

TRANSFORMARSE EN UN MUNDO CAMBIANTE

INFORME DE ACTIVIDAD
2022



**BNP PARIBAS
CARDIF**

Seguros
para un mundo
en evolución



“ Como aseguradores, nuestro deber es responder a esta evolución teniendo en cuenta sus nuevas expectativas y las de sus clientes. ”

TRANSFORMARSE EN UN MUNDO CAMBIANTE



Pauline Leclerc-Glorieux
Directora General de BNP Paribas Cardif

2022 ha demostrado la resiliencia del modelo de BNP Paribas Cardif. Ha sido un año ambicioso en el que hemos seguido enriqueciendo nuestra propuesta de valor y mejorando la experiencia del cliente; un año complejo en el que hemos velado por la continuidad operativa y el crecimiento duradero de nuestros resultados en un contexto sin precedentes marcado por el Covid-19, los conflictos armados y las tensiones geopolíticas; y un año de asociaciones en el que la confianza ha sido más que nunca la piedra angular de nuestro modelo de asociación, como lo demuestra el centenar de asociaciones formalizadas o renovadas durante el ejercicio.

Como lo hemos visto, el mundo cambia rápidamente y sus clientes también. El contexto de la pandemia ha acelerado en particular una serie de tendencias de fondo que siguen transformando la forma en que la gente percibe y se protege de los riesgos. Como aseguradores, nuestro deber es responder a esta evolución teniendo en cuenta sus nuevas expectativas y las de sus clientes.

Precisamente para responder a estas nuevas necesidades y seguir brindando apoyo a la transformación de su empresa en un mundo en rápida evolución, sentamos las bases de un nuevo plan estratégico a principios de 2022. El nuevo plan se basa en 3 pilares: G (Growth), T (Technology), S (Sustainability). Nuestra ambición es ser un motor de crecimiento

para su empresa, manteniéndonos fieles a nuestro modelo de asociación –cuya pertinencia se ve reafirmada por su confianza, que nos honra– y a nuestra misión de hacer más accesibles los seguros.

Para alcanzar nuestro objetivo, nos hemos marcado el objetivo de aprovechar las nuevas oportunidades de crecimiento del mercado de los seguros, adaptarnos a los cambios de comportamiento de los consumidores y ejercer un impacto positivo en la sociedad.

Growth o cómo mantener el rumbo hacia nuestro objetivo de crecimiento

Centrarnos en nuestro objetivo de crecimiento requiere a la vez reforzar nuestra posición en el segmento del ahorro y la protección a escala internacional y buscar nuevas oportunidades. También requiere seguir apoyando a su empresa desarrollando conjuntamente nuevos productos, en particular ecosistemas de servicios, pero también consolidar nuestras cuotas de mercado, por ejemplo en el segmento de los seguros de protección de pagos, ahorro y jubilación, y desarrollar nuevos segmentos como el mantenimiento de vehículos o los seguros para animales de compañía. Por último, también requiere trabajar con nuevos socios innovadores, principalmente en el campo de la tecnología, y desarrollar nuevas gamas de productos adaptadas a los clientes de los *pure players*.

Technology o el arte de poner la tecnología y la innovación al servicio de la experiencia del cliente

Las plataformas digitales se han convertido en el punto de entrada esencial para mantenerse informado y adquirir todo tipo de bienes y servicios. Adaptando nuestras ofertas

a esta tendencia y rediseñando el recorrido del cliente en línea, estamos cambiando la forma de acceder a los seguros, lo que supone cambios profundos: simplificar nuestros productos, capitalizar la inteligencia artificial y automatizar nuestros procesos para ofrecer una experiencia de calidad a nuestros socios y clientes. La asociación con plataformas de distribución para ofrecer a los clientes productos de seguros directamente en línea y la oferta de ecosistemas de servicios basados en el principio del seguro integrado son algunas de las formas en que nos estamos adaptando a esta tendencia de fondo.

Sustainability o la necesidad de demostrar nuestro impacto positivo en la sociedad

Ejercer un impacto positivo en las actividades de su empresa, sus clientes, nuestros empleados, el medio ambiente y la sociedad en general se ha convertido en algo esencial. Mujeres y hombres integran cada vez más la noción de impacto en su comportamiento de consumo. De hecho, la sostenibilidad es la piedra angular de nuestra propuesta de valor. Estamos convencidos de que es indispensable gestionar nuestra actividad combinando eficiencia financiera e impacto positivo. Hoy, debemos reforzar nuestro compromiso con la transición energética y seguir ofreciendo productos más accesibles e inclusivos, al tiempo que debemos seguir adelante con nuestra política de inversión responsable, destinando cada año una media de 1000 millones de euros a inversiones de impacto positivo.

Esta es nuestra ambición para los próximos cuatro años y, gracias a su confianza y a la implicación de todos los equipos de BNP Paribas Cardif, ¡lo conseguiremos!

8 000
EMPLEADOS

30 MILLONES DE
EUROS DE CIFRA
DE NEGOCIOS

247
millones de
euros en activos
gestionados

MÁS DE
PAÍSES **30**

UNO DE LOS LÍDERES MUNDIALES
de seguros de protección de crédito

1,4 billones de euros
de resultado neto
antes de impuestos

95% DE NUESTRAS INVERSIONES⁽¹⁾
INTEGRABAN CRITERIOS
MEDIOAMBIENTALES,
SOCIALES Y DE GOBERNANZA

500 socios comerciales
con distintos perfiles:
bancos, entidades de crédito,
fabricantes de automóviles, operadores
de telecomunicaciones, distribuidores,
consultoras de gestión de patrimonios, etc.



(1) En Francia, en 2022

CONTENIDO

01

Growth

6

BNP Paribas Cardif y Volkswagen Financial Services: una asociación para impulsar el crecimiento a largo plazo de la actividad flotas de vehículos de empresa

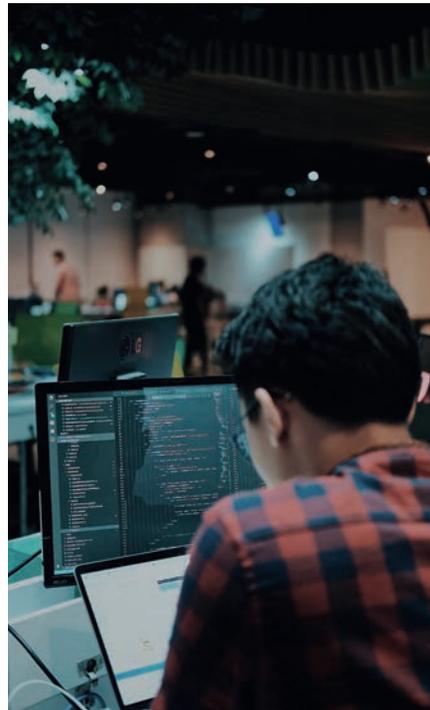
8

Aportar más a nuestros socios mediante soluciones de seguros adaptadas

10

Aprovechar la tecnología y las alianzas estratégicas para mejorar la experiencia del cliente y contribuir al crecimiento de nuestros socios

12



02

Technology

14

24 horas con Benny Lee

16

Diseñar herramientas internas innovadoras para incrementar la satisfacción y optimizar el recorrido del cliente

18

Mejora continua de los procesos para ofrecer mayor valor a nuestros socios

20

03

Sustainability

22

Reseña: ¿Qué es exactamente el Ahorro Responsable?

24

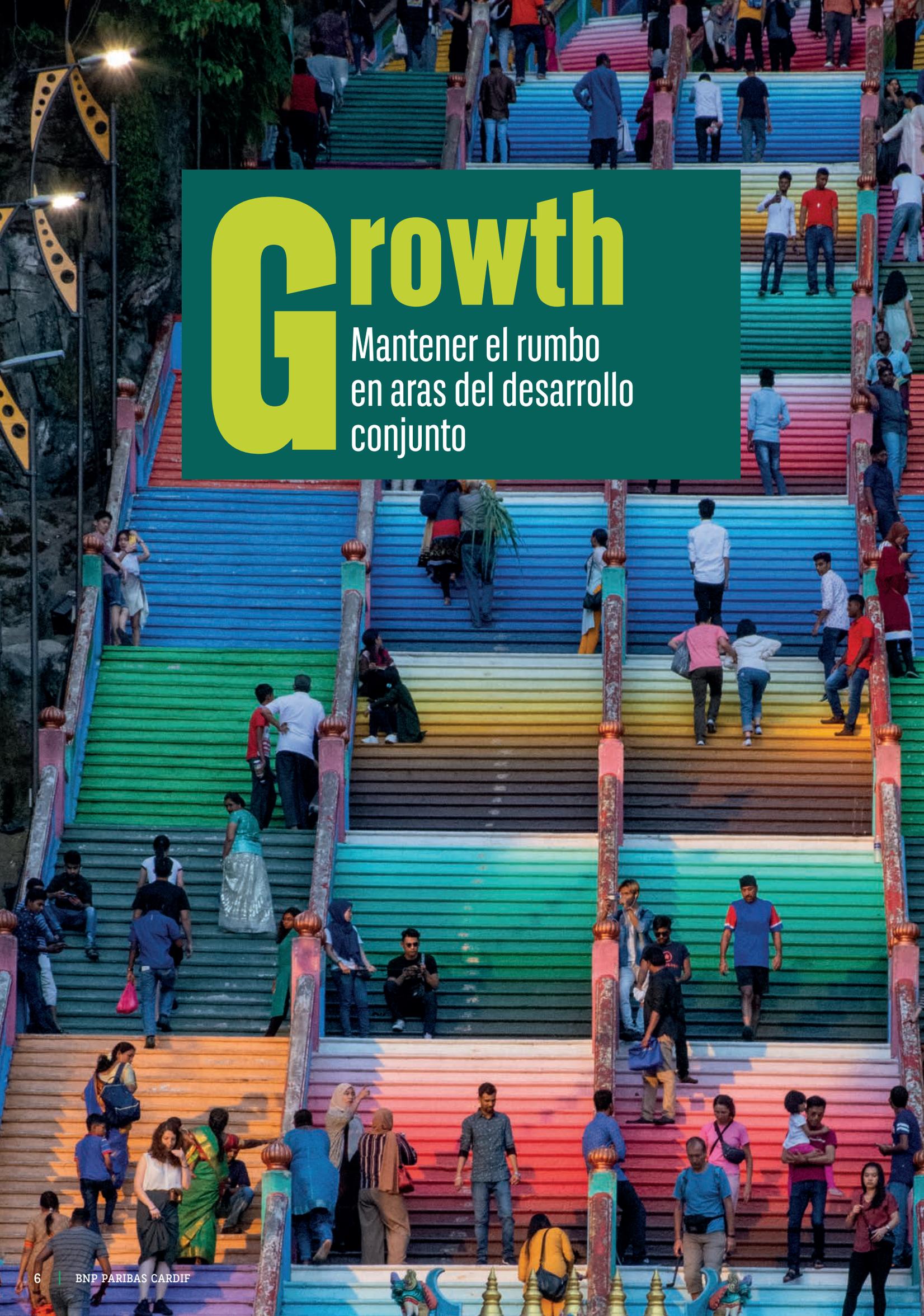
Ser una aseguradora responsable y un socio valioso...

