Incremento de las principales cuotas de mercado de Banco Sabadell.

Actividad y claves del ejercicio 2015

El ejercicio de 2015 ha venido marcado por una mejora en el margen de intereses, una mayor vinculación de los clientes con la entidad, un incremento sustancial de la actividad en seguros y un fuerte crecimiento de los fondos de inversión.

En millones de euros

	2014	2015	% 15/14
Margen de intereses	1.778,47	2.141,99	20,4
Comisiones netas	636,27	651,56	2,4
Otros ingresos	(76,97)	(55,64)	(27,7)
Margen bruto	2.337,77	2.737,91	17,1
Gastos de explotación	(1.345,73)	(1.395,26)	3,7
Margen de explotación	992,04	1.342,65	35,3
Pérdidas por deterioro de activos	(644,15)	(642,93)	(0,2)
Resultado antes de impuestos	347,89	699,72	101,1
Ratios (%)			
ROE (beneficio sobre recursos propios medios)	8,0	14,8	
Eficiencia (gastos generales de administración sobre margen bruto)	57,6	49,9	
Ratio de morosidad	10,3	9,0	
Ratio de cobertura de dudosos	47,2	52,7	
Volúmenes de clientes			
Inversión crediticia	79.460	77.708	(2,2)
Recursos	90.785	94.053	3,6
Valores depositados	8.678	9.008	3,8
Otros datos			
Empleados y empleadas	12.562	12.550	(0,1)
Oficinas nacionales	2.253	2.190	(2,8)

T1 Banca Comercial [FS6]

De especial relevancia ha sido la significativa reducción del crédito dudoso, lo que ha situado la ratio de morosidad del negocio de banca comercial en el 9,0% en 2015 (10,3% en 2014).

Siguiendo el plan de negocio Triple, las prioridades de gestión en 2015 han sido la rentabilidad y conseguir mayor productividad de la capacidad integrada de las últimas adquisiciones.

En el ámbito de empresas, un año más se han incrementado los niveles de captación de clientes y las cuotas

de mercado en todos los segmentos. En su afán de mejora continua en la oferta de productos, el Banco ha empezado a comercializar nuevas soluciones de producto tanto nacional como internacionalmente. Una de las prioridades del Banco ha sido, una vez más, favorecer el crédito a las empresas, para lo que ha mantenido e incrementado acuerdos con organismos oficiales, como el ICO, el Banco Europeo de Inversiones, el Fondo Europeo de Inversiones y la Confederación Española de Sociedades de Garantía Recíproca. Banco Sabadell se ha mantenido como

referente en el mercado de franquicias y ha consolidado unidades específicas de negocio para los segmentos turístico y agrario.

En el ámbito de particulares, se ha trabajado principalmente sobre dos ejes: reforzar la vinculación de nuestros clientes y apostar por la notoriedad.

En línea con estos ejes, Banco Sabadell ha puesto en marcha la campaña “Nuevos Tiempos”, protagonizada por Rafa Nadal, José Coronado y Michael López-Alegría, entre otros. La campaña, que invita a mirar el futuro con confianza y optimismo en un mundo en proceso de cambios, también refuerza los valores de proximidad, confianza y compromiso con los clientes. Es una invitación a un futuro mejor para todos.

La oferta de productos en segmento de particulares ha continuado ampliándose durante el ejercicio. Cabe destacar el incremento de la contratación de préstamos al consumo favorecido por el lanzamiento del Préstamo Expansión 24+24, ágil en respuesta y con especial foco en la gestión de canales a distancia. Además, también se ha comercializado la nueva Hipoteca Expansión, a tipo fijo y con una cuota que se adapta al ciclo de vida del cliente.

Los planes territoriales han seguido contribuyendo positivamente a la mejora de rentabilidad y al crecimiento de clientes. En concreto, durante 2015, dentro del Plan Oportunidad Madrid, Madrid ha sido la regional que ha logrado una mayor captación (un 15% sobre el total del Banco).

Respondiendo al eje estratégico de transformación comercial, sigue el despliegue de gestión activa en Madrid y se ha implementado un plan de gestión del cambio

contando con una elevada participación de empleados.

La mejora de la experiencia de cliente continúa siendo uno de los principales objetivos del Banco. Por eso, se ha fijado como objetivo la ambición de ser líder en experiencia de cliente en todos los segmentos en 2018. En este sentido, se ha lanzado el Plan Este, que engloba distintas iniciativas orientadas a mejorar la experiencia de cliente en esta territorial. Las principales líneas de actuación se centran en la mejora de la usabilidad en cajeros, la reducción de los tiempos de espera en oficinas y la adecuación del posicionamiento de marca.

Plan Norte, por su parte, ha tenido como objetivos principales la captación y la rentabilidad de aquellas oficinas que se encontraban en niveles de rentabilidad inferiores a la media de sus comparables. El desarrollo del Plan Norte ha contribuido a mejorar todos los indicadores de negocio, especialmente la captación de nuevos clientes y el margen comercial.

Segmentos

A continuación se describen las actividades de los segmentos de empresas, negocios y administraciones públicas, y de particulares del negocio de Banca Comercial, operando bajo la marca de “Sabadell” (registrada como “BSabadell”).

Compromiso Empresas, nuevo modelo de relación con las empresas.

Empresas, negocios y administraciones públicas

En millones de euros

	2014	2015	% 15/14
Margen de intereses	892,58	1.027,28	15,1
Comisiones netas	239,01	253,40	6,0
Otros resultados	(3,51)	20,26	—
Margen bruto	1.128,08	1.300,94	15,3
Volumen de clientes			
Inversión crediticia	43.114	41.709	(3,3)
Recursos	37.715	40.632	7,7
Valores	4.579	4.694	2,5
Ratio de morosidad (%)	10,3	9,4	—

T2 Empresas, negocios y administraciones públicas [FS6]

El ejercicio de 2015 ha sido el año del lanzamiento de un nuevo modelo de relación con las empresas basado en el Plan Compromiso Empresas. A través de él, el Banco se ha comprometido por escrito con todos sus clientes empresas a responder en un plazo máximo de siete días las solicitudes de financiación, a mantener las condiciones económicas de sus líneas de riesgo, a no cambiarle el gestor personal asignado, a visitar sus instalaciones como mínimo una vez al año, a permitirle operar en cualquier oficina del Banco y a acompañarlo en su expansión internacional. Todo ello, con el objetivo de convertir a Banco Sabadell en el principal proveedor financiero de sus clientes.

El Plan Compromiso Empresas, unido a una intensa actividad comercial, ha permitido que un año más Banco Sabadell siga incrementando sus cuotas de cliente. En el ejercicio de 2015, 95.894 empresas pasaron a ser nuevos clientes del Banco, un 15,7% más que en el año anterior. Ello ha permitido situar, con datos del tercer trimestre, la cuota de mercado de Banco Sabadell en pequeñas y medianas empresas en un 42,89% y la de grandes empresas, en un 72,1%, con crecimientos del 4,9% y 2,0%, respectivamente. Destaca en el segmento de grandes empresas el valor añadido de contar con una red de sesenta oficinas distribuidas por todo el territorio especializadas en la gestión de este segmento.

En un entorno de mayor crecimiento económico, durante 2015 el Banco ha tenido como una de las principales prioridades facilitar el acceso al crédito a las empresas. Prueba de ello es el incremento de la financiación concedida a empresas en un 3,6% respecto al año anterior, superando la cifra de 37.300 millones de euros en nueva financiación. El compromiso del Banco, en línea con lo ambicionado por el Plan Compromiso Empresas, sigue siendo incrementar la cuota de inversión en sus clientes, siempre desde el conocimiento del cliente y de sus necesidades, y aplicando en su política de riesgos el rigor habitual.

