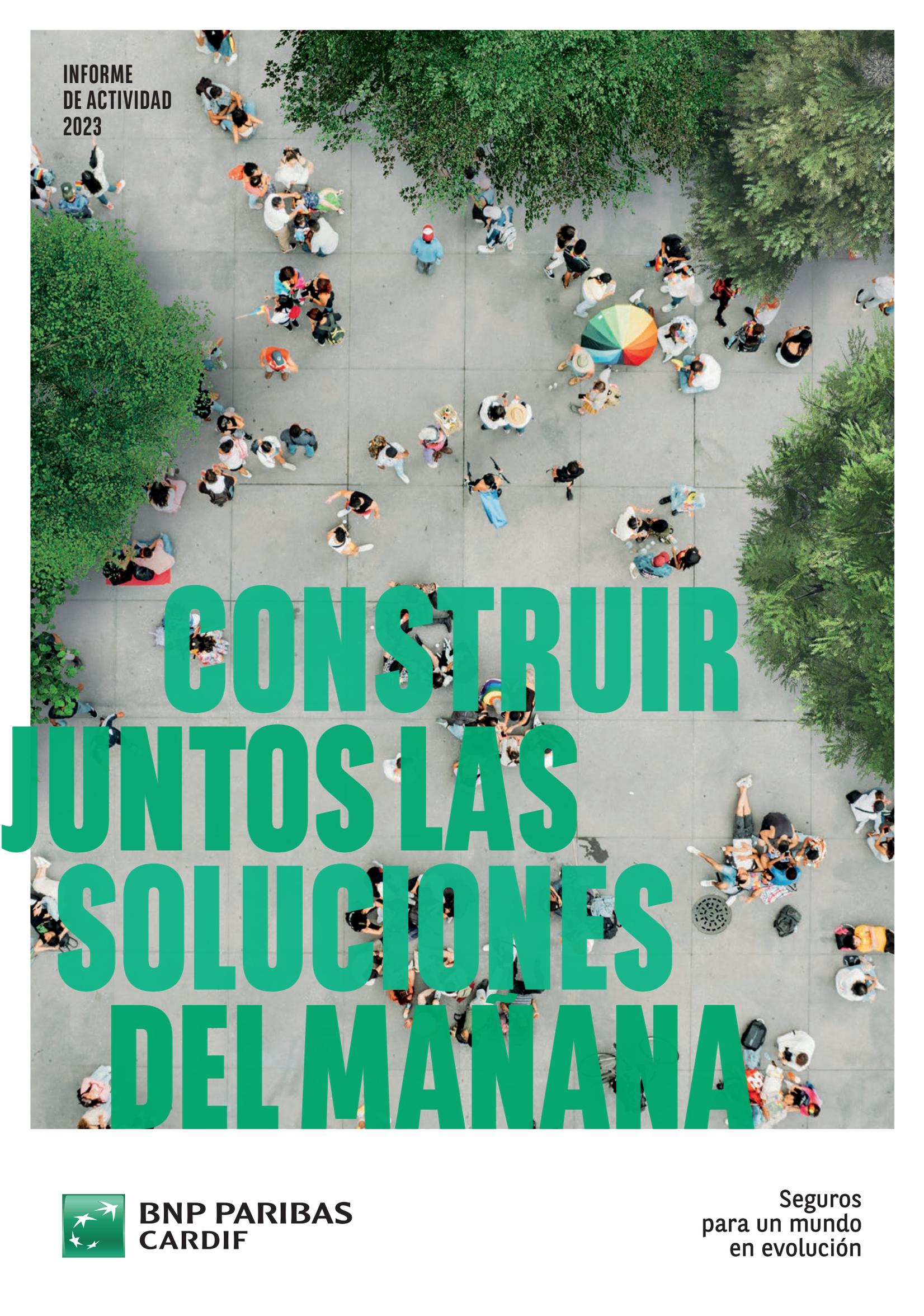


INFORME
DE ACTIVIDAD
2023



CONSTRUIR JUNTOS LAS SOLUCIONES DEL MAÑANA



**BNP PARIBAS
CARDIF**

Seguros
para un mundo
en evolución

GROWTH

Apoyar el crecimiento de nuestros socios P. 02

Responder a la evolución de las necesidades de nuestros clientes P. 04

Mejorar la experiencia del cliente gracias a productos sencillos P. 06

Simplificar la gestión de siniestros gracias a la automatización P. 08

Ofrecer una experiencia 100 % en línea P. 10

Utilizar la innovación en beneficio de nuestros socios y clientes P. 12

SUSTAINABILITY

Desarrollar productos más accesibles e inclusivos P. 14

Inversiones más responsables P. 16

Centrarnos en el impacto positivo P. 18

TECHNOLOGY

Ayudamos a nuestros socios a transformar la experiencia de sus clientes gracias a la mejora del recorrido del cliente. En este informe se ofrecen varios ejemplos, cada uno de los cuales contribuye a un punto de contacto específico con los clientes, como se indica en la lista:



AMPLIACIÓN DEL ALCANCE DEL PRODUCTO

- Hacer más accesible los seguros de salud a las personas con cobertura insuficiente P. 04
- Ofrecer soluciones de seguros más sencillas y justas P. 05
- Hacer más accesible los seguros: mejorar la accesibilidad y la inclusividad de los productos P. 14-15
- Combinar el rendimiento financiero y no financiero para una gestión más sostenible de los activos P. 16
- Apoyar la investigación médica sobre enfermedades genéticas y favorecer la evolución de los productos de seguros P. 19

PREVENTAS Y VENTAS

- Apoyar la competitividad de nuestros socios gracias a la mejora de las soluciones de ahorro P. 02
- Desarrollar una oferta de seguros personalizada e instantánea P. 06
- Distribuir productos de ahorro flexibles y diversificados al alcance de un clic P. 07
- Integrar perfectamente productos de seguros en una plataforma hipotecaria en línea P. 07
- Desplegar un seguro de hogar integral para inquilinos 100 % en línea P. 10
- Mejorar la automatización de las suscripciones P. 11
- Utilizar la IA para diseñar campañas de telemarketing más inteligentes P. 12
- Facilitar la integración en los sistemas de nuestros socios gracias a las *Application Programming Interfaces* (API) internas P. 13

POSVENTAS Y RECLAMACIONES

- Utilizar el diseño UX, la inteligencia artificial (IA) y los datos para optimizar el recorrido del cliente P. 08-09
- Desplegar una plataforma 100 % en línea para una experiencia más integrada de socios y clientes P. 12
- Mejorar la atención al cliente gracias a una comunicación *end-to-end* P. 18

GROWTH

N.º 1

Líder mundial en seguros de protección de pagos (CPI)*

* Finaccord, 2023.

Cifras clave

CRECIMIENTO DE LAS PRIMAS SUSCRITAS (GWP):

30 300 M€ EN 2023

1400 M€ BENEFICIO NETO ANTES DE IMPUESTOS (BNAI)

255 000 M€ ACTIVOS BAJO GESTIÓN EN 2023

62 %

de las declaraciones de siniestro se reciben a través de un canal digital

TECHNOLOGY

+ DE 200 API EN TODO EL MUNDO QUE CUBREN TODO EL RECORRIDO DEL CLIENTE

SUSTAINABILITY

En Francia, en 2023, en el marco del contrato distribuido por las sucursales bancarias de BNP Paribas,

+ DEL 99 % de las solicitudes de CPI hipotecario desembocaron en una propuesta de seguro.

1700 M€ DESTINADOS A INVERSIONES DE IMPACTO POSITIVO* EN 2023

* El concepto de inversión de impacto positivo abarca cualquier inversión que busque explícita y simultáneamente la rentabilidad económica y la creación de un impacto social y ambiental positivo y cuantificable.

Fuente: Direction Générale du Trésor de Francia, 2021.

EDITORIAL

Construir juntos las soluciones de seguros del mañana

Pauline Leclerc-Glorieux, Directora general de BNP Paribas Cardif

En 2023, BNP Paribas Cardif cumplió 50 años en el sector de los seguros. Este hito nos brindó la ocasión ideal para reunirnos y celebrar medio siglo de nuestro enfoque realmente único de asociación para hacer más accesibles los productos de ahorro y seguros en todo el mundo. Gracias por su confianza. ¡Seguiremos trabajando muy duro para merecerla!

El año pasado fue un año sin precedentes para todos nosotros, debido sobre todo a un entorno geopolítico inestable y a la inflación, cuyos efectos se han dejado sentir en todo el mundo. Como socio comprometido que siempre está presente para apoyarle, hoy movilizamos más que nunca todos nuestros recursos para ayudarle a satisfacer a sus clientes. Sabemos que la población sigue teniendo necesidades sustanciales de protección y que nuestros productos le permiten hacer realidad sus planes, actuando a la vez como eficaces palancas estratégicas de diferenciación y crecimiento empresarial. Por eso, cada año colaboramos estrechamente con usted para imaginar juntos las mejores soluciones de seguro posibles, y aportar le las ventajas de nuestra amplia y probada experiencia a usted y a sus clientes.

