

Ranking dos maiores grupos seguradores europeus Não Vida 2015



Esta é a décima segunda edição do “Ranking dos maiores grupos seguradores europeus Não Vida”, que contempla o exercício de 2015. Como nos anos anteriores, a classificação foi feita em função do volume de prêmios brutos (seguro direto mais resseguro aceito) que cada um dos grupos faturou em 2015 neste segmento de negócio procedentes de todos os países em que têm operações. Não estão incluídos os grupos cuja atividade principal seja resseguro.

Tabela 1. Maiores Grupos Seguradores Europeus Não Vida, 2015

No.	Grupo	País	Prêmios Não Vida (milhões de euros)			Índice combinado ¹ (%)		Índice de sinistralidade (%)		Índice de gastos (%)	
			2014	2015	%Δ	2014	2015	2014	2015	2014	2015
1	ALLIANZ	Alemanha	48.322	51.597	6,8	94,3	94,6	66	66,2	28,3	28,4
2	AXA	França	32.872	34.931	6,3	96,9	96,2	70,9	70,1	26,0	26,1
3	ZURICH	Suíça	27.558	30.812	11,8	96,8	103,6	66,4	71,8	30,5	31,7
4	GENERALI	Itália	20.618	20.868	1,2	93,8	93,1	66,7	65,9	27,1	27,3
5	TALANX	Alemanha	15.845	17.732	11,9	97,9	96,0	70,8	69,1	27,1	26,9
6	MAPFRE	Espanha	16.370	17.441	6,5	95,8	98,6	68,0	70,0	27,8	28,6
7	AVIVA	Reino Unido	11.141	12.070	8,3	95,7	94,6	64,0	64,5	31,7	30,1
8	COVÉA	França	11.171	11.573	3,6	98,8	98,5	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
9	ERGO ²	Alemanha	11.150	11.310	1,4	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
10	RSA	Reino Unido	9.090	9.473	4,2	99,5	96,9	68,3	65,3	31,2	31,6
Total 10 primeiros grupos			203.947	217.741	6,8						

Ranking por volume de prêmios brutos

COMENTÁRIOS SOBRE O RANKING

O volume total de prêmios dos 10 maiores seguradores europeus Não Vida que formam parte deste estudo subiu para 217,741 bilhões de euros em 2015, o que representa um crescimento de 6,8% com relação ao exercício anterior (ver a Tabela 1). Um fator que influenciou consideravelmente os resultados financeiros destes grupos, tanto no que diz respeito às receitas quanto aos resultados, foi a variação das diferentes taxas de câmbio, que foi significativa em 2015, particularmente a desvalorização do euro e das

moedas latino-americanas frente ao dólar dos EUA e à libra esterlina. Todos os grupos tiveram aumento de receita de prêmios em euros, e aqueles que publicam seus relatórios financeiros em dólares ou em libras esterlinas sofreram queda.

Os grupos que tiveram sinistralidade mais alta foram aqueles com investimentos maiores na Ásia, onde se destaca o acidente do porto de Tianjin, na América do Norte, em virtude das tempestades de inverno, e no Reino Unido e Irlanda, em razão das rigorosas inundações no final de 2015.

Em 2015 observa-se uma queda na rentabilidade dos investimentos na maioria dos grupos devido a taxas de juros mais baixas e também, em alguns casos, a menores ganhos de capital em renda variável. Ao mesmo tempo em que se observa esse declínio na rentabilidade dos investimentos, observa-se um esforço para melhorar a rentabilidade técnica.

A Allianz continua em primeiro lugar como grupo segurador Não Vida europeu, seguida pelo Axa, Zurich e Generali, posições relativas que costumam se manter pela diferença que os separa. O Talanx situa-se em quinto lugar, graças a um importante crescimento de seu negócio de resseguro Não Vida, e a MAPFRE ocupa a sexta posição. O Aviva esta à frente do ERGO e do Covéa e encontra-se em sétimo lugar. E, por fim, o RSA ocupa a décima posição.

