

EL GRUP CAIFOR VA INCREMENTAR EL 27% EL SEU BENEFICI NET L'ANY 2004

- CaiFor ha presentat en el 2004 VidaCaixa Previsió Social, la nova identitat corporativa del Grup per al mercat de la previsió social empresarial.
- El Grup, participat per “la Caixa” i Fortis, va tancar el darrer exercici amb una xifra de 2,4 milions de clients individuals, l'11% més que el 2003.
- VidaCaixa ha incrementat la seva quota de mercat en el sector dels plans de pensions individuals per setè any consecutiu.
- Les primes d'assegurances de risc del Grup han augmentat el 31%.

L'any 2004, el Grup CaiFor, compost per les societats VidaCaixa i SegurCaixa, ha obtingut un resultat net agregat de 93,2 milions d'euros, el 27% més que l'any anterior.

Magnituds principals del Grup CaiFor (*)

En milions d'euros		Desembre 2004	Desembre 2003	% var.
Primes de risc	Primes de no vida	102,8	86,8	18%
	Primes vida-risc i salut individual	124,1	94,5	31%
	Primes vida-risc col·lectiu	97,4	66,9	46%
	Total primes de risc	324,3	248,2	31%
Recursos gestionats	Assegurances de vida individuals	7.763,7	7.241,3	7%
	Assegurances de vida col·lectives	7.991,2	4.869,4	64%
	Total assegurances de vida	15.754,9	12.110,7	30%
	P. de pensions individuals i EPSV	4.107,7	3.300,1	24%
	P. de pensiones d'ocupació i assoc.	4.685,4	4.385,9	7%
	Total plans de pensions i EPSV	8.793,1	7.686,0	14%
Total recursos gestionats		24.548,0	19.796,7	24%
Resultat net agregat del Grup CaiFor		93,2	73,4	27%
Nombre de clients individuals		2.396.216	2.162.185	11%

(*) El 2004 s'inclou el negoci provinent d'SCH Previsión

Sense tenir en compte la cartera d'assegurances col·lectives d'SCH Previsión, adquirida el juny del 2004, el resultat net agregat del Grup CaiFor puja a 87 milions d'euros, el 19% més que el 2003.



L'any 2004, les primes de risc han augmentat el 31%, impulsades tant pel bon desenvolupament de les primes de no vida, que han crescut el 18%, com pel de les primes de vida-risc i salut individuals i les de vida-risc col·lectives, que han crescut el 31% i el 46% respectivament.

Els recursos gestionats pel Grup pugen a 24.548 milions d'euros, el 24% més que l'any 2003, gràcies a la bona evolució dels plans de pensions i les assegurances de vida comercialitzats durant l'any i a l'adquisició d'SCH Previsión.

El desembre del 2004, el Grup comptava amb 2,4 milions de clients individuals, l'11% més que el 2003.

VidaCaixa Previsió Social es converteix en la marca de referència en el mercat espanyol de la previsió social empresarial



VidaCaixa
PREVISIÓ SOCIAL

L'octubre del 2004, CaiFor va presentar al mercat **VidaCaixa Previsió Social**, una nova identitat corporativa per a la divisió del Grup especialitzada en el mercat de la previsió empresarial, que inclou els negocis recentment adquirits de Swiss Life (Espanya), SCH Previsión i, ben aviat, la cartera d'assegurances de vida col·lectives procedent de Liberty Seguros, juntament amb el negoci tradicional de VidaCaixa.

Aquesta divisió està integrada per un equip de professionals experts –més de 130 persones amb amplis coneixements en aquesta àrea– que es dedica exclusivament a les tasques de disseny, comercialització, gestió i administració de productes i serveis per a empreses i que, a més, disposa del suport de les diferents àrees que componen els Serveis Centrals del Grup CaiFor.

VidaCaixa Previsió Social es caracteritza per garantir a les empreses que tenen compromisos per pensions amb els seus treballadors o que els volen oferir sistemes complementaris de retribució “una manera fàcil de treballar”, ja que converteix les qüestions més complexes relatives a la previsió empresarial en solucions senzilles i adaptades a les necessitats de cada client. Alhora, disposa d'una oferta global de productes i serveis, amb polítiques d'inversió innovadores i flexibles que s'ajusten al perfil de cada client i a la conjuntura dels mercats.