Destaca, por otro lado, el excelente comportamiento en la evolución de los depósitos de clientes gestionados por el Banco, que se han incrementado en un 6,8% las cifras de 2014.

Operativa doméstica

En 2015 se ha seguido con el objetivo de incorporar novedades en los productos y servicios del Banco para modernizar y poner en valor los productos especializados, con una visión totalmente multipaís y multidivisa, que favorece tanto a las empresas con operativa doméstica como a las que están incorporando operativa internacional.

En *factoring* la actualización y modernización del producto ha hecho posible una mayor rapidez y calidad de respuesta, poniendo a disposición de los clientes una operativa más ágil y simple. Se pone en valor el *factoring* exprés de Banco Sabadell y mejora notablemente el *factoring* en divisas, que da cobertura a todas las divisas cotizables, lo que constituye un elemento diferencial para todas aquellas empresas exportadoras. Todas estas mejoras han facilitado un buen año en volúmenes, con una cuota a septiembre de 2015 del 12,19%.

En cuanto al *confirming*, se han realizado adecuaciones del producto destinadas a mejorar la utilización del mismo vía *online*, tanto para los clientes como para los proveedores, buscando mejorar la rapidez y agilidad del producto. Se ha visto una respuesta muy positiva de los clientes reflejado en una mejora de nuestra cuota de mercado hasta el 11,36 % a septiembre de 2015.

En operativa documentaria de la operativa Internacional se ha visto reflejado el buen posicionamiento de Banco Sabadell tanto en las cuotas de créditos documentarios en exportación, cuotas del 30%, como en importación del 15,21%, y se ha llegado a cuotas superiores al 18,08% durante el ejercicio.

Un año más, el Banco ha apostado por una intensa actividad en la financiación a través de líneas ICO y ha alcanzado una cuota del 18,87%, lo que sitúa al Banco en la segunda posición del *ranking* de entidades. Durante el ejercicio de 2015, las líneas con más contratación han sido ICO Empresas y Emprendedores, con un volumen de 1.213 millones de euros, y ICO Exportadores, con un volumen contratado de 515,7 millones. Además, el Banco fue la primera entidad en contratación de la Línea ICO Garantía SGR, con una cuota del 35,49%.

Es importante destacar también los acuerdos con el Banco Europeo de Inversiones para la financiación a clientes, que ha permitido ofrecer 560,7 millones de euros de financiación a las empresas. Y en el ámbito de los convenios de colaboración con las sociedades de garantía recíproca representadas por la Confederación Española

En 2015 se ha seguido con el objetivo de ofrecer productos y servicios más modernos y especializados.

de Sociedades de Garantía Recíproca (CESGAR) y con la Compañía Española de Reafianzamiento (CERSA), dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, el Banco ha incrementado en un 25,6% la financiación de pequeñas y medianas empresas y autónomos.

En su afán de incrementar la disponibilidad de financiación para las empresas en las mejores condiciones de financiación posibles, el Banco cerró a finales del ejercicio un acuerdo con el Fondo Europeo de Inversiones, en el marco de la Iniciativa PYME, proyecto cofinanciado por España, la Comisión Europea y el Grupo BEI, por un importe de 625 millones de euros.

Operativa internacional

En el ámbito del negocio internacional, durante el año 2015 se ha incorporado en la web del Banco y sobre el negocio internacional, el servicio del Centro de Recursos de Internacional. Este servicio permite acompañar a las empresas en la salida al exterior, con lo que se convierte en un servicio no financiero de relevancia que permite a Banco Sabadell estar en todos los procesos de decisión de la empresa. El Centro de Recursos facilita a las empresas información, análisis, herramientas, recursos, oportunidades y comercialización, y cubre ampliamente las necesidades de las empresas interesadas en su salida al exterior. Es un programa novedoso y con muy buena receptividad por parte de las empresas al juntar financiación con acompañamiento, asesoramiento y formación específica para la salida al exterior.

Paralelamente se ha continuado con el Programa Exportar para Crecer, ampliando el público objetivo y realizando tanto sesiones informativas generalistas como actividades centradas en mercados interesantes para la empresa española. Se han realizado actividades relacionadas con Marruecos y Perú, unos diez actos en España con la presencia de más de mil empresas.

Financiación a medio y largo plazo

En materia de financiación a medio y largo plazo, destacan significativamente los crecimientos interanuales obtenidos por Sabadell Renting en *renting* auto y en *renting* para la financiación de bienes de equipo de un 51,6% y 13,8%, respectivamente. Se consolida el liderazgo en el sector del *renting* de soluciones vinculadas a la eficiencia energética, promoviendo el cambio tecnológico en los clientes en ámbitos de iluminación, envolventes, ACS y climatización, además de renovables como geotérmica, solar térmica y fotovoltaica; todo ello en el marco de las directivas de eficiencia energética 2010/31 y 2012/27 de la UE. También se ha financiado a clientes finales, empresas de servicios energéticos y compañías suministradoras de diferentes tipos de energía. En este ejercicio, se han consolidado las ventas a empresas de grandes flotas de vehículos, por lo que se ha creado un departamento especializado en esta operativa y se ha iniciado el proyecto de

internacionalización de *renting* con acuerdos con otros operadores para dar servicio a clientes que se expandan fuera del territorio.

Dentro del marco del plan de negocio Triple, el negocio de *renting* está desarrollando la potenciación de canales de venta, como el de prescripción, lo que posibilita a los clientes incrementar sus ingresos ofreciendo la posibilidad de financiación de sus productos. También en el canal de particulares ha adquirido especial relevancia el producto de *renting* para automóviles y se han creado ofertas atractivas dirigidas a un público joven. Este público tiene tendencia al pago por uso y es cada vez más exigente con el servicio y la utilización de herramientas tecnológicas de vanguardia como apps y webs para la interacción con Sabadell Renting.

Negocios

En el segmento de negocios se han registrado incrementos continuados de cuota, siguiendo la tónica de los últimos años de crecimiento de clientes. La Cuenta Expansión Negocios sigue siendo la palanca prioritaria con la que instrumentar la actividad de captación y vinculación de nuevos clientes, así como para su operativa habitual. Durante 2015 hemos reforzado y mejorado el Plan de Acompañamiento de Negocios iniciado el 2012 con el objetivo de rentabilizar la gestión del gran número de clientes de este segmento y potenciar la vinculación temprana de los mismos con actuaciones centralizadas.

Créditos preconcedidos

Otro de los focos importantes en los clientes de este segmento durante el ejercicio han sido las acciones continuadas para la gestión de créditos preconcedidos destinados a satisfacer las necesidades de financiación de autónomos, comercios y negocios. Durante este año, se han ofrecido 4.700 millones de euros en préstamos preconcedidos a una cartera de 248.000 clientes. Desde su puesta en marcha en 2012, el Banco ha otorgado a más de 500.000 negocios españoles cerca de 8.700 millones de euros.