GROWTH. Proyectos de seguros que apoyan su trayectoria de crecimiento y aportan más valor a sus clientes.

Apoyamos su estrategia para llevar a cabo su transformación y fidelizar a sus clientes enriqueciendo regularmente nuestra cartera de soluciones de seguros de protección y ahorro, optimizando nuestra calidad de servicio y diseñando productos que se integran perfectamente en su entorno de ventas. La satisfacción del cliente es la piedra angular de nuestra propuesta de valor. Nuestros productos se diseñan siempre para que sean cada vez más sencillos de utilizar y más fáciles de entender y adquirir, gracias a un proceso fluido, desde la suscripción hasta la presentación de una declaración de siniestro.

TECHNOLOGY. Experiencia técnica y tecnológica demostrada para optimizar su experiencia y hacer que el proceso de compra sea aún más intuitivo para sus clientes.

Sus clientes viven en un mundo en constante evolución y sus hábitos de consumo también están cambiando. Nuestra prioridad es asegurarnos de que nuestros canales de distribución evolucionen constantemente para proponer una experiencia de compra omnicanal lo más sencilla e inmediata posible, y 100 % disponible en línea con cualquier dispositivo. BNP Paribas Cardif también sigue innovando, en particular aprovechando la potencia de la inteligencia artificial y los datos para diseñar soluciones de venta, gestión y reporting que promuevan una eficiencia cada vez mayor, lo que permite determinar con mayor precisión las necesidades de seguros personales y aumentar las fuentes de ingresos de nuestros socios distribuidores.

SUSTAINABILITY. Amplificar nuestro impacto positivo y el de nuestros socios en provecho de los clientes y la sociedad en su conjunto.

Tenemos la obligación de ser ejemplares en cumplir con nuestras responsabilidades con usted, sus clientes y la sociedad en su conjunto. Cumplimos con estas responsabilidades en línea con nuestra misión principal: hacer más accesibles los seguros. Nos comprometemos a amplificar nuestro impacto positivo proponiendo tarifas más equitativas e inclusivas, mejorando nuestra cobertura –y, por lo tanto, nuestra propuesta de valor– y reforzando nuestras acciones de lucha contra el cambio climático. Tenemos la firme convicción de que este impacto positivo no solo enriquecerá y profundizará nuestra colaboración, sino que también constituirá un pilar que sustentará la confianza de sus clientes.

Estamos orgullosos de continuar esta aventura con usted a nuestro lado. ¡Y nos entusiasma la perspectiva de celebrar juntos el despliegue de los seguros del mañana para los próximos 50 años!



Preventas
y ventas

ITALIA, EUROPA

Apoyar la competitividad de nuestros socios gracias a la mejora de las soluciones de ahorro

El Gruppo BCC Iccrea y BNP Paribas Cardif han firmado una alianza estratégica para comercializar seguros de vida en Italia. Alessandro Deodato, Director de BNP Paribas Cardif en Italia, y Mauro Pastore, Director general del Gruppo BCC Iccrea, explican por qué esta asociación es clave para ambas empresas.

¿Qué pueden decirnos sobre el contexto de esta asociación?

Alessandro Deodato: Como Director de BNP Paribas Cardif en Italia, mi objetivo es desarrollar nuestra actividad con el espíritu emprendedor que está arraigado en el ADN de la empresa y seguir buscando socios que nos permitan seguir haciendo los seguros más accesibles. Más allá de los negocios, nuestra relación con el Gruppo BCC Iccrea empezó de una forma poco habitual: hace unos meses conocí a Mauro Pastore en Wiesbaden y

Mauro Pastore,
Director general del Gruppo BCC Iccrea



descubrimos que los dos éramos hinchas del mismo equipo de fútbol. ¡Inmediatamente supe que era el comienzo de una buena relación! En cuanto a los orígenes de la asociación propiamente dicha, presentamos una oferta al Gruppo BCC Iccrea con otra empresa (Assimoco, la sucursal italiana de seguros de R+V Versicherung), para responder a sus necesidades tanto de ahorro como de protección. Acompañamos a nuestro socio en los segmentos ahorro y vida de todos los productos del Seguro de Protección de Pagos (CPI), mientras que Assimoco se encarga del segmento no vida de la protección.

Mauro Pastore: En el ámbito del ahorro, buscábamos un socio sólido y técnicamente cualificado que pudiera ayudarnos a desarrollar nuestra estrategia en el segmento vida de bancaseguros, que es una línea de producto en la que realmente creemos. Buscábamos un socio que pudiera ayudarnos a desarrollar al máximo las capacidades de BCC Vita (nuestra compañía dedicada a los seguros de vida), gracias a la mejora y optimización de su gama global de productos, y a la mejora de su promoción entre los clientes de nuestros 115 bancos locales. Para nosotros, estaba claro que BNP Paribas Cardif ofrecía la gestión de productos financieros

“El valor para el cliente es la piedra angular de nuestra estrategia. Consideramos que es crucial adaptar y optimizar nuestra gama de productos de ahorro para diseñar las soluciones que esperan nuestros clientes”.

Mauro Pastore



Alessandro Deodato,
Director de BNP Paribas Cardif en Italia

de calidad que necesitábamos, así como capacidades técnicas y de promoción de ventas que se encuentran entre las mejores del mercado.

¿Por qué buscaban una alianza?

A. D.: Estratégicamente, queríamos seguir diversificando nuestra estructura de distribución y nuestra base de clientes, además de seguir estableciendo asociaciones a largo plazo en Italia. La escalabilidad y los acuerdos a largo plazo son factores clave, ya que nos permiten a nosotros y a nuestros socios crecer de forma saludable. El ADN cooperativo del Gruppo BCC Iccrea y su base de clientes específica eran puntos de entrada interesantes, lo que les convertía probablemente en el mejor grupo bancario con el que asociarnos para los próximos 15 años... ¡como mínimo! Además de dar un nuevo impulso a la actividad de ahorro del Gruppo BCC Iccrea, esta asociación también nos permite reforzar nuestra propia posición en el segmento ahorro, ya que adquirimos el 51 % de BCC Vita.

M. P.: Somos un grupo bancario, presente en toda Italia y con una relación sólida e histórica con nuestros socios y comunidades. Por lo tanto, era esencial completar nuestra gama de servicios financieros gracias a un socio eficaz, acostumbrado a la gestión del ahorro y la estructuración de fondos, que pudiera asistirnos técnicamente y sobre el terreno. Consideramos que el ahorro y las soluciones de seguros más globales son más que una simple opción dentro de nuestra propia propuesta de valor. Como nos preocupamos por el futuro de nuestros clientes, la protección necesaria y el control de riesgos que garantizan los seguros forman parte de nuestro proyecto de servicio global. La propuesta de valor de BNP Paribas Cardif es completa y de gran valor en comparación con lo que se ofrece en el mercado. Globalmente, ofrece algunas de las soluciones más eficaces en materia

de ahorro y protección que responden, por ejemplo, a las necesidades futuras de los clientes o a otras exigencias específicas como la protección de los préstamos concedidos en función del salario (que es específica de Italia). Esperamos explotar algunos de estos nuevos recursos en los próximos 15 años, en un primer momento en el ámbito del ahorro, para incrementar nuestro crecimiento y desarrollo.

¿Cuáles son las principales ventajas de esta alianza?

A. D.: El Gruppo BCC Iccrea y BNP Paribas Cardif comparten la misma visión: dar prioridad a las necesidades de los clientes por encima de nuestros propios intereses individuales. De hecho, una asociación no puede tener éxito si no situamos a los clientes en el centro de la ecuación. El mundo cooperativo, que forma parte del ADN histórico del Gruppo BCC Iccrea, lleva esa consideración más lejos, ya que los particulares no solo pueden ser clientes, sino también accionistas potenciales. Creemos que podemos contribuir a mejorar los productos de inversión que se ofrecen actualmente a los clientes del Gruppo BCC Iccrea, a la vez que reforzamos la competitividad de nuestro socio en el mercado italiano. La idea es ayudarlo a ampliar y completar su gama de productos financieros gracias a un mix de productos de ahorro, aprovechando no solo los fondos generales, sino también las capacidades de inversión en fondos *unit-linked*. También nos hemos marcado el objetivo de mejorar el rendimiento y duración de las inversiones gracias a nuestro saber hacer único y nuestra experiencia de retención de clientes. En términos más generales, nuestro objetivo es ser un motor de crecimiento para el Gruppo BCC Iccrea: incrementar la promoción de la gama de productos de BCC Vita entre los bancos cooperativos podría ser un motor para potenciar la captación de ahorros y contribuir así al crecimiento de nuestro socio. Con nuestras fuerzas combinadas, tenemos la convicción de que podemos ayudar al Gruppo BCC Iccrea a convertirse en uno de los mejores grupos bancarios de Italia y, también, formar parte de esta gran historia de éxito nosotros mismos.

