





03

EVOLUCIÓN DE LAS SOCIEDADES
DEL GRUPO

CAIFOR

03

EVOLUCIÓN DE LAS SOCIEDADES DEL GRUPO

CAIFOR

CaiFor obtuvo un resultado neto consolidado de 160,4 millones de euros en 2007, lo que supone un crecimiento del 25% respecto al resultado obtenido en 2006, año en que el crecimiento del mismo fue del 8%. A este positivo resultado ha contribuido de manera destacada el buen desarrollo mostrado en todas las líneas de negocio de riesgo, tanto en el ámbito de vida como de no-vida, y el incremento de los recursos gestionados del negocio de fondos de pensiones, tanto individuales como colectivos.

Durante 2007 CaiFor alcanzó y superó los tres millones de clientes individuales, lo cual es un importante hito en la historia del Grupo y confirma la positiva aceptación de los productos y servicios comercializados en la sociedad española. Respecto a diciembre de 2006, la base de clientes individuales se incrementó en más de 170.000 personas, lo que supone un 6% más. Por otro lado, en el ámbito de los clientes del negocio colectivo, CaiFor cuenta con más de 26.000 clientes, repartidos entre el negocio de las grandes empresas e instituciones y el

negocio de las Pymes y los trabajadores autónomos. Dicha cifra supone un crecimiento del 63% respecto al año 2006. Entre los clientes corporativos hay que destacar más de 20 compañías que forman parte del IBEX 35, cerca de 400 multinacionales y 190 organismos públicos, siendo el operador de referencia del mercado y habiendo canalizado un alto volumen de seguros de vida-ahorro y planes de pensiones destinados a complementar la jubilación de más de 360.000 trabajadores. En el ámbito de las Pymes y los autónomos, CaiFor cuenta con más de 22.000 clientes, un colectivo que está mostrando un dinámico desarrollo y por el que se ha realizado una apuesta clara y decidida.

**> A MEDIADOS DE 2007
CAIFOR ALCANZÓ Y SUPERÓ
LOS TRES MILLONES
DE CLIENTES INDIVIDUALES,
UN IMPORTANTE HITO
EN LA HISTORIA DEL GRUPO**

Grupo CaiFor: Principales Magnitudes

En millones de euros	2006	2007	Var. 07-06
Primas y aportaciones			
Vida-riesgo y accidentes	336,2	378,2	13%
Hogar	128,1	140,5	10%
Salud	10,0	18,3	83%
Autos	-	18,7	-
Subtotal riesgo (individual + empresas)	474,3	555,7	17%
Seguros de vida-ahorro	1.245,1	1.057,7	-15%
Planes de pensiones	1.199,6	1.171,6	-2%
Subtotal ahorro (individual + empresas)	2.444,7	2.229,2	-9%
Total riesgo y ahorro (individual + empresas)	2.919,0	2.784,9	-5%
Recursos gestionados (No incluye ajustes NIIF)			
Seguros de vida	16.445,0	16.204,6	-2%
Otros seguros	138,6	161,4	16%
Planes de pensiones y EPSV	10.380,0	11.307,2	9%
Total recursos gestionados de clientes (individual + empresas)	26.963,6	27.673,2	3%
Número de clientes			
Cientes individuales	2.914.814	3.093.030	6%
Cientes empresa	16.000	26.000	63%
Resultado neto consolidado Grupo CaiFor	128,3	160,4	25%

En el análisis por líneas de negocio, hay que destacar la positiva evolución del negocio de salud en 2007, cuyo volumen de primas se ha incrementado un 83% respecto al año anterior, alcanzando los 18 millones de euros. Precisamente en este ámbito y demostrando la decidida apuesta por este segmento, CaiFor lanzó al mercado en 2007 un nuevo seguro de asistencia sanitaria especialmente diseñado para Pymes y autónomos, el nuevo VidaCaixa Salud Pymes. Se trata de un seguro de asistencia sanitaria que no incorpora copagos e incluye la asistencia dental, y todo ello con una prima muy competitiva. El lanzamiento de este producto ha tenido especial incidencia en el excelente desarrollo mostrado por la línea de seguros de salud para Pymes y autónomos, cuya oferta se completa con el seguro de cobertura de la incapacidad laboral transitoria. El volumen total de primas ha superado los 12 millones de euros, lo que supone un incremento del 128%

respecto a 2006. Por otro lado, los seguros de salud individuales mantienen la positiva línea de desarrollo mostrada en ejercicios anteriores, con un crecimiento del 27% y un volumen de primas cercano a los seis millones de euros.

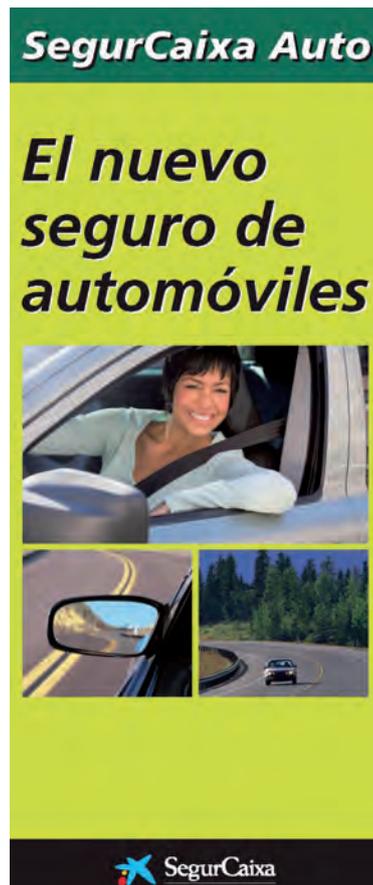
Otra línea de actividad que ha mostrado una gran evolución en 2007 son los seguros de vida-riesgo y accidentes tradicionales del Grupo. En total, estos seguros han acumulado un volumen de primas de 378 millones de euros, divididos entre 233 millones de euros de seguros individuales y 145 millones de euros de seguros colectivos, con crecimientos del 13% y del 12% respectivamente. Hay que destacar el desarrollo de los seguros especialmente diseñados para el colectivo de inmigrantes, otro colectivo prioritario en el desarrollo estratégico de CaiFor, y que suponen un volumen de primas de seis millones de euros, con un crecimiento del 27% respecto al año anterior.

Un año más, la contribución de la gama de seguros del ramo del hogar también ha sido muy importante para la evolución del Grupo, con un volumen de primas de 141 millones de euros, siendo el crecimiento de un 10% y dando cobertura, actualmente, a más de 730.000 hogares en España.

Finalmente, 2007 ha sido el año del lanzamiento del SegurCaixa Auto y la consiguiente entrada de CaiFor en el ramo de seguros de automóvil. Tras este hecho, CaiFor se ha convertido en el primer grupo bancoasegurador del mercado español en comercializar un seguro de automóvil propio y, a la vez, ha completado su oferta, pasando a ser un proveedor de cobertura integral de las necesidades de aseguramiento y previsión de las familias. El producto, que incorpora amplias y exclusivas coberturas, ha sido especialmente diseñado para ser comercializado a través de las oficinas de "la Caixa" y este hecho, junto con la excelente relación de calidad y precio, explica el gran desarrollo mostrado durante un ejercicio en el que, con poco más de ocho meses de comercialización, ha logrado obtener más de 30.000 asegurados.

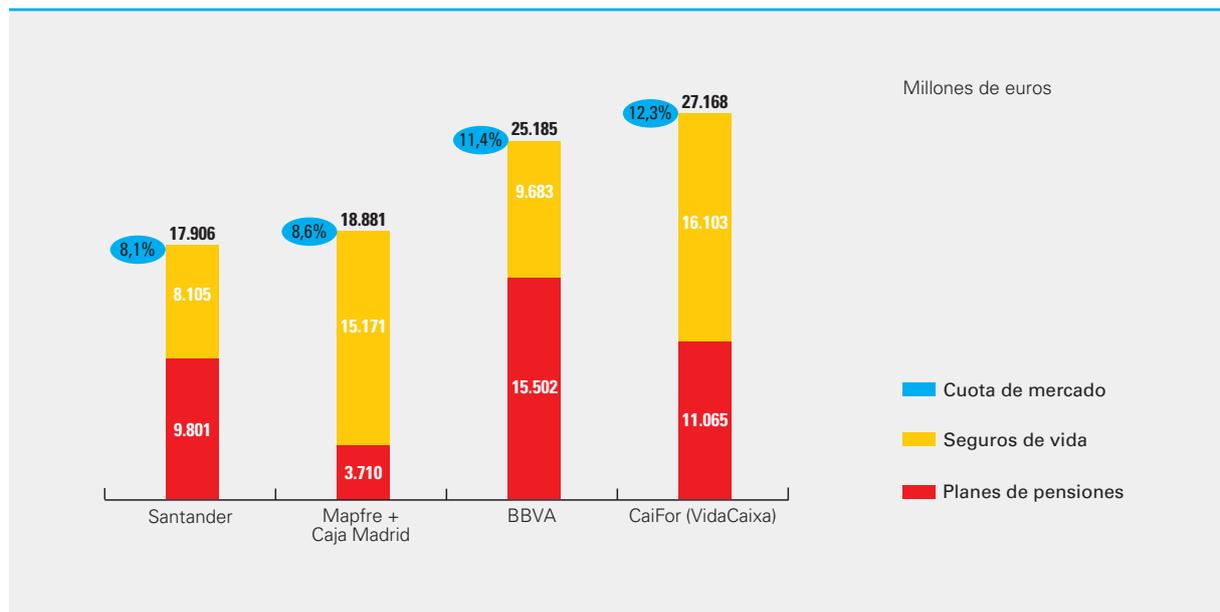
> CON EL LANZAMIENTO DE SEGURCAIXA AUTO CAIFOR COMPLETA SU OFERTA, CONVIRTIÉNDOSE EN PROVEEDOR DE COBERTURA INTEGRAL DE ASEGURAMIENTO Y PREVISIÓN PARA LAS FAMILIAS

