

Las primas de los seguros de vida-riesgo y salud individuales han crecido un 24%

CAIFOR OBTIENE EN 2006 UN BENEFICIO DE 130 MILLONES DE EUROS, UN 8% MÁS QUE EN 2005

- ✚ El segmento de Pymes y profesionales autónomos ha alcanzado un excepcional crecimiento en el ejercicio gracias al lanzamiento de nuevos productos exclusivos para este colectivo.
- ✚ Con la entrada en el ramo de automóviles en abril, CaiFor se convierte en un operador global del sector asegurador.
- ✚ El ahorro gestionado en planes de pensiones individuales supera los 5.600 millones de euros, mostrando un crecimiento del 15%

En 2006, el Grupo CaiFor, participado a partes iguales por "la Caixa" y por Fortis e integrado por las sociedades VidaCaixa y SegurCaixa, ha obtenido un resultado neto consolidado de 130 millones de euros, un 8% más que en 2005. Durante este ejercicio, el Grupo ha sumado 190.000 nuevos clientes, con lo que al cierre de 2006 prestaba servicio a 2,91 millones de asegurados.

Principales magnitudes del Grupo CaiFor

<i>En millones de euros</i>		Diciembre 2006	Diciembre 2005	% var.
Productos de riesgo	Seguros de no-vida	150,9	126,8	19%
	Seguros de vida-riesgo y salud ind.	189,9	153,2	24%
	Seg. de vida-riesgo, accid. y salud col.	130,4	118,3	10%
	Primas:			
	Total primas de riesgo	471,2	398,3	18%
Productos de ahorro	Seguros de vida individuales	7.677,8	8.036,0	(4%)
	Seguros de vida colectivos	8.516,1	8.347,8	2%
	Total seguros de vida	16.193,9	16.383,8	(1%)
Recursos gestionados:	Planes de pens. individuales y EPSV	5.683,8	4.930,7	15%
	Planes de pens. de empleo y asoc.	4.693,4	4.415,2	6%
	Total planes de pensiones y EPSV	10.377,2	9.345,9	11%
	Total recursos gestionados	26.571,1	25.729,7	3%
Resultado neto consolidado del Grupo CaiFor		130,0	120,7	8%
Número de clientes individuales		2.914.812	2.722.938	7%

Por negocio, cabe destacar el crecimiento que han obtenido, un año más, los seguros de riesgo, que incluyen seguros de hogar y accidentes, seguros de vida-riesgo y salud individuales, y seguros de vida-riesgo y salud colectivos.

Los seguros de hogar y diversos (no-vida), que comercializa SegurCaixa, han ingresado 150,9 millones de euros en primas, un 19% más que en el año anterior. En este negocio, la compañía cuenta con más de 700.000 hogares asegurados, 65.000 más que en 2005, y con más de 139.000 clientes asegurados en productos de accidentes.

Destaca también la buena evolución del proyecto para iniciar la actividad de SegurCaixa en el ramo de seguros de automóviles a mediados de abril. En este sentido, SegurCaixa tiene diseñadas ya las características del producto, que girarán en torno a ofrecer elevadas prestaciones, y un alto nivel de calidad de servicio, siempre a un precio competitivo. Con la comercialización de este producto, el Grupo pasará a convertirse en un operador global de productos de previsión y ahorro para el segmento de las familias, dando cobertura en los diferentes ámbitos de su vida (seguros de vida, seguros del hogar, productos para la jubilación, autos, etc.).

- ✚ **VidaCaixa: gestiona planes de pensiones individuales de más de 750.000 personas.**
- ✚ **SegurCaixa: más de 700.000 hogares asegurados y 139.000 clientes en productos de accidentes.**
- ✚ **CaiFor - 16.000 clientes corporativos:**
 - 20 empresas del IBEX35.
 - 300 grupos multinacionales.
 - 11.000 pymes y empresarios individuales.
 - 80 organismos públicos.

En los seguros de vida-riesgo y de salud para particulares, las primas se han incrementado un 24%, hasta alcanzar los 190 millones de euros, y en los seguros de vida-riesgo y salud para clientes colectivos, gestionados por la división de negocio VidaCaixa Previsión Social, se ha obtenido un crecimiento del 10%, situándose las primas en 130 millones de euros.

