde desembarcó hace ahora 10 años con la compra de Commerce Insurance, la mayor inversión del grupo en toda su historia.

Huertas ha trasladado un mensaje de felicitación a los empleados de este país por este aniversario en el que les reitera que "son una parte importante de la familia global del grupo". El comunicado llega tras la venta a la estadounidense Safeco, filial de Liberty Mutual, su negocio en Tennessee, Indiana y Kentucky. Mapfre negocia con un comprador, que está en el proceso de due diligence, para su actividad en Nueva York y Nueva Jersey y está pendiente de las autorizaciones definitivas para vender su negocio de vida. El impacto económico de esta salida no será relevante, según el Mapfre.

La aseguradora mantiene su negocio en los estados en los que está mejor posicionado: Massachusetts, Connecticut, Rhode Island, New Hampshire, Maine, Vermont, Ohio, California, Oregón, Washington e Idaho. Seguirá operando también en Florida, Pensilvania y Arizona, donde su objetivo pasa por reforzar su posición.

Estados Unidos es el tercer país del grupo asegurador español, con un volumen de primas de 2.201,6 millones de euros el año pasado. En el primer trimestre de 2018 contabiliza 485,7 millones, con un recorte del 14,6%, y una pérdida de 7 millones de euros, frente a un beneficio de 12,3 millones en 2017.

En Brasil el equipo de Antonio Huertas negocia la reordenación de la alianza con Banco do Brasil a la que prevé aportar fondos adicionales para reforzar su actividad en el país, el segundo tras España en aportación de primas, aunque han caído un 15,8% en el primer trimestre de 2018 al quedar en 1.013 millones de euros. El beneficio es este periodo es de 14,5% tras verse reducido un 44,7% frente al primer trimestre del año pasado.

España es el modelo de negocio a seguir para otros países. El seguro de automóviles presenta en el primer una ratio combinada (peso de la siniestralidad y los gastos sobre las primas totales) del 90,3%, una de las mejores del sector, "gracias entre otras cosas, a la cancelación de negocio deficitario, principalmente de flotas, y a la evolución positiva de Verti", señalan en la compañía.

La entidad ha orientado su objetivo comercial a las familias, con ofertas diseñadas para ellas, y se ha propuesto aumentar su cuota de mercado en las grandes ciudades como Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao o Sevilla al tiempo que pondrá en marcha nuevos modelos para la distribución masiva de sus productos.

La ratio combinada del grupo prevista para final de este año en el plan estratégico del grupo es del 96%, pero el cumplimiento de este objetivo, que Huertas mantiene en vigor, se ha complicado por las catástrofes naturales que el grupo ha tenido que afrontar en varios países del Caribe y Estados Unidos. En el primer trimestre este indicador se ha colocado en el 96,5%.

La caída de los tipos de interés, que dificulta la venta de seguros de vida ahorro, ha llevado a Grupo Mapfre a apostar por la gestión de activos en cuyo desarrollo está empleando buena parte de sus esfuerzos.

El objetivo es que Mapfre Gestión Patrimonial (MGP) se convierta en una entidad de referencia en este negocio. En este marco, la aseguradora lanzó una plataforma de arquitectura abierta a través de la que se pueden contratar y operar con más de 15.000 fondos de inversión de prácticamente todas las gestoras nacionales e internacionales incluidos en Inversis, además de los propios. El proyecto nació como el más ambicioso en España y compete con los grandes supermercados de fondos. La plataforma Inversis de acceso a 15.000 fondos minoristas y de banca privada; Ahorro Corporación y Tressis ofrecen más de 7.800 y Renta 4, unos 4.000.

La entidad ha comprado el 25% de la francesa La Financière Responsable (LFR) y se ha unido a Swiss Life para lanzar un fondo inmobiliario en Francia y a la gestora alemana GLL Real State para invertir en oficinas prime en los principales mercados europeos.

Antonio Huertas se pone al frente de la digitalización

La digitalización es una asignatura obligatoria en la que todo el tejido empresarial se vuelve para no quedar relegado en un entorno en permanente evolución. Por eso Antonio Huertas se ha puesto al frente del nuevo comité de Transformación e Innovación destinado a pilotar la digitalización de la aseguradora. Establecerá los pasos a dar, aprobará los proyectos más relevantes y se responsabilizará de su ejecución.



Antonio Huertas, presidente de Grupo Mapfre / JMCadenas

El último movimiento de la entidad se encuadra en el seguro de salud, ámbito en el que ha creado una nueva filial para desarrollar este negocio. Salud Digital Mapfre nace con el objetivo intermediar, gestionar y coordinar los medios para la prestación digital de asistencia sanitaria. El proyecto estará listo al 100% a finales de 2019, aunque la entidad avanzará antes en el diseño de estos productos.

Entre los proyectos lanzados por Huertas ante sus accionistas está Mapfre Open Innovation, un conjunto de plataformas de innovación y transformación que integran el modelo actual del grupo en este terreno y que sumará varias iniciativas. Entre ellas se incluye la implantación de un canal de inversión para participar en fondos de capital riesgo que trabajen por la innovación en el mundo asegurador.