

GRUPO NACIONAL PROVINCIAL, S.A.B.



INFORME SOBRE LA MARCHA DE LA SOCIEDAD

EJERCICIO 2006

GRUPO NACIONAL PROVINCIAL, S.A.B.

INFORME DE LA MARCHA DE LA SOCIEDAD, PRESENTADO POR EL DIRECTOR GENERAL AL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO FISCAL DE 2006.

En mi carácter de Director General de Grupo Nacional Provincial y de acuerdo con lo establecido en la Ley del Mercado de Valores, a continuación someto a su consideración el Informe Anual correspondiente al desempeño y a los resultados obtenidos por la sociedad durante el ejercicio fiscal de 2006; así como los Estados Financieros y notas a los mismos, políticas y criterios contables y de información seguidos en la preparación de la información financiera que se presenta.

VENTAS.

Grupo Nacional Provincial obtuvo ingresos por 25,198 millones de pesos en el ejercicio, de 2006, por concepto de primas y fondos en administración, y mantuvo el liderazgo en ventas en el mercado de seguros de México. Esta cifra de ventas significa una disminución del 6.5% contra al año anterior. Por su parte, la venta de primas de seguro disminuyó en un 6.3%; pero, si se elimina la prima de PEMEX ingresada en 2005 para una cobertura de 24 meses, la venta de primas de seguro creció en un 6.4%.

GNP: VENTAS POR RAMO.

(millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2006)

Ramo	2006	2005	% Variación
Vida	7,378	6,662	10.7
Gastos Médicos y Accidentes	5,845	5,385	8.6
Automóviles	8,121	7,617	6.6
Daños	3,440	6,801	-49.4
Total Captación	24,784	26,464	-6.3
Fondos en Administración	414	490	-15.4
Total Captación más Fondos en Administración	25,198	26,954	-6.5

La disminución de ventas, por un 49.4%, en el ramo de Daños, se debe a la póliza de PEMEX emitida en 2005, por 3,180 millones de pesos, por un período que cubre 24 meses. Sin este efecto, la variación contra el año anterior, de este ramo, sería sólo de menos 5%.

PRODUCTOS Y SERVICIOS.

Líneas Personales.

Durante 2006, los productos y coberturas desarrolladas se caracterizaron por mantener un espíritu innovador y por dirigirse a segmentos específicos de mercado.

De esta forma, en el ramo de Vida Individual, se aprovechó el beneficio fiscal que otorga el Art. 109 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR) en cuatro de nuestros productos Universales. Además lanzamos al mercado el producto "Proyecta", afecto al Art. 218 de la LISR, privilegiando a aquellas personas interesadas en generar un ahorro para el retiro.

Creamos "Trasciende", un seguro ordinario de vida con pagos predeterminados, que le permite a quien lo contrata, aprovechar su etapa productiva para cubrir el pago total del plan, en el corto o mediano plazo, manteniendo la protección durante toda su vida.

Buscando mantener una alta competitividad y una mayor captación de nuevos negocios, a partir de la primera mitad de este año, se actualizaron los límites de suscripción en Gastos Médicos, adecuando el tipo de examen médico requerido para cada nivel de suma asegurada, logrando simplificar los trámites y optimizar el proceso de cierre de negocios.

En cuanto al Seguro de Gastos Médicos, en los productos de Línea Azul, se amplió la gama de deducibles y los descuentos en función de la edad; esto permite una mayor flexibilidad en la fijación del precio. Asimismo, se mejora la competitividad de los planes internacionales con la creación de un tabulador particular para LAI VIP y un incremento en el monto de la ayuda para maternidad. Además, se realizó el lanzamiento del plan "Esencial", un plan con reducciones en las coberturas adicionales, dirigido al segmento de la población económico medio.

En el ramo de Automóviles, se extendieron los beneficios del plan "Amplia GL" para Pick-Ups, que ofrece un deducible cero y una mayor suma asegurada. Además, se facilitó a nuestra Fuerza Productora el proceso de emisión, no sólo al haber desarrollado una página única de cotización para el portal de servicio de Internet, sino al ofrecerles la opción de imprimir y entregar al cliente "in situ" los documentos contractuales de sus pólizas.

Se implantaron los Centros de Atención a Clientes de GNP, que permiten optimizar la atención directa a asegurados y a la fuerza de ventas, en las ciudades de México, Monterrey, Guadalajara, León, Querétaro, Torreón, Reynosa y Culiacán; el año entrante, se extenderá al resto del país.