En los productos de ahorro, la evolución ha sido dispar entre los seguros de vida-ahorro y los planes de pensiones. En el caso de los seguros de vida, los recursos gestionados han decrecido un 1%, debido a la incertidumbre creada ante los cambios legislativos anunciados en la Ley del IRPF, que no han sido confirmados hasta finales de año. En el caso de los planes de pensiones, el incremento ha sido del 11%, lo que confirma la buena aceptación que han tenido los nuevos productos individuales lanzados durante el ejercicio. En concreto, en este segmento VidaCaixa gestiona recursos destinados a la jubilación de más de 750.000 personas.

Desglosando los productos gestionados en ahorro por VidaCaixa Previsión Social, la división de negocio dirigida a colectivos, empresas e instituciones, los seguros de vida-ahorro muestran un crecimiento del 2% y los planes de pensiones de empleo y asociado del 6%. Ambos incrementos pueden valorarse positivamente si se considera la etapa actual de madurez en que se encuentra este mercado y esta evolución ha sido posible gracias a la consecución de varias operaciones con importantes empresas españolas pertenecientes a diferentes sectores de actividad.

VidaCaixa Previsión Social también dispone de una amplia oferta de seguros y planes de pensiones destinados al segmento de pequeñas y medianas empresas, profesionales autónomos y empresarios individuales, un mercado por el que se ha apostado fuertemente en el 2006, con el lanzamiento, por ejemplo, del innovador seguro VidaCaixa Convenios, que proporciona de una forma sencilla y práctica, coberturas de invalidez y fallecimiento para aquellas empresas y empresarios que están sujetos a convenios colectivos que cuentan con compromisos por pensiones. A este producto deben añadirse otros seguros de vida, salud y accidentes, así como planes de pensiones de promoción conjunta. En total, desde esta división se proporciona cobertura a más de 77.000 clientes empleados de pymes o profesionales autónomos.

Agrupando todos los ámbitos de negocio, el Grupo CaiFor cuenta con 2,91 millones de clientes individuales, 190.000 clientes más que a finales de 2005 y 16.000 clientes corporativos, destacando 20 empresas que forman parte del índice IBEX35, 300 grupos multinacionales, 11.000 pymes y empresarios individuales y 80 organismos públicos.

El Grupo CaiFor nació en 1992 fruto del acuerdo de Joint Venture firmado entre "la Caixa" y Fortis. Actualmente, CaiFor es líder en el mercado de seguros y planes de pensiones español y opera a través de las compañías VidaCaixa y SegurCaixa, estructurando su actividad a partir de dos grandes áreas: productos y servicios para particulares y productos y servicios para colectivos y empresas. El Grupo está presidido por Ricardo Fornesa, Tomás Muniesa es su Consejero Delegado y Mario Berenguer el Director General.

En el área de clientes particulares, VidaCaixa ofrece un amplio abanico de Seguros de Vida-Riesgo, Salud y Ahorro y de Planes de Pensiones, mientras que SegurCaixa ofrece Seguros del Hogar y de Accidentes. En el área de colectivos y empresas, la división VidaCaixa Previsión Social provee a este mercado de Seguros de Vida-Riesgo, Accidentes, Salud y Ahorro, así como de Planes de Pensiones.

PRODUCTOS DE RIESGO PARA CLIENTES PARTICULARES


El seguro de autos de SegurCaixa, en fase muy avanzada

El nuevo seguro de automóviles de SegurCaixa iniciará su comercialización a mediados del próximo mes de abril. La oferta dispondrá de 3 modalidades (todo riesgo –con y sin franquicia-, terceros y terceros ampliado) y se comercializará a través de las más de 5.000 oficinas que “la Caixa” tiene distribuidas por todo el territorio español así como a través de Internet (mediante el servicio Línea Abierta Web de “la Caixa”) y de forma telefónica. El nuevo seguro sostendrá los siguientes aspectos diferenciales:

- Amplias e innovadoras coberturas.
- Excelente calidad de servicio, equiparable al actual nivel de servicio prestado en el seguro del hogar, el cual, según estudios independientes es el mejor del mercado.
- Una prima competitiva.

