

# AXA España Resultados del ejercicio 2009

10 de marzo de 2010

**Rueda de prensa**

**reinventando** / los seguros



# ÍNDICE

- **Mensajes Clave**
- **Cifras 2009**
- **Cierre de la integración**
- **Actividad 2009: clientes, distribuidores y sociedad**
- **Prioridades 2010**

# Mensajes clave 2009

## **Solidez del modelo de negocio**

- Beneficio neto de 172 millones de euros, un 2,4% más que en 2008
- Ratio combinado por debajo del 95%
- Margen de Solvencia del 172%, muy superior al 130% de 2008

## **Finalización con éxito del proceso de integración de Winterthur**

- Nueva dimensión de AXA: más grande y más sólida
- Aumento de la satisfacción de los clientes
- Mantenimiento del alto compromiso de los empleados

## **Decrecimiento del negocio**

- Fuerte impacto de la crisis económica, especialmente en Empresas
- Descenso significativo de la prima media, especialmente en Auto, impulsado por la fuerte tendencia del mercado
- Medidas de cartera orientadas a garantizar la solvencia y rentabilidad a medio/largo plazo
- Fuerte orientación en Vida a la rentabilidad: salida de la 'guerra del depósito' y foco en productos rentables (Vida Riesgo) y garantizados (variable Annuities)

## **Acuerdo estratégico de distribución en No Vida con el Banco Pastor**

- Puestas las bases para el desarrollo del negocio en 2010

# ÍNDICE

- **Mensajes Clave**
- **Cifras 2009**
- **Cierre de la integración**
- **Actividad 2009: clientes, distribuidores y sociedad**
- **Prioridades 2010**

# Solidez del modelo de negocio

## Radiografía

PRINCIPALES MAGNITUDES	2008	2009	Var.
<b>Total primas*</b>	<b>3.597</b>	<b>3.249</b>	<b>-9,7%</b>
No Vida	2.683	2.503	-6,6%
Vida	914	746	-18,5%
<b>Provisiones Tec. Vida</b>	<b>6.434</b>	<b>6.499</b>	<b>+1,0%</b>
<b>Ratio Combinado**</b>	<b>90,4%</b>	<b>94,5%</b>	<b>+4,1 pp</b>
<b>Margen de Solvencia</b>	<b>129,8%</b>	<b>171,7%</b>	<b>+41,9 pp</b>
<b>Activos gestionados</b>	<b>10.502</b>	<b>10.322</b>	<b>-2,2%</b>
<b>Beneficio Bruto</b>	<b>217,1</b>	<b>240,4</b>	<b>+10,7%</b>
<b>Beneficio Neto</b>	<b>168</b>	<b>172</b>	<b>+2,4%</b>

\*Primas Emitidas netas de anulaciones

\*\*Seguro Directo + Reaseguro Aceptado y Reaseguro Cedido

# Solidez del modelo de negocio

## Eficacia en la gestión técnica

Negocio No Vida	2008	2009	Var.
<b>Total Gastos</b>	<b>24,2%</b>	<b>24,1%</b>	<b>-0,1 pp</b>
<b>Siniestralidad*</b>	<b>66,2%</b>	<b>70,4%</b>	<b>+4,2 pp</b>
<b>Ratio Combinado*</b>	<b>90,4%</b>	<b>94,5%</b>	<b>+4,1pp</b>

- + Control de los costes pese a la disminución de primas.**
- + Ratio combinado inferior al 95%, uno de los mejores del sector, pese al aumento provocado por la siniestralidad.**
- Aumento de la siniestralidad debido al impacto de siniestros graves y desastres naturales (ciclón Klaus y pedrisco de Vitoria -por la parte no asumida por el Consorcio y el reaseguro-) y a la bajada de la prima media en Auto.**

