

CONFIANZA
ALIANZAS
ESPIRITU EMPRENDEDOR
AUDACIA
DIGITALIZACIÓN
CREATIVIDAD
COMPROMISO
RENDIMIENTO



REPORTE DE ACTIVIDAD 2017



**BNP PARIBAS
CARDIF**

Seguros para un mundo en evolución

CONFIANZA

Perfil

Líder

mundial en seguros de protección de pagos⁽¹⁾

100 millones

de clientes asegurados

500

socios distribuidores

35

países

10.000

colaboradores⁽²⁾

(1) Fuente: Finaccord.

(2) Plantilla de las entidades con personalidad jurídica controladas por BNP Paribas Cardif: cerca de 8.000 empleados.



Editorial
Renaud Dumora,
Director general
de BNP Paribas Cardif

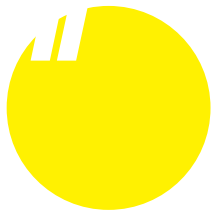
Como entidad aseguradora, desempeñamos una función primordial en la vida de las personas y en la sociedad en general: proteger los hogares y las empresas, y prestarles servicio en sus proyectos. Nuestro objetivo es que los seguros sean asequibles para el mayor número posible de personas. Financiamos la economía real y estamos comprometidos con el beneficio de la comunidad. Apoyamos a empresas de primer nivel, pymes, empresas de tamaño intermedio, start-ups y actores de la economía social y solidaria. Estamos convencidos de que nuestras inversiones tienen un efecto impulsor en el crecimiento, la innovación social, el desarrollo de nuevas tecnologías y la creación de empleo, así como en la transición energética. Además, trabajamos con todos nuestros socios distribuidores, con el compromiso de responder a las necesidades de sus clientes asegurados y respetar sus intereses.

Por otro lado, mantenemos nuestro carácter original. Nuestra forma de trabajar se puede resumir en dos palabras: confianza y reciprocidad. Esto es lo que vincula a nuestros colaboradores y lo que nos vincula a nuestros socios y a nuestros clientes. Queremos que nuestra empresa sea un referente, que cree valor para la comunidad. Este es el objetivo que nos guía en nuestras decisiones estratégicas, en las que contamos con nuestra solidez, con la confianza de nuestros socios, con nuestro dinamismo y con nuestros principios.

BNP Paribas Cardif es una compañía en movimiento. El mundo está cambiando, y por ello en 2017 decidimos acelerar nuestra transformación desplegando un ambicioso plan estratégico para proseguir nuestro desarrollo, basándonos en los principios y la identidad de la compañía. Nuestro desarrollo se fundamenta en una ética rigurosa, un conocimiento experto reconocido y una actividad e innovaciones centradas de forma prioritaria en los clientes asegurados, sus necesidades, sus expectativas y su satisfacción. Este plan también se fundamenta en nuestro modelo de alianzas, único en el mercado, que hace que nuestra empresa sea mucho más que un proveedor de seguros. Con cada uno de nuestros socios distribuidores, desarrollamos una relación de calidad a largo plazo basada en la transparencia y en la reciprocidad, buscando siempre el modo de agregar valor, tanto para ellos como para sus clientes.

Un año después de haber emprendido nuestro plan de desarrollo, ya se han concretado diversos avances. Gracias al importante esfuerzo de todos nuestros equipos en torno al plan de transformación, hemos puesto en marcha una dinámica, patente en los buenos resultados de 2017. Para ganar en eficacia, capacidad de reacción y calidad, hemos ampliado nuestras competencias, hemos optimizado nuestra organización y acelerado nuestro desarrollo de forma ágil. Con el fin de aumentar la satisfacción de nuestros clientes asegurados, hemos incrementado nuestra capacidad de open innovation y hemos replanteado nuestra oferta de servicios en torno a los seguros en varios territorios. También hemos reforzado la cooperación con nuestros socios y ampliado nuestras ofertas de productos con nuevos socios en la mayoría de las áreas geográficas en las que trabajamos.

Porque nos empleamos a fondo para ser dignos de confianza.



« La confianza
es la base de
nuestra actividad »



237.000 M €

de activos gestionados a finales de 2017

29.700 M €

de cifra de negocios en 2017

1.900 M €

de beneficio neto antes de impuestos en 2017

ALIANZAS

Para construir y distribuir nuestros productos y servicios, contamos con una amplia y variada red de socios. Estamos convencidos de que para atender bien a nuestros clientes, hay que trabajar con quienes están en contacto con ellos día a día.



ENTIDADES
DE CRÉDITO



BANCOS
E INSTITUCIONES
FINANCIERAS



GRAN
DISTRIBUCIÓN



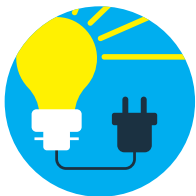
AUTOMÓVIL



CGPI (1)
Y CORREDORES



TELECOMUNICACIONES



PROVEEDORES
DE ENERGÍA

(1) Consultores en gestión patrimonial independientes.



Distintos modelos de alianza según las regiones

EN EUROPA

En los mercados de bancaseguros francés, italiano y luxemburgués, muy desarrollados, figuramos entre los líderes en ahorro. En estos países, al igual que en toda Europa, también confiamos en el desarrollo sostenido de nuestras actividades de protección. Seguimos afianzando nuestro modelo de desarrollo sobre la base de la potencia del Grupo BNP Paribas y de una nutrida y diversificada red de socios distribuidores de alta calidad. ¿La clave de nuestro éxito? Nuestra capacidad de aprovechar las buenas prácticas compartidas y adaptarnos rápidamente a la evolución de las normativas a fin de prestar un servicio óptimo a nuestros socios distribuidores y a sus clientes.

EN ASIA

Asia ofrece grandes oportunidades de crecimiento. La empresa está implantada en seis de los mercados de seguros más importantes de la región, donde hemos desplegado un modelo de alianzas que se fundamenta, sobre todo, en joint ventures con grandes bancos locales. Esta estrategia nos permite situarnos entre los líderes en seguros de protección de pagos y afianzar nuestra posición en el sector de los productos de ahorro y protección. Actualmente, nuestras empresas en la India y Taiwán se encuentran, además, entre los líderes de sus respectivos mercados.



