



4

Principales hechos y proyectos del ejercicio

4.1

El proceso de integración

La integración de Adeslas en VidaCaixa Grupo ha sido el principal hecho de 2010

El principal hecho que se ha producido en 2010 ha sido la adquisición de Adeslas por parte de CriteríaCaixa Corp en el mes de junio y su posterior integración en VidaCaixa Grupo.

Para implementar el proceso de integración entre SegurCaixa Holding (actual VidaCaixa Grupo) y Adeslas, se ha creado un Comité de Seguimiento compuesto por el Comité de Dirección, del que emana la Oficina de Proyecto, responsable de la ejecución de las decisiones y del seguimiento de la planificación. También se ha creado la Oficina de Integración que ha gestionado: los diversos proyectos vinculados con el proceso de integración de las funciones de soporte, la puesta en marcha del nuevo plan estratégico y el desarrollo de iniciativas transversales que afectarán a la nueva organización y asegurarán una gestión homogénea y, por último, la integración de las funciones de soporte.

Con el fin de garantizar el buen funcionamiento y la operatividad del nuevo Grupo durante el proceso de integración, se han llevado a cabo las siguientes actuaciones: la definición del nuevo organigrama de VidaCaixa Grupo, la formulación y posterior aprobación de los planes y objetivos en cada ámbito de la Dirección, la integración de los equipos y asignación de nuevas responsabilidades y el diseño de los planes de integración para cada una de las Direcciones afectadas. La calidad y la excelencia han sido una prioridad y una constante durante el desarrollo del plan de integración. En este sentido, todos los esfuerzos realizados en la unificación de equipos y procesos han tenido como objetivo principal la satisfacción de los clientes.

El proceso de integración se ha llevado a cabo de acuerdo con el calendario previsto y sin que la actividad de VidaCaixa Grupo se haya visto afectada. Asimismo, también se ha logrado finalizar en plazo la fusión mercantil, garantizando la operativa de VidaCaixa Grupo desde el punto de vista jurídico.

El proceso de fusión ha dado como resultado el nacimiento de VidaCaixa Grupo, una empresa aseguradora líder en el mercado de previsión social complementaria y en el de salud.



Mario Berenguer, director general VidaCaixa Grupo, durante la presentación de resultados a empleados.

4.2

Desarrollo de un modelo de multicanalidad completo

Con la integración de Adeslas, VidaCaixa Grupo aspira a convertirse en referencia del mercado asegurador español, con una oferta multirramo, multisegmento y multicanal.

Las oportunidades son múltiples y su concreción a través del plan estratégico 2011 - 2015, van a convertir a VidaCaixa Grupo en una compañía de referencia en el sector asegurador y de la previsión social, tanto por su potencial comercial, como por el amplio catálogo de productos orientados a las necesidades de sus clientes, y por su vocación de ofrecer siempre un servicio excelente.

Todos estos aspectos van en paralelo a la firme apuesta del Grupo de seguir invirtiendo en el canal Internet, donde VidaCaixa Grupo ofrece sus productos y servicios a los más de 6,6 millones de clientes de "la Caixa" y en plataformas de atención telefónica, donde miles de asegurados se relacionan con el Grupo. Aspectos que guardan relación con la mejora del autoservicio, la facilidad de acceso a la consulta de información y coberturas, así como la contratación de productos. Todos ellos han sido objeto de mejora en 2010 y van a seguir presentes en la agenda futura del Grupo.



Consolidación del nuevo modelo de AgenCaixa para el segmento de pymes y autónomos y desarrollo de una nueva Red de Oficinas Propias

El segmento de autónomos y pymes es uno de los objetivos para el crecimiento de VidaCaixa Grupo

A lo largo de 2010, se ha realizado el proceso de transformación del modelo comercial de los Gestores de Seguros de AgenCaixa, con el objetivo de reorientar su actividad de asesoramiento y gestión hacia el segmento de autónomos y pymes. Los más de 300 gestores altamente cualificados que conforman AgenCaixa van a focalizar su gestión en este segmento, que brinda grandes perspectivas de crecimiento futuro para VidaCaixa Grupo.

Con la voluntad de ofrecer un servicio próximo y de calidad, está previsto el desarrollo de una nueva red de oficinas propias para facilitar las gestiones de los asegurados en el territorio.

Gran avance en la apuesta por la línea de pymes y autónomos

Más de 100.000 clientes ya han confiado en los productos específicos para pymes y autónomos diseñados en los últimos años.

Con más de 176.000 contratos y 378.000 asegurados, el ejercicio 2010 supone un nuevo avance en la línea de actividad para microempresas, pymes y autónomos, y la consolidación de las novedades lanzadas a finales del 2009: SegurCaixa Negocio y SegurCaixa Auto Negocio, que han tenido una gran aceptación, con cerca de 40.000 nuevos contratos.

Asimismo, destacar los productos de los ramos de vida, accidentes y salud, en los que ha habido más de 72.000 nuevas altas de asegurados.

El presente ejercicio ha supuesto un importante avance hacia la consolidación definitiva de una oferta integral para el segmento, con la puesta en marcha de importantes proyectos de evolución de los productos existentes e implementación de nuevos productos que verán la luz en el año 2011, de los que cabe destacar un nuevo Multi-riesgo Industrial, o distintos productos del ramo de Responsabilidad Civil.