Campaña “Creemos sobre los comercios”

Por otra parte, durante 2015 han continuado las campañas sobre comercios “Creemos” en 52 ciudades de toda España y se han visitado más de 17.000 establecimientos. El objetivo de estas acciones ha sido impulsar el tráfico de clientes a los puntos de venta de cada municipio, fomentar el consumo y dinamizar la actividad del tejido comercial en las ciudades. El mensaje transmitido en las campañas ha sido: creer en estos municipios es creer en su comercio. La clave del éxito de esta campaña ha radicado en los gestores de la red que han visitado todos los comercios de la población presentándoles la campaña, con las consiguientes oportunidades de captación y fidelización de

comercios que estas visitas han generado.

En cada localidad, la campaña ha tenido refuerzo de publicidad en medios masivos, como publicidad exterior, prensa y radio, de modo que se ha conseguido una gran notoriedad y repercusión mediática. Estos son los municipios que han participado en la campaña "Creemos" 2015: Avilés, Ferrol, Sevilla, Vilanova i la Geltrú, Santa Coloma de Gramenet, Salamanca, Móstoles, Alicante, Valencia, Murcia, Inca, A Coruña, Pontevedra, Vitoira, Getxo, Torrelavega, Amurrio, Burlada, Tudela, Cintruénigo, Sabiñánigo, Fraga, Eibar, Sestao, Portugalete, Galdakao, Barakaldo, Erandio, Amorebieta, Gernika, Durango, Calatayud, Monzón, Miranda de Ebro, Ordizia, Beasain, Tolosa, Zarautz, Bergara, Calahorra, Tafalla, Donostia, Munguía, Basauri, Bermeo, Santurtzi, Derio, Irún, Arrasate, Laudio, Leioa y Haro.

Franquicias

En lo que se refiere a franquicias, se ha intensificado también la actividad en este negocio, tanto desde el punto de vista de imagen como de negocio. Banco Sabadell ha participado activamente en distintos eventos (ferias de franquicias, jornadas profesionales, etc.) y ha contribuido, a través de un importante número de convenios de colaboración, a facilitar la financiación a más de mil quinientos negocios franquiciados, con una inversión de más de 380 millones de euros, lo que representa un incremento del 70% respecto al año anterior. Asimismo, en noviembre se organizó en la sede del Centro Corporativo de Sant Cugat el congreso de franquicias Franquicia futura, una iniciativa totalmente pionera en el sector, con un éxito sin precedentes y que ha posicionado a Banco Sabadell definitivamente como referente financiero en el sector de las franquicias.

Clientes institucionales

La actividad comercial en el segmento de clientes institucionales se ha centrado en la gestión de los recursos y en la comercialización de productos de inversión alternativos, como solución al entorno de mercado con bajos tipos de interés. En el ámbito de los recursos cabe destacar la contribución a la rebaja del *cost of funding* del Banco y la diversificación hacia activos monetarios alternativos, todo ello logrando un incremento de los recursos en el conjunto del segmento. En cuanto a la comercialización de productos de inversión alternativos, destacan tres áreas de negocio: la primera, el incremento en el saldo de fondos de inversión como consecuencia de las nuevas categorías de fondos que se ajustan a cada perfil de cliente; la segunda, la comercialización de productos originados en Sabadell Corporate Finance, y, por último, la comercialización del que será el primer fondo de capital riesgo distribuido a terceros conocido como Aurica III. Todo ello fortalece la oferta y el servicio financiero aportado a los clientes institucionales desde el Banco.

Agrario

El Banco se ha marcado dos claros objetivos para el segmento agrario: ser una de las entidades financieras de referencia para el sector y conseguir una cuota de mercado del 5% para finales del año 2016.

Con esos claros objetivos como meta, en el año 2015 el Banco se ha dotado de fuerza comercial especializada con la creación de 14 puestos de delegados agrarios que ofrecen cobertura y apoyo a la red de oficinas en todo el territorio nacional.

Por su especial ubicación en zonas de una alta actividad profesional agrario-pesquera, se han definido 130 oficinas Agro, con un *layout* diferenciado, una formación específica y una línea de notoriedad de mayor identificación con el sector.

También existen más de 700 gestores repartidos entre todas las oficinas para dar respuesta a cualquier inquietud de los clientes actuales y potenciales. A ello sumamos la creación de productos financieros muy concretos y específicos que han sido demandados por la clientela, con lo que recogemos todas sus inquietudes y sugerencias.

La presencia en las principales ferias y jornadas del sector, así como los convenios firmados con los principales actores, y la alta captación de clientes y volúmenes de negocio, permiten afirmar que Banco Sabadell está obteniendo el reconocimiento esperado.

Turístico

El año 2015 ha sido de consolidación del negocio del segmento turístico, en su objetivo fundamental de posicionar a Banco Sabadell como referente del sector, lo que ha dado una propuesta de valor para el cliente y con un foco especialmente dirigido a la inversión. Se ha completado una estructura de cuatro delegados ubicados en las direcciones territoriales con mayor peso del turismo: Cataluña, Este, Centro y Sur.

Sus actuaciones se han centrado en financiación de compra de establecimientos hoteleros, expansión internacional de cadenas, proyectos de reforma, renovación de imagen corporativa, eficiencia energética, y complementado con un catálogo especializado de servicios y productos de medios de pago, tarjetas especializadas y productos de banca seguro. Con ello, destaca el cumplimiento de los objetivos marcados, con crecimientos anuales superiores al 13% en inversión y al 20,5% en recursos.

Cabe indicarse también la presencia en jornadas, foros y medios especializados, así como la firma de convenios con las principales asociaciones empresariales, tanto nacional como localmente.

Administraciones públicas

En 2015, el segmento de administraciones públicas se ha visto fuertemente influenciado por dos hechos diferenciales. En primer lugar, se trata de un año electoral, lo

que comporta una caída de la actividad de las administraciones y, en segundo lugar, la incorporación de las medidas regulatorias implantadas por el Estado sobre la administración autonómica y local, principalmente con la entrada en vigor para todos los organismos de los criterios de prudencia financiera que regulan y recomiendan la refinanciación de todas las operaciones bajo criterios de precios máximos. De hecho, esta regulación ha conllevado un estrechamiento de los márgenes financieros, pero no ha sido óbice para que el Banco haya seguido con la tendencia de crecimiento establecida en el Plan Triple. Todo esto se refleja en las cuotas de mercado. Así, la cuota de inversión se ha incrementado en 16 puntos básicos hasta el 5,96%; los recursos, en 82 puntos básicos hasta el 4,39%, y la cuota de clientes, en 107 puntos básicos, con lo que se ha situado en el 20,09%. Estos crecimientos atomizados han permitido el aumento de la operativa corriente de los clientes, lo que se ha traducido en un crecimiento del margen comercial y ha paliado el efecto restrictivo de los criterios de prudencia financiera.

La tendencia comercial iniciada en 2014, mantenida y reforzada en este ejercicio, hace que Banco Sabadell siga siendo una de las entidades de referencia en el ámbito de la administración pública.

Particulares

Uno de los principales objetivos de 2015 del segmento de particulares ha sido mantener un elevado ritmo de captación, con especial foco en la captación de calidad, lo que ha supuesto sumar 380.000 nuevos clientes particulares y convertirnos en el Banco principal de más del 70,3% de los nuevos clientes.

Para conseguirlo ha sido clave disponer de una oferta competitiva, con productos y servicios de calidad, seguir poniendo foco en la notoriedad e imagen de marca y ser una de las entidades más innovadoras en el mercado, tanto en lo referente a innovación de producto como en la creación de nuevos modelos de relación con el cliente.

Construir con los clientes una relación sólida ha sido clave para que Banco Sabadell se haya convertido en el Banco principal de más clientes.

