

**CaiFor gestiona 24.500 millones de euros en seguros de vida y planes de pensiones**

## GRUPO CAIFOR INCREMENTÓ UN 27% SU BENEFICIO NETO EN EL 2004

- CaiFor ha presentado en el 2004 VidaCaixa Previsión Social, la nueva identidad corporativa del Grupo para el mercado de la previsión social empresarial.
- El Grupo, participado por “la Caixa” y Fortis, cerró el pasado ejercicio alcanzando la cifra de 2,4 millones de clientes individuales, un 11% más que en el 2003.
- VidaCaixa ha incrementado su cuota de mercado en el sector de planes de pensiones individuales por séptimo año consecutivo.
- Las primas de seguros de riesgo del Grupo se han incrementado en un 31%.

En el año 2004, el Grupo CaiFor, compuesto por las sociedades VidaCaixa y SegurCaixa, ha obtenido un resultado neto agregado de 93,2 millones de euros, un 27% superior al del año anterior.

### Principales magnitudes del Grupo CaiFor (\*)

<i>En millones de euros</i>		Diciembre 2004	Diciembre 2003	% var.
<b>Primas de Riesgo</b>	Primas de no vida	102,8	86,8	18%
	Primas vida-riesgo y salud individual	124,1	94,5	31%
	Primas vida-riesgo colectivo	97,4	66,9	46%
	<b>Total primas de riesgo</b>	<b>324,3</b>	<b>248,2</b>	<b>31%</b>
<b>Recursos Gestionados</b>	Seguros de vida individuales	7.763,7	7.241,3	7%
	Seguros de vida colectivos	7.991,2	4.869,4	64%
	<b>Total seguros de vida</b>	<b>15.754,9</b>	<b>12.110,7</b>	<b>30%</b>
	Planes de pens. individuales y EPSV	4.107,7	3.300,1	24%
	Planes de pens. de empleo y asoc.	4.685,4	4.385,9	7%
	<b>Total planes de pensiones y EPSV</b>	<b>8.793,1</b>	<b>7.686,0</b>	<b>14%</b>
<b>Total recursos gestionados</b>	<b>24.548,0</b>	<b>19.796,7</b>	<b>24%</b>	
<b>Resultado neto agregado del Grupo CaiFor</b>		<b>93,2</b>	<b>73,4</b>	<b>27%</b>
<b>Número de clientes individuales</b>		<b>2.396.216</b>	<b>2.162.185</b>	<b>11%</b>

(\*) En el 2004 se incluye el negocio proveniente de SCH Previsión

Sin considerar la cartera de seguros colectivos de SCH Previsión, adquirida en junio de 2004, el resultado neto agregado del Grupo CaiFor asciende a 87 millones de euros, un 19% más que en el 2003.



En el 2004, las primas de riesgo han aumentado un 31%, impulsadas tanto por el buen desarrollo de las primas de no vida, que han crecido un 18%, como por el de las primas de vida-riesgo y salud individuales y las de vida-riesgo colectivas, que han crecido un 31% y 46% respectivamente.

Los recursos gestionados por el Grupo ascienden a 24.548 millones de euros, un 24% más que en el 2003, gracias a la buena evolución de los planes de pensiones y seguros de vida comercializados durante el año y a la adquisición de SCH Previsión.

A diciembre de 2004, el Grupo contaba con 2,4 millones de clientes individuales, un 11% más que en el 2003.

## ***VidaCaixa Previsión Social se convierte en la marca de referencia en el mercado español de la previsión social empresarial***



**VidaCaixa**  
PREVISIÓN SOCIAL

En octubre de 2004, CaiFor presentó al mercado **VidaCaixa Previsión Social**, una nueva identidad corporativa para la división del Grupo especializada en el mercado de la previsión empresarial, que incluye los negocios recientemente adquiridos de Swiss Life (España), SCH Previsión y, próximamente, la cartera de seguros de vida colectivos procedente de Liberty Seguros, junto con el negocio tradicional de VidaCaixa.

Esta división está integrada por un equipo de profesionales expertos –más de 130 personas con amplios conocimientos en esta área– dedicado exclusivamente al diseño, comercialización, gestión y administración de productos y servicios para empresas y que, además, cuenta con todo el respaldo de las diferentes áreas que componen los Servicios Centrales del Grupo CaiFor.