M. P.: Solo han pasado unos meses desde que iniciamos esta nueva asociación y ya hemos establecido una sólida colaboración. A la vez que esperamos excelencia de BNP Paribas Cardif a la hora de apoyarnos en la gestión técnica de la gama de productos, nosotros les aportamos nuestra extensa red (unas 2500 sucursales) y nuestra sólida relación con los clientes. La unión de fuerzas y recursos nos permitirá promover pronto el catálogo de productos que habremos construido juntos.

¿En qué medida contribuye esta asociación a mejorar el valor para el cliente?

A. D.: Trabajamos juntos con el objetivo común de hacer más accesibles los seguros para los clientes del Gruppo BCC Iccrea. Nuestra propuesta de valor es una combinación de promesas convincentes y únicas, que aportan valor financiero y no financiero a nuestros socios y sus clientes. A través de BCC Vita, nos comprometemos a mejorar la calidad de los productos de inversión y la seguridad financiera para satisfacer las necesidades de sus clientes. Nuestro objetivo es seguir ofreciendo a los clientes una combinación de productos y servicios de alta calidad y conservar su confianza a largo plazo.

M. P.: El valor para el cliente es la piedra angular de nuestra estrategia. Consideramos que es crucial adaptar y optimizar nuestra gama de productos de ahorro para diseñar las soluciones que esperan nuestros clientes.

En definitiva, somos un conjunto de bancos locales basados en relaciones sólidas y en la confianza de los clientes. Estamos acostumbrados a escuchar a nuestros clientes con un nivel de atención que nos distingue, y por esta misma razón necesitamos un socio que pueda ayudarnos a ofrecer a nuestros clientes toda la atención y el trato que se merecen. Esta es una de las razones por las que decidimos asociarnos con BNP Paribas Cardif, ya que son capaces de identificar soluciones específicamente diseñadas para satisfacer las necesidades de quienes acuden a la sucursal. Su reconocida experiencia es especialmente estratégica para nosotros; nos ayudará a elevar nuestras relaciones con los clientes a otro nivel, así como a diseñar un nuevo catálogo de productos que ofrecerá nuevas ventajas tanto a los bancos distribuidores como a los clientes finales.

¿Cuáles son las siguientes etapas?

A. D.: Junto con BCC Vita y el Gruppo BCC Iccrea, estamos trabajando intensamente en el análisis de los productos en un primer momento para proponer a los clientes la oferta más adecuada y de mayor calidad, así como una amplia promoción de ventas lo antes posible.

M. P.: Tan pronto como recibamos las aprobaciones de las autoridades reguladoras, se hará efectiva la adquisición del 51 % de BCC Vita por parte de BNP Paribas Cardif. Inmediatamente después nos dedicaremos al diseño y puesta a punto de nuevos productos de ahorro. Si la asociación prospera, esperamos que BNP Paribas Cardif adquiera otro 19 % del capital de BCC Vita en el futuro*.

* Sujeto a validación por el IVASS.

Apoyar su crecimiento
aportando más valor

Ampliación del alcance del producto

BRASIL, LATINOAMÉRICA

Hacer más accesible los seguros de salud a las personas con cobertura insuficiente

En Brasil, donde el 75 % de la población aún no tiene seguro privado, conseguir un seguro médico de calidad y asequible sigue siendo difícil para muchos. BNP Paribas Cardif ha renovado su compromiso con el gigante del comercio minorista Magazine Luiza por más de diez años y ha lanzado un nuevo plan de seguro médico exclusivo y amplio para cubrir mejor a sus clientes.

Con más de 1300 tiendas y 13 millones de clientes, Magazine Luiza es una referencia en el sector del comercio minorista brasileño que mantiene una larga e íntima relación con sus clientes y siempre está buscando oportunidades para satisfacer sus necesidades. Tras veinte años de colaboración, Magazine Luiza ha vuelto a asociarse con BNP Paribas Cardif, para crear una solución a medida que proteja a las personas con cobertura insuficiente a un precio razonable. Disponible en todo el país, tanto en las tiendas como en línea, Magalu Health Protection, producto diseñado e impulsado por BNP Paribas Cardif Brazil, ha llegado al mercado a un precio de entrada muy asequible, haciendo de este modo más accesibles los seguros. Además, el producto también incluye ofertas complementarias innovadoras, como una amplia red de profesionales sanitarios afiliados y servicios no estándar, como una plataforma personalizada geoespecífica para las citas.



Frederico Trajano,
Director general de Magazine Luiza

Gracias a su colaboración con BNP Paribas Cardif, Magazine Luiza ha mejorado su competitividad tanto en línea como en las tiendas enviando una potente señal a sus clientes, al tiempo que aprovecha esta asociación basada en la experiencia, la seriedad y la atención al cliente. Con sus dos visiones alineadas, Magazine Luiza y BNP Paribas Cardif contribuyen juntos a hacer más accesibles los seguros en Brasil.

Ampliación del alcance del producto

POLONIA, EUROPA

OFRECER SOLUCIONES DE SEGUROS MÁS SENCILLAS Y JUSTAS

BNP Paribas Cardif en Polonia y la entidad financiera Velobank han firmado un acuerdo de asociación que les permite ofrecer conjuntamente seguros para préstamos hipotecarios y en efectivo a los clientes del mercado polaco.

4. Preguntas a

Adrian Adamowicz, miembro del consejo de administración de VeloBank, Director de Banca Minorista y Corporativa



así como a canales de acceso electrónico, incluida la banca móvil.

¿Por qué decidieron asociarse a BNP Paribas Cardif?

Necesitábamos un socio de confianza, que fuera lo suficientemente audaz como para adoptar realmente nuestra visión de bancaseguros, en un entorno extraordinario. Su capacidad para integrar nuevos productos en nuestro ecosistema en solo unas semanas (cuatro semanas para el producto hipotecario CPI y seis semanas para el producto en efectivo CPI) era muy importante para nosotros. Como aseguradora responsable, BNP Paribas Cardif también satisfacía las nuevas necesidades de nuestros clientes. Sus equipos en Polonia generaron y desarrollaron ideas originales, y diseñaron una nueva oferta de bancaseguros de alta calidad adelantándose a la recomendación de la Autoridad Polaca de Supervisión Financiera*, que tiene un impacto real en el ámbito de la protección de la vida y salud de nuestros clientes y garantiza el reembolso del préstamo en caso de imprevistos.

¿En qué medida contribuye este nuevo producto a hacer más accesibles los seguros en el mercado polaco?

BNP Paribas Cardif ofrece soluciones que permiten a los clientes protegerse a un precio asequible y con la garantía de un alto nivel de prestaciones. En línea con su compromiso de hacer los seguros más accesibles, principalmente reduciendo las exclusiones de las pólizas, BNP Paribas Cardif ha ido más allá de la cobertura estándar disponible y ha ampliado el catálogo de enfermedades graves a 17 enfermedades. Nuestra oferta conjunta es transparente y justa, nuestras pólizas de seguro

tienen listas de exclusión mínimas y una amplia gama de coberturas, que es exactamente lo que esperan nuestros clientes. La innovación de los productos y la apertura a las necesidades sociales actuales son las cualidades que VeloBank buscaba para sus clientes a través de esta asociación.

“BNP Paribas Cardif ha ido más allá de la cobertura estándar disponible y ha ampliado el catálogo de enfermedades graves a 17 enfermedades”.

¿Cuáles son las siguientes etapas?

Gracias al incomparable equipo de especialistas en bancaseguros de BNP Paribas Cardif y a una combinación de asesoramiento fiable y valores compartidos, hemos sentado unas bases sólidas para seguir desarrollándonos. Sabemos que el mundo cambia rápidamente, al igual que sus clientes. En el siguiente nivel de nuestra cooperación, rediseñaremos el recorrido del cliente en línea para ofrecerle un acceso digital rápido y flexible a los seguros. Gracias a un enfoque basado en la tecnología, también tenemos previsto implantar la IA generativa y el reconocimiento de voz para ayudarnos a mejorar la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia en telemarketing.

* La oferta de productos implementada en junio de 2023 ya se ajustaba a la Recomendación U de la Autoridad de Supervisión Financiera de Polonia ((KNF, por sus siglas en polaco), que entrará en vigor en julio de 2024.



Sheynna Hakim, Directora general de BNP Paribas Cardif en Brasil; Pauline Leclerc-Glorieux, Directora general de BNP Paribas Cardif; Luiza Helena Trajano, Presidenta del Consejo de Magazine Luiza.