ALLIANZ

Em 2015 a Allianz alcançou um volume de prêmios de seguros Não Vida de 51,597 bilhões de euros, o que representa um aumento de 6,8% com relação ao exercício anterior. Este crescimento em prêmios se deve em parte a um efeito favorável das taxas de câmbio, num montante de 1,529 bilhão de euros, devido principalmente à força do dólar dos EUA, da libra esterlina e do franco suíço frente ao euro. A compra de parte do negócio de seguros da UnipolSai e a assunção de controle do negócio Não Vida do Territory Insurance Office na Austrália também influenciaram positivamente. Registrou-se um forte crescimento na Turquia (26,3%) e também nos seguros corporativos e especializados.

O lucro antes de impostos e da participação de minoritários do Não Vida aumentou em 808 milhões (16,2%), atingindo 5,784 bilhões de euros. Tanto o resultado dos investimentos quanto o resultado técnico contribuíram positivamente para este aumento. O resultado técnico cresceu graças

à contribuição do resultado do negócio em run-off, apesar de uma piora do índice combinado, que aumentou em 0,3 p.p., chegando a 94,6%, devido a perdas maiores causadas por desastres naturais e ao aumento da sinistralidade em alguns segmentos do negócio. O resultado operacional aumentou em 221 milhões devido principalmente a um ganho de capital com a venda dos seguros pessoais do Firemen's Fund.

AXA

No caso do AXA, as receitas com prêmios Não Vida (*Property & Casualty* (Patrimonial e RC) e Internacional) aumentaram 6,3%, chegando a 34,931 bilhões de euros. As linhas pessoais, que representam 58% do negócio *Property & Casualty*, cresceram 2% (346 milhões de euros) em termos comparativos como resultado de maiores volumes no seguro Direto e na Ásia e do aumento das tarifas em mercados maduros e no negócio de Direto. Por outro lado, houve um menor volume de prêmios na região do Mediterrâneo e da América Latina. Nas linhas comerciais (42% do negócio *Property & Casualty*) os prêmios ficaram estáveis em termos comparativos (+0,2%), com desempenho desigual nas diversas regiões, que se compensam entre si. Além disso, os prêmios brutos do segmento internacional registraram um crescimento de 10% (+215 milhões, chegando a 3,615 bilhões), graças ao bom desempenho da AXA Assistance e da AXA Corporate Solutions.

O lucro antes de impostos e participação de minoritários (LAIR) dos segmentos *Property & Casualty* e Internacional subiu para 3,412 bilhões de euros, com um aumento de 13,9%. No segmento de *Property & Casualty*, o LAIR melhorou 18% (+470 milhões, chegando a 3,076 bilhões) graças ao aumento das receitas pelo efeito favorável das taxas de câmbio e porque no ano anterior ele estava sobrecarregado devido a resultados negativos de 200 milhões de euros pelo método de equivalência patrimonial. O índice combinado melhorou 0,7 p.p., chegando a 96,2%,

devido a uma sinistralidade catastrófica menor e a um desenvolvimento positivo das reservas de anos anteriores (+0,4 p.p.), principalmente nos mercados maduros, já que na região do Mediterrâneo, da América Latina e da Turquia o efeito foi o oposto. No segmento Internacional, o LAIR caiu 14%, atingindo a marca de 336 milhões, e isso se deve principalmente a resultados financeiros menores em razão do contexto de baixas taxas de juros e dos ganhos de capital em ações e fundos de investimento menores que no ano anterior.

ZURICH

Os prêmios brutos da divisão de seguros Gerais do Zurich aumentaram 11,8% em euros, alcançando 30,812 bilhões. Em dólares dos EUA, moeda em que o Zurich apresenta seus relatórios, os prêmios diminuíram 6%, chegando a 34,02 bilhões. Os números deste ano sofreram efeitos muito relevantes com a taxa de câmbio, principalmente do euro frente ao dólar (queda de 19,4% na taxa de câmbio média), mas também das diferentes moedas latino-americanas frente ao dólar. Tomando-se por base a moeda local, os prêmios brutos aumentaram 3%, com crescimento em dois segmentos: o Comercial da América do Norte e o de Mercados Internacionais. No primeiro caso houve um crescimento orgânico, com aumento de novos negócios. Nos Mercados Internacionais, os prêmios brutos aumentaram em moeda local, principalmente na América Latina, em parte devido à inflação, mas também em virtude de um novo acordo de distribuição no Brasil.

