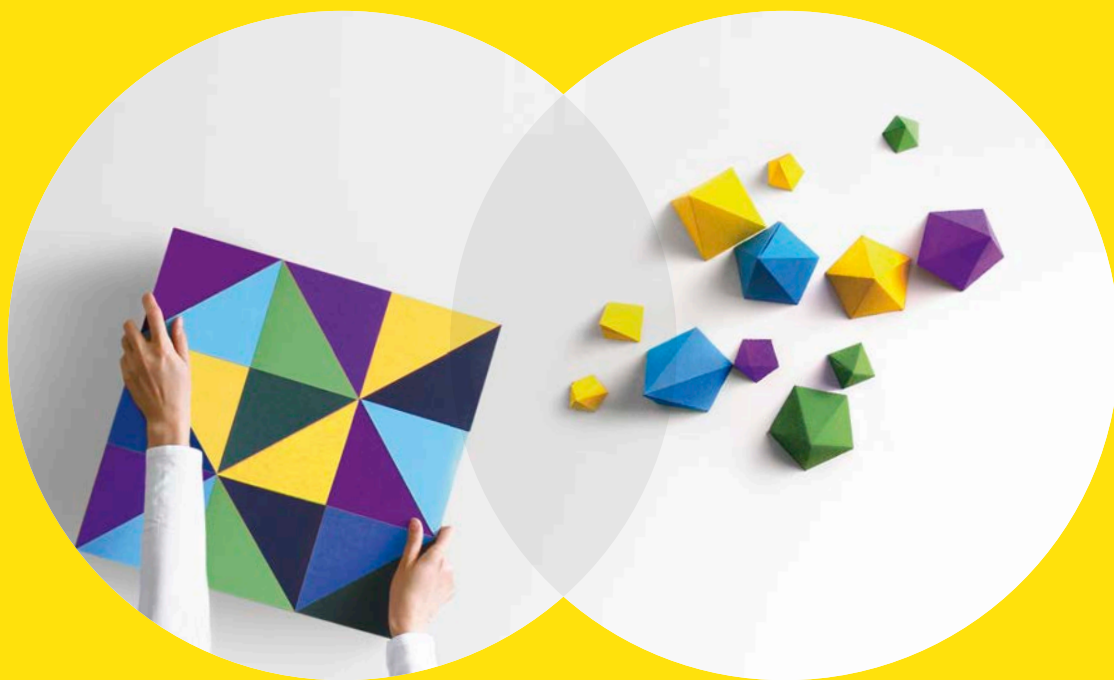


# CONSTRUYAMOS JUNTOS LOS SEGUROS DEL MAÑANA



REPORTE DE ACTIVIDAD 2015



**BNP PARIBAS**  
**CARDIF**

Seguros para  
un mundo  
en evolución

## ÍNDICE

1-4

### 2 MINUTOS PARA ENTENDER EN QUÉ SOMOS DIFERENTES

**5 principios de acción**  
que marcan nuestra diferencia  
PÁGINA 2

**Cifras**  
que dicen mucho sobre quiénes somos  
PÁGINA 3

5-18

### 20 MINUTOS PARA (RE)DESCUBRIR CÓMO EJERCEMOS NUESTRA ACTIVIDAD

**Las claves para construir  
los seguros del mañana**  
Entrevista cruzada entre Pierre  
de Villeneuve, Presidente Ejecutivo,  
y Renaud Dumora, Director General.  
PÁGINA 6

**Miradas sobre el nuevo mundo  
de los seguros**  
vistos por los miembros  
del Comité Ejecutivo  
PÁGINA 10

**2015 en palabras y cifras**  
PÁGINA 12

**Hechos que tienen sentido**  
Un año de avances  
PÁGINA 13

19-26

### 15 MINUTOS PARA SABER CÓMO PREPARAMOS EL FUTURO

**La revolución de los seguros**  
PÁGINA 20

**Un año en Cardif Lab'**  
PÁGINA 22

27-44

## RESULTADOS

BNP Paribas Cardif y la actividad aseguradora del Grupo BNP Paribas	PÁGINA 28
Gestión de los activos financieros	PÁGINA 31
Resultados del ejercicio	PÁGINA 35
La solvencia de BNP Paribas Cardif	PÁGINA 39
Estados financieros consolidados	PÁGINA 41
Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	PÁGINA 43
Nuestras implantaciones	PÁGINA 44

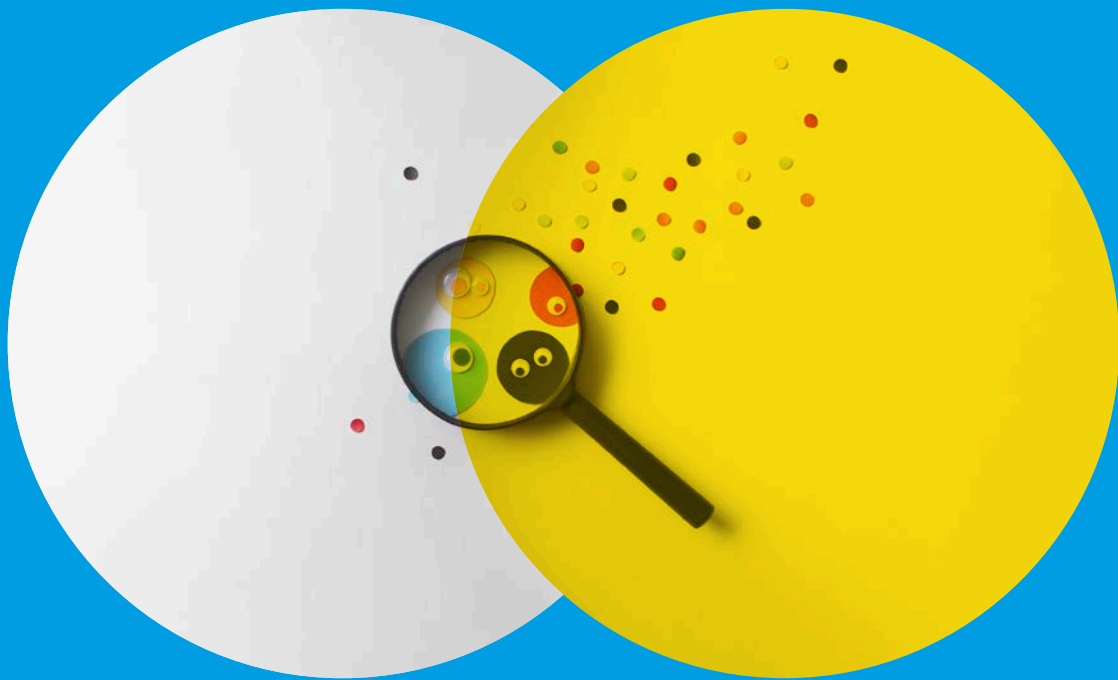
## #cardiflab

Algunas de las fotografías que se incluyen en el presente informe de actividad se han realizado en Cardif Lab'. Este singular espacio pone de relieve las innovaciones digitales que BNP Paribas Cardif ha desarrollado en el gran número de países en los que está presente, así como innovaciones de alta tecnología que sugieren posibles usos en el ámbito de los seguros del futuro. Este sesgo pone de manifiesto nuestro apego por la innovación y nuestro compromiso con la transformación digital de nuestra empresa.

## 2 MINUTOS

\*

# PARA ENTENDER EN QUÉ SOMOS DIFERENTES



---

Nuestro modelo de negocio es único. Nacimos y hemos crecido como “socios”. Lo que nos caracteriza es la relación basada en la transparencia y la colaboración que establecemos con nuestros socios, desde hace más de cuarenta años. Lo que nos mueve es nuestro espíritu empresarial, un intercambio de experiencias y un conocimiento mutuo que nos convierten en algo más que un mero proveedor. Esto también significa abrirnos más al mundo todos los días para innovar, no solo para nuestros clientes, sino con nuestros socios.

