

AXA España gana 172 millones de euros en 2009, un 2,4% más

La aseguradora consolida la solidez de su negocio y mejora notablemente su margen de solvencia, con más de 400 millones de euros de excedente

Culmina con éxito el proceso de integración de Winterthur, la mayor operación en la historia del sector asegurador español, pese a la fuerte crisis económica

En medio de un entorno económico extremadamente difícil, AXA España consolidó en 2009 la solidez de su negocio, con un beneficio de 172 millones (+2,4%), aumentó su fortaleza financiera, elevando su ratio de solvencia hasta el 172% (42 puntos porcentuales más que en 2008) y finalizó con éxito el proceso de integración de Winterthur, mejorando los ratios de rentabilidad y de satisfacción de clientes que la compañía tenía en 2006, antes de iniciar la operación.

Javier de Agustín, consejero delegado de AXA, calificó los resultados de 2009 como “positivos ya que hemos logrado mantener nuestro beneficio y mejorar nuestra fortaleza financiera a pesar del entorno de fuerte crisis económica y de tener que afrontar la finalización del proceso de integración de Winterthur”. En este sentido, de Agustín resaltó que “tras la integración de Winterthur, AXA es hoy más fuerte y tiene una dimensión mayor que en 2006, lo que nos sitúa en mejor posición para afrontar con garantías los retos de 2010, un año que volverá a ser difícil por la situación de la economía española”.

AXA España obtuvo el pasado año un beneficio bruto de 240,4 millones de euros, un 10,7% más que en 2008; mientras que el beneficio neto (después de impuestos) aumentó un 2,4%, hasta los 172 millones de euros.

Por su parte, el ratio combinado del negocio de No Vida se situó en el 97,4%*, 7 puntos superior al registrado en 2008. Este empeoramiento se debió exclusivamente al comportamiento de la siniestralidad, ya que la compañía logró reducir ligeramente el ratio de gastos de No Vida (-0,1 pp) hasta el 24,1%, pese al descenso del volumen de negocio.

En concreto, la siniestralidad se situó en el 70,4%, 4,2 puntos más que el ejercicio anterior, como consecuencia del impacto de siniestros graves y las catástrofes naturales (especialmente el ciclón Klaus y el pedrisco de Vitoria), y de la bajada de la prima media, especialmente en el ramo de Auto.

Las cuentas de AXA reflejan, además, el incremento de la solidez financiera de la aseguradora con una importante mejora del margen de solvencia que ha pasado del 130% en 2008 al 172% en 2009.

*Cifra corregida con posterioridad a la presentación de resultados

Decrecimiento del negocio

En cuanto al volumen de primas, AXA España redujo su negocio un 9,7%, hasta los 3.249 millones de euros, debido a factores internos (como medidas en la cartera orientadas a garantizar la solvencia y rentabilidad a medio y largo plazo), y externos (descenso de la prima media, especialmente en Auto, por la tendencia del mercado, y fuerte impacto de la crisis en Empresas, acentuado en el sector de la construcción).

Por negocios, No Vida, donde AXA es el segunda compañía más importante del mercado, registró un descenso del 6,6%, situándose en 2.503 millones de euros, con una evolución negativa en todos los ramos salvo en Salud, que logró crecer un 9%, superando un año más al crecimiento de la media del mercado. Por su parte, Vida registró un aumento del 1% de las provisiones técnicas, hasta situarse en 6.500 millones de euros. Sin embargo, el volumen de primas se redujo hasta los 746 millones de euros, un 18,5% menos que en 2008, por la salida de la 'guerra del depósito' y el foco en productos de Vida Riesgo y garantizados (variable annuities).

Cierre de la integración de Winterthur

El ejercicio de 2009 estuvo marcado, asimismo, por el cierre de la integración de Winterthur en la que, a día de hoy, ha sido el mayor proceso de fusión del sector asegurador español.

AXA cuenta hoy con 3,9 millones de clientes, un 56% más que antes de la fusión con Winterthur, mientras que el número de pólizas ha crecido más del 71%, hasta los 6,5 millones de contratos. La compañía gestiona anualmente 2,6 millones de siniestros, más del doble que en 2006 y atiende más de 7 millones de llamadas, un 88% más que en 2006.

El impacto de la compra de Winterthur no sólo se ha traducido en una mayor dimensión económica, sino también en una mejora de la rentabilidad y solidez de AXA, aumentando el beneficio neto y mejorando la siniestralidad y el ratio combinado; así como la satisfacción de sus empleados y clientes.

Para Javier de Agustín "el éxito de la fusión, se ha basado en haber sabido mantener la confianza de nuestros clientes, empleados y distribuidores en la nueva AXA".

Prioridades 2010

Respecto a 2010, AXA apuesta por tres ejes de actuación:

- Crecimiento rentable como garantía de la solvencia de la compañía a medio y largo plazo.
- Potencia la estrategia multicanal y la efectividad de la red comercial.
- Mayor actividad en productos de valor, como Vida Riesgo, o innovadores, como los 'variable annuities'.

Además, dentro de su programa de "reclutamiento", la aseguradora prevé la creación de 400 nuevos puestos de trabajo para su fuerza de ventas durante este ejercicio, y la apertura de 30 nuevas oficinas propias, que se suman a las más de 1.000 actuales.

PRINCIPALES MAGNITUDES	2008	2009	Var.
Total primas*	3.597	3.249	-9,7%
No Vida	2.683	2.503	-6,6%
Vida	914	746	-18,5%
Provisiones Tec. Vida	6.434	6.499	+1,0%
Ratio Combinado**	90,4%	97,4%***	+7,0 pp
Margen de Solvencia	129,8%	171,7%	+41,9 pp
Activos gestionados	10.502	10.322	-2,2%
Beneficio Bruto	217,1	240,4	+10,7%
Beneficio Neto	168	172	+2,4%

*Primas Emitidas netas de anulaciones

**Seguro Directo + Reaseguro Aceptado y Reaseguro Cedido

*** Cifra modificada con posterioridad a la presentación de resultados

Síguenos en:



Contacto: comunicacioncorporativa@axa.es
915388603/ 915388736 / 915388225
Nota disponible en:
http://www.axa.es/sala_de_prensa/index_salaprensa.htm

El Grupo AXA es el segundo grupo asegurador de No Vida en España, con un volumen de negocio total de 3.249 millones de euros en 2009, AXA cuenta con cerca de 4 millones de clientes y más de 6,5 millones de pólizas. La compañía dispone de más de 10.000 puntos de asesoramiento y venta a través de los cuales transmite su visión de la Protección Financiera.