Se rediseñó totalmente la página de clientes en Internet, con objeto de transmitir el enfoque que tenemos, de cubrir necesidades de protección en función del momento de la vida en que se encuentra el cliente; además de contar con nueva imagen y un acceso más amigable y práctico.

Líneas Comerciales.

En Líneas Comerciales, se continuó con el esfuerzo de promoción a los segmentos de Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs), a través de productos diseñados para atender las necesidades de protección de bienes (flotillas de automóviles y activos fijos), así como planes de beneficios para empleados. Dicho esfuerzo se llevó a cabo, a nivel nacional, a través de los canales de distribución especializados.

Por lo que respecta al segmento de empresas grandes, se inició el proceso de análisis del perfil de nuestros clientes, con el fin de identificar con mayor precisión sus necesidades en materia de prevención de riesgos. Con base en ello, se harán los ajustes necesarios que permitan mejorar la oferta de valor actual.

Un segmento muy relevante para el mercado mexicano es, sin duda, el de riesgos catastróficos, en donde el cambio climático que está ocurriendo a nivel mundial hace necesario evaluar nuevos mecanismos de aseguramiento; para ello, durante el año se trabajó intensamente con las autoridades para poder ofrecer una oferta de valor atractiva para los clientes, y en condiciones de rentabilidad para las instituciones de seguros.

Venta Masiva.

En el año de 2006, se lanzó el producto Vida Total, que consiste en un seguro de vida individual que contempla el pago de un beneficio por muerte y uno por supervivencia, al final del plazo contratado. Esto permitirá ampliar la oferta de valor, buscando mejorar la posición competitiva en este segmento del mercado.

Se realizó una reestructuración administrativa con la intención de mejorar el nivel de rentabilidad, así como el servicio actual; y con ello se establecen las bases que permitan un crecimiento sostenido de la cartera. Las áreas que comprendieron dicha revisión se centraron en los aspectos clave: emisión de pólizas, cobranza y atención a asegurados.

Por otra parte, se diseñó un plan estratégico que permitirá lograr una mayor participación de mercado en segmentos del sector de la población económico medio, con productos y soluciones accesibles para la protección de sus bienes y salud, y el de vida.

FUERZA PRODUCTORA.

Durante 2006, los esfuerzos se enfocaron, en gran medida, a la implantación del “Esquema de Desarrollo Regional”, que se caracteriza por segmentar a las plazas, en las que GNP tiene presencia, de acuerdo a su potencial de mercado. A partir de esto, se elaboró un plan de negocio para cada plaza; mismo que incluye las estrategias indispensables para atender las necesidades de los diferentes segmentos del mercado de acuerdo a sus características.

Asimismo, se realizaron esfuerzos intensos de profesionalización de la Fuerza Productora, a través del programa de capacitación. Para ello se impartieron un total de 840 cursos a nivel nacional (78% de carácter técnico y 22% de desarrollo personal). Además, los Directores de Agencia, Coordinadores Administrativos y Agentes participaron en programas de capacitación relacionados con la implantación del Sistema de Operación Andantis para el ramo de Gastos Médicos.

Gracias a todos estos esfuerzos, al cierre de 2006 se cuenta con 5,869 agentes, lo que nos ha permitido mantener estándares de conservación de la cartera de Vida Individual del 92.7%.

SINIESTRALIDAD.

El índice de siniestralidad en relación a la prima devengada, muestra un aumento respecto al año anterior, debido a desviaciones en el ramo de automóviles, el cual registró un índice de 83% en el año de 2006. Las desviaciones se deben, principalmente, a la insuficiencia de las tarifas y a un desfase en el registro de siniestros ocurridos en 2005. Esto último afectó desfavorablemente la siniestralidad del 2006, en 260 millones de pesos.

En el caso de Gastos Médicos, el índice de siniestralidad mostró una disminución de 4 puntos y para el caso del ramo de Daños, la disminución fue de 31 puntos.

GNP: INDICADORES DE SINIESTRALIDAD DE RETENCIÓN.

(% s/ prima devengada retenida)

Ramo	2006		2005	
	GNP	Mercado	GNP	Mercado
Gastos Médicos	72	69	76	72
Automóviles	83	77	68	71
Daños	39	43	70*	47

*Derivado de los huracanes ocurridos en el 2005.