**Esta proximidad y esta apertura nos permiten construir, junto a nuestros socios, los seguros que más les convienen.**

## 5

# PRINCIPIOS DE ACCIÓN QUE MARCAN NUESTRA DIFERENCIA

EN LUGAR DE CONTARLE HASTA QUÉ PUNTO SOMOS ESTUPENDOS, PREFERIMOS SER VERDADERAMENTE ÚTILES. NUESTRAS ACCIONES Y NUESTRO COMPROMISO DÍA TRAS DÍA DEMUESTRAN LO QUE NOS DIFERENCIA.

## Nuestro primer paso es escuchar

— Antes que hablar de nosotros, ¡preferimos escuchar! No tenemos soluciones mágicas. Sabemos crear soluciones innovadoras y a medida porque estamos pendientes de lo que nos dicen nuestros socios. Cultivamos la escucha de los clientes para que nuestros productos y servicios respondan mejor a sus necesidades.

## Ideamos soluciones para responder a las evoluciones del mercado

— Preferimos mirar al futuro, antes que anclarnos en el presente. Analizamos de cerca los nuevos estilos de vida y los avances tecnológicos de nuestro mundo. Identificamos las ideas más prometedoras y las transformamos en soluciones que aportan valor.

## Compartimos nuestras experiencias y nuestros conocimientos

— Antes que guardarnos nuestro conocimiento para nosotros, preferimos difundirlo. El saber hacer de nuestros empleados constituye nuestro valor añadido y queremos que sea también una fuente de valor para nuestros socios y sus clientes. Hemos constatado que compartiendo entre todos conseguiremos que nuestro sector progrese.

## No transigimos en cuanto al respeto de los intereses de nuestros socios

— Lejos de conformarnos con realizar nuestra actividad de conformidad con las reglamentaciones, preferimos actuar respetando los intereses de nuestros grupos de interés: los de nuestros socios, los de sus clientes y los de nuestros empleados. Nos situamos en el largo plazo y ponemos en el centro de nuestra estrategia nuestra responsabilidad social y medioambiental.

## El deseo de emprender es nuestro motor

— En lugar de considerar nuestra actividad únicamente como líder en nuestras áreas de especialización, todos y cada uno de nuestros 10.000 empleados\* llevan en la sangre el espíritu emprendedor de nuestros inicios, tanto individual como colectivamente. De este modo, buscamos constantemente nuevas fórmulas para avanzar a lado de nuestros socios y nos gusta rodearnos de expertos y starts-ups. Nosotros trabajamos esta apertura y esta agilidad para acompañarles mejor en el día a día.

\* Personal de las entidades jurídicas controladas por BNP Paribas Cardif: más de 8.000 colaboradores.

# CIFRAS QUE DICEN MUCHO SOBRE QUIÉNES SOMOS

En lugar de largas explicaciones, algunas cifras bastan para mostrar la importancia de nuestra actividad, proporcionar la escala de nuestra comunidad y, en especial, transmitir nuestra experiencia y la calidad de lo que nos une.



## 10.000

empleados\* que se implican personalmente con nuestros socios.



## 90

millones de personas aseguradas en el mundo.



## 42

años de asociaciones, base de nuestra cultura de empresa.



## 36

países con sólidas posiciones en tres zonas: Europa, Asia y América Latina.



## 450

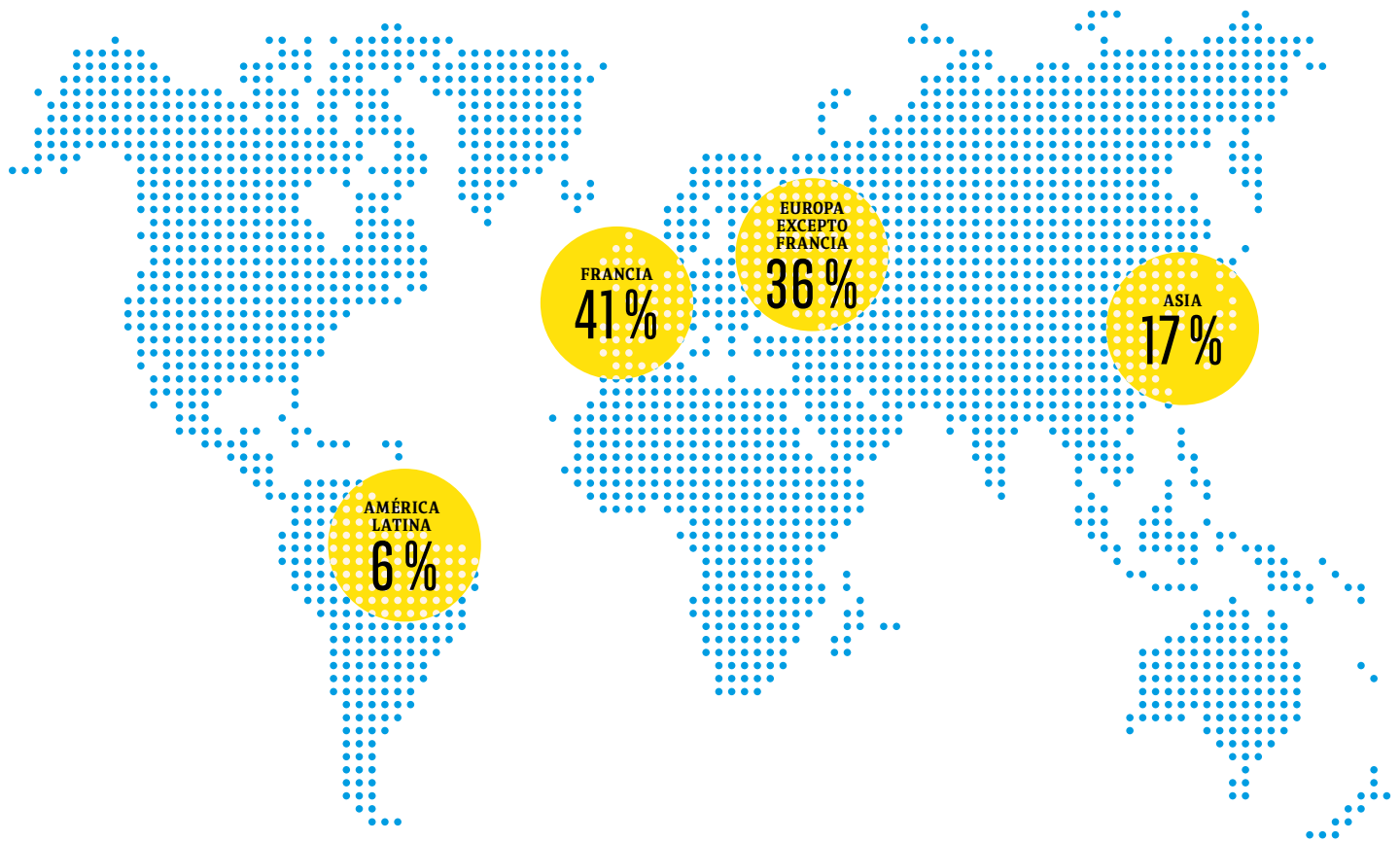
socios multisectores han depositado su confianza en nosotros para distribuir nuestros productos y servicios.



**SÍGANOS  
EN TWITTER:  
@bnpp\_cardif,  
@CardifLab**

# ALCANCE INTERNACIONAL Y PRESENCIA LOCAL

Distribución del volumen de negocios en 2015 de BNP Paribas Cardif



## AMÉRICA LATINA

**1.700 mll.€** de volumen de negocios en protección.

**6 países:** Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú.

## EUROPA

**21.500 mll.€** de volumen de negocios, de los cuales 17.100 millones de euros en ahorro y 4.400 millones de euros en protección.