Preventas y ventas

JAPÓN, ASIA

Desarrollar una oferta de seguros personalizada e instantánea

Dado que el 40 % de los compradores de vivienda japoneses se arrepienten del seguro de protección de pagos (CPI)* elegido inicialmente, BNP Paribas Cardif ha lanzado en Japón CPI Advisor, una herramienta en línea que pone a disposición de los futuros compradores de vivienda un cuestionario en línea de un minuto para ayudarles a evaluar sus necesidades de seguro y obtener recomendaciones de CPI personalizadas y fiables. Esta sencilla herramienta, diseñada e implementada conjuntamente con la fintech japonesa Sasuke Financial Lab, es accesible con cualquier dispositivo y en todo momento.

El corto cuestionario en línea recopila datos pertinentes como la edad, el precio de la vivienda, el estilo de vida o el apetito por el riesgo. Basado en un modelo de puntuación desarrollado internamente, el CPI Advisor ayuda a los clientes a entender mejor sus opciones en un momento crucial del proceso de compra.

Esta valiosa herramienta permite a los socios de BNP Paribas Cardif ahorrar tiempo y desbloquear nuevas posibilidades para comprender mejor a sus clientes y, de este modo, brindarles un mejor servicio. El algoritmo de recomendación es incluso totalmente personalizable para la cartera específica de cada socio. Lanzada como proyecto piloto con tres bancos asociados en 2023, la herramienta generó 820 recomendaciones personalizadas en cuatro meses y multiplicó por 4,5 el tráfico web. Fácil de integrar e implementar, apoya y trabaja junto a los equipos de ventas para fomentar relaciones eficientes y de confianza con los clientes.

* Según la 4.ª Encuesta de sensibilización realizada en Japón por Cardif Assurance Vie.



Preventas y ventas

FRANCIA, EUROPA

DISTRIBUIR PRODUCTOS DE AHORRO FLEXIBLES Y DIVERSIFICADOS AL ALCANCE DE UN CLIC

BNP Paribas Cardif se asoció con assurancevie.com, el principal corredor de seguros independiente en línea de Francia, para distribuir en exclusiva Lucy Cardif, un contrato de seguro de vida que ofrece acceso sencillo, flexibilidad y condiciones competitivas. Este producto está destinado a las personas que desean gestionar ellas mismas sus ahorros y les ofrece la ventaja de contar con el asesoramiento a la carta de expertos.

Diseñado para los ahorradores digitalmente entrenados que están familiarizados con los productos de seguros de vida, Lucy Cardif ofrece a los asegurados acceso directo a una gama completa de vehículos de inversión sin ninguna comisión inicial. Este contrato, con gastos de gestión bajos y disponible a partir de una inversión inicial de 500 euros, permite a los clientes acceder a más de 2300 activos subyacentes, incluyendo una amplia variedad de productos *unit-linked*.

El contrato permite al corredor de seguros diversificar su oferta en línea aportando soluciones con una sólida seguridad financiera. La oferta de BNP Paribas Cardif se integra directamente en el sitio web assurancevie.com mediante interfaces de programación de aplicaciones (API) desarrolladas por los equipos de TI de BNP Paribas Cardif.

Preventas y ventas

ALEMANIA, EUROPA

Integrar perfectamente productos de seguros en una plataforma hipotecaria en línea

La nueva colaboración entre BNP Paribas Cardif en Alemania y Smart Insurtech de Hypoport consiste en integrar la protección en la propuesta de financiación del socio. Europace es la mayor plataforma alemana de transacciones de financiación inmobiliaria, productos de ahorro para la construcción y préstamos con intereses. En colaboración con Smart Insurtech, empresa hermana de Europace y plataforma de integración técnica, BNP Paribas Cardif se integra en el sistema del socio para distribuir productos de seguros junto con ofertas hipotecarias.

De este modo, los consumidores pueden añadir una oferta de seguro personalizada de BNP Paribas Cardif integrada en un proceso digital totalmente seguro gracias a la plataforma digital.

Esta perfecta integración de productos de seguros incluye la protección contra riesgos como muerte, incapacidad o desempleo. Para los clientes y asesores, el recorrido es sencillo y fluido: los largos costes de posprocesamiento en el *backoffice* desaparecen, se eliminan las etapas manuales del proceso y se minimizan los errores gracias al proceso de trabajo automático y totalmente digital de las aplicaciones.



Los equipos de BNP Paribas Cardif en Alemania.

Posventas
y reclamaciones

Utilizar el diseño UX, la inteligencia artificial (IA) y los datos para optimizar el recorrido del cliente

Introducción sobre la automatización, por Judith Will, Directora de análisis corporativo, BNP Paribas Cardif



“En BNP Paribas Cardif, la automatización no es un fin en sí, sino un medio en un marco mucho más amplio: el rediseño de los procesos. Cuando analizamos un proceso concreto, tenemos que tomar primero cierta distancia y definir los objetivos que pretendemos alcanzar. Pueden ser la agilidad, la eficiencia, la precisión, la fluidez..., pero incluso un proceso perfectamente diseñado no puede satisfacer

todos los objetivos a la vez. Una vez que hayamos fijado el objetivo, podemos reunir las piezas necesarias. Aquí es donde entra en juego la automatización: establecemos su intensidad en función de las necesidades del proceso y utilizamos las herramientas adecuadas de IA, paramétricas, digitales, datos...

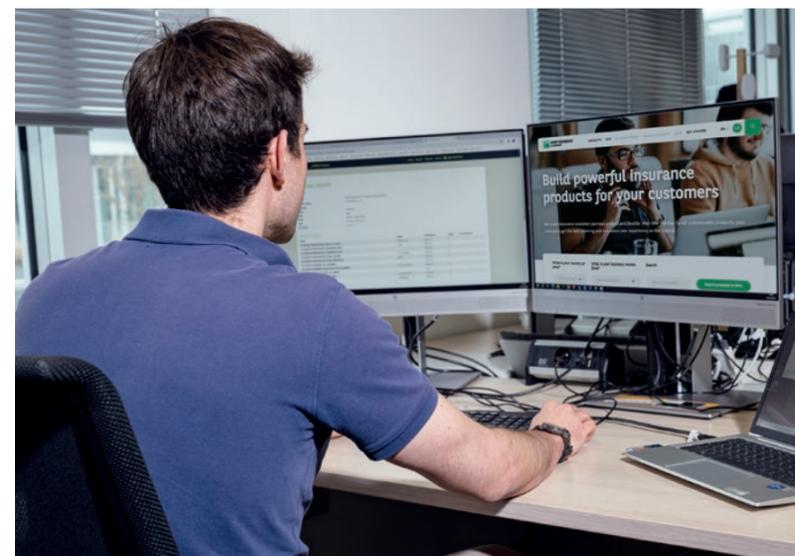
Rediseñar los procesos y utilizar la automatización ofrece un gran potencial a nuestros clientes, nuestros socios... y nuestra propia entidad! Es una oportunidad para ofrecer un servicio de mejor calidad y más rápido a los clientes y contribuir a la notoriedad de las marcas de nuestros socios. Además, permite incrementar la agilidad y la eficacia, y liberar tiempo para nuestros empleados expertos, un tiempo que pueden dedicar a desarrollar las actividades, a centrarse en tareas de alto valor añadido y a desarrollar aún más sus propias competencias”.

ALEMANIA, EUROPA

DISEÑAR UN PROCESO DE GESTIÓN DE SINIESTROS TRANSPARENTE Y MEJORAR LA EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, GRACIAS A LAS NOTIFICACIONES AUTOMATIZADAS

En Alemania, BNP Paribas Cardif se compromete a llevar los seguros al siguiente nivel, gracias a los puntos de contacto digitales a lo largo del recorrido del cliente. De hecho, todos los clientes de nuestros socios cuentan ahora con un sistema de comunicación mejorado, que activa seis puntos de contacto con el cliente a lo largo del proceso de gestión de siniestros.

El cliente recibe notificaciones de confirmación en cada etapa: registro de la declaración de siniestro, recepción del mensaje, respuesta relativa al siniestro, plazo de respuesta, pago procesado y siniestro cerrado. La optimización de la experiencia del usuario (UX) de la aplicación en línea MyCardif facilita la comprensión y el seguimiento del proceso de gestión, proporcionando información puntual. En total, en 2023 se enviaron 242000 mensajes a clientes, relativos a unos 32000 siniestros. Gracias a la comunicación automatizada, los clientes ya no tienen que contactar con BNP Paribas Cardif en Alemania para solicitar información sobre el estado de su declaración, ya que toda la información pertinente se les facilita automáticamente.



