

# Crawford & Company

Plan estratégico para el año 2013



# Proyecciones de futuro

---

Esta presentación contiene proyecciones de futuro, incluidas proyecciones relativas al estado financiero futuro, resultados de las operaciones y perspectivas de beneficio de Crawford & Company. Las proyecciones, tanto cualitativas como cuantitativas, que no sean datos históricos pueden ser “proyecciones de futuro”, tal y como se define en la Private Securities Litigation Reform Act del año 1995. Las proyecciones de futuro implican diversos riesgos e incertidumbres que podrían provocar que los resultados reales fueran considerablemente diferentes a la experiencia histórica o a las expectativas actuales de Crawford & Company. Por lo tanto, no deberá confiarse de forma indebida en las proyecciones de futuro, cuya validez se ciñe a la fecha en la que se realizan. Crawford & Company no se compromete a actualizar las proyecciones de futuro para reflejar el impacto de aquellas circunstancias o eventos que pudieran surgir o no surgir a partir de la fecha en la que se realizan las proyecciones de futuro. Si desea obtener más información sobre Crawford & Company, así como sobre los riesgos y las incertidumbres derivados de las proyecciones de futuro, lea los archivos de informes de Crawford & Company presentes en la Comisión de Bolsa y Valores de los Estados Unidos (Securities and Exchange Commission, SEC) y disponibles en [www.sec.gov](http://www.sec.gov) o en la sección Investor Relations (Relaciones con inversores) del sitio web de Crawford & Company, en la dirección [www.crawfordandcompany.com](http://www.crawfordandcompany.com).



# Índice

---

Proyecciones de futuro .....	Dentro de la cubierta delantera
Nuestra visión, misión y valores de la empresa .....	2
Objetivos estratégicos globales para 2013 .....	3
Crecimiento .....	4
Fiscal .....	5
Cliente .....	6
Empleado .....	7
Comunidad .....	8
Objetivos de las unidades de negocio para 2013	
Europa, Oriente Medio, África y Asia-Pacífico .....	9
América .....	10
Broadspire .....	11
Administración de litigios .....	12
Desarrollo de negocios y clientes internacionales .....	13
Desarrollar un rendimiento y una estrategia global .....	14
Tecnología de la información y la comunicación .....	15
Las marcas de Crawford .....	16



# Nuestra visión, misión y valores de la empresa

---

Para conseguir nuestros objetivos globales y estratégicos, tenemos como base una agenda de crecimiento ilustrada en nuestras proyecciones de visión y de misión.

## Visión

Ser reconocido como el proveedor líder mundial de soluciones de reclamaciones y administrativas personalizadas

## Misión

Ser el proveedor de servicios de elección al proporcionar las soluciones de reclamaciones y administrativas de mayor calidad en cada uno de los mercados en los que ofrecemos nuestros servicios

## Valores

En nuestro esfuerzo por cumplir nuestra misión, nuestras creencias se cimientan sobre los siguientes pilares:

- Actuar de una forma responsable, con honestidad e integridad
- Ofrecer a nuestros clientes servicios de valor añadido
- Mantener comunicaciones abiertas y positivas con nuestros clientes y empleados
- Reconocer el valor y las aportaciones de todos nuestros empleados
- Ofrecer un entorno de trabajo seguro y saludable
- Compromiso con una formación, mejora e innovación continuas
- Ofrecer crecimiento a largo plazo y rentable a nuestros accionistas
- Educar a otras personas con nuestro ejemplo



# Objetivos estratégicos globales para 2013

---

## Crecimiento

- Sacar partido y hacer crecer la cartera de negocios de Crawford & Company

## Fiscal

- Crear una ventaja de costes significativa a través de la gestión de costes y la asignación de recursos

## Cliente

- Implementar soluciones analíticas innovadoras de valor añadido que impulsen la calidad, la colaboración global y los resultados

## Empleado

- Mejorar el liderazgo y perfeccionar la cultura

## Comunidad

- Expandir todavía más el compromiso de nuestra comunidad y los programas sociales corporativos



