



# MAPFRE en Latinoamérica: evolución y perspectivas de crecimiento



**CORPORACIÓN MAPFRE**



Madrid, 27 de octubre de 2005

## Razones y Objetivos

El mercado asegurador en Latinoamérica



 **MAPFRE** | AMÉRICA: Evolución de las principales cifras

Estrategia y perspectivas de futuro



# Razones y Objetivos

---

## RAZONES

- Vocación cultural Latinoamericana
- Mercados con fuertes potenciales de crecimiento por:
  - Mayor estabilidad política y económica
  - Baja penetración del seguro
  - Modernización de los mercados financieros y de la legislación aseguradora
  - Privatización de la previsión social
- Mayor diversificación geográfica
- Acompañar a las compañías españolas en su expansión en Latinoamérica
- Presencia de grupo en Latinoamérica (MAPFRE RE, MAPFRE ASISTENCIA)

## OBJETIVOS

- Crecimiento
- Aportación creciente al resultado consolidado
- Contribuir a la profesionalización de los mercados



## Razones y Objetivos

El mercado asegurador en Latinoamérica



 **MAPFRE** | AMÉRICA: Evolución de las principales cifras

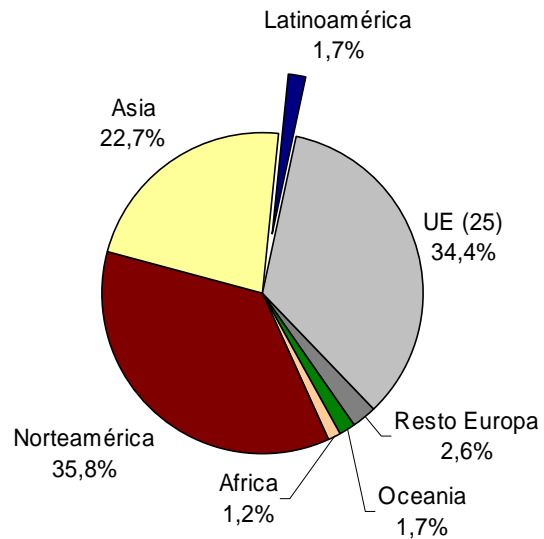
Estrategia y perspectivas de futuro



# El Mercado de Seguros en Latinoamérica

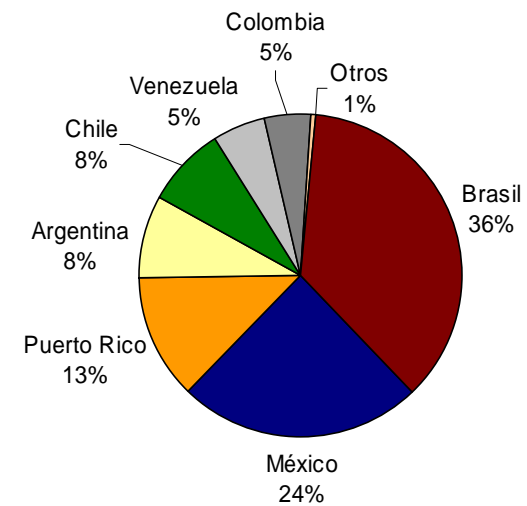
## LATINOAMÉRICA EN EL MERCADO ASEGURADOR INTERNACIONAL

### TAMAÑO



**El volumen de primas en Latinoamérica alcanzó los 54.977 millones de USD en 2004**

### CONCENTRACIÓN



**El negocio se concentra en 7 países, con Brasil y México aportando el 60% de las primas**

(1) Fuente: elaboración propia con datos SIGMA y Fundación MAPFRE Estudios. Cifras relativas a 2004



# El Mercado de Seguros en Latinoamérica

## LATINOAMÉRICA EN EL MERCADO ASEGURADOR INTERNACIONAL

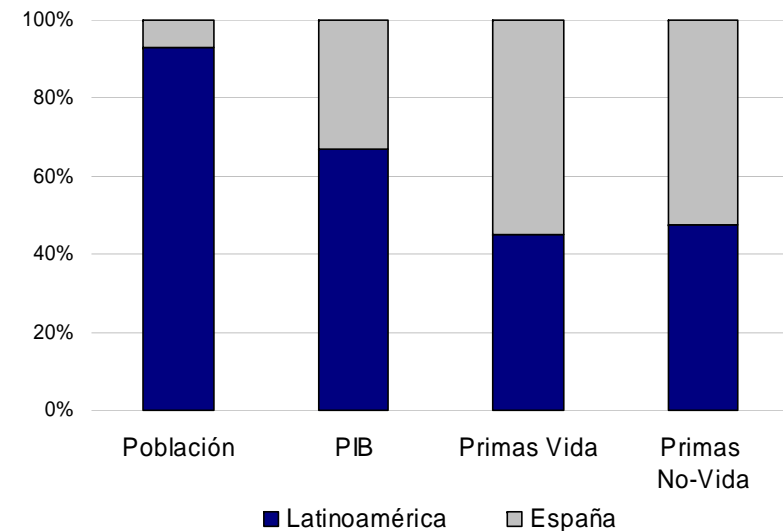
Latinoamérica representa el 8,6% de la población y su PIB el 4,9% de la creación de valor mundial...

...sin embargo estos ratios son mucho más bajos para la industria aseguradora: la participación de Latinoamérica en el volumen de primas mundial se sitúa en el 1,0% para el seguro de Vida y 2,1% para No-Vida

Latinoamérica en su conjunto tiene un volumen de primas de seguro más pequeño que el de España, a pesar de tener una población 13 veces más grande y de doblar su PIB



	Población	PIB	Primas Vida	Primas No-Vida
Norteamérica	5,1%	31,3%	28,4%	46,1%
<b>Latinoamérica</b>	<b>8,6%</b>	<b>4,9%</b>	<b>1,0%</b>	<b>2,1%</b>
EU (25)	7,5%	31,2%	35,6%	32,7%
España	0,7%	2,4%	1,3%	2,3%



En % sobre la población, el PIB, las primas Vida y primas No-Vida del mundo, respectivamente