EN AMÉRICA LATINA

Hace más de veinte años que desarrollamos actividades de bancaseguros y *retail insurance*.

Actualmente contamos con más de 200 socios distribuidores que representan 35.000 puntos de venta. Nuestra búsqueda permanente de la excelencia nos impulsa a acelerar la digitalización de nuestros productos y servicios como fuente de valor añadido.

El principal objetivo que nos hemos fijado en esta región es acercarnos al 70% de latinoamericanos que no están asegurados proponiéndoles soluciones que respondan a sus necesidades.

500

socios distribuidores en múltiples sectores de actividad, presentes en 35 países

Más de 100

alianzas iniciadas o renovadas en 2017

NUESTRO PROPÓSITO



Las empresas con las que construimos nuestras soluciones de ahorro y protección son mucho más que distribuidores, son socios, son empresas con las que tejemos relaciones sólidas y duraderas.

¿Cuál es nuestro propósito?

Desarrollar con cada una de ellas una relación de calidad basada en la confianza mutua, el conocimiento recíproco, la comunicación constante y una colaboración enriquecida mediante experiencias e ideas compartidas. Por nuestra parte, nos comprometemos a aportar nuestro conocimiento experto en materia de seguros y a ocuparnos de sus clientes. Juntos prestamos atención a sus expectativas, optimizamos su trayectoria e imaginamos nuevas ofertas. Esta relación es la base de nuestro modelo de crecimiento y nos permite marcar la diferencia en nuestros mercados.

ESPÍRITU EMPRENDEDOR

En la actualidad, nuestra empresa es líder mundial en el mercado de los seguros de protección de pagos y, en cuanto a los otros tipos de protección, se ha situado en una posición fuerte en numerosos países. En ahorro, también estamos entre los líderes en Italia, Francia y Luxemburgo. Hoy en día prestamos servicio a más de 100 millones de clientes asegurados en todo el mundo. ¿Cuál es la clave de este éxito? Nuestra espíritu de empresa, que nos impulsa a adaptarnos constantemente para aprovechar todas las oportunidades de desarrollo. Si seguimos creciendo es porque continuamos aumentando nuestra gama de productos, ampliando nuestros servicios, diversificando nuestros canales de distribución y nuestra implantación en distintas áreas geográficas, y creando nuevas alianzas.



Cifra de negocios en 2017 por zona geográfica

43%

Francia

20%

EMEA⁽¹⁾

Argelia, Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Dinamarca, España, Hungría, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, República Checa, Rumanía, Reino Unido, Rusia, Eslovaquia, Suecia, Turquía y Ucrania

15%

Italia

6%

América Latina

Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú

16%

Asia

China, Corea del Sur, India, Japón, Taiwán y Vietnam

(1) Europa, Oriente Medio, África.

ALEMANIA

Hemos firmado una alianza mundial con Volkswagen Financial Services,

aportando así una nueva dimensión a una colaboración histórica iniciada en 2001. Gracias a este acuerdo, Volkswagen Financial Services comercializa nuestras ofertas de seguros a sus clientes en 16 países.

FRANCIA

Estamos probando la oferta de salud conectada Santé 24

Nuestro servicio de salud electrónico en fase de experimentación ofrece un asesoramiento personalizado y mensajes de prevención a las personas frágiles (gracias a los objetos conectados: tabletas, balanza, podómetro, tensiómetro, etc.). Con este seguimiento médico a distancia queremos ayudar a las personas mayores a envejecer con total serenidad en su domicilio.

«Ma découvre prévoyance» refuerza la prevención

Con este proyecto digital lanzado en octubre de 2017, atendemos a una preocupación de muchos franceses en materia de prevención. «Ma découvre prévoyance», es una herramienta de diagnóstico pedagógico que permite realizar en pocos minutos una simulación de protección personalizada. El asegurado conoce así su nivel de protección y puede determinar si se adapta o no a sus necesidades reales.



ITALIA

La bienvenida a Cargeas Assicurazioni

Hemos adquirido el 100% de este actor referente en el mercado de bancaseguros en Italia. Con el respaldo de nuestros socios UBI Banca y Banca Nazionale del Lavoro, proponemos a los particulares italianos una oferta de seguros completa.

CARGEAS
ASSICURAZIONI

Gruppo BNP Paribas

TURQUÍA

Inicio de la alianza con Turkcell Finansman

Nuestro nuevo socio turco financia las necesidades tecnológicas tanto de los particulares como de las empresas y propone a sus clientes una oferta de seguros que hemos elaborado conjuntamente. Nos hemos fijado el objetivo común de alcanzar los dos millones de contratos en el primer año de colaboración.

JAPÓN

Nueva alianza estratégica con Sumitomo Mitsui Trust Bank

Esta alianza refuerza todavía más nuestra relación con uno de los cuatro principales bancos de Japón y nos permitirá lanzar nuevas ofertas de bancaseguros en el mercado japonés.

INDIA

Participamos en la salida a Bolsa de SBI Life

La operación ha sido un éxito para esta empresa creada 2001 junto con la State Bank of India. *SBI Life* es nuestra filial india encargada de la comercialización de una amplia gama de productos de seguros, pensiones y protección. Es un orgullo haber podido respaldar esta nueva etapa clave de su crecimiento.

UNA AMPLIA GAMA DE SOLUCIONES EN PROTECCIÓN Y AHORRO

Como demuestra nuestra posición de líderes mundiales en seguros de protección de pagos, somos expertos en protección. Nuestras soluciones permiten a los clientes proteger su presupuesto con garantías sobre sus créditos, ingresos y medios de pago. Así, se protegen frente a los avatares de la vida: accidentes, enfermedad, fallecimiento, desempleo... También pueden asegurar sus bienes, como inmuebles y automóviles, además de smartphones y objetos conectados a los que otorguen valor y deseen proteger en caso de pérdida, robo o daños.