4.3

Desarrollo de nuevos ramos y nuevos segmentos

Proyecto *Affluent* 2010

En el proceso de definición del Plan Estratégico, VidaCaixa Grupo está desarrollando productos y servicios específicos dirigidos a los clientes de banca personal y privada, es decir, el segmento de renta alta, y con una elevada vinculación financiera a "la Caixa".

4.4

Intensa actividad comercial

La acción comercial de VidaCaixa Grupo ha sido muy intensa y ha contribuido a los excelentes resultados, a pesar de la desaceleración económica vivida en 2010

En 2010, el proceso de integración ha ido en paralelo a la intensificación de la acción comercial. A pesar de la desaceleración económica VidaCaixa Grupo ha crecido en todos los ramos en los que está presente.

El desarrollo de 21 campañas focalizadas en los segmentos de particulares, familias, nuevos residentes, autónomos, pymes y empresas han sido un éxito, contribuyendo, de forma clave, al crecimiento en el 2010 del volumen de primas y recursos gestionados por VidaCaixa Grupo.

Campañas comerciales de VidaCaixa Grupo en 2010

1. Profesional multiEstrella
2. Campaña SegurCaixa
3. Campaña de VidaCaixa Salud
4. Campaña Nómina/Pensión/Profesional multiEstrella
5. Campaña de planes de pensiones de aportación periódica
6. Campaña de planes de pensiones renta fiscal
7. Campaña de Libreta Futuro
8. Campaña de SegurCaixa Repatriación
9. Campaña SegurCaixa Hogar
10. Campaña VidaCaixa Salud Dental
11. Campaña de planes de pensiones
12. Campaña multiSeguros 2010
13. Campaña de planes de pensiones
14. Campaña de planes de pensiones de aportación periódica
15. Campaña de traspasos externos de planes de pensiones
16. Campaña de VidaCaixa Salud
17. Campaña de planes de pensiones final
18. Campaña VidaCaixa Adeslas Nacional Salud
19. Campaña VidaCaixa Adeslas Familia
20. Campaña VidaCaixa Adeslas Pyme
21. Campaña VidaCaixa Adeslas Fin de Año

El dinamismo de los profesionales de VidaCaixa Grupo, la oferta especializada de productos, la calidad del servicio prestado a los clientes, la diversidad de canales de comercialización y los incentivos promocionales ofertados han sido clave en la buena marcha del negocio.



4.5

Consolidación del liderazgo en ahorro previsional y salud, e intenso desarrollo del negocio de no vida

En 2010 el Grupo ha consolidado su liderazgo en previsión social complementaria y, tras la incorporación de Adeslas, también en salud

Un año más, VidaCaixa Grupo ha mantenido su liderazgo en previsión social complementaria y, tras la incorporación de Adeslas, ha extendido su liderazgo al ámbito de la salud.

En ahorro previsional se han gestionado recursos por un importe de más de 33.000 millones de euros y se ha alcanzado una cuota de mercado del 15%.

En el ramo de salud, con la incorporación de Adeslas se ha alcanzado un volumen de primas de 839 millones de euros, con un crecimiento superior en casi 11 puntos al de la media del mercado.



4.6

Actuación de acuerdo con los valores

Los valores corporativos –Confianza, Calidad, Dinamismo y Cercanía– guían la relación de VidaCaixa con sus grupos de interés: accionistas, empleados, clientes, sociedad y medio ambiente.

Con la integración de Adeslas, se ha incorporado el valor de Cercanía, que representa la accesibilidad al nuevo Grupo, la atención personalizada y el diálogo con los clientes, y la amplia presencia territorial.

La estrategia de VidaCaixa Grupo y los comportamientos de los profesionales que lo conforman están alineados con dichos valores corporativos.



“Los valores de VidaCaixa Grupo guían los comportamientos de la organización y la relación con los grupos de interés”

4.7

Premios y reconocimientos a la gestión de inversiones en planes de pensiones

La excelente gestión y servicio al cliente, y la innovación de VidaCaixa Grupo han recibido numerosos reconocimientos y premios en 2010

Fruto del esfuerzo innovador y la buena gestión de sus productos, VidaCaixa Grupo ha sido galardonado con diversos premios que reconocen su excelente labor.

En 2010, VidaCaixa ha obtenido los premios a la Mejor Gestora de Planes de Pensiones de Renta Fija y de Renta Mixta, otorgados por el diario *Expansión* y la consultora financiera Interactive Data. Asimismo, el plan de pensiones "PlanCaixa Ambición" fue reconocido también como Mejor Plan de Pensiones de Renta Fija del año 2010. Este es el tercer año consecutivo que VidaCaixa consigue 3 de los 6 premios otorgados a planes y gestoras de pensiones.

Por otro lado, Morningstar y "el Economista" entregaron a VidaCaixa el Premio al mejor Plan de Pensiones de Renta Fija por "PlanCaixa Ambición". Esta categoría concentra el 42% del patrimonio total gestionado en planes de pensiones en España. Entre los aspectos más destacados que han decantado su elección, destaca el mantenimiento de la rentabilidad del producto en los cinco últimos años y el haber logrado rentabilidades superiores a productos similares de la competencia en al menos tres de los cinco últimos años.



El equipo de inversiones de VidaCaixa con los tres premios otorgados por el diario *Expansión*.



Recogida del galardón de "el Economista" al mejor Plan de Pensiones de Renta Fija.