Por otro lado, en cuanto al negocio de ahorro, las primas y aportaciones han descendido un 9% respecto al ejercicio anterior, acumulando un volumen total entre primas de seguros de ahorro y aportaciones a planes de pensiones



de más de 2.200 millones de euros. Este dato se debe, por un lado, a la atonía general en la que se encuentra el mercado de seguros de vida-ahorro para empresas, que ha contribuido al decrecimiento de las primas de los seguros de vida-ahorro de un 15%, y por otro, al estancamiento en las aportaciones a planes de pensiones, fruto de la modificación de las condiciones fiscales de éstos con motivo de la entrada en vigor de la nueva ley del IRPF, que ha implicado una disminución de las aportaciones de un 2%. CaiFor se mantiene un año más como líder del mercado español de Previsión Social Complementaria, con una cuota de mercado total superior al 12%, como consecuencia de los más de 27.000 millones de euros en gestión, un 3% superior a los del ejercicio anterior.

Ranking Previsión Social Complementaria en España 2007



Fuentes: ICEA e INVERCO. Nota: No incluye ajustes NIIF ni EPSV, provisiones de prestaciones o seguros de no-vida.

VIDACAIXA

VidaCaixa es la compañía del Grupo CaiFor dedicada a la comercialización y a la gestión de seguros de vida, seguros de salud y planes de pensiones, tanto para clientes individuales como para clientes colectivos, segmento en el que opera a través de su división especializada, VidaCaixa Previsión Social.

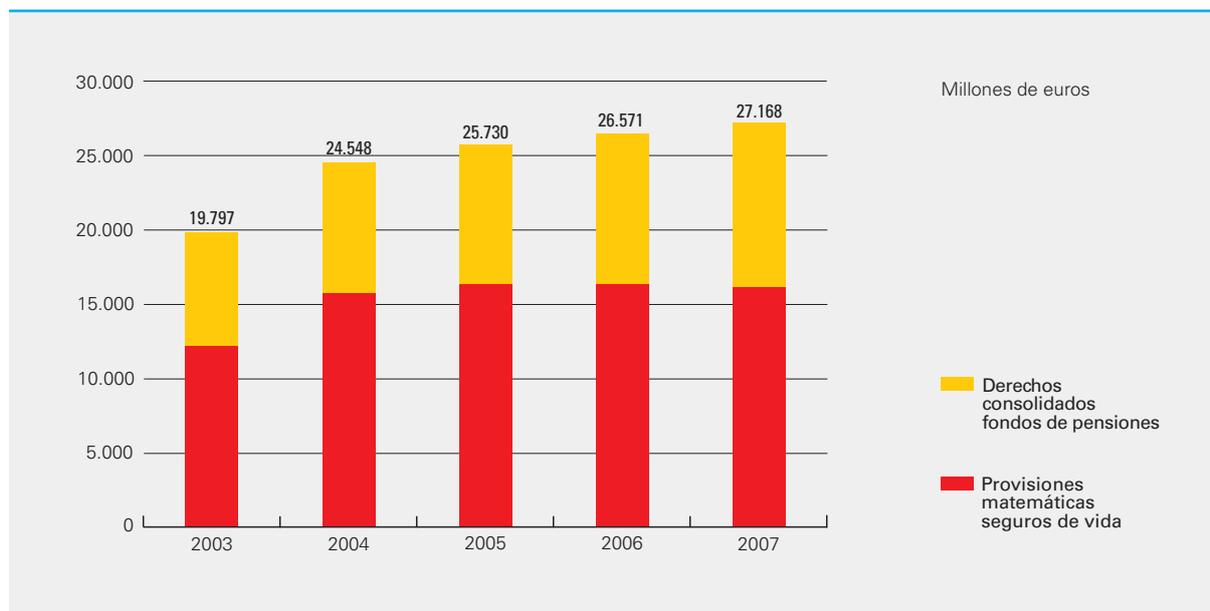
VidaCaixa es la entidad de referencia y líder del mercado español de Previsión Social Complementaria, con más de 27.000 millones de euros gestionados entre seguros de vida y planes de pensiones. Concretamente, la compañía ocupa la primera posición del ranking de Seguros de Vida en términos de ahorro gestionado, con una cuota del 12,04%, y la segunda posición del mercado de planes de pensiones, con una cuota del 12,78%.

En el ámbito de los seguros de vida, VidaCaixa gestiona un volumen total de ahorro de más de

16.000 millones de euros, lo que supone un ligero decrecimiento del 1% respecto al volumen de provisiones del año anterior. Del total de provisiones de seguros de vida, más de 7.500 millones provienen de seguros de vida para clientes individuales, un 3% menos que en el ejercicio anterior, mientras que los 8.600 millones restantes corresponden a pólizas de seguros de vida colectivas, en línea con el ejercicio anterior. Respecto al negocio de seguros de vida individuales, pese al decrecimiento en el volumen de recursos gestionados, debido en parte al elevado número de beneficiarios de rentas a los que VidaCaixa paga su pensión, cabe destacar el incremento en las primas, las cuales han alcanzado un volumen total superior a los 670 millones de euros, lo que supone un incremento del 7% respecto al ejercicio anterior.

En cuanto al negocio de planes de pensiones, el volumen total de recursos gestionados su-

Evolución de los recursos gestionados de VidaCaixa

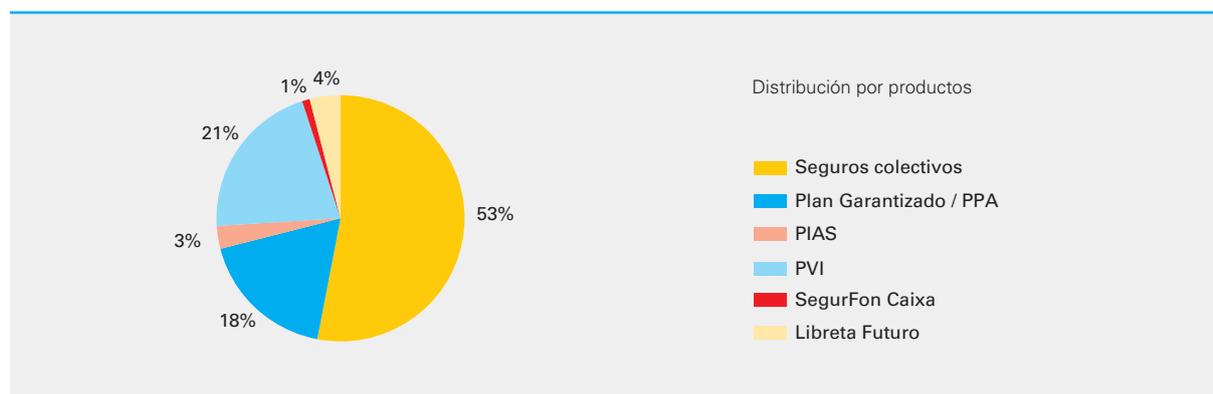


Nota: No incluye ajustes NIIF ni EPSV, provisiones de prestaciones o seguros de no-vida.