Pero eso no es todo. Para prestar una mejor atención a nuestros clientes y dar respuesta a todas sus necesidades, hemos incorporado diversas soluciones de ahorro a nuestra gama de productos. Contratos de seguros de vida multisoporte, productos con capital garantizado, unidades de cuenta, fondos diversificados... son soluciones que permiten acumular capital y obtener rentabilidad, financiar la educación de los hijos, prepararse para la jubilación y proteger a los seres queridos.

AUDACIA

RUMBO AL 2020 CON UN PLAN ESTRATÉGICO AMBICIOSO

Una empresa...



INNOVADORA

centrada en la dimensión humana



DIGITAL

con una gestión basada en los datos



ORIENTADA

a clientes y socios



RENTABLE

con unos riesgos equilibrados



MOTOR

de crecimiento



Transformarnos para transformar los seguros

La sociedad cambia, las expectativas de nuestros clientes asegurados evolucionan y también lo hacen las de nuestros socios distribuidores y nuestros colaboradores. Estos cambios nos exigen adoptar un enfoque de transformación comprometido y proactivo.

Una ambición

Ser «el socio asegurador ágil y útil» para satisfacer mejor a nuestros clientes asegurados, nuestros socios distribuidores y nuestros colaboradores. Esa es la ambición que preside nuestro plan estratégico para 2020. Ser ágil significa ser capaz de proponer a nuestros clientes asegurados la oferta adecuada en el momento oportuno y a través del canal de distribución correcto. Ser útil significa aportar valor añadido y prestar servicios de calidad. Esto supone buscar la afirmación de nuestra identidad empresarial, centrada en la dimensión humana; prever evoluciones en los mercados, tendencias de consumo y normativas; seguir creando

ofertas inéditas basándonos en las nuevas tecnologías y los nuevos usos; y trabajar aún más cerca de nuestros socios distribuidores para responder mejor a las necesidades de sus clientes. Para lograrlo, reforzamos nuestra cultura interna, ya que en nuestros éxitos tiene un gran peso el compromiso de nuestros empleados ¿Cuáles son nuestros objetivos? Más confianza y autonomía, más espíritu de equipo y más colaboración transversal. Para ello, nos apoyamos en varios mecanismos de acción que implican a toda nuestra comunidad: innovación, digitalización, rentabilidad y un desarrollo multiplicado por nuestras alianzas.



ejemplo, el proceso de suscripción de un seguro de protección de pagos ya está automatizado al 80%. ¿El resultado? En el año 2017, más de 90.000 clientes se beneficiaron de una aceptación inmediata. Actualmente seguimos avanzando por ese camino, por ejemplo, con la preparación de una completa y competitiva oferta digital de servicios para los 2.000 consultores en gestión patrimonial y corredores con los que trabajamos en Francia. Les proporcionaremos herramientas que les facilitarán las tareas cotidianas, simplificarán sus procesos y acelerarán el tratamiento de las operaciones. De este modo, podremos acompañarlos en la evolución de su actividad y darles más libertad de acción.

RENTABILIDAD La rentabilidad es otra prioridad para perpetuar nuestras actividades y seguir inspirando confianza. Por ello procuramos seleccionar bien los riesgos, mejoramos constantemente nuestra eficacia operativa y nos adaptamos para responder a las nuevas exigencias normativas.

DESARROLLO Queremos cambiar las cosas y seguir desarrollándonos. Para lograr una mayor potencia, aspiramos a un crecimiento medio del 5% anual a partir de 2018. ¿Cuál es nuestra estrategia? Aprovechar las grandes oportunidades en materia de protección que surgen en los países emergentes y reforzar nuestra posición en el mercado europeo con nuevas ofertas de seguros de daños a la propiedad.

Mecanismos de acción

INNOVACIÓN Con la innovación podemos favorecer que soplen nuevos vientos en el ámbito de los seguros. Para diseñar los productos y servicios del futuro, apostamos por la apertura. Llevamos a cabo intercambios y estamos abiertos a todas las aportaciones exteriores, favorecemos la construcción colaborativa y utilizamos métodos ágiles que enriquecen nuestra creatividad.

DIGITAL Con la digitalización, damos valor a los datos para responder cada vez mejor a las exigencias de calidad, rapidez y eficacia de nuestros socios distribuidores y clientes asegurados. En Francia, por

UN MODELO EMPRESARIAL ÚNICO

Socio, emprendedor y experto son tres conceptos que se encuentran en la base de nuestra forma de proceder. Perfilan un modelo económico singular que es nuestra principal fortaleza en todos los lugares en los que operamos.



Socios

Creamos conjuntamente ofertas de ahorro y de protección con las empresas que las distribuyen. ¿Qué es lo que nos diferencia? La voluntad de construir con cada socio una relación de calidad, basada en la transparencia y la reciprocidad.



Emprendedores

Construimos los seguros del futuro fomentando un espíritu de iniciativa y avance. Seguimos explorando nuevas zonas geográficas, nuevas tecnologías y nuevos sectores. ¿Qué es lo que nos diferencia? Nuestra energía colectiva y la capacidad de adaptación.



Expertos

Optimizamos las ofertas de seguros y ayudamos a nuestros socios distribuidores a desarrollar sus ventas. ¿Qué es lo que nos diferencia? Un profundo conocimiento de sus sectores y mercados, y un saber hacer reconocido en ámbitos como el marketing, el actuariado y el análisis de datos.

CREATIVIDAD

Para atender cada vez mejor a nuestros socios distribuidores y a sus clientes, desarrollamos nuestra creatividad con iniciativas como Cardif Lab', un espacio donde compartir conocimiento. ¿Cuál es nuestro método? Infundir nuestra cultura entre todos los empleados, para desarrollar su capacidad de innovación, estar atentos a las nuevas tendencias, hablar sobre nuestras ideas con los equipos y socios distribuidores, y probar las ofertas que podrían derivarse de ello. ¿Dónde están nuestras mejores oportunidades? En los métodos de trabajo colaborativos y ágiles, y en la construcción de un ecosistema abierto a todas las partes que pueden enriquecer nuestra reflexión sobre los seguros.