RESULTADO TÉCNICO.

El resultado técnico, como porcentaje de las primas, disminuyó con respecto al año anterior, al pasar de 3.4%, en el 2005, al 1.2% en el 2006. Esta disminución se explica por el deficiente desempeño del ramo de automóviles, el cual registró un resultado técnico negativo de 499 millones de pesos, en tanto que, en el 2005, el resultado técnico fue positivo en 435 millones de pesos.

GNP: RESULTADO TÉCNICO POR RAMOS.

(Resultado Técnico/Primas) %

Ramo	2006	2005	Variación
Vida	0.9	3.4	-2.5
Gastos Médicos y Accidentes	5.3	2.5	2.8
Automóviles	-6.1	5.7	-11.8
Daños	12.4	1.7	10.7
Total	1.2	3.4	-2.2

INCREMENTO DE OTRAS RESERVAS.

Durante el ejercicio, se liberó parte de la reserva de riesgos catastróficos por un importe neto de 527 millones de pesos, debido a que, por un lado, se alcanzó el límite máximo de acumulación de la reserva; y por otro, a que se hizo una colocación de un contrato de reaseguro proporcional cuota parte, para el ramo de terremoto, que permitió reducir la pérdida máxima probable, y en consecuencia, redujo la pérdida del ejercicio y la constitución de la reserva por 770 millones de pesos.

INVERSIONES.

Los productos financieros ascendieron a 2,468 millones de pesos, lo que representa una disminución real del 11% respecto al año anterior. Esta disminución se explica, debido a que en el año de 2005, se realizó una venta extraordinaria de eurobonos para calzar los flujos proyectados del pasivo de la cartera de vida de largo plazo denominada en dólares; de manera que se consiguió un beneficio extraordinario de 447 millones de pesos. Sin este efecto, el incremento real hubiese sido positivo, en un 6%. Por último, la cartera de inversión ascendió a 28,421 millones de pesos, con crecimiento respecto al año anterior del 14%. Es importante destacar que se logró mantener la certificación del Proceso de Inversiones ISO 9001:2000, para la administración de las Carteras de Inversión.

GNP: COMPOSICION DEL PORTAFOLIO DE INVERSIONES.

(Millones de pesos del poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2006)

Inversión	2006	Participación %	2005	Participación %
Renta Fija	25,428	89.5	21,920	87.9
Renta Variable	707	2.5	677	2.7
Préstamos	1,319	4.6	1,288	5.1
Inmuebles	967	3.4	1,065	4.3
Total	28,421	100	24,950	100

COSTO NETO DE OPERACIÓN.

Los gastos operativos se incrementaron en un 6% respecto al año anterior, ubicándose el índice sobre la prima directa en un 9%; 1.1 puntos porcentuales mayor, que en el ejercicio de 2005.

En el año se presentaron una serie de gastos no recurrentes: la creación de una reserva para castigos por 247 millones de pesos, de los cuales 227 millones de pesos corresponden a saldos de dudosa recuperación a cargo de reaseguradores, 29 millones de pesos para provisiones de deudores diversos, y 24 millones de pesos de depreciación acelerada de mobiliario y equipo.

Por otro lado, se afectaron los resultados, de manera favorable, por 36 millones de pesos, como consecuencia de cancelación de pasivos por 19 millones de pesos, y de acreedores diversos por 17 millones de pesos.

Con el propósito de mejorar los niveles de eficiencia operativa, en el ejercicio de 2006, se inició un ambicioso proyecto de optimización de costos, cuyo objetivo es crear una cultura de eficiencia operativa que posicione a la empresa como una de los líderes en el mercado asegurador, en términos de su estructura de costos. En el mes de octubre se llevó a cabo la primera etapa del programa, lo cual permitió capturar ahorros recurrentes por 74 millones de pesos (194 millones de pesos en términos anualizados) en la nómina y en otros tipos de gastos. Por lo anterior, cabe destacar el registro de 170 millones de pesos para indemnizaciones legales.

Asimismo, en el año se obtuvieron recuperaciones extraordinarias de IVA por 220 millones de pesos.

GNP: COMPARATIVO DE GASTOS.

(Millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2006)

Concepto	Importe		%
	2006	2005	Variación Act.
Otros Gastos de Adquisición	582	585	-0.5
Gastos de Operación	2,522	2,365	6.6
Otros Gastos de Operación	<u>(413)</u>	<u>(374)</u>	<u>10.6</u>
Total Costo de Operación	2,109	1,992	5.9
Activo Fijo	109	169	-35.3
Total Gastos	2,800	2,745	2.0

RESULTADOS Y SOLVENCIA.

El resultado neto, de la operación del negocio de seguros, fue de una pérdida de 10 millones de pesos. Al incluir el resultado de las empresas filiales, la pérdida neta ascendió a 109 millones de pesos.

La rentabilidad real anualizada fue -5.9%, que en términos de creación de valor (Valor Económico Agregado), resultó en una minusvalía de 901 millones de pesos.

El patrimonio, sin incorporar el llamado "Embedded Value" de Vida, ascendió a 5,020 millones de pesos, lo que representa un decremento real del 4% con respecto al año anterior. Asimismo, el valor intrínseco de la cartera de Vida Individual "Embedded Value", ascendió a 1,090 millones de pesos, es decir, un 6% menor al reportado al cierre del año anterior.

Al cierre del ejercicio, la empresa presentó un margen de solvencia de 218 millones de pesos.

Con el propósito de fortalecer el margen de solvencia, y de llevar a cabo acciones de reducción de costos y de crecimiento de los negocios, el pasado 29 de agosto, se acordó en la junta de Consejo de Administración, notificar a los accionistas la puesta en circulación 17'857,143 acciones de tesorería, ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, representativas del capital autorizado, mismas que se ofrecieron para suscripción y pago en efectivo por los accionistas, a un precio de suscripción de \$28.00 por acción, para reunir un total de 500 millones de pesos.

La suscripción se realizó por 499.5 millones de pesos en dos plazos; el primero por 16,178,651 acciones por un importe de 453 millones de pesos y el segundo por 1,658,963 acciones por un importe de 46.5 millones de pesos. Después de los dos plazos, quedaron por suscribir 19,529 acciones a \$28.00 cada una, con un valor de 546,812 pesos.

Grupo Nacional Provincial mantiene excelentes calificaciones crediticias. Standard & Poor's otorgó la calificación de "MXAA+" (Excelente) a nivel nacional y "BBB" (Muy Bien) a nivel internacional. Por su parte, AM Best ratificó la calificación de "A" (Excelente).

OPERACIONES Y MODELO DE SERVICIO.

Durante el año se concluyó la implantación de la última fase del sistema operativo Andantis correspondiente al negocio de Gastos Médicos. Con ello se logra la integración de todos los ramos en la nueva plataforma operativa.

Como parte del Modelo de Servicio, se implantaron los Centros de Atención a Clientes de GNP que permiten otorgar una mejor atención a los asegurados y a la fuerza de ventas, en las ciudades de México, Monterrey, Guadalajara, León, Querétaro, Torreón, Reynosa y Culiacán.

En el año se realizaron mejoras de los procesos del Centro Nacional de Operaciones, que permitieron elevar los niveles de eficiencia de la atención telefónica y en los tiempos de los procesos de suscripción y emisión de pólizas.

Por lo que toca al área de Siniestros, se inició un esfuerzo de optimización de los procesos de compra que inciden en el costo de la siniestralidad para el ramo de automóviles. El potencial de ahorro identificado es significativo. En una primera fase se alcanzaron ahorros por 9.8 millones de pesos, de agosto a diciembre, mediante la aplicación de la metodología de la compra estratégica de bienes y servicios.

Por otra parte, se desarrollaron sistemas que permiten el acercamiento de Recursos Humanos al lugar de trabajo, a través de una página de Intranet, que ofrece los diferentes servicios de solicitudes, préstamos, quejas y prestaciones, que son validadas de forma automática, y con la autorización, por la vía electrónica, de los supervisores.

NUESTRA GENTE.

Se desarrolló un proyecto denominado "Performance Transformation", el cual se enfoca a crear una cultura del desempeño distintivo, que permita a los funcionarios conseguir una mejor ejecución para alcanzar resultados superiores de negocio.

Se definió el estándar de liderazgo de la organización, en el que se identificaron los valores y comportamientos que se esperan de todos los colaboradores de GNP. Para su definición, participaron 50 líderes de la organización. Con base en la definición de dicho estándar de liderazgo se llevaron a cabo dinámicas por Dirección cuyo objetivo es lograr que se vivan e impulsen dichos valores.

