

AVANZAR JUNTOS

cuando el mundo cambia

INFORME DE ACTIVIDAD 2020



**BNP PARIBAS
CARDIF**

Seguros
para un mundo
en evolución

“Somos una aseguradora de personas, nuestra vocación es ser útiles para nuestros clientes y nuestros socios comerciales en todo el mundo y acompañarlos, especialmente en los momentos difíciles”.

El año 2020 será recordado como el año de la crisis de la Covid-19, que ha golpeado con fuerza nuestra vida personal, nuestra sociedad y nuestra economía. Si algo destaca para mí de este año tan diferente es que nos hemos adaptado a la incertidumbre constante. Incluso hemos acabado integrándola en nuestro día a día. Nuestra respuesta ha sido ponernos al lado de los clientes, acompañarlos y ayudar a nuestros socios a recuperarse. Hemos puesto todo nuestro empeño en seguir ofreciendo a nuestros socios el servicio que se merecen. Hemos tomado todas las medidas para proteger a nuestros colaboradores que, con su energía y determinación, han garantizado la continuidad de nuestras actividades.

Hemos tomado medidas sin precedentes para acompañar a nuestros clientes

La crisis sanitaria ha generado un gran número de solicitudes de clientes, sobre todo por el aumento de la mortalidad y el desempleo que ha provocado. Hemos respondido con agilidad a la vez que pragmatismo, innovando para dar respuesta a las nuevas necesidades de los asegurados, acortando los procedimientos en la mayoría de países donde estamos presentes, reduciendo el número de justificantes exigidos en caso de siniestro y simplificando los procesos médicos, sobre todo en el seguro de protección de pagos. Hemos respondido con medidas excepcionales en todo el mundo, por ejemplo la eliminación de la exclusión por pandemia para particulares. También hemos ofrecido nuevos servicios adaptados a la situación, como las teleconsultas médicas en Francia. Gracias a estas medidas, no solo hemos cumplido con nuestro cometido como aseguradora, sino que además hemos amortiguado el impacto de la crisis sanitaria en nuestros asegurados.

Hemos ayudado a nuestros socios comerciales a levantarse de nuevo

Este virus está transformando nuestra forma de trabajar y colaborar con los socios. Este año hemos ideado juntos nuevas coberturas ligadas a la crisis. En plena crisis, nuestros equipos de Latinoamérica han lanzado con éxito una nueva oferta en materia de decesos y salud en colaboración con nuestro socio Scotiabank. En Japón, nuestra oferta de seguro de protección de pagos conjunta con SMTB incluye ahora la cobertura por desempleo, en un país acostumbrado hasta ahora a una situación cercana al pleno empleo. Se han creado también varios ecosistemas de servicios útiles, por ejemplo en Colombia de la mano de nuestro socio Coursera, donde se ha puesto en marcha una plataforma gratuita para fomentar el empleo dirigida a clientes latinoamericanos. Todas estas iniciativas constituyen nuevas estrategias que tratan de generar valor para nuestros socios y sus clientes.

Esta crisis ha demostrado la resiliencia de nuestro modelo y lo acertado de nuestra misión

Cardif Forward, nuestro plan estratégico, ha sido clave para hacer frente a la crisis. La digitalización, la diversificación de actividades y la formación de los empleados en nuevas tecnologías han sido las apuestas que nos han permitido estar a la altura cuando estalló la crisis sanitaria. En la actualidad, nuestros sólidos cimientos y la diversificación por negocios, áreas geográficas y distribución de nuestro



Renaud Dumora
Director General de BNP Paribas Cardif

modelo nos permiten encarar el futuro con confianza. Continuamos adaptándonos para seguir siendo una empresa de éxito en este mundo híbrido, para seguir ofreciendo un entorno de trabajo atractivo a nuestro personal y para innovar junto con nuestros socios. Este contexto nos ha llevado a querer evolucionar como organización. Para mí es un gran orgullo ceder el testigo a Pauline Leclerc-Glorieux, que se convertirá en Directora General de BNP Paribas Cardif a partir del 19 de mayo de 2021. Personalmente, sin renunciar a mis responsabilidades actuales, asumiré ese día la función de Presidente de BNP Paribas Cardif, así como la de Director General Adjunto de BNP Paribas, a cargo de la nueva división Investment & Protection Services. Pauline Leclerc-Glorieux se encargará, pues, de preparar y adaptar nuestra empresa para el nuevo contexto marcado por la aceleración de las crisis, de todo tipo, a fin de responder a los retos de los seguros del mañana.

Esta crisis viene además a reforzar la pertinencia de nuestra misión al recordarnos la necesidad de que las aseguradoras mejoren la transparencia de sus ofertas. Hacer más accesibles los seguros inspira nuestro trabajo diario y nuestras decisiones estratégicas. Este año, una vez más, hemos puesto en marcha numerosas iniciativas destinadas a hacer que los seguros sean más inclusivos, comprensibles, sencillos, más fáciles de contratar y de utilizar. Es nuestra manera de influir positivamente en la sociedad y lo que da sentido a nuestra profesión.

Con esta crisis han aflorado nuevas necesidades de protección

Una de las grandes lecciones que extraemos de esta crisis es que el mundo nunca había tenido tanta necesidad de estar asegurado y protegido. Esas necesidades no van a quedar sin respuesta. En las siguientes páginas podrá comprobar que nos hemos volcado más que nunca para desempeñar un papel determinante en la recuperación y que disponemos de las herramientas para imaginar juntos productos y servicios adaptados a la “nueva normalidad”. ●



Le presentamos una selección de fotografías de nuestros empleados que participaron en el concurso internacional celebrado en diciembre de 2020.

BNP Paribas Cardif, especialista mundial en seguros para personas, tiene un papel clave en el día a día de sus clientes asegurados al proponerles productos y servicios que les permiten hacer realidad sus proyectos de vida a la vez que los protegen frente a los imprevistos.

Nº1 mundial en seguros de crédito

8.000 EMPLEADOS

33 PAÍSES

264.000 MILLONES DE EUROS EN ACTIVOS GESTIONADOS

500 socios comerciales (bancos, entidades de crédito, fabricantes de automóviles, operadores de telecomunicaciones, consultorías de gestión patrimonial, etc.)

#ESPÍRITUCARDIF
EXPERTO
EMPRENDEDOR
EMPÁTICO
ÉTICO

24.800 MILLONES DE EUROS DE CIFRA DE NEGOCIOS

1.400 millones de euros de resultado neto antes de impuestos

Brasil, Perú, Turquía, Ucrania y países nórdicos: eliminación de la exclusión por pandemia
+ INFORMACIÓN EN PÁG. 8

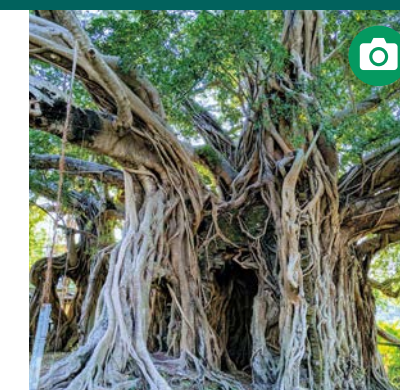


Japón: cobertura por desempleo incluida en el contrato de seguro de protección de pagos
LEER LA ENTREVISTA EN PÁG. 11



Skill Up: formamos a nuestros empleados para las profesiones del mañana
+ INFORMACIÓN EN PÁG. 22

Financiación sostenible: 11.500 millones de euros en inversiones de impacto positivo de aquí a 2024



+ INFORMACIÓN EN PÁG. 29

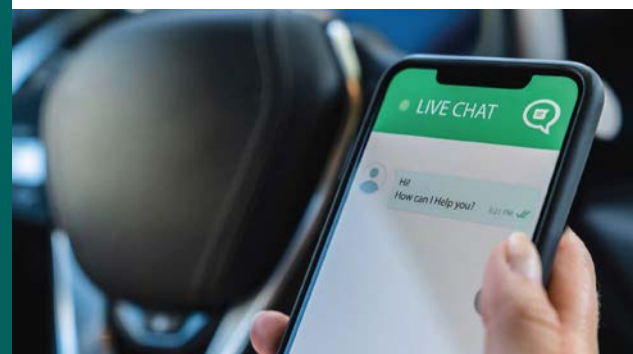


Cardif Lab', el acelerador de la transformación de la empresa
+ INFORMACIÓN EN PÁG. 24



Latinoamérica: un nuevo ecosistema de "empleabilidad" para combatir el desempleo
+ INFORMACIÓN EN PÁG. 10

Impulso a la digitalización de la experiencia de los clientes: chatbot, ludificación, aplis e inteligencia artificial
+ INFORMACIÓN EN PÁG. 15



Economía circular: aplicaciones Easicare y Smarty+ para potenciar el mercado de segunda mano
+ INFORMACIÓN EN PÁG. 28



AVANZAR JUNTOS CUANDO OCURRE LO IMPENSABLE

Para hacer frente a esta pandemia sin precedentes que afecta a todo el mundo, nuestros 8.000 empleados se han volcado con los clientes y socios para facilitar los trámites y apoyarlos con una serie de medidas excepcionales. También estamos comprometidos con las personas que se han visto especialmente afectadas por la crisis sanitaria, a través de iniciativas solidarias de apoyo dirigidas a las empresas y los segmentos de la población más vulnerables.