Más de

100

innovaciones presentadas a los equipos



Adaptación de los colaboradores al mundo digital

49

reuniones internas sobre la actualidad digital

4.000

empleados visitaron Cardif Lab'

FICHA DE IDENTIDAD

Cardif Lab', un concentrado de innovaciones



Cuatro años de actuaciones en favor de la innovación desde mayo de 2014

Un jardín digital de 120 m²

10 espacios distintos

6.500 visitantes



C. Entrepreneurs, un acelerador de la innovación

Hace un año creamos un fondo de inversión con la compañía de gestión Cathay Innovation: C. Entrepreneurs. Este fondo de inversión tiene el objetivo de acompañar a las start-ups que desarrollan tecnologías o servicios para la mejora de la experiencia de los clientes asegurados.

Voluntad de colaboración

C. Entrepreneurs fue creado para poder satisfacer mejor las necesidades de nuestros clientes asegurados y nuestros socios distribuidores. Este fondo tiene como objetivo acelerar nuestra transformación y se enmarca en nuestra estrategia de open innovation. Con él ayudamos a start-ups que están dando sus primeros pasos a sentar las bases para su crecimiento y creamos con ellas proyectos concretos. De este

modo, contribuimos a la digitalización del sector de los seguros y al desarrollo de las empresas de tecnologías financieras.

Un enfoque original y audaz

Instauramos auténticas alianzas con jóvenes empresas a las que acompañamos. ¿Cuál es nuestro objetivo? Desarrollar con ellas sinergias industriales respetando su independencia, en un planteamiento adaptado a las necesidades de cada start-up, lo que nos permite favorecer su desarrollo, reforzando sus ejes diferenciadores, acentuando su propuesta de valor y respaldando su estrategia de distribución.

Un primer balance positivo

¿Dónde reside la fuerza de C. Entrepreneurs? En conjugar los conocimientos expertos de los



Cinco start-ups financiadas por C. Entrepreneurs

Estamos orgullosos de los primeros pasos de nuestro fondo, que actualmente está apoyando a cinco jóvenes y prometedoras empresas. Presentación:

Another Brain es una start-up francesa que crea potentes circuitos de inteligencia artificial, que permiten a cualquier sensor captar su entorno y aprender de él de forma autónoma. Estas soluciones pueden tener diversas aplicaciones, como los objetos conectados o la robótica.

DataSine es una empresa inglesa que ayuda a las empresas a personalizar las relaciones con sus clientes mediante soluciones que asocian el aprendizaje automático (*machine learning*) y la psicología.

EngieApp está revolucionando el mercado israelí de la reparación de automóviles transformando los coches en vehículos conectados. La instalación de sensores permite, por ejemplo, alertar a un conductor del riesgo de avería para poder anticipar un problema.

PayCar ha establecido en Francia un innovador servicio de pago seguro para la venta de vehículos de ocasión entre particulares. En junio de 2017, esta empresa lanzó la plataforma www.cocoricar.com junto con nuestra filial Icare. La plataforma facilita el pago seguro y permite verificar la identidad de los vendedores y compradores. Además, los interesados en la compra de un vehículo se benefician de una cobertura de seguro del automóvil de tres meses.

Stratumn es una empresa francesa que se propone ofrecer a empresas y desarrolladores de todo el mundo la posibilidad de proteger sus transacciones utilizando la *blockchain*, una base de datos compartida que sirve para almacenar y transmitir información. Esta empresa ha creado una plataforma que permite a los usuarios no iniciados realizar todo tipo de aplicaciones basadas en esta tecnología de uso complejo.

equipos con los que contamos en Europa, Asia y América Latina y el saber hacer reconocido de Cathay Innovation en materia de capital riesgo del gestor. Gracias a este excelente punto de partida, el primer balance del fondo es muy satisfactorio: un año después de su creación ya ha financiado cinco empresas. Todas ellas trabajan en servicios particularmente innovadores, apoyándose en tecnologías como la inteligencia artificial, el aprendizaje automatizado (*machine learning*) o la *blockchain*.



Aceleración de los proyectos con nuestros socios

10

participaciones en los seminarios de nuestros socios distribuidores

Más de

2.500

visitantes de Cardiff Lab' procedentes de otros países

20

proyectos de open innovation, entre ellos la impresión 3D de 50 prótesis de mano con la asociación e-Nable



Espíritu de apertura

200

start-ups identificadas

1

Alianza con el MIT Design Lab, un laboratorio estadounidense de prestigio internacional dedicado a proyectos de investigación que asocian multimedia, diseño y tecnología

DIGITALIZACIÓN

Los datos son uno de los principales retos del momento, tanto en lo que respecta a la legislación como a la confidencialidad, la seguridad, la tecnología y la interacción con los clientes. Para sacar el máximo partido de los datos, estamos llevando a cabo una acción prospectiva. ¿Cuál es el reto? Pensar y actuar de forma distinta para aprovechar el inmenso potencial que ofrecen los datos, su análisis y explotación. Además, hemos compartido los frutos de este planteamiento con nuestros socios distribuidores, en un congreso dedicado.



La digitalización para transformar los datos en valor para el cliente

El mundo se digitaliza ¡y nosotros también! El despliegue de las herramientas digitales en todos los niveles de la empresa, iniciado en el 2013, se está acelerando y amplificando. En esta creciente digitalización se encuentra la base de nuestra estrategia. Nos permite recopilar datos cada vez más abundantes y variados, y luego explotarlos en beneficio de nuestros clientes asegurados y nuestros socios distribuidores. Gracias a la explotación de los datos, optimizamos los procesos de los clientes, adaptamos nuestras ofertas y creamos nuevas propuestas. También ganamos en eficacia, agilidad y capacidad de reacción, y reducimos costes. Todo ello respetando estrictamente la ética y la confidencialidad, y procurando que nuestro planteamiento esté siempre dominado por la dimensión humana. Para transformar el dato en valor, trabajamos en los pilares fundamentales

y estratégicos en relación con los datos y su análisis:

- gobernanza de datos y metodología de control de calidad de los mismos;
- ciberseguridad y un enfoque moderno de la protección de datos;
- competencias o herramientas críticas.

