

NOTA DE PRENSA

Liberty Seguros crece un 7,5% en primas y mejora sus resultados técnicos

- ▶ Lograr la mejor experiencia del cliente, del mediador y del empleado fueron los objetivos de la compañía en 2015, y los impulsores de los buenos resultados de este año. Esta estrategia, en torno a las personas, se verá reforzada en 2016.
- ▶ Con 812 millones de primas y un crecimiento del 7,5% la aseguradora ha ganado cuota y ha crecido más que el mercado en todos los ramos.
- ▶ El ratio combinado mejoró en No Vida 0,5 p.p., hasta situarse en un 96,2%, y de forma sustancial en Auto, donde la mejora llegó a 2,8 p.p., y situó el ratio en un 93,7%, 7 puntos mejor que el mercado.
- ▶ El negocio de mediadores, con un 13% de incremento en primas, sigue siendo el principal del Grupo con más de 459 millones.

Madrid, 8 de abril de 2016.- El Grupo Liberty Seguros incrementó sus primas en 2015 un 7,5%, cifra superior al 2,2% que creció el mercado, y, por lo tanto, ganando cuota un año más. La aseguradora se situó entre los cinco grupos principales que más crecieron en 2015.

Al crecimiento en primas, por encima de los planes para este 2015, se unió la mejora de sus resultados técnicos. Así, el ratio combinado de auto mejoró 2,8 p.p., situándose en un 93,7%, 7 puntos mejor que el del sector. Además, en el conjunto de No Vida el ratio combinado se situó en un 96,2%, 0,5 p.p. mejor que en 2014. Estas cifras corroboran no solo que la estrategia de crecimiento rentable que la compañía se marcó para estos años es posible, sino que es el camino para hacer frente a los desafíos del sector para este 2016.

El beneficio antes de impuestos, de 53,3 millones, superó los planes de la compañía para el año; su evolución del -3,5% mejoró sustancialmente el -28,7% del mercado. Estos resultados se han debido principalmente al buen comportamiento de los datos técnicos que lograron equilibrar la disminución que ya se esperaba en los ingresos financieros.

“Las cifras de 2015 son las de un muy buen año, en el que hemos crecido en clientes, pólizas, primas, y hemos batido al mercado en todos los ramos y en los principales indicadores técnicos. Pero si ha sido un gran año no es tanto por lo que hemos conseguido sino por cómo lo hemos logrado. Las personas están en el centro de nuestra estrategia y desde ellas están llegando los resultados. Queremos conseguir que el cliente encuentre en nosotros la mejor experiencia del mercado, que el mediador tenga una experiencia excelente con nosotros, y todo ello partiendo de unos empleados que sienten que su compañía es uno de los mejores lugares para trabajar. El futuro no es de los números, sino de las

personas, y para ellas trabajamos y en ellas enfocamos nuestros planes”, decía Enrique Huerta, CEO de Liberty Seguros, en la presentación de las cifras a los medios.

Clientes, mediadores, empleados, pero sobre todo personas.

La compañía se estructuró en torno a las áreas de oferta, servicio y comercial y los procesos internos empezaron a pasar de estar definidos pensando en la empresa, a definirse como el cliente y el mediador demanda. La analítica se puso al servicio del cliente y del mediador para conocer mejor sus necesidades y la voz del cliente y el mediador, medida en términos de NPS global y por cada uno de los momentos de la verdad, cobró un nuevo protagonismo.

Esta cultura de personas comienza desde la experiencia de las personas que forman parte de Liberty. Fruto de estos esfuerzos, en 2015 la aseguradora fue galardonada como una de las 50 mejores empresas para trabajar en España, reconocimiento que ha revalidado este 2016, escalando hasta la 2ª posición entre las compañías con más de 1.000 empleados en España.

Como resultado del foco en la experiencia de sus clientes, en 2015 Liberty Seguros ha incrementado el número de Clientes, alcanzando casi un 1.700.000, un 6% más que en 2014; el mismo incremento que el número de pólizas, donde se han superado las 2.300.000. Todo ello debido a la mejora de los ratios de retención y a un considerable aumento de la actividad comercial.

Los mediadores también estuvieron en el centro de la estrategia de las personas, no solo en lo relativo a la mejora de los procesos y de los recursos tecnológicos adaptados a sus necesidades sino también de la propia estrategia de marca. La campaña de publicidad, en la que se pone en valor la figura del mediador ha sido premiada por los propios mediadores. Quienes también han reconocido la labor de Liberty al ser, ésta, la primera compañía que recibe el certificado de cumplimiento del Plan Estratégico de la Mediación.

En 2016 las personas seguirán siendo el centro. Se invertirán más de 6 millones de euros en incrementar el número de personas que prestan servicio a nuestros clientes y mediadores y en nuevos desarrollos tecnológicos que permitan mejorar su experiencia.