PROTECCIÓN Y APOYO



SOLIDARIDAD PARA CUIDAR DE LAS EMPRESAS Y LAS PERSONAS MÁS VULNERABLES A LA CRISIS SANITARIA

BNP Paribas Cardif ha colaborado con los poderes públicos para apoyar a las empresas francesas y ha aportado 100 millones de euros en el marco de un programa de inversión dirigido a empresa de tamaño intermedio, pymes y al sector sanitario. También hemos contribuido con 16 millones de euros al fondo de solidaridad creado por las autoridades para ayudar a las microempresas y las pymes.

Hemos animado a nuestros empleados a pasar a la acción a través del fondo "Emergencia y Desarrollo" del Grupo BNP Paribas, que permite financiar un programa mundial de ONG humanitarias, y a participar en las iniciativas solidarias de las asociaciones que tratan de hacer frente a la situación a través del programa 1MillionHours2Help. Por último, también nos hemos asociado con la Universidad de París-Nanterre para ayudar a los estudiantes universitarios que tienen dificultades a causa del confinamiento. En concreto, hemos donado 100 ordenadores portátiles y hemos creado un fondo de 50.000 euros destinado a alumnos cuyas prácticas remuneradas se han visto suspendidas.

La solidaridad también se hace extensiva a la relación con nuestros socios. Desde el inicio de la crisis en Asia hemos prestado ayuda material al Bank of Beijing, nuestro socio en China. El banco, por su parte, donó a nuestros equipos italianos 10.000 mascarillas cuando el país vivía sus horas más críticas.

Una crisis sin precedentes exige respuestas contundentes y a la altura de las circunstancias. Somos especialistas en asegurar personas y líderes mundiales en seguros de protección de pagos, y nos situamos del lado de nuestras partes interesadas para ayudarlas a superar esta crisis sanitaria y a mirar al futuro con confianza. Hemos destinado 320 millones de euros a apoyar en todo el mundo a nuestros socios distribuidores y a sus clientes.

PROTEGEMOS A NUESTROS EMPLEADOS

Adaptarse: la consigna que los equipos de BNP Paribas Cardif han seguido al pie de la letra para hacer frente a esta situación inédita. En BNP Paribas Cardif estamos comprometidos con el empleo y no hemos recurrido a expedientes de regulación temporal en ninguno de los 33 países. En Francia y en todo el mundo, hemos implantado el teletrabajo a gran escala. De hecho, desde el mes de abril y durante toda la crisis sanitaria, cerca del 98% de los empleados de Francia y del 92% de los internacionales (excepto Asia) han podido trabajar a distancia. Para nosotros, la salud de los empleados es lo primero, por eso hemos tomado las medidas necesarias para que los equipos puedan regresar a las instalaciones durante toda la crisis sanitaria. Por último, BNP Paribas Cardif también se preocupa por el bienestar de sus equipos y les ofrece apoyo psicológico, cursos de formación a distancia o incluso clases de fitness en línea y talleres de meditación.



ITALIA

HEMOS MEJORADO LA OFERTA SANITARIA EN TIEMPO RÉCORD

Italia ha sido uno de los primeros países europeos en enfrentarse a la pandemia. La rápida respuesta de los equipos de BNP Paribas Cardif nos ha permitido ofrecer coberturas y servicios útiles a los asegurados. De la mano de su socio BNL, BNP Paribas Cardif ha añadido gratuitamente dos coberturas complementarias a su póliza de salud UNICA. Estas coberturas ampliadas se han hecho extensivas a personas que han dado positivo al virus y sido hospitalizadas o que debían cumplir la cuarentena en casa. También hemos incorporado nuevos servicios al producto, por ejemplo, un chatbot que ofrece a los asegurados información basada en la geolocalización como números de emergencia y la ubicación de los servicios sanitarios más próximos, además de asesoramiento e información sobre las coberturas. Durante el confinamiento también se sometió a pruebas un portal de consultas a distancia que permite a los empleados realizar consultas de medicina general y recibir la atención de especialistas en línea. Próximo paso: hacer extensivo este servicio a las personas aseguradas.

REPÚBLICA CHECA

Taking Care, coberturas ampliadas en caso de situaciones imprevistas a causa de la Covid-19

¿Qué sucede cuando la Covid-19 obliga a permanecer en casa para hacerse cargo de los niños? Los equipos de BNP Paribas Cardif de la República Checa han dado respuesta a esta nueva necesidad al incorporar una nueva cobertura al contrato de seguro de protección de pagos Taking Care. Inicialmente, el objetivo de esta oferta era compensar la pérdida de ingresos de los clientes asegurados que tuvieran que cuidar de un familiar enfermo o que hubiera sufrido un accidente. Pero con la Covid-19, las necesidades han evolucionado. En la República Checa, como

en tantos otros países, los niños no podían ir al colegio y debían permanecer en casa para limitar la propagación del virus. Los padres que han contratado este seguro tienen cubiertos sus préstamos bancarios cuando están obligados a quedarse en casa para cuidar de sus hijos debido a la emergencia sanitaria. Somos conscientes de la magnitud de la crisis, por eso nos comprometemos a hacer la vida más sencilla con esta cobertura ampliada y única en el mercado de la que ya se han beneficiado cientos de familias.



200 millones de euros movilizados para ayudar a los clientes de todo el mundo en el día a día, 40 millones de ellos asignados a medidas extracontractuales



20 millones de euros dedicados a iniciativas solidarias, de los cuales 16 se han destinado al fondo de solidaridad creado por las autoridades francesas



100 millones de euros aportados al programa de inversión dirigido a empresas de tamaño intermedio, pymes y al sector sanitario en Francia

BRASIL, PERÚ, TURQUÍA, UCRANIA Y PAÍSES NÓRDICOS
ELIMINACIÓN DE LA EXCLUSIÓN POR PANDEMIA

La supresión de la exclusión por pandemia, decidida en Brasil, Perú, Turquía, Ucrania y los países nórdicos, no es una cuestión menor. Esta medida tiene un fuerte impacto en la vida de nuestros asegurados, principalmente personas que han suscrito un seguro de protección de pagos. Con esta iniciativa nos comprometemos a cubrir siniestros como el fallecimiento, la invalidez o la pérdida de empleo que normalmente quedan excluidos de las condiciones de nuestras pólizas en esos países y en situaciones de pandemia. Tenemos el firme compromiso de cuidar de nuestros clientes en los momentos difíciles.



CHILE

MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES GRACIAS A LA DIGITALIZACIÓN DE LOS SINIESTROS

En Chile, durante la pandemia, la digitalización de los siniestros pronto pasó a ser una prioridad para poder seguir atendiendo a nuestros asegurados. Los equipos se movilizaron para que los clientes pudieran declarar los siniestros en línea, seguir su tramitación y recibir rápidamente la indemnización. También hemos implantado un proceso basado en inteligencia artificial que nos permite adoptar decisiones de pago inmediatamente en el 50% de los siniestros. El proyecto ha sido posible gracias a la estrecha colaboración con nuestros socios y ha permitido gestionar 250.000 siniestros durante este año tan excepcional. Además, ha contribuido a mejorar la experiencia de los clientes a largo plazo.

FRANCIA
HACIA UNA GESTIÓN SIMPLIFICADA Y EMPÁTICA

En Francia, durante el confinamiento, hemos reducido en la mayoría de los casos el número de documentos exigidos en caso de siniestro a fin de acelerar los pagos. También hemos simplificado las gestiones médicas para que los futuros asegurados puedan hacer realidad sus proyectos a pesar del confinamiento. Por ejemplo, para suscribir un seguro de protección de pagos y para las indemnizaciones en caso de siniestro ya no se exige a los clientes que se desplacen al médico para rellenar formularios o cuestionarios médicos. Basta con que rellenen los cuestionarios en línea con la mayor exactitud posible y aporten los documentos médicos

que tengan en su poder. Además, para facilitar el acceso de los asegurados a la asistencia sanitaria, BNP Paribas Cardif ofrece un nuevo servicio de teleconsulta, sin coste adicional, a quienes hayan suscrito un seguro de salud complementario de BNP Paribas. Este servicio permite realizar consultas a médicos de cabecera y especialistas sin cita previa, por teléfono o vídeo, las 24 horas del día y los 7 días de la semana. El índice Net Promoter Score, que mide la satisfacción de los clientes, demuestra lo acertado de la iniciativa, ya que durante la pandemia, entre febrero y agosto de 2020, ha aumentado de forma constante en 7 puntos.



RECUPERACIÓN

Nuestros socios se han visto muy afectados económicamente por la pandemia y necesitan claramente ayuda para poder mantener su actividad. BNP Paribas Cardif ha innovado para ayudarles a recuperarse y permitirles ofrecer servicios hasta ahora inexistentes o adaptados a la situación de los asegurados.

EUROPA
EL SEGURO DE DESEMPLEO SE INTEGRA EN LA OFERTA DE VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES

En varios países europeos (Alemania, Italia, España, República Checa, Polonia, etc.), hemos permitido a nuestro socio Volkswagen Financial Services ofrecer un seguro de pérdida de empleo gratuito a todos los clientes que adquieren un vehículo nuevo o usado a crédito. El seguro garantiza que el préstamo se siga pagando cuando el desempleo se debe a la pérdida involuntaria del puesto de trabajo, por ejemplo, por despido o cese de actividad. Esta innovación permite a los clientes adquirir un vehículo y afrontar los imprevistos con tranquilidad.