**24 países:** Argelia, Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Croacia, Dinamarca, España, Francia, Hungría, Italia, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, República Checa, Rumania, Reino Unido, Rusia, Eslovaquia, Suecia, Turquía y Ucrania.

## ASIA

**4.800 mll.€** de volumen de negocios, de los cuales 4.000 millones de euros en ahorro y 800 millones de euros en protección.

**6 países:** China, Corea del Sur, India, Japón, Taiwán y Vietnam.

## 20 MINUTOS

\*

# PARA (RE)DESCUBRIR CÓMO EJERCEMOS NUESTRA ACTIVIDAD



---

Nos adelantamos a los cambios futuros, exploramos nuevas oportunidades haciendo del trabajo colaborativo nuestra marca distintiva. Porque estamos convencidos de que los conocimientos individuales puestos al servicio de la inteligencia colectiva es una garantía de éxito, diseñamos con nuestros socios soluciones de ahorro y protección de alto rendimiento que se ajustan a sus necesidades. Porque juntos somos más ágiles, estamos constantemente adaptando la oferta a un entorno cambiante.

**Este es el modo en el que acompañamos a nuestros socios y a sus clientes hacia los seguros del mañana.**

# Las claves para construir los seguros del mañana

— Entrevista cruzada entre **Pierre de Villeneuve**, Presidente Ejecutivo,  
y **Renaud Dumora**, Director General.





**Pierre de Villeneuve, es usted Presidente Ejecutivo de BNP Paribas Cardif desde enero de 2016. Y usted, Renaud Dumora, Director General. ¿Cómo viven ustedes este cambio de testigo en la dirección de la empresa?**

**Pierre de Villeneuve:** Con una satisfacción enorme. Las cualidades personales de conocimiento, de ética y el talento como gerente de Renaud Dumora son fundamentales en nuestra profesión. Por otro lado, este nombramiento se inscribe en la continuidad de nuestra gestión y garantiza la de las acciones de nuestros equipos, nuestros socios y sus clientes. Por último, refleja la confianza del Grupo BNP Paribas en su equipo directivo.

**Renaud Dumora:** Naturalmente, estoy muy contento y me siento orgulloso de asumir la dirección de BNP Paribas Cardif para continuar esta hermosa historia empresarial con equipos comprometidos diariamente para dar la mejor respuesta posible a las expectativas de nuestros socios.

**Pierre de Villeneuve, en junio de 2015, usted se convirtió en Presidente de la Asociación francesa de bancaseguradores. ¿En qué medida esta responsabilidad amplía la que ya ejerce en BNP Paribas Cardif?**

**P. de V.:** Mi misión en BNP Paribas Cardif consiste en contribuir de manera activa en el diseño de las acciones estratégicas de la empresa y mi obligación es permanecer siempre atento a las evoluciones de los distintos mercados en los que operamos, siempre participando en las reflexiones acerca del futuro de nuestras actividades. Nuestra compañía siempre ha estado muy implicada en las acciones, tanto en Francia como a nivel internacional, porque nosotros creemos en el potencial de desarrollo de nuestra actividad. Esta función supone para mí una manera de llevar a cabo una labor útil tanto para la empresa como para el mundo de los seguros, al servicio de nuestros socios.

**Renaud Dumora, a día de hoy usted dirige una empresa a la que ha dedicado casi toda su carrera. ¿Cuál es el motivo de esta dedicación?**

**R. D.:** Se trata de una compañía que conozco efectivamente muy bien, que he visto crecer y de la que valoro especialmente el espíritu de equipo. Esta no es una mera expresión para BNP Paribas Cardif; nosotros sabemos avanzar juntos aunando a grandes expertos con las personalidades competentes para construir y dar vida a nuestro proyecto de empresa. BNP Paribas Cardif hace asimismo alarde del espíritu de conquista: hemos experimentado una maravillosa historia de crecimiento, tanto

en términos geográficos y de volumen de ofertas como en términos de actividad, animada por una auténtica ambición emprendedora en el seno de un gran Grupo. Por último, son los valores humanos vividos en el día a día tanto en las relaciones con nuestros clientes y socios como a nivel interno, entre los empleados y los responsables de equipo.

**Cuando oyen a sus empleados, socios o clientes hablar de BNP Paribas Cardif, ¿qué es lo que les hace sentirse más orgullosos a ambos?**

**P. de V.:** A bote pronto, diría que el espíritu emprendedor; luego diría que, nuestra contribución en la mejora de los productos y de los servicios destinados a los asegurados. En todos y cada uno de nuestros mercados, es nuestra mayor y constante preocupación – es el núcleo de nuestra estrategia de desarrollo –, en la que trabajamos con nuestros socios.

**R. D.:** También el reconocimiento de BNP Paribas Cardif como empresa innovadora, que ha contribuido, a lo largo de su vida, al crecimiento de la industria y de la oferta de seguros. De hecho, es nuestro modelo de negocio: nacimos y hemos crecido siendo «socios» duplicando nuestros conocimientos simultáneamente en distintos sectores de actividad y en distintos territorios. Asimismo cada colaboración vinculada con un nuevo sector de actividad o un país distinto es un motivo de orgullo. Esto demuestra que nuestro modelo, nuestro rol en el mercado y nuestra capacidad de innovación están cada vez más reconocidos.

**¿Y qué es lo que no pueden soportar?**

**P. de V.:** Creo que puedo responder por los dos – e incluso por todos los responsables de equipos – si digo que es el hecho de no cumplir, dentro de los plazos establecidos, los compromisos de excelencia que hemos asumido con nuestros socios. ...



**... Vayamos al balance del ejercicio. ¿Qué conclusión sacan ustedes del año transcurrido?**

**P. de V.:** Pese a que éste ha sido un año muy castigado en las plazas financieras, el mercado sigue siendo muy fecundo en la mayoría de los países, lo que pone de relieve el papel beneficioso del sector de los seguros. Sin embargo, el contexto económico, los aspectos reglamentarios, las expectativas de los consumidores generadas por las nuevas tecnologías recalcan la necesidad de una evolución sustancial de nuestras actividades. El mercado de los seguros se cuestiona, se adapta y nosotros mismos debemos adoptar las decisiones correctas para aportar un valor añadido real en los sectores en los que disponemos de unos conocimientos especialmente sólidos.

**R. D.:** En este contexto, BNP Paribas Cardif ha obtenido muy buenos resultados en el conjunto de sus actividades, con una tasa de crecimiento significativa de nuestros indicadores clave, lo que confirma nuestra solidez. El motor de la actividad ha sido el ahorro en Francia y en Asia y el desarrollo de la protección en el conjunto de nuestras zonas geográficas. El volumen de negocios asciende a 28.000 millones de euros, con un crecimiento del 2%, y el resultado neto antes de impuestos, a 1.300 millones de euros, con una estructura cada vez más favorable entre nuestras dos grandes líneas de negocio: la protección representa en la actualidad el 25% de nuestra cifra de negocios. En

ahorro, la proporción de las unidades de cuenta y de los fondos Eurocroissance asciende al 40% del volumen de negocios en 2015. Estos avances van de la mano de la estrategia de diversificación que vamos a seguir los próximos años.

**P. de V.:** Estos resultados positivos, fruto de un esfuerzo compartido de nuestros empleados con nuestros socios, demuestran que nuestras ofertas se ajustan efectivamente a las necesidades de sus clientes. Los nuevos acuerdos firmados en 2015, así como la renovación de grandes colaboraciones, en concreto en América Latina, dan fe de una confianza recíproca y perenne.