Es así como hemos creado nuestro Data Lab. Nuestros esfuerzos han dado sus frutos, y buena prueba de ello son las innovaciones de 2017. Los algoritmos que desarrollamos han permitido crear herramientas capaces de automatizar el control de algunas cláusulas de los contratos de seguros y el pago de los siniestros, enviar consejos y alertas a los clientes asegurados o también evaluar el potencial de un mercado. Todas estas aplicaciones tienen algo en común: se traducirán en avances concretos en experiencia de cliente, prevención de riesgos, acción comercial y servicios a los socios distribuidores.



4 colaboradores

de nuestro Data Lab en el equipo ganador del reto Quora lanzado en la plataforma de *data science* Kaggle.

17 proyectos

de mejora de la experiencia del cliente gracias a las herramientas digitales iniciados con nuestros socios distribuidores.

¿Qué lecciones hemos extraído del congreso?

Los datos, en el centro de los retos territoriales y económicos

Los datos están en el centro de una encarnizada batalla administrativa y financiera entre las economías mundiales. Su control, su propiedad y su utilización exigen redefinir las funciones entre el productor y el distribuidor; y por tanto, replantear el reparto de la cadena de valor entre los principales sectores. Su creciente importancia ha provocado también una explosión de la ciberdelincuencia. Por otro lado, ha favorecido la emergencia de nuevos actores como las GAFA. Todo ello ha traído consigo una nueva prioridad para las empresas: proteger los datos y convencer a sus clientes de que hacen (y harán) un buen uso de ellos.

Los datos, nuestros mejores aliados

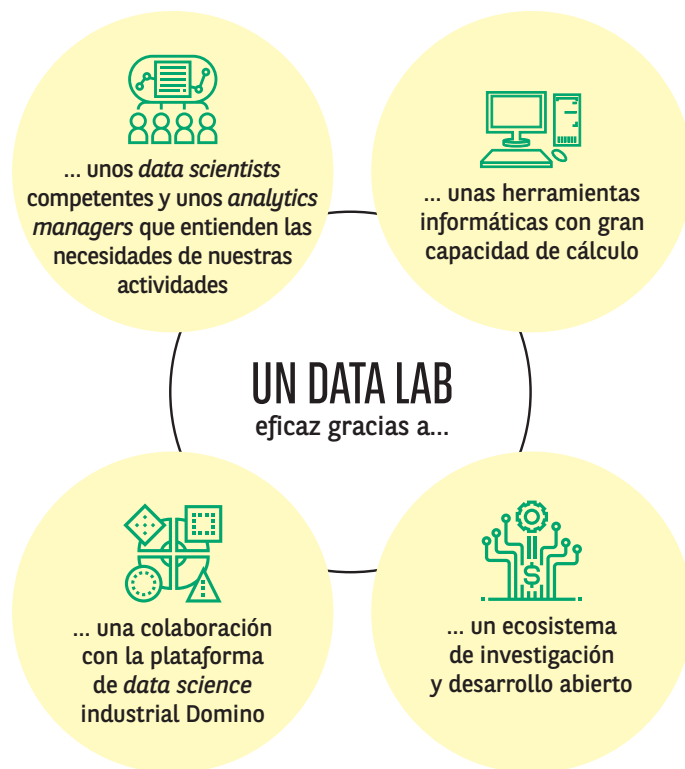
Lejos del tópico de «el hombre contra la máquina», los datos se revelan como una valiosa herramienta para la humanidad, también en aquellos contextos en los que no contamos con ello, como los circuitos de Fórmula 1. Cada coche McLaren, por ejemplo, está dotado de más de 150 sensores que generan 100 gigabytes de datos durante cada carrera. Esos datos se incorporan a un simulador de carreras que mejora considerablemente el rendimiento del piloto. Conjugar inteligencia humana e inteligencia artificial es la mejor forma de mantenerse en la pole position...

La digitalización como vector de crecimiento de las empresas

Los datos permiten a las empresas abandonar la función de simples vendedores de productos para convertirse en auténticos proveedores de experiencias. La transformación de Turkcell es una prueba de ello. La empresa líder de telefonía en Turquía quiere convertirse en un «operador digital» gracias a los datos, a su análisis y a la inteligencia artificial en lo que ya se ha revelado como una estrategia ganadora, ya que en su último lanzamiento logró 1 millón de clientes en tan solo nueve días, frente a los cinco o seis meses que había necesitado anteriormente para alcanzar esa cifra.

La naturaleza, más fuerte que los algoritmos

Asociar la neurociencia, el biomimetismo y el análisis avanzado es, sin duda, uno de los caminos que hay que seguir para lograr un mejor aprovechamiento de los datos en el futuro. Extraer enseñanzas de la naturaleza y entender la biometría humana permite validar las innovaciones procedentes de las máquinas y conservar en el análisis toda su dimensión humana. Los japoneses supieron entender que la naturaleza les permitiría ir más allá de las propuestas generadas por los meros algoritmos: para diseñar la forma de su tren de alta velocidad, se inspiraron en el pico del martín pescador, ideal para favorecer la penetración en el aire.



COMPROMISO

En BNP Paribas Cardif nos comprometemos a trabajar al servicio de la sociedad y la economía, de los socios distribuidores y de sus clientes, así como de nuestros colaboradores. Como entidad aseguradora, nuestro objetivo es que los seguros sean asequibles para el mayor número posible de personas. Como inversor institucional, estamos convencidos del impulso positivo que pueden representar los fondos en los que invertimos. Como generadores de empleo, nos comprometemos a que nuestros 10.000 empleados puedan crecer profesionalmente en un clima de confianza y desarrollar sus competencias. Como empresa socialmente responsable, trabajamos en favor de la comunidad y el interés general en los 35 países en los que desarrollamos nuestra actividad. Para responder mejor a los grandes retos medioambientales y sociales de nuestra época, hemos decidido reafirmarnos en estas convicciones e incorporarlas al núcleo de nuestra estrategia empresarial. Con esta decisión, aumentaremos el valor sostenible de nuestro desarrollo y contribuiremos al progreso en beneficio de todos.