**Potencial de crecimiento**



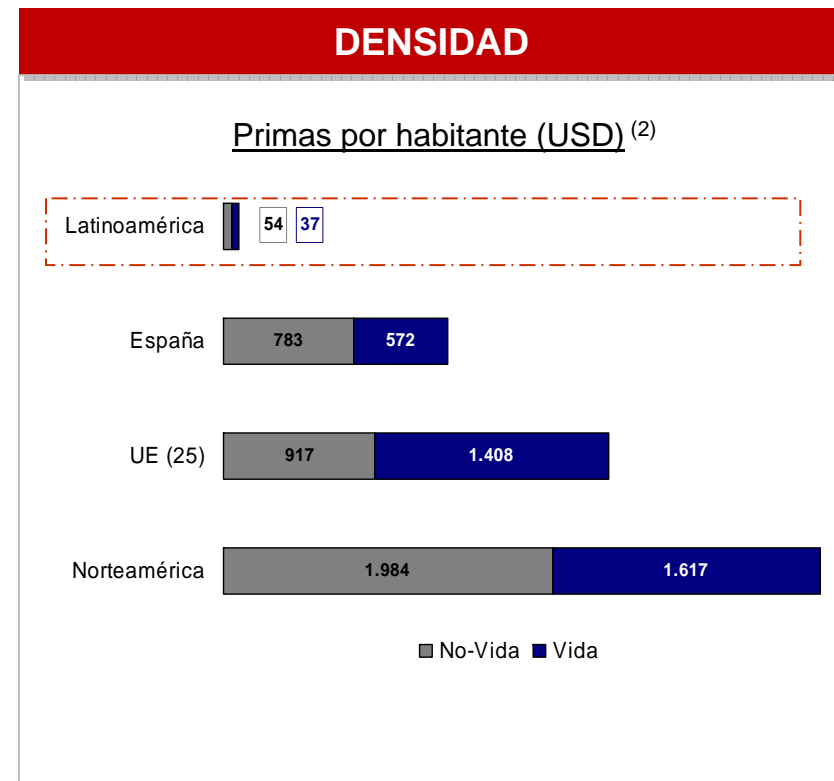
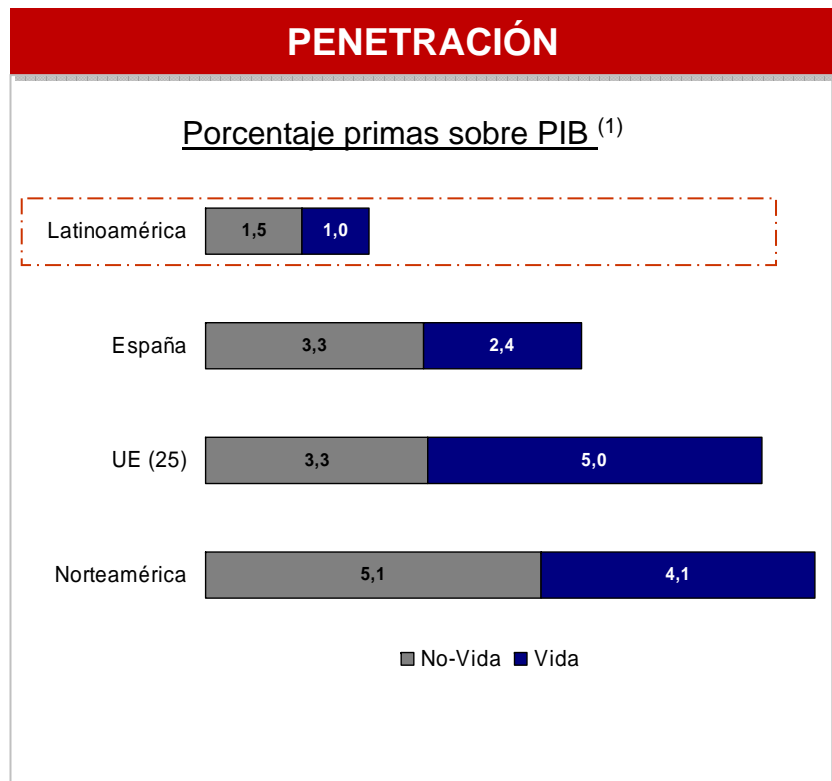
# El Mercado de Seguros en Latinoamérica

## LATINOAMÉRICA EN EL MERCADO ASEGURADOR INTERNACIONAL

En promedio, Latinoamérica gasta el 1% de su PIB en seguros de Vida y el 1,5% en seguros de No-Vida, frente a un promedio mundial del 4,6% en Vida y 3,4% en No-Vida



Potencial de crecimiento

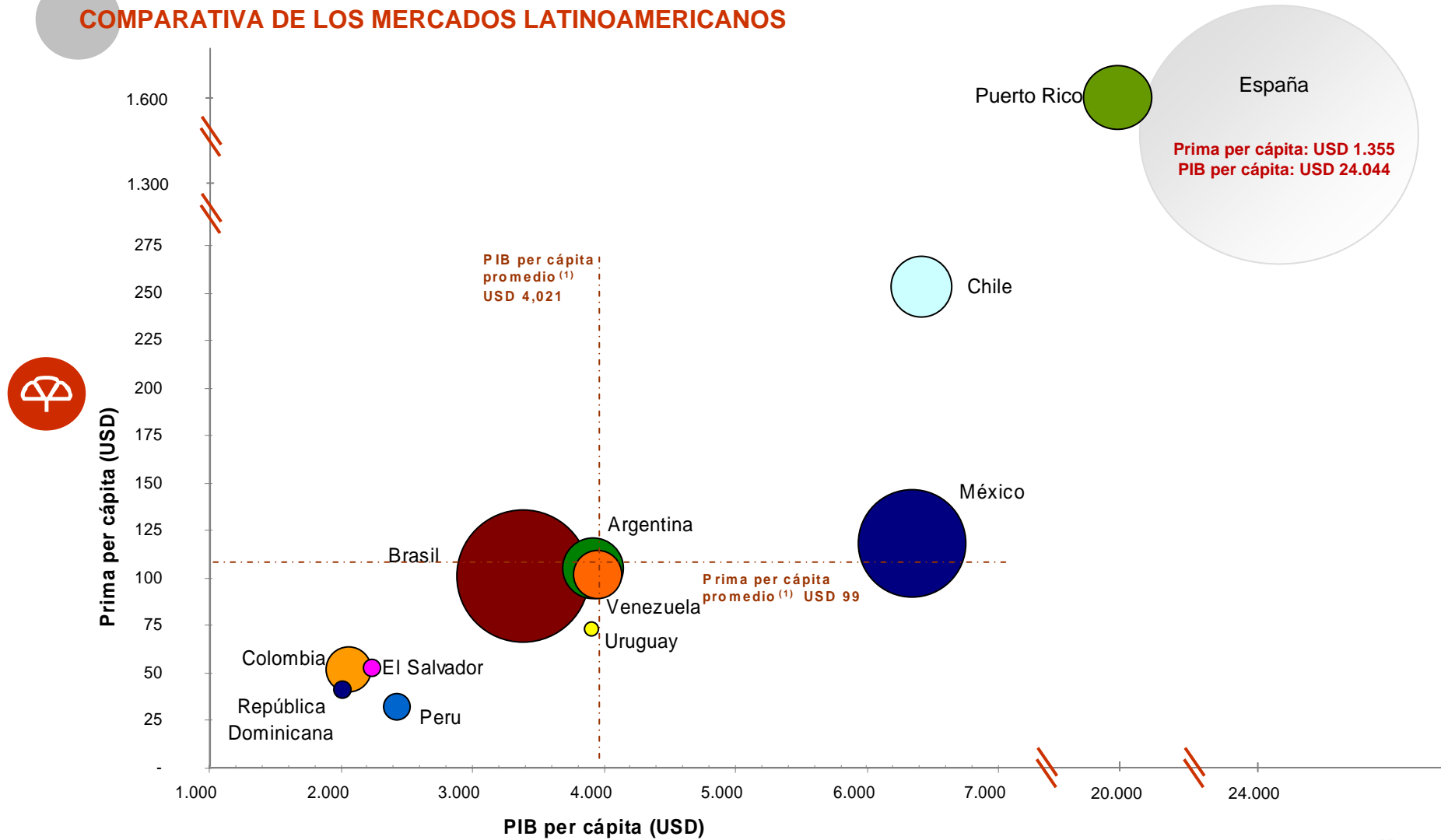


(1) El agregado de Latinoamérica no incluye Puerto Rico, con una penetración de 1,0% y 7,0% en No-Vida y Vida respectivamente  
 (2) El agregado de Latinoamérica no incluye Puerto Rico, con una densidad de USD 1.409 y 202 en No-Vida y Vida respectivamente