# Crecimiento

---



## Aprovechar y hacer crecer la cartera de negocios de Crawford & Company

- Aumentar los ingresos
- Priorizar e implementar negocios de crecimiento orgánico
- Implementar un proceso formal para valorar nuevos mercados y nuevos productos o servicios
- Crear una central para Global Technical Services® (GTS®) de Crawford
- Sacar partido de las ventajas de nuestra presencia global
- Optimizar la gestión de cuentas globales de la empresa
- Desarrollar un programa formal de ventas cruzadas a nivel mundial



## Fiscal

---



Crear una ventaja de costes significativa a través de la gestión de costes y la asignación de recursos

- Reducir los costes y aumentar la eficiencia de los procesos
- Aumentar los márgenes operativos
- Reducir los días de cuentas por cobrar (Days Sales Outstanding, DSO)
- Aumentar el flujo de caja y reducir la deuda



# Cliente

---



## Implementar soluciones analíticas innovadoras de valor añadido que impulsen la calidad y la colaboración global

- Mejorar la propuesta de valor de nuestros clientes
- Reforzar nuestras capacidades de gestión de información
- Anticiparse a las necesidades de los clientes en continua evolución y utilizar la tecnología para mejorar la toma de decisiones
- Fomentar la generación de ideas y la iniciativa empresarial
- Continuar implementando innovación e integración tecnológica





# Empleado

---



## Mejorar el liderazgo y perfeccionar la cultura

- Continuar proporcionando oportunidades de formación en gestión
- Ofrecer programas de tutorado innovadores
- Mantener la cultura de pagos según productividad
- Guiar la conducta empresarial por el Código mundial de conducta y ética comercial
- Aprovechar las soluciones tecnológicas para mejorar el producto del trabajo del empleado
- Desarrollar una encuesta de participación de empleados y comunicar/actuar según los resultados



# Comunidad



## Expandir todavía más el compromiso con nuestra comunidad y los programas sociales corporativos

- Continuar seleccionando proveedores que ofrezcan soluciones ecológicas
- Incorporar criterios de sostenibilidad en todas las políticas de compra
- Expandir el Día mundial de servicio de la empresa, obteniendo la participación tanto de los empleados como de los diferentes países
- Fomentar la participación voluntaria durante todo el año
- Ofrecer la oportunidad de que los empleados realicen donaciones a organizaciones seleccionadas



## EMEA/A-P

### Europa, Oriente Medio, África y Asia-Pacífico

- Desarrollar, orientar y ofrecer estrategias de segmentos de productos en mercados potenciales
- Proteger y aumentar las cuotas de mercado en productos de alto margen
- Continuar mejorando las capacidades de Catastrophe (CAT) y Global Technical Services (GTS)
- Desarrollar una organizaciones de servicios compartidos



# América

## Canadá, Latinoamérica, Estados Unidos

- Reajustar el segmento de reclamaciones de volumen alto y poca gravedad del sector inmobiliario y de accidentes de EE.UU.
- Acelerar la transición a una mano de obra más variable
- Expandir la operación vertical en Norteamérica
- Desarrollar la excelencia de las capacidades técnicas
- Continuar mejorando las capacidades de Catastrophe (CAT) y Global Technical Services (GTS)
- Invertir en Contractor Connection



# Broadspire

---

- Aumentar la rentabilidad
- Aumentar las ventas de gestión médica/TPA
- Aumentar las relaciones con los clientes actuales utilizando estrategias consultivas
- Reajustar el modelo operativo al desarrollar un modelo de suministro interno global
- Desarrollar un módulo analítico de predicción para aumentar y expandir la capacidad de análisis
- Comunicar internamente las estrategias de la unidad empresarial para alcanzar la satisfacción de los clientes y el personal



# Administración de litigios

---

- Establecer relaciones directas con las empresas que se enfrentan a acuerdos en demandas colectivas
- Centrarse en las oportunidades con gobiernos
- Expandir el negocio de los centros de llamadas
- Continuar aumentando la cartera de negocios
- Expandir la fuerza de ventas y la ubicación de las oficinas