En 2015 se ha iniciado el despliegue de gestión activa.

En millones de euros

	2014	2015	% 15/14
Margen de intereses	885,89	1.114,71	25,8
Comisiones netas	397,26	398,16	0,2
Otros resultados	(73,46)	(75,89)	3,3
Margen bruto	1.209,69	1.436,98	18,8
Volumen de clientes			
Inversión crediticia	36.346	35.999	(1,0)
Recursos	53.070	53.421	0,7
Valores	4.099	4.315	5,3
Ratio de morosidad (%)	10,3	8,7	—

T3 Particulares

En 2015 se ha iniciado el despliegue de gestión activa, nuevo modelo de gestión integral de clientes de Banca Personal a través de canales remotos. Gestión activa es un modelo adaptado a las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo un gestor personal, con un horario ampliado, que permite dar respuesta inmediata a las necesidades de los clientes de forma remota y todo ello sin desplazarse a la oficina.

Cabe destacar, en cuanto a productos, el lanzamiento de la Cuenta Ahorro 5, un plan de ahorro a largo plazo con ventajas fiscales, o el lanzamiento de la Hipoteca Expansión, a tipo fijo con cuota creciente, o el nuevo Préstamo Expansión 24 +24, entre otros. El resultado de todas estas iniciativas ha confluído en una mejora de la experiencia de cliente.

La actividad comercial en el segmento de particulares se ha centrado en una visión del cliente, a través de una gestión comercial orientada a cubrir cada una de las necesidades de este: transaccionalidad, financiación, protección y ahorro.

En cuanto a la notoriedad, se ha continuado con la estrategia de marca iniciada en años anteriores, lo que ha conseguido un gran impacto en el segmento de particulares mediante las campañas publicitarias de “Gestor Personal”, donde se ha puesto en valor la figura del gestor personal de Banco Sabadell, y “Nuevos Tiempos”, campaña que tuvo dos fases: una de reposicionamiento de marca y una segunda centrada en producto (préstamos personales).

Banca Personal

En el ámbito del segmento de Banca Personal, 2015 ha sido el año de lanzamiento del nuevo modelo de gestión de clientes. Este modelo ha definido al gestor personal y la atención personalizada como ejes clave en la relación con el cliente. Banca Personal tiene por objeto ofrecer un servicio integral y proactivo, centrado en la gestión especializada, acompañando al cliente en el proceso de acumulación, consumo y transmisión de su patrimonio para satisfacer todas sus necesidades financieras. Para ello se han reforzado las comunicaciones a clientes del segmento con el envío de un *Welcome Pack* de bienvenida, una *newsletter* quincenal para mantener informado al cliente sobre el entorno económico y los diferentes productos y servicios financieros, así como con un vídeo de *asset allocation*.

Durante este año, el flujo de saldos de clientes hacia fondos de inversión ha continuado al alza, lo que ha supuesto un incremento de la cuota de mercado de fondos de inversión de un 16,4%. Banco Sabadell se ha dotado de una nueva oferta de fondos de inversión perfilados que se caracterizan por gestionar activamente su *asset allocation* para anticiparse a la evolución de los mercados, desplegando una amplia diversificación geográfica y sectorial y manteniendo constante su perfil de riesgo.

Otra novedad en la oferta de productos para clientes de este segmento ha sido el lanzamiento, en el mes de

julio, de la Cuenta Expansión Plus, una cuenta a la vista con condiciones preferentes para clientes transaccionales que demandaban un producto que les hiciese sentirse diferenciados y con un trato preferente. Con la Cuenta Expansión Plus el Banco se ha dotado de una oferta altamente competitiva para atraer y captar nuevos clientes de valor.

Todas estas iniciativas han empezado a dar fruto aumentando el margen medio por cliente en un 7,8% y han situado en 2015 a Banco Sabadell, en el segmento de Banca Personal y dentro del grupo de entidades comparables, en la segunda posición en experiencia de cliente de acuerdo con el indicador NPS (*net promoter score*).

Rentas medias

Dentro de los diferentes segmentos de particulares, el de rentas medias aglutina el 82,2% de los clientes, con un 59,4% del margen y un volumen de negocio del 46,4%, donde destaca la financiación con un 66,5%. El peso de este segmento se ha consolidado progresivamente, no solo por la propia actividad comercial de nuestra red sobre el *stock* de clientes, sino por el nivel de captación de nuevos clientes, que se ha situado este 2015 en 323.107 clientes, lo que supone el 84,8% de los particulares captados.

La oferta de valor que el Banco pone a disposición de los clientes pretende cubrir cada necesidad adaptándose en términos de mercado y de ciclo de vida del cliente. En este sentido cabe destacar la Cuenta Ahorro 5, un plan de ahorro a largo Plazo con el que se ayuda a los clientes en su ahorro con ventajas fiscales y especialmente en términos de ahorro periódico, clave en la estrategia de los clientes de rentas medias. Banco Sabadell ha estado muy activo comercialmente en este producto lo que ha permitido cerrar el año 2015 con más de 400.000 contratos y un volumen superior a los 1.000 millones euros.

Respecto a la necesidad del ahorro a largo plazo para la jubilación, se han diseñado los Planes de Futuro, modalidad de planes de pensiones vinculados al ciclo de vida del cliente, adaptando la distribución de las inversiones en renta fija y renta variable en función del tiempo que resta hasta su jubilación.

Un aspecto crítico en la gestión de un segmento tan masivo como es el de rentas medias es el desarrollo de nuevas capacidades de contratación. En este sentido, ha sido clave el impulso que ha dado el Banco a cada una de estas capacidades, implantándose tanto en la red de oficinas como en todos los canales de contacto con el cliente.

Extranjeros

Durante 2015, el segmento de extranjeros ha continuado con un comportamiento excelente en sus indicadores de negocio y destacan incrementos del 56,2% en captación de clientes y un 15,6% en producción de nuevas hipotecas.

Se ha definido un plan de *marketing* que ha buscado consolidar tácticamente nuestro posicionamiento vía

refuerzo de las palancas básicas de captación del negocio a través de acciones micro de *marketing* local y del canal prescriptor. Estas acciones se han acompañado de una campaña de comunicación en medios dirigidos a la comunidad extranjera para impulsar también nuestra notoriedad.

En el nicho de expatriados también se han realizado los primeros pasos para aproximarnos a esta comunidad y conocer su opinión con el objetivo de desarrollar una propuesta de valor y crecer. En esta línea, el Banco ha patrocinado el International Talent Monitor y ha organizado los Desayunos Networking, con la colaboración de Barcelona Activa y Barcelona Global. La oferta dirigida a este segmento se ha continuado ampliando.

En cuanto a recursos del segmento de extranjeros, se ha ampliado la oferta de fondos de inversión con oferta de fondos en libras esterlinas y dólares estadounidenses. Por lo que se refiere a financiación, clave básica de captación de clientes de turismo residencial, la hipoteca fija ha sido clave en 2015.

Productos destacados

Por lo que respecta a préstamos vivienda, se ha mantenido el cambio de tendencia en el mercado inmobiliario/hipotecario y se ha materializado un crecimiento de la nueva producción del 39,4% en importe y del 24,7% en número de operaciones. Esto ha permitido situar la cuota de mercado de nueva contratación en el 8,8% considerando los volúmenes y en el 7,5% en lo que se refiere al número de operaciones (dato acumulado hasta septiembre), cuando en el mismo mes del año anterior se situaba en el 7,4% y 7,0%, respectivamente. El Banco ha potenciado desde inicios de año las hipotecas a tipo fijo, lo que se ha supuesto pasar de representar un 9,8% de la contratación en el primer trimestre de 2015 a un 25,3% en los últimos tres meses. Además, como se ha mencionado anteriormente, se ha seguido innovando con la comercialización de la Hipoteca Expansión, producto que combina las mejores características de la hipoteca a tipo fijo (seguridad de saber qué se va a pagar) con las de la hipoteca a tipo variable (cuota más atractiva de inicio).