26

... y una empresa e inversor comprometidos

28





Growth

Mantener el rumbo
en aras del desarrollo
conjunto



Modelo de asociación



Experiencia reconocida

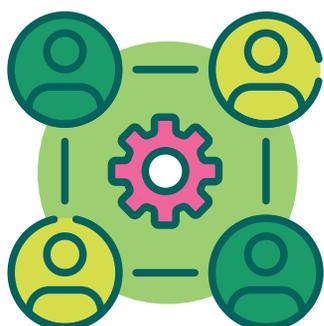


Soluciones únicas que responden a las necesidades de nuestros socios

De aquí a 2025, BNP Paribas Cardif quiere mantener un **NPS objetivo de 50** para sus socios



Trabajar con actores digitales



Cultivar relaciones duraderas y **atraer** nuevos socios

Diseñar **ofertas innovadoras** para mejorar la satisfacción de clientes y socios

38%⁽¹⁾

de los encuestados dicen estar infraprotegidos



Oportunidad de responder mejor a sus **necesidades de protección**

(1) Encuesta sobre protección 2021 de BNP Paribas Cardif e Ipsos.

BNP Paribas Cardif y Volkswagen Financial Services: una asociación para impulsar el crecimiento a largo plazo de la actividad flotas de vehículos de empresa

En esta entrevista conjunta, Sven Kunath, de Volkswagen Financial Services, y Pierre Syssau, de Icare, nos hablan de Staymo. Esta empresa conjunta nació de la asociación entre Icare, la filial de BNP Paribas Cardif especializada en contratos de garantía y mantenimiento, y Volkswagen Financial Services. Nos hablan del encaje natural de esta asociación, las ventajas para ambos socios y sus ambiciones futuras.

¿Podrían empezar hablándonos un poco de ustedes?

Sven Kunath (SK): Por supuesto. En calidad de Vicepresidente Sénior de Volkswagen Financial Services, estoy encargado de la actividad flotas en rápido crecimiento de la filial de uno de los más grandes constructores de automóviles europeo.

Pierre Syssau (PS): Soy Director General Adjunto de Icare, que es el centro de competencias de BNP Paribas Cardif en contratos de garantía de averías mecánicas y de mantenimiento para automóviles. También soy Director General de Staymo, la empresa conjunta que lanzamos en 2022 en colaboración con nuestro socio de muchos años Volkswagen Financial Services.

papel activo, principalmente a través de su filial Icare. Por otra parte, toda la industria del automóvil debe hacer frente actualmente a nuevas megatendencias: nuevas energías, digitalización, vehículos conectados y autónomos... Sin olvidar que el comportamiento de los clientes también está cambiando. Estos cambios generan retos y oportunidades. Al mismo tiempo, todos los actores intentan estar más cerca del cliente final.

SK: Estamos entrando en la era del acceso flexible a los vehículos, en lugar de poseerlos como propietarios. Por esta razón, el Grupo

Volkswagen se ha marcado el objetivo de evolucionar hacia una empresa de movilidad basada en software como parte de nuestra estrategia NEW AUTO.

En Volkswagen Financial Services, nuestra tarea consiste en desarrollar una plataforma que ofrezca a los clientes un acceso rápido, digital y flexible a la movilidad.

¿Por qué surgió esta asociación?

PS: En primer lugar, esta empresa conjunta nació en el marco de una asociación más

LA ASOCIACIÓN

¿Cómo está evolucionando el mundo de la movilidad?

PS: La movilidad es un elemento clave de la estrategia del grupo BNP Paribas, en la que BNP Paribas Cardif aspira a desempeñar un

“ Nuestro modelo de negocio consiste en gestionar cualquier tipo de vehículo, de cualquier marca. Este es un activo esencial para Volkswagen Financial Services, ya que abarca flotas de vehículos multimarca. ”

Pierre Syssau, Director General Adjunto de Icare



“ Staymo nos permite ampliar regularmente nuestra red de talleres para empresas multimarca y ofrecer a nuestros clientes mejores procesos y mayor competitividad.

Sven Kunath, Vicepresidente Sénior de Volkswagen Financial Services



global y a largo plazo, ya que las dos empresas trabajan juntas desde 2001.

SK: En Volkswagen Financial Services nos hemos fijado ambiciosos objetivos de crecimiento en el sector de las flotas de vehículos. Los productos de mantenimiento desempeñan un papel fundamental, ya que son el tipo de servicios más solicitados por nuestros clientes. Staymo nos permite ampliar regularmente nuestra red de talleres para empresas multimarca y ofrecer a nuestros clientes mejores procesos y mayor competitividad.

PS: En Icare, gestionamos las garantías de averías mecánicas y de mantenimiento en nombre de nuestros socios y resolvemos los problemas de los clientes. Nuestro modelo de negocio consiste en gestionar cualquier tipo de vehículo, de cualquier marca. Este es un activo esencial para Volkswagen Financial Services, ya que abarca flotas de vehículos multimarca. No solo aprovechamos la experiencia de nuestra plataforma operativa, sino también los datos de más de 3 millones de vehículos, lo que contribuye a la fiabilidad de nuestro servicio.

RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES

¿Cómo satisface Staymo las necesidades de sus clientes?

SK: Los gestores de flotas de vehículos empresariales están limitando el número de proveedores de servicios para reducir la complejidad, reforzar su poder adquisitivo y recortar costes. La ventanilla única es la clave. Paralelamente, la presión sobre los costes está aumentando. Cuanto mayor es la flota de vehículos de la empresa, más sensibles a los

precios son nuestros clientes, los gestores de flotas. Por esta razón, los grandes clientes esperan que las empresas de leasing ofrezcan ofertas competitivas para todas las marcas. Para satisfacer a nuestros clientes, debemos ser capaces de ofrecer contratos de leasing y servicios para vehículos que no forman parte del grupo Volkswagen.

PS: Los clientes de hoy buscan más diversidad. La experiencia multimarca en materia de precios y gestión de contratos de mantenimiento forma parte del ADN de Icare. En un año, Staymo se ha dotado de la capacidad de ofrecer soluciones de mantenimiento para cualquier tipo y marca de vehículo (vehículos eléctricos incluidos), a través de una red de talleres locales en todos los países europeos.

SK: Esta capacidad nos permite operar nuestra actividad multimarca con la misma profesionalidad que para las marcas del grupo Volkswagen. La asociación es una etapa estratégica crucial para captar y conservar clientes que cuentan con grandes flotas de vehículos. Esta experiencia multimarca es clave para captar, fidelizar y retener clientes que cuentan con grandes flotas de vehículos. Asegura las ventas de las marcas del grupo Volkswagen y refuerza nuestro crecimiento en la actividad flotas.

PS: Esta empresa conjunta también ofrece interesantes perspectivas a BNP Paribas Cardif, ya que estamos creando una experiencia europea nueva y única al trabajar codo con codo con un actor tan importante como Volkswagen.

ANTICIPAR EL FUTURO

¿Seguirá esta asociación generando innovación?

SK: Sí, absolutamente. La movilidad está cambiando, las demandas de nuestros clientes también, así que nosotros también debemos seguir evolucionando. Tras este exitoso lanzamiento en Francia, nuestro principal objetivo en los próximos años será ampliar nuestra presencia y desplegar Staymo en los grandes mercados europeos de flotas de vehículos empresariales. También estamos estudiando la posibilidad de ampliar nuestra gama de productos a nuevas áreas, como el cambio de neumáticos. Me entusiasma ver cómo sigue creciendo la asociación a medida que surgen nuevas oportunidades.

PS: Estoy cien por cien de acuerdo, Sven. Staymo tiene un enfoque naturalmente innovador. Creo que se convertirá en un centro de competencias en mantenimiento de flotas de vehículos y generará un sinnúmero de datos valiosos para todos los modelos de vehículos, en todos los tipos de redes y en todos los países. Este enfoque rico en datos dará lugar a una multitud de otros casos de uso que impulsarán la innovación. Por ejemplo, podemos mejorar las operaciones actuales gracias a la aprobación automatizada de las declaraciones de siniestro basada en la analítica de datos. Y también podríamos ofrecer servicios totalmente nuevos como el mantenimiento predictivo, utilizando el comportamiento de conducción para estimar el impacto en el desgaste por uso del vehículo. ¡El futuro está lleno de oportunidades!

Aportar más a nuestros socios mediante soluciones de seguros adaptadas

Crecimiento • Asociaciones • Principales productos • Desarrollo

Las necesidades de nuestros socios cambian constantemente y reflejan la evolución de las expectativas de sus clientes. Para responder a esas necesidades, estamos transformando nuestros procesos y soluciones con el fin de que puedan ofrecer a sus clientes productos sencillos, accesibles, innovadores y de gran valor mediante una experiencia omnicanal. De este modo, ayudamos a nuestros socios a aumentar sus ingresos y a captar más clientes integrando la mejor oferta de seguros en los productos, de modo que tanto los productos y servicios de BNP Paribas Cardif como los de nuestros socios se combinen de forma natural y orgánica.