# El Mercado de Seguros en Latinoamérica

## COMPARATIVA DE LOS MERCADOS LATINOAMERICANOS



(1) Los promedios no incluyen ni Puerto Rico ni España  
Fuente: Elaboración propia con datos SIGMA y Fundación MAPFRE Estudios



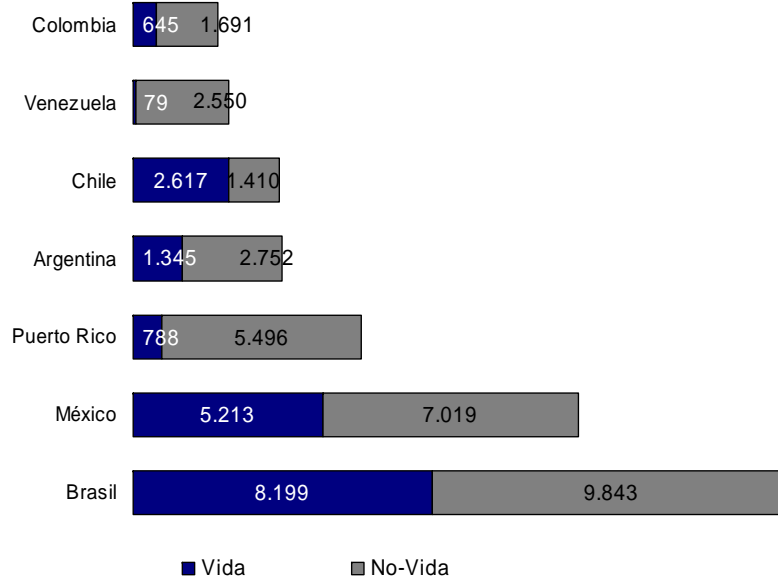


# El Mercado de Seguros en Latinoamérica

## COMPARATIVA DE LOS MERCADOS LATINOAMERICANOS

### TAMAÑO

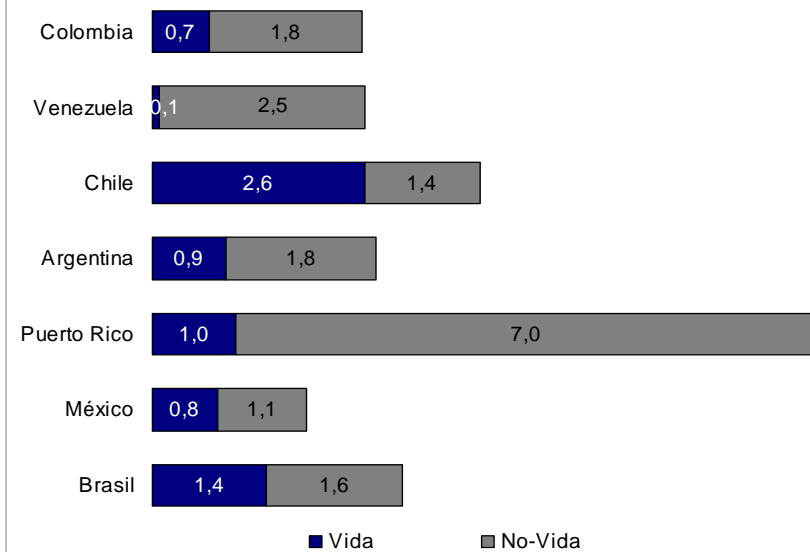
Volumen de primas en millones de USD



**Pese a ser los mercados más grandes...**

### PENETRACIÓN

Primas como % del PIB



**...México y Brasil tienen bajas tasas de penetración**

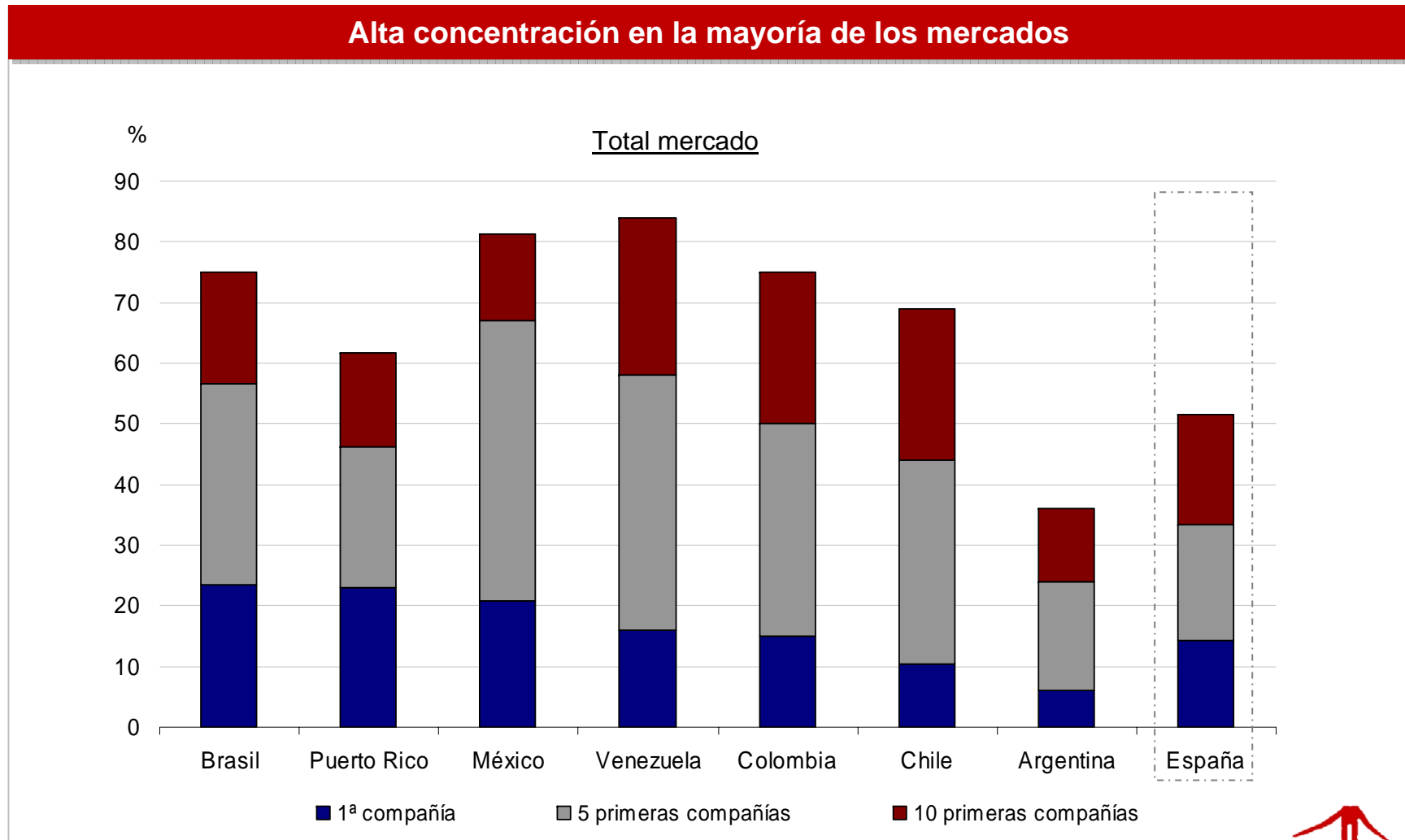
Fuente: Elaboración propia con datos SIGMA