**BNP PARIBAS CARDIF,
UNA ASEGURADORA
COMPROMETIDA CON LAS
PERSONAS**

**BNP PARIBAS CARDIF,
INVERSORES**

**13
COMPROMISOS
EN TORNO A
4 EJES**

**BNP PARIBAS CARDIF,
CREADORES DE EMPLEO**

**BNP PARIBAS CARDIF,
EMPRESA SOCIALMENTE
RESPONSABLE**



Eje

1 Nuestro compromiso como aseguradora

Asegurando a las personas, a sus seres queridos y bienes, creamos valor sostenible. Hemos decidido basarnos en nuestro desarrollo y nuestra presencia internacional para aportar aún más valor, adoptando tres compromisos:

Desarrollar la accesibilidad a los seguros

Queremos ser los mejores en asegurabilidad y en accesibilidad, y por ello adoptamos una política de buena voluntad. Algunas de nuestras actuaciones en ese sentido son, por ejemplo, posponer el límite de edad para suscribir contratos de seguro de protección de pagos, ampliar los riesgos cubiertos, redactar la documentación contractual en un lenguaje claro y facilitar el acceso a nuestros productos y servicios a las personas más vulnerables.

Reforzar la asistencia y la prevención

Nos comprometemos a reforzar la utilidad de nuestras pólizas añadiendo servicios personalizados de asistencia y de prevención. En este ámbito, actuamos, por ejemplo, desarrollando la ayuda a los prestatarios para volver a su empleo o ayudando a los

clientes asegurados que regresan a su domicilio tras una hospitalización a acondicionar su vivienda de cara a la convalecencia.

Mejorar las ofertas y la experiencia de cliente

Crear más valor sostenible también es mejorar el valor de nuestras ofertas y la experiencia de cliente. Este compromiso se plasma, por ejemplo, en la evaluación sistemática de la rentabilidad que aportan nuestros productos y servicios, y en la creación, junto con nuestros socios distribuidores, de procesos fluidos para los asegurados.



Eje 2 Nuestro compromiso como inversores

Estamos convencidos de que nuestra función como inversor institucional conlleva una responsabilidad, y por ello, en nuestros fondos, invertimos rigiéndonos por dos imperativos: rendimiento financiero e impacto positivo en la sociedad. En nuestro compromiso por llegar más lejos, nos hemos fijado tres objetivos:

Reforzar el impacto positivo de nuestras inversiones en el medio ambiente y en la sociedad

Nuestra empresa es pionera en inversión sostenible: en particular, ha contribuido al éxito de los primeros bonos verdes, como el producto responsable con el clima Tera Neva. Hemos decidido reforzar nuestro compromiso para favorecer un crecimiento ético. En este sentido, actuamos desempeñando un papel activo en el desarrollo de bonos verdes, que permiten financiar proyectos con un alto valor medioambiental.

Incorporar criterios de RSC en todas nuestras decisiones de inversión

Desde hace ya varios años tenemos en cuenta criterios medioambientales, sociales y de gobernanza en nuestras decisiones de inversión. Queremos seguir profundizando en este planteamiento para favorecer prácticas sostenibles. Este objetivo se plasma, por ejemplo, en el establecimiento de un «filtro de carbono» en nuestros procesos de decisión para invertir en las empresas que demuestren su compromiso con la reducción de las emisiones de gases con efecto invernadero.

Invertir para la transición energética

Con el fin de reforzar nuestra contribución a la lucha contra el cambio climático, hemos decidido aumentar nuestras inversiones financieras al servicio de la transición energética y mejorar la calidad de nuestras inversiones inmobiliarias. En este sentido, actuamos, por ejemplo, participando en Land Degradation Neutrality – un fondo que financia prácticas de gestión sostenible de las tierras para reducir las emisiones de gases con efecto invernadero – y desarrollando, desde el 2011, un programa de renovación energética de nuestros edificios.



Duplicación

de las inversiones con impacto positivo en el medio ambiente hasta el 2020.

El 100%

de nuestras decisiones de inversión se regirán por criterios de RSC en el 2020.

6.000 plazas

de alojamiento de emergencia financiadas a través del fondo Hémisphère.

El 100%

de nuestros empleados formados en ética y protección de datos.

85 años

es la edad límite para suscribir la garantía de deceso de nuestro contrato de seguro de protección de pagos «Cardif Liberté Emprunteur».

Reducción del 30%

del consumo energético en nuestras oficinas hasta el 2020.

COMPROMISO

+ de 300

directivos formados
en riesgos psicosociales.

10

vídeos con testimonios de colaboradores
que hablan sobre su discapacidad.

40%

de espacios colaborativos a disposición
de nuestros colaboradores de aquí a 2020.

80%

de nuestros colaboradores preocupados
formados en derechos humanos en 2017.

1 sello

obtenido en Alemania por la claridad
de las condiciones generales de nuestros contratos
de seguro de protección de pagos.



Eje 3 Nuestro compromiso como creadores de empleo

Desde su creación, nuestra empresa se ha centrado en la dimensión humana y siempre ha procurado favorecer el crecimiento profesional de sus colaboradores. Hoy seguimos avanzando por ese camino con tres prioridades:

Diversidad e igualdad profesional

Promovemos la diversidad y la igualdad profesional con el objetivo de desterrar cualquier forma de exclusión por motivos de género, edad, origen, trayectoria, orientación sexual, discapacidad... Nuestras actuaciones en este ámbito son, por ejemplo en Francia, medidas para lograr la igualdad entre hombres y mujeres y sensibilizar a nuestros ejecutivos sobre la lucha contra toda forma de discriminación para favorecer un entorno laboral inclusivo y benevolente.

