

**VidaCaixa Previsión Social gestiona el 50% del total de recursos del Grupo**

## EL GRUPO CAIFOR INCREMENTA UN 15% SU BENEFICIO NETO EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2005

- Las primas ingresadas en seguros de no-vida han aumentado un 20% respecto al cierre del primer trimestre del ejercicio anterior.
- Los recursos gestionados en seguros de vida y planes de pensiones ascienden a 24.285 millones de euros, un 5% más que en marzo de 2004.

Durante el primer trimestre del año 2005, el Grupo CaiFor, participado por “la Caixa” y Fortis e integrado por las sociedades VidaCaixa y SegurCaixa, ha obtenido un resultado neto agregado de 26 millones de euros, un 15% superior al del primer trimestre del año anterior. El número de clientes individuales del Grupo asciende a 2,4 millones, un 11% más que en marzo de 2004.

### Principales magnitudes del Grupo CaiFor

<i>En millones de euros</i>		Marzo 2005	Marzo 2004	% var.
<b>Primas:</b>	Seguros no-vida	33,5	27,9	20%
	Seguros de vida-riesgo	94,0	102,2	(8%)
	<b>Total primas</b>	<b>127,5</b>	<b>130,1</b>	<b>(2%)</b>
<b>Productos de Riesgo</b>	Seguros de vida individuales	7.880,9	7.366,9	7%
	Seguros de vida colectivos	8.108,7	7.984,9	2%
<b>Recursos Gestionados:</b>	<b>Total seguros de vida</b>	<b>15.989,6</b>	<b>15.351,8</b>	<b>4%</b>
	Planes de pens. individuales y EPSV	4.194,1	3.398,1	23%
<b>Productos de Ahorro</b>	Planes de pens. de empleo y asoc.	4.101,1	4.472,2	(8%)
	<b>Total planes de pensiones y EPSV</b>	<b>8.295,2</b>	<b>7.870,3</b>	<b>5%</b>
	<b>Total recursos gestionados</b>	<b>24.284,8</b>	<b>23.222,1</b>	<b>5%</b>
<b>Resultado neto agregado del Grupo CaiFor</b>		<b>26,3</b>	<b>22,9</b>	<b>15%</b>
<b>Número de clientes individuales</b>		<b>2.429.813</b>	<b>2.196.720</b>	<b>11%</b>



Las primas de seguros de riesgo se elevan a 128 millones de euros, un 2% menos que en el año anterior. Concretamente, las primas de no-vida ascienden a 34 millones de euros, con un crecimiento del 20%, y las primas de vida-riesgo individual y colectivo se sitúan en 94 millones de euros, un 8% menos que en el año anterior.

Los recursos gestionados en seguros de vida han alcanzado los 15.990 millones de euros, un 4% más que en el año anterior, gracias a la buena evolución de los seguros de vida individuales, que han crecido un 7%, compensando la atonía existente en el mercado de seguros de vida colectivos. En planes de pensiones, se ha obtenido un incremento en los derechos consolidados del 5%, impulsado por los planes de pensiones del sistema individual, que han crecido un 23%, hasta situar el total de recursos gestionados en planes de pensiones en 8.295 millones de euros.

El total de recursos gestionados en seguros de vida y planes de pensiones ha alcanzado los 24.285 millones de euros, lo que supone un incremento del 5% respecto al mismo período del ejercicio anterior.

### ***VidaCaixa Previsión Social gestiona el 50% del total de recursos del Grupo***



Tras la presentación al mercado de los nuevos planes de pensiones de promoción conjunta para ayuntamientos y cooperativas agrícolas a finales del 2004, **VidaCaixa Previsión Social**, la división de VidaCaixa especializada en

el negocio de empresas e instituciones, ha iniciado la comercialización del nuevo PlanCaixa Pyme 20RV, un plan de pensiones de promoción conjunta complementario al ya existente PlanCaixa Pyme 50RV y dirigido al segmento de clientes Pymes que desean tener una menor exposición a la renta variable.

La comercialización de este tipo de planes de pensiones especiales para las Pymes se encuadra dentro de la estrategia seguida por VidaCaixa Previsión Social de desarrollar productos para el segmento de empresas de pequeño y mediano tamaño, que se continuará potenciando con la comercialización en breve de nuevos seguros de vida-riesgo y accidentes para este mercado.

En este sentido, cabe recordar que VidaCaixa Previsión Social lidera el mercado de la previsión social empresarial, con unos recursos gestionados en planes de pensiones y seguros de vida superiores a los 12.210 millones de euros, y presta servicio a más de 750.000 partícipes y asegurados de 4.500 empresas de todos los tamaños, entre las que destacan 17 compañías que forman parte del índice español de referencia IBEX35.

Este volumen de negocio gestionado, que representa ya el 50% del total de recursos gestionados por CaiFor, confirma la firme apuesta realizada por el



Grupo en el mercado de la Previsión Social Complementaria para empresas y sitúa a VidaCaixa Previsión Social como la entidad de referencia en el sector, una vez completamente finalizada la integración de Swiss Life (España) y VidaCaixa Colectivos (sociedad anteriormente denominada SCH Previsión).