# El Mercado de Seguros en Latinoamérica

## COMPARATIVA DE LOS MERCADOS LATINOAMERICANOS

### Alta concentración en la mayoría de los mercados



Fuente: Fundación MAPFRE Estudios, ICEA



Razones y Objetivos

El mercado asegurador en Latinoamérica



 **MAPFRE** | AMÉRICA: Evolución de las principales cifras

Estrategia y perspectivas de futuro



# MAPFRE AMÉRICA – Evolución de las principales cifras

## IMPLANTACIÓN TERRITORIAL

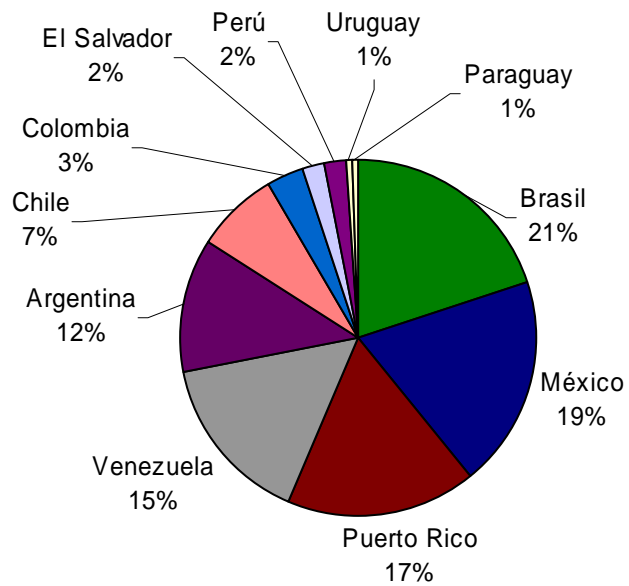
- 1984** Compra minoritaria de MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA
- 1986** Compra de MAPFRE ACONCAGUA (Argentina) y constitución de MAPFRE PARAGUAY y Euroamérica (Chile)
- 1989** Compra de SEGUROS TEPEYAC (México) y GRUPO PRAICO (Puerto Rico)
- 1992** Compra de VERA CRUZ SEGURADORA (Brasil)
- 1994** Constitución de MAPFRE URUGUAY
- 1997** Compra de SEGUROS LA SEGURIDAD (Venezuela) y EL SOL NACIONAL (Perú)
- 1999** Compra de LA CENTRO AMERICANA (El Salvador)
- 2003** Compra de CANADA LIFE INSURANCE COMPANY (Puerto Rico)
- 2005** Constitución de MAPFRE DOMINICANA (Rep. Dominicana)  
Participación en NOSSA CAIXA SEGUROS E PREVIDENCIA (Brasil)



# MAPFRE AMÉRICA – Evolución de las principales cifras

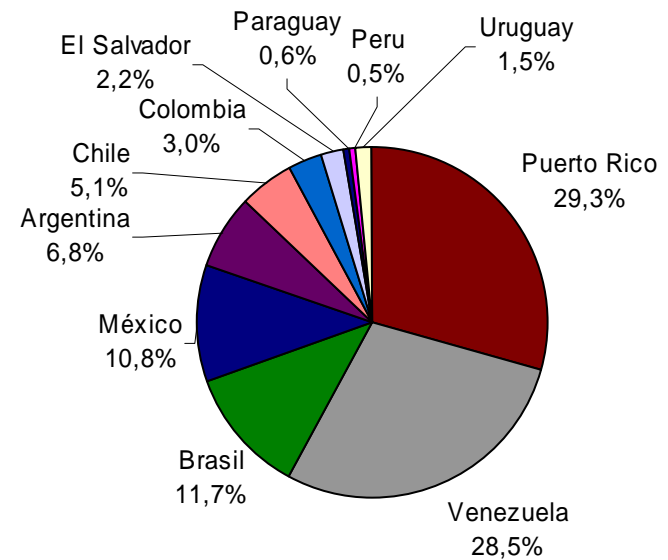
## DESGLOSE POR PAÍS DE LAS PRINCIPALES CIFRAS CONSOLIDADAS DE MAPFRE AMÉRICA

### PRIMAS



5 países aportan el 84% de la primas...

### RESULTADOS

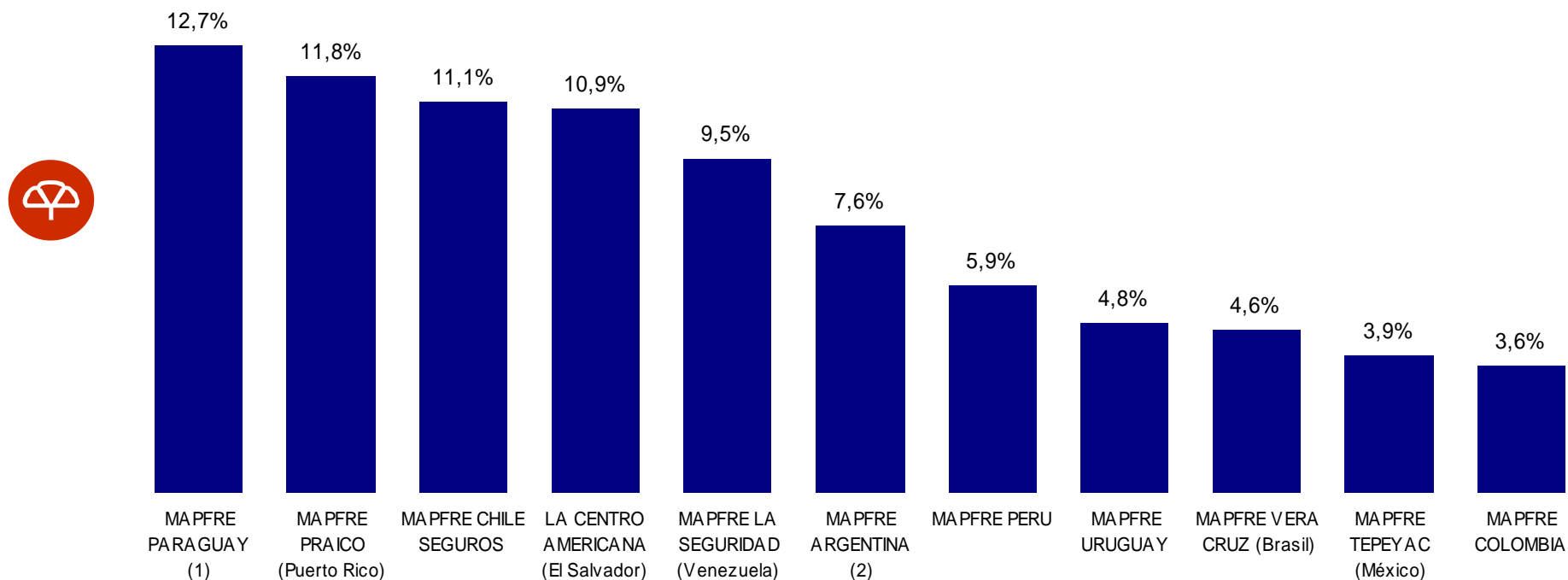


...y el 87% del resultado



# MAPFRE AMÉRICA – Evolución de las principales cifras

## CUOTAS DE MERCADO NO-VIDA POR PAÍS 2004



1) Cuota de mercado total (Vida y No-Vida)

2) Las cifras de MAPFRE ARGENTINA corresponden al mes de junio de 2004, al ser esta la fecha de cierre del ejercicio contable en ese país