Crecimiento en todos los ramos y diversificación

Y desde esa estrategia en la que la persona es el centro se ha logrado crecer en todos los ramos, con un cumplimiento de la estrategia de diversificación que comenzó hace tres años. Así, en Auto las primas crecieron un 1,9%, frente al 1,7% del sector; en Diversos un 6%, mientras que el sector lo hizo en un 2,8%, y en Vida se lograron crecimientos de dos dígitos con un 24,8% más de primas que en el año anterior, frente al 1,8% del sector.

El ramo de Auto representa actualmente el 56% de los ingresos totales de Liberty Seguros, frente al 64% que representaba en 2012; un 20% corresponde a Diversos y Vida se sitúa en un 24% del negocio de la compañía.

Distribución del negocio por ramos en España (Volumen de primas)



Liberty Seguros, una compañía de mediado

El canal mediado creció un 13% y representa ya el 57% del negocio total de la compañía, viniendo del 48% que representaba en 2012, por lo que también se está cumpliendo el objetivo de la compañía de reforzar su posición en este canal. Directo representa el 25% e institucional es el 18% del negocio.

Distribución del negocio por canales en España



Por último, el margen de solvencia de la compañía es 1,9 veces superior al exigido.

La función social del seguro

Tras los datos de la información financiera hay una realidad social que es en la que el seguro, y en este caso concreto Liberty Seguros, dedica el trabajo de todas las personas que forman la compañía y todos los recursos a su disposición.

Una realidad por la que Liberty ha indemnizado con más de 327 millones de euros en pagos directos para los ramos de No vida, habiendo realizado más de 736.000 indemnizaciones derivadas de los diferentes siniestros producidos en cualquiera de las coberturas de la amplia gama de productos de la compañía.

Durante 2015 Liberty Seguros ha gestionado 320.481 siniestros en Autos, de los cuales más de 160.000 son de daños materiales, casi 75.000 de daños en el propio vehículo, 58.590 de lunas y más de 25.000 siniestros en los que ha habido lesiones y casi 9.000 robos.

En Hogar son 131.285 los siniestros que Liberty Seguros ha solucionado, de ellos 54.000 han sido causados por el agua, averías, fugas, etc., más de 27.000 se relacionan con la cobertura de cristales, 18.547 se deben a daños eléctricos, 11.259 los causan las tormentas, granizos, inundaciones, vientos, o 10.506 robos.

La compañía ha gestionado 94 siniestros graves en auto, 8 en hogar y 11 en el resto de no vida. Entendiendo por siniestros graves aquellos que llegan a unos pagos por encima de los 90.000 euros en autos o 60.000 en hogar. Aquellos en los que se demuestra, más que en ningún otro, lo imprescindible que es un seguro para que el siniestro no llegue a condicionar la vida del asegurado.

Hay que lamentar el fallecimiento en accidentes de tráfico de 107 clientes a los que hay que añadir otros 63 lesionados graves.

Liberty Seguros, consciente de que el drama no cesa con ninguna indemnización, ha atendido a través de su servicio gratuito de atención psicológica a víctimas de accidentes de tráfico a 20 familiares directos en más de 86 sesiones. Además, se atendieron 50 consultas a través de la línea Liberty Responde, en la cual se da asesoramiento gratuito a todas aquellas personas, clientes o no clientes, que hayan quedado con tetraplejia o paraplejia.

Responsabilidad social

Dentro de la Responsabilidad Social Corporativa de Liberty, que se articula en torno a los pilares de seguridad vial, medio ambiente y discapacidad, en 2015 arrancó una potente iniciativa relacionada con los atletas paralímpicos. En torno a la discapacidad y con la vista puesta en el año paralímpico de Río 2016, se presentó el proyecto #SeSalen junto al Comité Paralímpico Español, una iniciativa que nace con el objetivo de crear el mayor club de fans del deporte paralímpico y dar visibilidad a nuestros deportistas.

Además se ha continuado dando servicio a través de la línea Liberty Responde para atender a personas con tetraplejia y paraplejia, se organizó la VIII Carrera

Liberty por la integración y cuyos fondos van destinados al Equipo de Promesas Paralímpicas de Atletismo.

En seguridad vial este año, junto RACE, se ha continuado desarrollando la campaña “Movilidad Senior. El Camino de Todos”, alcanzando 9 ciudades; y junto a su red de talleres preferentes se ha donado un euro a AESLEME por cada reparación, cantidad que ha sido igualada por Liberty hasta los 27.428 euros, con el fin de impulsar acciones de concienciación en materia de seguridad vial.

También un año más Liberty Seguros compensó el 100% de sus emisiones de CO2 y redujo un 10,3% sus emisiones de efecto invernadero gracias a un plan de reducción anual que le ha permitido revalidar el Sello CeroCO2. Además, la aseguradora se adhirió al proyecto ‘1 millón de compromisos por el clima’ con el objetivo de crear un nuevo régimen internacional de lucha contra el cambio climático en el marco de la Cumbre del Clima 2015 COP 21, y también a ‘La Hora del Planeta’ el mayor movimiento global en defensa del medio ambiente.