Seguir añadiendo valor a nuestras soluciones de seguros, tanto para nuestros socios como para nuestros clientes

REPÚBLICA CHECA

Simplificación de los procesos de suscripción y tramitación de siniestros con servicios exclusivos integrados



Los clientes aspiran a suscribir fácilmente sus contratos y declarar fácilmente los siniestros cuando se produzcan. Con este fin, hemos modificado todo el recorrido del cliente en la República Checa a través del ecosistema de banca móvil e internet Moneta Money Bank. Suscribir nuestro producto CPI 3.0 solo requiere unos minutos, lo que aporta comodidad y eficacia a nuestros socios comerciales y clientes. CPI 3.0 es un contrato con un mínimo de exclusiones y una cobertura de riesgos reforzada, como el desempleo involuntario de trabajadores autónomos y trabajadores en el extranjero, lo que hace que sea más accesible. También hay una nueva aplicación en línea que permite consultar un médico a distancia 24/7 por chat o videollamada, incluyendo el diagnóstico y la receta electrónica. Se trata de una aplicación única en el mercado y somos los primeros en ofrecer este tipo de servicio integrado gratuito. También se ha acelerado el proceso de tramitación de siniestros, que se basa en API

(interfaz de programación de aplicaciones) para ofrecer a los clientes una experiencia fluida. Estos nuevos servicios encarnan una nueva generación de seguros de protección de pagos (conocidos como CPI por su sigla en inglés) con un proceso de suscripción más sencillo, una cobertura más amplia y un proceso de tramitación de siniestros fluido.

BÉLGICA

Una experiencia totalmente digital para los corredores de seguros y productos de alta calidad para sus clientes



Ofrecer una experiencia totalmente digital a los corredores de seguros y simplificar el recorrido de los clientes al solicitar un seguro hipotecario ya es una realidad en Bélgica. Hemos ampliado un acuerdo con nuestro socio belga, la entidad financiera Record Credits (Record Bank), que se firmó por primera vez en 2005. Juntos, garantizamos el acceso a productos de alta calidad a un precio muy competitivo y mejoramos las relaciones entre los corredores de seguros y nuestro socio mediante procesos ágiles y un apoyo dinámico a las ventas. Hypo Protect, nuestro producto de CPI

hipotecario, ofrece cobertura en caso de muerte, invalidez y desempleo, así como una segunda opinión médica y asistencia específica.

BRASIL

Compartir conocimientos expertos y desarrollar sinergias para aumentar la penetración y los ingresos



Compartir nuestros conocimientos en productos, segmentación, analítica de datos, gestión digital y comercial puede permitir a nuestros socios aumentar sus ingresos más rápidamente gracias a una mejor penetración en el mercado. Por ejemplo, firmamos un acuerdo estratégico de asociación comercial con el banco BRB Banco de Brasilia para ayudarle a aumentar más rápidamente la eficiencia de su "Programa de Protección". Esta asociación refuerza las perspectivas de negocio de BRB para los próximos veinte años de distribuir productos de seguros en sus canales en Brasil, incluyendo los CPI, así como seguros de vida y accidentes, protección de instrumentos de pago y otros seguros personales. BRB es un banco con varias líneas de crédito, una sólida red de sucursales y un rápido desarrollo digital que ofrece sus servicios a variados segmentos de clientela (particulares con ingresos bajos a altos, empresarios, empleados públicos, etc.), y esta asociación contribuye a hacer más accesibles los seguros.



Ayudar a nuestros socios a preparar mejor a sus clientes para el futuro

FRANCIA

Construir un ecosistema de servicios digitales para acompañar mejor la jubilación

Para ofrecer un enfoque holístico a las necesidades de jubilación de los clientes con una gama completa de productos y servicios de ahorro y seguros, hemos creado MonDemain, un ecosistema digital para la jubilación. La plataforma ofrece un amplio contenido informativo para orientar al usuario hacia una propuesta de ahorro personalizada enriquecida con servicios integrados y, en caso necesario, agendar una cita con un asesor especializado de las redes de banca comercial de BNP Paribas. A finales de 2022, el sitio web había recibido 1 millón de visitantes deseosos de prepararse financieramente para su jubilación.

FRANCIA

Ofrecer planes de jubilación y ahorro empresarial adaptados a nuestros socios y sus empleados



Desde hace 15 años, BNP Paribas E&RE diseña y distribuye un paquete completo de soluciones de inversión específicas para jubilados a más de 26 000 clientes corporativos de todos los tamaños en Francia (cuyas plantillas totalizan 1,2 millones de empleados). Por lo tanto, es uno de los principales líderes en este segmento de actividad altamente competitivo y en crecimiento, con una

proporción de inversiones responsables que duplica la de nuestras inversiones globales. Para ampliar la propuesta de valor empresarial de nuestros socios y ofrecer a sus empleados planes corporativos de ahorro y jubilación adaptados, BNP Paribas Epargne & Retraite Entreprises (E&RE) ha desarrollado un recorrido digital fluido. Esta actividad, totalmente integrada en BNP Paribas Cardif, también es un actor comprometido que ofrece a los empleados la posibilidad de realizar inversiones sostenibles y socialmente responsables que ejercen un impacto positivo en la economía real. El ahorro empresarial desempeña un papel importante en la estrategia ESG de las empresas y en el refuerzo del compromiso de los empleados.

ITALIA

Facilitar la adaptación de los productos para ofrecer inversiones más personalizadas

Actualmente, los clientes quieren mantenerse activos y muchos de ellos también son expertos digitales: buscan la personalización y adaptabilidad de sus ahorros a lo largo de todo el ciclo de vida del producto. En BNL Private Selection, un producto exclusivo de seguro de vida, hemos introducido recientemente nuevos elementos de personalización que permiten a los clientes definir sus prioridades, incluyendo los objetivos de inversión, el nivel de protección y la exposición al riesgo. A través de un solo contrato y con diferentes métodos de inversión adaptados a cada cliente, esta solución permite a los clientes invertir en fondos generales y *unit-linked*, con un enfoque personalizado y dinámico.

Protección de todo tipo de equipos electrónicos para mejorar la confianza en los dispositivos reacondicionados

EUROPA

BNP Paribas Cardif se ha asociado con empresas especializadas en la venta de artículos electrónicos para asegurar mejor los equipos nuevos y de segunda mano y reforzar la confianza de los consumidores en los dispositivos y equipos reacondicionados.



Permitir a los clientes solicitar un servicio de reparación completo para todos sus electrodomésticos, que los hayan comprado a nuestro socio o no, nuevos o reacondicionados, es la nueva oferta que lanzamos con Boulanger, líder francés en electrodomésticos y electrónica, lo que permite a nuestro socio captar un mayor número de clientes y fidelizarlos.

BackMarket

Para minimizar el tiempo que la gente pasa sin sus equipos y aumentar la confianza de los clientes en sus dispositivos reacondicionados, hemos creado un producto de seguro específico con Back Market, la plataforma de venta online de dispositivos reacondicionados líder del mercado. Esta oferta está adaptada a las ventas totalmente digitalizadas y tiene muy pocas exclusiones. Cubre los dispositivos de segunda mano contra los riesgos cotidianos como averías, robo e incluso negligencia. Gracias a este producto, apoyamos a nuestro socio en su acelerada expansión europea, con seis nuevos mercados europeos añadidos en menos de un año.

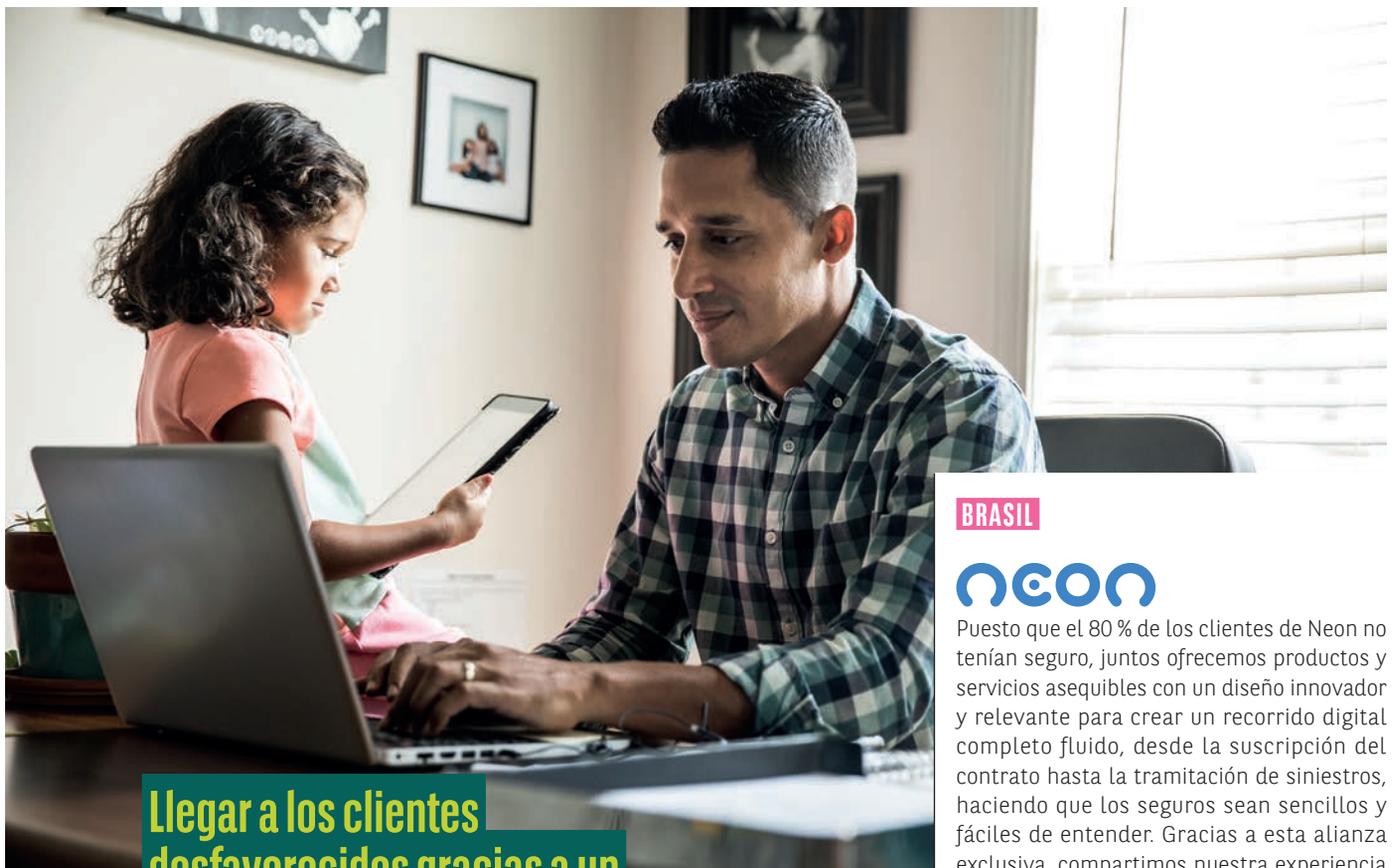


En colaboración con Orange, uno de los principales operadores franceses de redes de comunicaciones y proveedor de servicios digitales, actualmente protegemos todo tipo de dispositivos, ya sean nuevos o reacondicionados, contra los riesgos cotidianos como la oxidación y las averías. Juntos, ofrecemos a los clientes la posibilidad de optar en línea por reparar en lugar de cambiar su dispositivo y de llevarlo personalmente o enviarlo a un centro de reparación autorizado o a una tienda cercana, que lo reparará en menos de dos horas. En cuanto el cliente envía la declaración de siniestro, una tecnología basada en IA selecciona las condiciones generales de reparación del dispositivo averiado, en función de su estado general y de la ubicación del cliente. Gracias al perfecto dominio técnico de la cadena de valor, el proceso se gestiona en tiempo real, lo que permite ofrecer una experiencia simplificada y de alta calidad al cliente. Así lo demuestra el NPS que siguió aumentando en 2022 y se eleva actualmente a 69.