Fuente: Fundación MAPFRE Estudios



# MAPFRE AMÉRICA – Evolución de las principales cifras

## RANKING DE GRUPOS ASEGURADORES EN LATINOAMÉRICA POR VOLUMEN DE PRIMAS - 2004

### Total Vida y No-Vida

	Primas (mn €)	Cuota de mercado	Ranking 2003
1 BRADESCO	2.418	6,4%	2
2 ING <sup>(1)</sup>	2.097	5,5%	1
3 METLIFE	1.685	4,5%	3
4 Grupo Nacional Provincial	1.644	4,3%	4
5 AIG	1.617	4,3%	5
6 MAPFRE	1.458	3,9%	6
7 ITAÚ	1.303	3,4%	8
8 TRIPLE-S	1.104	2,9%	7
9 ZURICH	786	2,1%	10
10 SUL AMERICA	778	2,1%	11

### No-Vida

	Primas (mn €)	Cuota de mercado	Ranking 2003
1 ING <sup>(1)</sup>	1.591	7,3%	1
2 MAPFRE	1.227	5,7%	2
3 Grupo Nacional Provincial	1.201	5,5%	4
4 AIG	1.114	5,1%	3
5 BRADESCO	830	3,8%	5
6 LIBERTY Mutual	706	3,3%	9
7 SUL AMERICA	705	3,2%	8
8 ZURICH	600	2,8%	7
9 Porto Seguros	600	2,8%	11
10 ALLIANZ	596	2,7%	6

1) Las cifras relativas a Latinoamérica contenidas en el informe anual 2004 de ING no incluyen 778 millones de euros de primas procedentes de su participación del 49% en Sul América

Fuente: Fundación MAPFRE Estudios; datos relativos a los países en los que MAPFRE opera



## RANKING DE GRUPOS ASEGURADORES EN LATINOAMÉRICA POR VOLUMEN DE PRIMAS - 2004

### Ranking de Multinacionales Aseguradoras

	País	Primas (mn €)	Cuota de mercado
1 ING <sup>(1)</sup>	Holanda	2.097	5,5%
2 METLIFE	EEUU	1.685	4,5%
3 AIG	EEUU	1.617	4,3%
4 MAPFRE	España	1.458	3,9%
5 ZURICH	Suiza	786	2,1%
6 ALLIANZ	Alemania	758	2,0%
7 LIBERTY MUTUAL	EEUU	740	2,0%
8 GENERALI	Italia	604	1,6%
9 HSBC	UK	541	1,4%
10 ABN AMRO	Holanda	504	1,3%

### Ranking de Grupos Aseguradores Locales

	País	Primas (mn €)	Cuota de mercado
1 BRADESCO	Brasil	2.418	6,4%
2 GRUPO NACIONAL PROVINCIAL	México	1.644	4,3%
3 ITAÚ	Brasil	1.303	3,4%
4 TRIPLE-S	Puerto Rico	1.104	2,9%
5 SUL AMERICA	Brasil	778	2,1%
6 PORTO SEGUROS	Brasil	639	1,7%
7 INBURSA	México	634	1,7%
8 BANAMEX AEGON	México	569	1,5%
9 HUMANA	México	393	1,0%
10 ALIANCA DO BRASIL	Brasil	316	0,8%

1) Las cifras relativas a Latinoamérica contenidas en el informe anual 2004 de ING no incluyen 778 millones de euros de primas procedentes de su participación del 49% en Sul América

Fuente: Fundación MAPFRE Estudios; datos relativos a los países en los que MAPFRE opera





## EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO

### Qué hemos hecho ...

- Fuertes inversiones en informática y en sistemas de información de gestión
- Continua depuración de carteras de seguros deficitarias
- Mejora en la gestión de los siniestros
- Control y reducción de gastos
- Creación de una red territorial de oficinas y agentes
- Mejora de la calidad de servicio al cliente
- Formación de la plantilla

### ... y dónde estamos ahora

- Calidad en los equipos gestores
- Información y control (análisis por cobertura, producto y rentabilidad)
- Rigor técnico en la suscripción
- Mayor transferencia de tecnología y procesos operativos entre países
- Resultados más estables y crecientes
- Se ha triplicado la red de distribución propia en los últimos 5 años. En 2008 se habrá multiplicado por 5



Hemos puesto las bases para una aceleración del crecimiento



# MAPFRE AMÉRICA – Evolución de las principales cifras

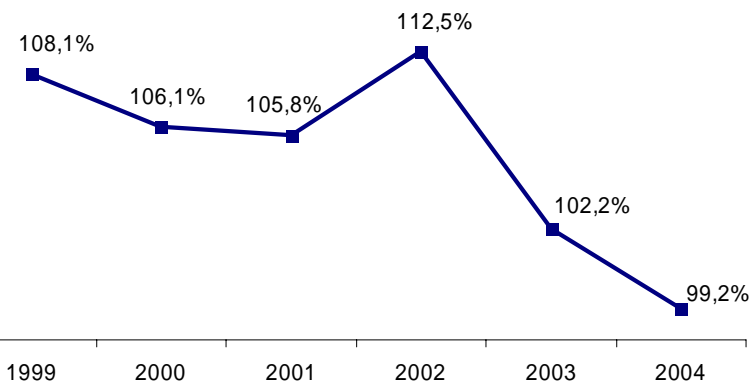
## MAPFRE AMÉRICA en CIFRAS

### Primas y Asegurados

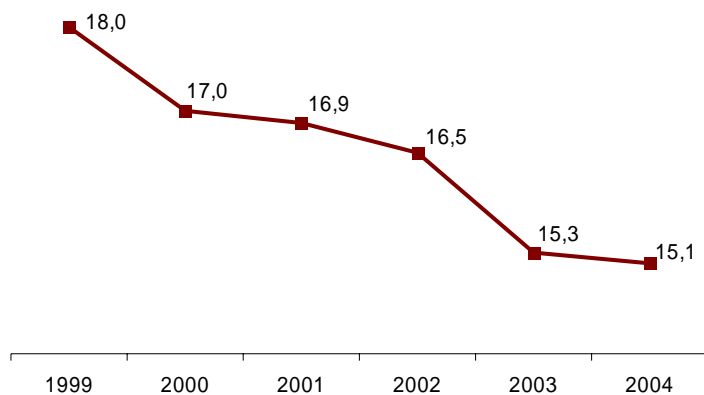
€1.296,2 millones de primas  
 10.548.294 asegurados  
 2.879.718 pólizas  
 25.284 agentes

Datos a diciembre de 2004

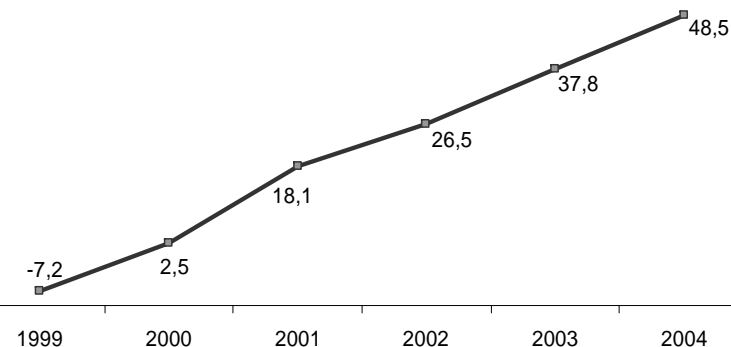
### Ratio Combinado (1)