**Esta solidez constatada, ¿es válida tanto para los mercados domésticos como para los mercados internacionales?**

**R. D.:** La actividad en los mercados domésticos, con un volumen de negocios de 18.500 millones de euros, registra una ligera bajada. No obstante, conviene destacar el importante avance de Francia, que ha obtenido unos resultados brillantes gracias al conjunto de las redes de distribución, en particular a la Banca minorista de BNP Paribas, y que obtiene un volumen de negocios de 11.600 millones de euros, lo que supone un incremento del 11%. Si bien Italia y Luxemburgo muestran cierto retroceso, debemos recordar que en el ejercicio 2014 la producción alcanzó niveles excepcionales. En los mercados internacionales, BNP Paribas Cardif ha obtenido un volumen de negocios global de 9.500 millones de euros, lo que representa un incremento del 8%, debido, una vez más, tanto a las actividades de ahorro (4.900 millones de euros) como de protección (4.600 millones de euros). El crecimiento ha sido especialmente notable en Asia (+10%\*) y en América Latina (+21%\*), nuestros territorios de desarrollo prioritarios.

\* Con tipos de cambio constantes.



Renaud Dumora,  
Director General

«CONTINUAMOS EVOLUCIONANDO CON EL OBJETIVO DE GENERALIZAR ESTA CULTURA DIGITAL».

# «FRENTE A ESTOS CAMBIOS, DEBEMOS DAR MUESTRAS DE UNA GRAN CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN».

Pierre de Villeneuve,  
Presidente Ejecutivo



**El año 2015 ha estado marcado por la realización de grandes proyectos internos en la empresa, tales como la transformación digital. ¿En qué fase se encuentran a día de hoy?**

**R. D.:** Este gran plan de transformación lanzado hace tres años terminó a principios de 2016. Cerca de 320 proyectos de colaboración han permitido aumentar la digitalización de nuestras actividades. Sin embargo, éste es solo un primer paso. Nosotros seguimos nuestra transformación con el fin de generalizar esta cultura digital, que en lo sucesivo deberá formar parte del día a día de todos y cada uno de los empleados de BNP Paribas Cardif. El mundo digital debe formar parte de nuestra cultura y convertirse en una forma de trabajo. En este sentido, Cardif Lab' desempeña una labor estratégica: este laboratorio, creado en 2014, permite probar nuevos conceptos de productos y servicios directa o indirectamente relacionados con el mundo de los seguros, explotando así el potencial de las nuevas tecnologías. Es también un lugar de formación para nuestros empleados y nuestros socios y un espacio de innovación ampliamente abierto a la sociedad (véase páginas 24-26).

**La adaptación a las evoluciones reglamentarias es otra tarea fundamental, especialmente con la entrada en vigor de la reforma europea Solvencia II el 1 de enero de 2016.**

**P. de V.:** Sin esperar a la implementación del nuevo marco prudencial, BNP Paribas Cardif siempre ha

tenido muy en cuenta el riesgo. Es uno de nuestros puntos fuertes, que se apoya en una actuaría muy desarrollada a escala internacional.

**R. D.:** Hemos asumido esta nueva reglamentación como una oportunidad para reforzar nuestra gobernanza. El trabajo en las herramientas de medida de los riesgos y de la solvencia, el control y la comunicación con los reguladores ha movilizó en gran medida la energía a nivel interno y, a día de hoy, todo está en su sitio. Nos enfrentaremos con este mismo espíritu a otras reformas reglamentarias en todos los países en los que estamos implantados.

**En el año 2015 se ha experimentado un incremento de nuevos riesgos – económicos, financieros, geopolíticos, medioambientales – a escala mundial.**

**P. de V.:** Sin duda. Y frente a estas evoluciones, debemos hacer alarde de una gran capacidad de adaptación, proponiendo soluciones que aporten un verdadero valor añadido en una perspectiva a largo plazo. Aunque es difícil decir a día de hoy qué productos se ofrecerán en el futuro, podemos augurar que tendremos que hacer frente a una creciente necesidad de servicios de prevención, una aventura en la que BNP Paribas Cardif ya está embarcada. Además, seguiremos desempeñando un papel fundamental en el desarrollo de vehículos de inversión responsable.

**Renaud Dumora, ¿Cuáles son sus ambiciones para BNP Paribas Cardif?**

**R. D.:** El plan a medio término que estamos elaborando pretende seguir con la transformación y la adaptación de la empresa a su entorno. Sin embargo, una cosa no cambiará nunca: nuestra determinación de ser un verdadero valor añadido para nuestros socios y sus clientes. \*

# Miradas sobre el nuevo mundo de los seguros

— Toman la palabra los miembros del Comité Ejecutivo

## 1. Pierre de Villeneuve

**Presidente Ejecutivo:**

«En un entorno altamente evolutivo, nuestra gran capacidad de adaptación es, más que nunca, uno de nuestros principales activos a la hora de tomar las decisiones correctas y seguir satisfaciendo a nuestros socios».

## 2. Renaud Dumora

**Director General:**

«BNP Paribas Cardif ya está en condiciones de aprovechar todas las oportunidades que nos ofrecen las nuevas tecnologías, reforzar nuestra eficiencia operativa y mejorar la experiencia del cliente».

## 3. Stanislas Chevalet

**Director General Adjunto, Responsable de la Dirección de Transformación y Desarrollo:**

«Nuestro papel es cuidar de las personas en una sociedad centrada en los usos y en el momento».

## 4. Olivier Cortès

**Director General Adjunto, Responsable de la Dirección de Eficiencia, Tecnología y Operaciones:**

«En un mundo cambiante, los estándares de calidad esperados se alteran. Nuestros socios nos confían lo que es más preciado para ellos: su relación con sus clientes. Es por esto que nuestros empleados trabajan todos los días para lograr los mejores niveles de excelencia».

## 5. Olivier Héreil

**Director General Adjunto, Responsable de la Gestión de Activos:**

«La innovación también tiene que ver con la gestión de activos.

Debemos atraer la atención de nuestros clientes hacia la inversión socialmente responsable (ISR), que ofrece oportunidades reales y reduce el riesgo a medio y largo plazo».

## 6. Virginie Korniloff

**Directora General Adjunta, Responsable de la Dirección de Mercados Domésticos:**

«Nuestra larga experiencia en materia de asociaciones es una ventaja formidable para crear conjuntamente soluciones de seguros perfectamente integradas en las nuevas experiencias del cliente, capaces de satisfacer y fidelizar a nuestros socios actuales y futuros».

## 7. Jean-Bertrand Laroche

**Director General Adjunto, Responsable de la Dirección de Mercados Internacionales:**

«Con la digitalización y los cambios en el comportamiento de los consumidores queremos contribuir de forma activa a la transformación de los modelos de distribución de nuestros socios».

## 8. Isabella Fumagalli

**Responsable de Italia:**

«Ser una aseguradora digital es también potenciar la interacción con nuestros clientes mediante un diálogo sobre temas cotidianos. Eso es lo que hacemos a través de nuestro nuevo blog *IF Magazine*».

## 9. Sophie Joyat

**Directora de Recursos Humanos:**

«Debemos revisar nuestros procesos y nuestros modos de organización para que se adapten mejor al mundo del mañana. Si ofrecemos un entorno de trabajo estimulante y dinámico,



seguiremos motivando a nuestros empleados y captando nuevos talentos».

**10. Pauline Leclerc-Glorieux**

**Directora de Actuarial:**

«Las nuevas tecnologías combinadas con nuestra experiencia en el análisis de datos nos permitirán aumentar nuestro valor añadido en términos de servicio y control de riesgos».



**11. Murielle Puron-Chambord**

**Directora Financiera:**

«Nuestros resultados 2015 confirman nuestra solidez financiera y la pertinencia de nuestro modelo de negocio para ser mañana un líder en nuestras áreas de especialización».



**12. Vincent Sussfeld**

**Responsable de Asia:**

«En Asia, nuestros acuerdos estratégicos a largo plazo (empresas conjuntas) y los acuerdos de distribución celebrados con los principales actores del sector bancario, nos proporcionan un acceso privilegiado a una extraordinaria base de clientes y una gran oportunidad para compartir nuestros conocimientos en bancaseguros».