Desde que se presentó esta oferta, en Alemania ya se han firmado **80.000** contratos.

LATINOAMÉRICA
NUEVAS OFERTAS ADAPTADAS A LA SITUACIÓN SANITARIA

Adaptarse a la situación local en tiempos de pandemia: ese es el reto que se han propuesto los equipos de BNP Paribas Cardif en México, que han ideado en cuestión de meses nuevos productos de salud y decesos respaldados por un ecosistema de servicios capaz de satisfacer las necesidades de los clientes de Scotiabank. La oferta **Desde Casa** permite a los clientes que suscriben un seguro de salud o deceso acceder a todo un conjunto de servicios. BNP Paribas Cardif los conecta con diversos actores del sector de la salud en una plataforma digital que proporciona servicios útiles en tiempos de pandemia como atención domiciliaria, descuentos en medicamentos, prediagnóstico médico basado en inteligencia artificial, blogs con consejos de profesionales de la salud, etc. El éxito ha sido inmediato, como demuestra que el seguro de vida, sumado al ecosistema de servicios, se haya adaptado y comercializado en otros países socios de Scotiabank en Latinoamérica (Perú, Colombia y Chile) y a día de hoy ya proteja a 52.000 clientes. "La pandemia trae consigo nuevas necesidades de protección en Latinoamérica a las que hemos sabido dar respuesta de manera reactiva al diseñar nuevas soluciones con nuestro socio Scotiabank", explica Julien Hautière-Rey, Director General de la Scotiabank Alliance en BNP Paribas Cardif Latinoamérica.





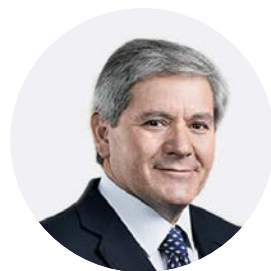
ARGENTINA, BRASIL, CHILE, COLOMBIA, MÉXICO Y PERÚ

UN ECOSISTEMA DE “EMPLEABILIDAD” PARA LUCHAR CONTRA EL DESEMPLEO A TRAVÉS DE COURSERA

BNP Paribas Cardif reinventa la práctica aseguradora en Latinoamérica. Tejemos alianzas específicas que mejoran la experiencia de los asegurados al ofrecerles ecosistemas de servicios a los que da acceso la propia póliza, sin necesidad de tener que declarar un siniestro. Uno de ellos es el ecosistema de empleabilidad asociado al seguro de desempleo.

El objetivo de la alianza con Coursera, líder en formación online en Latinoamérica, es ofrecer nuevos servicios a los asegurados para que afronten con confianza el futuro. Desde el momento en que contratan uno de nuestros seguros de desempleo, nuestros clientes latinoamericanos tienen acceso a los cursos de formación de Coursera a través de una plataforma de BNP Paribas Cardif. Porque cuando un cliente pierde el trabajo necesita una indemnización, por supuesto, pero también acompañamiento en la búsqueda de empleo.

¿Cómo funciona? Combatimos el desempleo al dar acceso a los asegurados a más de 1.500 cursos de diversos sectores demandados, por ejemplo análisis de datos, inteligencia artificial y desarrollo web, a través de su área de cliente BNP Paribas Cardif. También se ofrece formación en lenguas extranjeras y herramientas ofimáticas. Los asegurados pueden valerse de una herramienta de inteligencia artificial para seleccionar los puestos de trabajo que mejor se adapten a su perfil, obtener consejos para rehacer su CV o incluso preparar las entrevistas de trabajo. Es una manera de aportar soluciones concretas a nuestros clientes para que se mantengan al día en un mercado laboral convulso.



“Hoy en día, los clientes exigen más valor añadido, transparencia, sencillez y rapidez en la comunicación. En respuesta, desarrollamos una oferta potente basada en datos y modelos analíticos y que además ofrece una mejor experiencia a los clientes. Gracias a este nuevo ecosistema, aportamos valor desde el mismo momento de contratar el seguro”.

Francisco Valenzuela

Director de la región Latinoamérica de BNP Paribas Cardif

JAPÓN

Kazuhiko Miyamori

“Protegerse mejor para proyectarse mejor en tiempos de crisis”

Director de alianzas bancarias de BNP Paribas Cardif en Japón, este licenciado en filosofía política que cuenta con 25 años de experiencia en el sector de los seguros nos habla del impacto de la crisis sanitaria y de las soluciones desarrolladas localmente en un país en el que la preocupación de la ciudadanía por el desempleo no deja de crecer.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta Japón ahora mismo?

En Japón, el empleo aún no se ha visto tan afectado por la crisis de la Covid-19 como en Europa y Estados Unidos. Con todo, hemos constatado un descenso de los ingresos de los japoneses y del nivel de ocupación de algunos sectores, lo que ha provocado desempleo. Estos datos, tratados ampliamente en los medios de comunicación, han contribuido a crear un clima de incertidumbre en el país. En este contexto, nuestro socio estratégico Sumitomo Mitsui Trust Bank (SuMi TRUST) se dio cuenta de que los japoneses cada vez buscaban más información sobre el desempleo en Internet. Se puso en contacto con nosotros para desarrollar conjuntamente una nueva cobertura por desempleo que se integrase en nuestro contrato de seguro de protección de pagos. Para comprender las necesidades de los clientes, volvimos a realizar una encuesta entre 2.000 mujeres y hombres para conocer las intenciones de compra inmobiliaria de los japoneses y cómo se habían visto afectadas por la Covid-19.

Los resultados señalaron una preocupación creciente entre los japoneses por la incapacidad a la hora de devolver los

préstamos hipotecarios en caso de desempleo e insolvencia. Así pues, teníamos que encontrar una respuesta a las nuevas necesidades de protección.

¿Cómo funciona la nueva cobertura?

La nueva cobertura por desempleo se incluye por defecto en nuestro contrato de seguro de protección de pagos. Todos los nuevos clientes de SuMi TRUST que contraten este seguro se benefician de la oferta. Así, si la persona asegurada pierde el trabajo por causas ajenas a su voluntad y está en paro durante más de un mes, nos hacemos cargo del pago de la hipoteca.

¿Cómo se ha gestado el lanzamiento de esta nueva cobertura?

Transmitimos a nuestro socio la necesidad de sacar este producto al mercado lo más rápidamente posible para satisfacer las necesidades actuales de los clientes. Nuestra capacidad de reacción nos permitió introducir la nueva cobertura en el mercado japonés en noviembre de 2020.

1994
Se gradúa en filosofía política.

2007
Se incorpora a BNP Paribas Cardif Japón.

2018
Se hace cargo de las alianzas bancarias, incluida la de SuMi TRUST.

¿Qué balance hace del proyecto?

Hemos conseguido innovar en un contexto complicado trabajando codo con codo con nuestro socio SuMi TRUST para ofrecer rápidamente un producto que se adapta a las nuevas necesidades de protección de los japoneses. BNP Paribas Cardif es la única empresa que ofrece actualmente en Japón cobertura por desempleo en su póliza de seguro de protección de pagos. Desde que se comercializó la oferta, muchos clientes japoneses la han contratado porque responde a sus inquietudes actuales.

Para terminar, ¿qué es lo que más le gusta de su trabajo?

Me enorgullece poder apoyar los proyectos de vida de los clientes en esta difícil situación. Puedo ver cómo mi trabajo influye positivamente en la vida de las personas y las ayuda a protegerse mejor para proyectarse mejor en el futuro. ●





AVANZAR JUNTOS PARA HACER LOS SEGUROS MÁS ACCESIBLES

Aseguramos a personas, por lo que tenemos un papel determinante en sus vidas. Nuestra misión, lo que inspira nuestro trabajo diario y nuestras decisiones estratégicas, es hacer más accesibles los seguros. Al hacerlos más inclusivos, sencillos y comprensibles, más fáciles de contratar y usar, ayudamos a las personas a protegerse mejor para proyectarse mejor en el futuro. Es nuestra manera de influir positivamente en la sociedad y lo que da sentido a nuestra profesión.



MÁS INCLUSIVOS

Gracias a nuestra experiencia global en actuaría y análisis, y a los avances técnicos y médicos, hacemos posible que las personas más vulnerables de la sociedad tengan acceso a los seguros.

FRANCIA

FACILITAR EL ACCESO A LA VIVIENDA A LAS PERSONAS DE LA REGIÓN DE PARÍS CON RIESGO SANITARIO AGRAVADO

En septiembre de 2020, BNP Paribas Cardif firmó un acuerdo con la región Île-de-France para facilitar el acceso a la vivienda a personas con riesgos sanitarios inferiores. El acuerdo permitirá a los primeros compradores de esta región, ya sean particulares o profesionales, adquirir una vivienda o un alquiler comercial como cualquier otro particular y eliminar las primas adicionales que suelen aplicarse al contratar un seguro de préstamo. BNP Paribas Cardif se compromete a apoyar a la Región informando a los beneficiarios y gestionando el régimen sin coste adicional para la Región ni para sus clientes.