Por otra parte, es importante destacar la participación de la totalidad de los funcionarios en el taller de Transformación Personal, cuyo objetivo es alinear las capacidades de la persona de acuerdo a lo que hoy demanda la organización.

El proyecto de optimización de costos cumplió su objetivo al arrojar resultados positivos en términos de generación de ahorros y de eficiencia operativa. Pero más allá de esto, en lo relativo a promoción y atracción del talento se realizaron 141 promociones internas: 22 Funcionarios, 45 Gerentes y 74 Jefes de Departamento. Asimismo, se hicieron contrataciones en diversos puestos clave, más del 70% a través de promociones internas, que han ayudado a fortalecer a Grupo Nacional Provincial, de cara a los nuevos retos que enfrenta la organización.

En cuanto a capacitación, se impartieron 233 cursos dirigidos a 2,862 empleados, completando 6,819 eventos/persona, y haciendo un total de 81,511 horas de capacitación en el año. La capacitación y actualización llegó al 80% de la plantilla de personal. Particular mención, merece el esfuerzo de certificación emprendido para la totalidad del personal, cuyo objetivo es la difusión del manejo de las medidas preventivas, en términos del financiamiento del terrorismo y de lavado de dinero.

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD. "VIVIR ES INCREÍBLE".

Con el objetivo de reforzar el posicionamiento de GNP como una empresa que celebra la vida, en 2006, se continuó con la campaña institucional de comunicación basada en el concepto "Vivir es increíble", lanzado en 2005, y que de acuerdo a los estudios de evaluación publicitaria ha tenido una gran aceptación entre el público, tanto externo como interno.

Nuevamente, la campaña abarcó dos conceptos fundamentales de comunicación: la parte social que se basa en el programa "Gol por México", a través del cual apoyamos diversos programas sociales; y la parte institucional, que destaca momentos simples de la vida, pero, que tienen un gran valor al acompañarnos a lo largo de nuestra historia personal.

Orgullosamente, en noviembre 2006, GNP recibió el premio EFFIE de ORO por su campaña 2005 compitiendo con destacados anunciantes del sector financiero y de seguros. Este premio es considerado el reconocimiento internacional más importante de efectividad mercadológica y publicitaria. Evalúa no sólo la creatividad, sino los resultados obtenidos en el mercado a favor de la marca.

EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE.

En el año 2006, el programa "Gol por México" de GNP cumplió tres exitosos años de operación, el cual ha beneficiado a más de 225,000 personas. Desde el año 2004, hemos emprendido acciones encaminadas a favor de quienes más nos necesitan en las áreas de educación, salud, nutrición y mejora de la vivienda, ayudando a miles de niños, adultos y familias enteras de escasos recursos de nuestro país.

El éxito de este programa ha sido posible gracias al esfuerzo de cada uno de los que integran el grupo de colaboradores, agentes, corredores y brokers de GNP, ya que sin su valiosa contribución a través de las actividades diarias que realizan, que de una u otra manera, apoyan la venta de nuestros productos y servicios. Cabe mencionar que algunos miembros de la familia GNP han tenido la oportunidad de vivir de cerca los eventos organizados para entregar beneficios en diferentes comunidades y escuelas que han sido favorecidas.

Con motivo del mundial de fútbol en Alemania, lanzamos el programa especial "El Mundo Anota Goles por México" donde los 168 goles anotados se tradujeron en prótesis y órtesis para niños del Hospital Shriners de México.

Dentro de los resultados alcanzados durante 2006, destacan:

Educación: 21,776 niños beneficiados en 27 estados de la república con el equipamiento de 39 aulas de medios y el armado de 79 bibliotecas escolares (23,700 libros) para fomento a la lectura.

Nutrición: Se benefició a 2,975 niños menores de 5 años quienes se incorporaron al programa integral de nutrición. Considerando la familia completa, fueron apoyadas 13,566 personas en 7 estados. El 72.5% de los niños con desnutrición severa mejoraron su estado de nutrición.

Salud: 57 mexicanos mejoraron su calidad de vida al recibir 44 de ellos un trasplante de riñón y 13 trasplante de córnea. Adicionalmente, 264 personas fueron beneficiadas con auxiliares auditivos.

Vivienda: 435 familias mexicanas fueron beneficiadas con un hogar digno en los estados de Tamaulipas, Coahuila, Michoacán e Hidalgo.