\*Seguro Directo + Reaseguro Aceptado y Reaseguro Cedido

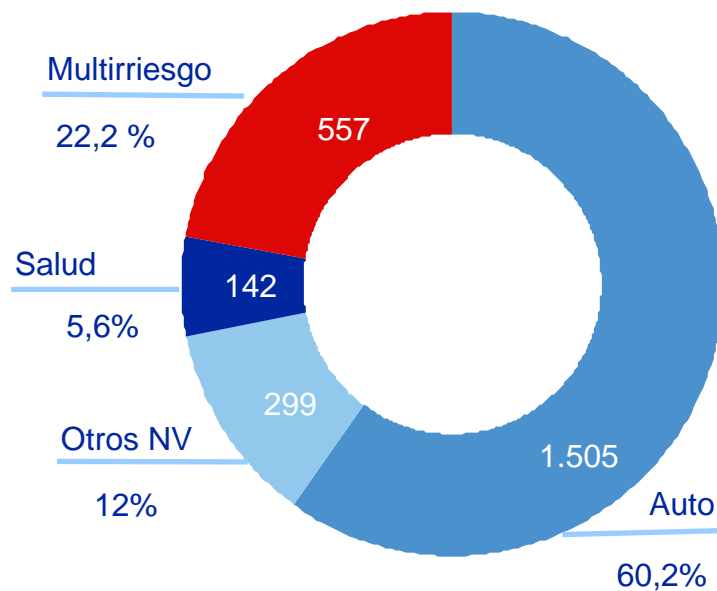
# Evolución del negocio

## Negocio diversificado

### Distribución negocio No Vida

2.503 millones de €

77%



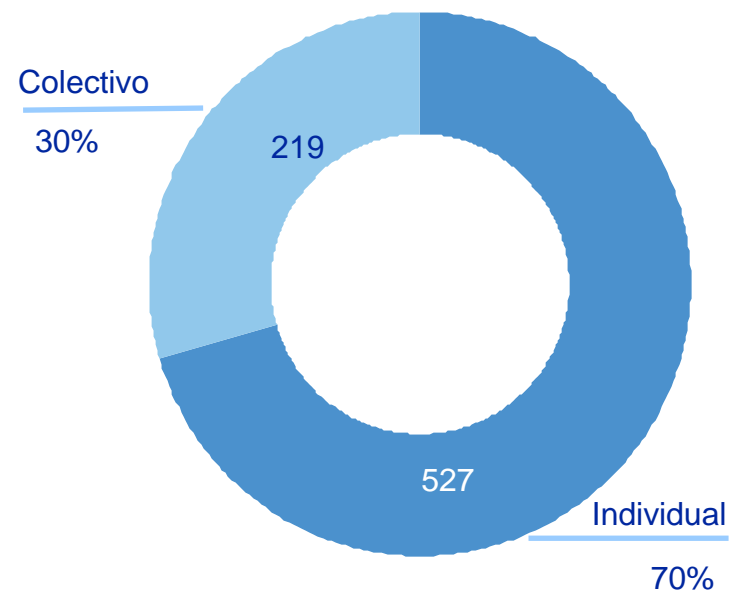
(En millones de euros)