Aprovechar la tecnología y las alianzas estratégicas para **mejorar** la experiencia del cliente y contribuir al crecimiento de nuestros socios

Crecimiento • Asociaciones • Plataformización • Ecosistemas

Nuestro objetivo es ofrecer productos de valor adaptados a la evolución de las necesidades de los clientes de nuestros socios. Por ejemplo, les ofrecemos la posibilidad de gestionar cada etapa de su recorrido de modo híbrido, con una experiencia flexible y fluida en diferentes canales, lo que hace que el seguro sea cada vez más accesible. Gracias a nuestra experiencia única, estamos desarrollando nuevos tipos de asociaciones, tanto con *pure players* como con plataformas en línea. También hemos ampliado nuestra gama de productos y creado ecosistemas digitales, lo que refuerza las relaciones entre nuestros socios y sus clientes.



Llegar a los clientes desfavorecidos gracias a un recorrido 100 % digital

BRASIL

NEON

Puesto que el 80 % de los clientes de Neon no tenían seguro, juntos ofrecemos productos y servicios asequibles con un diseño innovador y relevante para crear un recorrido digital completo fluido, desde la suscripción del contrato hasta la tramitación de siniestros, haciendo que los seguros sean sencillos y fáciles de entender. Gracias a esta alianza exclusiva, compartimos nuestra experiencia en analítica de datos y diseño de productos, aunando esfuerzos para hacer más accesibles los seguros en Brasil. Neon es una de las mayores empresas de tecnología financiera del país, con más de 15 millones de clientes.



Desarrollar servicios médicos integrados que contribuyan al crecimiento de nuestros socios y respondan a las necesidades específicas de sus clientes

Distribuir seguros a través de plataformas digitales para llegar a un mayor número de clientes

ALEMANIA Y FRANCIA

Check24, la principal plataforma de comparación en línea de Alemania, que cuenta con unos 15 millones de clientes, no ofrecía ningún producto CPI. Por lo tanto, creamos una alianza para dar un paso más hacia la protección de los clientes añadiendo a su plataforma el seguro de protección de pagos hipotecarios y créditos al consumo. Además, los clientes pueden suscribir ahora un producto de protección de ingresos adaptado a sus necesidades.

meilleurtaux

Meilleurtaux es el corredor de seguros líder de Francia, con una fuerte presencia en línea. Sus clientes pueden optar actualmente por un seguro de protección de pago hipotecario desde el momento mismo de la búsqueda del préstamo (a través de nuestro producto Cardif Libertés Emprunteur). Esta asociación hace que los seguros sean más accesibles a un mayor número de personas, ya que Meilleurtaux tiene una fuerte presencia en Francia (360 puntos de venta), complementada por una presencia en línea líder gracias a su plataforma B2C. Gracias a esta alianza, Meilleurtaux cuenta actualmente con una oferta líder en el mercado y sus clientes pueden elegir una solución de protección más accesible e inclusiva.

MÉXICO Y CHILE

Crear un ecosistema digital de servicios propio para facilitar el día a día de las personas mayores

En México y Chile, nuestro Ecosistema de Adultos Activos ofrece seguros específicos para jubilados incluyendo seguros de vida temporales y de discapacidad total y permanente. Este ecosistema en línea, diseñado específicamente para las personas mayores, incluye una gama completa de servicios que les facilita la vida como taxis gratuitos, actividades en todo el país, recordatorios de renovación de recetas, recordatorios de fechas importantes (cumpleaños y citas médicas), formación tecnológica, recetas saludables, asesoramiento jurídico, financiero, en ciberseguridad o salud por parte de expertos.

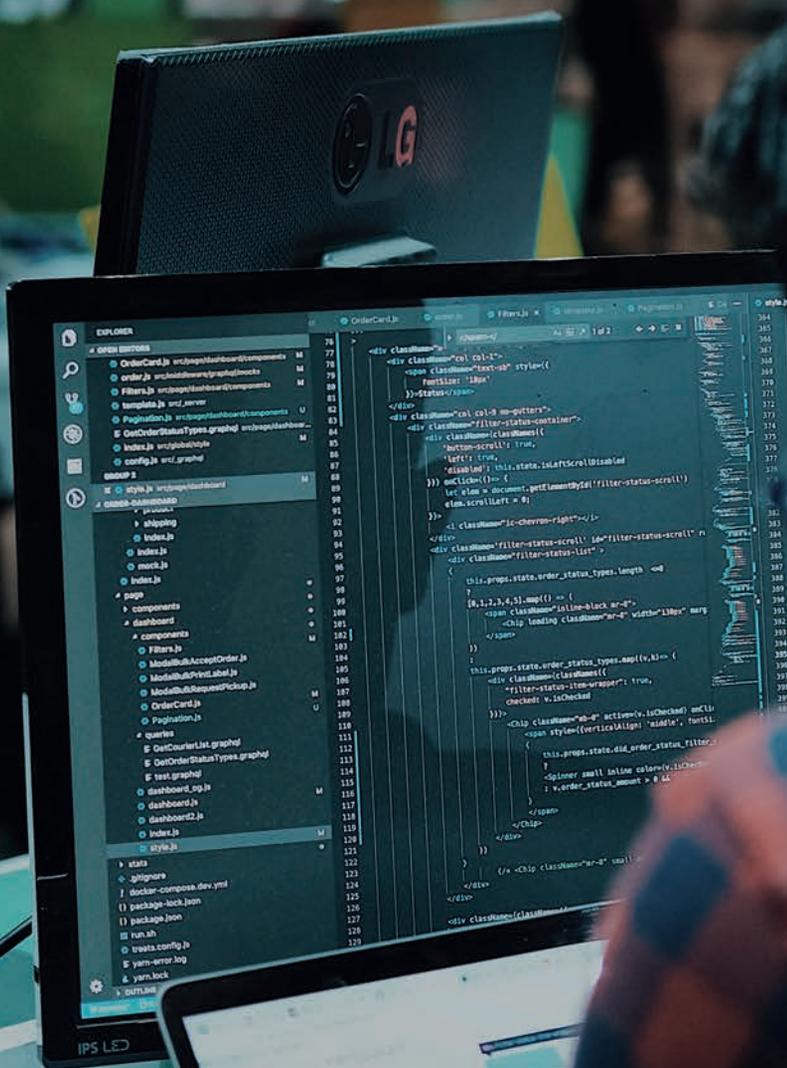
TAIWÁN

Crear una aplicación en línea innovadora de marca blanca para interactuar más con los clientes

Para ayudar a sus socios a comprometerse con sus clientes y animarles a adoptar estilos de vida más saludables, Cardif Assurance Vie sucursal de Taiwán ha creado una aplicación en línea de marca blanca. Esta aplicación ayuda a prevenir problemas de salud, ofrece consejos dietéticos y ayuda a los clientes a hacer un seguimiento de sus actividades físicas. Hasta la fecha se han inscrito más de 3400 personas, y el 40 % recomienda la aplicación a sus amigos y familiares. Esta iniciativa crea una comunidad más sana y refuerza el compromiso de los clientes.

T Technology

Aprovechar la tecnología
y la innovación para mejorar
la experiencia del cliente





En Francia, **más del 80 %** de los clientes de BNP Paribas Cardif obtiene la APROBACIÓN INMEDIATA en línea de su seguro de protección de pagos hipotecarios



Invertimos en **tecnología** para rediseñar la forma de suscribir seguros

Aprovechar las plataformas para satisfacer las necesidades de los clientes y hacer que los seguros sean más **sencillos** y **accesibles**

Productos más sencillos y herramientas fluidas basadas en datos y la experiencia en IA



Recorridos de los clientes intuitivos gracias al diseño UX



Mayor satisfacción del cliente



24 horas con Benny Lee

Chief Digital/Data Officer de BNP Paribas Cardif en Asia



9:00 h

La plataformización es la piedra angular de nuestra propuesta de valor a nuestros socios y un pilar importante para hacer más accesibles los seguros. Por tal razón hemos creado ONESystem, una plataforma unificada y flexible de última generación que mejora las capacidades técnicas y comerciales tanto de nuestros equipos como de nuestros socios. Esta solución de 360 grados respalda la excelencia empresarial y del cliente gracias a tecnologías eficaces y un apoyo eficiente a las operaciones.

Con ONESystem, BNP Paribas Cardif en Taiwán ha logrado transformarse con éxito en solo cuatro meses gracias a la introducción de funcionalidades como la propuesta electrónica, la suscripción electrónica y el pago digital. Además, el nuevo diseño del sistema permite lanzar productos y la integración con socios a un nivel sin precedentes. Para hacerse una idea de cómo lo lograron, siga a **Benny Lee**, Chief Digital & Data Officer Regional para Asia, y a su equipo en un día típico en nuestra oficina regional de Hong Kong. ¿Cuál es el menú del día?

Uno de mis principales objetivos es asegurarme de que mis equipos avanzan en la misma dirección y contribuyen a ofrecer un servicio más eficaz a nuestros socios.

Empezamos el día hablando de nuestro plan de acción y las prioridades de nuestros proyectos. Dado que todos los miembros del equipo son expertos en distintos campos (arquitectura de soluciones, soluciones para clientes, soluciones para socios, solution delivery y plataforma digital y marketing), **todos contribuyen a acompañar colectivamente la transformación de nuestros socios.**

Es por esta razón que este "repass" diario es crucial para organizar nuestras ideas y mantener el dinamismo del equipo, pero también para trabajar en los posibles puntos débiles de la plataforma. Como directivo, me considero más un compañero de trabajo que un superior. Creo en la creación de un ambiente positivo y de colaboración en el que todos se sientan retados a dar lo mejor de sí mismos y animados a explorar y aprender de sus errores.