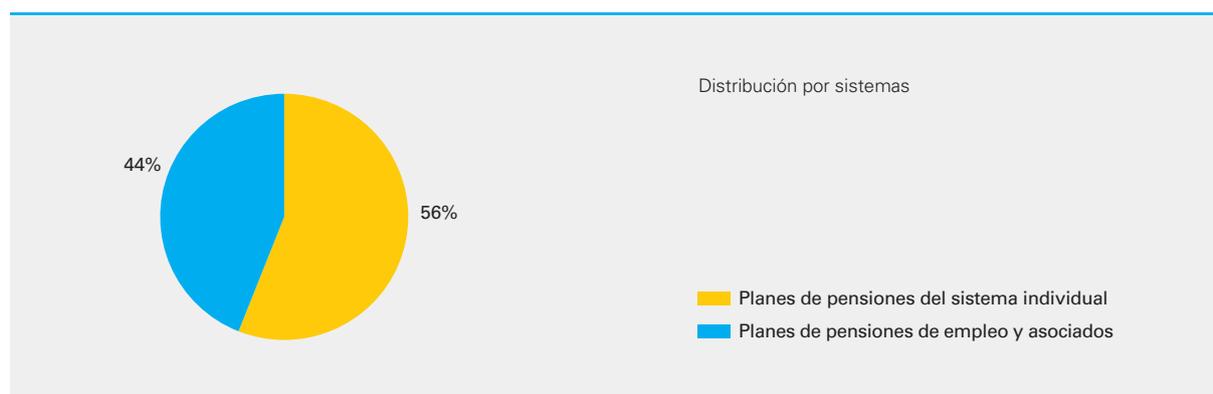
para los 11.000 millones de euros, un 8% más que en el ejercicio anterior. A este dato de crecimiento ha contribuido especialmente el negocio de planes de pensiones individual, que, con un volumen total de más de 6.000 millones de euros, ha crecido un 12% respecto a 2006,

mostrando, un año más, la buena aceptación de los planes de pensiones individuales del Grupo en el mercado español. Por otro lado, el volumen de recursos gestionados en el ámbito de los planes de pensiones de empleo y asociado también se ha incrementado en un 4%.

Provisiones matemáticas



Derechos consolidados planes de pensiones



Por lo que se refiere al negocio de riesgo de VidaCaixa, compuesto por los seguros de vida-riesgo y los seguros de salud, un año más ha obtenido un desarrollo muy positivo, con un crecimiento total del 14% y un volumen total de primas comercializadas de 371 millones de euros. Cabe destacar especialmente la contribución de la línea de negocio de los seguros de salud, que, con un volumen de primas de 18 millones de euros, ha crecido un 83% respecto a 2006, impulsada por los más de 12 millones

de euros provenientes del negocio de Pymes y autónomos de VidaCaixa Previsión Social, que ha crecido en un 128% respecto al año anterior, gracias en buena parte al lanzamiento del nuevo y exitoso producto VidaCaixa Salud Pymes. En cuanto a los seguros de vida-riesgo, los tradicionales productos individuales han mostrado un positivo ritmo de crecimiento del 13%, con un volumen total de primas de 208 millones de euros.

En el ámbito de los seguros de vida-riesgo y accidentes para colectivos y empresas, 2007 ha sido también un ejercicio muy positivo, en el que se han comercializado primas por valor de más de 140 millones de euros, lo que supone un 12% más que en 2006.

Finalmente, el resultado neto de la compañía ha crecido un 22% respecto al ejercicio anterior, siendo de 131 millones de euros después de impuestos.

VidaCaixa: evolución de la cuenta de resultados

En millones de euros	2006	2007
Ingresos financieros netos	840	830
Margen técnico-financiero	247	282
Ingresos de gestión de fondos de pensiones	78	89
Gastos de comercialización	-106	-112
Gastos de administración	-40	-48
Dotación extraordinaria tablas de mortalidad	-15	-16
Resultado antes de impuestos	164	195
Resultado neto	107	131

Nota: No incluye ajustes NIIF.

VIDACAIXA PREVISIÓN SOCIAL MANTIENE SU EXCELENTE RITMO DE CRECIMIENTO EN EL SEGMENTO DE PYMES Y AUTÓNOMOS Y EL LIDERAZGO DEL MERCADO ESPAÑOL DE PREVISIÓN SOCIAL COMPLEMENTARIA EMPRESARIAL

VidaCaixa Previsión Social es la división de VidaCaixa dedicada a operar en el mercado de las empresas y colectivos, y nació tras la integración de los negocios adquiridos a Swiss Life (España) y SCH Previsión en 2003 y 2004, respectivamente. Tras un primer ejercicio 2005 de integración y consolidación de la organización, en 2006 la entidad abordó un ambicioso Plan Director, cuyo objetivo era desarrollar los procesos, estructura y organización necesarios para ofrecer los mejores

productos y servicios a su extensa base de clientes, compuesta por más de 26.000 empresas. Dichos clientes se reparten entre la línea de negocio de las grandes empresas e instituciones, a la cual la compañía se dirige a través de una extensa red de mediadores y consultores, y la de las Pymes y los trabajadores autónomos, cuyo canal de distribución principal son las más de 5.000 oficinas que "la Caixa" tiene repartidas por todo el país.



A través de los productos y servicios de VidaCaixa Previsión Social, aquellas organizaciones que tengan que hacer frente a compromisos por pensiones con sus trabajadores o que simplemente quieran ofrecer sistemas complementarios de retribución a sus empleados, podrán acceder a las soluciones más beneficiosas

y eficaces, de la mano de los más de 130 expertos profesionales que componen la división, los cuales pondrán a su disposición la solución que mejor se adapte a sus necesidades en cada momento. La estructura organizativa de la división, para la línea de actividad de empresas y colectivos, se compone de cinco unidades de negocio, concebidas bajo un criterio geográfico para dar cobertura a las necesidades en materia de previsión de los clientes de cualquier región del país.

VidaCaixa Previsión Social: estructura organizativa



En 2007, esta división ha concentrado importantes esfuerzos en el desarrollo del estratégico negocio de Pymes y autónomos, cuya base de clientes al cierre del ejercicio supera los 22.000, cifra que demuestra la decidida apuesta de CaiFor por él. La oferta de productos en este ámbito de actividad se compone de seguros de vida y de accidentes, planes de pensiones de promoción conjunta y una exhaustiva oferta de productos de salud, tanto de asistencia sanitaria como de cobertura de la incapacidad laboral transitoria, especialmente interesantes para los trabajadores por cuenta propia.

Es precisamente la línea de seguros de salud para Pymes y autónomos la que ha mostrado un mayor grado de crecimiento en 2007, concretamente del 128%.



A este gran resultado ha contribuido de manera decisiva la introducción en el mercado, en 2007, del nuevo VidaCaixa Salud Pymes, el nuevo seguro de la gama de salud para Pymes y autónomos de VidaCaixa. Se trata de un novedoso producto de asistencia sanitaria, a través del cual el cliente puede acceder a un cuadro médico de la máxima calidad compuesto por más de 33.000 profesionales de más de 300 centros médicos concertados y que no requiere ningún tipo de copago, a la vez que incorpora la asistencia dental, y todo ello a un precio muy competitivo. Sus excelentes prestaciones y el competitivo balance entre calidad y precio explican por qué más de 35.000 clientes se han inclinado por garantizarse la mejor asistencia sanitaria contratando este producto. La oferta de productos de salud para Pymes y autónomos se completa con el VidaCaixa Previsión Profesional, un seguro cuya suscripción garantiza cobrar una determinada indemnización diaria, fijada en el momento de la contratación, en caso de que el cliente esté de

baja laboral por causa de enfermedad o accidente. Se trata de un producto especialmente atractivo para los trabajadores por cuenta propia, pues garantiza un complemento ideal a las prestaciones de la Seguridad Social. Además, el producto se ha diseñado sobre la base de la sencillez e incorpora un baremo, de tal manera que para obtener la indemnización diaria simplemente hay que presentar un certificado médico y la baja laboral, sin necesidad de realizar pesados controles posteriores y evitando complicaciones burocráticas. El producto cuenta con más de 25.000 clientes, de los cuales casi 10.000 son nuevos clientes de 2007.

> VIDACAIXA DISPONE DE UNA OFERTA EXHAUSTIVA DE PRODUCTOS PARA EL SEGMENTO DE LAS PYMES Y LOS AUTÓNOMOS, CUYA BASE DE CLIENTES SUPERA LOS 22.000



Por otro lado, a finales de 2006, VidaCaixa Previsión Social introdujo en el mercado el innovador producto VidaCaixa Convenios, y durante 2007 su desarrollo ha sido exponencial. Se trata de un seguro que permite a las empresas y empresarios con empleados sujetos a obligaciones derivadas del convenio colectivo, hacer frente a las mismas de una manera muy sencilla y eficaz. Únicamente informando del convenio colectivo al que está adscrita la empresa y del número de trabajadores, el cliente obtendrá una prima comercial y podrá contratar el producto, asegurando así el pago de las prestaciones derivadas de las obligaciones del convenio. Tras únicamente quince meses de comercialización, el producto cuenta con una base de clientes de casi 5.000.

La oferta de seguros para Pymes y autónomos se completa con los seguros de vida y de accidentes diseñados para este colectivo, el Vida Colectivo y el Accidentes Colectivo, introducidos en el mercado en 2005, y los planes de pensiones de promoción conjunta. En total acumulan más de 80.000 clientes.

En el ámbito de las grandes empresas y colectivos, VidaCaixa Previsión Social es la entidad de referencia y líder del mercado español de previsión social complementaria empresarial, con una cuota de mercado del 17%, fruto de los más de 13.000 millones de euros en ahorro previsional gestionado entre planes de pensiones de empleo y seguros de vida colectivos.

Cabe señalar que, entre los grandes clientes de VidaCaixa Previsión Social, destacan más de 20 compañías que forman parte del IBEX 35, cerca de 400 multinacionales y 190 organismos públicos, siendo el operador de referencia del mercado y habiendo canalizado un alto volumen de seguros de vida-ahorro y planes de pensiones destinados a complementar la jubilación de más de 360.000 trabajadores.