Para desarrollar este nuevo ámbito de negocio, el grupo se ha dotado de un experimentado equipo humano que cuenta con varios años de experiencia en el sector, el cual, desde mediados de junio de 2006 está trabajando intensamente en la definición del producto y en el desarrollo de las aplicaciones informáticas de gestión (administración de pólizas, gestión de siniestros, autos, etc.). En estos momentos sus esfuerzos se centran en la incorporación y formación del equipo humano necesario para la gestión de siniestros así como de los aspectos relativos a la venta y post-venta. En paralelo se ha iniciado también la formación a las redes de distribución.

Los seguros de vida-riesgo individuales de VidaCaixa crecen por encima del 20% y los de salud por encima del 40%

En millones de euros				
		Diciembre 2006	Diciembre 2005	% var.
Primas: <u>Negocio de vida-riesgo y salud ind.</u>	Seguros de vida-riesgo	184,4	149,3	24%
	Seguros de salud	5,5	3,9	41%
	Total primas	189,9	153,2	24%

Los seguros de vida-riesgo individuales de VidaCaixa acumulan 184 millones de euros al cierre del ejercicio 2006, lo que supone un incremento del 24% con

respecto a diciembre de 2005. La oferta de productos en este ramo de actividad se compone por un lado del **Vida Familiar**, un seguro de vida-riesgo individual que garantiza un capital en caso de muerte o invalidez del asegurado y por otro del **Seviam**, el seguro de amortización del capital pendiente de préstamos personales e hipotecarios en caso de muerte o invalidez del asegurado. Las novedades realizadas en estos productos en el 2006 han sido, por un lado, la incorporación de nuevos servicios de Orientación Médica Telefónica y Segunda Opinión Médica en el Vida Familiar y la apertura de la contratación del Seviam a través de Línea Abierta, el servicio de Internet de “la Caixa”.

En el ámbito de los seguros de salud individuales, VidaCaixa comercializa el **VidaCaixa Salud**, un producto de asistencia sanitaria que cuenta ya con 19.000 asegurados y el **VidaCaixa Salud Dental**, el seguro de asistencia dental que cuenta con más de 3.000 asegurados. En total, las primas ingresadas en este ramo de productos ascienden a 5,5 millones de euros, un 40% más que en el año anterior. En el 2006 VidaCaixa ha gestionado 240.000 prestaciones de asistencia sanitaria.

Las primas de los seguros de no-vida, comercializados por SegurCaixa, ascienden a 151 millones de euros en 2006, un 19% más

<i>En millones de euros</i>		Diciembre 2006	Diciembre 2005	% var.
Primas: <u>Negocio de no-vida</u>	Seguros del hogar	128,1	105,8	21%
	Seguros de accidentes	22,8	21,0	8%
	Total primas	150,9	126,8	19%

El Grupo CaiFor comercializa sus seguros de no-vida a través de la sociedad SegurCaixa, cuyo principal motor son los seguros del hogar, con productos que dan cobertura a más de 700.000 hogares españoles.

El **SegurCaixa Hogar**, es el seguro multirriesgos del hogar de SegurCaixa con mayor volumen de comercialización. En 2006 las primas de este producto superaron los 125 millones de euros, con un crecimiento del 21% respecto al año anterior. Además del SegurCaixa Hogar, la oferta de productos de SegurCaixa en este ramo se completa con el seguro específico para clientes que quieren asegurar el continente de una vivienda hipotecada, **SegurCredit**, y los seguros para inmuebles, seguros de construcción y decenales. La calidad de servicio es uno de los principales ejes estratégicos del producto y en este

sentido, cabe mencionar que SegurCaixa ha sido situada como la empresa que proporciona mejor calidad de servicio según un estudio realizado de forma independiente por ICEA, en base a 16 de las primeras 32 compañías del ranking. A lo largo del año, la compañía ha gestionado más de 124.000 siniestros, siendo las principales causas de los mismos las fugas de agua, las roturas de cristales y las averías eléctricas.