**VidaCaixa Previsión Social** se caracteriza por garantizar a las empresas que tienen compromisos por pensiones con sus trabajadores o quieren ofrecer sistemas complementarios de retribución “una forma fácil de trabajar”, pues convierte las más complejas cuestiones relativas a la previsión empresarial en soluciones sencillas y adaptadas a las necesidades de cada cliente. A la vez, dispone de una oferta global de productos y servicios, con innovadoras y flexibles políticas de inversión ajustadas al perfil de cada cliente y a la coyuntura de los mercados.

Con la finalidad de conseguir la máxima orientación al cliente, esta división está estructurada en torno a cinco grandes áreas de negocio: Negocio Directo Zona Norte, Negocio Directo Zona Centro-Sur, Negocio Mediado Zona Norte, Negocio Mediado Zona Centro-Sur y Negocio de Pymes.



## VidaCaixa Previsión Social; Estructura Organizativa



La creación de esta nueva división ha venido acompañada de una ampliación del catálogo de productos y servicios ofrecidos a los clientes con un nuevo seguro de salud colectivo, así como nuevos planes de pensiones de promoción conjunta para ayuntamientos y cooperativas agrícolas, que se añaden a la oferta de planes de pensiones de empleo, seguros de vida ahorro para colectivos y empresas y seguros colectivos de riesgo y accidentes.

Asimismo, hay que mencionar que VidaCaixa, como miembro de la red mundial Swiss Life Network, da servicio a 150 multinacionales que operan en España.

A diciembre de 2004, **VidaCaixa Previsión Social** gestionaba recursos superiores a 12.600 millones de euros en seguros de vida y planes de pensiones, prestando servicio a más de 4.500 empresas, de entre las cuales destacan 17 compañías que forman parte del IBEX35.

### Principales magnitudes de VidaCaixa Previsión Social (\*)

En millones de euros

		Diciembre 2004	Diciembre 2003	% var.
<b>Primas de vida-riesgo</b>	<b>Primas de vida-riesgo colectivo</b>	97,4	66,9	46%
<b>Recursos Gestionados</b>	Seguros de vida colectivos	7.991,2	4.869,4	64%
	Planes de pensiones de empleo y asoci.	4.685,4	4.385,9	7%
	<b>Total recursos gestionados</b>	<b>12.676,6</b>	<b>9.225,3</b>	<b>37%</b>

(\*) En el 2004 se incluye el negocio proveniente de SCH Previsión

### VidaCaixa incrementa su cuota de mercado en planes de pensiones individuales por séptimo año consecutivo

En el 2004, VidaCaixa, la compañía comercializadora de seguros de vida y gestora de planes de pensiones del Grupo CaiFor, ha incrementado sus recursos gestionados en planes de pensiones individuales y entidades de previsión social un 24% respecto al año anterior, ascendiendo éstos a 4.108 millones de euros. Esta evolución ha permitido aumentar la cuota de mercado



hasta un 10,83%, un 0,61% superior a la de diciembre de 2003.

Este incremento ha sido posible gracias a la excelente aceptación que han tenido en el mercado los planes de pensiones lanzados a lo largo del ejercicio, entre los que destacan PlanCaixa Invest 7, PlanCaixa Invest 8 y PlanCaixa Invest 9, comercializados durante la campaña comercial de fin de año. Estos novedosos planes, que se caracterizaron por ofrecer una triple garantía –una garantía sobre el capital, una rentabilidad garantizada a un determinado período y una atractiva remuneración adicional abonada en cuenta corriente–, obtuvieron unos ingresos superiores a los 330 millones de euros por aportaciones y movilizaciones.