➤ ENTRE LOS CLIENTES DE VIDACAIXA PREVISIÓN SOCIAL DESTACAN MÁS DE 20 COMPAÑÍAS QUE FORMAN PARTE DEL IBEX 35, CERCA DE 400 MULTINACIONALES Y 190 ORGANISMOS PÚBLICOS

VidaCaixa Previsión Social: la previsión empresarial en grandes cifras

En millones de euros	2006	2007	% var.
Primas de riesgo	135	157	17%
Primas y aportaciones de ahorro	801	596	-26%
Total primas y aportaciones	936	753	-19%
Seguros de vida colectivos	8.707	8.662	-1%
Planes de pensiones de empleo y asociado	4.700	4.892	4%
Total recursos gestionados	13.407	13.554	1%

Por líneas de actividad, los seguros de vida aportan el 64% del volumen total de recursos gestionados, mientras que los planes de pensiones de empleo y asociado, el 46% restante. El comportamiento de ambos durante el ejercicio ha sido dispar, pues mientras los segu-

ros de vida han decrecido un 1% en volumen, contagiados por la atonía general en que se encuentra este mercado en España, los planes de pensiones han incrementado su volumen de reservas en un 4%. El volumen total de recursos ha crecido un 1% respecto al año 2006.

LA GAMA DE SEGUROS DE SALUD INDIVIDUAL DE VIDACAIXA CRECE A UN RITMO DEL 27%

Con un volumen de primas de más de cinco millones de euros y un crecimiento del 27%, la gama de productos de salud individual del Grupo muestra su buen nivel de desarrollo. La oferta de productos de VidaCaixa en este ámbito se compone de seguros de asistencia sanitaria y seguros de asistencia dental.

En 2007, CaiFor introdujo en el mercado una nueva modalidad de seguro de asistencia sanitaria, con reembolso de gastos pero sin copagos. Es decir, el producto combina el acceso a todos los servicios del extenso cuadro médico del producto con la libertad de elección de cualquier profesional o clínica, dentro o fuera de España. En caso de elegir un servicio médico no presente en el cuadro médico, la compañía



reembolsará el 80% de los gastos al asegurado, mientras que en el caso de que sí esté en el cuadro no se deberá afrontar copago alguno.

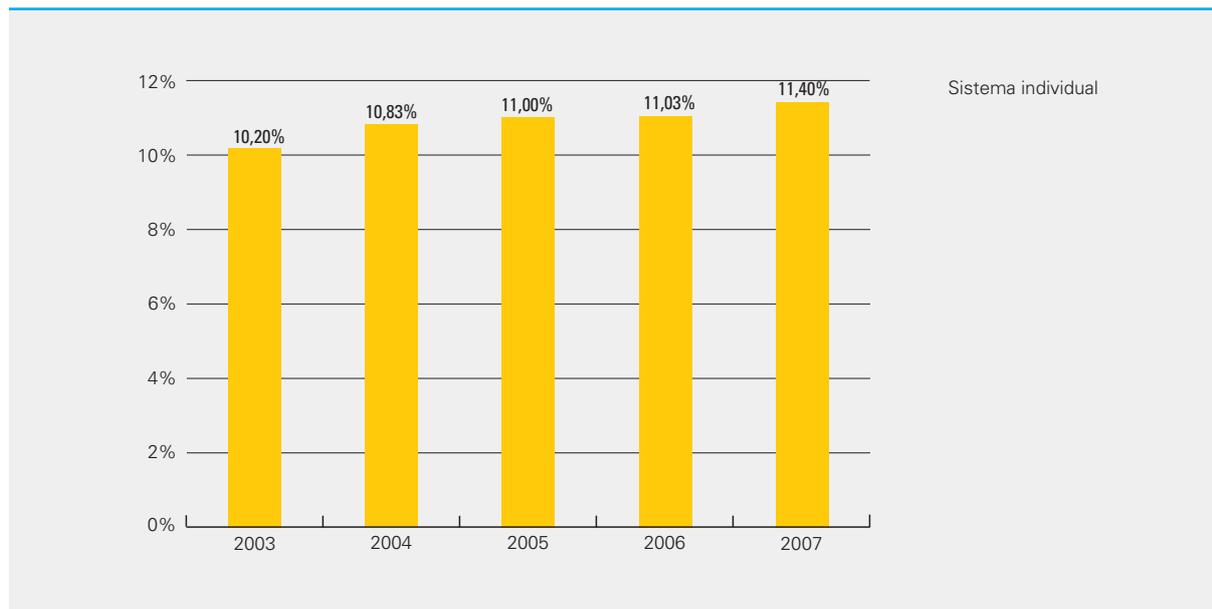
El número total de clientes de esta gama de seguros a finales de 2007 era de 27.600, lo que supone casi 5.000 clientes más respecto al ejercicio precedente.

VIDACAIXA, LA ENTIDAD QUE MÁS INCREMENTA SU CUOTA DE MERCADO EN PLANES DE PENSIONES INDIVIDUALES

Un año más, la cuota de mercado de VidaCaixa en planes de pensiones individuales se ha incrementado –esta vez en un 0,37%, hasta alcanzar un total del 11,40%–, lo que sitúa a la compañía en la segunda posición del ranking, según datos publicados por Inverco. El volu-

men total de patrimonio gestionado por VidaCaixa al final del ejercicio era de 6.180 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 12% respecto al volumen con el que se cerró el ejercicio 2006.

Evolución de la cuota de mercado de VidaCaixa en planes de pensiones



Estas positivas cifras se deben tanto a la buena acogida de los productos comercializados en 2007, que han acumulado un volumen total de más de 950 millones de euros entre aportaciones y traspasos, como a la buena gestión de las inversiones llevada a cabo.

Durante el ejercicio 2007, VidaCaixa introdujo en el mercado cinco nuevos planes de pensiones individuales con atractivas rentabilidades garantizadas y beneficiosos incentivos comerciales. Destaca la tradicional campaña de final de año, en la que VidaCaixa participó con dos atractivos productos, el PlanCaixa 7 Plus y el PlanCaixa Invest 18, planes que ofrecían una atractiva rentabilidad garantizada, con diferentes plazos y tipos de inversión. Como incentivo de campaña, la compañía ofrecía a los clientes que contratasen estos productos durante el período de campaña, que comprendía los meses de noviembre y diciembre, la posibilidad de escoger entre obtener un 7% TAE abonado en cuenta corriente o bien realizar una imposición a plazo fijo en un depósito a un año, con un atractivo 7% de interés nominal anual.

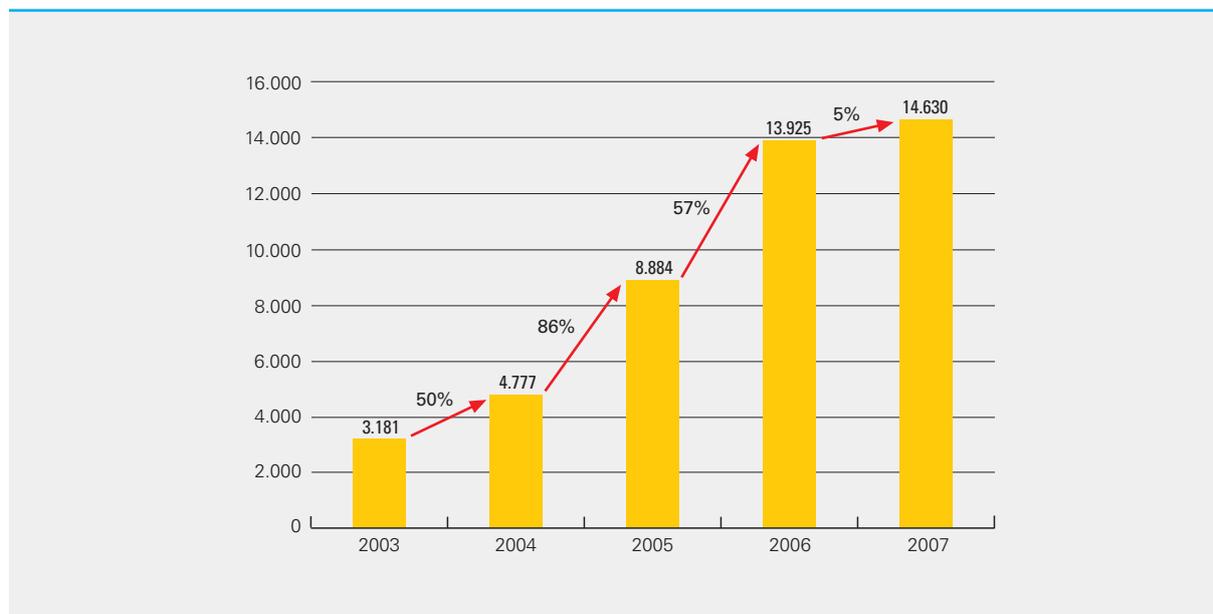
¿Cuánto desea ganar en el futuro?