En el ámbito de los seguros de accidentes, SegurCaixa cuenta con 139.000 asegurados, lo que supone un 14% de incremento con respecto a diciembre de 2005. Dentro de los seguros de accidentes, el Grupo CaiFor ha venido realizando desde hace varios años una decidida apuesta por el colectivo de nuevos residentes, ramo de actividad que cuenta con dos productos específicamente diseñados para este colectivo: el **SegurCaixa Repatriación** y el **SegurIngreso**. Entre ambos, el Grupo está dando cobertura a más de 60.000 personas y en el 2006 gestionó 81 repatriaciones, la mayoría de las cuales a África y América del Sur.

Por otro lado, SegurCaixa comercializa el **SegurCaixa Personal**, el seguro de accidentes con mayor tradición en CaiFor. En total, las primas ingresadas por la compañía en seguros de accidentes han ascendido a 23 millones en el 2006, un 8% más que en el 2005.

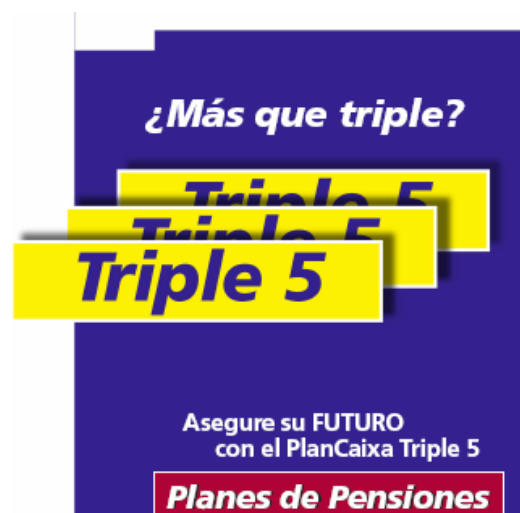
PRODUCTOS DE AHORRO PARA CLIENTES PARTICULARES

Por noveno año consecutivo, VidaCaixa incrementa su cuota de mercado en planes de pensiones individuales

Un año más, VidaCaixa se ha mantenido como la única gestora de planes de pensiones, de entre las cinco primeras, que ha incrementado su cuota de mercado en recursos gestionados. Ello es debido a la gran aceptación que han tenido en el mercado los nuevos planes de pensiones comercializados durante el año, que han ingresado un total de 335 millones de euros en aportaciones.

En este sentido, cabe destacar el volumen de comercialización del **PlanCaixa Triple 5**, el Plan de Pensiones Garantizado de VidaCaixa que ha sido el producto estrella de la campaña comercial de fin de año y que ha ingresado 140 millones de euros. Este plan de pensiones combinaba la posibilidad de obtener una rentabilidad ligada a la evolución de los mercados bursátiles, con una garantía de rentabilidad mínima.

Además, de forma compartida con todos los planes integrantes de la campaña



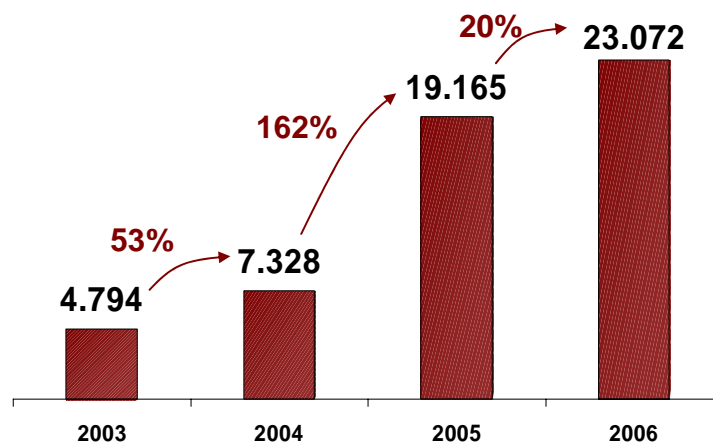
comercial de final de año, el cliente podía escoger, al realizar la aportación, entre obtener un 5% TAE abonado en cuenta corriente el 1 de julio de 2007, o bien realizar una inversión, por un importe de hasta el doble de la aportación realizada al plan, en un depósito a un año con un interés del 5%.