BRASIL, LATINOAMÉRICA

IMPLEMENTAR UN PROCESO DE GESTIÓN DE SINIESTROS *END-TO-END* 100 % AUTOMATIZADO GRACIAS A LA IA

Todos nuestros socios en Brasil cuentan ahora con un proceso de gestión de siniestros *end-to-end* 100 % automatizado. La experiencia basada en IA está disponible para las declaraciones relativas a desempleo, muerte y extensión de garantía, y cubre todos los puntos de contacto digitales. Gracias al sistema de puntuación de IA, los clientes reciben inmediatamente una respuesta con la decisión tras presentar un número limitado de documentos. Por ejemplo, en el caso del desempleo, más del 50 % de las declaraciones se tramitan automáticamente sin intervención humana.

CHILE, LATINOAMÉRICA

Reducción del plazo a varios minutos para los clientes CPI que han perdido su empleo en Chile

Acortar el plazo necesario para gestionar las declaraciones de siniestros supone una enorme diferencia para algunos de nuestros socios, especialmente en América Latina, donde las necesidades de protección en caso de pérdida de empleo siguen siendo considerables. BNP Paribas Cardif ha implementado soluciones de automatización basadas en inteligencia artificial para dos socios en Chile adaptándose así a las necesidades específicas de sus clientes. Con tasas de automatización en su canal web del 39 % y el 24 %, los clientes de Scotiabank y Caja Los Andes se beneficiaron de una impresionante reducción del plazo necesario para gestionar las declaraciones de siniestro: ¡de diez y siete días respectivamente a solo diez minutos!

FRANCIA, EUROPA

Simplificar las declaraciones de siniestro en línea mediante el uso de API

Con el fin de simplificar el recorrido del cliente en caso de baja por enfermedad, BNP Paribas Cardif se ha asociado con la Caisse Nationale de l'Assurance Maladie (organismo de seguridad social) francesa para que sus asegurados puedan beneficiarse de un proceso de declaración simplificado y aún más seguro gracias a la herramienta FranceConnect. Gracias al despliegue de un servicio de recuperación automática de la información relativa al pago de las prestaciones diarias por la Seguridad Social, los beneficiarios de un contrato de seguro de pagos distribuido a través de la red BNP Paribas y que hayan dado su consentimiento ya no tienen que enviar ningún justificante, lo que permite que la gestión y tramitación de los siniestros sean más transparentes, fluidas y rápidas.

FRANCIA, EUROPA

UTILIZAR LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN CASO DE ROTURA O ROBO DE DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS

Con la nueva oferta de seguros para dispositivos móviles desarrollada por el operador de telecomunicaciones Orange y BNP Paribas Cardif, los asegurados tienen la posibilidad de obtener una respuesta en cuestión de segundos tras presentar una declaración de siniestro. A partir de los datos declarados por el cliente y los relativos a su comportamiento en el pasado, un algoritmo basado en modelos de IA calcula una puntuación y determina la aceptabilidad del siniestro. Si el siniestro no es aceptado o si un asegurado prefiere un proceso no automatizado, los encargados de gestionar las declaraciones de siniestros de BNP Paribas Cardif toman el control del proceso, lo que ofrece una complementariedad perfecta con la IA.

Preventas
y ventas

FRANCIA, EUROPA

Desplegar un seguro de hogar integral para inquilinos 100 % en línea

La *insurtech* estadounidense Lemonade se ha asociado con BNP Paribas Cardif para ofrecer un seguro de hogar integral para inquilinos con un proceso de suscripción 100 % en línea y tarifas competitivas.

La suscripción a esta oferta, más directa y adaptada a las necesidades y el estilo de vida de las generaciones más jóvenes, requiere menos de dos minutos y se adapta perfectamente a las nuevas necesidades de los inquilinos que buscan una experiencia de cliente fluida e independiente 100 % digital, en particular en caso de declaración de siniestro.

Esta asociación combina la probada experiencia en asesoramiento de BNP Paribas Cardif y el enfoque innovador de Lemonade, que integra inteligencia artificial e impacto social positivo. Coasegurada por Lemonade y BNP Paribas Cardif, esta oferta, que se ha marcado 30000 pólizas como objetivo, reúne la experiencia de ambos socios en beneficio de los clientes.

“Francia sigue siendo una oportunidad y un objetivo excelente para nosotros desde el lanzamiento en 2020, puesto que es un mercado de seguros bien desarrollado con millones de inquilinos con conocimientos digitales. Una marca de renombre como BNP Paribas Cardif, combinada con el enfoque instantáneo y transparente de los seguros de Lemonade, ofrece lo mejor de ambos mundos a los residentes franceses que buscan una forma sencilla de proteger su propiedad”.



Daniel Schreiber,
Codirector general de Lemonade.

Preventas
y ventas

BÉLGICA, EUROPA

MEJORAR LA AUTOMATIZACIÓN DE LAS SUSCRIPCIONES

BNP Paribas Cardif en Bélgica ha desplegado y lanzado una herramienta para sus socios locales, una red de 3500 corredores asociados. Los equipos han implementado una plataforma específica, que integra funciones como la gestión de suscripciones 100 % en línea, un cuestionario médico digital, la firma electrónica y un circuito de *feedback*. Los socios pueden beneficiarse de una interfaz preprogramada o integrar el proceso de venta en su entorno a través de API. Globalmente, la herramienta tiene como objetivo mejorar los procesos de los socios y ayudarles a satisfacer mejor las necesidades de sus clientes.

Desde mayo de 2023, el 93 % de las suscripciones se realizan a través de este sistema automatizado, con el 74 % de las pólizas emitidas en tiempo real, lo que pone de manifiesto la eficacia del sistema para los corredores. Con la implementación de la solución web

mejorada, las firmas electrónicas han aumentado al 32 %. Gracias a la utilización de las herramientas y procesos digitales, BNP Paribas Cardif en Bélgica satisface las necesidades de sus socios y establece nuevos estándares en el ámbito de la suscripción digital en cada etapa del recorrido de ventas: desde el asesoramiento, hasta la emisión del contrato. Este enfoque holístico no solo simplifica el proceso de suscripción de CPI para préstamos hipotecarios y créditos al consumo, sino que también garantiza una experiencia fluida a los clientes en Bélgica.

El lanzamiento constó de varias fases clave: en primer lugar, la fase de sensibilización para hacer entender y defender las ventajas del sistema de suscripción automatizado, seguida del análisis de las necesidades de los clientes para adaptar la experiencia de suscripción. El núcleo del proceso lo constituye la fase de suscripción,

en la que los corredores se conectan a la plataforma digital para elegir las características que desean del producto (también hay API disponibles para permitir la personalización). Por último, la fase firma electrónica, que digitaliza aún más la experiencia ya que permite la verificación y confirmación instantáneas, mientras que la notificación de disponibilidad de los documentos finales garantiza que los clientes se mantengan informados del estado de la suscripción.

93 %
DE LAS SUSCRIPCIONES SE REALIZAN A TRAVÉS DE ESTE SISTEMA AUTOMATIZADO

Preventas y ventas

PORTUGAL, ESPAÑA, EUROPA

UTILIZAR LA IA PARA DISEÑAR CAMPAÑAS DE TELEMARKETING MÁS INTELIGENTES

BNP Paribas Cardif y Universo, entidad de servicios financieros fundada por Sonae, socio de Cardif desde hace muchos años, han trabajado juntos para mejorar la venta de productos de seguros (disponibles a través de las tarjetas de crédito de Universo), abordando uno de los principales puntos débiles de los socios: maximizar la rentabilidad de sus campañas de telemarketing saliente. Con más de un millón de clientes, Universo está bien establecida en el mercado pero deseaba mejorar su eficiencia para captar más clientes para los productos de seguros.



“Pensamos que la inteligencia artificial ofrecía las mejores posibilidades, ya que la solución que buscábamos era más un reto analítico que operativo”.

Isabel Fonseca,
Directora de análisis de BNP Paribas Cardif en Portugal, que supervisó los grupos de trabajo con el socio.

Para optimizar la primera oferta hecha a cada cliente, BNP Paribas Cardif y su socio desarrollaron una solución analítica, basada en algoritmos de aprendizaje automático. La experiencia de BNP Paribas Cardif y los datos de Sonae permitieron desarrollar un marco ágil, que permitió a los socios implementar el proyecto codo con codo, al tiempo que tomaban decisiones humanas basadas en IA en cada etapa. El resultado habla por sí mismo: un 27 % más de pólizas vendidas por cliente potencial.

Posventas y reclamaciones

CHILE, LATINOAMÉRICA

Desplegar una plataforma 100 % en línea para una experiencia más integrada de socios y clientes

BNP Paribas Cardif en Chile y su socio Banco Itaú contribuyen juntos a hacer más accesibles los seguros para más de 400.000 nuevos clientes. Gracias a la firma de un acuerdo de distribución exclusiva de seguros durante diez años, aportarán valor añadido a los titulares de seguros de Vida y No Vida ofreciéndoles una experiencia más sencilla e integrada. La plataforma beneficia tanto a clientes como a socios, gracias a un ecosistema digital que incluye ventas, posventa y gestión de siniestros. Los ejecutivos de Itaú también tienen acceso exclusivo a +Tips y +Training, aplicaciones que les ofrecen directamente valiosos datos y consejos.