### Gastos de administración (% sobre primas)



### Resultado Neto (mn €)



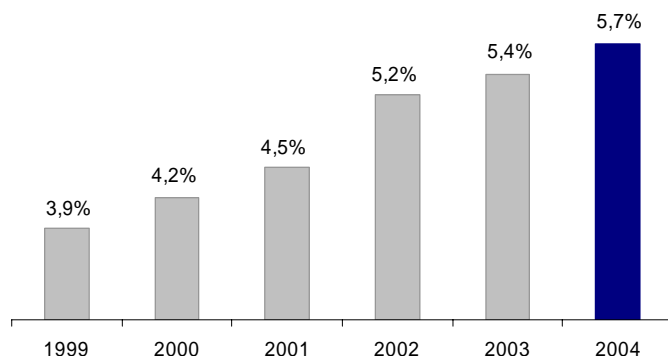
**ROE: --- 0,5% 3,5% 4,8% 7,3% 9,6%**

1) Es objetivo de MAPFRE AMÉRICA el mantener un ratio combinado lo más reducido posible. Este ratio, no obstante, puede fluctuar al alza en la medida en que el resultado global (que incluye el resultado financiero) evolucione satisfactoriamente

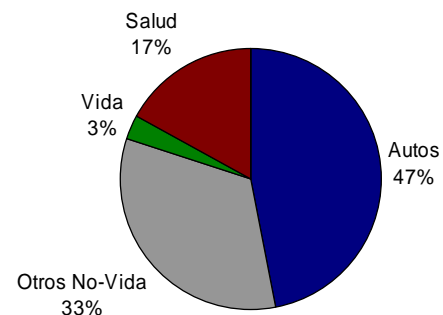


## MAPFRE AMÉRICA en CIFRAS

### Evolución de la cuota de mercado <sup>(1)</sup>



### Una cartera más diversificada



1) La cartera a diciembre de 1999 se componía en un 59% en autos, 24% en Otros No-Vida, un 12% en Salud y un 5% en Vida.

### Aportación al resultado consolidado

- Prácticamente todas las filiales en beneficios
- MAPFRE AMÉRICA aporta en la actualidad aproximadamente un 20% del resultado neto consolidado de CORPORACIÓN MAPFRE

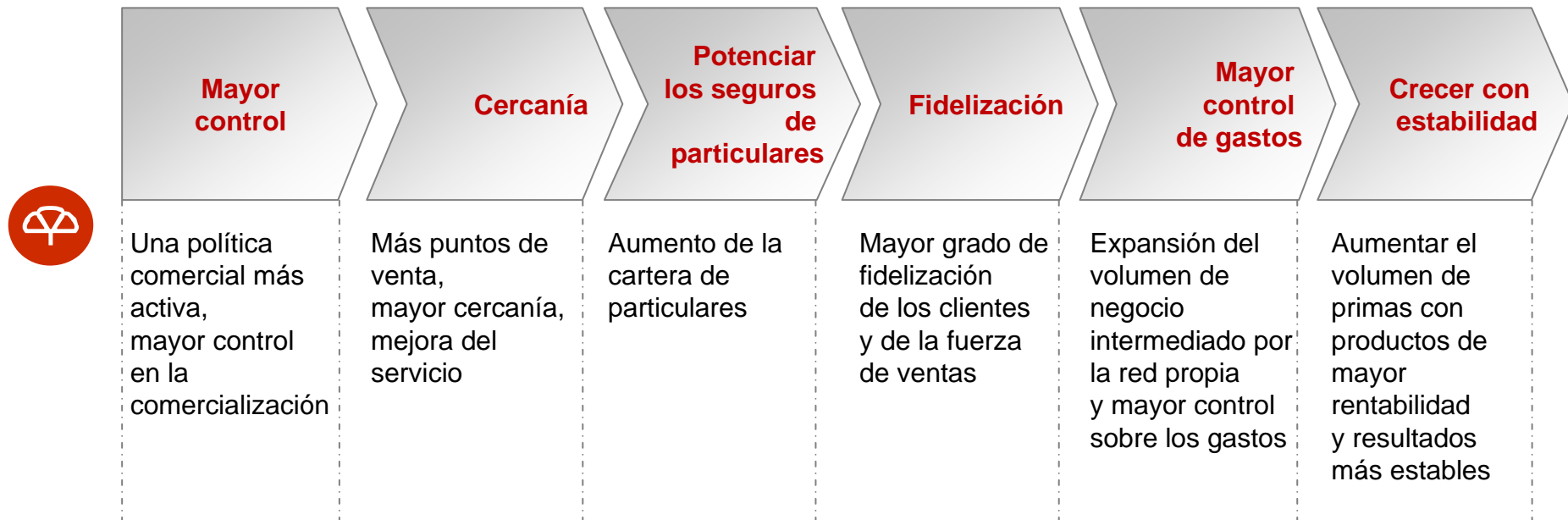
### Dividendos

- Se reciben por primera vez en 2004 dividendos de las filiales Latinoamericanas por importe de €19,5 millones

1) Cuotas de mercado No-Vida relativa a los países en los que MAPFRE opera. Fuente: Fundación MAPFRE Estudios



## APUESTA POR UNA RED DE OFICINAS PROPIA



Potenciar los seguros a particulares para lograr una cartera más equilibrada

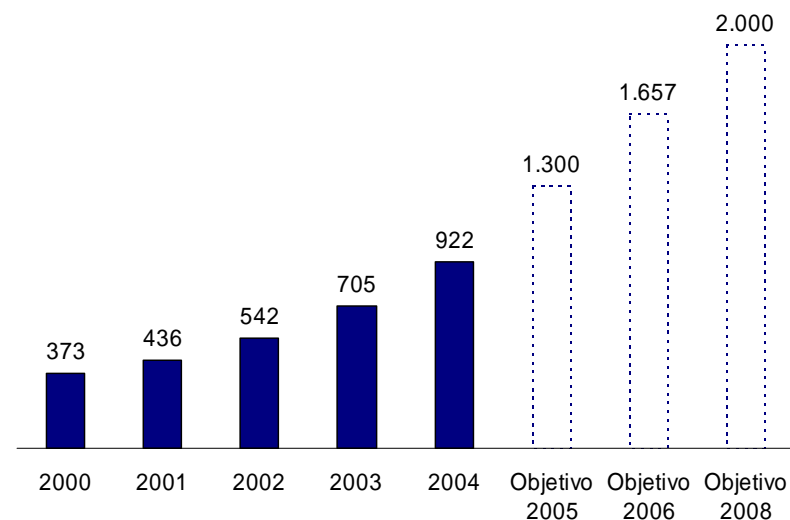


## APUESTA POR UNA RED DE OFICINAS PROPIA

### Red de Oficinas a dic 2004 ...

	Directas <sup>(1)</sup>	Delegadas <sup>(2)</sup>	Totales
BRASIL	94	116	210
MÉXICO	51	128	179
ARGENTINA	51	99	150
VENEZUELA	88	39	127
COLOMBIA	42	30	72
PUERTO RICO	26	32	58
URUGUAY	6	31	37
CHILE	20	14	34
PERÚ	17	5	22
PARAGUAY	9	11	20
EL SALVADOR	4	9	13
<b>TOTAL</b>	<b>408</b>	<b>514</b>	<b>922</b>

### ... y objetivos



**La apertura de nuevas oficinas discurre de acuerdo a objetivos**

- (1) Oficinas Directas: se ocupan del cumplimiento de los objetivos comerciales en su ámbito territorial y actúan como puntos de venta y de servicio al cliente.
- (2) Oficinas Delegadas: son gestionadas por un Agente Delegado y actúan como puntos de venta y de servicio al cliente. La remuneración de su personal, que mantiene una relación mercantil con MAPFRE, procede exclusivamente de comisiones por venta y mantenimiento de cartera. Están supervisadas y apoyadas por las Oficinas Directas.