Esta labor social ha sido reconocida en cuatro ocasiones por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), el cual representa la máxima distinción en este rubro otorgada en nuestro país.

Equidad de género.

Con la finalidad de garantizar que Grupo Nacional Provincial cumpla con el principio de Equidad de Género, se ratificó la siguiente política como parte de los valores institucionales: "En apego a nuestra filosofía y valores institucionales es compromiso de nuestra organización implantar acciones afirmativas que permitan promover y garantizar la igualdad de oportunidades laborales entre hombres y mujeres, la no discriminación para el acceso al empleo, prevenir y sancionar el hostigamiento sexual, así como dar seguimiento a los compromisos definidos en el Modelo de Equidad de Género; estrategias, entre otras, que permitirán asumir más plenamente los valores humanos, mejorar el ambiente de trabajo y la productividad de todos los colaboradores y colaboradoras de Grupo Nacional Provincial."

EMPRESAS FILIALES.

Como parte integral de Grupo Nacional Provincial, el desempeño de sus empresas filiales contribuyó a fortalecer la imagen y el compromiso de servicio a los clientes.

- **Médica Integral GNP.**

Médica Integral GNP, cuenta hoy, con 34,119 asegurados con pólizas de seguros de gastos médicos totales. Se atendió a 94,905 personas usuarias regulares de las 5 clínicas propias con las que se cuenta. Esto permitió ofrecer en el 2006, 674,672 servicios médicos, que hoy en día representan 12,782 en promedio semanal, destacando consultas médicas, tratamientos de fisioterapia y servicios odontológicos.

En el 2006, se cambió de ubicación la clínica de Monterrey para cubrir mejor las necesidades de los clientes. Se crearon sinergias con GNP Seguros al brindar un nuevo servicio para atender los lesionados por colisión, generando ahorros importantes para la aseguradora, y un ingreso bruto adicional para Médica integral GNP, por 40.5 millones de pesos con un beneficio del 13% por servicios.

A continuación se presentan los resultados al 31 de diciembre de 2006:

MEDICA INTEGRAL GNP: ESTADO DE RESULTADOS.

Millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2006)

Concepto	Importe		% Variación
	2006	2005	
Primas Emitidas	151.7	150.6	0.7
Primas Devengadas	155.7	141.7	9.9
Costo Neto de Adquisición	48.5	54.4	-10.8
Siniestralidad	117.7	102.0	15.4
Resultado Técnico	(10.5)	(14.7)	28.7
Costo de Operación	73.2	64.0	14.4
Resultado de Operación	(83.7)	(78.7)	-6.3
Resultado Bruto de Clínicas	2.7	1.8	49.1
Productos Financieros	(3.2)	(2.6)	-24.1
Resultado Neto	(84.6)	(85.5)	1.0

- **Médica Móvil.**

Médica Móvil realizó 92,020 atenciones médicas, 20% más que el año anterior; lo que ocasionó que los ingresos se incrementaran en un 8.6%, respecto al ejercicio anterior. En 2006, se consolidaron los programas de control administrativo, lo cual permite un mayor control de los gastos. Asimismo, se dio inicio a la expansión comercial de la compañía, a través del producto Asistencia Médica Móvil, el cual se comercializa como producto principal, y no como complemento de un seguro.

Adicionalmente, se alcanzó la Certificación ISO 9001:2000 de los servicios de Terapia Intensiva en el Distrito Federal; lo cual, le permite a la empresa consolidar de manera permanente la calidad de los servicios que presta.

A continuación se presentan los resultados al 31 de diciembre de 2006:

MEDICA MOVIL: ESTADO DE RESULTADOS.

(Millones de pesos del poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2006)

Concepto	Importe		%
	2006	2005	Variación
Ingresos	110.3	105.6	4.4
Gastos de Servicio	83.1	80.6	3.1
Gastos de Administración	26.8	22.7	18.2
Gastos de Operación	109.9	102.3	7.4
Utilidad (Pérdida) de Operación	0.5	2.3	-78.3
Costo Integral de Financiamiento	0.5	0.4	22.0
Resultado Neto	(0.7)	1.2	-156.5

- **Arrendadora Valmex**

En la operación tradicional de arrendamiento, se rebasaron las metas de colocación al contratar nuevas operaciones por 291.7 millones de pesos, contra 255 millones de pesos de lo presupuestado. La cartera neta creció de 399.9 millones de pesos, al cierre de 2005, a 491.4 millones de pesos, al cierre de 2006, generando una utilidad neta de 9.1 millones de pesos. El valor Económico Agregado ascendió a 6.4 millones de pesos.