11:00 h

Tenemos una conferencia telefónica a media mañana con otros equipos de BNP Paribas Cardif: hoy será con Japón, para hablar de los últimos avances de la plataforma ONESystem. Esta plataforma única cuenta con siete soluciones distintas, estrechamente interconectadas: además de **la facilidad de uso, la experiencia del usuario, la seguridad y la estabilidad** que ofrece, ONESystem también está configurada para cambiar rápida y fácilmente para satisfacer las necesidades futuras de la empresa. La mayoría de las aseguradoras se basan en principios de diseño fragmentarios en lugar de considerar el diseño de la plataforma de forma holística. Este es el principal punto fuerte de nuestro ONESystem, ¡y algo de lo que estamos especialmente orgullosos!

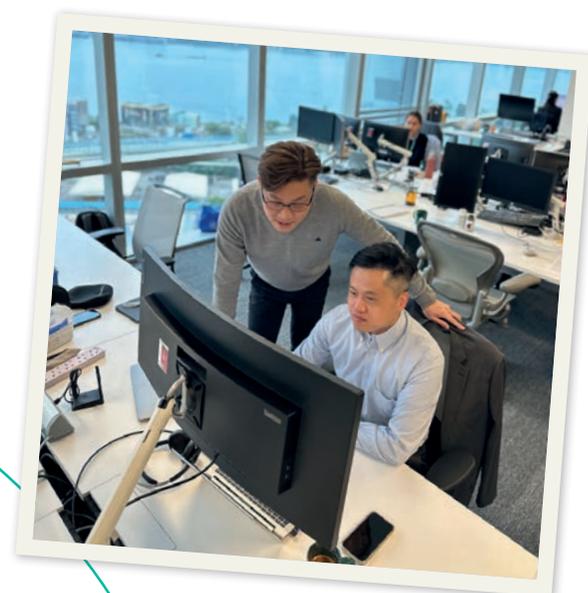


Antes de marcharme de la oficina, me reúno rápidamente con nuestro equipo de ventas local pues debemos preparar una reunión la próxima semana para ofrecer ONESystem a a un nuevo socio. Estoy impaciente de contárselo a mi equipo.

Ahora, mi jornada laboral ha terminado. Es el momento de desconectar, aunque mi mente divaga a menudo sobre nuevas formas de utilizar la tecnología para cumplir con nuestra misión de hacer más accesibles los seguros. Más que una visión de empresa, **me inspira a pensar desde la perspectiva del cliente y entender sus puntos débiles.**

De hecho, ese es el espíritu de ONESystem y la razón por la que decidí incorporarme a BNP Paribas Cardif.

18:30 h



“

Hemos creado ONESystem, una plataforma unificada y flexible de última generación que mejora las capacidades técnicas y comerciales tanto de nuestros equipos como de nuestros socios.

Por la tarde, nuestro socio Golden Insurance Brokers llama para compartir su reciente experiencia de trabajo con la plataforma ONESystem. ¡Las noticias son muy buenas! "ONESystem dispone de una plataforma de distribución de pólizas potente, fácil de usar, segura y todo en uno", afirma Figaro Yang, Director de Tecnologías de la Información de Golden Insurance Brokers.

"Claramente ha sido diseñada por expertos que conocen y toman en consideración a las personas que utilizan la plataforma." El equipo siempre está encantado de recibir comentarios como este, ya que confirman que su dura labor está ejerciendo un impacto positivo.

”

15:30 h



Los miembros de mi equipo y yo solemos comer juntos; durante la comida, hablamos de temas que no están relacionados con el trabajo o a veces de **los últimos avances tecnológicos y cómo podemos sacarles el máximo partido en nuestras soluciones de TI.** El tema de hoy son los riesgos de ciberseguridad. Nos esforzamos por permanecer a la vanguardia de las tendencias financieras y tecnológicas para disponer de una visión mucho más amplia de las posibilidades que surgen cada día.

Antes de incorporarnos a BNP Paribas Cardif, todos trabajamos durante varios años en diversas regiones de Asia, centrándonos en **el solution delivery, así como en la automatización de sistemas de back-office.** Nos gusta colaborar en la oficina tan a menudo como sea posible, ya que nos aporta una mayor satisfacción y la productividad aumenta cuando trabajamos juntos eficazmente.

13:00 h

Diseñar herramientas internas innovadoras para incrementar la satisfacción y optimizar el recorrido del cliente

Tecnología • Cliente • Satisfacción • IA • Gestión de siniestros

Los clientes aspiran a un recorrido en línea fluido y sin contratiempos, por lo que concedemos gran importancia a mejorar cada etapa de su experiencia, desde la suscripción hasta la tramitación de siniestros. En BNP Paribas Cardif utilizamos las nuevas tecnologías, incluyendo la IA y las plataformas, para ayudar a nuestros socios a satisfacer las necesidades de sus clientes. Actualmente, una experiencia fluida ya no es un activo distintivo de una empresa, sino lo que el cliente espera.

BRASIL, COLOMBIA, POLONIA, ESPAÑA

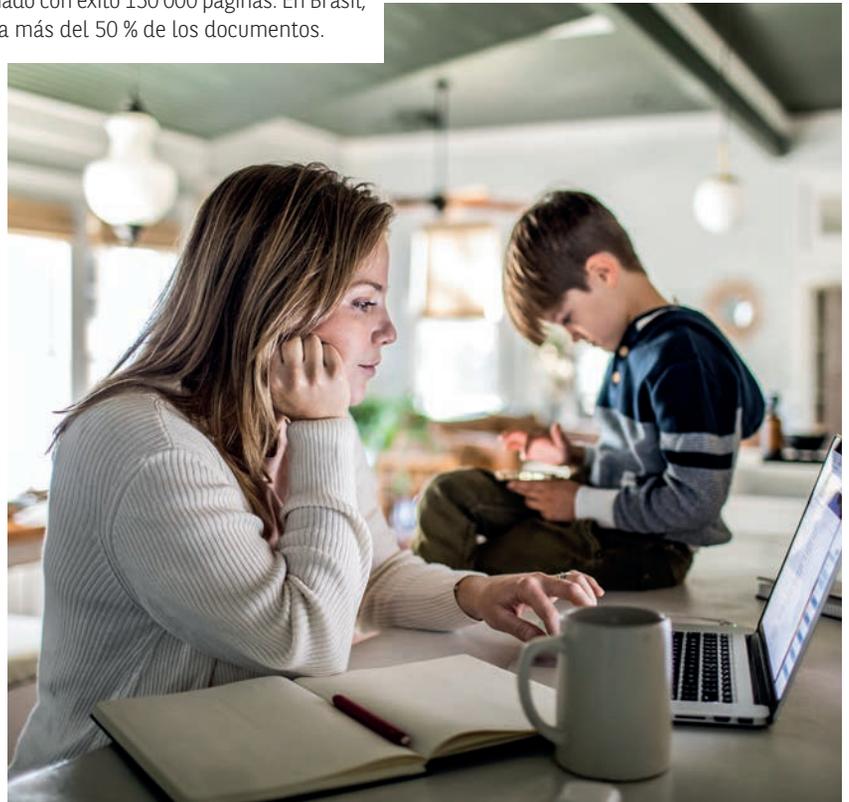
Mejorar el recorrido del cliente reduciendo los plazos de semanas a minutos

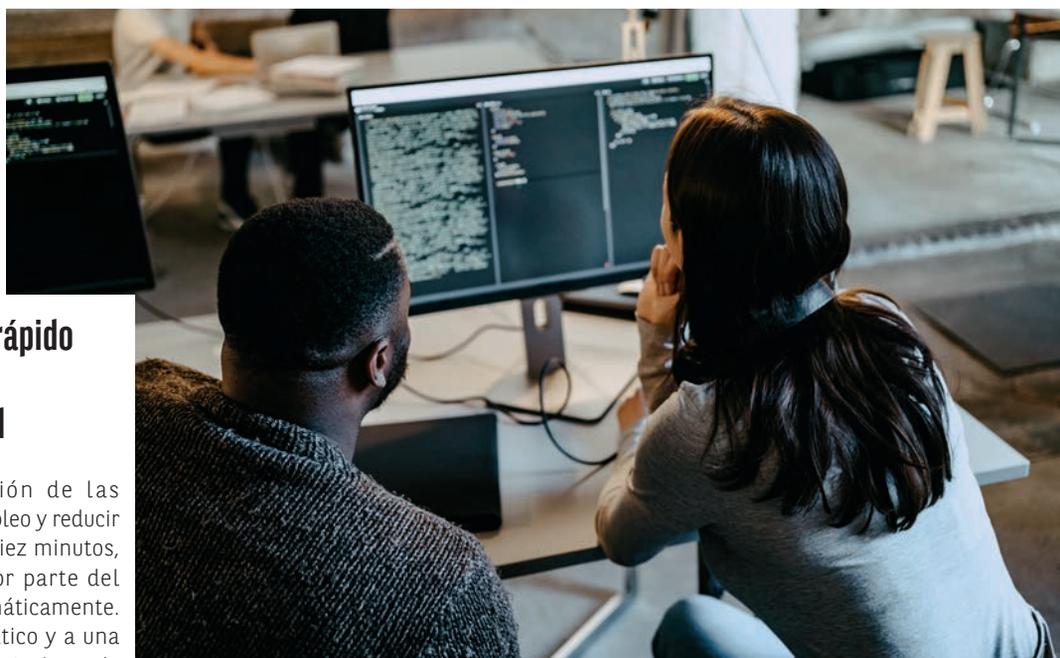
La suscripción de seguros y la tramitación de siniestros siguen requiriendo la recopilación y verificación de documentos justificantes, documentos de identidad, pasaportes, facturas, cartas de despido, etc. Los documentos enviados por los clientes suelen ser fotos de muy baja calidad tomadas con teléfonos móviles. CardX, nuestra solución interna, reconoce la categoría del documento y coteja y extrae la información necesaria para responder a los clientes. Se ha diseñado para integrar continuamente modelos de IA de última generación entrenados por nuestros científicos de datos para nuestros documentos específicos de seguros y son capaces de

trabajar con imágenes de baja calidad, uno de los puntos débiles de las soluciones del comercio. CardX también se compromete firmemente con el control de riesgos y la protección de datos.