O índice combinado decaiu para 103,6% devido a um aumento da sinistralidade (+5,5 p.p.) e das despesas (+1,2 p.p.). A alta sinistralidade foi causada pelo maior número de grandes sinistros no Global Corporate, como a explosão que ocorreu em agosto no porto chinês de Tianjin e na região EMEA com as inundações que afetaram a Grã-Bretanha e a Irlanda em dezembro de 2015. O aumento do índice de gastos se deveu a vários fatores: gasto em iniciativas de crescimento em todas as

regiões, itens positivos não recorrentes do ano anterior e aumento das comissões. Também houve uma queda de 11% nas receitas dos investimentos (-237 milhões, chegando a 2,002 bilhões de USD) devido a uma rentabilidade média menor na EMEA e a resultados menores dos hedge funds nos Estados Unidos. Com tudo isso, o resultado antes de impostos e participação de minoritários no Não Vida caiu 64% (-1,750 bilhão, chegando a 965 milhões de USD).

GENERALI

Os prêmios emitidos brutos de Não Vida do grupo Generali subiram a 20,868 bilhões em 2015, o que representa um aumento de 1,2% com relação ao ano anterior. Este crescimento se deveu principalmente aos ramos que não o de Automóveis, que cresceram 1,1% nos principais mercados do grupo, com exceção da Itália (-0,7%). No Automóveis o volume de prêmios se manteve estável, com contrações na Itália (-7,3%) e na França (-0,7%), compensadas com crescimento em outros países, com destaque para a região do Leste Europeu (Polônia, Eslováquia, Romênia, Sérvia) e Espanha, onde os prêmios de Autos aumentaram 14,2%, favorecidos pela introdução de ferramentas de classificação de crédito (credit scoring) e de segmentação de clientes. Em termos gerais, a contribuição da América Latina para o Não Vida foi positiva (+7,3%, considerando-se igual perímetro de consolidação), mas tiveram especial destaque a contribuição positiva da Argentina com seus +36% (principalmente do Autos) e a contribuição negativa do Brasil (-44,7%), onde foram realizadas ações de reestruturação.

O resultado antes de impostos registou um aumento significativo de 15,7%, chegando a 1,923 bilhão de euros, graças à melhora do resultado técnico. O índice combinado recuou 0,7 p.p., chegando a 93,1%, graças a uma diminuição de 0,8 p.p. no índice de sinistralidade em virtude de uma evolução favorável

das reservas de anos anteriores. A sinistralidade não catastrófica melhorou 0,4 p.p., enquanto a catastrófica piorou 0,4 p.p. devido às inundações da Itália, França e Leste Europeu. O índice de gastos praticamente não mudou. Cabe destacar que o retorno dos investimentos conseguiu se manter em níveis semelhantes, apesar do ambiente difícil no que tange à taxa de juros.

TALANX

Os prêmios Não Vida das diferentes divisões do grupo Talanx alcançaram a marca de 17,732 bilhões de euros em 2015, 11,9% a mais que no ano anterior. A divisão de Resseguro Não Vida teve forte crescimento, chegando a 9,338 bilhões de euros de prêmios brutos (8,759 bilhões de euros após as eliminações intragrupo), o que representa um aumento de 18,2%, ou de 8,1% com taxa de câmbio constante. A divisão de Riscos Industriais registrou um crescimento de prêmios de 6,5% (2,5% com taxa de câmbio constante), chegando a 4,295 bilhões de euros. O impulso veio de seu negócio exterior, especialmente dos Estados Unidos. Os seguros Não Vida da divisão Internacional de Pessoas Físicas cresceu 11,4% (16,7% após ajustes por taxas de câmbio), com fortes aumentos em mercados estratégicos como Brasil, México, Polônia e Turquia. Neste segmento destaca-se a aquisição e integração de uma participação majoritária no grupo chileno Magallanes. O negócio Não Vida de Pessoas Físicas na Alemanha caiu 2,5%, chegando a 1,5 bilhão de euros, devido a um ajuste na carteira em Automóveis para melhorar sua rentabilidade..