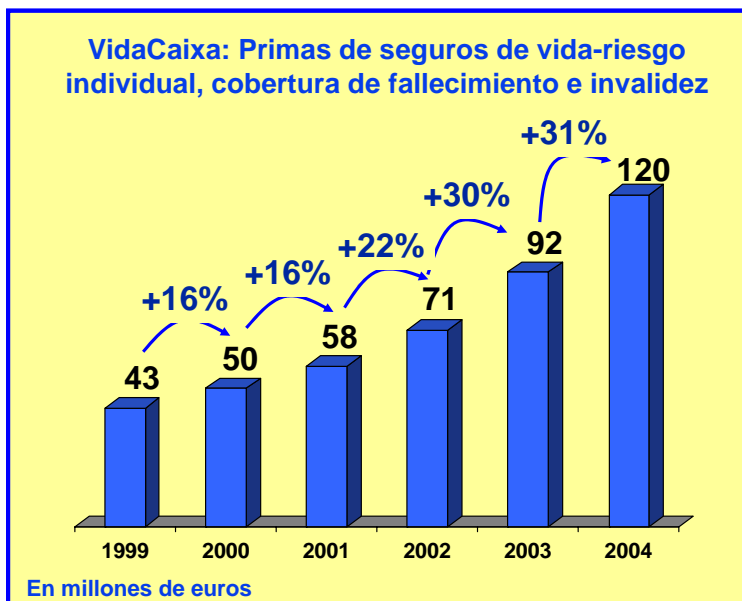
Otro aspecto que cabe destacar es el desarrollo de la contratación de planes de pensiones a través de Línea Abierta Web, el portal de Internet de “la Caixa”. A través de este canal, en el 2004 se realizaron más de 4.700 operaciones, un 50% más que en 2003.

Actualmente, VidaCaixa cuenta con más de 635.000 clientes de planes de pensiones individuales y entidades de previsión social, de los cuales 120.000 son nuevos clientes del 2004.

### ***Los productos de vida-riesgo individual de CaiFor superan el millón de pólizas***

En el ámbito de los seguros de vida-riesgo individual, es decir, los seguros que ofrecen coberturas de fallecimiento e invalidez, VidaCaixa comercializa **Seviam**, un seguro de amortización de préstamos hipotecarios y personales, y **Vida Familiar**, un seguro de vida que ofrece un capital en caso de fallecimiento o invalidez del asegurado. Ambos productos, que totalizan 1.140.000 pólizas, han ingresado un volumen de primas de más de 120 millones de euros, un 31% más que en el 2003.





**VidaCaixa amplía su oferta de productos de salud y ofrece cobertura a 20.000 asegurados**

Tras el lanzamiento de este ramo de actividad en el 2002 con el seguro de asistencia sanitaria **VidaCaixa Salud** y el seguro de incapacidad laboral **VidaCaixa Previsión Profesional**, el Grupo CaiFor ha aumentado considerablemente su presencia en este mercado mediante la ampliación de su catálogo de productos, con los que ha visto aumentado el número de asegurados.

A mediados del 2004, el Grupo lanzó al mercado el nuevo **VidaCaixa Dental**, un seguro de asistencia dental que ha evolucionado muy favorablemente, puesto que cuenta con más de 1.200 clientes, y una nueva modalidad del seguro de asistencia sanitaria **VidaCaixa Salud** que se diferencia de la anterior por no incluir el concepto de copago.

En el 2004, las primas ingresadas por VidaCaixa en este ramo han ascendido a 4 millones de euros, una cantidad superior a la del año anterior en un 57%, mientras que los asegurados ascienden a 20.000 personas, 7.500 más que a finales de 2003.

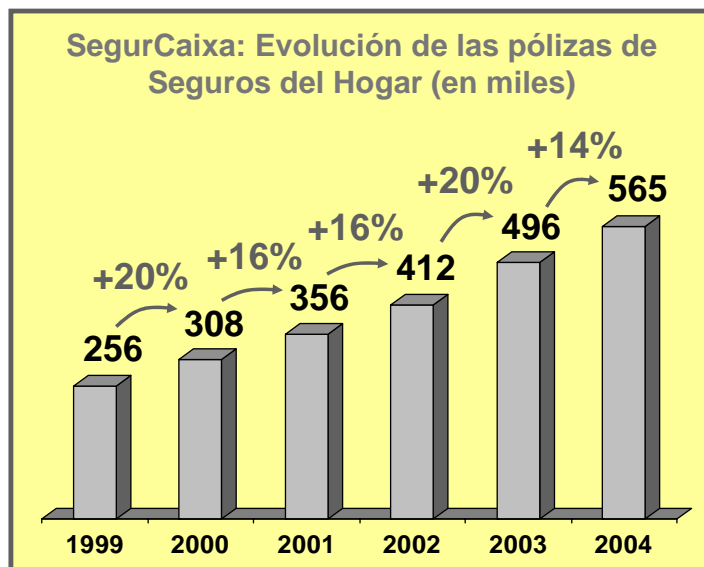
**SegurCaixa asegura a más de 560.000 hogares españoles**

En el 2004, SegurCaixa, la compañía especializada en seguros de no vida del Grupo CaiFor, ha incrementado en un 18% las primas, que se han situado en 103 millones de euros.