Las aportaciones periódicas a los planes de pensiones de VidaCaixa han incrementado un 10% respecto el año anterior y los traspasos de entrada recibidos por la entidad han sido un 40% superiores a los traspasos de salida.

En paralelo, por tercer ejercicio consecutivo, la contratación de estos productos a través de Internet ha mostrado una evolución excepcional, con un crecimiento del 20% respecto 2005 en las aportaciones ingresadas y del 57% en el número de operaciones. En total, VidaCaixa ingresó por la venta de estos productos a través de Internet 23 millones de euros mediante más de 13.900 operaciones. El domingo 31 de diciembre de 2006 se realizaron 357 aportaciones por este canal, siendo la última del año realizada a las 23:56 horas.

Aportaciones

En miles de euros



A finales de 2006, VidaCaixa daba servicio a más de 750.000 clientes de planes de pensiones y Entidades de Previsión Social Voluntaria (EPSV), 60.000 clientes más que en el 2005, los cuales mantienen un volumen gestionado de 5.683,8 millones de euros, un 15% superior al del año anterior.

PRODUCTOS PARA COLECTIVOS Y EMPRESAS: VIDACAIXA PREVISIÓN SOCIAL

Excelente evolución del segmento de pymes y profesionales autónomos

VidaCaixa Previsión Social es la división de negocio del Grupo CaiFor especializada en la comercialización y gestión de productos de ahorro y previsión destinados a colectivos y empresas, a la vez que también ofrece productos para los segmentos de microempresas, pymes y profesionales autónomos.





En millones de euros

	Diciembre 2006	Diciembre 2005	% var.
Segur. de vida-riesgo, accid. y salud	130,4	118,3	10%
Total primas de riesgo	130,4	118,3	10%
Seguros de vida	8.516,1	8.347,8	2%
Planes de pensiones	4.693,4	4.415,2	6%
Total recursos gestionados ahorro	13.209,5	12.763,0	3%

VidaCaixa Previsión Social ofrece una amplia gama de productos y servicios en el ámbito de la previsión y el ahorro para la jubilación, siendo actualmente el proveedor global de seguros referente de las principales empresas del país.

En el ámbito de la previsión, VidaCaixa Previsión Social cuenta con seguros de vida-riesgo, seguros de accidentes y seguros de salud. En total, las primas ingresadas por estos productos han ascendido a 130 millones de euros, un 10% más que en el año anterior. En el ámbito de los productos de ahorro, se ha producido un crecimiento en los recursos gestionados de los seguros de vida y los planes de pensiones, gracias a las importantes operaciones conseguidas a lo largo del año.

Por otro lado, VidaCaixa Previsión Social también dispone de una amplia oferta de seguros y planes de pensiones destinados al segmento de pequeñas y medianas empresas, profesionales autónomos y empresarios individuales, un mercado por el que se ha apostado fuertemente desde esta división de negocio con el lanzamiento, por ejemplo, del nuevo seguro **VidaCaixa Convenios**, que proporciona, de forma simplificada y práctica, coberturas de vida y accidentes para aquellas empresas y empresarios que están sujetos a convenios colectivos que cuentan con compromisos por pensiones. A este producto deben añadirse otros seguros de vida y accidentes, seguros de salud y varios planes de pensiones de promoción conjunta. En este sentido, a través del **VidaCaixa Salud Colectivo** y el **VidaCaixa Previsión Profesional**, un seguro que garantiza una indemnización diaria en caso de incapacidad laboral del asegurado, la compañía ofrece cobertura a 21.500 personas y en total, considerando todos los productos para pymes, el número de clientes cubiertos es de más de 77.000.

En total, VidaCaixa Previsión Social cuenta con más de 16.000 clientes corporativos, destacando 20 empresas que forman parte del índice IBEX35, 300 grupos multinacionales, 11.000 pymes y empresarios individuales y 80 organismos públicos.