TAIWÁN

Democratizar el acceso al asesoramiento sobre seguros de vida

En Taiwán, la integración de algoritmos en los productos de ahorro nos ha permitido democratizar el acceso al asesoramiento sobre seguros de vida. Hemos puesto en marcha un nuevo servicio basado en un *roboadvisor* que ayuda a nuestros clientes a proteger y optimizar sus inversiones en función de su perfil y sensibilidad al riesgo. El algoritmo tiene en cuenta los objetivos de los clientes y diseña una estrategia de inversión que se adecua a ellos. No solo genera recomendaciones, sino también alertas cuando la evolución de la cartera se aleja de la estrategia. Ofrecemos este servicio de forma digital a todos los clientes para que puedan utilizarlo el mayor número de personas posible y desde cualquier lugar.

MÁS FÁCIL DE CONTRATAR Y USAR

Utilizamos la tecnología para satisfacer la necesidad de inmediatez y eficacia de nuestros asegurados y mejorar los procesos de suscripción y gestión de seguros.



PAÍSES BAJOS

ACCELERATE: LA PLATAFORMA DIGITAL QUE SIMPLIFICA LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE AL ADQUIRIR UN INMUEBLE

En los Países Bajos, al firmar el precontrato de compraventa de un inmueble, el comprador puede depositar las arras ante notario o solicitar un aval para el pago a cuenta. Con la plataforma *Accelerate*, el aval de constitución de garantía de BNP Paribas Cardif se ofrece automáticamente a los clientes en el momento más oportuno del proceso de suscripción del seguro de protección de pagos. Gracias al proceso de suscripción simplificado a través de un portal seguro para los clientes, la validación final es mucho más rápida, lo que simplifica los trámites tanto para el cliente como para los gestores de cuenta y hace innecesaria la presencialidad. Esta solución digital ahorra tiempo a los corredores y es más fiable porque el proceso digitalizado evita posibles errores y hace que las transacciones sean más seguras.

FRANCIA

LOS SERVICIOS Y PROCESOS DIGITALES DE CARDIF IARD SE INTEGRAN DIRECTAMENTE EN LAS APLICACIONES DE HELLO BANK! Y MES COMPTES BNP PARIBAS

Cardif IARD continúa con la digitalización de sus servicios y procesos para hacer más fácil la vida a los asegurados, en especial a la hora de proteger sus bienes en caso de siniestro. Gracias a las nuevas funcionalidades, los clientes pueden ahora consultar sus contratos, descargar justificantes y declarar siniestros directamente desde las aplicaciones de banca Mes Comptes BNP Paribas y Hello Bank!, en cualquier momento y lugar. Con esta interfaz, los clientes también pueden crear presupuestos y contratar en línea con solo unos clics. La iniciativa mejora la experiencia de los clientes y consigue que sea más fácil y fluida.

APOYAMOS A LAS EMPRESAS EMERGENTES QUE FAVORECEN LA INCLUSIÓN FINANCIERA

BNP Paribas Cardif ayuda a los emprendedores a poner en marcha y desplegar las soluciones de inclusión financiera del mañana a través de su fondo de inversión C. Entrepreneurs, gestionado por Cathay Innovation. Apoyamos a las empresas emergentes desde que inician su actividad con la ambición de ayudarlas a crear las condiciones necesarias para crecer.

BNP Paribas Cardif apoya a la empresa emergente *Lana*, presente en México y Chile, en sus esfuerzos por promover la inclusión financiera. La empresa ofrece a los trabajadores de la economía colaborativa la posibilidad de tener un "monedero" financiero donde recibir el salario en tiempo real, hacer pagos cotidianos sin comisiones y acceder al crédito.



Igloo, una empresa emergente con sede en Singapur, también recibe el apoyo de C. Entrepreneurs. La empresa ofrece una plataforma tecnológica especializada en la gestión y distribución de productos de protección y microseguros a las plataformas digitales del sudeste asiático. En Filipinas, por ejemplo, *Igloo* ofrece productos de protección dirigidos a mujeres emprendedoras.

Otra empresa en la que C. Entrepreneurs invierte es en la brasileña *Altbank*, que proporciona medios de pago digitales a una parte de la población brasileña no bancarizada o sin apenas acceso a los bancos.



BNP Paribas Cardif apoya en Brasil la aplicación de comercio electrónico *Facil.ly*, que permite a grandes grupos de personas que se comunican a través WhatsApp adquirir conjuntamente productos con descuento al reducirse los gastos logísticos.



REPÚBLICA CHECA

CARDIF ONLINE, LA APLICACIÓN QUE AYUDA A DECLARAR LOS SINIESTROS

Cardif Online es la primera aplicación desarrollada en la República Checa que permite digitalizar la declaración de siniestros en los seguros de protección de pagos. Su objetivo es mantener informados a los clientes durante todo el proceso de reclamación: desde el registro de la solicitud hasta el pago de la indemnización, sin importar qué equipo utilicen (ordenador, teléfono móvil, etc.) y sin salir de casa. Esta aplicación es la solución ideal para facilitar los trámites de los clientes en momentos difíciles.

BRASIL, COLOMBIA

CON EL NUEVO CHATBOT, GESTIONAR SINIESTROS NUNCA HABÍA SIDO TAN FÁCIL

Hemos reinventado totalmente la experiencia de nuestros clientes con el desarrollo de un chatbot en Brasil que funciona a través de una aplicación móvil de mensajería instantánea y que se suma a los modos de comunicación tradicionales. El chatbot agiliza la tramitación de expedientes y la solicitud de información sobre los contratos. También mejora la gestión de los siniestros y la calidad del servicio al permitir que los equipos de atención al cliente centren toda su atención en los clientes que presentan casos más complejos. Este sistema de atención digital trata de ofrecer a los clientes una experiencia más fluida y permite integrar mejor el contacto humano y ofrecer un asesoramiento personalizado a los clientes siempre que lo deseen.

En Brasil, más de 18.700 clientes utilizaron este servicio en 2020 para gestionar su contrato de seguro de protección de pagos, y el número total de solicitudes registradas desde que se puso en marcha el chatbot en 2018 supera las 31.000. En Colombia se han añadido nuevas funcionalidades a la herramienta, que ahora se utiliza también para tramitar siniestros de otros tipos de contratos. A día de hoy ya permite atender el 83% de las solicitudes. Su implantación ha mejorado el nivel de satisfacción y la experiencia de los clientes, además de agilizar los procesos.

83% el porcentaje de siniestros que ya atiende el chatbot en Colombia

FRANCIA

Digitalización del proceso: 80 % de aprobaciones inmediatas

Hemos simplificado y digitalizado el proceso de suscripción de seguros de protección de pagos a los clientes de la red de sucursales de BNP Paribas en Francia. Los usuarios pueden completar el cuestionario médico personalizado en menos de 10 minutos. Gracias a esta solución innovadora, el 80% de los clientes obtiene la aprobación inmediata y en línea del seguro. Cuando se requieren trámites adicionales se envía inmediatamente a los clientes la lista completa de justificantes médicos que deben aportar y que pueden fotografiar y enviar electrónicamente desde su área personal segura.

El proceso de suscripción de Cardif Libertés Emprunteur (CLE), el contrato que distribuyen los corredores y las consultorías de gestión de patrimonio, también se ha simplificado gracias a la implantación de la firma electrónica. En 2020, nueve de cada diez expedientes de seguros de protección de pagos se firmaron electrónicamente. BNP Paribas Cardif ha recibido el trofeo de plata en los premios Trophées de l'Assurance 2020, en la categoría de servicios innovadores, por el Passeport Cardif Libertés Emprunteur. Este novedoso sistema permite a los clientes adelantarse a los trámites de los seguros de préstamo. Así, antes incluso de obtener un préstamo, los clientes pueden disponer de una oferta de seguro válida durante 12 meses, lo que les permite hacer realidad sus proyectos inmobiliarios con confianza.



MÁS FÁCIL DE ENTENDER

Para que el seguro sea más accesible, hay que conseguir ante todo que nuestros clientes entiendan claramente los contratos que suscriben. Hacerse comprender bien es el requisito previo de una experiencia de cliente positiva. Por ello, nos esforzamos para ofrecer a nuestros clientes y socios comerciales unos productos siempre más legibles, sencillos y fáciles de entender.

LUXEMBURGO

UNA OFERTA DE SERVICIOS MÁS LEGIBLE PARA NUESTROS SOCIOS COMERCIALES Y SUS CLIENTES

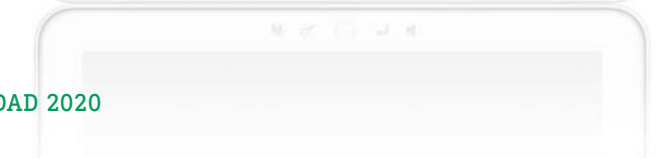
Desde noviembre, nos hemos replanteado el modelo de comunicación sobre nuestras soluciones de seguro en Luxemburgo, desarrollando entre otros una microweb dedicada al corretaje: <https://assurance.cardif.lu/>. Accesible desde móvil y tableta, pretende presentar de forma clara y sintética nuestra nueva gama de soluciones, que ofrece una cobertura única e innovadora de todas las necesidades del cliente en materia de protección, planes de pensiones e inversión. Esta microweb permite sustituir toda la información comercial en papel por folletos digitales accesibles para el mayor número de personas. Para agilizar el acceso a la microweb, se ha facilitado un código QR a los corredores de seguros. Así, con cualquier equipo y desde cualquier lugar, estos pueden compartir todos estos soportes con sus clientes sin complicaciones durante sus entrevistas "presenciales" o "virtuales".