**13. Francisco Valenzuela**

**Responsable de América Latina:**

«En América Latina, gozamos de posiciones incomparables con los bancos minoristas y las entidades financieras. Ahora debemos continuar nuestra diversificación, especialmente hacia el ramo de los daños, y acelerar nuestras inversiones para proporcionar ofertas multicanal a nuestros socios».

**EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

**Pierre de Villeneuve**

Presidente Ejecutivo de BNP Paribas Cardif

**Marie-Claire Capobianco**

Miembro del Comité Ejecutivo de BNP Paribas  
Responsable de Banca Minorista en Francia

**Jacques d'Estais**

Miembro del Comité Ejecutivo de BNP Paribas  
Director General adjunto y Responsable de International Financial Services

**Renaud Dumora**

Miembro del Comité Ejecutivo de BNP Paribas  
Director General de BNP Paribas Cardif

**François Ewald**

Presidente del Consejo Científico de la Universidad del Seguro

**Jean-Louis Guillot**

Consejero

**Thierry Laborde**

Miembro del Comité Ejecutivo de BNP Paribas  
Director General adjunto y Responsable de Mercados Domésticos

**Olivier Le Grand**

Administrador de sociedades y fundaciones

**Jean-Hervé Lorenzi**

Presidente del Círculo de economistas, asesor de la junta directiva de La Compagnie Financière Edmond de Rothschild

**Philippe Marchessaux**

Presidente de BNP Paribas Asset Management

**Yves Martrenchar**

Miembro del Comité Ejecutivo de BNP Paribas  
Responsable de Recursos Humanos de BNP Paribas

**Jacques Mistral**

Senior Fellow Brookings Institution, Profesor en Harvard Kennedy School, University of Michigan, Universidad de Nankín

**Jean-Francois Pfister**

Responsable RISK BNP Paribas International Financial Services

**Paul Villemagne**

Presidente Honorario de BNP Paribas Cardif



# 2015 EN PALABRAS Y CIFRAS

## CONTRIBUCIÓN A LOS RESULTADOS DEL GRUPO BNP PARIBAS

28.000 mll.€

El volumen de negocios de 2015 registra un aumento del 2% con respecto a 2014

2.300 mll.€

El Producto Neto Bancario registra un aumento del 5,7% con respecto a 2014

1.300 mll.€

El resultado neto antes de impuestos registra un aumento del 6,7% con respecto a 2014

## CONSTANCIA

Por séptima vez en ocho años, BNP Paribas Cardif ha sido reconocido en Bélgica. **Hypo Protect Classic fue elegido el mejor seguro** de la categoría «Mis riesgos/ Mi muerte relacionada con una hipoteca», con motivo de la 16ª edición de los Premios DECAVI celebrada el 21 de octubre de, 2015 en Bruselas.

## SERVICIO

BNP Paribas Cardif en Brasil obtuvo el primer puesto en la categoría de seguros del premio «Época ReclameAqui» que recompensa a las mejores compañías en términos de servicios al consumidor. En total, 3,5 millones de personas votaron en las diferentes categorías propuestas.

## EXCELENCIA

Cardif Élite, la propuesta de seguro de vida patrimonial personalizable de BNP Paribas Cardif, recibió en 2015 el Label de Excelencia otorgado por los *Dossiers de l'épargne*. Los expertos apreciaron particularmente la amplia gama y la variedad de soportes, el bajo coste y la diversidad de las modalidades de gestión disponibles.

7 AÑOS

En Colombia, BNP Paribas Cardif ha renovado su asociación con Banco Agrario, el grupo financiero más importante del país, por un periodo de 7 años.

75%

en ahorro

25%

en protección

Distribución del volumen de negocios de BNP Paribas Cardif en 2015

5 AÑOS

En Chile, BNP Paribas Cardif ha renovado su asociación con BancoEstado, el único banco público del país, por un periodo de 5 años.



## 6,3 millones

de clientes indios han suscrito en tan solo unos meses un contrato PMJJBY de la empresa conjunta SBI Life, un producto que contribuye a los esfuerzos desplegados por el gobierno en materia de protección social e inclusión financiera. En total, más de 19 millones de clientes se benefician de los productos y servicios de BNP Paribas Cardif en todo el país. \*

# HECHOS QUE TIENEN SENTIDO



## BRASIL: MAGAZINE LUIZA ASEGURA CON BNP PARIBAS CARDIF

**El acuerdo de exclusividad con Magazine Luiza**, gigante brasileño de la distribución de muebles, electrodomésticos y productos electrónicos, ha sido renovado. Socio de la firma desde 2002, BNP Paribas Cardif comercializa sus productos de seguros de protección y contratos de extensión de garantía a clientes de la cadena, a través de la empresa conjunta fundada en 2005. 30 millones de clientes de Magazine Luiza se benefician en Brasil de la oferta de BNP Paribas Cardif. Esta se comercializa en las 786 tiendas de la cadena, establecidas en 16 estados, y en las páginas web con los colores de la firma. \*

---

 HECHOS QUE TIENEN SENTIDO
 

---

**TOMA LA PALABRA**  
**ISABELLA FUMAGALLI,**  
 miembro del Comité  
 Ejecutivo de  
 BNP Paribas Cardif,  
 Responsable de Italia



«La fórmula de Cardif Open-F@b ha demostrado su eficacia, ya que permite combinar la visión de los jóvenes innovadores y la solidez de los directivos experimentados».

---

 ITALIA: INSURANCE UP, EL PORTAL DEL SEGURO CONECTADO
 

---



**www.insuranceup.it, la primera página web italiana dedicada a la innovación digital y a la empresa**

en el sector de los seguros, nació de una iniciativa común de BNP Paribas Cardif y la revista digital *EconomyUp*, en colaboración con PolyHub, la incubadora de empresas de la Escuela Politécnica de Milán. Este portal, en línea desde 2015, desea ser a la vez un observatorio de la revolución digital y de sus mercados emergentes, un crisol de debates y reflexiones y una caja de resonancia para proyectos innovadores gestionados por start-ups. Desde su apertura, InsuranceUp ha acogido la segunda edición del concurso Cardif Open F@b, dedicado al internet de las cosas. Las diez iniciativas más prometedoras, tanto en materia de relación con los clientes como de nuevos servicios de seguros, cuentan con el apoyo de BNP Paribas Cardif. \*



## HECHOS QUE TIENEN SENTIDO

### **Mega DMP: una nueva oferta de seguro de vida en Taiwán**

BNP Paribas Cardif en Taiwán se ha asociado con Mega Bank y Fidelity para lanzar un nuevo producto de ahorro: Mega DMP. Además de los seguros de vida y de decesos, Mega DMP ofrece a los asegurados una mayor protección que cubre especialmente los riesgos relacionados con siete enfermedades graves y con los accidentes, sin ninguna prima adicional. \*

### **JAPÓN: BNP PARIBAS CARDIF ENTRA EN UN NUEVO MERCADO**



**En 2015 BNP Paribas Cardif hizo su entrada en el mercado de los seguros del crédito al consumo.**

En un mercado en el que los seguros están todavía poco desarrollados, BNP Paribas Cardif ha celebrado un acuerdo de asociación con un actor importante del sector para asegurar a los titulares de créditos renovables frente a los riesgos vinculados al cáncer. Esta cobertura, que entró en vigor el 1 de diciembre, reembolsa el saldo de la tarjeta de crédito cuando el prestatario es diagnosticado con cáncer por primera vez en su vida. \*

### **EL DATA LAB' EN EL CENTRO DE LA ESTRATEGIA DIGITAL**

**El Data Lab' de BNP Paribas Cardif es todo un éxito.** Más que una plataforma de experimentación tecnológica, este lugar tiene vocación de espacio de innovación colaborativa sobre los usos de los datos digitales en el mundo de los seguros. Objetivo: imaginar y desarrollar con nuestros colaboradores – investigadores o start-ups – aplicaciones que mejoren la pertinencia de nuestras ofertas y la calidad de la experiencia de cliente. \*