PlanCaixa 7 Plus

Finalmente cabe destacar que, un año más, las operaciones relacionadas con los planes de pensiones realizadas a través de Internet se han incrementado, siendo en 2007 un total de 14.630. De estas operaciones se obtuvieron casi 19 mi-

llones de euros, entre aportaciones y traspasos. A modo anecdótico, hay que señalar que la última de las operaciones a través de Internet se realizó el día 31 de diciembre a las 23:53 horas.

Evolución del número de operaciones de planes de pensiones individuales realizadas a través de Internet



Más de 840.000 personas eran partícipes de alguno de los planes de pensiones individuales o EPSV de VidaCaixa en diciembre de 2007, lo

que supone que durante dicho ejercicio se incrementó la base en 58.000 personas.

LAS PRIMAS COMERCIALIZADAS EN SEGUROS DE VIDA-AHORRO INDIVIDUALES SE INCREMENTAN EN UN 7%

El volumen total de primas de seguros de vida-ahorro individuales comercializadas por VidaCaixa en 2007 es de 679 millones de euros, lo que supone un incremento del 7% respecto al volumen de contratación de 2006.

Destaca especialmente la irrupción de los nuevos PIAS, el nuevo y atractivo seguro de vida-ahorro creado con la última reforma fiscal, que entró en vigor en 2007. VidaCaixa fue la primera entidad del país en comercia-

lizar este producto y, a finales del ejercicio, la oferta de PIAS de la compañía estaba compuesta por dos productos: el Plan de Ahorro Asegurado - PIAS y el Plan de Ahorro Inversión - PIAS. El primero invierte en activos de renta fija, mientras que el segundo incluye activos de renta variable. Al cierre del ejercicio, la base de clientes del producto estaba compuesta por casi 40.000 nuevos clientes y acumulaba un volumen de primas de más de 92 millones de euros.

Ahorre con una interesante rentabilidad

5%
de interés técnico
garantizado
hasta el 30-6-2008

Plan de Ahorro Asegurado-PIAS

VidaCaixa ofrece también la Libreta Futuro, un seguro dotal mediante el cual se puede generar ahorro en beneficio de un menor, con el que éste pueda afrontar, al hacerse mayor, gastos como la universidad, el coche, etc. Se trata del seguro de ahorro con una mayor base de clientes (210.000).

> LA PVI ES EL SEGURO DE AHORRO CON MAYOR VOLUMEN DE RESERVAS, MÁS DE 3.300 MILLONES DE MÁS DE 93.000 CLIENTES

Prepare su futuro
mientras ellos se divierten

Libreta Futuro

Pensión Vitalicia Inmediata

Finalmente, el producto con un mayor volumen de reservas es la Pensión Vitalicia Inmediata (PVI), que acumula más de 3.300 millones de euros en provisiones matemáticas de más de 93.000 clientes. Cabe destacar que, tras la reforma fiscal introducida en 2007, los productos de rentas vitalicias –como es la PVI– han sido muy beneficiados, mejorándose las ya anteriormente atractivas condiciones del producto. Además de las ventajosas prestaciones financiero-fiscales, la propia naturaleza del producto

hace que sea el complemento perfecto a las pensiones públicas.

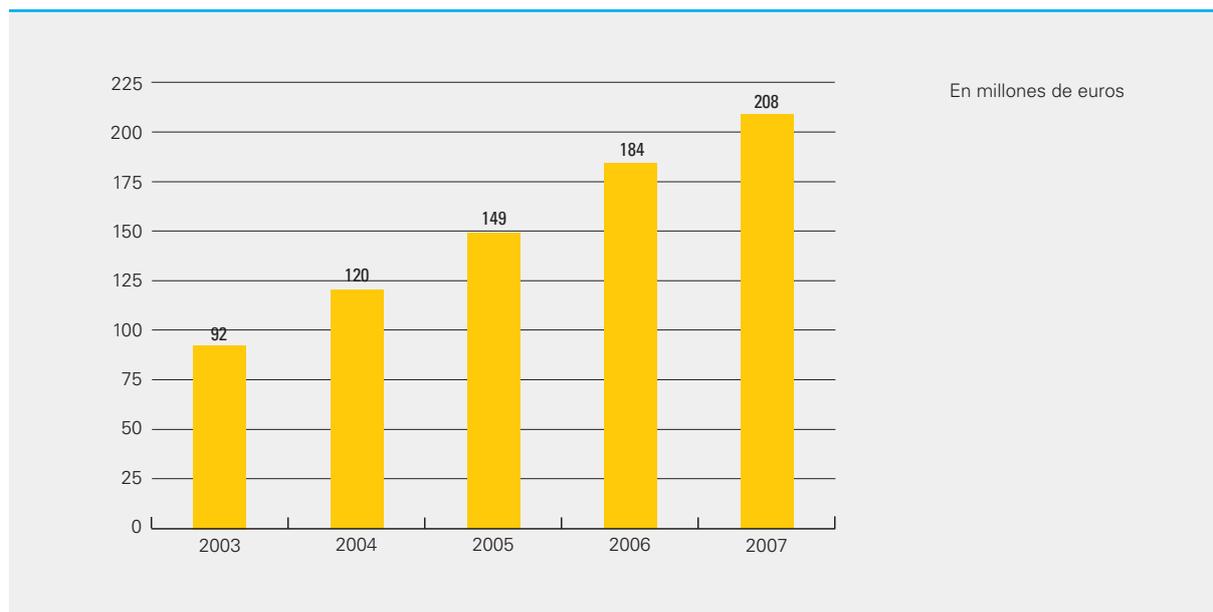
El volumen total de provisiones matemáticas en seguros de vida-ahorro individuales en 2007 se sitúa en más de 7.300 millones de euros, de los cuales 7.150 millones pertenecen a seguros con garantía de interés, mientras que los 200 millones de euros restantes provienen de seguros con riesgo de tipo de interés asumido por el tomador.

LOS SEGUROS DE VIDA-RIESGO INDIVIDUALES MANTIENEN UN GRAN VIGOR COMERCIAL Y ACUMULAN MÁS DE 1,3 MILLONES DE CLIENTES

La oferta de productos de la gama de vida-riesgo individuales de VidaCaixa se compone del Seviam y del Vida Familiar. El primero es un seguro de vida-riesgo vinculado a préstamos bancarios, personales o hipotecarios, cuya garantía consiste en asumir el coste del préstamo en caso de defunción del asegurado. Contratando

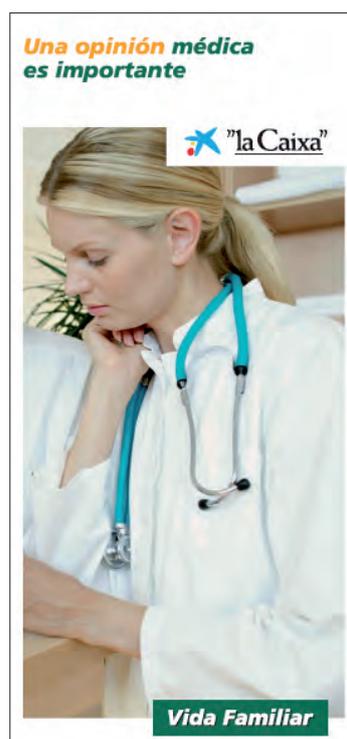
el producto, el cliente se asegura de que en caso de siniestro la deuda será inmediatamente saldada y no traspasará dicha responsabilidad a sus seres queridos. Este producto cuenta con una base de clientes compuesta por más de un millón de personas.

VidaCaixa: primas de seguros de vida-riesgo individual



Por otro lado, el Vida Familiar es el tradicional seguro de vida-riesgo de CaiFor que abona un capital a los beneficiarios en caso de fallecimiento del asegurado. Se trata de un seguro especialmente indicado para aquellas personas con responsabilidades familiares que se quieran asegurar de que, en caso de defunción, se garantiza la capacidad económica de sus beneficiarios para afrontar el futuro con mayores garantías. Desde 2006, este producto incorpora los servicios de Orientación Médica Telefónica y de Segunda Opinión Médica por parte de los médicos con más prestigio del mundo.

En total, 1.387.000 personas tienen contratado uno de estos productos, lo cual es una buena muestra de la gran difusión de los mismos y supone que durante 2007 se obtuvieron casi 100.000 nuevos clientes.



SEGURCAIXA

SegurCaixa es la compañía de CaiFor dedicada al diseño y la comercialización de seguros de no-vida y concentra la mayor parte de su actividad en los ramos de hogar, accidentes y, desde 2007, también en el ramo de los seguros del automóvil.

El ejercicio 2007 ha sido muy especial para SegurCaixa, pues ha estado marcado por el lanzamiento del nuevo SegurCaixa Auto, lo que ha supuesto la ampliación de los ramos de actividad en los que opera la compañía, a la vez que ha convertido a CaiFor en la primera entidad bancoaseguradora del país en comercializar un seguro de automóviles propio. Lanzado el día 16 de abril de 2007, SegurCaixa Auto, que se concibió para ser distribuido bajo una estrate-

gia multicanal, se posicionó como el producto más completo en coberturas del mercado, con un precio muy competitivo. Su lanzamiento obedece a la voluntad de CaiFor de convertirse en un operador global de seguros, puesto que completa la actual oferta de productos para las familias, dando respuesta a todas sus necesidades en materia de ahorro, previsión y protección.