Ampliación del alcance del producto

Preventas y ventas

Posventas y reclamaciones

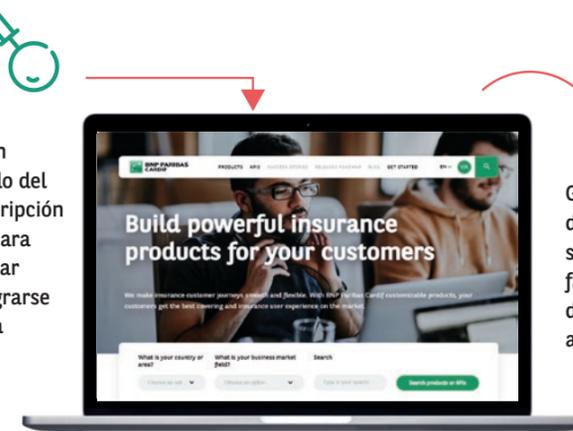
Facilitar la integración en los sistemas de nuestros socios gracias a las API internas

Con el lanzamiento de su API Store, BNP Paribas Cardif da un paso más hacia adelante para hacer realidad su visión del seguro como servicio. Esta nueva plataforma digital cuenta con recursos digitales propios que ofrecen una navegación sencilla, son fácilmente comprensibles e integrables para nuestros socios actuales y potenciales. La plataforma ya está disponible en más de 30 países, con más de 200 API que cubren todo el recorrido del cliente y del distribuidor.

Nuestra experiencia como socio consta de 4 etapas:

Etapa 1 DESCUBRIR

Cada API ofrece un recorrido detallado del cliente y una descripción de las funciones para ayudarle a imaginar cómo podría integrarse en su arquitectura actual.



Gracias a los filtros por dominio y ubicación, los socios pueden identificar fácilmente las API disponibles y adaptadas a sus necesidades.

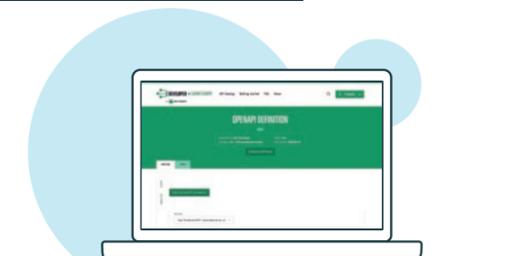
Etapa 2 PROBAR

La API Store conectada al Portal del Desarrollador permite a los socios probar las API en un entorno experimental (sandbox) y ofrece toda la documentación necesaria.



Etapa 3 INTEGRAR

Los socios pueden configurar las API para el recorrido específico de sus clientes con una seguridad óptima colaborando con los equipos dedicados de BNP Paribas Cardif, y poner en servicio nuevas funciones en muy poco tiempo.



Etapa 4 SUPERVISAR Y MEJORAR



Ampliación del alcance del producto

Hacer más accesibles los seguros: mejorar la accesibilidad e inclusividad de los productos

En línea con su misión de hacer más accesibles los seguros, BNP Paribas Cardif ya ofrece seguros de protección de pagos para las personas más vulnerables, en particular para ciertas enfermedades. La entidad lleva su labor más lejos ya que busca continuamente ampliar la cobertura de sus productos y reducir las exclusiones contractuales para que un mayor número de personas pueda beneficiarse de una mejor protección.

INCLUSIÓN FRANCIA, EUROPA

Adaptar las tarifas a los segmentos vulnerables de la población

En Francia, después de ajustar las tarifas de sus productos de seguros para personas con cardiopatía isquémica, asma, paraplejía, valvulopatía y cardiopatía coronaria, BNP Paribas Cardif también satisfacía las necesidades de las personas que padecen de enfermedad inflamatoria intestinal (EII), habida cuenta de los recientes avances de la investigación médica.

Basándose en particular en los trabajos del profesor Matthieu Allez, jefe del Servicio de Gastroenterología del Hospital Saint-Louis de París, los equipos de BNP Paribas Cardif pudieron evaluar con mayor precisión los riesgos y el impacto de estas enfermedades en la vida de las 270 000 personas que se estima que las padecen en Francia. Las tarifas de los productos de seguro de protección de pagos se han ajustado para hacer más accesible la cobertura a las personas con este tipo de dolencias.



“El lanzamiento de esta nueva iniciativa, liderada por nuestro equipo actuarial en Francia, ha sido claramente benéfico para los clientes que padecen de EII. Durante el despliegue en toda la red de banca minorista de BNP Paribas, que actuó como piloto de la iniciativa, ofrecimos un seguro de protección de pagos integral sin exclusiones a más del 90 %

de los clientes que buscaban un seguro en el marco de una compra inmobiliaria o profesional, casi el doble que antes. Por otra parte, en dos tercios de los casos, la propuesta de seguro incluía condiciones estándar sin prima adicional, de nuevo el doble que antes. Por último, el número de solicitudes de seguro aprobadas se elevó al 98 %”.

Céline Scazzola,
Responsable de RSC de BNP Paribas Cardif, Francia



PROTECCIÓN ITALIA, EUROPA

Apoyarnos en la tecnología para mejorar la accesibilidad en línea de los usuarios con discapacidad visual

El plugin web Accessiway desarrollado para el sitio web italiano de BNP Paribas Cardif facilita el acceso a la información a los clientes con discapacidades visuales. La solución, lista para usar y disponible en 20 idiomas, se basa en la inteligencia artificial y en una interfaz de accesibilidad que permite a los usuarios modificar los parámetros según sus preferencias. Gracias a esta mejora de la experiencia digital del cliente, las discapacidades visuales y comportamentales ya no son obstáculos para acceder a información pertinente y crítica.



“En detalle, cada uno puede personalizar la tecnología integrada en nuestro sitio web en función de su eventual discapacidad, ya sea cognitiva, física o comportamental. Además, el diseño UX/UI que desarrollamos mejora el recorrido del usuario en términos de

contraste, fuente de caracteres y tonos. Un sitio web más inclusivo es accesible a todos, por lo que nuestra oferta de seguros, perfil corporativo, contactos y servicios posventa son accesibles de forma más rápida y sencilla para todos”.

Emanuele Bonetti,
Responsable de experiencia digital del cliente,
BNP Paribas Cardif, Italia

PROTECCIÓN JAPÓN, ASIA

PROTEGER MEJOR A TODAS LAS PAREJAS

Aunque Japón no reconoce las uniones entre personas del mismo sexo, BNP Paribas Cardif dio un paso adelante hacia la inclusión y la igualdad en el país ampliando el alcance de la cobertura de los cónyuges a las parejas del mismo sexo para siete bancos asociados. Por primera vez en el país, y doce años después de su lanzamiento inicial, las parejas del mismo sexo reciben el mismo trato que las parejas heterosexuales. Ahora, los cónyuges de los prestatarios hipotecarios pueden, independientemente de su sexo, estar cubiertos en caso de diagnóstico de cáncer o de hospitalización por enfermedad o lesión.



“En la actualidad, la cláusula adicional para cónyuges del CPI de las compañías de la competencia solo se aplica a las parejas casadas y de hecho pero, gracias a este nuevo producto, la pareja del prestatario del mismo sexo puede registrarse ahora como cónyuge. Este producto ofrece dos ventajas principalmente: la primera es permitir a nuestros socios mejorar su competitividad, y la segunda contribuir a promover una sociedad financieramente inclusiva. Nuestros socios también pueden utilizar este producto como ventaja competitiva, ya que pueden introducirlo fácilmente por un bajo coste de implementación. Para sus clientes, hacemos que la cobertura de seguro necesaria sea accesible a más personas. Por esta razón, consideramos que está en línea con nuestra misión de hacer más accesibles los seguros”.

Takamasa Namioka,
Jefe de producto BNP Paribas Cardif, Japón

Ampliación del alcance del producto

MUNDO

Combinar el rendimiento financiero y extrafinanciero para una gestión más sostenible de los activos

El rendimiento no financiero de las inversiones está estrictamente regulado y refleja la creciente demanda de los clientes⁽¹⁾, por lo que es un factor cada vez más importante en la estrategia de inversión tanto de los ahorradores como de los gestores de inversiones. La inversión sostenible está prosperando, impulsada tanto por los clientes que buscan inversiones con sentido como por los socios distribuidores, que desean diversificar su oferta de inversiones. Pero, ¿qué significa exactamente gestionar el ahorro de forma más sostenible? Bertrand Bussière, Coordinador de inversiones sostenibles de BNP Paribas Cardif, y Alice Mignon, Directora de Transformación del impacto de BNP Paribas Cardif, comparten sus puntos de vista.