Per tal d'aconseguir la màxima orientació al client, aquesta divisió s'estructura en cinc grans àrees de negoci: Negoci Directe Zona Nord, Negoci Directe Zona Centre-Sud, Negoci Mediat Zona Nord, Negoci Mediat Zona Centre-Sud i Negoci de Pimes.



VidaCaixa Previsió Social: Estructura Organitzativa



La creació d'aquesta nova divisió ha anat acompanyada d'una ampliació del catàleg de productes i serveis que s'ofereixen als clients amb una nova assegurança de salut col·lectiva, com també nous plans de pensions de promoció conjunta per a ajuntaments i cooperatives agrícoles, que s'afegeixen a l'oferta de plans de pensions d'ocupació, assegurances de vida estalvi per a col·lectius i empreses, i assegurances col·lectives de risc i accidents.

A més, cal esmentar que VidaCaixa, com a membre de la xarxa mundial Swiss Life Network, dona servei a 150 multinacionals que operen a Espanya.

El desembre del 2004, **VidaCaixa Previsió Social** gestionava recursos superiors a 12.600 milions d'euros en assegurances de vida i plans de pensions, i prestava servei a més de 4.500 empreses, entre les quals destaquen 17 companyies que formen part de l'IBEX35.

Magnituds principals de VidaCaixa Previsió Social (*)

En milions d'euros

		Desembre 2004	Desembre 2003	% var.
Primes de vida-risc	Primes de vida-risc col·lectiu	97,4	66,9	46%
Recursos gestionats	Assegurances de vida col·lectives	7.991,2	4.869,4	64%
	Plans de pensions d'ocupació i assoc.	4.685,4	4.385,9	7%
	Total recursos gestionats	12.676,6	9.225,3	37%

(*) El 2004 s'inclou el negoci provinent d'SCH Previsión

VidaCaixa augmenta la seva quota de mercat en plans de pensions individuals per setè any consecutiu

L'any 2004, VidaCaixa, la companyia comercialitzadora d'assegurances de vida i gestora de plans de pensions del Grup CaiFor, ha incrementat els seus recursos gestionats en plans de pensions individuals i entitats de previsió social un 24% respecte l'any anterior, fins assolir la xifra de 4.108 milions d'euros. Aquesta evolució ha permès augmentar la quota de mercat fins el 10,83%, un 0,61% superior a la del desembre del 2003.



Aquest increment ha estat possible gràcies a l'excel·lent acceptació que han tingut en el mercat els plans de pensions llançats durant l'exercici, entre els quals destaquen PlanCaixa Invest 7, PlanCaixa Invest 8 i PlanCaixa Invest 9, que es van comercialitzar durant la companya comercial de final d'any. Aquests innovadors plans, que es caracteritzen pel fet d'oferir una triple garantia –una garantia sobre el capital, una rendibilitat garantida a un període determinat i una atractiva remuneració addicional abonada al compte corrent–, van obtenir uns ingressos superiors als 330 milions d'euros per aportacions i mobilitzacions.



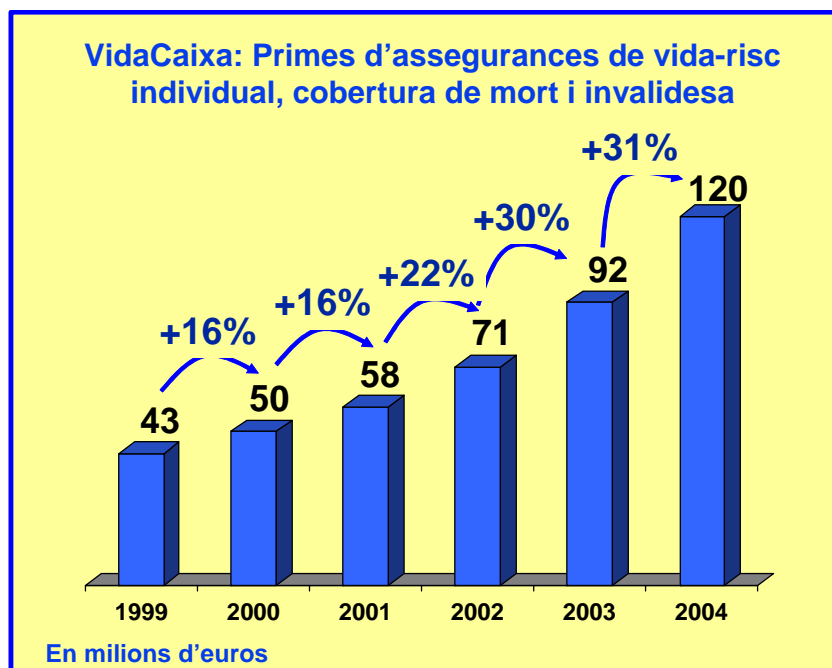
Un altre aspecte que cal destacar és el desenvolupament de la contractació de plans de pensions mitjançant Línia Oberta Web, el portal d'Internet de "la Caixa". Per mitjà d'aquest canal, l'any 2004 es van fer més de 4.700 operacions, el 50% més que l'any 2003.