## Desarrollar negocios y clientes globales

---

- Dirigir la gestión del rendimiento y la responsabilidad de ventas
- Consolidar y ejecutar iniciativas globales de ventas cruzadas
- Integrar el capital intelectual de la empresa
- Introducir e implementar una gestión de las cuentas global para los agentes y los aseguradores mundiales
- Garantizar la continuidad de las oportunidades de crecimiento para mantener la posición de líder del mercado
- Optimizar la estructura de los mercados globales



# Desarrollar un rendimiento y una estrategia global

---

- Gestionar el desarrollo del rendimiento en todas las unidades de negocio
- Garantizar la ejecución de los planes estratégicos
- Dirigir agresivamente la implementación de las iniciativas de reducción de costes
- Dirigir los programas de las unidades de negocio para aumentar los ingresos en respaldo al marco de crecimiento
- Supervisar las iniciativas de gestión de riesgos de la empresa y el desarrollo de la proposición de valor





# Tecnología de la información y la comunicación

---

- Implementar la convergencia de sistemas a través del Global Systems Roadmap (GSR)
- Implementar el programa tecnológico “Crawford Innovates” en todas las unidades de negocios y todos los países
- Implementar una cartera de aplicaciones para la gestión del proceso comercial de Crawford



# Las marcas de Crawford

---

En 1941, Jim Crawford observaba cómo los camiones de leche de diversas empresas distribuían leche a las casas de un barrio de Columbus, Georgia. Pensó que, si una empresa independiente transportara la leche para varias empresas de productos lácteos, aumentarían los niveles de eficiencia y se reducirían los costes. Aunque las empresas de productos lácteos no supieron reconocer los beneficios que podría ofrecerles un servicio independiente y consolidado, el sector de los seguros no dejó escapar la oportunidad, y así fue como surgió la marca Crawford.

Hoy día, Crawford & Company desarrolla sus actividades a través de nueve marcas diferentes, que proporcionan soluciones de gestión del servicio de reclamaciones, soluciones de externalización y consultoría de procesos empresariales para las principales líneas de productos, incluidas la gestión de reclamaciones relativas a inmuebles y accidentes, gestiones de reclamaciones de compensación a trabajadores y médicas, y la administración de litigios.



## Crawford & Company

Con sede en Atlanta, Ga., Crawford & Company ([www.crawfordandcompany.com](http://www.crawfordandcompany.com)) es el proveedor independiente más grande del mundo de soluciones de gestión de reclamaciones para el sector de seguros y gestión de riesgos, así como para entidades autoaseguradas, y cuenta con una red internacional en expansión que ofrece sus servicios en más de 70 países diferentes. El Sistema Crawford de soluciones de reclamacionesSM ofrece servicios de reclamaciones completos e integrados, servicios de consultoría y externalización de procesos empresariales para las principales líneas de producto, incluidas la gestión de reclamaciones relativas a inmuebles y accidentes, gestiones de reclamaciones de compensación a trabajadores y médicas, y administración de litigios. Las acciones de la empresa cotizan en la NYSE bajo las siglas CRDA y CRDB.



**BROADSPIRE**<sup>®</sup>

a Crawford Company

**Broadspire** es una empresa externa administradora líder a nivel internacional, que ofrece una amplia gama de servicios personalizados de gestión médica y reclamaciones diseñados para mejorar la productividad del empleado y mantener los costes reducidos. La oferta de servicios para EE. UU. de Broadspire en la administración de reclamaciones

de responsabilidad general, compensación a trabajadores y automovilísticas, de gestión médica y de gestión de ausencias y de atención está disponible como paquete o por separado. Además, Crawford ofrece también servicios de gestión de reclamaciones relacionadas con inmuebles, automóviles y responsabilidad en Europa bajo la marca Broadspire. Broadspire tiene sede en Atlanta, Georgia, y cuenta con una red de 85 oficinas situadas en los Estados Unidos ([www.choosebroadspire.com](http://www.choosebroadspire.com)) y en Europa ([www.Broadspire.eu](http://www.Broadspire.eu)), incluido el Reino Unido ([www.BroadspireTPA.co.uk](http://www.BroadspireTPA.co.uk)).