Ramo/peso en el volumen total No Vida

### Distribución negocio Vida

746 millones de €

23%

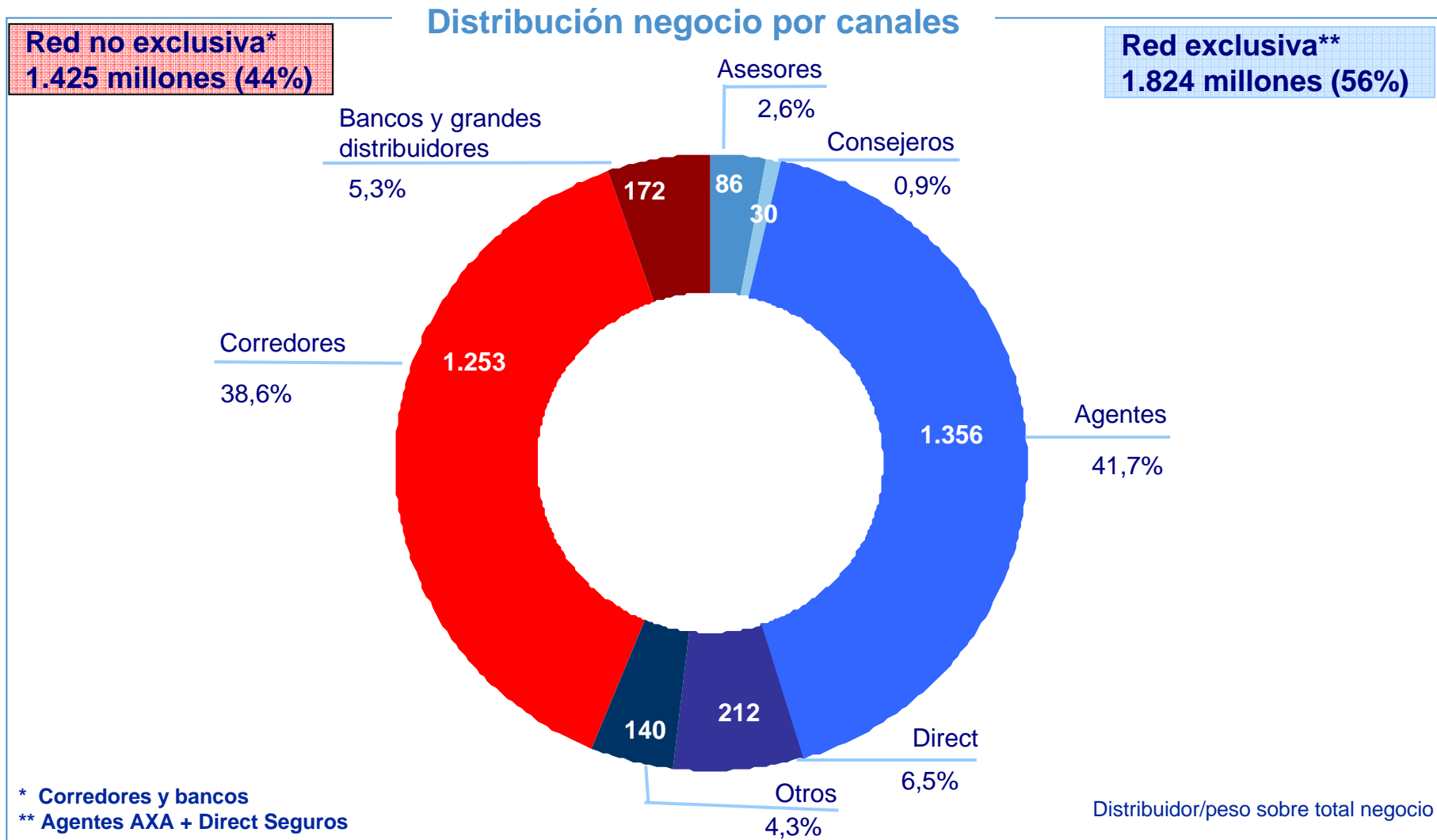


(En millones de euros)