Cabe destacar asimismo un incremento del negocio proveniente de agentes, lo que representa actualmente un 16,8% de las operaciones hipotecarias, cuando el año anterior representaba un 12,8%.

La contratación de préstamos al consumo ha presentado un incremento de volumen del 46,7% respecto al año anterior, debido al foco en la red comercial y a una estrategia controlada de reducción de precios. Se ha lanzado el Préstamo Expansión 24+24, un producto innovador en el mercado, ágil en respuesta, concesión y abono, con especial foco en la gestión por canales a distancia. Además se ha consolidado por segundo año consecutivo la Línea Expansión como un producto de crédito inmediato destinado a financiar gastos familiares de pequeños importes y se ha seguido la dinamización de estudios para escuelas de negocio y universidades.

Dentro de medios de pago, el negocio de tarjetas ha seguido manteniendo el excelente ritmo de crecimiento observado en los últimos años. El parque de tarjetas ha alcanzado los 4,8 millones, con un incremento del 8,9% y ha aumentado la facturación en compras en tarjetas un 15,9%. Destaca la consolidación del despliegue masivo de tarjetas de pago sin contacto, iniciado hace dos años, y los pilotos de pagos con móvil, realizados este año y que se van a expandir a principios de 2016.

Los indicadores del negocio de TPV también han crecido considerablemente respecto al mismo período del año anterior: un 15,0% en terminales instalados y un incremento aún mayor en facturación del 27,0%. Se ha potenciado la plataforma de pagos con nuevos servicios para cobros con tabletas y *smartphones*, venta a distancia a través de SMS o correo electrónico, pagos en administraciones públicas y soluciones de aplazamiento. Durante el ejercicio, a través de acuerdos de colaboración con empresas de pago internacionales, se ha extendido la prestación de servicios a comercios ubicados en veinte países europeos. La entidad continúa posicionada como referente en pagos para ventas por internet.

Marcas comerciales

Durante el pasado ejercicio, la entidad ha unificado las marcas SabadellAtlántico y SabadellCAM para potenciar su imagen y es Banco Sabadell la marca de referencia que opera en la mayor parte del mercado español, excepto en Asturias y León, donde centra su actividad la marca SabadellHerrero; en el País Vasco, Navarra y La Rioja, donde el protagonismo es para la marca SabadellGuipuzcoano, y en la Comunidad Gallega, en la que se actúa bajo la marca SabadellGallego. La marca SabadellSolbank atiende de manera prioritaria las necesidades del segmento de europeos residentes en España mediante una red de oficinas especializada que opera únicamente en Canarias, en Baleares y en las zonas costeras del sur y levante. Finalmente, ActivoBank enfoca su actividad a los clientes que operan exclusivamente a través de Internet o por teléfono.

Las distintas marcas comerciales del Banco han seguido mejorando las cifras de margen de negocio y de nuevos clientes, tanto en empresas como en particulares, y también han incrementado cuotas de mercado, alcanzando el liderazgo en diversos segmentos de negocio. Todas las marcas han realizado una más que destacable función social y cultural en sus territorios de influencia gracias a acciones de patrocinio y mecenazgo. Los hitos logrados por el resto de marcas del grupo durante 2015 se presentan a continuación:

SabadellHerrero

La prestación de un servicio de calidad es un referente que ha guiado la actuación del Banco desde sus inicios por entender que es un importante factor de diferenciación y motor, por tanto, de su crecimiento en clientes

SabadellHerrero, mejor marca nacional en calidad de servicio.

y negocio. Partiendo de esta convicción es importante destacar el premio que SabadellHerrero recibió por ser la marca bancaria que ofrece la mejor experiencia de cliente en oficinas y la mayor calidad de servicio del mercado bancario español. El premio fue concedido por la empresa STIGA, referente sectorial en medición de calidad, tras un análisis de calidad objetiva en redes comerciales bancarias. El estudio evalúa la atención a clientes potenciales en oficinas bancarias a través de la técnica del *mystery shopping* (pseudo compras o compras simuladas). El estudio arrancó el año 2000 y analiza 50 marcas bancarias y 4.000 oficinas, cruza 260 variables y acumula una base histórica de 80.000 visitas a oficinas.

Este liderazgo en calidad, ahora confirmado a nivel nacional, está en la base de la progresión de la marca SabadellHerrero en su ámbito territorial de Asturias y León. Tres han sido las dimensiones en que este avance ha sido más relevante: la expansión del crédito, el ensanchamiento de la base de clientes y la gestión especializada del ahorro a través de fondos de inversión y planes de pensiones.

Recuperada en gran medida la demanda de crédito, SabadellHerrero lo ha visto reflejado en sus cifras de concesión de crédito que han registrado mejoras generalizadas en todos los territorios de la marca: Asturias, 3,11% de crecimiento interanual y León, 7,59%. El papel referente de SabadellHerrero como impulsor de la concesión de crédito en sus mercados propios queda patente en su cuota de mercado en financiación empresarial ICO: en Asturias, con un 37,92%, y en León, donde por primera vez ocupa la primera posición, con una cuota de mercado provincial de 33,35%. Los importes de nueva concesión de crédito han sido superiores a las rebajas por amortizaciones lo que ha hecho posible un crecimiento neto de la cifra de inversión de un 3,05%, hecho que contrasta positivamente con la caída del mercado, en los últimos datos conocidos, y resalta nuevamente dinamismo comercial del Banco.

Consecuencia directa de la atención continuada de las necesidades de sus clientes y del mantenimiento de altos niveles de calidad es el crecimiento de la base de clientes del Banco, a la que durante 2015 se han añadido 19.926 clientes particulares y 3.106 empresas. Una vez más, el modelo consolidado en el Banco de acuerdos comerciales con colectivos empresariales, asociaciones y colegios profesionales ha sido el impulsor de este aumento en el número de clientes.

El apoyo de SabadellHerrero a la empresa fue reconocido por la Confederación de Organizaciones Empresariales de Castilla y León (CECALE) que, a propuesta de la Federación de Empresarios de León, distinguió a SabadellHerrero con uno de sus galardones, CECALE de Oro, que reconoció por primera vez a una entidad financiera.

El nuevo entorno de tipos de interés bajos exige a las entidades financieras mayor capacidad de asesoramiento y una oferta completa y diversificada de productos que permitan a los clientes obtener un rendimiento de sus ahorros con la exposición adecuada según sus circunstancias y perfil personal de riesgo. SabadellHerrero ha respondido a esta demanda de sus clientes y los crecimientos de saldos de su cartera de fondos de inversión y planes de pensiones han sido del 17% y del 6,34%, respectivamente.

En el campo del patrocinio y mecenazgo, durante 2015 tuvo lugar la quinta edición de un galardón de hondo significado empresarial: el Premio Álvarez-Margaride que, a iniciativa de SabadellHerrero y de la asociación APQ (Asturias Patria Querida), premia trayectorias empresariales ejemplares. Fue otorgado al empresario Daniel Alonso Rodríguez, fundador del Grupo Daniel Alonso, presente en sectores como el del medio ambiente, los montajes, la fabricación de camiones y maquinaria, los transportes especiales, el mantenimiento industrial y la ingeniería.