Alice Mignon, Directora de Transformación del impacto BNP Paribas Cardif

Bertrand Bussière, Coordinador de inversiones sostenibles de BNP Paribas Cardif

¿Cómo calificaría la política de inversión responsable de BNP Paribas Cardif?

B. B.: Nuestro enfoque como inversor responsable se basa en una metodología probada que se viene aplicando desde hace unos 15 años en BNP Paribas Cardif. Este enfoque progresivo es actualmente extremadamente sólido e integra los cambios normativos a medida que se publican. Seleccionamos cuidadosamente las inversiones en función de su adecuación a los criterios de responsabilidad y se aplican distintas exclusiones por etapas para reducir la gama de inversiones a disposición de nuestros gestores de activos.

¿Cómo se integran los criterios ASG (ambientales, sociales y de gobernanza) en el proceso de gestión de activos, y qué impacto tiene en el rendimiento financiero?

B. B.: Integrar estos criterios es una de las etapas más importantes del proceso que aplicamos para reducir el número de inversiones. Analizamos estos datos y luego excluimos las empresas o países que, en nuestra opinión, no obtuvieron una puntuación suficiente, lo que condujo a la eliminación de aproximadamente un tercio de los activos durante una u otra de nuestras diversas etapas de selección. La relación directa entre los criterios ASG y el rendimiento financiero es difícil de establecer para un horizonte a corto plazo, pero dar prioridad a las inversiones con las mejores

puntuaciones ASG reduce sin duda los riesgos a largo plazo, lo que mejora su rendimiento, ya que tendrán una mayor resiliencia a los cambios tanto climáticos como sociales. El fundamento de nuestra actividad como inversor a largo plazo es generar rendimiento para los titulares de nuestras pólizas al tiempo que mitigamos los riesgos.

¿Cómo define el concepto de inversiones de impacto positivo? ¿Y cómo influye en la estrategia de inversión de BNP Paribas Cardif?

B. B.: Al final del proceso de selección de inversiones, clasificamos algunas de ellas como de impacto positivo.

“Buscamos constantemente crear valor para nuestros socios y para sus clientes. Ofrecer opciones de inversión responsables es un factor importante para nuestra misión de proteger los ahorros de nuestros asegurados a largo plazo”.

Alice Mignon

Por lo tanto, deben respetar varios criterios, en particular la intención de generar un impacto positivo. Esta intención debe ser cuantificable y medible con indicadores.

Alice Mignon: Por ejemplo, hemos invertido en bonos verdes, destinados a financiar proyectos de alto valor medioambiental. También hemos colaborado recientemente con varios fondos de impacto lanzados por el Grupo BNP Paribas. Uno de ellos era un fondo de deuda, el Climate Impact Infrastructure Debt Fund, que financia infraestructuras que aceleren la transición a una economía baja en carbono. Otro es un bono de impacto social, el European Impact Bond Fund II, que patrocina la innovación social a escala regional, como la reutilización de residuos o la creación de empleo para las personas vulnerables. En BNP Paribas Cardif estamos especialmente orgullosos de nuestro compromiso de destinar una media de 1000 millones de euros anuales a inversiones de impacto positivo entre 2019 y 2025. Solo en 2023 invertimos 1700 millones de euros en este ámbito.

¿Cómo pueden los clientes identificar los activos de inversión responsable?

A.M.: Desde 2022, se pregunta a los clientes de la Unión Europea cuáles son sus preferencias en materia de sostenibilidad. El objetivo es que los asesores financieros tengan en cuenta estas preferencias en materia de ASG al recomendarles inversiones.

B. B.: Paralelamente, el reglamento europeo SFDR⁽²⁾ exige transparencia en materia de sostenibilidad a los gestores de activos que comercializan productos financieros. Este reglamento establece categorías para los productos de inversión y toda la información publicada debe ponerse a disposición de nuestros asegurados.

¿Qué ventajas ofrece a los ahorradores la elección de productos de inversión responsable?

A.M.: Estas soluciones permiten a los ahorradores elegir inversiones acordes con sus valores personales, beneficiarse del crecimiento de sus activos y de su impacto positivo. Gracias a nuestras soluciones de seguros de vida o de ahorro para la jubilación, pueden, por ejemplo, apoyar proyectos que consideran importantes como la protección de la biodiversidad, el desarrollo de fuentes de energía renovables o la lucha contra las desigualdades y la corrupción, lo que está claramente en línea con la creciente tendencia hacia el consumo responsable: los consumidores consideran sus decisiones de gasto como una forma de influir en el mundo y los ahorradores creen cada vez

más que el ahorro debe tener sentido gracias a decisiones responsables y a las oportunidades de ayudar a financiar una economía más sostenible.

B. B.: Observamos estas mismas prioridades entre nuestros socios distribuidores, que desean proponer soluciones de inversión que correspondan a las expectativas específicas de sus clientes, lo que se traduce en una oferta mejor alineada en términos de sostenibilidad. Este criterio se ha convertido en un importante factor de diferenciación en el mercado. Desde hace ya varios años, dos tercios de los asesores financieros encuestados consideran que el factor responsabilidad es importante para un fondo y reconocen igualmente el papel educativo que deben desempeñar.⁽³⁾

Por ejemplo, nuestros fondos en euros disponibles en los contratos de seguro de vida y los planes de pensiones de BNP Paribas Cardif están clasificados como vehículos de inversión en virtud del artículo 8 del reglamento europeo SFDR.⁽⁴⁾

A.M.: En Francia, nuestros asegurados también pueden basarse en etiquetas independientes, como ISR, GreenFin o Finansol, para identificar productos de inversión responsable –se ofrecen unos 1300 vehículos de inversión diferentes– y elegir los que mejor se adapten a sus objetivos utilizando los filtros disponibles en nuestros sitios web.

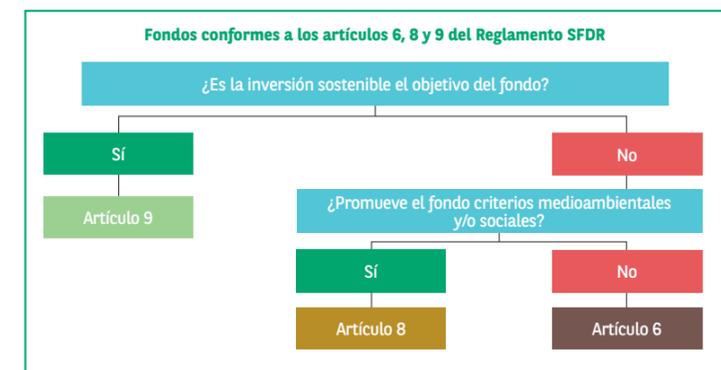
¿Cuáles son las ventajas de elegir BNP Paribas Cardif como gestor de activos para inversiones sostenibles?

B. B.: Creo que una de las principales ventajas es que los ahorradores se benefician de la gestión responsable de nuestro fondo en euros. Hace ya muchos años comenzamos a orientar progresivamente nuestra cartera hacia activos descarbonizados. En 2023, en Francia, el 95 % de las inversiones de nuestro fondo en euros se analizaron con arreglo a criterios ASG. Nuestra oferta de productos *unit-linked* también está muy

diversificada. Igualmente en 2023, cerca del 42 % de los 52.000 millones de euros en inversiones *unit-linked* que gestionamos obtuvieron una etiqueta de inversión sostenible de organismos externos independientes. En base a este compromiso, en 2021 nos unimos a la Alianza de Propietarios de Activos de Cero Emisiones Netas (NZAOA) junto a 90 inversores institucionales internacionales con el fin de avunar nuestras fuerzas, metodologías e ideas. El objetivo es alinear nuestras carteras con la trayectoria de neutralidad de carbono de aquí a 2050, lo que implica trayectorias para reducir la huella de carbono de los activos dando prioridad a la reducción de las participaciones en los sectores con mayores emisiones de carbono, junto con iniciativas conjuntas para dialogar con las empresas con el fin de fomentar estas cuestiones.

A.M.: Buscamos constantemente crear valor para nuestros socios y para sus clientes. Ofrecer opciones de inversión responsable es un factor importante para nuestra misión de proteger los ahorros de nuestros asegurados a largo plazo. Es más, queremos que se nos reconozca como socio de confianza. Consideramos que es esencial apoyar a nuestros socios distribuidores para ayudarles a promover eficazmente soluciones de inversión responsable para sus clientes gracias a una mejor divulgación de la información y a la transparencia, que les permitan tomar decisiones informadas en materia de sostenibilidad.