Ramo/peso en el volumen total Vida

# Evolución del negocio

## Equilibrio por redes por estrategia multicanal

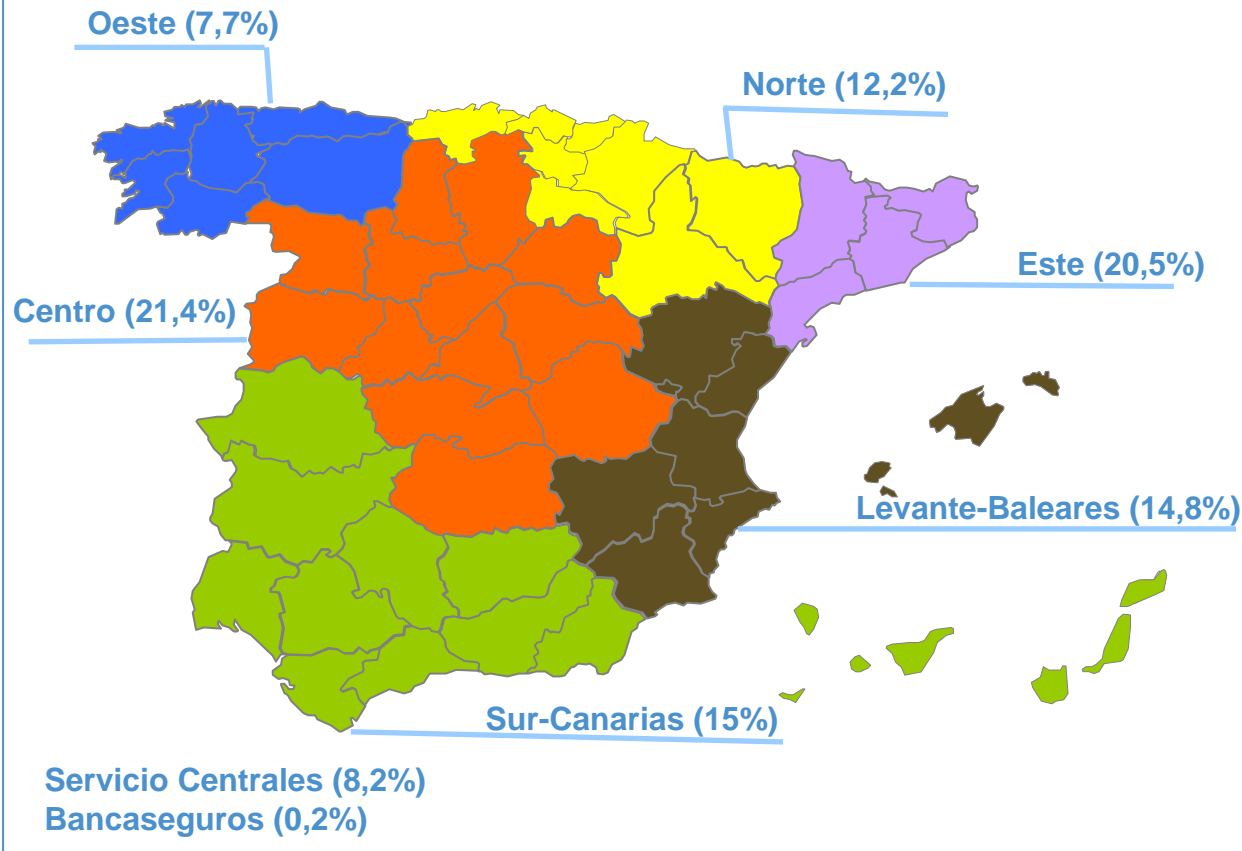


# Evolución del negocio

Cercanía al cliente en toda España a través de 6 Direcciones Territoriales

## Estructura territorial de AXA

(Dirección Territorial/peso sobre el total primas)



Más fuertes y más próximos

AXA cuenta con 1.000 oficinas exclusivas y más de 12.000 puntos de asesoramiento y venta en toda España.

