

06

PROYECTOS DE FUTURO

CAIFOR



06

PROYECTOS DE FUTURO

CaiFor afronta el año 2008 con ambiciosos objetivos, englobados en el Plan Estratégico 2007-2010, y lo hace bajo la guía de sus valores corporativos: Confianza, Calidad y Dinamismo.

A nivel general, el Grupo continuará reafirmando su liderazgo en el mercado de la previsión social complementaria en España, tanto para particulares como para empresas, a la vez que seguirá posicionándose como un proveedor integral de productos para la generación de ahorro y la previsión.

> EN 2008 CAIFOR MANTENDRÁ SU ESFUERZO PARA DAR COBERTURA A LAS NECESIDADES DE SUS CLIENTES, PRIORIZANDO COMO SIEMPRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Así, CaiFor seguirá incrementando su oferta de productos y servicios lanzando al mercado nuevos e innovadores productos, para dar cobertura a las necesidades de sus clientes, priorizando como siempre la calidad de servicio y la atención al cliente. En este sentido, se espera desarrollar activamente la oferta de productos de ahorro, haciendo frente a un posible cambio en las tendencias macroeconómicas. De forma paralela, se trabajará para potenciar la gama de seguros de riesgo, destacando entre ellos los ramos de hogar, salud y accidentes.

En lo que se refiere a segmentos de clientes, cabe separar para el análisis los mercados de empresas y de particulares. En el primero, los principales retos son seguir desarrollando el segmento de pequeñas y medianas empresas, que ha mostrado un espectacular comportamiento a lo largo de los últimos años gracias al esfuerzo comercial realizado y a la buena composición de la oferta de productos para el mismo. También, dentro del mercado de empresas, se continuará potenciando la comercialización de productos y servicios personalizados para el segmento de grandes corporaciones, entre las cuales se cuenta ya con un elevado nivel de penetración y donde CaiFor es líder del mercado español de previsión social empresarial.

En el ámbito de los clientes particulares, el objetivo de CaiFor es mantener, mediante la oferta de productos de VidaCaixa y SegurCaixa, un servicio integral a sus necesidades, considerando todos los segmentos de edad y preferencias. Para ello, el Grupo cuenta con una oferta global de productos que le permite ser un proveedor capaz de dar cobertura a las principales necesidades aseguradoras de las familias.

Adicionalmente, destacan varios objetivos específicos que se trabajarán en el ejercicio y para los cuales se dispondrán todos los medios e inversiones necesarias.



El primero de ellos es la consolidación del ramo de seguros del automóvil, tras el éxito obtenido con el SegurCaixa

Auto, el producto lanzado en abril de 2007, que ha supuesto la entrada de CaiFor en este ramo. Durante este primer ejercicio se ha confirmado que el diseño técnico y comercial del producto es el apropiado y, con esta garantía, se espera a lo largo de 2008 explotar su gran potencial de crecimiento. El Grupo, por tanto, desarrollará una intensa actividad comercial para presentar el producto a sus clientes y promocionar sus aspectos diferenciales: amplias e innovadoras coberturas, comodidad y calidad de servicio diferenciales, y un precio competitivo.

CaiFor también seguirá potenciando su estrategia de distribución multicanal, ampliando a lo largo del próximo año la comercialización de productos mediante los canales no presenciales, telefónico e Internet, tras los buenos resultados mostrados por estos canales en la venta del SegurCaixa Auto durante 2007. Paralelamente, el Grupo se ha propuesto incrementar la red de asesores de AgenCaixa, un canal que desarrolla un destacado papel en la comercialización de los productos del Grupo para clientes particulares, a la vez que para pequeñas y medianas empresas.

Asimismo, en 2008 se prolongará el desarrollo del plan integral de calidad, "La Calidad So-

mos Todos", iniciado en 2007. Dicho plan se compone de diversos y ambiciosos proyectos, en los que se encuentra involucrada gran parte de la plantilla, y que suponen una importante inversión de recursos humanos y económicos. Del mismo modo, en 2008 se potenciará el proyecto "CaiFor Innova", el plan de innovación cuyo objetivo es incorporar la innovación en el día a día de la compañía de manera permanente.



De forma complementaria al crecimiento orgánico de CaiFor, y tal y como se ha venido haciendo siempre en el Grupo, se estará atento para analizar de forma activa aquellas posibles oportunidades corporativas que se presenten en el mercado y que encajen dentro de los objetivos contemplados en el Plan Estratégico 2007-2010.

Finalmente, CaiFor continuará desarrollando actividades e iniciativas en el ámbito de la Responsabilidad Corporativa, de forma totalmente alineada con la estrategia del Grupo, tal y como ha sido característico desde su fundación.