A finales de 2022, CardX estaba en operación en Polonia, España, Brasil y Colombia y había gestionado con éxito 150 000 páginas. En Brasil, procesa más del 50 % de los documentos.

“A finales de 2022, CardX estaba en operación en Polonia, España, Brasil y Colombia y había gestionado con éxito **150 000 páginas.**”





CHILE

Ofrecer un servicio más rápido a los clientes gracias a la inteligencia artificial

Para acelerar la tramitación de las declaraciones de pérdida de empleo y reducir el plazo de varios días a solo diez minutos, hemos automatizado la mayor parte del proceso para aprobarlas automáticamente. Gracias al aprendizaje automático y a una serie de herramientas anidadas, incluyendo nuestra propia plataforma en línea, API y algoritmos, las declaraciones de siniestro pueden aprobarse sin intervención humana en la mayoría de los casos. Ahora bien, los procesos de pago siguen requiriendo la validación humana debido a los procedimientos bancarios locales.

Dado que todo el proceso funciona gracias a una plataforma en línea y API, podemos garantizar la accesibilidad 24/7, con una alta disponibilidad.

“Las declaraciones de siniestro pueden aprobarse sin intervención humana en la mayoría de los casos.”

FRANCIA

Ayudar a nuestros socios a mejorar la protección y experiencia de compra de sus clientes

Los clientes aspiran a una experiencia de compraventa más sencilla, rápida y justa, mediante un proceso 100 % digitalizado, para todos los tipos de productos. Esto es especialmente cierto en el mercado de segunda mano, donde el proceso de compra sigue requiriendo mucha energía y es a menudo estresante para vendedores y compradores.

Wylly

Dado que la demanda de vehículos usados está creciendo rápidamente y ha superado la venta de vehículos nuevos en Francia, hemos lanzado **Wylly** con la startup Rainmaking, una plataforma de subastas en línea de vehículos usados que pone en contacto y protege a propietarios particulares y concesionarios.

leboncoin

A través de nuestra filial Icare, también nos hemos asociado con la popular plataforma de compraventa online de segunda mano leboncoin para ofrecer seguros de averías mecánicas para vehículos usados, junto con la oferta de pago seguro propuesta por **leboncoin**. Gracias a este producto, tanto la transacción entre el vendedor y el comprador como el vehículo están protegidos.



Mejora continua de los procesos para ofrecer mayor valor a nuestros socios

Tecnología • Retos empresariales • Satisfacción de los socios • Innovación

El éxito de la experiencia del cliente depende de que los procesos *back-end* funcionen perfectamente entre los proveedores de servicios. Gracias a la combinación de nuestra tecnología y el conocimiento del sector, optimizamos continuamente nuestros procesos internos y la elaboración de informes (*reporting*) para ayudar a nuestros socios a mejorar la gestión de sus datos y la toma de decisiones. En el marco de nuestro compromiso de hacer los seguros más accesibles, también les ayudamos a desarrollar soluciones *plug-and-play*. Los sistemas más racionalizados conducen a un NPS más alto.

BRASIL, CHILE, COLOMBIA, MÉXICO, PERÚ

Mejorar nuestras soluciones y activos de TI para satisfacer las necesidades específicas de nuestros socios

En Latinoamérica, para adaptarnos al cambiante comportamiento de los clientes y a un entorno normativo en evolución, ofrecemos una propuesta de valor convincente a nuestros socios, plasmada en 10 promesas y 95 servicios. Hemos lanzado One Insurance, con productos sencillos, útiles y justos, ofertas personalizadas, suscripción sencilla, tramitación rápida de siniestros, asistencia constante, soluciones *plug-and-play* y experiencia en ciencia de datos.

En toda América Latina, hemos mejorado nuestras soluciones de TI, migrando progresivamente todas nuestras herramientas de TI, sistemas y activos digitales a una plataforma única y eficiente, lo que permite a nuestros socios acceder más fácilmente a un nuevo nivel de servicios y ofrecer una mejor experiencia a sus clientes.

“One Insurance ofrece **10 promesas y 95 servicios.**”





COLOMBIA, PERÚ

Ayudar a nuestros socios a ofrecer un mejor servicio a sus clientes gracias al análisis de las interacciones vocales

Para proteger la marca de nuestros socios, “Call Analyzer”, nuestra herramienta basada en IA, supervisa automáticamente hasta el 100% de las llamadas de ventas de telemarketing. El análisis incluye la cobertura actual de los productos, la satisfacción del cliente y las métricas de consentimiento, así como la detección de los errores que se cometen al vender para mejorar las prácticas y reducir al mínimo la cancelación de contratos.

Entrenado con datos específicos de seguros, Call Analyzer puede utilizarse para las llamadas salientes o entrantes. Este sistema sumamente eficaz refuerza la fidelidad de los clientes, la formación de los empleados y potencia la venta de seguros al sugerir productos complementarios. Nuestro objetivo es proponer contratos de seguros que se ajusten a las necesidades de los clientes de nuestros socios, mediante el mejor proceso de venta.

“ Para proteger la marca de nuestros socios, “Call Analyzer”, nuestra herramienta basada en IA, supervisa automáticamente **hasta el 100% de las llamadas de ventas de telemarketing.**”

POLONIA

Facilitar el reporting de nuestros socios gracias a soluciones inteligentes internas de cuadros de mando

Un estrecho seguimiento del recorrido del cliente permite entender mejor sus necesidades y ofrece la posibilidad de forjar una relación basada en la confianza. Por eso, hemos desarrollado en Polonia un sistema inteligente de cuadros de mando que permite a los socios y a sus equipos acceder directamente a los datos e informes diariamente, lo que permite tomar decisiones más rápidas y precisas basadas en los datos más recientes del cliente. Dada la necesidad de supervisar el recorrido del cliente y generar numerosos informes, tanto la automatización de procesos como la industrialización han demostrado ser esenciales.



TODO EL MUNDO

Organizar expediciones de aprendizaje para dar una nueva dimensión a nuestras asociaciones

the cardif lab

by BNP Paribas Cardif

Para responder a las necesidades de nuestros socios y co-crear los servicios del mañana, el **Cardif Lab'** es un acelerador tanto de la transformación como del desarrollo. Para implicar a nuestros socios en este proyecto, los invitamos cada año a participar en expediciones de aprendizaje para descubrir nuestro ecosistema de innovación, hablar de nuestros enfoques estratégicos comunes y definir nuestros objetivos comunes de innovación.

Desde su creación en 2014, el Cardif Lab' ha encarnado y contribuido a impulsar la transformación de la empresa en el ámbito digital, de la IA, del Impacto y mucho más. Esta estructura innovadora se basa en tres pilares: explorar, probar y desplegar a gran escala para acelerar el crecimiento de la empresa.

Situado en Nanterre, en la sede de BNP Paribas Cardif, el Cardif Lab' es un espacio de demostración inmersivo que inspira a explorar el futuro.

A photograph of two women painting a brick wall. The woman on the left is wearing a white t-shirt and a yellow cap, standing on a green step ladder. The woman on the right is wearing a denim overall and a white tank top, holding a paintbrush and a white paint bucket. The wall is light blue and features several colorful murals, including a large yellow and green shape, a black shape, and a yellow and orange shape. The background shows a brick wall with a blue and orange mural.

Sustainability

El imperativo de ejercer un
impacto positivo en todas
nuestras partes interesadas

Actualmente, mujeres y hombres son cada vez más conscientes del impacto de sus decisiones de consumo, sobre todo para contribuir a mitigar el calentamiento global. Por lo tanto, esperan **acciones significativas** de las empresas que permitan marcar la diferencia en su día a día. Nuestros socios también buscan una forma **más responsable e inclusiva** de distribuir seguros. Para responder a la evolución de las expectativas y cumplir con nuestra misión, nos esforzamos por amplificar nuestro **impacto positivo** en la sociedad y el medio ambiente, como aseguradora, como socio y como inversor. Desde 2008 hemos integrado criterios ESG en nuestras decisiones de inversión y nuestro objetivo es **combinar eficiencia financiera e impacto positivo**. Consideramos la sostenibilidad como un motor de crecimiento empresarial que ayudará a nuestros socios a llegar a más clientes y a **repercutir en la sociedad** en general los beneficios de los **seguros responsables**.

Nuestro objetivo es contribuir positivamente a la sociedad mediante inversiones de **impacto, valor para el cliente, accesibilidad y asegurabilidad**



En 2022, se destinaron **2700 M€** a inversiones de impacto positivo



Nos comprometemos a destinar una media de **+ de 1000 M€** al año a **INVERSIONES DE IMPACTO POSITIVO** de aquí a 2025

¿Qué es exactamente el ahorro responsable?