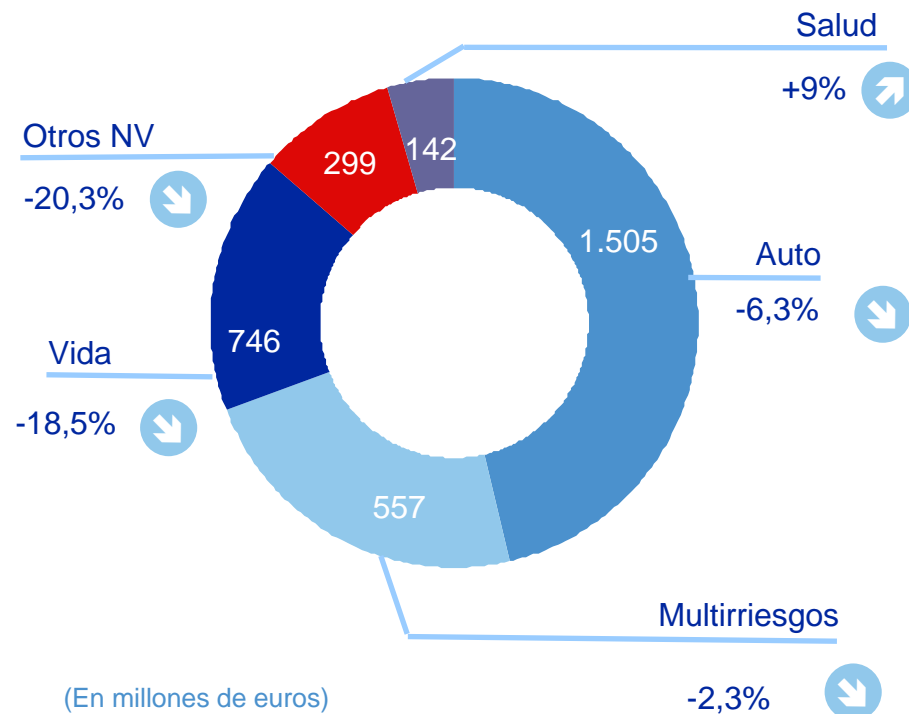
# Evolución del negocio

## Decrecimiento del negocio

### Volumen de primas por ramos

3.249 millones de €

-9,7% ↘



↗ Variación respecto a 2008

### Causas

- Fuerte impacto de la crisis económica, especialmente en Empresas (-17,6%)
- Descenso significativo de la prima media en Auto por la fuerte tendencia del mercado
- Medidas de cartera orientadas a garantizar la solvencia y rentabilidad a medio/largo plazo
- Apuesta por la rentabilidad en Vida: salida de la 'guerra de depósitos' y foco en productos de riesgos y garantizados (Variable Annuities)

# ÍNDICE

- **Mensajes Clave**
- **Cifras 2009**
- **Cierre de la integración**
- **Actividad 2009: clientes, distribuidores y sociedad**
- **Prioridades 2010**

# Éxito de la integración

Nueva dimensión: más grande

## AXA en 2006\*

- Primas  
**1.931 millones de €**
- Clientes  
**2,5 millones**
- Pólizas  
**3,8 millones de contratos**
- Distribuidores  