JAPÓN

Permitir que nuestros socios comerciales puedan comunicar mejor sobre el seguro de protección de pagos

Loan Smart Navi es una plataforma digital que permite ofrecer una presentación didáctica del concepto de seguro de protección de pagos y de nuestro producto a los clientes potenciales de nuestros socios bancarios. Gracias a esta plataforma implantada en Japón por BNP Paribas Cardif, el futuro cliente comprende antes las ventajas y el funcionamiento de estos productos de seguro, especialmente a través de vídeos informativos. También representa una ayuda para los empleados de los bancos colaboradores a la hora de acompañar al cliente para mejorar su experiencia de usuario.

"Se trata de popularizar el seguro de protección de pagos y aportar una solución que beneficie tanto a nuestros socios comerciales como a sus clientes", explica con orgullo Susumu Kakumoto, Responsable del Desarrollo de la Distribución para BNP Paribas Cardif en Japón.

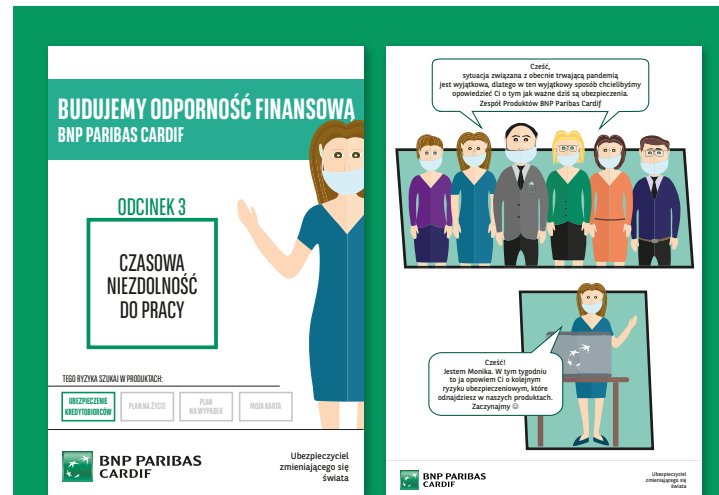




COREA
Responder a las preguntas de nuestros socios comerciales las 24 h

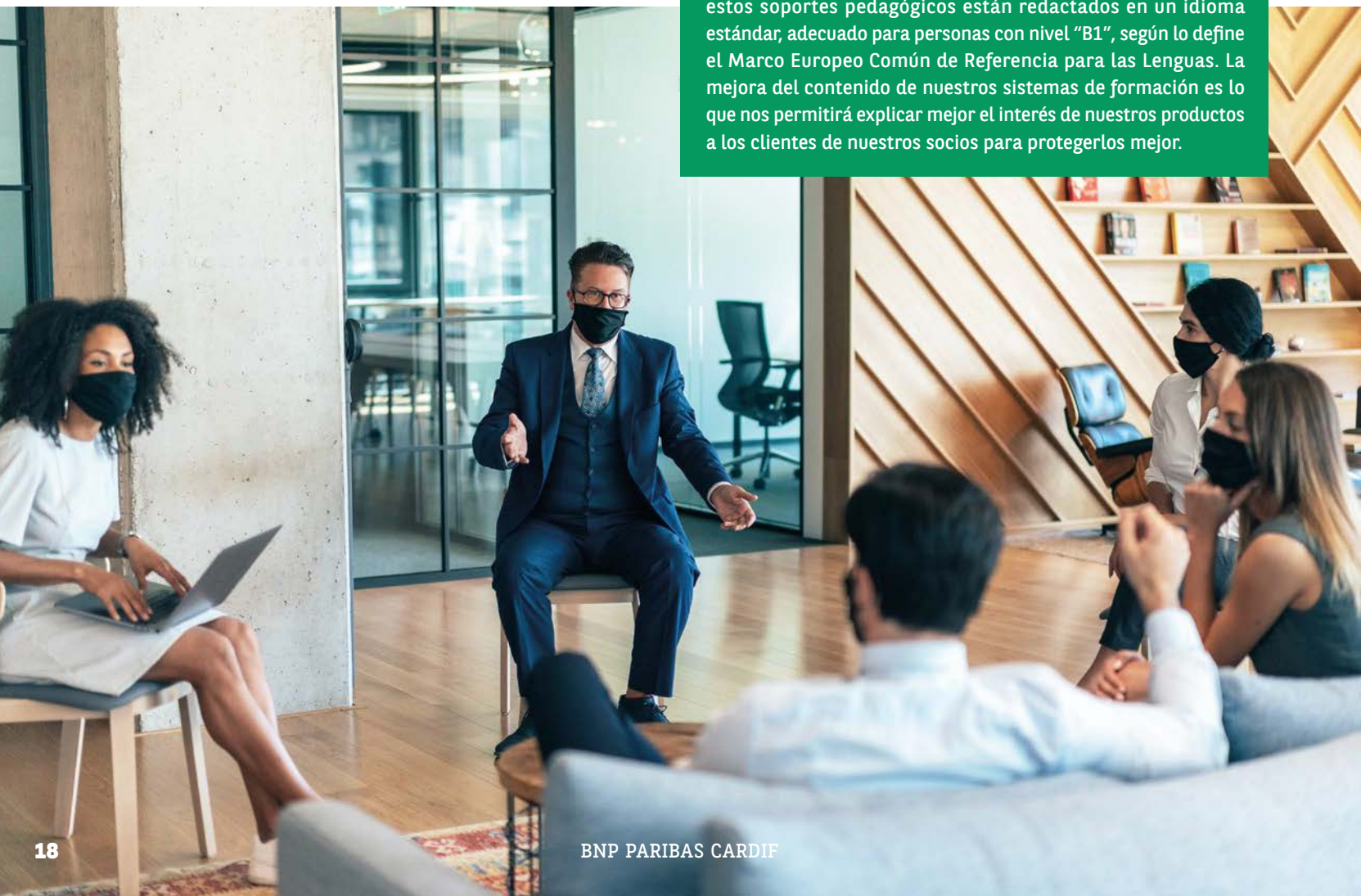
En abril de 2020, se puso en marcha el chatbot **DDobaghi** —en coreano significa “siempre” y “completamente”— para apoyar el rápido crecimiento de nuestra red de agentes generales. Ahora, este robot representa una auténtica revolución.

Está pensado para aportar respuestas rápidas 24/7 a nuestros socios comerciales a través de las aplicaciones KakaoTalk y NaverTalkTalk. El chatbot se llama **DDobaghi** y adopta la figura de un empleado virtual y siempre entusiasta a la hora de acompañar a nuestros socios.



POLONIA
INNOVAR PARA CAPACITAR MEJOR A NUESTROS SOCIOS EN EL CAMPO DEL SEGURO

El seguro se percibe a veces como un tema difícil de abordar debido a la complejidad de los términos empleados a lo largo del recorrido del cliente. Este año, hemos mejorado la capacitación en seguros de nuestros socios comerciales para hacerla más accesible. Han podido disfrutar de esta nueva fórmula 3.000 gestores de cuentas de BNP Paribas. Se ha insistido en el aspecto pedagógico, creando soportes que adoptan los códigos del cómic. En los cinco episodios que se ofrecen, los gestores de cuentas deben ponerse en el lugar de clientes enfrentados a diferentes riesgos del día a día en periodo de crisis sanitaria. Además, todos estos soportes pedagógicos están redactados en un idioma estándar, adecuado para personas con nivel “B1”, según lo define el Marco Europeo Común de Referencia para las Lenguas. La mejora del contenido de nuestros sistemas de formación es lo que nos permitirá explicar mejor el interés de nuestros productos a los clientes de nuestros socios para protegerlos mejor.



TAIWÁN
Hao Lee

“Primero, procurar entender las necesidades de los clientes para que, después, ellos nos entiendan mejor”

Es el lema de este responsable de proyecto para BNP Paribas Cardif en Taiwán, que acaba de culminar la fase de prueba de un proyecto innovador: **“Mind the Gap”** o la ludificación al servicio de una mejor comprensión del seguro. Encuentro.



¿Por qué se recurrió a la ludificación?

El interés es doble. Primero, procurar entender con la máxima precisión las necesidades de nuestros clientes a fin de ofrecerles las soluciones más adecuadas. Y, luego, mantener una comunicación efectiva con el mayor número de personas. Porque sabemos que el seguro se percibe a veces como un tema difícil de abordar debido a la complejidad de los términos empleados a lo largo del recorrido del cliente. Por ello, nuestros equipos siempre han permanecido movilizados. Fueron necesarias muchas horas de *brainstorming* antes de introducir la ludificación a modo de prueba para mejorar la experiencia del cliente, una idea todavía nueva en el sector del seguro. Partimos del principio de que, al ofrecer una experiencia divertida y amena, la aseguradora facilita la creación de vínculos con el público objetivo, movilizándolo y fidelizándolo al mismo tiempo. Este proyecto fue también fruto de nuestro ADN innovador. Trabajamos en particular con el Cardif Lab’ para desarrollar y probar esta solución.