People. Power. Performance.™

## The Garden City Group, Inc.

([www.gacginc.com](http://www.gacginc.com)) es el líder reconocido en servicios de administración legal para acuerdos de litigios de clase, casos de quiebra y programas de captación legal, con más de 1000 empleados en oficinas distribuidas de costa a costa. La firma ha gestionado muchos asuntos de gran importancia, incluida la quiebra de General Motors, la liquidación de WorldCom de 6150 millones de dólares, el acuerdo antimonopolio Visacheck/MasterMoney de 3050 millones de dólares, la liquidación del fideicomiso de los nativos americanos de 3400 millones de dólares y el caso del centro de reclamaciones de la Costa del Golfo de 20.000 millones de dólares.

# Las marcas de Crawford

## CONTRACTOR CONNECTION®

**Crawford Contractor Connection®**, líder del sector en servicios de reparación gestionados a través de contratistas, ofrece a las aseguradoras y los consumidores una red doméstica de contratistas residenciales y comerciales sometida a un control de rendimiento que mide la calidad, la duración del proceso y el nivel de satisfacción del cliente. Visite nuestro sitio web en: [www.contractorconnection.com](http://www.contractorconnection.com).

## GTS®

Crawford Global Technical Services®

**Global Technical Services® (GTS®)** es el mejor recurso internacional centralizado para operar con ajustes de pérdidas grandes o complejas. Nuestra combinación exclusiva de profesionales cualificados y con experiencia, nuestra infraestructura y nuestro liderazgo nos permiten gestionar de forma estratégica las pérdidas importantes que puedan acaecer en cualquier parte del mundo. [www.crawfordgts.com](http://www.crawfordgts.com)

## KMC

OnDemand<sup>SM</sup>  
powered by crawford

**KMC On Demand<sup>SM</sup>** ([www.kmcondemand.com](http://www.kmcondemand.com)) ofrece a empleados, a clientes y al sector inmobiliario y de accidentes una plataforma exclusiva en línea que engloba una tecnología de gestión de conocimientos de última generación con cursos sobre seguros personalizados e información de soporte sobre el rendimiento.

## RSG<sup>SM</sup>

RISK SCIENCES GROUP

**Risk Sciences Group** ofrece sistemas de información de gestión de riesgos (RMIS) que ofrecen la posibilidad, a nivel empresa y mediante la utilización de bases de datos precisas y creíbles en nombre de cada cliente, de realizar el seguimiento de los datos de reclamaciones de cobertura múltiple y exposiciones a riesgos, así como de consolidarlos. Visite nuestro sitio web en: [www.risksciencesgroup.com](http://www.risksciencesgroup.com).

## SLS

a Crawford company

**SLS** engloba todos los servicios de responsabilidad legal de Crawford en el Reino Unido gracias a su personal formado por una combinación de 150 especialistas en 22 oficinas. Cada una de estas oficinas representa un "centro de excelencia" local, en el que trabajan expertos de diversas disciplinas de responsabilidad legal. [www.slsltd.com](http://www.slsltd.com)

## SWS

STRATEGIC WARRANTY SERVICES™  
— DIVISION OF CRAWFORD & COMPANY —

**Strategic Warranty Services<sup>SM</sup>** ofrece soluciones de garantía a fabricantes y a minoristas del sector de productos de construcción de viviendas y edificios. Nuestro completo conjunto de soluciones de garantías puede ayudar a las empresas a mejorar su eficiencia, aumentar su productividad y centrarse aún más en las actividades básicas de su negocio. Su sitio web es: [www.strategicwarrantyservices.com](http://www.strategicwarrantyservices.com).



1001 Summit Blvd.  
Atlanta, GA 30319

[www.crawfordandcompany.com](http://www.crawfordandcompany.com)