El volumen total de primas de SegurCaixa en 2007 se incrementó en un 22% respecto a 2006, alcanzando un volumen de 184 millones de euros. En cuanto al resultado neto, éste alcanzó un volumen de 26 millones de euros, lo que supone un 15% más que el resultado conseguido en el ejercicio anterior.

SegurCaixa: evolución de la cuenta de resultados

En miles de euros	2006	2007
Ingresos financieros actividad y patrimonio	5.069	6.598
Margen técnico-financiero	57.667	81.523
Gastos de comercialización	14.885	25.447
Gastos de administración	13.485	18.091
Resultado antes de impuestos	34.560	38.586
Resultado neto	22.317	25.745

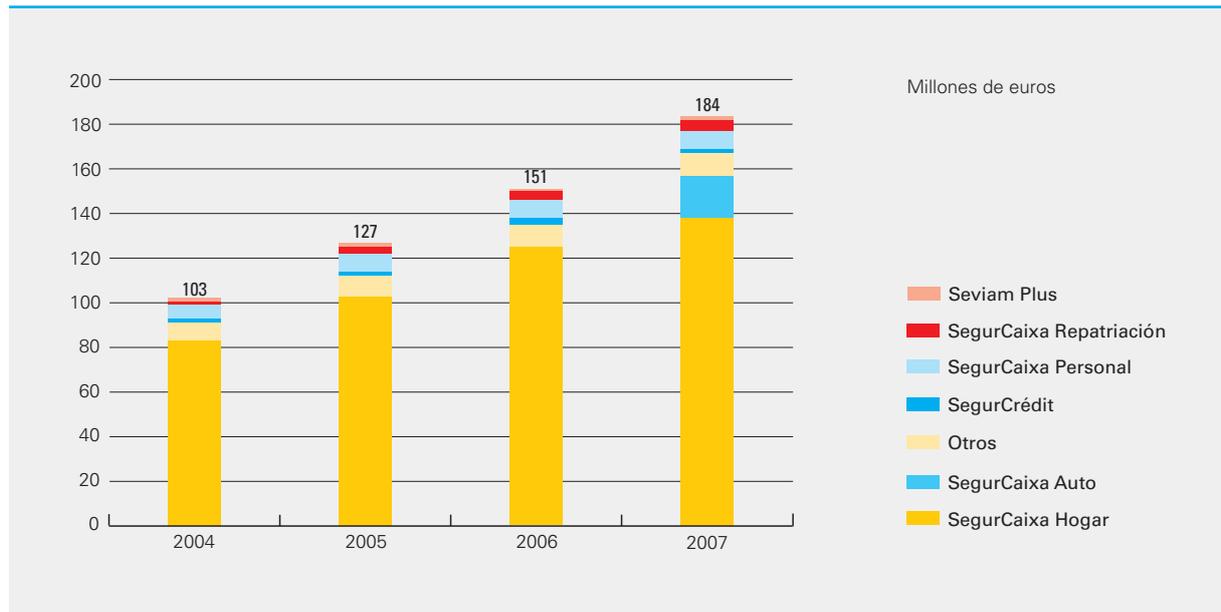
Nota: No incluye ajustes NIIF.

Por líneas de actividad, cabe destacar el importante peso de los seguros del hogar, que representan el 76% del volumen de ventas totales, mientras que el siguiente ramo de actividad ya es el de seguros del automóvil, en el que tras

únicamente nueve meses de comercialización se han conseguido 19 millones de euros en primas. La producción restante corresponde básicamente a la gama de seguros de accidentes de SegurCaixa.

> SEGURCAIXA INCREMENTÓ SU VOLUMEN DE PRIMAS EN UN 22% EN 2007, ALCANZANDO LOS 184 MILLONES DE EUROS

SegurCaixa: primas por producto

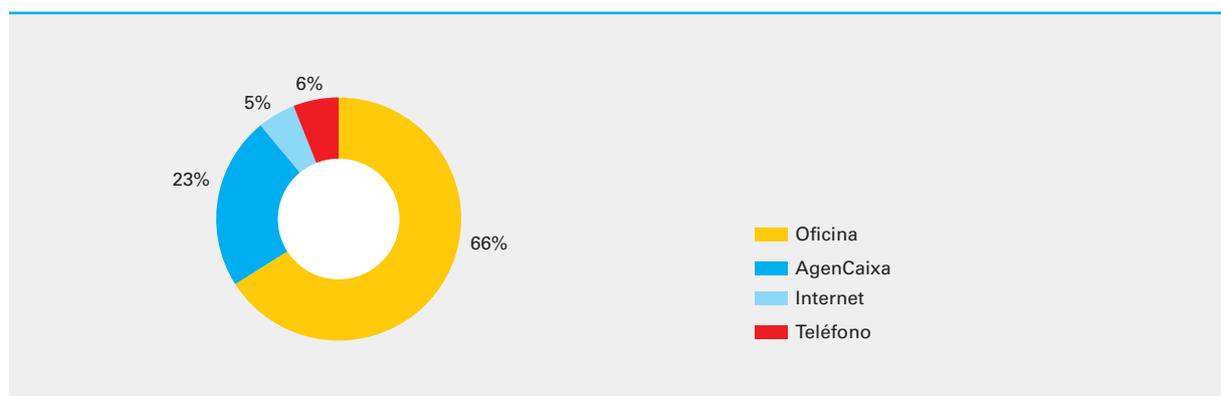


NACE SEGURCAIXA AUTO, EL NUEVO SEGURO DEL AUTOMÓVIL DE CAIFOR

El 16 abril se lanzó al mercado el SegurCaixa Auto, el nuevo seguro del automóvil de SegurCaixa, que se comercializa a través de la red de oficinas de "la Caixa", así como mediante Internet, por medio del servicio Línea Abierta Web de "la Caixa", y por teléfono. Tras algo más de nueve meses de comercialización, el producto acumula más de 30.000 asegurados y un volumen de negocio que supera los 19 millones de euros.

Este éxito ha sido posible gracias a la buena aceptación que han tenido entre los clientes los tres ejes bajo los que se estructura el producto, y que lo convierten en diferencial respecto a la oferta existente actualmente en el mercado: amplias e innovadoras coberturas, comodidad y calidad de servicio diferencial, y un precio competitivo.

Canales de distribución del SegurCaixa Auto



> TRAS ALGO MÁS DE NUEVE MESES DE COMERCIALIZACIÓN, EL NUEVO SEGURCAIXA AUTO ACUMULA MÁS DE 30.000 CLIENTES

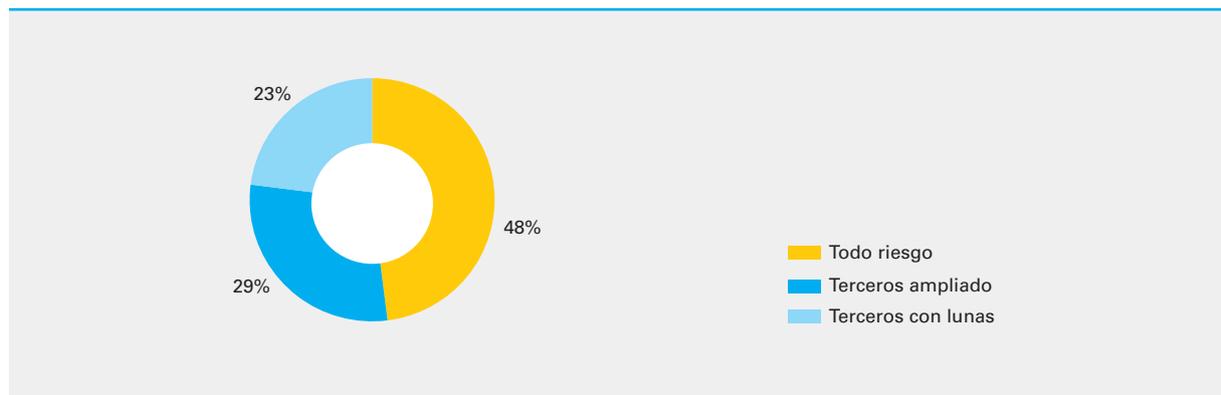
De entre los diferentes aspectos que conforman el SegurCaixa Auto, y como es habitual en todos los productos y servicios de CaiFor, se ha prestado una especial atención a los aspectos relativos a la calidad de servicio. En este sentido, se ha primado el hecho de que el producto ofreciera amplias coberturas, expresadas de forma muy clara. Asimismo, se han definido procedimientos de gestión de siniestros con exigentes niveles de calidad de servicio, tanto en la atención telefónica como en los plazos de tramitación de siniestros.