2000
 Trabaja en Francia para una plataforma digital cartográfica.

2017
 Se traslada a Taiwán y trabaja en el despliegue del proyecto Cardif Forward.

2018
 Se incorpora a BNP Paribas Cardif en Taiwán y acomete el proyecto Mind the Gap.

¿Puede hablarnos del proyecto “Mind the Gap”?

Dar más accesibilidad y más legibilidad al seguro fue el objetivo al que apuntamos al iniciar este proyecto. Así nació Mind the Gap, una plataforma digital que permite comprender las necesidades de los clientes potenciales y ofrecerles las soluciones de seguro que necesitan, ya sea en el segmento ahorro o protección personal. Se distingue por el uso de la ludificación, es decir que recurre a los mecanismos del juego para proponer soluciones de seguro a la medida de nuestro público objetivo. Concretamente, los clientes potenciales viven una experiencia de juego que los ayuda a definir su perfil y sus necesidades de protección. De este modo, pueden descubrir jugando la solución de seguro que les interesa contratar para lograr el nivel de protección que realmente necesitan.

¿A quién va dirigido este servicio?

“Mind the Gap” está pensado para hombres y mujeres de entre 25 y 40 años, familiarizados con lo digital, que buscan una aseguradora que haga crecer su capital y los acompañe en su proyecto vital.

¿Qué perspectivas ofrece?

La plataforma, que funciona a modo de prueba desde diciembre de 2019, se desplegará a mayor escala en Taiwán durante el primer trimestre de 2021. Pero todavía quedan muchos desafíos que afrontar. Si prospera la fase de producción, podremos pasar a la comercialización a través de nuestros socios digitales. ●



AVANZAR JUNTOS PARA CONSTRUIR UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE

En un mundo en plena transformación tecnológica, normativa, social y medioambiental, nos adaptamos constantemente para ser más ágiles, más abiertos y más preparados para una capacitación continua. Incidir de forma positiva en la sociedad y el planeta es el leitmotiv de nuestra actividad. Para conseguirlo, preparamos a nuestros empleados a los oficios del futuro con la mirada puesta en un modelo único basado en la innovación y la colaboración. Con nuestros 500 socios comerciales, creamos soluciones innovadoras que se ajustan a las necesidades de nuestros asegurados, para que sean actores de un mundo sostenible. En una palabra, jugamos un papel activo en el desarrollo de las finanzas verdes, adquiriendo nuevos compromisos en nuestro quehacer de inversor institucional.

En el curso de los últimos meses, el mundo profesional ha vivido una auténtica transformación. Se ha impuesto el distanciamiento social, con el desafío de seguir creando vínculos duraderos entre los equipos. Teletrabajo, evolución de los métodos de dirección y de trabajo... ha sido necesario adaptarse a un nuevo entorno. Es un desafío estimulante que nos brinda más agilidad y deja entrever nuevas perspectivas y la emergencia de nuevas actividades.



ADOPTAR NUEVAS COMPETENCIAS Y NUEVAS FORMAS DE TRABAJO

Capacitar a nuestros empleados sobre los nuevos modelos de actividad

“Nuestra capacidad de transformación se basa en nuestros empleados y sus habilidades, que debemos orientar para asimilar los avances tecnológicos y no quedarnos fuera de la nueva normalidad”, explica Christophe Loup, Head of Learning & Development en BNP Paribas Cardif, quien dirige entre otros el programa **Skill up**. Este programa, instaurado en 2018, se realiza en parte con la colaboración de General Assembly, líder mundial especializado en la evolución de las carreras profesionales. Permite que los colaboradores desarrollen sus actuales habilidades (*upskill*) o adquieran otras nuevas para prepararse para las actividades del mañana en sectores como el digital, la inteligencia de datos y el diseño UX. Este programa se ha visto reforzado tras la crisis sanitaria, adaptándose al auge del teletrabajo. Todos los contenidos son ahora accesibles a distancia, ya sea en forma de clases

virtuales o de aprendizaje online. **Skill up** también se ha internacionalizado con la puesta en marcha de sesiones de formación multipaíses en Europa. Este año, cerca de 1.000 empleados han podido beneficiarse de estas formaciones, lo que supone cerca de un 50% de aumento de la audiencia en un año.

La siguiente etapa será la capacitación de los empleados en habilidades de tipo más comportamental (trabajo en equipo, desarrollo conjunto, etc.), que cobrarán cada vez más relevancia teniendo en cuenta las nuevas modalidades de trabajo que conllevan los cambios tecnológicos y la crisis sanitaria. De este modo, los empleados tendrán todas las bazas para acceder a los oficios del futuro y poder contribuir activamente a la transformación de la empresa.



“Nuestra capacidad de transformación se basa en nuestros empleados y sus habilidades, que debemos orientar para asimilar los avances tecnológicos y no quedarnos fuera de la nueva normalidad”.

Christophe Loup, Head of Learning & Development en BNP Paribas Cardif



STATION FRANCE, EL NUEVO ESPACIO PARA TRABAJAR DE FORMA DISTINTA

Poder trabajar en diferentes lugares para cambiar su forma de pensar. Coincidir en un lugar dedicado a la innovación y el trabajo colaborativo. Esta es la razón de ser de Station France. Un lugar único inaugurado este año por BNP Paribas Cardif, para que los trabajadores de la empresa con proyectos activos o que desean reflexionar “*out of the box*” puedan cambiar ideas en un espacio de trabajo cordial. En Station France se concentran varios espacios, ya sean salas de creatividad o plataformas ágiles, dotados de instalaciones que facilitan el proceso de innovación y los intercambios, tanto *in situ* como a distancia. Station France también propone un espacio que permite vivir la experiencia del cliente de forma inmersiva.

Un entorno perfecto para probar nuevas formas de trabajo, sin dejar de contribuir a la estrategia de la empresa.



CARDIF LAB', EL ACELERADOR DE LA TRANSFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Seis años después de la inauguración de **Cardif Lab'**, este laboratorio dedicado a experimentar innovaciones y prototipos de nuevos servicios ya no es únicamente un espacio físico. Es mucho más que eso. "Es un auténtico ecosistema después del gran paso dado para acelerar la transformación y el desarrollo de BNP Paribas Cardif. Tiene como objetivo desarrollar las soluciones y los servicios que marcarán el ritmo de nuestra vida diaria en 2025, gracias al trabajo que emprendemos junto con varias *startups*, nuestros empleados y nuestros socios comerciales", explica Nathalie Doré, Chief Digital & Acceleration Officer. Durante el confinamiento se creó una visita virtual al **Cardif Lab'**, para descubrir este espacio desde casa. El visitante viaja a 2025 para pasar un día. Es una "ocasión para abordar diferentes tendencias como el 'co-living', la

ecorresponsabilidad, la nueva movilidad, la ciudad inteligente, etc., y para mostrar el protagonismo de BNP Paribas Cardif en este futuro que construye gracias a su iniciativa innovadora", precisa Nathalie Doré. Actualmente, el **Cardif Lab'** está pensado como un ecosistema de innovación, basado en una red de 'Innovation factories' en los diferentes continentes y en el Hub de innovación de BNP Paribas: el Bivwak. Se trata de detectar nuevas tendencias y probar nuevos conceptos innovadores con nuestros socios comerciales en distintos países. Estos conceptos se someten a prueba en condiciones reales y, una vez demostrado su potencial comercial, se agiliza su introducción en el mercado. Si el resultado es positivo, se inicia la fase de producción, cosa que ocurre con cerca de una tercera parte de los proyectos.



A raíz de este éxito, en 2020 BNP Paribas Cardif dio un nuevo impulso a su ecosistema de innovación con el lanzamiento de BNP Paribas C.Lab Americas, una actividad de *sourcing* estratégico y consultoría basada en el Silicon Valley de Estados Unidos.



"El objetivo de Cardif Lab' consiste en desarrollar las soluciones y los servicios que marcarán el ritmo de nuestra vida diaria en 2025, gracias al trabajo que emprendemos junto con varias *startups*, nuestros empleados y nuestros socios comerciales".

Nathalie Doré, Chief Digital & Acceleration Officer en BNP Paribas Cardif

Desde 2014,

120
innovaciones, prototipos
o *startups* descubiertos

150
talleres prácticos
con los empleados

15.000
visitantes

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL AL SERVICIO DE LA MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

En 2020, creció el aprovechamiento de los macrodatos, especialmente gracias a la inteligencia artificial, a fin de dar una mejor respuesta a los requisitos de calidad, agilidad y eficiencia de nuestros socios comerciales y sus clientes. Esta es nuestra forma de utilizar la tecnología para obtener resultados positivos.

Escuchar lo que dice el cliente

"Speech-to-text". Los equipos Analytics de BNP Paribas Cardif han internalizado una tecnología de inteligencia artificial que consiste en transformar la voz en texto. Un gran paso que permite comprender automáticamente las demandas de los clientes para orientarles y responderles con mayor precisión.