El principal producto comercializado por la compañía es el SegurCaixa Hogar, que en el 2004 ha ingresado 84 millones de euros en primas, un 21% más que



en el 2003. A diciembre de 2004 los productos del hogar de la compañía ofrecían cobertura a más de 560.000 hogares españoles, 69.000 más que en el 2003, una cantidad nada desdeñable si consideramos que SegurCaixa inicializó la comercialización del SegurCaixa Hogar en 1995.



**Los seguros de accidentes protagonizan un notable crecimiento impulsado por el SegurCaixa Repatriación**

El **SegurCaixa Repatriación**, un seguro de accidentes dirigido a personas extranjeras residentes en España, ha experimentado un notable crecimiento a lo largo de 2004, demostrando su validez como producto diseñado para cubrir las necesidades del segmento de clientes compuesto por los nuevos residentes en España.

El producto ofrece la repatriación del asegurado en caso de fallecimiento en cualquier país del ámbito de la Unión Europea, abona los gastos de viaje de un acompañante y además prevé, en caso que la muerte sea causada por accidente, el abono de un capital de 30.000 euros y la amortización del saldo pendiente de las tarjetas contratadas con “la Caixa” hasta un máximo de 3.000 euros.

El producto inició su comercialización en julio de 2003 y a finales de 2004 contaba ya con más de 22.000 clientes.

Por otro lado, cabe mencionar que SegurCaixa también comercializa un seguro de accidentes denominado **SegurCaixa Personal** que ha ingresado, junto con SegurCaixa Repatriación, 8 millones de euros en el 2004, un 61% más que en el año anterior.





### **Los seguros de vida-ahorro individuales han incrementado los recursos gestionados en un 7%**

A lo largo de 2004 VidaCaixa ha incrementado los recursos gestionados en los seguros de vida-ahorro individuales un 7%, situándose en 7.764 millones de euros.

Por productos, destaca la evolución de la **Pensión Vitalicia Inmediata**, el seguro de ahorro para la jubilación que concentra el mayor volumen de recursos gestionados de los seguros de ahorro individuales del grupo: 3.192 millones de euros, un 13% más que en el 2003. Asimismo, la **Libreta Futuro**, un seguro que tiene como finalidad la generación de un ahorro a favor de personas menores de edad y que cuenta con más de 210.000 clientes, mantiene unos recursos gestionados de 577 millones de euros, un 10% más que en el 2003.

El **Plan Garantizado**, el seguro de vida ahorro temporal de la compañía, contaba, a finales de 2004, con 3.052 millones de euros en recursos gestionados, un 5% más que a finales de 2003.

### **Objetivos para el 2005**

Los objetivos del Grupo CaiFor para el 2005 radican en la consolidación de **VidaCaixa Previsión Social** como la marca de referencia en el mercado español de previsión empresarial, la potenciación de los negocios de planes de pensiones individuales y seguros de riesgo, y el desarrollo de la calidad de servicio en todos los campos de actuación del Grupo.

En este sentido, se espera ampliar los servicios a los clientes y estrechar la colaboración con los diferentes canales de distribución en el ámbito de los seguros y planes de pensiones para colectivos y empresas, poniendo especial atención al segmento de Pymes. En paralelo, está previsto comercializar nuevos productos para los clientes individuales en los negocios de planes de pensiones, seguros de vida riesgo y seguros del hogar, manteniendo la estrategia de innovación continua que ha caracterizado al Grupo a lo largo de los años. Una muestra de ello es el nuevo seguro de vida-riesgo **Vida Familiar Reembolso** que recientemente se ha lanzado al mercado y que se caracteriza por ofrecer al cliente la posibilidad de recuperar el 50% de las primas en caso de rescatar el producto.

El objetivo del desarrollo de la calidad de servicio forma parte de una estrategia global y constante de CaiFor que se fundamenta en la mejora continua de los servicios ofrecidos a los clientes, en todos los ámbitos de los productos y servicios del Grupo.

Febrero de 2004