Por otro lado, Liberty dona el 1% de las pólizas de Vida a la Fundación Cris contra el Cáncer para el estudio de cáncer de mama y ovario. Además, en 2015 comenzó Liberty Voluntarios, un club de voluntariado gestionado por y para empleados de Liberty Seguros y que lleva a cabo iniciativas locales e internacionales como Serve with Liberty.

RESUMEN DE RESULTADOS

(Variación respecto mismo periodo de 2014)

Ingresos por primas	812	+7,5%
<i>En millones de €.</i>		
Ratio de siniestralidad en No Vida	67,3%	-0,3 p.p.
Ratio combinado en No Vida	96,2%	-0,5 p.p.
Ratio combinado en Auto	93,7%	-2,8 p.p.
Número de pólizas Vida y No Vida	2.338.000	+6%
Número de clientes	1.693.000	+6%

Líneas de negocio % Sobre el total de negocio

Auto (automóviles y motocicletas)	453	56%
Vida	192	24%
Diversos	167	20%

Cifras en millones de €.

Beneficio Bruto	53,3 millones de euros
-----------------	------------------------

Margen de solvencia

Liberty Seguros	1,9 veces la cuantía mínima exigida
-----------------	-------------------------------------

Resumen de cifras de siniestros atendidos Indemnizaciones pagadas por Liberty

	Número de pagos	Pagos Directo Neto (millones €)
Motor	521.566	252.004.755
Resto No Vida	215.327	75.853.514
Total No vida	736.893	327.858.269

Número total de siniestros

	Número de siniestros	
Motor	320.481	
	Accidentes graves	94
	Fallecidos	107
	Lesionados graves	63
Hogar	131.285	
	Accidentes graves	8

Resumen de cifras sociales y actividad en RSC:

<ul style="list-style-type: none"> • 1.133 empleados en todo el Grupo <ul style="list-style-type: none"> ○ 35% hombres ○ 65 % mujeres. ○ Edad media: 45 años ○ Antigüedad media: 16 años
<ul style="list-style-type: none"> • 99% de plantilla con contrato indefinido
<ul style="list-style-type: none"> • 2310,24 toneladas de CO2 compensadas. 100% de las emitidas.
<ul style="list-style-type: none"> • 1.256.000 euros invertidos en proyectos de RSC.
<ul style="list-style-type: none"> • Durante 2015, el Grupo Liberty Seguros basó su estrategia de RSC en tres grandes ejes estratégicos: discapacidad, seguridad vial y medio ambiente. <ul style="list-style-type: none"> ○ Discapacidad: Liberty Seguros amplió su compromiso con el Comité Paralímpico Español gracias al proyecto #SeSalen, de apoyo al deporte paralímpico, además del desarrollo de actividades como la Carrera Liberty o la presentación del Equipo de Promesas Paralímpicas. ○ Seguridad Vial: en 2015, Liberty Seguros continuó desarrollando, junto con el RACE, la campaña 'Movilidad Senior, el camino de todos', y presentó los resultados del estudio que analiza los hábitos de desplazamiento de los senior y su riesgo vial. Además, continuó con su colaboración con AESLEME en materia de concienciación en seguridad vial. ○ Medio Ambiente: un año más el Grupo Liberty Seguros logró el Sello Cero CO2 que refleja y audita el compromiso de la compañía por reducir sus consumos de energía y las emisiones de carbono y se adhirió a las iniciativas por la lucha contra el cambio climático '1 millón de compromisos por el clima' y 'La Hora del Planeta'.

Acerca de Liberty Seguros

Liberty Seguros pertenece a Liberty Mutual Group, tercer grupo asegurador en No Vida en EEUU. Liberty Seguros opera en España desde el año 2001 a través de un modelo de gestión en el que sus mediadores y clientes son el centro de su estrategia.

Liberty Seguros cuenta con un sólido posicionamiento en el ramo de No Vida, y tiene en la diversificación de productos, con seguros multirriesgo para empresas, accidentes... su principal objetivo para los próximos años.



La compañía cuenta con una eficaz y sólida estructura de negocio multicanal que opera a través de Mediadores y Socios, bajo la marca Liberty Seguros y a través del Negocio Directo (teléfono e Internet) con las marcas Génesis y Regal.

Puedes seguir las novedades de Liberty Seguros a través de nuestro perfil en twitter: [@GrupoLiberty_es](#)
Para acceder a la sala de prensa web pinchar [aquí](#)

Gabinete de prensa:

Verónica Muñoz Garcinuño / Sonia Sánchez Ronda

Tel: 91.577.92.72

veronica.munoz@evercom.es

sonia.sanchez@evercom.es