A la promoción del talento se ha dirigido el mecenazgo del Banco a través de la Fundación Banco Sabadell. Dicho mecenazgo se articula en torno a acuerdos con las universidades de Oviedo y León y permite tener en marcha programas de becas con las que los alumnos consolidan su formación con su aplicación a la práctica diaria en un Banco. Destaca el patrocinio de la Fundación Banco Sabadell de las becas para prácticas en el Banco Interamericano de Desarrollo, con que los mejores expedientes de la Universidad de Oviedo reciben una formación de excelencia en la sede central del Banco en Washington.

La Fundación Banco Sabadell distinguió en su XIV edición del Premio SabadellHerrero a la Investigación Económica como mejor economista joven a Víctor Martínez de Albéniz, profesor agregado en el IESE, donde ha desarrollado su labor académica desde al año 2004, por su trayectoria de investigación en el campo de gestión de empresas.

SabadellGallego

SabadellGallego realizó en 2015 un ejercicio de consolidación de los cambios de plataforma tecnológica y sistemas operativos y comerciales y sentó las bases para una sólida expansión en Galicia. Una parte significativa de las 129 oficinas de la red de oficinas del Banco en Galicia fue renovada en profundidad y la totalidad de cajeros automáticos sustituidos por unidades nuevas de última generación. Las inversiones tuvieron especial incidencia en la red rural del Banco que se vio muy reforzada tanto en instalaciones como en plantillas y servicio.

Todos estos cambios han supuesto una auténtica transformación de SabadellGallego y se han traducido en rápidas mejoras de servicio y de percepción por parte de los clientes. Así, los indicadores de calidad de servicio no solo se sitúan por encima del promedio del conjunto de entidades que operan en Galicia, sino que están muy próximos a los niveles de excelencia que caracterizan al grupo Banco Sabadell.

El crédito concedido por el Banco en Galicia ha registrado una notable expansión y, con un aumento de 2,5% en importes formalizados respecto al año anterior, ha llevado a un crecimiento del saldo de inversión en clientes del 1,81% interanual. SabadellGallego se mantiene entre las principales entidades de Galicia en cuota de

financiación empresarial ICO y, con el 18,44%, se mantiene en los niveles alcanzados el año anterior. Especial dedicación ha tenido para el Banco el desarrollo del negocio internacional de sus clientes, que culminó a cierre del año con la realización de una jornada internacional en A Coruña donde se reunió una muestra notable del empresariado exportador gallego.

En recursos de clientes, el Banco se orientó a una efectiva diversificación de carteras que preservase los rendimientos de sus clientes ante los tipos de interés en niveles mínimos de los depósitos. Así, en fondos de inversión y en planes de pensiones, son los que registraron mayores crecimientos (18% y 11,64% respectivamente), junto con el éxito comercial de la Cuenta Expansión.

SabadellGallego culmina su transformación y sienta las bases de su crecimiento en Galicia.

Un total de 19.844 clientes particulares y 5.327 empresas se sumaron a la clientela del Banco en Galicia, cifras por encima de las obtenidas en captación en ejercicios anteriores y reflejo del dinamismo comercial del Banco y de los múltiples acuerdos alcanzados con colectivos empresariales, asociaciones y colegios profesionales. Especial atención ha puesto el Banco en el segmento agro-ganadero y pesquero en las oficinas de su red rural. En este ámbito, el crecimiento porcentual en negocio ha duplicado al del resto de la red poniendo de manifiesto su potencial y la fortaleza de presencia de SabadellGallego en el mundo rural de la comunidad.

En el ámbito social y cultural, SabadellGallego patrocinó el premio de Liderazgo Empresarial, que concede la Confederación de Empresarios de Coruña y que este año recayó en el presidente del Grupo Gadisa, Roberto Tojeiro, al frente de un conglomerado empresarial diversificado en negocios de alimentación, energía y madera, entre otros sectores. La Fundación Banco Sabadell ha mantenido su colaboración con las universidades gallegas y, mediante un convenio con la Fundación Empresa Universidade Galega (FEUGA), ha incorporado licenciados en prácticas. En el campo exclusivamente cultural, la fundación ha patrocinado la exposición “El primer Picasso. A Coruña 2015”, organizada por el Ayuntamiento de A Coruña y la Consellería de Cultura de la Xunta de Galicia, y la exposición “Camiño.Aorixe”, también con la Consellería de Cultura en Santiago de Compostela. Por último, la Fundación Banco Sabadell organizó junto al Auditorio de Galicia la exposición “Salto de página. El libro artista en el siglo XXI”.

SabadellGuipuzcoano

Uno de los hitos más significativos del ejercicio fue el lanzamiento del Plan Norte, convirtiéndose en uno de los principales planes territoriales que se han desarrollado en aplicación a lo previsto por el Plan Triple. Se trata de un programa de actuación comercial específico que pone foco en el incremento de la base de clientes y en la mejora del margen por encima de lo previsto con carácter general, con la finalidad de incrementar las cuotas de mercado.

Este plan, de duración bienal con finalización en 2016, diseña y pone en acción distintas palancas cuya eficacia está resultando muy satisfactoria. Las principales áreas de actuación, que se han traducido rápidamente en una mejora de los resultados de negocio, son:

- Apertura de dos nuevas oficinas en zonas de gran potencial de crecimiento de Zaragoza y Logroño.
- Acciones sincronizadas de marketing en 40 promociones locales específicas con la campaña “Creemos en...” para incrementar notoriedad y tráfico de clientes en oficinas.
- Medidas organizativas y metodológicas, como la creación de la figura del director comercial específico para Cantabria y el diseño y la implantación de una metodología de seguimiento y apoyo particular a un conjunto de oficinas dispersas desde el punto de vista geográfico pero con retos similares en su gestión comercial y especialización de los gestores.

En la red comercial, dichos resultados se tradujeron en un incremento interanual de la captación de clientes

particulares del 14,7%. Este crecimiento ha sido del 6,5% en clientes empresas y la mejora del margen comercial, del 11,4%.

En lo que se refiere a la red de oficinas de empresa, el ejercicio se ha caracterizado por un recrudecimiento de la competencia centrada en la gestión de precios de las operaciones de activo, a pesar de lo cual se consiguió mejorar la inversión crediticia del perímetro de la marca en un 6,6%, al mismo tiempo que se contuvo la morosidad.

Con todo ello, y a pesar de las adversas circunstancias de mercado, SabadellGuipuzcoano ha logrado mantener e incluso, en algunos casos, mejorar su presencia en el

territorio de influencia donde, con una cuota de oficinas del 5,5%, alcanza una cuota de particulares del 5,7%, indicador que alcanza especial relevancia en pymes (34,8%) y, sobre todo, en grandes empresas (73,9%).

Paralelamente, SabadellGuipuzcoano ha continuado creciendo y consolidándose durante 2015 como una de las principales referencias financieras locales y regionales del entorno, transmitiendo, por un lado, la fortaleza y el liderazgo del grupo, y por otro, el compromiso y la vinculación histórica con el territorio.

La entidad ha desplegado una intensa actividad institucional con récord de suscripción de convenios de colaboración.