**6.700 puntos de asesoramiento y venta**
- Atención al Cliente  
Llamadas **3,8 millones**  
Siniestros **1,2 millones**  
Red Proveedores\*\* **2.883**

## AXA en 2009

- Primas  
**3.249 millones de €**
- Clientes  
**3,9 millones**
- Pólizas  
**6,5 millones de contratos**
- Distribuidores  
**11.900 puntos de asesoramiento y venta**
- Atención al Cliente  
Llamadas **7,1 millones**  
Siniestros **2,6 millones**  
Red Proveedores\*\* **3.368**

\* Sin Winterthur

\*\* Talleres, peritos, letrados y centros médicos

# Éxito de la integración

Nueva dimensión: más rentable y sólida

## AXA en 2006\*

- Gastos NV  
**21,4%**
- Siniestralidad\*\*  
**77,8%**
- Ratio Combinado\*\*  
**99,2%**
- Beneficio neto  
**104 millones de euros**

## AXA en 2009

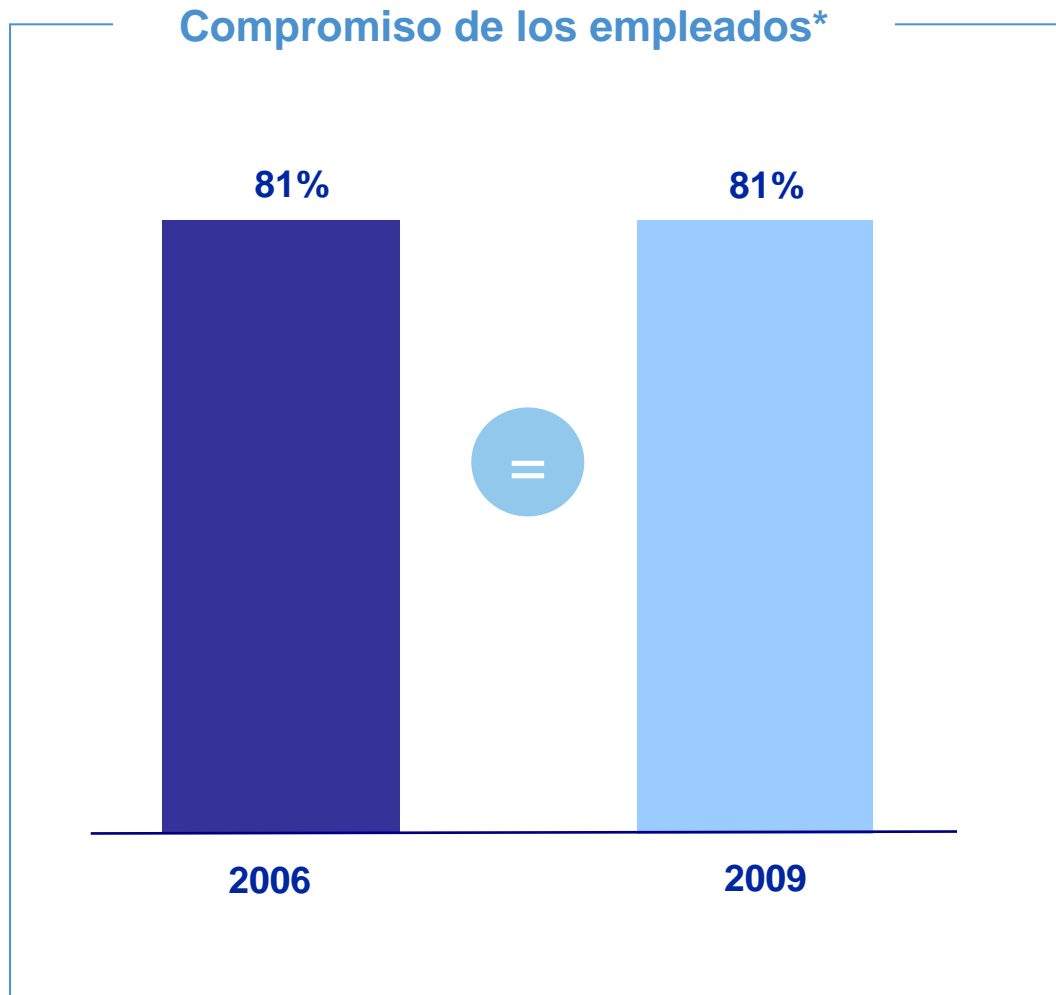
- Gastos NV  
**24,1%**
- Siniestralidad\*\*  
**70,4%**
- Ratio Combinado\*\*  
**94,5%**
- Beneficio neto  
**172 millones de euros**