Actualment, VidaCaixa té més de 635.000 clients de plans de pensions individuals i entitats de previsió social, 120.000 dels quals són clients nous del 2004.

Els productes de vida-risc individual de CaiFor superen el milió de pòlisses

En l'àmbit de les assegurances de vida-risc individual, és a dir, les assegurances que ofereixen cobertures de mort i invalidesa, VidaCaixa comercialitza **Seviam**, una assegurança d'amortització de préstecs hipotecaris i personals, i **Vida Familiar**, una assegurança de vida que ofereix un capital en el cas de mort o invalidesa de l'assegurat. Ambdós productes, que totalitzen 1.140.000 pòlisses, han ingressat un volum de primes de més de 120 milions d'euros, amb un augment del 31% respecte l'any 2003.





VidaCaixa amplia la seva oferta de productes de salut i ofereix cobertura a 20.000 assegurats

Després del llançament d'aquest ram d'activitat el 2002 amb l'assegurança d'assistència sanitària **VidaCaixa Salut** i l'assegurança d'incapacitat laboral **VidaCaixa Previsió Professional**, el Grup CaiFor ha augmentat considerablement la seva presència en aquest mercat mitjançant l'ampliació del seu catàleg de productes, amb els quals ha augmentat el nombre d'assegurats.

A mitjan 2004, el Grup va llançar al mercat la nova assegurança **VidaCaixa Dental**, una assegurança d'assistència dental que ha evolucionat molt favorablement, ja que compta amb més de 1.200 clients, i una nova modalitat de l'assegurança d'assistència sanitària **VidaCaixa Salut** que es diferencia de l'anterior pel fet de no incloure el concepte de copagament.

L'any 2004, les primes que VidaCaixa ha ingressat en aquest ram han estat de 4 milions d'euros, una quantitat el 57% superior a la de l'any anterior, mentre que el nombre d'assegurats puja a 20.000 persones, 7.500 més de les que hi havia a finals del 2003.

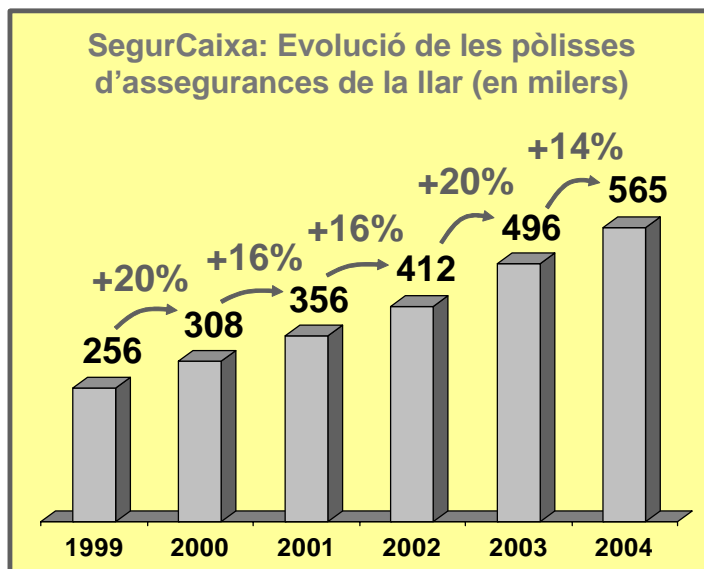
SegurCaixa assegura més de 560.000 llars espanyoles

L'any 2004, SegurCaixa, la companyia especialitzada en assegurances de no vida del Grup CaiFor, ha augmentat d'un 18% les primes, que s'han situat en 103 milions d'euros.