El producto ofrece tres modalidades distintas: terceros con lunas, terceros ampliado y todo riesgo. Las tres modalidades del SegurCaixa Auto otorgan la opción a los clientes de contratar dos coberturas adicionales, la posibilidad de contar con un vehículo de sustitución en caso de accidente o robo, así como la opción de ampliar los capitales de accidentes del conductor hasta 60.000 euros.



Finalmente, hay que destacar que el SegurCaixa Auto permite el pago fraccionado de la prima, pudiendo escoger entre un pago de prima anual, semestral, trimestral o bien mensual. Con ello se permite al cliente hacer frente de la forma más cómoda posible al coste del seguro.

SegurCaixa Auto: riesgos asegurados



MÁS DE 730.000 HOGARES ELIGEN LOS PRODUCTOS DE SEGURCAIXA PARA ESTAR CUBIERTOS

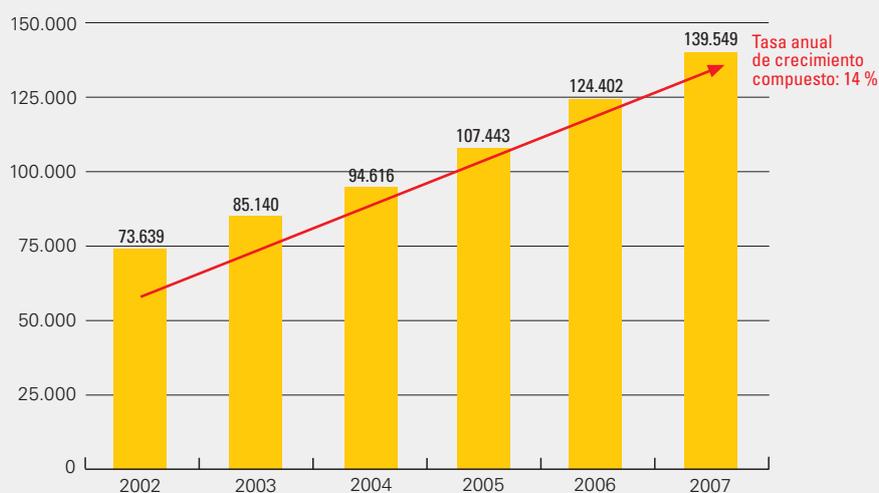
Con un volumen de primas de 138 millones de euros y más de 670.000 hogares cubiertos, SegurCaixa Hogar –el seguro multirriesgos del Hogar de CaiFor– es el principal exponente de la gama de seguros del hogar de SegurCaixa. Dichas cifras suponen un incremento del 11% en el volumen de primas comercializadas y de más de 30.000 nuevos hogares asegurados. La gama de seguros del hogar incluye también el SegurCrédit, un seguro mediante el cual únicamente se asegura el continente, y con el que el cliente cumple con los requisitos legalmente exigidos en aquellos inmuebles con hipoteca. Además de los seguros anteriormente citados, SegurCaixa comercializa seguros para inmuebles, de construcción y decenales.

CaiFor, como en todas sus líneas de actividad, presta especial atención a la calidad del servicio y, en este sentido, el SegurCaixa Hogar concentra grandes esfuerzos. Durante el ejercicio 2007, SegurCaixa gestionó cerca de 140.000 siniestros, lo que supone un crecimiento del 12% respecto a 2006. Lo más importante es



que las encuestas realizadas a los clientes con siniestro tras la actuación de SegurCaixa revelaron que más del 97% se mostraba satisfecho con el servicio recibido.

SegurCaixa: siniestros gestionados



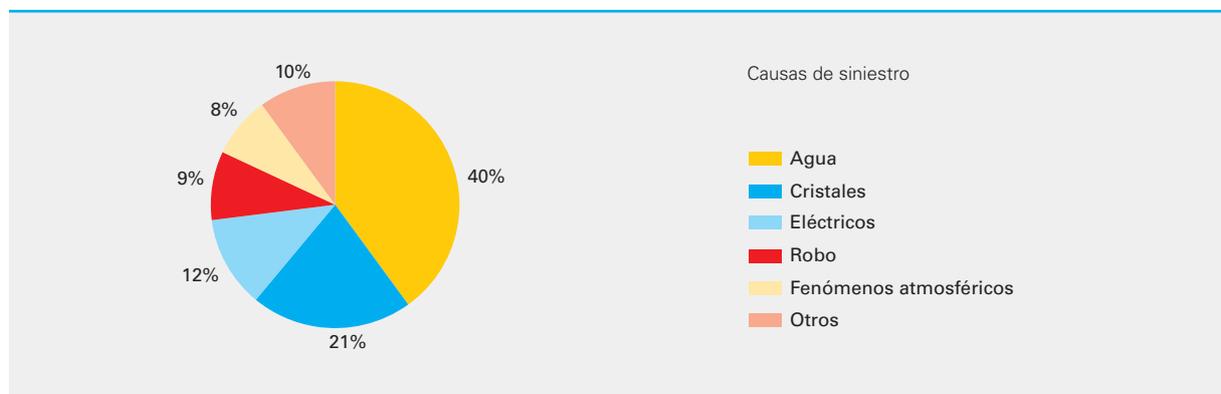
Los siniestros declarados se concentraron mayoritariamente en daños por agua, mientras que la rotura de cristales y los daños eléctricos fueron los siguientes en grado de importancia. SegurCaixa garantiza la asistencia de todos los siniestros en 24 horas como máximo, mientras que en el caso de los siniestros considerados urgentes, como un corte de electricidad o aquéllos en que el inmueble pueda quedar desprotegido, el compromiso es de 3 horas. La compañía tiene establecidos mecanismos de

control para garantizar que todos los clientes son atendidos con los exigentes estándares de calidad fijados, y la información obtenida de estos mecanismos es de mucha utilidad para poder encontrar vías de mejora futuras.

➤ EN 2007 SEGURCAIXA GESTIONÓ CASI 140.000 SINIESTROS DEL HOGAR, CON UN 97% DE SATISFACCIÓN ENTRE LOS CLIENTES ATENDIDOS



SegurCaixa Hogar: principales causas de siniestro



SEGUROS DE ACCIDENTES

La oferta de seguros de accidentes de SegurCaixa se compone de tres productos: SegurCaixa Personal, SegurCaixa Repatriación y SegurIngreso.

Se trata de una rama de actividad en claro desarrollo y por la que el Grupo apuesta con fuerza. En 2007, el volumen de primas comercializado en esta línea de actividad superó los 14 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 13% respecto al año 2006.

El SegurCaixa Personal es el tradicional seguro de accidentes de la compañía que destaca por la facilidad y ergonomía en la contratación, ya que no requiere ninguna revisión médica previa y ofrece un capital en caso de muerte o invalidez absoluta y permanente del asegurado por causa de accidente. Al cierre del ejercicio, más de 60.000 personas tenían contratado el producto, el cual acumulaba un volumen total de primas de más de ocho millones de euros.

**El único requisito,
pensar en ellos**



"la Caixa"

Seguros de accidentes

En cuanto al SegurCaixa Repatriación, se trata de un seguro de accidentes especialmente diseñado para los nuevos residentes, que ofrece la repatriación del asegurado a su país de origen en caso de defunción en cualquier país de la Unión Europea, cubriendo los gastos de desplazamiento de un acompañante. Durante 2007 se gestionaron un total de 84 repatriaciones, con destinos prioritarios en África y en América del Sur.

El número total de asegurados en este producto es de 60.000, lo que supone un crecimiento de más de 9.000 clientes durante 2007.