Bienestar en el trabajo

Favorecer el bienestar en el trabajo es otra de nuestras prioridades para lograr que nuestros colaboradores crezcan profesionalmente y desarrollen todo su potencial. En este aspecto, hemos puesto el listón muy alto, fijándonos como objetivo para el 2020 alcanzar un porcentaje de opiniones positivas del 80% respecto al bienestar en el trabajo en nuestro barómetro de ambiente interno. Nuestras

actuaciones se concretan, por ejemplo, en la creación de espacios abiertos e inspiradores en nuestras oficinas y en la formación de nuestros directivos sobre riesgos psicosociales.

Atención a los empleados

El mercado de los seguros se encuentra en pleno proceso de cambio. En esta transformación, acompañamos a nuestros empleados ayudándolos a evolucionar hacia las especialidades y competencias del futuro. Actuamos, por ejemplo, desarrollando la formación profesional y replanteando nuestros procesos de recursos humanos para enriquecer la experiencia de los empleados.





Eje 4 Nuestro compromiso como empresa socialmente responsable

Nuestra responsabilidad no se limita únicamente a nuestras actividades y nuestros intereses, sino que también adopta la forma de un compromiso cívico en cuatro ámbitos:

Comportamiento ejemplar

Velamos por el respeto de un código de conducta que garantiza prácticas éticas rigurosas y formamos a todos nuestros colaboradores para que lo conozcan. En particular, protegemos los datos que recopilamos, tanto los de nuestros empleados como los de nuestros socios distribuidores o nuestros clientes asegurados.

Política de filantropía

Mediante la filantropía desarrollamos proyectos útiles en todos los territorios en los que trabajamos, adaptándonos a las problemáticas locales. Por ejemplo, financiamos proyectos de interés general y favorecemos el mecenazgo de competencias. En el año 2016, BNP Paribas Cardiff destinó 3.123 horas de trabajo al mecenazgo de competencias en todo el mundo, particularmente en los ámbitos de la formación financiera y del refuerzo de la empleabilidad de los jóvenes. En este programa participaron 3.400 personas.

Defensa de los derechos humanos

Trabajamos por el respeto de los derechos humanos y las libertades fundamentales en

todos los lugares en los que desarrollamos nuestra actividad. Por ejemplo, informamos y sensibilizamos a nuestros empleados, y desarrollamos informes para reforzar la vigilancia, en particular en la selección de proveedores.

Reducción de nuestra huella de carbono

Uno de los primeros deberes de toda empresa socialmente responsable es el compromiso en la lucha contra el cambio climático. Trabajamos en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero relacionados con nuestras actividades. Nuestras actuaciones se concretan, por ejemplo, en la reducción del consumo de papel mediante la desmaterialización y en la priorización de los medios de transporte más respetuosos con la calidad del aire.



TRES INICIATIVAS RESPONSABLES (ENTRE MUCHAS OTRAS)



En España,

hemos reforzado nuestro apoyo a los clientes asegurados que atraviesan dificultades incluyendo un nuevo servicio en nuestra solución de seguro de salud: en caso de diagnóstico de una enfermedad grave, el suscriptor tiene derecho a una segunda opinión médica por parte de un especialista. Las ventajas que ofrece son la reducción de los plazos de espera y de los gastos.



En Francia,

hemos participado en la financiación de la OAT ⁽¹⁾ green bond, el primer bono verde lanzado por el gobierno de este país el 24 de enero de 2017, con la intención de desarrollar las energías renovables, conservar la biodiversidad y aumentar el aprovechamiento y el reciclaje.

(1) Obligación asimilable del Tesoro.



En Luxemburgo,

hemos establecido el reto Move4Life. En esta iniciativa, ocho equipos de 33 empleados cada uno se retan cada trimestre a correr, provistos de pulseras conectadas que miden, entre otros aspectos, los kilómetros recorridos. Además de los beneficios que representa para la salud y el bienestar en el trabajo, esta iniciativa tiene un carácter filantrópico: cada equipo escoge una asociación a la que apoyar y, al final del año, todas las asociaciones reciben donaciones proporcionales al palmarés.

RENDIMIENTO

Nuestra estrategia de desarrollo ha dado sus frutos, reforzando nuestra solidaridad y acelerando nuestro crecimiento: los resultados de 2017 muestran una sensible mejora respecto a los de 2016.

Cifra de negocios: 29.700 M €

+9,3%

entre 2016 y 2017

Activos gestionados: 237.000 M €

+4,9%

entre 2016 y 2017

Beneficio neto antes de impuestos: 1.900 M €

+36,4%

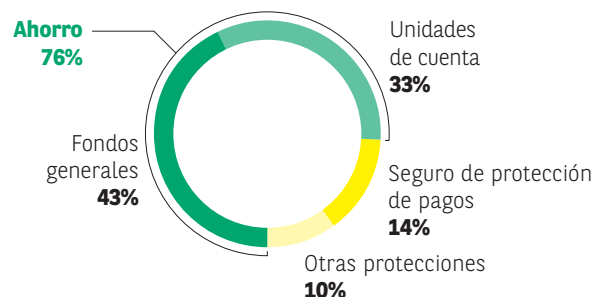
(para el 2017, a perímetro y tipo de cambio históricos) entre 2016 y 2017

+9%

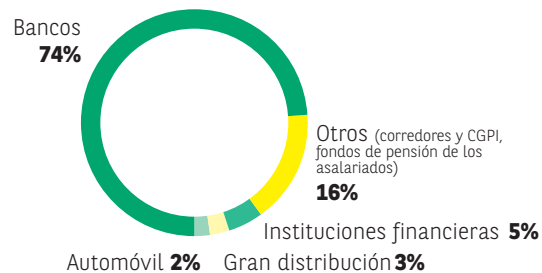
(para el 2017, a perímetro y tipo de cambio constantes) entre 2016 y 2017