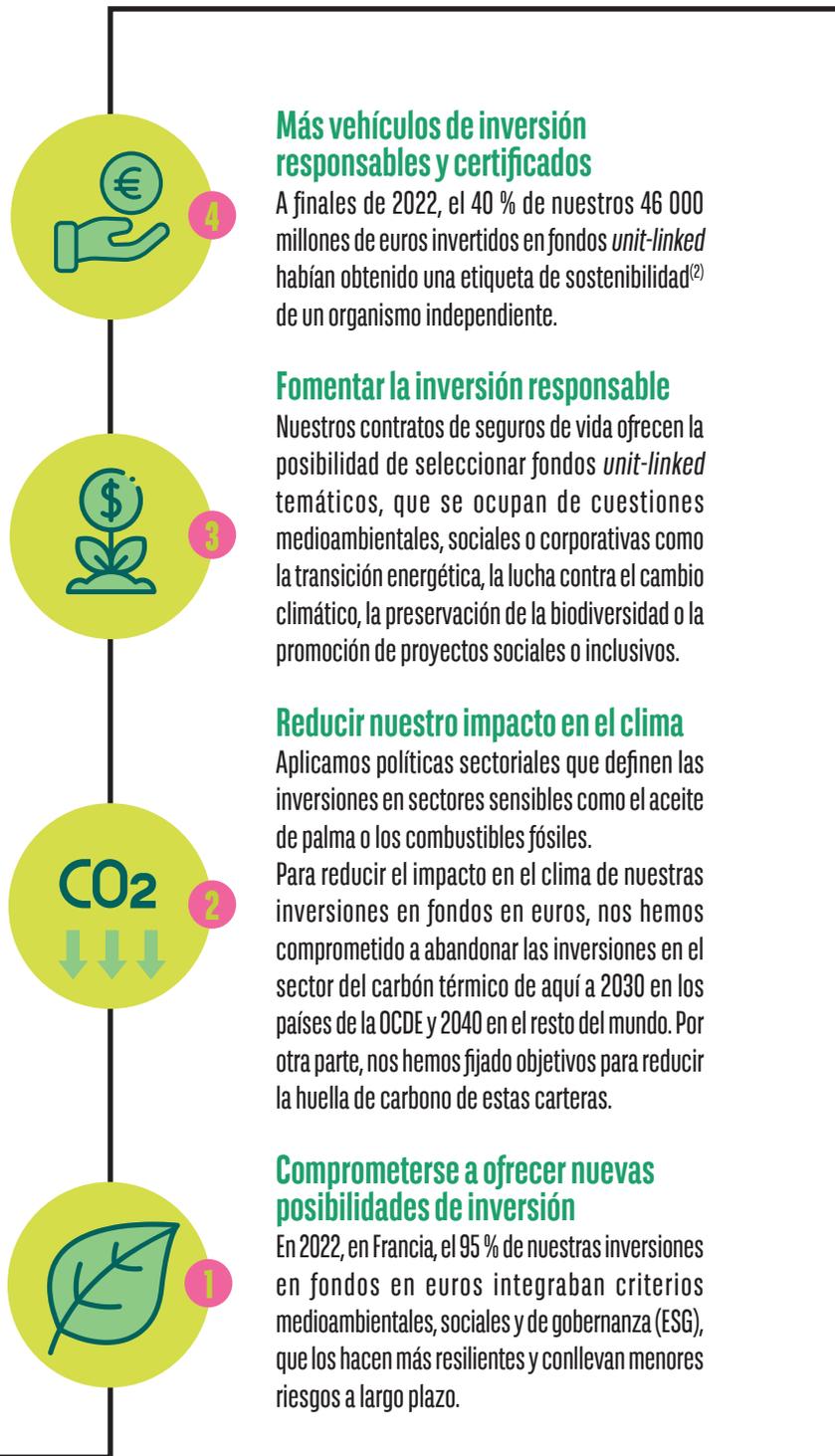
Es velar por que el ahorro contribuya a un mundo mejor

Los clientes confían sus ahorros a BNP Paribas Cardif a través de inversiones en seguros de vida. Este ahorro puede contribuir a alcanzar un objetivo medioambiental o social.

El mercado evoluciona hoy rápidamente, con un fuerte impulso de los reguladores y la sociedad civil. Se prevé que la inversión ESG institucional mundial aumente un 84 % hasta elevarse a 33,9 billones de dólares de aquí a 2026, lo que supone más del 20 % en activos bajo gestión(AUM).⁽¹⁾

¿Cómo gestiona BNP Paribas Cardif su enfoque de ahorro responsable?

Nuestra estrategia de inversión responsable se lanzó en 2008. Hace tiempo que estamos convencidos de que la integración de criterios no financieros en nuestra estrategia de gestión de activos es una fuente de resiliencia para los ahorros de nuestros clientes y puede ejercer un impacto positivo en la sociedad.



(1) La inversión ESG institucional se disparará un 84 % hasta elevarse a 33,9 billones de dólares en 2026, lo que supondrá el 21,5 % de los activos bajo gestión: Informe de PwC.
(2) Etiqueta francesa ISR, Greenfin, Finansol, LuxFLAG, FNG Siegel, Towards Sustainability.

¿Cómo está marcando la pauta del ahorro responsable BNP Paribas Cardif?

#1 Satisfacer la creciente demanda en Taiwán

En respuesta a la necesidad local de mayor diversidad de productos, Cardif Assurance Vie ha lanzado un nuevo producto comercializado exclusivamente por Chang Hwa Bank que está vinculado a una cuenta de inversión en beneficios sostenibles ESG gestionada por BlackRock Asset Management. La cuenta ofrece principalmente tres ventajas a los clientes: alta eficacia y responsabilidad, además de estar centrada en la innovación tecnológica relacionada con cuestiones como el cambio climático y la escasez de recursos.



Nos comprometemos a contribuir de forma significativa a una sociedad más sostenible y más inclusiva. Por eso trabajamos para que nuestras ofertas y servicios sean más accesibles e incrementar la visibilidad del impacto positivo de nuestras inversiones en el medio ambiente y la sociedad.



Nathalie Doré,
Directora Impacto e Innovación
de BNP Paribas Cardif

#2 Una nueva etapa en seguros responsables en Luxemburgo

En 2022, los productos OptiPension+ y MyPension+ de Cardif Lux Vie obtuvieron la etiqueta “LuxFLAG ESG Insurance Product”, que se otorga a los productos que contribuyen a la transición para mitigar y adaptarse a la crisis climática, así como a otras cuestiones medioambientales y sociales.

Esta etiqueta, única en Europa para productos de seguros, confirma que Cardif Lux Vie es uno de los principales actores en finanzas sostenibles en el mercado luxemburgués de seguros de vida.



#3 Celebración del 20.º aniversario de nuestra gama de fondos solidarios

La inversión en soluciones sostenibles ha venido aumentando considerablemente en Francia en los últimos años ya que los ahorradores desean cada vez más dar un significado a sus inversiones.

BNP Paribas Epargne & Retraite Entreprises (E&RE*) se enorgullece de haber abierto el camino en los últimos 20 años, ofreciendo fondos de ahorro solidarios que totalizan 2400 millones de euros de AUM, lo que representa el 17% del ahorro salarial solidario en Francia. Mediante la distribución de 9 fondos solidarios gestionados por BNP Paribas Asset Management, BNP Paribas E&RE ha contribuido al desarrollo de organizaciones sin ánimo de lucro y asociaciones corporativas que implementan proyectos de alto valor social, y seguirá haciéndolo.

*BNP Paribas E&RE es una entidad que pertenece a BNP Paribas Cardif. Está especializada en el ahorro y la jubilación de las empresas. Consulte la p.11 para más detalles.

Ser una aseguradora **responsable** y un socio valioso...

Sostenibilidad • Impacto positivo • Apoyo • Accesibilidad

En todo el mundo, la creciente concienciación sobre la sostenibilidad está influyendo en las decisiones de compra de cerca del 80 %⁽¹⁾ de los clientes. En BNP Paribas Cardif, estamos orgullosos de nuestro compromiso a largo plazo con nuestros socios y sus clientes para desempeñar un papel responsable y comprometido en la sociedad. Dedicamos nuestros esfuerzos a hacer que nuestros productos sean cada vez más accesibles reduciendo el número de exclusiones en nuestros contratos, incluyendo a las comunidades vulnerables que padecen enfermedades y centrándonos en la atención al cliente para ofrecer una mayor satisfacción. Creemos que la sostenibilidad es un motor clave de la eficiencia financiera a largo plazo.

PAÍSES BAJOS

Aportar valor a los clientes garantizando la reserva responsable de las viviendas



Para adaptarnos a las necesidades específicas del mercado y satisfacer las expectativas de nuestros socios y sus clientes, hemos diseñado soluciones que mejoran el recorrido del cliente y responden a los retos de nuestros socios.

En el recalentado mercado inmobiliario, muchos compradores de viviendas en los Países Bajos firman un contrato de reserva o una promesa de compraventa sin saber si obtendrán un préstamo hipotecario por la suma necesaria, lo que les expone a graves riesgos financieros. En respuesta a este reto social, BNP Paribas Cardif se ha asociado con **De Hypotheker**, una entidad financiera holandesa líder en franquicias hipotecarias, para desarrollar el certificado Buyer Protection. Un asesor hipotecario examina la situación financiera e indica explícitamente en el certificado el importe del crédito que el comprador puede obtener. Si se acepta la oferta del comprador, los fondos estarán disponibles pocos días después de la firma del contrato de compraventa. Gracias a Buyer Protection, el cliente puede firmar el contrato de reserva o promesa de compraventa de una

propiedad con toda seguridad. Las personas que buscan una vivienda saben de antemano cuánto pueden permitirse pagar responsablemente por ella. Esta asociación aporta valor social ya que vela por que los clientes gasten dentro de sus posibilidades. Después de solo unos meses, este enfoque se aplicó en otras doce grandes asociaciones de corredores de seguros de los Países Bajos.



TURQUÍA, JAPÓN, TAIWÁN

Incluir la cobertura del cáncer para ofrecer productos más inclusivos

Como aseguradora, tenemos la responsabilidad de reducir el número de exclusiones en nuestros contratos para contribuir, junto con nuestros socios, a que los seguros sean más accesibles. Cada año se diagnostica cáncer a unos 18 millones de personas⁽²⁾ en todo el mundo, siendo el de mama y el de pulmón los más frecuentes. Sin embargo, esta población vulnerable está relativamente infraprotegida por las compañías de seguros, incluso después de recuperarse.

Cardif-Assurances Risques Divers, sucursal de Taiwán, ha dado un importante paso adelante en el campo del seguro de salud personal. Antes, solo podían suscribir nuestros productos las personas de entre treinta y sesenta años de edad con antecedentes de cáncer. Ahora, hemos ampliado el límite de edad del seguro contra el cáncer a los setenta años, lo que permite a todas las personas con antecedentes de cáncer cuya edad se sitúa por debajo de este límite protegerse financieramente tras la recuperación.

En Japón, BNP Paribas Cardif está flexibilizando las condiciones de suscripción de su seguro de protección de pagos con Cancer Rider, para que las personas con antecedentes de cáncer puedan obtener un préstamo hipotecario de un banco, sujeto a condiciones individuales. Esta es la primera vez que se ofrece este tipo de cobertura en el país. El producto ya está disponible en cuatro bancos y fue nombrado "Iniciativa Aseguradora del Año" en los



Insurance Asia Awards de 2022, que recompensa a las aseguradoras que lanzan al mercado innovaciones significativas y pioneras en beneficio de los clientes.

En Turquía, en el marco de nuestro programa "Precious Women" de apoyo financiero y psicológico a las mujeres, hemos relanzado nuestro contrato de cobertura "cáncer femenino". En caso de diagnóstico de cualquiera de los siete tipos de cáncer más frecuentes entre las mujeres, las aseguradas reciben una suma fija.