El principal producte comercialitzat per la companyia és l'assegurança SegurCaixa Llar, que l'any 2004 ha ingressat 84 milions d'euros en primes, el



21% més que el 2003. El desembre del 2004 els productes de la llar de la companyia oferien cobertura a més de 560.000 llars espanyoles, 69.000 més que el 2003, una quantitat gens menyspreable si considerem que SegurCaixa va iniciar la comercialització del SegurCaixa Llar el 1995.



Les assegurances d'accidents protagonitzen un notable creixement impulsat per SegurCaixa Repatriació

SegurCaixa Repatriació, una assegurança d'accidents dirigida a persones estrangeres que resideixen a Espanya, ha experimentat un notable creixement al llarg del 2004 i ha demostrat la seva validesa com a producte dissenyat per cobrir les necessitats del segment de clients compost pels nous residents a Espanya.

El producte ofereix la repatriació de l'assegurat en cas de mort a qualsevol país de la Unió Europea, abona les despeses de viatge d'un acompanyant i, a més, preveu, pel cas que la mort es produeixi en accident, l'abonament d'un capital de 30.000 euros i l'amortització del saldo pendent de les targetes contractades amb "la Caixa" fins a un màxim de 3.000 euros.

El producte es va començar a comercialitzar el juliol del 2003 i al final del 2004 tenia ja més de 22.000 clients.

D'altra banda, cal esmentar que SegurCaixa comercialitza també una assegurança d'accidents anomenada **SegurCaixa Personal** que ha ingressat, juntament amb SegurCaixa Repatriació, 8 milions d'euros l'any 2004, el 61% més que l'any anterior.



Les assegurances de vida-estalvi individuals han incrementat d'un 7% els recursos gestionats

Durant el 2004, VidaCaixa ha incrementat d'un 7% els recursos gestionats en assegurances de vida-estalvi individuals, i s'ha situat en 7.764 milions d'euros.

Per productes, destaca l'evolució de la **Pensió Vitalícia Immediata**, l'assegurança d'estalvi per a la jubilació que concentra el major volum de recursos gestionats entre les assegurances d'estalvi individuals del grup: 3.192 milions d'euros, el 13% més que l'any 2003. D'altra banda, la **Llibreta Futur**, una assegurança que té com a finalitat la generació d'un estalvi a favor de persones menors d'edat i que té més de 210.000 clients, manté uns recursos gestionats de 577 milions d'euros, el 10% més que el 2003.

El **Pla Garantit**, l'assegurança de vida-estalvi temporal de la companyia, va acabar el 2004 amb 3.052 milions d'euros en recursos gestionats, el 5% més dels que tenia al final del 2003.

Objectius per al 2005

Els objectius del Grup CaiFor per al 2005 són la consolidació de **VidaCaixa Previsió Social** com la marca de referència en el mercat espanyol de previsió empresarial, la potenciació dels negocis de plans de pensions individuals i assegurances de risc, i el desenvolupament de la qualitat de servei en tots els camps d'actuació del Grup.

En aquest sentit, s'espera ampliar els serveis als clients i estrènyer la col·laboració amb els diferents canals de distribució en l'àmbit de les assegurances i plans de pensions per a col·lectius i empreses, posant una atenció especial en el segment de les Pimes. Paral·lelament, està previst comercialitzar nous productes per als clients individuals en els negocis de plans de pensions, assegurances de vida-risc i assegurances de la llar, mantenint l'estratègia d'innovació continuada que ha caracteritzat el Grup al llarg dels anys. N'és una mostra la nova assegurança de vida-risc **Vida Familiar Reemborsament**, que s'ha llançat recentment al mercat i que es caracteritza per oferir la possibilitat de recuperar el 50% de les primes en el cas de rescat del producte.

L'objectiu de desenvolupament de la qualitat de servei forma part d'una estratègia global i constant de CaiFor que es fonamenta en la millora continuada dels serveis oferts als clients, en tots els àmbits dels productes i serveis del Grup.

Febrer del 2004