MAPFRE

Em 2015 o volume de prêmios NãoVida da MAPFRE atingiu 17,441 bilhões de euros, um aumento de 6,5% em relação ao ano anterior, com uma evolução positiva tanto na Península Ibérica (Espanha e Portugal) como em outros países. Os fatores que contribuíram

para o crescimento são: na América do Norte, a boa evolução da contratação nos negócios de Autos, Residencial e Assistência nos Estados Unidos, graças principalmente ao crescimento fora de Massachusetts, bem como a valorização do dólar dos EUA frente ao euro; na região da EMEA, a consolidação da Direct Line, o crescimento dos prêmios na Turquia em moeda local, especialmente em Autos, e a expansão do Global Risks no Reino Unido; na Pensínsula Ibérica cresceram principalmente os negócios Saúde, Autos, Residencial e Decessos; o Norte da América Latina cresceu substancialmente (+52,7%), graças principalmente à subscrição da apólice corporativa de Petróleos Mexicanos (PEMEX). Por outro lado, houve queda nos prêmios no Brasil, embora em moeda local o negócio tenha aumentado 3,6%, e no Sul da América Latina em consequência da forte depreciação do bolívar venezuelano, apesar do bom desempenho das receitas na Argentina, Chile, Colômbia e Peru.

O resultado do negócio NãoVida antes de impostos e participação de minoritários subiu para 911 milhões de euros. O índice combinado ficou em 98,6%, devido principalmente às nevascas nos Estados Unidos, que acrescentaram 1,3 p.p. ao índice combinado, assim como o aumento das provisões e o cancelamento de negócios deficitários.

AVIVA

Os prêmios Não Vida do Aviva expressos em euros subiram para 12,070 bilhões de euros em 2015, o que representa um aumento de 8,3%, enquanto que em libras esterlinas, moeda em que publica seus relatórios, eles registraram uma queda de 2,3%. Este comportamento foi influenciado negativamente pelas taxas de câmbio, principalmente pela fraqueza do euro e do dólar canadense em relação à libra britânica. Os ramos Não Vida representam 40% do total de prêmios do grupo e seu negócio vem principalmente do Reino Unido, Irlanda, Canadá, França e Itália. De um modo geral, em todas essas

regiões o volume de prêmios do negócio Não Vida se manteve estável ou com pequenos crescimentos em moeda local.

O resultado antes de impostos das operações continuadas caiu 46,1% (-51,4% em libras), chegando a 510 milhões de euros (369 milhões de libras). Os fatores que mais influenciaram esta queda do lucro foram: o efeito causado pela valorização da libra, uma maior transferência de prêmios para o resseguro e menores receitas dos investimentos. O resultado dos investimentos ligados ao negócio Não Vida foi de 240 milhões de libras em 2015, em comparação com os 666 milhões de libras do ano anterior. Em contrapartida, houve uma liberação de reservas de sinistros de anos anteriores (daqueles acima de 10 anos). O índice combinado melhorou em 1,1 p.p., chegando a 94,6%, graças principalmente à redução da sinistralidade no Canadá e na Europa, excluindo-se o Reino Unido e a Irlanda, já que nestes dois últimos países as inundações de dezembro causaram um aumento da sinistralidade.

COVÉA

O volume de prêmios Não Vida do grupo Covéa atingiu 11,573 bilhões de euros em 2015, com um crescimento de 3,6% em relação ao ano anterior. O grupo reforçou sua presença internacional, principalmente na Itália e no Reino Unido, e manteve um crescimento equilibrado em seu principal mercado, a França, que acumula 91% dos prêmios Não Vida. O índice combinado ficou em 98,5%, o que representa uma melhora de 0,3 p.p.