## ***Las primas ingresadas en productos de vida-riesgo y salud individual se incrementan en un 27% respecto al año anterior***

Los seguros de vida-riesgo para clientes individuales, es decir, aquellos que ofrecen cobertura en caso de muerte o invalidez, se han desarrollado de manera muy positiva durante el primer trimestre del 2005, superando la cifra de 35 millones de euros en primas comercializadas, un 25% más que en el primer trimestre de 2004. Esta buena evolución es un reflejo de la positiva aceptación de estos productos en las oficinas de "la Caixa", lo que se ha reflejado en un aumento del número de clientes, que supera ya el millón de personas.

A través de VidaCaixa, la compañía comercializadora de seguros de vida y gestora de planes de pensiones, CaiFor ofrece dos productos de vida-riesgo individual: **Seviam**, un seguro de vida de amortización de créditos, y **Vida Familiar**, un seguro de vida que ofrece un capital en caso de invalidez o fallecimiento del asegurado.



En el primer trimestre del año, VidaCaixa ha lanzado una nueva modalidad del seguro Vida Familiar denominada **Vida Familiar Reembolso**, que tiene como principal característica que el cliente recupera un 50% de las primas pagadas en el caso de rescatar el producto. Este innovador seguro se caracteriza también por tener una prima constante que no se incrementa con la edad del asegurado. Asimismo, a partir de los 65 años (o 70 años, en función de la edad de contratación), ofrece un capital de fallecimiento de

forma gratuita. El resultado es un seguro que proporciona una cobertura económica para los seres más queridos a un precio constante a lo largo del tiempo y que permite la generación de un ahorro en caso de rescate del producto.

En cuanto al negocio de salud, hay que destacar el continuo desarrollo que están teniendo todos los productos de VidaCaixa de este ramo, entre los que destacan **VidaCaixa Salud**, un seguro de asistencia sanitaria que cuenta ya con más de 15.000 asegurados, y **VidaCaixa Previsión Profesional**, un seguro de incapacidad temporal que cuenta con cerca de 5.000 asegurados.



**Los seguros de vida-ahorro individuales mantienen su buena evolución durante el primer trimestre del ejercicio**

Durante los tres primeros meses del año 2005, los recursos gestionados por VidaCaixa en seguros de vida-ahorro individual han crecido un 7% respecto al ejercicio anterior.



En este ámbito de negocio, a mediados de febrero de este año VidaCaixa lanzó el nuevo **Plan de Ahorro-Inversión**, un seguro de vida de ahorro sistemático con inversión en renta variable que tiene como vocación la generación de un ahorro a medio-largo plazo, aprovechando las rentabilidades que en este período de tiempo puede ofrecer el mercado bursátil.

Además, con este nuevo producto, los clientes disponen de un instrumento adecuado para generar un capital para el futuro de forma cómoda y flexible, puesto que el Plan de Ahorro-Inversión admite primas periódicas mensuales a partir de 20 euros y únicas a partir de 60 euros.

**Los recursos gestionados por VidaCaixa en planes de pensiones individuales aumentan en un 23%**

Persiguiendo el objetivo general del Grupo CaiFor de mejorar de manera continua la calidad de los productos y servicios ofrecidos, en el primer trimestre de 2005 VidaCaixa ha reestructurado su oferta en planes de pensiones individuales para adecuarla a la coyuntura actual de los mercados y a las necesidades y preferencias de los clientes. Así, se han diseñado nuevas categorías de productos tomando como referencia las carteras de inversión de los planes de pensiones y contemplándose cinco estrategias de inversión diferentes, adicionales a la categoría de planes garantizados: inversión en mercados monetarios, inversión en renta fija a medio y largo plazo, inversión en renta fija mixta, inversión en renta variable mixta e inversión en renta variable.

Por otro lado, durante el primer semestre del año, VidaCaixa está realizando una campaña comercial que ofrece a los clientes que contraten los planes de pensiones con inversión mixta de la compañía un 5% TAE -abonado en cuenta corriente y calculado durante un determinado período-, adicional a la rentabilidad que genere el propio plan.

Los recursos gestionados en planes de pensiones individuales y entidades de previsión social de VidaCaixa en el primer trimestre de 2005 se elevan a 4.194 millones de euros, lo que supone un crecimiento de 23% respecto al mismo periodo del año anterior.



***El positivo desarrollo de los productos del hogar, principal impulsor del crecimiento del negocio de SegurCaixa***

Durante el primer trimestre del 2005, SegurCaixa, la empresa del Grupo CaiFor cuya finalidad es la comercialización de seguros de no-vida, ha ingresado un total de 33 millones de euros en primas, lo que representa un incremento del 20% respecto al 2004.

Destaca el crecimiento de **SegurCaixa Hogar**, que ha obtenido un incremento en primas del 22% en el primer trimestre de 2005. Éste es un producto destinado a cubrir los daños que puedan producirse en una vivienda, tanto en el continente como en el contenido, y da cobertura a más de medio millón de hogares españoles.

Asimismo, SegurCaixa comercializa otros productos, entre los que destacan los seguros **SegurCaixa Personal** y **SegurCaixa Repatriación**, correspondientes al ramo de accidentes. Ambos productos han tenido una evolución muy positiva en el primer trimestre de 2005, con un incremento en primas superior al 20%, y en conjunto cuentan con más de 70.000 clientes.

**Barcelona, 3 de mayo de 2005**