•Sin Winterthur

•\*\* Seguro Directo + Reaseguro Aceptado y Cedido

# Éxito de la integración

## Compromiso de los empleados intacto



Mantenimiento del alto grado de compromiso de la organización al finalizar el proceso de integración.

\* Resultados de encuestas internas a empleados (Employees Scope)

# Éxito de la integración

## Mayor satisfacción de los clientes

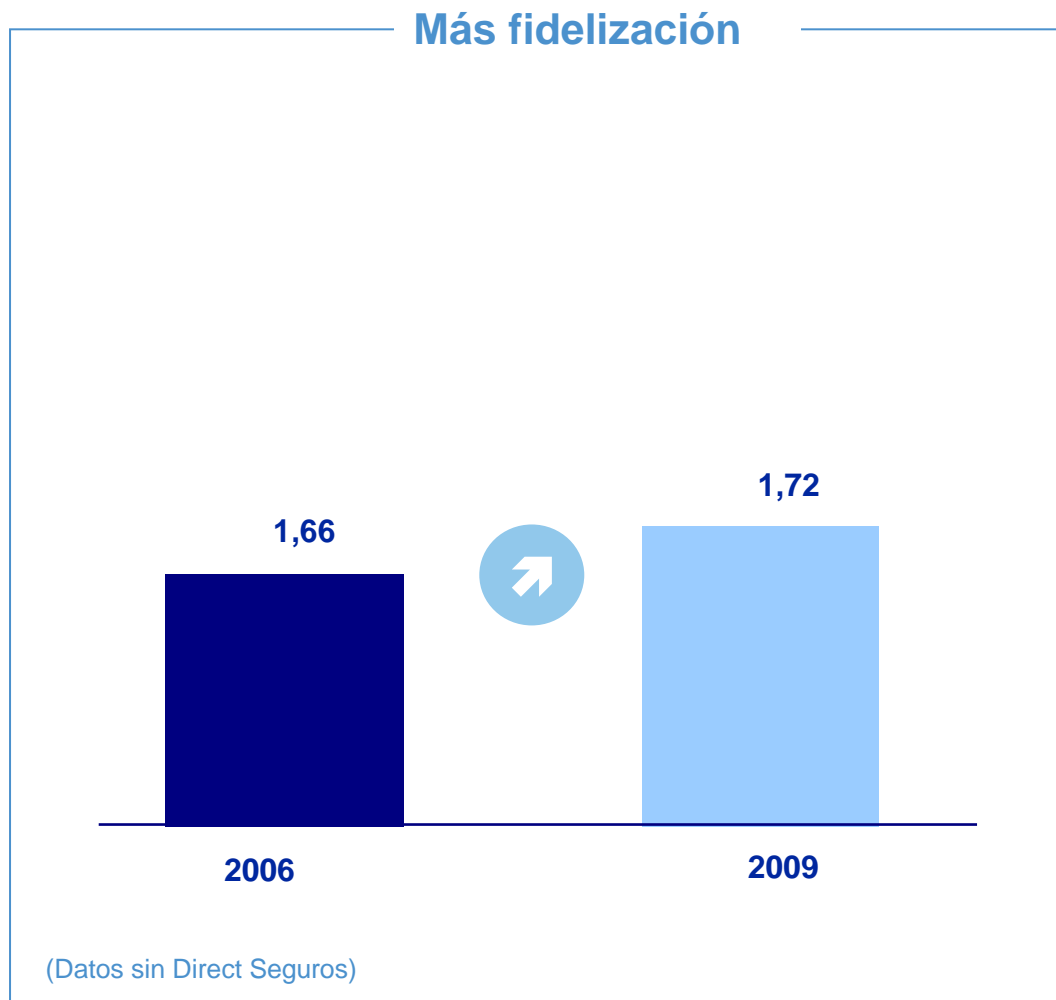


Aumento de la satisfacción de los clientes durante todo el proceso de integración.

\* Resultados de la encuesta interna a clientes (Customer Scope)

# Éxito de la integración

## Aumento de la fidelización de los clientes



Aumento del ratio de pólizas por cliente como consecuencia de las campañas de venta cruzada.

**Éxito de la integración**  
**Conclusión**

**AXA**  
**es hoy**  
**más fuerte**  
**y está**  
**mejor preparada**  
**para afrontar el futuro**

# ÍNDICE

- **Mensajes Clave**
- **Cifras 2009**
- **Cierre de la integración**
- **Actividad 2009: clientes, distribuidores y sociedad**
- **Prioridades 2010**

# Centrados en el cliente

## Nuevos productos y servicios adaptados al entorno



### Dispositivo Gripe A

Tras la alerta mundial provocada por la Gripe A, AXA puso en marcha un dispositivo especial, pionero en el mercado, dirigido a sus clientes de salud.



### Pack Anti crisis

En junio AXA presentó una batería de medidas anticrisis para empresas y particulares con coberturas como el recurso de facturas impagadas, el pago de 6 meses del seguro de salud en caso de desempleo o el crédito reparación para vehículos de hasta 6.000 euros.



### Pensiones Privilege

Producto único en el mercado español que permite combinar las ventajas fiscales de los PPAs con la garantía de las decisiones de inversión que ofrecen las Variable Annuities. Desde su lanzamiento en junio hasta diciembre, la aseguradora ha conseguido **más de 70 millones de euros** superando las previsiones.

# Centrados en el cliente

## Nuevos productos y servicios adaptados al entorno

12  
- 2  
—  
10

Sume seguridad.  
Reste gastos.

reinventando / los seguros AXA

### Hogar: Atención de Urgencias

Compromiso por el que, en caso de siniestro, AXA se compromete a enviar un profesional en **menos de 3 horas**. Si AXA no cumple con el plazo establecido le paga la reparación de urgencia de hasta 1.500€.

asistencia y apoyo psicológico

Una línea abierta / para los momentos difíciles

900 900 729  
24 horas al día  
los 365 días al año

reinventando / los seguros AXA

### Salud: Plataforma Psicológica

**Servicio telefónico gratuito**, 24 horas al día, 365 días a la semana. Es complementario al resto de los servicios ofrecidos en la póliza de Salud.

Seguridad en su futuro  
seguridad en su negocio

Emprende Plus

reinventando / los seguros AXA

### Emprende Plus

Dirigido al segmento **emprendedores**. Incluye: Incapacidad Laboral Temporal, Accidentes Empresarios y Directivos, Vida Segura y PIAS Futuro.

Seguros de empresas

Una oferta para la Pyme de Logística y el Transportista

reinventando / los seguros AXA

### PYME – Segmento de logística

Incluye cobertura correspondiente a seguros de Daños, Responsabilidad Civil y Transportes.

# Centrados en el cliente

## Reacción proactiva en momentos clave



### Ciclón Klaus

Despliegue de un dispositivo especial de atención telefónica y reparación de urgencia:

- 53.426 llamadas en menos de 5 días.
- 21.000 siniestros abiertos en menos de 72h.
- 12.000 siniestros pagados en menos de 20 días.
- 30.000 SMS enviados a clientes para dar información de su siniestro.