En julio de 2020, nació la iniciativa colaboradora **Insurance Voice**, una primicia en el sector. La idea era recopilar en pocas semanas el mayor número de muestras vocales relacionadas con los seguros y generadas por nuestros empleados. De ellos, 110 ya han participado en este trabajo para ampliar nuestras soluciones de reconocimiento vocal, que hasta ahora incluyen 23 horas de audio y 30.000 textos.

El dominio de esta tecnología a nivel interno también nos permite obtener mejores resultados que si utilizamos datos genéricos. La ayuda de los empleados es valiosa porque nos permite entrenar nuestra inteligencia artificial que, para ser eficiente, requiere datos próximos a la realidad, especialmente en lo que se refiere al vocabulario y los acrónimos propios del sector asegurador. Al participar en este proyecto, los empleados también se implican directamente en la transformación digital de la empresa.





"BETTER DRIVING COMMUNITY", LA COMUNIDAD QUE MEJORA LA SEGURIDAD EN CARRETERA

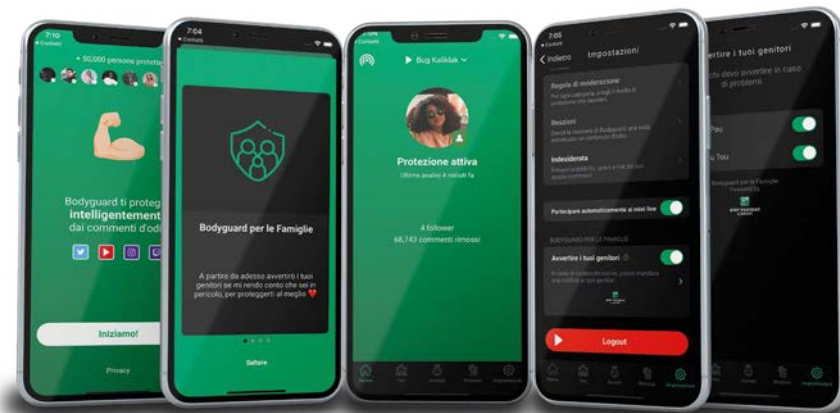
Nueva iniciativa, nuevo desafío: desarrollar una movilidad más segura gracias a la inteligencia artificial. Tras la constatación de que los accidentes de carretera son la primera causa de mortalidad laboral en Francia, BNP Paribas Cardif, Michelin, Colas y CGI se unen en torno a la **Better Driving Community**. Este programa recopila datos de conducción automovilística que obtiene a través de una aplicación en la que se evalúan las tres principales dimensiones de la seguridad: la velocidad, la anticipación y la adaptabilidad. Una

serie de consejos personalizados completan el sistema para una prevención en el día a día. De este modo el conductor puede tener presentes sus comportamientos de riesgo y ponerles remedio, mejorando así su propia seguridad y la de los demás. La puesta en común de la experiencia de los socios comerciales y sus *data scientists* permite comprender mejor los comportamientos de los conductores e imaginar nuevos servicios gracias a estos datos. Un ecosistema al servicio de una movilidad más inteligente y más segura.

Prevenir y combatir el ciberacoso

BNP Paribas Cardif y la *startup* francesa **Bodyguard** han introducido en Italia **Bodyguard for Families**, el primer servicio de protección que permite luchar contra el ciberacoso a jóvenes en las redes sociales. Se trata de una innovación basada en la aplicación **Bodyguard**, que permite bloquear contenidos de odio en las redes sociales y que cuenta ya con cerca de 50.000 usuarios, entre particulares y empresas. Además, se ha incorporado una versión especial para familias que permite que los padres puedan recibir alertas en el momento en que su hijo envía o recibe un comentario de odio. Antes de su lanzamiento al mercado, esta innovación se sometió a prueba entre los empleados.

El servicio **Bodyguard**, fruto de un largo compromiso en favor de los jóvenes, es una forma de ofrecerles protección a través de una lucha cada vez más eficaz contra los crecientes contenidos de odio en Internet.



Michaël de Toldi

El nativo de datos

Gracias a la introducción de la inteligencia artificial en toda la empresa, **Michaël de Toldi**, Chief Analytics Officer, hace soplar nuevos vientos en BNP Paribas Cardif.

Con ello, se propone transformar los datos en valor para el cliente.

"Toma de conciencia", un término que aparece una y otra vez cuando Michaël de Toldi evoca el papel clave que desempeña la inteligencia artificial en la transformación del sector asegurador. La potencia de cálculo disponible y el gran número de bibliotecas *open source* permiten ahora a las aseguradoras transformar los datos en servicios innovadores para sus clientes.

Casi cinco años después de haber tomado las riendas de un departamento Analytics que antes no existía, Michaël de Toldi está decidido a acelerar el uso de la inteligencia artificial en todas las áreas de la empresa para aportar valor a los clientes y socios comerciales de BNP Paribas Cardif.

El objetivo al que apunta De Toldi, que entró en BNP Paribas Cardif en 1998, procedente de Compagnie Bancaire, consiste en "mejorar el procesamiento de los miles de millones de interacciones con clientes que la aseguradora gestiona anualmente". "En BNP Paribas Cardif, no somos nativos digitales, sino nativos de datos, dado que nuestra actividad aseguradora se basa en los datos", suele subrayar. La inteligencia artificial, a menudo fantaseada, pretende ante todo "automatizar los procesos y dejar más tiempo a las personas para servir mejor a nuestros clientes. El tratamiento



de datos ha de enfocarse como un círculo virtuoso: en una palabra, cuanto más se afina el dato, mejor resulta el recorrido del cliente y el servicio prestado. La IA es una palanca extraordinaria para dar mayor accesibilidad al seguro, es decir, para que sea más fácil de suscribir y utilizar en el día a día. Por ejemplo, gracias a los algoritmos podemos dar una respuesta inmediata a nuestros clientes para la gestión de sus siniestros. Pero los datos deben usarse adecuadamente. Es necesario enmarcar el desarrollo de los algoritmos instaurando un sistema de gestión a la vez técnico y ético. Se trata de garantizar un alto nivel de seguridad en lo que se refiere a protección de datos y seguimiento de algoritmos. Y también hay que tener siempre presente la preservación de la solidaridad entre asegurados, que se traduce en la mutualización de los riesgos, auténtico pilar del seguro", explica.

Desde 2014, la inteligencia artificial ha registrado un desarrollo exponencial dentro de la empresa, y los equipos se han visto considerablemente reforzados: cerca de un centenar de personas de todo el mundo trabajan para acelerar el paso a escala real de estas soluciones a fin de mejorar la satisfacción de los clientes. En el despliegue de la estrategia IA de la aseguradora, resultó indispensable una etapa clave: la creación del Data Lab' para llevar a buen puerto los trabajos en torno a los datos. Gracias a este centro de experiencia, que dispone de un entorno seguro dedicado a la construcción y explotación de algoritmos, se ha podido introducir la IA a escala real dentro de la empresa.

Los algoritmos que BNP Paribas Cardif desarrolla en este centro han permitido crear herramientas capaces de automatizar el control de determinadas cláusulas de contratos de seguro, el tratamiento de los comprobantes y la resolución de siniestros.

1998
Se incorpora al departamento de actuaría de BNP Paribas Cardif.

2009
Dirige el departamento de modelo interno de BNP Paribas Cardif.

2014
Asume la dirección del departamento "Analytics" de BNP Paribas Cardif.

La automatización está en el centro de la estrategia de despliegue de la IA. La clasificación automática de los *e-mails* de clientes, que se realiza a modo de prueba en Francia, y el tratamiento automático de justificantes, introducido en España para acelerar la gestión de siniestros, no deberían tardar en implantarse en otros países. Se trata de un gran paso adelante, si se tiene en cuenta que BNP Paribas Cardif recibe anualmente cerca de 100 millones de justificantes. Y, sin embargo, la automatización solo tiene sentido si aporta valor añadido y si existe la posibilidad de dirigirse en cualquier momento a una persona capaz de retomar el asunto. "Creemos en un modelo híbrido en el que el ser humano conserve su rol. En momentos de desesperación o situaciones dramáticas, la intervención de asesores y el contacto humano resultan indispensables para aportar la empatía que necesita el cliente; es un modo de trabajar esencial", subraya.

Michaël de Toldi sabe asumir su éxito con humildad, prefiriendo mirar hacia adelante: "La introducción de la IA a escala real en los 33 países en los que operamos exige una transformación constante, que a su vez requiere inversiones en herramientas y una aculturación progresiva de todos los colaboradores de la empresa", afirma sonriendo, dispuesto a ponerse ya a trabajar en nuevas soluciones. ●

PROTEGER NUESTRO PLANETA: EL FUTURO SE CONSTRUYE AHORA

Con el compromiso de la transición energética y ecológica, es nuestro deseo participar en un futuro más responsable y preservar nuestro ecosistema. Para afrontar estos retos, se han llevado a cabo numerosas iniciativas e importantes inversiones en favor de la protección del planeta. Panorama de las acciones de hoy que cambiarán el mañana.

APORTAR UNA INFORMACIÓN ÚTIL PARA EL DESARROLLO DEL MERCADO DE OCASIÓN: LAS APLICACIONES EASICARE Y SMARTY+

Ambas aplicaciones no prestan el mismo tipo de servicio, pero apuntan a un mismo objetivo: hacer más transparente el mercado de ocasión proporcionando información útil a nuestros distribuidores y clientes.

