



Madrid, 10 de marzo de 2017

## **COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES**

De acuerdo con lo previsto en las disposiciones vigentes, adjunta se remite información relevante para los accionistas y público en general.

Ángel L. Dávila Bermejo  
Secretario General

**TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INCREMENTO DE LA RENTABILIDAD,**  
**EJES PARA CRECER EN 2017**

- **El negocio digital se ha incrementado un 23% en 2016, duplicando el objetivo previsto para ese ejercicio.**
- **VERTI empezará a operar en Estados Unidos en la segunda mitad del año.**
- **La estrategia de crecimiento rentable fortalece la posición competitiva de la compañía en los principales mercados.**
- **El crecimiento de ingresos puede moderarse pero las primas seguirán creciendo a los ritmos previstos.**
- **Se estima que el ROE supere el 11% en 2018. La revalorización del dólar y del real brasileño y los bajos tipos de interés en Europa hacen más exigente el cumplimiento del objetivo inicial.**
- **El ratio de costes se ha situado en el 27,4%, con un ahorro superior a los 60 millones de euros en 2016.**
- **El 38% de los puestos de responsabilidad ya son ocupados por mujeres.**
- **Los accionistas cobrarán 0,145 euros brutos por acción con cargo a los resultados de 2016, un 11,5% más que el año anterior.**

Acelerar la transformación digital, profundizar en el análisis de los negocios menos rentables y potenciar la red de distribución, al tiempo que se buscan acuerdos con distribuidores en determinados mercados son algunos de los ejes de MAPFRE para crecer en 2017 y mantener una rentabilidad por dividendo en torno al 5%, según anunció el presidente de MAPFRE, Antonio Huertas, en la junta general de accionistas.

Además, avanzó que en 2017 la compañía, a través de más de 160 proyectos que tiene en marcha, profundizará en soluciones que permitan intensificar la transformación digital, ayudando, asimismo, a mejorar el resultado técnico y la fidelización de los clientes. “Sobre la base de un crecimiento sostenido y rentable, estamos impulsando dentro de la

compañía una transformación que nos colocará a la vanguardia en aspectos tecnológicos, operativos y de servicio”, señaló Antonio Huertas.

En este sentido, anunció que el negocio digital se ha incrementado un 23% en 2016, duplicando el objetivo previsto para ese ejercicio; y el número de transacciones digitales en los principales mercados (España, Brasil, Estados Unidos y México) ha crecido un 19%, frente a un objetivo del trienio 2016-2018 del 30%.

En el contexto del avance de la digitalización, VERTI empezará a operar en Estados Unidos en la segunda mitad del año, convirtiéndose además en una plataforma para acelerar la transformación digital de MAPFRE en Estados Unidos.

Asimismo, este año se completará la reestructuración del negocio directo en Italia y se llevará a cabo la transición a la marca VERTI de las operaciones de negocio directo tanto en Italia como en Alemania.

En su discurso, el presidente de MAPFRE insistió en la necesidad de incrementar los márgenes del negocio y señaló algunos ejemplos. Así, en España se trabajará para crecer por encima del mercado y para conseguirlo se avanzará en la atracción y fidelización de los clientes y en la venta cruzada. En Estados Unidos, la compañía centrará sus esfuerzos en los estados en los que tenga posibilidad de mejorar la rentabilidad y en el resto contendrá sus planes de crecimiento o dejará de suscribir. Por último, en México, MAPFRE continúa su proceso de reestructuración interna y reordenación de sus actividades para volver a recuperar unas cifras adecuadas de rentabilidad e implantará un nuevo sistema de tarificación en autos y salud. Asimismo, se analizarán los negocios menos rentables en países como México, Brasil y Estados Unidos (básicamente en el ramo de autos).

Además de avanzar en la multicanalidad, MAPFRE seguirá con su plan de desarrollo de redes propias en América Latina. En concreto, en México, incentivará la captación de nuevos mediadores y una red específica para riesgos personales, mientras que en América Central y la República Dominicana, potenciará el desarrollo de nuevos agentes y delegados.

Como complemento, en América Latina, MAPFRE buscará acuerdos de distribución, con entidades financieras, empresas de automoción y de distribución, entre otros. En Brasil, además, implementará modelos de venta no presencial en el canal Banco do Brasil y comercializará productos de asistencia sanitaria para empresas.

El negocio reasegurador crecerá en determinados mercados, como los del área regional APAC, impulsado por las nuevas oficinas con las que cuenta en esa zona, mientras que en EMEA y en Estados Unidos continuará con el plan de desarrollo del reaseguro de vida. El negocio de riesgos globales incrementará su presencia en Europa, Norteamérica y Asia para aumentar la diversificación geográfica. En Asistencia, por su parte, se proseguirá la estrategia de reordenación de las operaciones, manteniendo el foco en los mercados estratégicos y en negocios con capacidad de crecimiento sostenible y niveles de rentabilidad adecuados.

### **OBJETIVOS TRIENIO 2016-2018**

El presidente repasó los objetivos del trienio 2016-2018 y afirmó que el crecimiento de ingresos puede moderarse, por la estrategia basada en el crecimiento rentable, como ya ha ocurrido en 2016, y por los menores ingresos financieros derivados de los bajos tipos de interés. No obstante las primas seguirán creciendo a los ritmos previstos (impulsadas, además, por el fortalecimiento de algunas monedas). En relación con la mejora del ROE se estima que se superará el 11% en 2018. La revalorización del dólar y del real brasileño y los bajos tipos de interés en Europa hacen más exigente el cumplimiento del objetivo inicial. Se mantiene el objetivo de rentabilidad por dividendos en torno al 5% y con un *pay out* entre el 50 y el 65% de los beneficios del Grupo.

En cuanto al ratio combinado, en 2016 se ha situado en el 97,4% frente al objetivo del 96% para el trienio, por lo que destacó la necesidad de incrementar los esfuerzos en los dos próximos años para conseguirlo. El ratio de costes, por su parte, se ha situado en el 27,4%, frente al objetivo promedio del trienio del 28%, lo que demuestra el éxito del plan de reducción de costes, con un ahorro anual superior a los 60 millones de euros (frente a un promedio anual previsto de 50 millones).

En cuanto al objetivo de que en 2018 al menos el 40% de los puestos de responsabilidad en MAPFRE estén ocupados por mujeres, el presidente avanzó que ya se ha llegado al 38%. Por otro lado, un 1,4% de la plantilla mundial de MAPFRE son personas con discapacidad, con lo que se sigue avanzando para llegar al objetivo del 2% en 2018.

Además de aprobar las cuentas del año 2016, la junta también ha aprobado el nombramiento de Francisco J. Marco Orenes como consejero ejecutivo, la ratificación de Fernando Mata Verdejo y de Ana Isabel Fernández Álvarez como consejeros y la reelección de Adriana Casademont i Ruhí como consejera.

Asimismo, se ha aprobado el dividendo con cargo a los resultados del año 2016 que se eleva a los 0,145 euros brutos por acción, de los que 0,06 euros ya se han abonado como dividendo a cuenta. MAPFRE destinará a pagar a sus accionistas 447 millones de euros con cargo a los resultados del ejercicio 2016, un 11,5% más que el año anterior, e incrementa el *pay out* del 56,5% al 57,6% en los últimos doce meses.