

Record Histórico de facturación de Admiral Group en el ejercicio 2009



balumba.es
parte de Admiral Group

Record histórico de facturación de Admiral Group en el ejercicio 2009.

Balumba mejora su ratio de siniestralidad en línea con los objetivos marcados

“1000 millones de libras en facturación es para nosotros toda una hazaña en cualquier circunstancia, pero dado que 2009 fue un año de recesión y mínimos históricos de rentabilidad de las inversiones, se trata de un logro excepcional” eran las palabras de Henry Engelhardt, CEO de Admiral Group, ayer en la Presentación de resultados de la compañía para el ejercicio 2009.

Por primera vez en su historia la compañía británica, especialista en la venta directa (Internet y Teléfono) de seguros de coche, a la que pertenece la marca española Balumba.es, conseguía superar los 1000 millones de libras en su facturación.

Los beneficios antes de impuestos de Admiral Group se han visto incrementados en un 7% respecto al año anterior, alcanzándose una cifra de 216 millones de libras y su cartera de clientes se sitúa ya en torno a los 2,08 millones, un 19% más que en el pasado ejercicio.

Como era de esperar, Admiral vuelve a estar un año más en el Ranking de las 100 Mejores Compañías para Trabajar, resultado de la encuesta a los empleados que organiza cada año Sunday Times. Esta vez en el puesto 16, la mejor posición alcanzada por la compañía.

Admiral, al igual que el gigante Microsoft, ha estado presente durante los 10 últimos años en dicho Ranking y Sunday Times ha decidido otorgarle a ambas compañías un Premio Especial a sus Trayectorias Destacadas.

El grupo cuenta actualmente con 13 marcas, 6 en Reino Unido y el resto en sus operaciones internacionales. En el mes de Octubre de 2009 se lanzaba en el estado de Richmond (Virginia) Elephant Auto Insurance añadiéndose USA a los países de España, Italia, Francia y Alemania como apuesta internacional. En Enero de 2010, nada más comenzar el año se han lanzado dos nuevos comparadores de seguros “LeLynx.fr” en Francia, y “Chiarezza.it” en Italia.

Balumba, su filial española, también ha conseguido muy buenos resultados. Tenía como objetivo durante la primera mitad del año 2009 controlar su ratio de siniestralidad y ha tenido resultados positivos. El ratio de siniestralidad se ha visto reducido un 19% respecto al año anterior (102%), alcanzado el 83%, gracias a la mejora en la gestión de los siniestros y en los procesos de aseguramiento. Su ratio combinado se ha mantenido en niveles similares a los del año anterior en torno al 148%.

Debido a los esfuerzos de la Dirección, en el control de la siniestralidad, su cartera de clientes sufrió una leve contracción en dicho periodo pero durante la segunda mitad del año comenzó de nuevo a crecer alcanzando la cifra final de 50.300 clientes en cartera y un crecimiento del 6% en los tres últimos meses.

La filial que sólo tiene tres años de vida arroja 1.4 millones de euros en pérdidas totales que principalmente se han concentrado en el primer semestre, tan solo 300 mil euros corresponden a la segunda mitad del ejercicio. La contribución de la venta de productos auxiliares de 70€ por cliente ha sido muy importante en esa mejora de la cuenta de resultados en la segunda mitad.

En Admiral son conscientes de que hay que esperar algunos años para que las empresas filiales gocen de una madurez que les permita ser rentables y confían en que los próximos años la contribución de Balumba.es a su cuenta de resultados va a ser muy positiva.

Fruto de ello, Balumba.es sigue incrementado su plantilla, que ya está en torno a los 250 empleados y recientemente ha decidido trasladar su domicilio social y sus oficinas al Parque Empresarial La Cartuja.

Para más información visita:

<http://www.admiralgroup.co.uk/>

www.balumba.es

Fátima Atienza

Dpto. Comunicación Admiral Group España

955 01 01 00 comunicacion@admiral.es