## DIVERSIDAD EN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

### Otros canales

- Producción directa, Internet, Telemarketing

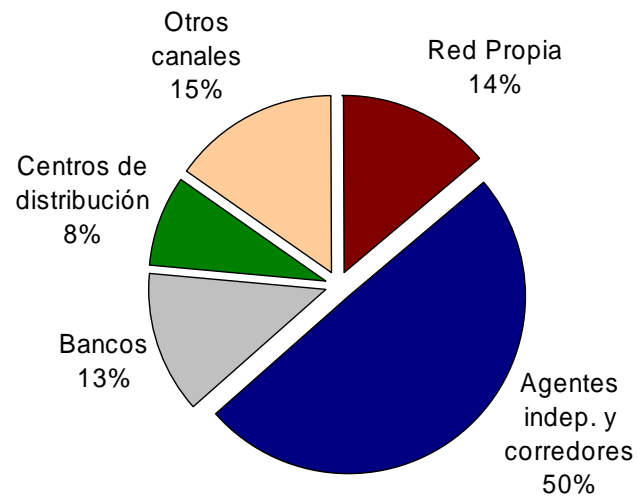
### Centros de distribución

- Incluye a las superficies comerciales, supermercados, etc.
- El año 2004 cerró con la formalización de un convenio con la mayor red de tiendas de Brasil – Casas Bahía

### Canal bancario

- Acuerdos con bancos más sólidos y duraderos

Primas de nueva producción por canal a Diciembre de 2004



### Red propia

- Continuar con el proyecto de apertura de nuevas oficinas

### Corredores

- Seguimos buscando y afianzando la colaboración con corredores



**Una distribución más equilibrada**

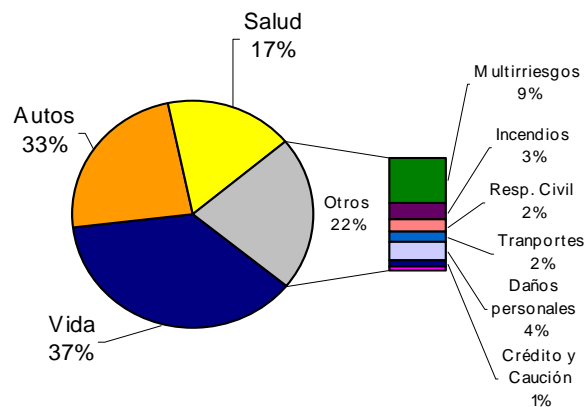


## BRASIL

### Características del mercado

- Brasil es el mercado más grande de Latinoamérica, con un volumen de primas de USD 18.042 millones. El mercado brasileño creció un 10,8% en 2004 (16% en Vida y 6,9% en No-Vida)
- Altos gastos de adquisición debido a la obligación de intermediación y a la práctica del mercado
- Monopolio del reaseguro (IRB)
- Creciente participación del negocio de Vida, en particular, en los ramos de previdencia

Composición del mercado

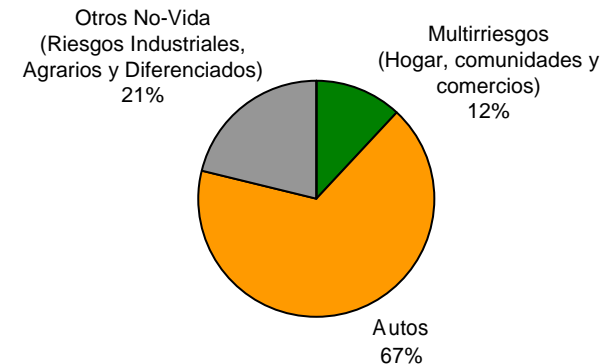


### MAPFRE Vera Cruz

	sep-05	Var. % 05/04
Primas (mn €)	288,3	53%
Resultado <sup>(1)</sup> (mn €)	9,7	67%
Oficinas	284	41%
Empleados	1.412	6%
Asegurados	5.074.820	---
Agentes	7.881	---

(1) Resultado antes de impuestos y minoritarios

Cartera de MAPFRE Vera Cruz



## BRASIL – ESTAMOS GANANDO CUOTA DE MERCADO

Predominio de compañías de seguros asociadas con conglomerados financieros locales con amplia red de distribución y oportunidad de venta cruzada:  
**55% de las primas del mercado distribuidas por grupos financiero-aseguradores**

### Cuotas de mercado 2004 No-Vida <sup>(1)</sup>

	%
1 BRADESCO SEGUROS	14,2
2 SUL AMÉRICA <sup>(1)</sup>	12,1
3 PORTO SEGURO	10,1
4 ITAÚ SEGUROS	9,4
5 UNIBANCO AIG SEGUROS	8,5
6 GRUPO MAPFRE	4,6
7 REAL PREVIDÊNCIA E SEGUROS	4,2
8 SASSE CAIXA SEGUROS	4,0
9 AGF BRASIL SEGUROS	3,7
10 LIBERTY PAULISTA	2,8

**En 2003, MAPFRE ocupaba la 9ª posición con una cuota de mercado del 3,6%**

### Cuotas de mercado Total 2004 <sup>(1)</sup>

	%
1 BRADESCO SEGUROS	23,4
2 ITAÚ SEGUROS	12,6
3 SUL AMÉRICA <sup>(1)</sup>	7,5
4 UNIBANCO AIG SEGUROS	7,0
5 PORTO SEGURO	6,1
6 SASSE CAIXA SEGUROS	4,5
7 REAL PREVIDÊNCIA E SEGUROS	4,4
8 GRUPO MAPFRE	3,5
9 ALIANÇA DO BRASIL	3,1
10 HSBC	2,8

**Mapfre ocupa la 1ª posición entre las compañías extranjeras no vinculadas a bancos y la 3ª posición entre todas las compañías no vinculadas a bancos**

(1) ING tiene una participación en SUL AMÉRICA del 49%  
 Datos a diciembre de 2004. Fuente: Fundación MAPFRE Estudios

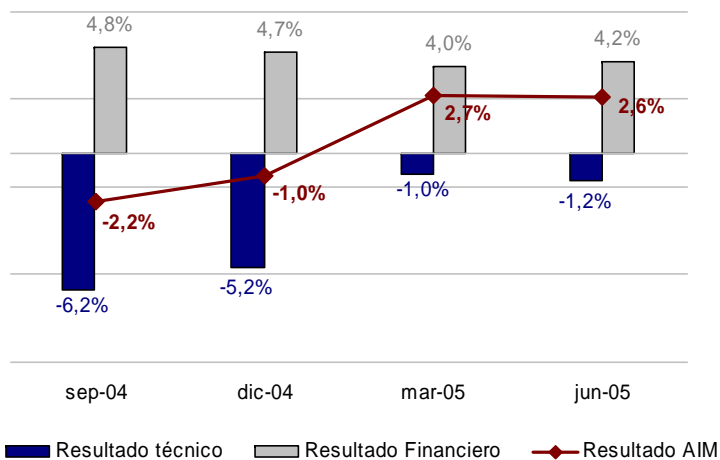




## MAPFRE VERACRUZ (BRASIL)

### Medidas concretas

La adopción de una nueva tarifa, basada en una mayor segmentación y en la experiencia siniestral, ha permitido mejorar el resultado técnico del ramo de Automóviles de forma espectacular