### **EPA: fomentar en los jóvenes las ganas de emprender**

Como cada año desde 2011, los trabajadores de BNP Paribas Cardif se han comprometido con la asociación Entreprendre pour Apprendre (EPA), que inicia a jóvenes alumnos en el aprendizaje de la economía, despertando su espíritu empresarial. Nuestros empleados han apadrinado 9 iniciativas «Notre Commune», 24 mini-empresas y 3 start-ups en el marco de este mecenazgo de competencias. \*

### **BUENOS RESULTADOS EN CHINA**

**En China, BNP Paribas Cardif ostenta, junto a Bank of Beijing, una participación del 50% en BOB-Cardif Life,** compañía de seguros que cuenta actualmente cerca de 200.000 clientes. El año 2015 ha estado marcado por buenos resultados financieros a pesar de un entorno económico y financiero especialmente difícil, y por la construcción conjunta de un plan estratégico de 5 años, aunando la experiencia de BNP Paribas Cardif en Asia con la fuerza de la marca Bank of Beijing para ofrecer a los clientes chinos productos de ahorro y previsión. \*

---

## HECHOS QUE TIENEN SENTIDO

---



### **En un mundo cambiante, envejecer es un futuro que hay que inventar**

En Francia, *Génération Care*, la página web de BNP Paribas Cardif dedicada a los mayores, dirige una mirada nueva y positiva sobre la forma de envejecer, estimulando el diálogo intergeneracional y la posibilidad de compartir innovaciones. Con el fin de avanzar en el entendimiento de las aspiraciones de los mayores *Génération Care* ha organizado un JAM, un evento de innovación abierta. Durante 48 horas, 60 profesionales de los seguros, baby boomers, sociólogos e innovadores participaron en talleres creativos y prospectivos para explorar los nuevos horizontes de cómo «envejecer bien». Trabajo, jubilación, salud, vivienda, movilidad, relaciones sociales... En todos estos ámbitos, la innovación abierta acelera la llegada de soluciones que perfilan los seguros del futuro. \*

---

## GÉNÉRATION CARE ORGANIZA SU JAM

---



«En un mundo cambiante, la generación de baby boomers que se encuentra a las puertas de la jubilación aspira a inventar una manera diferente de envejecer».

---

**TOMA LA PALABRA FLORENCE KARRAS,**  
Chief Digital Officer, BNP Paribas Cardif Francia

---

Para mantenerse informado de todos nuestros avances, síganos en Twitter @bnpp\_cardif

---

## HECHOS QUE TIENEN SENTIDO

---



### BNP PARIBAS CARDIF, NUEVO ACTOR DE LA SALUD COLECTIVA

**Anticipándose a la entrada en vigor, el 1 de enero de 2016, del seguro complementario de salud colectivo obligatorio** para todas las empresas en Francia, BNP Paribas Cardif y la red de agencias BNP Paribas, en colaboración con Mutuelle Mieux-Être (miembro del grupo Pro BTP), lanzaron Protection Santé Salariés. Este seguro complementario de salud, simple y modulable, se adapta a las necesidades de los profesionales y dirigentes de microempresas o PYMES, ofreciendo a sus trabajadores una cobertura de calidad a un precio muy interesante. ✱

### CITAS TEDX

**En 2015 BNP Paribas Cardif ha estado nuevamente junto a TEDxParis** en los grandes eventos bajo el signo de la innovación. En junio, 1.200 participantes estuvieron en el Castillo de Chambord (Francia) para vivir «El Renacimiento Digital», segunda edición del *do-tank* L'Échappée Volée. En noviembre, en el teatro de Châtelet de París un público de 2.000 personas asistió a conferencias y pudo probar en vivo las innovaciones presentadas por el Cardif Lab'. ✱

L'ÉCHAPPEE 2015



### Italia: InvestiPolizza BNL TOP, una solución de seguros de vida premiada

por InvestiPolizza BNL TOP, solución de seguros de vida diseñada por BNP Paribas Cardif y distribuida exclusivamente por la red de agencias BNL, ha recibido el premio *Cerchio d'Oro dell'Innovazione Finanziaria* (Círculo de oro de la innovación financiera) – en la categoría «Productos y servicios de seguros de vida» – otorgado por la Asociación italiana de la innovación financiera (AIFin). Este galardón reconoce la amplia gama de soluciones innovadoras y exclusivas de este mercado. ✱

### RENOVACIÓN DE LA CÁTEDRA DE EXCELENCIA CON EL ISFA

**BNP Paribas Cardif renueva cinco años su apoyo a la cátedra de excelencia** "Data Analytics & Models for Insurance" (Dami) del Instituto de Ciencias Financieras y del Seguro (ISFA) en la Universidad Lyon I. Los trabajos de investigación derivados de la cátedra Dami, así como los intercambios entre sus miembros y los equipos de BNP Paribas Cardif permitirán mejorar las técnicas de modelización y explotación de datos para la toma de decisiones. Esto nos ayudará a comprender mejor las interacciones entre los procesos de toma de decisiones por parte de la dirección y los modelos, así como a identificar sus limitaciones y las de las nuevas herramientas de análisis y, por último, sus peligros micro y macroeconómicos. ✱



---

## HECHOS QUE TIENEN SENTIDO

---

**TOMA LA PALABRA**

**OLIVIER HÉREIL,**  
 Director General  
 Adjunto, Responsable  
 de Gestión de activos,  
 miembro del Comité  
 Ejecutivo de  
 BNP Paribas Cardif



«Tera Neva es un producto que combina la solidez del emisor, las perspectivas de una buena rentabilidad financiera y un impacto medioambiental favorable».

---

## TERA NEVA: INVERTIR EN PRO DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA

---



### **BNP Paribas Cardif ha participado en el lanzamiento de Tera Neva,**

una nueva solución de inversión sostenible que combina objetivos financieros con la transición energética. Comercializado por BNP Paribas en la víspera de la COP21, el producto se compone de una obligación climáticamente responsable del Banco Europeo de Inversión (BEI) vinculada al Índice Actions Ethical Europe Climate Care. Este responde a la creciente voluntad de los inversores de reducir el impacto de sus carteras sobre el cambio climático, financiando proyectos relacionados con las energías renovables y la eficacia energética. BNP Paribas Cardif y once inversores institucionales\* han apoyado la iniciativa al suscribir colectivamente 500 millones de euros en la emisión de Tera Neva. \*

\* ACMN VIE, AVIVA FRANCE, BNP Paribas Cardif, CARAC, CNP Assurances, ERAFP, GENERALI, GROUPAMA, HSBC Assurances, NATIXIS Assurances, PREVOIR y SURAVENIR.