Un modelo diversificado

Cifra de negocios 2017 por producto

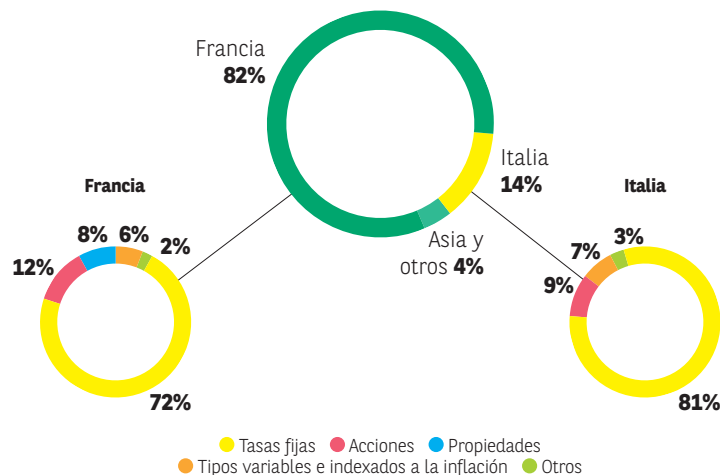


Cifra de negocios 2017 por red de distribución



Una asignación de activos prudente

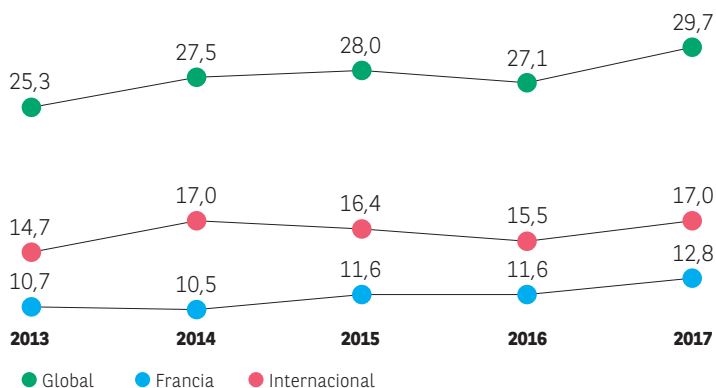
Fondo general: 154.000 M € en valor de mercado (31 de diciembre de 2017)



Una historia de desarrollo

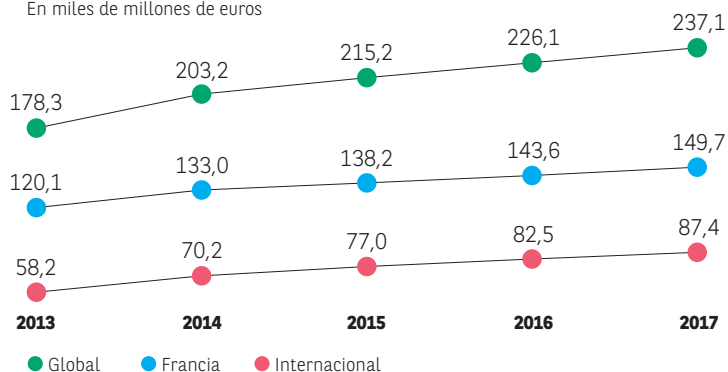
Cifra de negocios por zona geográfica

En miles de millones de euros



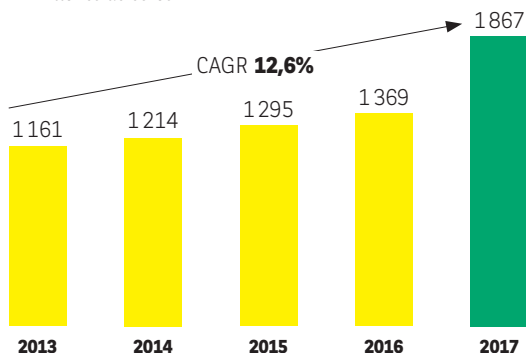
Activos gestionados por zona geográfica

En miles de millones de euros



Beneficio neto antes de impuestos

En millones de euros



NUESTRO RENDIMIENTO EN 2017 HA ESTADO A LA ALTURA DE NUESTRAS EXPECTATIVAS

En 2017, nuestra cifra de negocios ha aumentado en un 9,3%. Su distribución se mantiene estable entre el ahorro (76%) y la protección (24%).

Este año ha estado marcado por la excepcional repercusión de la plusvalía de cesión del 4% de nuestra filial india SBI Life y de la adquisición del 100% de Cargeas Assicurazioni in Italia. Nuestro resultado neto antes de impuestos ha crecido en un 36,4%.

El rendimiento operativo también ha mejorado. Con un perímetro y un cambio constantes, el resultado neto antes de impuestos ha aumentado en un 9%.

El mundo cambia. Las revoluciones tecnológicas modifican las costumbres y las expectativas, transformando nuestras formas de trabajar y nuestras relaciones con los clientes. En BNP Paribas Cardif afrontamos estos cambios con **CONFIANZA**, una confianza basada en un modelo empresarial y unos conocimientos expertos en alianzas únicos, que nos permiten desarrollar un plan estratégico **AUDAZ**. Queremos reinventar los seguros aprovechando las oportunidades que nos brindan la **DIGITALIZACIÓN** y los smart data. Con **ESPÍRITU EMPRENDEDOR**, nos atrevemos a **INVENTAR** soluciones inéditas e innovadoras. Mantenemos nuestro **COMPROMISO** a través de una práctica de nuestras actividades cada vez más responsable y ética, creando valor para todos en todos los lugares en los que estamos presentes. Nuestro objetivo: que los seguros sean asequibles para el mayor número posible de personas. Es lo que nos convierte en una entidad aseguradora diferente y de alto **RENDIMIENTO**, un actor internacional que sabe pensar en términos locales. Somos un **SOCIO** de referencia que, junto con start-ups, expertos, socios distribuidores, clientes asegurados y colaboradores, crea día a día los seguros del mañana.

SEDE SOCIAL
1 boulevard Haussmann
75009 Paris
Francia

OFICINAS
8 rue du Port
92728 Nanterre Cedex
Francia

bnpparibascardif.com

382 983 922 RCS París Sociedad anónima con un capital de 149.959.051,20 euros



**BNP PARIBAS
CARDIF**

Seguros para un mundo en evolución