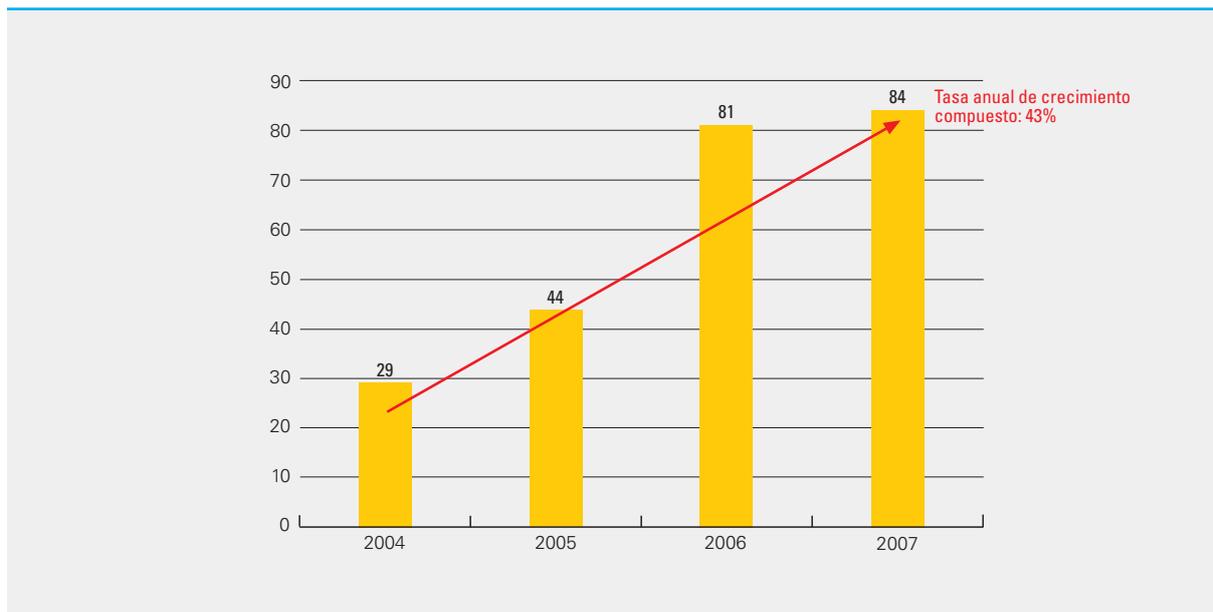
**SegurCaixa
Repatriación**



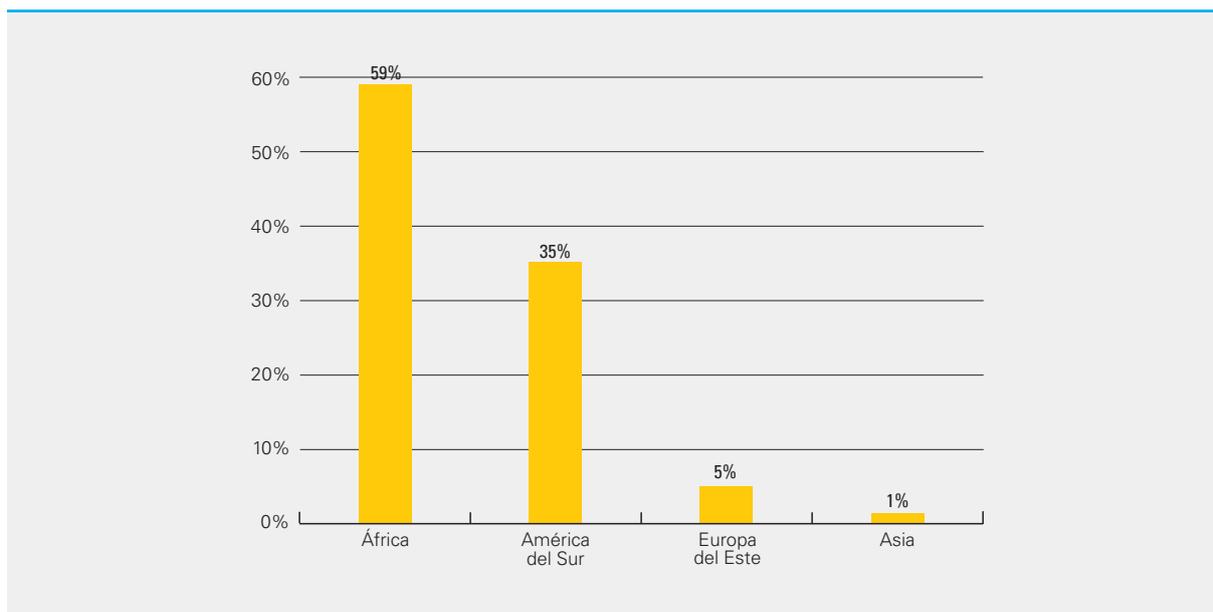
**Para que cuando tú faltes
no les falte tu ayuda**

"la Caixa"

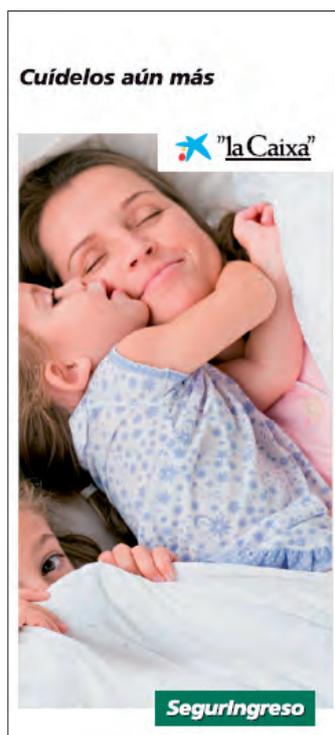
SegurCaixa Repatriación: número de repatriaciones gestionadas



Principales áreas de destino



La oferta de seguros de accidentes de SegurCaixa se completa con el SegurIngreso, otro producto especialmente concebido para nuevos residentes. Este seguro garantiza al asegurado que, en caso de muerte por accidente, sus beneficiarios cobrarán un capital de 6.000 euros y una renta mensual periódica durante 5 años, cuyo capital depende de la prima pagada, pudiendo ser de 600, 1.000 o 2.000 euros. El producto, que se puede contratar desde un importe de 7 euros al mes, es muy ágil en dicha contratación, pues no requiere prueba médica alguna. Dicho producto fue lanzado en 2005 y, al cierre del ejercicio 2007, más de 13.000 clientes lo tenían contratado, lo que supone casi 4.000 clientes más que en el año anterior y da muestra del positivo ritmo de desarrollo del mismo.



AGENCAIXA

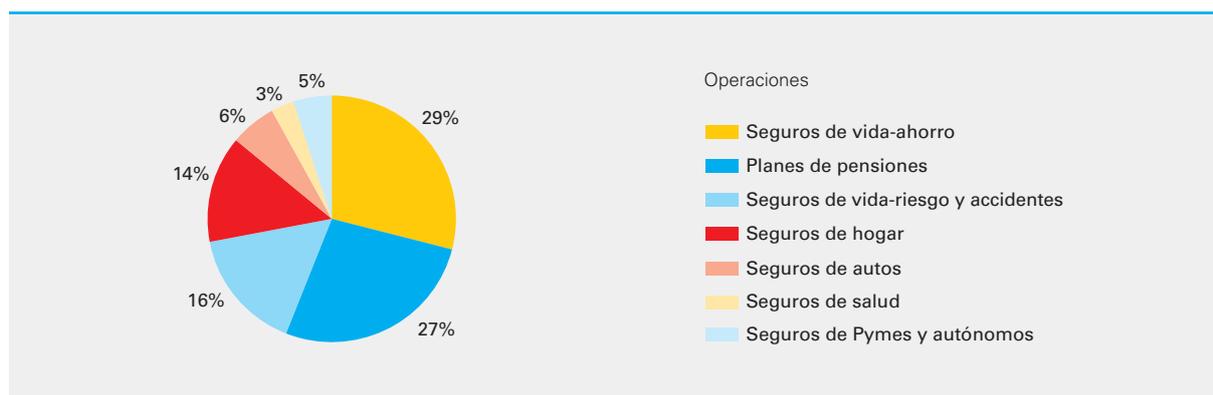
AgenCaixa es la sociedad del Grupo CaiFor que integra la red de asesores especialistas en la comercialización de los seguros y planes de pensiones que CaiFor distribuye en la red de oficinas de "la Caixa".

A finales del ejercicio 2007, la sociedad estaba compuesta por 281 asesores y 18 delegados comerciales, repartidos por todo el país pero con especial presencia en Cataluña, Baleares y Madrid.

Los agentes comerciales de AgenCaixa tienen como misión principal la dinamización de la venta de seguros y planes de pensiones en la red de oficinas de "la Caixa", aportando el

conocimiento técnico y el enfoque ideales. Adicionalmente, los asesores y delegados de AgenCaixa también llevan a cabo la importante función de actuar como transmisores de las valoraciones y opiniones tanto de los propios clientes como de las oficinas de "la Caixa" en relación con los productos y servicios que el Grupo comercializa, así como respecto a los procesos y los sistemas de soporte y servicio de CaiFor. La información obtenida es de gran valor, pues contribuye a descubrir nuevas vías de mejora y es utilizada intensamente para adaptar los productos y servicios comercializados a las necesidades y preferencias tanto de clientes como de oficinas.

AgenCaixa: distribución de las ventas por tipo de producto



Asimismo, los asesores incluyen también entre sus atribuciones la función de coordinación entre las oficinas de "la Caixa" y los Servicios Centrales de CaiFor en distintos ámbitos, como son la participación en la formación específica necesaria tras, por ejemplo, la introducción de cambios legislativos, el testeo de nuevos productos y servicios comercializados por CaiFor o el desarrollo de nuevas campañas comerciales.





Justamente para poder ofrecer el mejor servicio, la formación es un aspecto clave para los integrantes de AgenCaixa. En este sentido, cabe destacar que el Plan de Formación lanzado en 2003 recibió en 2006 el certificado oficial por parte de la UOC (Universitat Oberta de Catalunya) como "Plan de Formación de Técnico Comercial en Seguros", que lo equipara a un título de postgrado.

➤ LA MISIÓN PRINCIPAL DE LOS AGENTES DE AGENCAIXA ES DINAMIZAR LA VENTA DE SEGUROS Y PLANES DE PENSIONES EN LA RED DE OFICINAS DE "LA CAIXA"