

Grupo Mutua y CaixaBank acuerdan los términos para la ampliación de su alianza estratégica a la antigua red de Bankia

- **Ambas entidades establecen un pago de 650 millones de euros por la ampliación del acuerdo, que se hará efectivo a través de SegurCaixa Adeslas, entidad integrada en Grupo Mutua y participada por CaixaBank.**
- **El acuerdo permitirá ampliar la distribución de seguros No Vida a seis millones de clientes particulares procedentes de Bankia.**
- **Mutua Madrileña ya amplió en 2013 y 2015 su acuerdo de bancaseguros con CaixaBank, tras la incorporación de las redes de Banca Cívica, Banco de Valencia y Barclays.**

Madrid, 27 de enero de 2022

Mutua Madrileña y CaixaBank han firmado la ampliación de la alianza estratégica establecida en 2011 entre el banco y la aseguradora que formaliza el acceso a SegurCaixa Adeslas al nuevo negocio que lleva consigo la integración de Bankia.

El importe de la operación ha sido fijado en 650 millones de euros y se afrontará a través de SegurCaixa Adeslas, entidad integrada en el Grupo Mutua y participada por CaixaBank, sobre la que se articula el acuerdo de distribución entre ambas entidades en el ámbito de bancaseguros. La aseguradora presidida por Ignacio Garralda posee un 50% de esta compañía y el banco presidido por José Ignacio Goirigolzarri, un 49,9%.

La ampliación de la alianza supone que SegurCaixa Adeslas aumentará su capacidad de distribución en exclusiva de seguros No Vida en seis millones de clientes particulares, lo que supone un incremento de en torno al 50%.

El acuerdo de ampliación alcanzado representa dar continuidad al deseo expresado por Mutua de acompañar a CaixaBank en su estrategia de crecimiento, como ya sucedió tras la

incorporación a su negocio de las redes de Banca Cívica y Banco de Valencia en 2013, y la de Barclays en 2015.

Para Grupo Mutua, este acuerdo se enmarca en su estrategia de seguir acelerando la diversificación de sus negocios, lo que desarrolla fundamentalmente a través de su expansión internacional, el impulso de la actividad de gestión de activos, la entrada en el sector de la movilidad y la apertura de nuevos canales de distribución, tal y como representa la propia alianza con CaixaBank y la recientemente alcanzada con El Corte Inglés.

Tras la adquisición del 51% de Bankia Vida y la resolución del acuerdo de seguros de No Vida, la extensión de la alianza con Grupo Mutua a través del acuerdo con SegurCaixa Adeslas supone para CaixaBank dar prácticamente por cerrada la reordenación de su negocio de seguros tras la integración.

La ampliación del acuerdo representa, además, una gran oportunidad de extender la oferta de productos de la entidad a seis millones de clientes con un alto potencial de crecimiento, dado que en la red de Bankia la penetración de los seguros era inferior que en la de CaixaBank. La entidad cuenta con un modelo único basado en el asesoramiento y la especialización, en el que la diversificación de productos es una de las palancas clave de su estrategia comercial.

Relación muy fructífera y alta contribución en ingresos y resultados

CaixaBank y Mutua Madrileña formalizaron en julio de 2011 una alianza estratégica por la que, por un lado, la aseguradora tomaba una participación de control del 50% de SegurCaixa Adeslas y, por otro, alcanzaba un acuerdo para la distribución exclusiva e indefinida de los productos de Salud, Hogar, Autos y restantes ramos de No Vida de SegurCaixa Adeslas a través de la red de oficinas de CaixaBank, la mayor red del país. El acuerdo sellado hoy afecta a este segundo aspecto de la alianza.

Los buenos resultados que ha arrojado esta alianza tanto para el Grupo Mutua como para CaixaBank, superiores a las previsiones iniciales, avalan la nueva ampliación de la alianza. En lo que se refiere a la empresa presidida por Ignacio Garralda, la contribución total neta de SegurCaixa Adeslas a su cuenta de resultados ya ha superado la cuantía de la inversión inicial, que ascendió a 1.075 millones de euros.

La evolución positiva de SegurCaixa Adeslas, compañía cuyo presidente ejecutivo es Javier Mira, quien también es director general de Mutua Madrileña, se refleja tanto en su cuenta de resultados como en sus cifras de negocio, que tradicionalmente han evolucionado por encima de la media del sector.

Así, el volumen total de primas se elevó a 4.156 millones de euros en 2021, un 4,6% más que en el año anterior, cuando el mercado No Vida creció un 3,3%. El beneficio neto ascendió a 436 millones de euros, en 2020 (último ejercicio cerrado), lo que representó un crecimiento del 12,7% respecto al año anterior.

El acuerdo firmado en julio de 2011 con CaixaBank ha impulsado al Grupo Mutua hasta la primera posición en el ranking de seguros generales del país y al liderazgo del ramo de Salud a través de Adeslas.

Por su parte, tras la reorganización de su negocio de seguros, CaixaBank se mantiene como líder en bancaseguros y VidaCaixa, como líder del sector asegurador en España, gracias a su destacada posición en seguros de Vida.