### Pedrisco en Álava

Elaboración de un dispositivo especial para atender a los clientes cuyos vehículos se vieron afectados por la tormenta de granizo: centro móvil de peritación y reparación, ampliación de los talleres de reparación, servicio de taxi gratuito y atención telefónica 24h.



### Servicio víctimas Auto

Puesta en marcha de un servicio integral a las víctimas de Auto que va más allá de la indemnización económica, ofreciendo apoyo psicológico, médico, legal y económico. **Cada día de 2009, los peritos médicos de AXA visitaron a más de 90 lesionados corporales.** En total, la aseguradora atendió a 33.085 personas con lesiones, de los que 193 fueron graves y 48 muy graves.

# Centrados en el cliente

## Mejora de herramientas online de acceso a AXA



### Consulta de siniestros en la Web Cliente

AXA mejoró la comunicación con los clientes a través de la web-cliente. Desde 2009, los clientes de AXA conocen la evolución de sus siniestros y la persona que se ocupa de su caso gracias a la puesta en marcha de una plataforma específica.

### Web Clientes: e-commerce

Dentro del proyecto de multi-access, los clientes de AXA tienen ya la posibilidad de contratar alguno de los productos de la compañía (ej. salud, vida, seguros de caza...).



# Refuerzo de la red de distribución

## Alianzas y apuesta por el empleo



### Acuerdo comercial No Vida Banco Pastor

AXA y el Banco Pastor sellaron un acuerdo de distribución de seguros No Vida para los próximos 10 años.



### Semana de Reclutamiento y nuevas aperturas

Pese al entorno, se reforzó la red exclusiva con 400 nuevas incorporaciones en su red de distribución y la apertura de 30 nuevas oficinas propias.

# Afianzamiento de la doble sede

## Nuevas instalaciones en Madrid y Barcelona



### Inauguración de la sede AXA en Madrid

Inauguración oficial de la sede corporativa de AXA en Madrid, donde trabajan 1.800 personas.



### Proyecto de nueva sede en Barcelona

Elección del World Trade Center de Cornellá como nueva sede corporativa de AXA en Barcelona (el traslado se efectuará en verano de 2010).

# Implicación con la sociedad

## Ir más allá del trabajo como aseguradores



### AXA de Todo Corazón, el voluntariado interno

La asociación de voluntariado de AXA continuó trabajando en beneficio de la infancia, discapacitados y todos aquellos grupos con riesgo de exclusión social. Una de las acciones de 2009 fue la puesta de la primera piedra de la escuela de Campamentos Solidarios en Senegal financiada por AXA de Todo Corazón.



**ADOP**

Apoyo al  
Deporte  
Objetivo  
Paralímpico

### AXA apoya el deporte Paralímpico

AXA reforzó su compromiso con el deporte paralímpico a través del Plan ADOP para Londres 2012.



### Reconocimiento a la labor de AXA

El Instituto Guttmann, hospital de referencia en neurorehabilitación, premió el apoyo de AXA España.

# Implicación con la sociedad

## Fundación AXA

Foro Debate



Obra invitada Museo del Prado



Exposición Aire



Concurso de pintura



Elevador del Puente Vizcaya



Gala "Belcanto en el cinema"



Concierto Palau de la Música



Exposición Salvajes



Amigos de la Biblioteca Nacional



# ÍNDICE

- **Mensajes Clave**
- **Cifras 2009**
- **Cierre de la integración**
- **Actividad 2009: clientes, distribuidores y sociedad**
- **Prioridades 2010**

# Prioridades 2010

## Rentabilidad y orientación al cliente

- **Crecimiento rentable como garantía de la solvencia a medio y largo plazo**

Especialmente importante en un entorno de crisis como el actual

- **Potenciar la efectividad de la red comercial y la estrategia multicanal**

Incrementar la productividad de la red de distribución y profundizar la estrategia multicanal

- **Intensificar la actividad en productos de valor e innovadores**

Potenciar la actividad en productos que dominamos y que son generadores de valor (Vida Riesgo) o innovadores (Variable Annuities)

# Preguntas