**15 MINUTOS**

\*

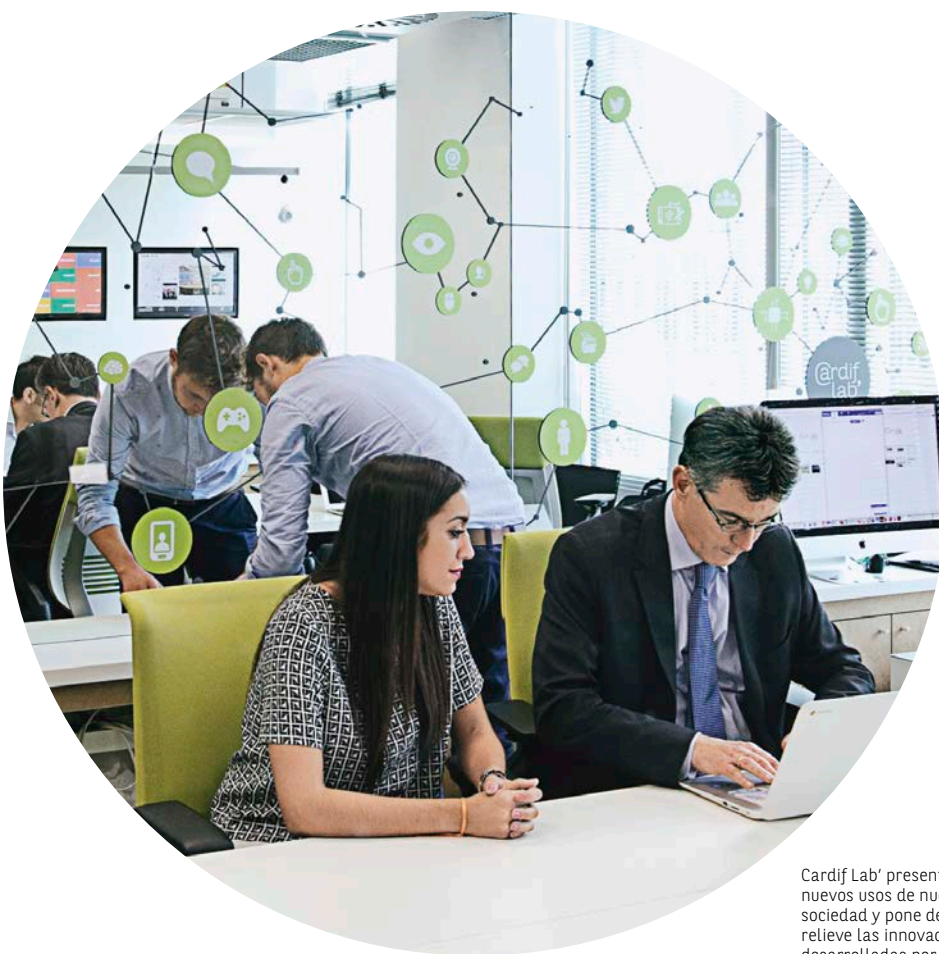
# PARA SABER CÓMO PREPARAMOS EL FUTURO



El ímpetu innovador impregna nuestra cultura de empresa y nos lleva constantemente a replantearnos nuestras formas de trabajo y a desarrollar nuestra actividad. Porque la sociedad y sus usos cambian y surgen nuevos riesgos en un mundo más complejo, estamos preparando los productos y servicios de seguros del mañana. Identificar ideas prometedoras y convertirlas en soluciones de valor añadido también es el día a día de nuestras actividades.

**Así es como nos proyectamos hacia el futuro, con confianza y determinación,  
para construir junto a nuestros socios los seguros del mañana.**

# LA REVOLUCIÓN DE LOS SEGUROS



Cardif Lab' presenta los nuevos usos de nuestra sociedad y pone de relieve las innovaciones desarrolladas por BNP Paribas Cardif.

## Del big data al smart data: la revolución de los seguros

Nuestros clientes cambian, especialmente porque viven en un mundo digitalizado en el que el acceso a la información es cada vez más abierto. El consumidor ha adoptado nuevos códigos en los que el tiempo real, el rendimiento y la transparencia se han convertido en la norma. Compara las ofertas, las pondera, intenta optimizar el valor de uso de lo que compra, exigiendo cada vez más servicios y reactividad por parte de las marcas y las empresas. Con las formas de consumo también se transforma la relación con los clientes. Independientemente del modo de contacto, físico o

virtual, en cualquier momento el cliente debe poder ser reconocido, acceder a la oferta completa y beneficiarse de la misma calidad de servicio.

## Un impresionante yacimiento de valor

El desarrollo de los objetos conectados (a Internet y entre sí) lleva muy lejos esta lógica, desmultiplicando la superficie de contacto. Gracias a la miniaturización de las tecnologías digitales, los objetos cotidianos se convierten a su vez en enlaces de información e interacción «inteligente» con el consumidor. Las herramientas digitales favorecen al mismo tiempo la ...

## ¿Sabía que...?



A diario se crean 2,5 trillones

(millones de billones) de bytes de datos. El equivalente del volumen de información contenida en 10 millones de discos Blu-ray que, apilados, tendrían la altura de cuatro torres Eiffel.

Fuente: communication-web.net

## Experiencias cruzadas sobre big data

Intercambio de opiniones con **Michael de Toldi**, Director de Datos de BNP Paribas Cardif, **Gilles Berdah**, Director de Ingeniería de seguros y asociaciones de RCI Banque, y **Paul Duan**, Presidente y Fundador de Bayes-Impact.

### En su opinión, ¿cuáles serán los usos más innovadores del big data en materia de seguros?

**Michael de Toldi:** No habrá un uso especialmente acentuado, sino una multitud de mejoras en base a una valoración de los datos, lo que ayudará a optimizar la calidad general del servicio en los diferentes momentos clave de la relación con el cliente.

**Gilles Berdah:** La detección de señales débiles que permitan proponer ofertas comerciales pertinentes y que satisfagan las necesidades inmediatas de los clientes, hayan sido expresadas o no.

**Paul Duan:** El big data permite hoy en día comprender mejor los comportamientos individuales y la relación de estos con el riesgo. Esto significa que, además de su papel histórico de mutualización de los riesgos, las aseguradoras son cada vez más capaces de ayudar a las personas a reducirlos.



### ¿Hasta qué punto la segmentación de los clientes es compatible con la mutualización de los riesgos?

**M. de T.:** El principio básico de los seguros es, y seguirá siendo, la mutualización, única respuesta adaptada a la incertidumbre de los riesgos asegurados. En este marco, el big data va a aportar una mejor personalización de las ofertas.

**G. B.:** El límite sería llegar a primas inaceptables desde un punto de vista comercial para los clientes frente a la ausencia casi total de incertidumbre por parte de las aseguradoras en cuanto a la realización de un evento.

**P. D.:** Una mayor personalización de las ofertas es algo positivo. Pero también conlleva el riesgo de favorecer a nivel de precios a algunas poblaciones que desearan asegurarse contra eventos raros que se convertirían en predecibles.

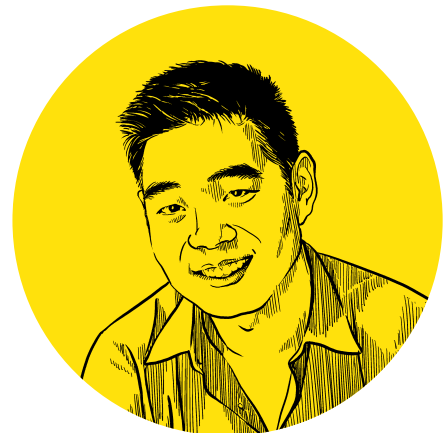


### ¿Cómo se puede evitar que el big data se convierta en big brother?

**M. de T.:** Los asegurados y las aseguradoras solo se beneficiarán de la revolución del big data si se instaaura un contrato de confianza y transparencia en cuanto al intercambio de datos y el uso que se haga de los mismos.

**G. B.:** La única protección procederá de la moralización y autorregulación de las organizaciones.

**P. D.:** Tenemos que ampliar el concepto de *Privacy by Design* al modelo de negocio: mientras haya fuertes incentivos financieros para usar los datos con las personas, habrá desviaciones. Por lo tanto, es necesario encontrar otras maneras de crear valor.