(1) Datos relativos a la cartera de automóviles, en % sobre prima emitida

### Objetivos

- Reducción del gasto para contrarrestar el efecto de la bajada en las tasas de interés
- Reducción de la siniestralidad (el 50% está en robo); especial énfasis en la recuperación de vehículos y en la lucha contra el fraude
- Fuerte ampliación de la red propia:

	dic-04	jun-05	Objetivo 2005	Objetivo 2008
Directas	94	100	110	153
Delegadas	116	163	200	312
<b>Total</b>	<b>210</b>	<b>263</b>	<b>310</b>	<b>465</b>

- Estrategia multicanal, desarrollando acuerdos comerciales con bancos y otros canales de distribución (cadenas de comercio, etc.)
  - Compra en mayo de 2005 del 51% del capital de Nossa Caixa, con la exclusividad en la comercialización de seguros de Vida y planes de previsión privada por la red de Banco Nossa Caixa durante un periodo de 20 años

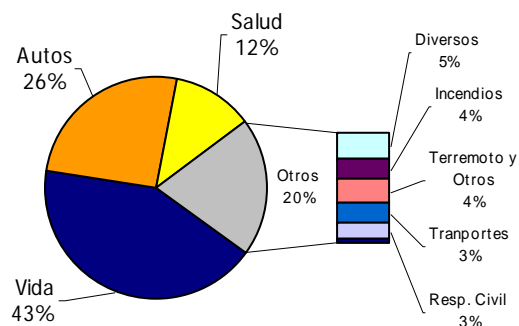


## MÉXICO

### Características del mercado

- México es el segundo mercado más grande de Latinoamérica, con un volumen de primas de USD 12.231 millones
- En el año 2004, el sector retomó el dinamismo de crecimiento que le caracterizó en años anteriores. El mercado creció un 10,9% en 2004, apoyado fundamentalmente por el ramo de Vida

#### Composición del mercado

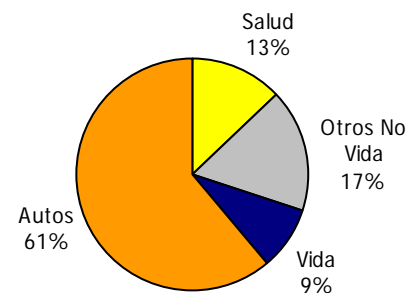


### MAPFRE TEPEYAC

	sep-05	Var. % 04/03
Primas <sup>(1)</sup> (mn €)	180,3	-7%
Resultado <sup>(2)</sup> (mn €)	15,3	115%
Oficinas	243	46%
Empleados	1.133	-6%
Asegurados	944.881	---
Agentes	4.297	---

- (1) El decremento de primas se debe a la cancelación de una cartera de automóviles
- (2) Resultado antes de impuestos y minoritarios

#### Cartera de MAPFRE TEPEYAC



## MÉXICO – PRINCIPALES GRUPOS ASEGURADORES

Al cierre de 2004, las 5 mayores compañías de México concentraron el 62% del mercado.  
En Vida la concentración es muy elevada: las 5 mayores empresas suman el 75% de la producción

### Cuotas de mercado 2004 No-Vida

1	ING Comercial América	22,9%
2	G.N.P.	21,4%
3	Inbursa	7,0%
4	Qualitas	4,8%
5	ABA Seguros	4,1%
6	Zurich	3,9%
7	MAPFRE TEPEYAC	3,9%
8	Metlife México	3,2%
9	ATLAS	2,6%
10	Bancomer	2,6%

### Cuotas de mercado 2004 Total

1	G.N.P.	17,4%
2	Comercial América	16,0%
3	Metlife México	15,8%
4	Inbursa	6,7%
5	Banamex	6,0%
6	Monterrey New York Life	4,7%
7	Qualitas	2,9%
8	BBVA Bancomer	2,7%
9	MAPFRE TEPEYAC	2,6%
10	Zurich	2,6%

(1) Datos a diciembre de 2004. Fuente: Fundación MAPFRE estudios



## MAPFRE TEPEYAC (MÉXICO)

### Medidas concretas

- En el ramo de automóviles se han dedicado grandes esfuerzos en la gestión de la siniestralidad:
  - Limpieza de expedientes
  - Detección de robos y lucha contra el fraude
  - Gestión de los vehículos recuperados
  - Mejora de la gestión de proveedores
  
- En Seguros Generales:
  - Implementación de un sistema eficaz de control de gestión
  - Mejora de las condiciones del reaseguro
  - Lanzamiento de nuevos productos

### Objetivos

- Fuerte ampliación de la red propia:

	dic-04	jun-05	Objetivo 2005	Objetivo 2008
Directas	51	74	65	128
Delegadas	128	155	204	372
	<b>179</b>	<b>229</b>	<b>269</b>	<b>500</b>

- Desarrollo de canales de distribución complementarios:
  - P.ej. acuerdo con Caja Madrid para la venta de productos de Vida a través de “ Su Casita”
  - Ampliación de acuerdos con superficies comerciales
  
- Mejorar el resultado técnico con el fin de compensar el efecto de la disminución en los tipos de interés
  
- Aumentar la cuota de mercado en el ramo de Vida
  
- Aumentar la diversificación de la cartera



Razones y Objetivos

El mercado asegurador en Latinoamérica

 **MAPFRE** | AMÉRICA: Evolución de las principales cifras

Estrategia y perspectivas de futuro



# Estrategia y Perspectivas de Futuro

---



- Continuar con la ampliación de la red propia y desarrollar canales de distribución complementarios (acuerdos con bancos, superficies comerciales, etc.)
- Potenciar los seguros de particulares con el fin de aumentar el control sobre la comercialización, fidelizar la clientela y obtener un resultado creciente y más estable
- Crecimiento fundamentalmente orgánico apoyado en el potencial de éstos países y en nuestro margen de mejora
- Interés por adquisiciones, especialmente en los países con mayor potencial de crecimiento como México y Brasil
- Mejorar significativamente la rentabilidad, acercándola progresivamente a los niveles obtenidos en España



## Advertencia

---



Este documento tiene carácter meramente informativo. Su contenido no constituye oferta o invitación a contratar ni vincula en modo alguno a la entidad emisora. La información relativa a los planes de la sociedad, su evolución, sus resultados y sus dividendos constituyen simples previsiones cuya formulación no supone garantía con respecto a la actuación futura de la entidad o la consecución de los objetivos o de los beneficios estimados. Los destinatarios de esta información deben tener en cuenta que, en la elaboración de estas previsiones, se utilizan hipótesis y estimaciones con respecto a las cuales existe un alto grado de incertidumbre, y que concurren múltiples factores que pueden determinar que los resultados futuros difieran significativamente de los previstos. Entre estos factores, merecen ser destacados los siguientes: evolución del mercado asegurador y de la situación económica general en los países en los que opera la entidad; modificaciones del marco legal; cambios en la política monetaria; circunstancias que pueden afectar a la competitividad de los productos y servicios aseguradores; cambios en las tendencias en las que se basan las tablas de mortalidad y morbilidad que afectan a la actividad aseguradora en los ramos de vida y salud; frecuencia y gravedad de los siniestros objeto de cobertura, tanto en el ámbito de la actividad reaseguradora y de los seguros generales como en el de los de vida; fluctuación de los tipos de interés y de los tipos de cambio; riesgos asociados al uso de productos derivados; efecto de futuras adquisiciones.

MAPFRE no se compromete a actualizar o revisar periódicamente el contenido de este documento.