Una de las expresiones de dicha vinculación es la creciente actividad institucional local y la suscripción de convenios de desarrollo económico, como los que la entidad mantiene históricamente en el ámbito de negocio internacional con las Cámaras de Comercio de Navarra y Zaragoza, así como con las Asociaciones de Empresarios Guipuzcoanos (Adegi) y Vizcaínos (Cebek). En este mismo campo Internacional, se han celebrado con éxito en Bilbao, dos jornadas del Programa Exportar para Crecer dedicadas a Marruecos y Perú.

Cabe destacar dos importantes novedades en materia de firma de Convenios, como el de Apoyo al Sector Agropecuario y Alimentario de Euskadi, y el de Colaboración en Política Lingüística de uso del euskera en el ámbito comercial y del consumo, ambos suscritos con el Gobierno Vasco.

Finalmente, la entidad continuó siendo especialmente activa en eventos y patrocinios de toda índole, volviendo a situarse en el lugar más destacado de su territorio de influencia por su apoyo a iniciativas sociales, culturales y deportivas. Así, en el campo científico universitario, es reseñable la concesión, un año más, de la beca de investigación a Bio Donostia a través de la Fundación Banco Sabadell, o la colaboración institucional y comercial con la Universidad San Jorge de Zaragoza.

En el plano cultural, es obligado mencionar el patrocinio principal de la multitudinaria Feria Internacional Gastronomika de Donostia-San Sebastián, así como la contribución al desarrollo del intenso programa de actividades relacionadas con la Capitalidad Cultural Europea de dicha ciudad para el año 2016.

Finalmente, la presencia de la marca ha sido muy relevante también en el terreno deportivo, donde una vez más SabadellGuipuzcoano fue sponsor de la Vuelta Ciclista al País Vasco y también, dentro del mismo deporte, patrocinó junto con SabadellGallego, el singular reto Roncesvalles/Santiago de Compostela en 24 horas, protagonizado por el ciclista profesional Mikel Azparren con amplia repercusión en medios de comunicación.

ActivoBank

Finalmente, ActivoBank, con 55.359 clientes al cerrar el año, ha focalizado su actividad comercial en la gestión patrimonial y ha conseguido unos volúmenes de 1.229,7 millones de euros. Destacan el incremento de saldos en cuentas, de un 11,6% y de los recursos fuera de balance del 1,7%. Los fondos de inversión han crecido un 1,5%, alcanzado un volumen de 115,0 millones de euros.

BStartup

El programa BStartup tiene como objetivo posicionar al Banco como la entidad financiera que más apoya a las empresas que empiezan, con especial interés en las startups del sector digital y tecnológico por su elevado potencial de escalabilidad. Como líneas básicas de actuación destaca, por un lado, las 88 oficinas especializadas en startups con un circuito de riesgos específico para ofrecer un mejor servicio a estos clientes. Además el programa BStartup 10 invierte un millón de euros en diez proyectos

en fase semilla anualmente, habiéndose invertido ya en 19 compañías. A estas empresas también se les ofrece un programa de alto rendimiento con la aceleradora Inspirit para favorecer su establecimiento en el mercado y el acceso a siguientes rondas de inversión. En las dos convocatorias de BStartup 10 completadas en 2015 se presentaron 887 proyectos. Y como tercera línea de actuación se ha intensificado la colaboración con los procesos de Open Innovation del Banco.

Es importante la notoriedad que se ha adquirido en estos dos años de funcionamiento de BStartup. En 2015 se han incrementado notablemente las apariciones en medios (1.085 apariciones) y el impacto en redes sociales, así como la participación activa en eventos de emprendimiento por todo el territorio español. En 2015 BStartup ha organizado/participado activamente en 121 eventos. Además, el año se ha cerrado con un total de 24 convenios de colaboración firmados con entidades que dan su apoyo a emprendedores en todo el territorio y que pueden prescribir los productos y servicios del Banco. En lo que respecta a la generación de negocio directo, se han gestionado 161 millones de euros entre activo y pasivo, un 132% más que el año anterior.

Bancaseguros

Bancaseguros, un negocio en crecimiento y constante evolución.

A cierre del ejercicio de 2015, el volumen total de saldos gestionados en seguros y planes de pensiones alcanza los 11.962,3 millones de euros, y el total de primas de seguros (vida y no vida) asciende a 461,8 millones de euros, con un crecimiento del 1% y 18% respectivamente. Las sociedades de seguros y pensiones participadas por Banco Sabadell han obtenido unos beneficios netos totales de 146,1 millones de euros.

Como consecuencia de los acuerdos de bancaseguros heredados de las entidades bancarias absorbidas, el Banco ha continuado en 2015 el proceso de reordenación de los mismos. Con fecha efecto 1 de enero 2015 se ha procedido a realizar la fusión de Banco Gallego Vida y Pensiones SA de Seguros y Reaseguros con Mediterráneo Vida, Sociedad Anónima de Seguros y Reaseguros. Así mismo, a cierre de noviembre de 2015 se ha llevado a cabo la fusión por absorción de Mediterráneo Seguros Diversos SA de Seguros y Reaseguros con Bansabadell Seguros Generales. De esta forma, culmina el proceso de reordenación iniciado como consecuencia principalmente de las adquisiciones de Banco Gallego y Caja de Ahorros del Mediterráneo.

La filial aseguradora Mediterráneo Vida, Sociedad Anónima de Seguros y Reaseguros suscribió el 5 de marzo de 2015 con la entidad reaseguradora SCOR Global Life

Colectivos profesionales y red de agentes

Los colectivos profesionales y banca asociada tienen como objetivo prioritario captar nuevos clientes particulares, comercios, pymes y despachos profesionales. El 2015 se cerró con 2.487 convenios de colaboración con colegios y asociaciones profesionales, con más de 2.843.000 colegiados y asociados profesionales, de los que 659.582 ya son clientes del Banco, y con unos volúmenes gestionados superiores a los 20.000 millones de euros.

Banco Sabadell es un referente en la gestión de colectivos profesionales en el ámbito nacional, basando su diferenciación en la estrecha relación que mantiene con los colectivos, a través de la cual conoce las necesidades específicas de sus profesionales, cosa que permite ofrecer los productos y servicios financieros que su especificación requiere.

La Red de Agentes de Banco Sabadell, se mantiene como un eficiente canal de captación de negocio, con más de 35.000 nuevos clientes captados durante el año 2015. Los volúmenes gestionados han superado los 7.200 millones de euros.

Reinsurance Ireland, Plc una ampliación del contrato de reaseguro adicional al firmado en marzo de 2014, sobre parte de su cartera de seguros de vida-riesgo individual a 31 de diciembre de 2014. La prima total percibida por esta ampliación del reaseguro registrada en resultados de Mediterráneo Vida, y por tanto el grupo, fue de 8,9 millones de euros.

A 31 de diciembre de 2015, el negocio de seguros y pensiones de Banco Sabadell se estructura de la siguiente forma:

- Sabadell Vida, Sabadell Pensiones y Sabadell Seguros Generales, en *joint venture* desde 2008 con el grupo asegurador Zurich.
- Mediterráneo Vida, entidad en *run off* 100% propiedad del grupo Banco Sabadell.
- Sabadell Mediación, operador de bancaseguros vinculado.
- Exel Broker de Seguros, Correduría de seguros.

Durante 2015 Banco Sabadell ha continuado estableciendo las claves estratégicas para transformar el negocio de seguros y pensiones adaptándolo a los nuevos retos del mercado, en el que la orientación al cliente en lugar de la visión de producto y los nuevos modelos de negocio de

relación con el cliente, basados en la digitalización de los procesos, jugaran un papel protagonista.