OBJETIVOS 2007

El objetivo principal de CaiFor en el 2007 es desarrollar la comercialización de seguros del automóvil, una actividad que se espera iniciar a partir de mediados de abril. Con la comercialización de este producto, el Grupo pasará a convertirse en un proveedor global de productos de previsión y ahorro para el segmento de las familias, dando cobertura en los diferentes ámbitos de su vida (seguros de vida, seguros del hogar, productos para la jubilación, autos, etc.).

El Grupo ha trabajado con intensidad a lo largo del 2006 para preparar el lanzamiento de este negocio, en el que ya cuenta con toda la estructura organizativa y directiva para gestionarlo, y se encuentra en proceso de selección del equipo encargado de la gestión de siniestros. Como marca la estrategia del Grupo CaiFor, el objetivo es comercializar un producto de calidad, que ofrezca un elevado nivel de servicio al cliente y que disponga de amplias coberturas a un precio competitivo. La venta se realizará a través de las más de 5.000 oficinas de "la Caixa", a través de Línea Abierta, el servicio por Internet de "la Caixa" y a través del canal telefónico y, en cinco años se espera disponer de 300.000 pólizas en este negocio.

En el ámbito del ahorro y una vez aclaradas, con la aprobación del nuevo IRPF, las posibles dudas sobre la fiscalidad de los diversos instrumentos financieros, se espera recuperar los niveles de crecimiento habituales en los recursos gestionados en este tipo de productos. En este sentido, cabe destacar que VidaCaixa ha sido la primera entidad aseguradora en comercializar un Plan Individual de Ahorro Sistemático (PIAS), con la denominación comercial Plan de Ahorro Asegurado – PIAS, y que espera seguir presentando innovadores productos relacionados con este nuevo instrumento de ahorro, que den satisfacción a los diferentes perfiles de clientes, junto con el incremento de la oferta de planes de pensiones.

Por otro lado, a través de VidaCaixa y SegurCaixa se espera mantener la buena evolución de los seguros de vida-riesgo, salud, hogar y accidentes por lo cual, como es habitual, se seguirán dedicando esfuerzos a actualizar los productos existentes y ampliar la gama de productos, siempre con el objetivo de presentar propuestas de alto valor añadido y con un exigente compromiso de calidad de servicio. De forma paralela, CaiFor seguirá potenciando su división de negocio dedicada al mercado de la previsión social empresarial a través de VidaCaixa Previsión Social. En este sentido, se continuará el desarrollo mostrado en los segmentos de grandes empresas, aprovechando las oportunidades que se generen en el mercado. Así, una vez se apruebe el reglamento normativo correspondiente, la compañía espera lanzar su Plan de Previsión Empresarial. También seguirá trabajando en los segmentos de pymes y profesionales autónomos, en los que CaiFor espera prestar servicio a 145.000 personas en el 2010. En este sentido, el pasado 12 de febrero se lanzó al mercado un nuevo seguro de asistencia sanitaria que cuenta con importantes beneficios exclusivos para pymes, un elevado nivel de coberturas y

un precio muy ajustado. En total, entre los diferentes productos del ramo de salud, se espera contar con 170.000 asegurados en el 2010.

Finalmente indicar que, en todos los ámbitos del Grupo, se continuará invirtiendo esfuerzos y recursos en potenciar la calidad de servicio al cliente, elemento diferencial al que de forma continuada se presta una atención prioritaria, como así lo acreditan la reciente certificación por la Universitat Oberta de Catalunya del programa de formación impartido a los asesores de AgenCaixa o la gestión de los peritos por teléfono móvil, que proporciona una mayor agilidad en el servicio prestado al cliente. A la vez, se mantendrá el actual desarrollo de los proyectos de innovación, incorporando la contratación de los productos del Grupo a través de nuevos canales, y el desarrollo de la eficiencia del Grupo, mediante la aplicación del sistema de gestión Cuadro de Mando Integral, por el que en el 2006 CaiFor ha sido galardonado con el prestigioso premio “Balanced Score Card Hall of Fame” otorgado por Robert Kaplan y David P. Norton, los creadores de este modelo.

27 de Febrero de 2007