(1) El 75% de los ahorradores franceses considera que el impacto medioambiental de las inversiones es un factor importante. Fuente OpinionWay para el regulador francés de mercados financieros AMF, julio de 2023.
(2) Sustainable Finance Disclosure Regulation (Reglamento sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros).
(3) Encuesta anual de asesores de inversión realizada por Kantar y BNP Paribas Cardif.
(4) Tal y como se define en el reglamento SFDR: Reglamento (UE) 2019/2088 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de noviembre de 2019, sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros.



Posventas
y reclamaciones

CHILE, LATINOAMÉRICA

PROTECCIÓN

Mejorar la atención al cliente a través de una comunicación end-to-end

En Chile, BNP Paribas Cardif ha cumplido su misión de hacer más accesibles los seguros gracias al lanzamiento de una nueva y masiva campaña multimedia para localizar y asistir a los beneficiarios de pólizas de seguro de vida sin reclamar.



“Esta iniciativa es diferenciadora, ya que ninguna otra compañía de seguros se esfuerza por implementar una comunicación generalizada destinada a buscar a los beneficiarios de seguros de vida sin reclamar. El alcance nacional de esta búsqueda

repercute favorablemente en la vida de muchas personas que, sin saberlo, podrían ser las herederas legales de una póliza de seguro de vida. De este modo, hemos marcado la pauta y estamos realmente entusiasmados de crear un impacto positivo que va más allá de los límites tradicionales del sector de los seguros”.

Leonardo D'Amico,
Jefe de medios creativos digitales, BNP Paribas Cardif, Chile

Esta iniciativa aporta más valor y ayuda a asegurar los fondos para el beneficiario designado. Esta iniciativa sin precedentes actúa como palanca en un mercado muy competitivo, ya que contribuye a fortalecer la imagen de los socios distribuidores locales.

El objetivo de esta campaña de sensibilización a través de la televisión, la prensa, la radio, las redes sociales y anuncios en la calle era llegar a 2 millones de chilenos y establece un nuevo estándar en la industria, mostrando un auténtico compromiso con la comunidad.

A través de la búsqueda activa de los beneficiarios potenciales de seguros sin reclamar, BNP Paribas Cardif en Chile no solo añade valor a la experiencia de clientes y socios, sino que también se compromete a desempeñar plenamente su papel de asegurador, apoyando a sus clientes cuando lo necesitan.

Ampliación del
alcance del producto

FRANCIA, EUROPA

INCLUSIÓN

APOYAR LA INVESTIGACIÓN MÉDICA SOBRE ENFERMEDADES GENÉTICAS Y FAVORECER LA EVOLUCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE SEGUROS

BNP Paribas Cardif se ha aliado con el Institut Imagine, el principal centro europeo de investigación sobre enfermedades genéticas. A través de esta asociación filantrópica, la aseguradora apoya activamente la investigación y contribuye al descubrimiento de avances para enfoques terapéuticos innovadores. Esta asociación, basada en el intercambio de experiencia, también proporciona información para orientar los cambios en los productos y las tarifas de los seguros.



350
MILLONES DE PERSONAS
SUFREN DE ENFERMEDADES
GENÉTICAS EN TODO EL MUNDO,
EL 75 % DE ELLOS NIÑOS.

Las enfermedades raras afectan a menos de una de cada 2000 personas y el 80 % de ellas se deben a trastornos genéticos.

Unos tres millones de personas padecen estas enfermedades en Francia. Para los pacientes es sumamente difícil obtener un diagnóstico inicial y acceder después al tratamiento. Miles de familias tienen que esperar hasta cuatro o cinco años antes de que se diagnostique la enfermedad. El Institut Imagine es el primer centro europeo dedicado a las necesidades e estas familias y sus hijos, y reúne a más de 1000 investigadores, médicos e ingenieros con el fin de desarrollar el conocimiento de estas enfermedades e identificar nuevos enfoques terapéuticos. Gracias a esta asociación filantrópica creada hace tres años, BNP Paribas Cardif se ha convertido en benefactor del programa Springboard, un acelerador de startups dedicadas a las enfermedades genéticas.

Además del apoyo a la investigación, esta asociación se centra en el intercambio de

experiencia entre ambos organismos. En el marco de su misión de hacer más accesibles los seguros, BNP Paribas Cardif se basa en su relación con el Institut Imagine para mejorar sus conocimientos sobre las enfermedades genéticas y las necesidades de las familias. Esta valiosa información y sus continuas aportaciones ayudarán a la aseguradora a introducir cambios en su oferta de productos y coberturas, tomando en cuenta los avances médicos para responder mejor a las necesidades de los clientes. La iniciativa también incluye actividades de sensibilización destinadas al personal, los socios y los asegurados para mejorar la concienciación sobre los trastornos genéticos y promover las acciones filantrópicas.

INSTITUT IMAGINE

El Institut Imagine es el principal centro europeo de investigación y enseñanza dedicado a las enfermedades genéticas. En su campus del Hospital Necker-Enfants Malades de París, 1000 investigadores, médicos e ingenieros, 28 equipos de investigación y 17 plataformas de tecnología avanzada aúnan esfuerzos para hacer frente a este urgente problema de salud pública, que afecta a más de tres millones de personas en Francia. El Instituto persigue su doble objetivo de diagnóstico y curación gracias al apoyo de seis miembros fundadores y al respaldo del sector privado y de benefactores.

Comité Ejecutivo



Pauline Leclerc-Glorieux
Directora general



Fabrice Bagne
Director efectivo,
Director general adjunto, Francia,
Italia, Luxemburgo



Stanislas Chevalet
Director general adjunto,
Transformación
y Desarrollo



Olivier Hereil
Director general adjunto, Gestión
de Activos



Eric Marchandise
Director general adjunto, Finanzas



Michael Nguyen
Director general adjunto, Eficiencia,
Tecnología y Operaciones



Chrystelle Renaud
Directora general adjunto, Secretaria
General



Vivien Berbigier
Director de Propuesta de Valor



Pauline de Chatillon
Directora de Conformidad



Charlotte Chevalier
Directora de EMEA
(Europa, Oriente Medio y África)



Alessandro Deodato
Director de Italia



Nathalie Doré
Directora de Impacto e Innovación



Christian Gibot
Director de Actuario Financiero, Capital y Modelización



Carine Lauru
Directora de Comunicación



Anne du Manoir
Directora de Recursos Humanos



See See OOI
Directora de Asia



Murielle Puron Chambord
Directora de Gestión de Riesgos



Francisco Valenzuela
Director de América Latina

Europa



Fabrice Bagne
Francia, Italia,
Luxemburgo



Åsa Blessner
Países nórdicos
(Dinamarca,
Noruega, Suecia)



Christophe De Longueville
Bélgica y Países Bajos



Jean-Christophe Darbes
Argelia



Alessandro Deodato
Italia



Alexandre Draznieks
Luxemburgo



Márk István Kiss
Hungría



Zdenek Jaros
República Checa,
Eslovaquia,
Europa Central



Grzegorz Jurczyk
Polonia



Cemal Kışmir
Turquía



Mario Kostov
Bulgaria y Rumania



Emmanuel Pelege
Península ibérica
(España y Portugal)



Cyril Petit
Icare



Nicolas Poeltl
Alemania



Oleg Romanenko
Ucrania



Helene Thillier
Cardif IARD -
Francia



Florian Wally
Austria

Asia



Sean T. CHUA
BNP Paribas Cardif
Assurances Risques Divers
Taiwán (China)



Nozomu Nakamura
Japón



Jonathan Oh
Corea del Sur



Yongting Yang
China



Jerry Yeh
BNP Paribas Cardif
Assurance Vie Taiwán
(China)

América Latina



François Gazel-Anthoine
México



Edgar Gómez
Perú



Sheynna Hakim
Brasil



Jorge Hernandez
Colombia



Sebastián Valle
Chile



Gracias a todo el personal y los socios que han contribuido a este informe.

Escrito y publicado por BNP Paribas Cardif.

Concepción, creación, escritura y realización: **WAT** - agencewat.com - 2309_04813

Créditos fotográficos: Photothèque BNPP Cardif - Seb Leban, GettyImages®/Orbon Alija, ekinyalgi, chayathonwong,

Piero Damiani, imtmphoto, Prostock-Studio, Poike, Eloi_Omella, Westend61 - Unsplash® - Yves Durand - Ohad Dayan.

Inscrita con el n.º 382 983 922 en el Registro mercantil de París. ADEME: FR200182_01XHWE.

Sociedad anónima con un capital de: 149 959 051,20 EUR

Versión accesible electrónicamente por IPEDIS.

Este documento contribuye a proteger el medio ambiente. Está impreso en papel producido a partir de recursos controlados y cosechados de manera responsable.



**BNP PARIBAS
CARDIF**

Seguros para un mundo en evolución

SEDE PRINCIPAL
1 boulevard
Haussmann
75009 París
Francia

SEDE
8 rue du Port
92728 Nanterre
Cedex
Francia