ERGO

A seguradora alemã ERGO, filial do grupo Munich Re, atingiu prêmios Não Vida em 2015 de 11,310 bilhões de euros, o que representa um aumento de 1,4% em relação ao ano anterior. Por segmento, o

Saúde Alemanha, que inclui o seguro de viagem, decresceu 0,9%, ficando na marca de 5,502 bilhões de euros. As receitas de prêmios caíram no seguro de Saúde, uma vez que as anulações de carteira superaram o novo negócio, embora este último tenha crescido 5,3% em sua modalidade de cobertura integral e 14,9% na cobertura complementar. O seguro de viagem cresceu 3,8%, chegando a 449 milhões de euros. Manteve-se estável a divisão do Negócio Direto Alemanha (1,011 bilhão de euros em prêmios), em que aproximadamente 55% dos prêmios são de Property & Casualty e Saúde. A divisão Property & Casualty Alemanha alcançou um volume de prêmios de 3,162 bilhões, com um crescimento de 1,5% e um índice combinado de 97,9%. Na divisão Internacional, o negócio de Property & Casualty teve aumento de receita de prêmios em cerca de 200 milhões de euros em relação ao ano anterior, devido principalmente ao crescimento na Polônia e na Turquia. O índice combinado do segmento foi de 104,7%.

RSA

Os prêmios brutos do RSA expressos em euros cresceram 4,2% em 2015, chegando a 9,473 bilhões de euros, e caíram 6% em libras esterlinas, devido principalmente aos desinvestimentos. Nos dois últimos anos, o grupo saiu de mercados não estratégicos para se concentrar em seus mercados maiores. Em 2015 a empresa vendeu suas operações em Hong Kong, Cingapura, Labuan (Malásia), China, Itália e uma participação na Índia. Em 2014 ele já havia se desligado de suas operações na Letônia, Polônia, Lituânia, Estônia e Tailândia. Em setembro de 2015 o grupo anunciou a venda de suas filiais na América Latina para o grupo colombiano Suramericana, venda que será concluída em 2016.

O desempenho por região foi o seguinte: os prêmios cresceram 4% na Escandinávia; no Canadá eles caíram 3% em razão das medidas tomadas para melhorar a rentabilidade; os prêmios no Reino

Unido cresceram 2%, impulsionados pelos ramos comerciais, e decresceram nos ramos pessoais, onde estão impondo uma maior disciplina de subscrição em um mercado altamente competitivo. Na Irlanda, onde eles também tomaram medidas para melhorar a rentabilidade, os prêmios caíram 4%. O índice combinado melhorou 2,6 p.p., situando-se em 96,9%. O lucro antes de impostos e participação de minoritários das operações continuadas subiu para 146,4 bilhões de euros, um aumento substancial sobre os 66 milhões de euros do ano anterior. Os ganhos líquidos de capital com os desinvestimentos feitos em 2015 e não incluídos no número anterior (por se referir a operações descontinuadas) acrescem 215 milhões de euros ao resultado líquido.

METHODOLOGICAL NOTES

In order to prepare this ranking, we considered the Non-Life gross premium volume by lines (direct insurance and accepted reinsurance). It must be

noted that the ranking does not include the Health premiums assigned to the Life business [3], but it does cover those classified as Non-Life or expressly differentiated.

This ranking does not include the groups primarily engaged in Reinsurance. We maintained the criteria of including accepted reinsurance premiums in groups with reinsurance subsidiaries, as long as it is not their core activity.

Earnings figures refer to the Non-Life segment, before tax and non-controlling interests.

This report uses the term “operating income” to refer to earnings from insurance activities, including revenue from investments linked to this business. Losses or gains from other investments are included under “non-operating income”.

For comparison purposes, the 2014 revenue and earnings figures that were updated in the 2015 annual reports were used. ■

As taxas de câmbio [4] médias para o euro utilizadas para este relatório foram as seguintes:

Divisa	2014	2015
Libra esterlina (GBP)	1,246	1,381
Dólar (USD)	0,758	0,906

[1] O índice combinado é o apresentado por cada empresa em seu relatório. Quando o índice de Não Vida e o de Saúde aparecem em separado, escolheu-se o índice de Não Vida.

[2] Em 2015 o grupo Ergo não apresentou relatório individual, mas está incluído no relatório anual da Munich Re. Ele não divulga um índice combinado que inclua todos os segmentos Não Vida.

[3] De modo geral, quando o seguro de Saúde gera provisões matemáticas, o ramo é classificado junto com o de Vida.

[4] Cotação direta.