Como consecuencia de las reformas publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 18 de julio de 2006, en las que, entre otros asuntos, se autoriza transformar a las Organizaciones Auxiliares del Crédito y a las Sofoles en Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (Sofom); a Arrendadora Valmex, se le presenta un panorama muy atractivo, ya que una vez transformada, podrá celebrar tanto operaciones de arrendamiento como de factoraje y de crédito.

Con un espíritu renovado y sin descuidar la cartera tradicional, relativa a la atención a empresas de reconocida solvencia moral y económica, se están desarrollando las estrategias de negocios, así como los Manuales de Políticas y Procedimientos que permitan servir exitosamente al mercado con nuevos productos.

A continuación se presentan los resultados al 31 de diciembre de 2006:

ARRENDADORA VALMEX: ESTADO DE RESULTADOS.

(Millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2006)

Concepto	Importe		% Variación
	2006	2005	
Ingresos	79.0	66.1	20
Resultado Bruto	31.2	31.0	1
Resultado Operativo	9.6	11.3	-15
Resultado Neto	9.1	10.3	-12

• Crédito Afianzador

El Resultado Neto de Crédito Afianzador, en el año 2006, fue una pérdida de 7.7 millones de pesos, principalmente, por el registro, al cierre del ejercicio, de estimaciones de cuentas incobrables y de posibles quebrantos en la venta de activos adjudicados, así como, por la depuración de partidas muy antiguas. Sin embargo, la pérdida fue inferior en 87% a lo presupuestado.

El Consejo de Administración tomó la decisión de reforzar la administración de la empresa, para que, en el transcurso del 2007, se opere más eficientemente.

A continuación se presentan los resultados al 31 de diciembre de 2006:

CREDITO AFIANZADOR: ESTADO DE RESULTADOS.

(Millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2006)

Concepto	Importe		% Variación
	2006	2005	
Primas Directas	60.1	54.2	10.9
Primas Devengadas	22.5	38.7	-41.8
Reclamaciones Netas	11.8	8.2	43.5
Resultado Técnico	9.6	28.4	-66.2
Gastos Operación	25.2	25.8	-2.3
Prod. Financieros Netos	13.1	16.1	-18.8
Resultado Neto	(7.7)	9.7	-179.6
Margen de Solvencia	62.2	103.3	-39.8

- **GNP Comercializadora de Salvamentos.**

En seguimiento del Plan de Negocios 2004-2009, en el año de 2006, GNP Comercializadora de Salvamentos (GNPCS) continuó con los esfuerzos de mejorar la eficiencia de los procesos de comercialización de automóviles, a través del innovador esquema de remates automatizados en Mexicali, Hermosillo, Culiacán, Guadalajara y León.

Asimismo, se desarrolló un sistema automatizado de inventario, con tecnología de punta (PDA's), que permite tener un mayor control de las unidades, al realizar su ingreso e inventariado a través de un Número de Inventario Único (NIU).

A continuación, se presentan los resultados al 31 de diciembre de 2006:

GNP COMERCIALIZADORA DE SALVAMENTOS.

(Millones de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2006)

Concepto	Importe		%
	2006	2005	Variación
Total Ingresos	42.3	30.1	40.5
Total Gastos	42.3	30.3	39.8
Utilidad (pérdida) de operación	0.0	(0.1)	-104.7
Productos financieros netos	0.8	1.0	-19.1
Utilidad (pérdida) antes de imp	0.8	0.8	-3.7
Resultado Neto	0.4	0.6	-23.6

Derivado de los resultados obtenidos durante 2006, hemos implementado medidas concretas para revertirlos durante 2007. Contamos con la suma del talento y trabajo de todos los colaboradores de esta empresa. El próximo año continuaremos realizando nuestro mayor esfuerzo para garantizar la máxima rentabilidad, para generar valor a favor de nuestros accionistas, teniendo muy clara nuestra responsabilidad como una empresa aseguradora mexicana que contribuye al desarrollo, y que genera más y mejores oportunidades, en nuestro querido México.

Atentamente

Sr. Alejandro Baillères
Director General
Grupo Nacional Provincial, S.A.B.