Sabadell Vida

En el ejercicio de 2015, el volumen total de primas de vida ha ascendido a 2.850,5 millones de euros, lo que ha situado a esta entidad en la segunda posición del *ranking* español del sector, según los últimos datos publicados por ICEA.

En cuanto a los seguros de protección vida (incluyendo accidentes), las primas han alcanzado los 206,9 millones de euros, lo que ha significado un incremento del 44% respecto a diciembre de 2014, gracias principalmente a la evolución de los seguros vinculados. En seguros de vida ahorro, se ha cerrado el ejercicio con un total de ahorro gestionado que asciende a 5.444 millones de euros. Estos volúmenes sitúan a Sabadell Vida en la 6ª posición del *ranking* español del sector, según los últimos datos publicados por ICEA. El beneficio neto ha ascendido a 81,4 millones de euros.

Sabadell Pensiones

El volumen de fondos gestionados por Sabadell Pensiones se ha situado al final del ejercicio de 2015 en 3.746,8 millones de euros. De este importe, 2.286,8 millones corresponden a planes de pensiones individuales y asociativos, con un crecimiento del 10,4% respecto al año anterior, y 1.460,0 millones a planes de pensiones de empleo, con un crecimiento del 4% respecto a 2014. Estos volúmenes gestionados sitúan a la entidad en el 8ª puesto del *ranking* del total del sistema, según los últimos datos publicados por Inverco. El beneficio neto del ejercicio de Sabadell Pensiones ha ascendido a 0,8 millones de euros.

Sabadell Seguros Generales

El volumen de primas de la sociedad ha alcanzado en 2015 los 194,3 millones de euros. Durante 2015 la sociedad ha procedido a absorber Mediterráneo Seguros Diversos como parte del proceso de reordenación de sociedades de seguros, entidad que ha aportado en este ejercicio un volumen de primas de 23,9 millones. El beneficio neto del ejercicio de Sabadell Seguros Generales ha ascendido a 8,4 millones de euros.

Sabadell Previsión, EPSV

La entidad comercializa planes de previsión social para los clientes del País Vasco. El volumen de ahorro gestionado ha alcanzado en 2015 los 345,4 millones de euros, con un crecimiento de volumen del 1,2%.

Mediterráneo Vida

En el ejercicio de 2015, Mediterráneo Vida ha obtenido por su actividad aseguradora un volumen total de primas y aportaciones que asciende a 188,1 millones de euros, de los que 28,8 millones corresponden a productos de protección vida (incluyendo accidentes). En seguros de vida ahorro, se ha cerrado el ejercicio con un total de provisiones que ha ascendido a 1.884,7 millones de euros. El beneficio neto aportado al grupo de Mediterráneo Vida ha ascendido a 37,5 millones de euros. El beneficio neto incluye los ingresos extraordinarios por la firma de la ampliación del contrato de reaseguro con SCOR por importe de 8,9 millones de euros. Esta sociedad dejó de realizar nueva producción durante el ejercicio 2014, a excepción de productos de ahorro colectivo y planes de pensiones de empleo.

En relación con la actividad de gestión de fondos de pensiones de Mediterráneo Vida, la entidad ha llegado a gestionar fondos por valor de 57,0 millones de euros en 2015, todos ellos planes de pensiones de empleo debido a que la totalidad de los planes de pensiones individuales y asociativos por importe de 280 millones de euros fueron traspasados a Bansabadell Pensiones como parte de los acuerdos alcanzados el año anterior con Zurich.

Sabadell Mediación

Sabadell Mediación es la sociedad de mediación de seguros del Banco. Tiene carácter de operador de bancaseguros vinculado y es la sociedad a través de la que se realiza el proceso de distribución de seguros en la red de oficinas del Banco.

El volumen de ingresos por comisiones aportado al grupo ha ascendido a 66,6 millones de euros y el volumen total de primas intermediadas, a 3.310,6 millones. El beneficio neto aportado al grupo ha alcanzado en 2015 la cifra de 51,7 millones.

Exel Broker de Seguros

Exel Broker de Seguros es una correduría de seguros 100% de Banco Sabadell que proviene de la adquisición de Banco Guipuzcoano y realiza la intermediación de seguros y gestión de riesgos a grandes empresas de todos los sectores económicos de actividad contando para ello con equipo altamente cualificado de especialistas.

El volumen de ingresos por comisiones aportado al grupo ha ascendido a 3,5 millones (crecimiento del 19,6%) y el volumen total de primas intermediadas, a 23,6 millones. El beneficio neto aportado al grupo ha ascendido en 2015 a 1,4 millones, con un crecimiento del 25,93% respecto al año anterior.

Sabadell Consumer Finance

Sabadell Consumer Finance es la compañía del grupo especializada en la financiación al consumo desde el punto de venta. Desarrolla su actividad a través de diferentes canales, estableciendo acuerdos de colaboración con diferentes establecimientos de venta minorista como concesionarios de automoción, comercios, clínicas dentales, audiología, estética, instalaciones, etc.

La continuada tendencia al alza en el consumo privado y en su financiación ha propiciado para el negocio un incremento del volumen de operaciones respecto al año anterior, además de un incremento en las cuotas de participación en el mercado. La actividad comercial en 2015 ha continuado mejorando respecto a los ejercicios anteriores, y destacaron los incrementos en margen comercial y de explotación.

Del mismo modo, la eficacia en el recobro ha permitido una nueva reducción de los niveles de morosidad, que se ha situado en el 2,6%.

Durante el año se han realizado 380.690 nuevas operaciones a través de los seis mil puntos de venta distribuidos por todo el territorio español que han supuesto una nueva inversión en 2015 de 478,1 millones de euros. Asimismo, para dar soporte al crecimiento del negocio ha continuado fomentando el uso de las herramientas tecnológicas implementadas. En esta línea, se ha potenciado la firma electrónica de los contratos de préstamo, tanto en móviles como en tabletas, llegando hasta el 57% del total operaciones. Todo lo anterior ha facilitado el mantenimiento del ratio de eficiencia en porcentajes del 34%.

Mercados y Banca Privada

En millones de euros

	2014	2015	% 15/14
Margen de intereses	51,10	44,88	(12,2)
Comisiones netas	141,90	183,41	29,3
Otros ingresos	4,32	6,90	59,7
Margen bruto	197,32	235,19	19,2
Gastos de explotación	(96,03)	(104,45)	8,8
Margen de explotación	101,29	130,74	29,1
Dotaciones de provisiones (neto)	—	—	—
Pérdidas por deterioro de activos	1,00	(7,80)	—
Otros resultados	—	—	—
Resultado antes de impuestos	102,29	122,94	20,2
Ratios (%)			
ROE (beneficio sobre recursos propios medios)	94,7	125,2	
Eficiencia (gastos generales de administración sobre margen bruto)	48,7	44,0	
Ratio de morosidad	3,4	4,3	
Ratio de cobertura de dudosos	56,1	62,1	
Volúmenes de clientes			
Inversión crediticia	1.029	981	(4,7)
Recursos	16.896	16.854	(0,2)
Valores depositados	7.326	6.231	(14,9)
Patrimonio gestionado en IIC	12.007	15.459	28,7
Patrimonio total incluyendo IIC comercializadas no gestionadas	15.706	21.427	36,4
Otros datos			
Empleados y empleadas	529	529	—
Oficinas nacionales	12	12	—

T4 Mercados y Banca Privada