Easicare es una aplicación destinada a los concesionarios de automóviles, lanzada por Icare, especialista en garantías contra averías mecánicas y contratos de mantenimiento. Se basa en los datos anonimizados de la aseguradora.

Easicare facilita información a los revendedores de vehículos de ocasión para prepararlos mejor, anticipar los gastos de rehabilitación y ajustar el precio de reventa del vehículo. **Easicare** está disponible a modo de prueba en la extranet de socios distribuidores de Francia. Su introducción en Europa está prevista para el presente año.

En septiembre de 2020 se lanzó en España la aplicación móvil **Smarty+** que permite hacer a distancia el diagnóstico completo de un *smartphone* (pantalla táctil, sensores, wifi, minijack, etc.) antes de suscribir la póliza de robo y rotura. Si el teléfono no está dañado, el cliente puede asegurarlo contra daños accidentales. En caso de reventa, el cliente puede acreditar el buen funcionamiento de su teléfono, mediante un certificado de diagnóstico generado por la aplicación.

Teniendo en cuenta que en todo el mundo solo se recicla el 1% de los teléfonos móviles, **Smarty+** pretende aumentar este porcentaje para reducir el impacto que genera su producción.



Carbón: un calendario de salida definitiva

En la línea de aceleración del calendario de salida anunciado por el grupo BNP Paribas, BNP Paribas Cardif culminará su salida definitiva de cualquier empresa de extracción/explotación o producción de electricidad vinculada con el carbón térmico, como más tarde en 2030 en la zona OCDE y en 2040 en el resto del mundo. Cabe recordar que, desde 2018, BNP Paribas Cardif ha dejado de financiar cualquier empresa de producción de electricidad basada en más de un 30% de carbón, así como cualquier empresa minera que realice más del 10% de su cifra de negocio con carbón térmico.



“Queríamos ampliar la oferta de seguros de daños accidentales y robo a los móviles de ocasión para prolongar su ciclo de vida y ayudar a los clientes a reducir su huella de carbono”.

Hayat Ouraghi,
Senior Relationship Manager Telecom
Industry, BNP Paribas Cardif

FINANZAS SOSTENIBLES: 11.500 MILLONES DE EUROS EN INVERSIONES DE IMPACTO POSITIVO DE AQUÍ A 2024

Como inversores a largo plazo, la inversión socialmente responsable está en el centro de nuestra actividad. Se van a invertir 5.000 millones de euros adicionales en actividades de impacto positivo en el sector medioambiental y social, con lo que nuestro compromiso alcanzará un total de 11.500 millones de euros a finales de 2024, dentro de nuestro fondo general de Francia. BNP Paribas Cardif, por su implicación en la aceleración de la transición energética y ecológica, tiene previsto incrementar sus inversiones con impacto positivo en cerca del 77% en cinco años, es decir, casi unos 1.000 millones de euros al año.

“Manteniendo su política de inversiones responsables, BNP Paribas Cardif ofrece a los clientes del Grupo la posibilidad de contribuir con sus ahorros a un futuro más ecológico y más inclusivo”, explica Renaud

Dumora, Director General de BNP Paribas Cardif. Asimismo, nos comprometemos a incrementar nuestras inversiones a través de bonos verdes, que financian proyectos con objetivos medioambientales como la reducción del cambio climático, la preservación de los recursos naturales y la biodiversidad, así como obligaciones con vocación social (incluyendo proyectos que contribuyen a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y también a través de diferentes fondos con fines medioambientales y sociales).

Esta voluntad de acelerar nuestras inversiones con impacto positivo la comparten varios países que tienen una actividad de ahorro, como por ejemplo Luxemburgo, que desde 2018 ha multiplicado por tres sus inversiones en bonos verdes.

UNA PRESENCIA MULTILOCAL MÁS CERCA DE LAS NECESIDADES DE TERRENO

COMITÉ EJECUTIVO



RENAUD DUMORA
Director General



PAULINE LECLERC-GLORIEUX
Directora General Adjunta,
Eficiencia y Operaciones



STANISLAS CHEVALET
Director General Adjunto,
Desarrollo y Transformación



OLIVIER HÉREIL
Director General Adjunto,
Gestión de Activos



VIRGINIE KORNILOFF
Directora General Adjunta,
Mercados Domésticos



JEAN-BERTRAND LAROCHE
Director General Adjunto,
Mercados Internacionales



VINCENT SUSSFELD
Director General Adjunto,
Actuaría y Finanzas



FABRICE BAGNE
Director para Francia



PAULINE DE CHATILLON
Directora de Cumplimiento



ANNE DU MANOIR
Directora de Recursos Humanos



ISABELLA FUMAGALLI
Directora para Italia



CARINE LAURU
Directora de Comunicación



SEE SEE OOI
Directora de la zona Asia



MURIELLE PURON CHAMBORD
Directora de Riesgos



FRANCISCO VALENZUELA
Director de la zona
América Latina

NUESTRAS IMPLANTACIONES



NICOLE REICH
México



JORGE HERNÁNDEZ
Colombia



MARCOS PENAILILLO
Perú



SEBASTIÁN VALLE
Chile



GUSTAVO CICINELLI
Argentina

AMÉRICA LATINA



FRANCISCO VALENZUELA
Director de la zona
América Latina

ASIA



SEE SEE OOI
Directora de la zona Asia



YONGTING YANG
BOB-Cardif Life China



ALFRED NA
BOB-Cardif Life China



CHRISTINE CHEU
BNP Paribas Cardif TCB Life
Taiwán (China)



JONATHAN OH
BNP Paribas Cardif
Life Insurance
Corea



OLIVIER CALANDREAU
BNP Paribas Cardif
General Insurance
Corea



DAVID SCHILLMOELLER
Japón



VIVIEN BERBIGIER
Director de la zona Europa
continental



EUROPA



JACQUES FAVEYROL
Países Nórdicos



CHRISTOPHE DE LONGUEVILLE
Bélgica y Países Bajos



PIERRE-OLIVIER BRASSART
Alemania



GRZEGORZ JURCZYK
Polonia



KONSTANTIN KOZLOV
Rusia



ANDREW WIGG
Reino Unido



FABRICE BAGNE
Francia



CHRISTIAN GIBOT
Luxemburgo



ZDENEK JAROS
Europa Central, República Checa
y Eslovaquia



OLEG ROMANENKO
Ucrania



ÉRIC MARCHANDISE
Cardif IARD
Francia



CYRIL PETIT
Icare



FLORIAN WALLY
Austria



MÁRK ISTVÁN KISS
Hungria



MARIO KOSTOV
Bulgaria y Rumania



TANNEGUY REROLLE
España y Portugal



ARMANDO PONZINI
Cargeas



ISABELLA FUMAGALLI
Italia



CEMAL KISMIR
Turquía



SÉBASTIEN SANCHEZ
Argelia

NUESTRO AGRADECIMIENTO

A LOS 500 DISTRIBUIDORES,
ASESORES DE GESTIÓN DE
PATRIMONIO Y CORREDORES
DE SEGUROS POR SU CONFIANZA
EN ESTE PERIODO DE CRISIS. Y
GRACIAS ASIMISMO A NUESTROS
8.000 EMPLEADOS QUE SE HAN
MOVILIZADO A LO LARGO DE ESTE
AÑO POR NUESTROS MILLONES
DE CLIENTES.

Damos las gracias a todos los empleados y colaboradores que han contribuido a la elaboración de este informe.

Edición y redacción: Dirección de Comunicación BNP Paribas Cardif
Diseño, creación, redacción y realización: **bearideas**
Créditos fotográficos: Studio BNP Paribas Cardif, LeoPatrizi / GettyImages® / iStockphoto®, Unsplash®, Yves Durand, Elisa Luong (página 3), Caroline Le Roux Moreau (página 6), Jean-François Bourdeaux (página 7), Caroline Basquin (página 9), Tadanori Mizuno (página 11), Gavin Huang (página 19), Adrien Descours (página 29)

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

Impreso en papel 100% reciclado por una imprenta certificada Imprim'Vert



La versión digital de este documento cumple con las normas de accesibilidad a contenidos de la Web, WCAG 2.1, y cuenta con la certificación ISO 14289-1. Su ergonomía permite que las personas con discapacidad motora puedan navegar por este PDF utilizando el teclado. Accesible a las personas con deficiencia visual, ha sido etiquetado para su transcripción vocal íntegra mediante lectores de pantalla a partir de cualquier soporte informático. Por último, ha sido sometido a una prueba exhaustiva y aprobado por un experto con discapacidad visual.

Versión accesible electrónicamente ipedir

bnpparibascardif.com



DOMICILIO SOCIAL
1, boulevard Haussmann
75009 París
Francia

OFICINAS
8, rue du Port
92728 Nanterre Cedex
Francia



AVANZAR JUNTOS cuando ocurre lo impensable

P.04



AVANZAR JUNTOS para hacer los seguros más accesibles

P.12



AVANZAR JUNTOS para construir un mundo más sostenible

P.20



**BNP PARIBAS
CARDIF**

Seguros para un mundo en evolución

DOMICILIO SOCIAL
1, boulevard
Hausmann
75009 París
Francia

OFICINAS
8, rue du Port
92728 Nanterre
Cedex
Francia