Tras la firma por BNP Paribas Cardif de los Principios de Empoderamiento de la Mujer (WEP por su sigla en inglés), iniciativa promovida por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y ONU Mujeres, se han introducido nuevas mejoras en este producto. Gracias a la cobertura ampliada, las aseguradas también se benefician de otros servicios, como mamografías, un paquete de minicheques, ayuda psicológica, dietista y asesoramiento sobre nutrición saludable, atención al recién nacido 24/7 y servicios de información en cualquier momento durante la vigencia de la póliza.



CHILE

Diseñar productos más eficaces y comprensibles

Facilitar a los clientes la lectura y comprensión de las pólizas es una de las prioridades de nuestra misión y fomenta la confianza entre nuestros socios y sus clientes. Por ejemplo, hemos trabajado con nuestro socio **Scotiabank** en Latinoamérica para reducir de nueve a tres páginas las condiciones generales del seguro contra el robo, mientras que las exclusiones se redujeron de quince a solo cuatro. Para declarar el siniestro, los clientes solo tienen que presentar ahora dos documentos, en lugar de los cuatro anteriores, lo que acelera el proceso y reduce los plazos de pago. Además, todos los nuevos contratos se redactan ahora en un lenguaje más comprensible para el cliente (nivel B1), con menos jerga técnica.

(1) CX Network - informe Global State of Customer Experience 2022.
 (2) Observatorio Mundial del Cáncer (marzo de 2022).

... Y una empresa e inversor comprometidos

Sostenibilidad • Impacto positivo • Apoyo • Sensibilización

Estamos comprometidos con la búsqueda de un mejor enfoque más responsable en todos los niveles de nuestra empresa. Como inversor pionero en fondos sostenibles, seguimos centrados en identificar nuevas oportunidades para apoyar iniciativas a favor del medio ambiente, la sociedad y nuestros socios. Como parte interesada responsable, también tenemos un largo historial de compromiso con las empresas en las que invertimos, tratando de incentivarlas a integrar aún más los criterios ESG en sus estrategias.

EUROPA Y AMÉRICA LATINA

Obesidad: apoyo a las acciones de prevención y a la investigación médica

La magnitud del impacto de la obesidad está subestimada en todo el mundo. Más de 5 millones de personas obesas mueren prematuramente cada año en todo el mundo y, de aquí a 2030, la mitad de la población mundial tendrá sobrepeso o será obesa⁽¹⁾. Esta condición contribuye a reducir la esperanza de vida debido al agravamiento de las enfermedades cardiovasculares —la principal causa de muerte en todo el mundo—, así como de la diabetes crónica que, según las previsiones, será la séptima causa de muerte en el mundo en 2030⁽²⁾.

Estas enfermedades suelen generar multitud de complicaciones en la vida de las personas que las padecen. En el marco de nuestra misión de hacer más accesibles los seguros, hemos decidido contribuir a frenar el aumento del sobrepeso y la obesidad desarrollando un programa de prevención destinado a niños y adolescentes para promover un cambio de comportamiento en ellos y sus familias. Esta iniciativa está supervisada por un comité científico de expertos. Actualmente estamos invitando a nuestros socios comerciales a unirse al programa para amplificar las acciones de primera línea.

BNP Paribas Cardif apoya iniciativas de prevención de primera línea en doce países a través de siete ONG que responden a nuestros criterios de fiabilidad y experiencia. Cada país lleva a cabo actividades específicas adaptadas

al contexto y las prioridades locales. Por ejemplo, en España, la Gasol Foundation ha sensibilizado a 2000 niños. En Italia, FARE X BENE ETS está sensibilizando a niños y familias en las escuelas sobre alimentación saludable, actividad física y bienestar, mientras que en Alemania, nos hemos asociado con Stiftung Kindergesundheit para equipar a los profesores con herramientas digitales para educar a los niños en las escuelas sobre nutrición. En cinco países de América Latina, UNICEF* ampliará sus iniciativas gracias a nuestro apoyo. En 2022, más de 500 000 niños y familias se han beneficiado de estas acciones de prevención en los doce países.



(1) Nuestro mundo en datos, 2019 - (2) Informe sobre la situación mundial de las enfermedades no transmisibles 2010. Ginebra, Organización Mundial de la Salud, 2011.

* UNICEF no apoya a ninguna empresa, marca, producto o servicio.

TODO EL MUNDO

Dedicar una media de 1000 millones de euros al año a inversiones medioambientales y sociales de aquí a 2025

Para conciliar el desarrollo empresarial con un firme compromiso con la sociedad y el medio ambiente, nos hemos comprometido a aumentar nuestras inversiones responsables, marcándonos el ambicioso objetivo de destinar una media de 1000 millones de euros al año entre 2019 y 2025 a inversiones de impacto positivo.

Nuestro compromiso de ejercer un impacto positivo se hace eco del compromiso de los clientes de nuestros socios, cuyo apetito por las inversiones socialmente responsables (ISR) no deja de aumentar: a finales de 2022, el 40 % de nuestros 46 000 millones de euros invertidos en fondos *unit-linked* habían obtenido una etiqueta de sostenibilidad de un organismo independiente.

También nos hemos incorporado a varias alianzas, como los Principios de Inversión Responsable, el Protocolo de Montreal relativo a las sustancias que agotan la capa de ozono, la Alianza de Propietarios de Activos Neto Cero y Climate Action 100+.



SUDESTE ASIÁTICO

Hacer más accesibles los servicios financieros estableciendo asociaciones con startups

Para ofrecer a nuestros socios innovaciones y soluciones empresariales de vanguardia, estamos invirtiendo en *insurtechs* que contribuyen a hacer más accesibles los seguros, a través de nuestros fondos de capital riesgo C.Entrepreneurs y C.Development. Estas empresas desarrollan servicios digitales más accesibles y asequibles para los clientes locales

de Tailandia, Indonesia, Vietnam, Filipinas y Malasia.

El sudeste asiático es una gran oportunidad para el crecimiento de los seguros, ya que solo el 5 % de la población está actualmente asegurada (exceptuando a Singapur). Con el auge de las clases medias nativas digitales, las

insurtechs están penetrando en el mercado en línea que, según las previsiones, deberá crecer un tercio de aquí a 2025. En el marco de una relación ganador-ganador, estos nuevos actores del sector de los seguros se benefician de nuestra experiencia y, a cambio, aportan conocimientos y competencias tecnológicas locales.



La *insurtech* **igloo**, con sede en Singapur, trabaja en toda la región y diseña productos de seguros innovadores con plataformas digitales bajo su mantra "seguros para todos".



Lifepal es la mayor plaza de mercado digital de seguros "direct-to-costumer" que opera exclusivamente en Indonesia y llega a los clientes directamente a través de su plataforma.



Qoala tiene su propia red de agentes y facilita el acceso de la población indonesia a los productos de protección. La *insurtech* distribuye a los consumidores productos de seguros minoristas para bicicletas, automóviles, hogar y salud a través de su plataforma omnicanal.



COMITÉ EJECUTIVO



PAULINE LECLERC-GLORIEUX
Directora General



FABRICE BAGNE
Director General Adjunto, Responsable de Francia y Luxemburgo



STANISLAS CHEVALET
Director General Adjunto, Responsable de la Dirección de Transformación y Desarrollo



OLIVIER HÉREIL
Director General Adjunto, Responsable de Gestión de Activos



JEAN-BERTRAND LAROCHE
Director General Adjunto, Responsable de la Dirección de Mercados Internacionales



VIVIEN BERBIGIER
Responsable de EMEA (Europa, Oriente Medio y África)



CHARLOTTE CHEVALIER
Directora de Propuesta de Valor



PAULINE DE CHATILLON
Responsable de Conformidad



ALESSANDRO DEODATO
Responsable de Italia



ANNE DU MANOIR
Directora de Recursos Humanos



NATHALIE DORÉ
Directora Impacto e Innovación



CARINE LAURU
Directora de Comunicación



ERIC MARCHANDISE
Director de Finanzas



MICHAEL NGUYEN
Director de Eficiencia, Tecnologías y Operaciones



SEE SEE OOI
Responsable de Asia



MURIELLE PURON CHAMBORD
Responsable de Gestión de Riesgos



SANDRA STELLA
Directora de Actuarial financiero, Capital y Modelización



FRANCISCO VALENZUELA
Responsable de América Latina

AMÉRICA LATINA



FRANCOIS GAZEL-ANTHOINE
México



EDGAR GÓMEZ
Perú



SHEYNNA HAKIM
Brasil



JORGE HERNANDEZ
Colombia



MARCOS PEÑAILILLO
Argentina



SEBASTIÁN VALLE
Chile

EUROPA



FABRICE BAGNE
Francia y Luxemburgo



ÅSA BLESSNER
Norte de Europa (Dinamarca,
Noruega, Suecia)



CHRISTOPHE DE LONGUEVILLE
Bélgica y los Países Bajos



ALESSANDRO DEODATO
Italia



ALEXANDRE DRAZNIKS
Luxemburgo



MÁRK ISTVÁN KISS
Hungria



ZDENEK JAROS
Europa Central



GRZEGORZ JURCZYK
Polonia



CEMAL KISMIR
Turquía



MARIO KOSTOV
Bulgaria y Rumanía



EMMANUEL PELEGE
Iberia (España y Portugal)



CYRIL PETIT
Icare



NICOLAS PÖRTL
Alemania



OLEG ROMANENKO
Ucrania



SÉBASTIEN SANCHEZ
Argelia



FLORIAN WALLY
Austria

ASIA



JOSEPH DAY
BNP Paribas Cardif Assurance
Vie Taiwán (China)



NOZOMU NAKAMURA
Japón



JONATHAN OH
Corea



STEPHANE ROY
BNP Paribas Cardif
Assurances Risques Divers
Taiwán (China)



YONGTING YANG
China

Un agradecimiento a todos los empleados y a los socios distribuidores que han contribuido a la elaboración de este informe.

Escrito y publicado por el Departamento de Comunicación de BNP Paribas Cardif.

Diseño, creación, contenido y producción: be@rideas
Créditos fotográficos: Seb Leban, GettyImages®, Unsplash®.

Registro Mercantil de París RCS París 382 983 922 Sociedad Anónima con un capital de 149.959.051,20 euros.

Versión accesible electrónicamente por  ipedis

Impreso en papel reciclado certificado FSC



**BNP PARIBAS
CARDIF**

Seguros para un mundo en evolución

DOMICILIO SOCIAL	OFICINAS
1, boulevard Hausmann 75009 París Francia	8, rue du Port 92728 Nanterre Cedex Francia