# UN AÑO EN CARDIF LAB'

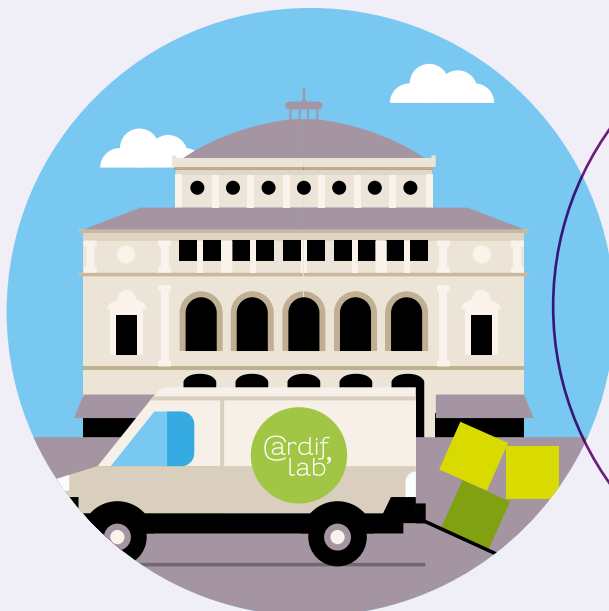
En 2015, Cardif Lab' celebró su primer año de existencia. Ubicado en la sede de la empresa, este espacio de 120 m<sup>2</sup> permite a los visitantes conocer las innovaciones que podrían afectar al negocio de los seguros. El personal y los socios prueban en estas instalaciones posibles usos que explotan el potencial de las nuevas tecnologías, guiados por un equipo de seis personas procedentes del sector de los seguros, del mundo digital de la investigación universitaria. En torno a ellos se construye toda una comunidad, la de los Embajadores que, a su vez, trasladan dentro de la empresa y a sus socios esta cultura digital, permitiendo de este modo imaginar los usos del mañana y diseñar los productos y servicios adecuados. Desde su apertura, Cardif Lab' ha recibido 6.000 visitantes. En 2015, acogió eventos y start-ups, je incluso se ha vuelto móvil! He aquí algunas instantáneas de un año en Cardif Lab'.



OFICINA DEL FUTURO



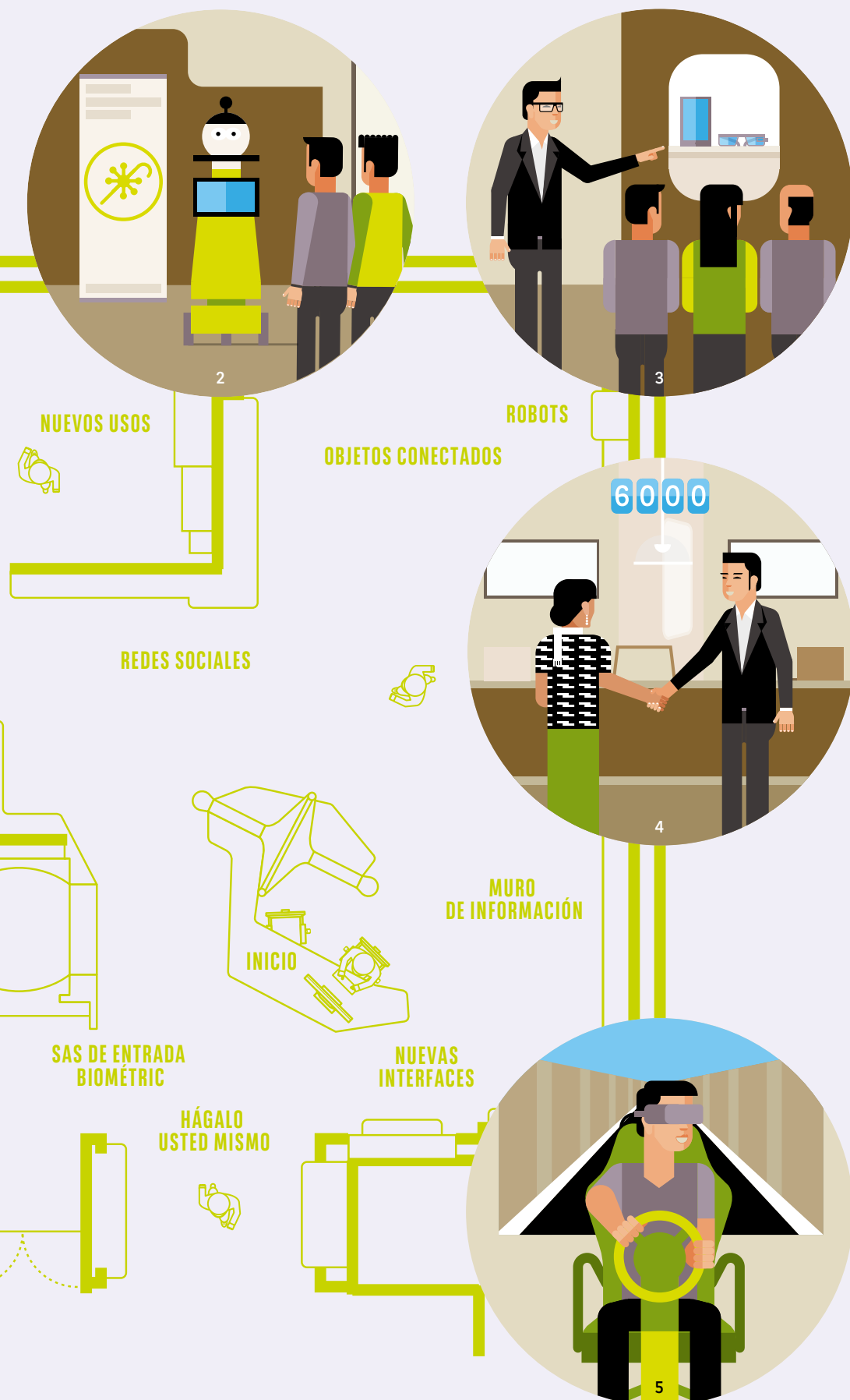
Para continuar descubriendo Cardif Lab'...



## Cardif Lab' móvil

Con motivo de TEDxParis 2015, sobre el tema de «Las revoluciones francesas», Cardif Lab' se hizo «móvil» para presentar en el Teatro de Châtelet las innovaciones digitales y medioambientales del futuro.





**1 Taller colaborativo**

56 empleados han trabajado en las oficinas del futuro para crear y montar su propia box domótica (sensores de apertura de puertas, enchufes conectados, etc.), que luego pudieron instalar y prueba en sus casas.

**2 Envejecer bien mañana**

El 5 de noviembre, los cerca de sesenta visitantes, investigadores, sociólogos y expertos descubrieron las innovaciones digitales que van a revolucionar el buen envejecimiento del mañana en un Cardiff Lab' organizado en torno a cuatro temas: movilidad, interactividad, salud y hábitat.

**3 Formación de los Embajadores**

En 2015, una red de empleados de BNP Paribas Cardiff recibieron formación para convertirse en Embajadores de Cardiff Lab' y hacer descubrir este lugar de intercambio y descubrimiento a sus compañeros y a los socios de la empresa, preludeo de la creación de proyectos innovadores en co-construcción.

**4 Visita de un socio**

En el mes de septiembre, una delegación coreana compuesta por representantes de la KLIA (Asociación de seguros de vida de Corea) y periodistas descubrió Cardiff Lab' y sus miembros probaron in situ las últimas innovaciones.

**5 Simulador de conducción**

Ejemplo de las posibilidades de experiencia personal propuestas por Cardiff Lab', un simulador de conducción dotado de un casco de realidad virtual Oculus Rift, permite a los visitantes probar los efectos de conducir en estado de embriaguez.

... innovación abierta: en los fab labs y otros talleres participativos, el cliente, conocer experto de sus propias necesidades, es invitado a construir de forma conjunta los productos o servicios destinados a él. «Cada nuevo contacto o comunicación aporta nueva información sobre las personas, sus hábitos y su universo vital», constata Michael de Toldi, Director de Datos de BNP Paribas Cardif. «La revolución digital genera así una cantidad cada vez mayor de datos, estructurados o no. La explotación de este yacimiento de valor inagotable se ha convertido en un reto estratégico para todas las empresas, y especialmente para las compañías de seguros».

### Cuando el dato se vuelve inteligente

En efecto, el modelo económico de los seguros se basa desde siempre en la información compartida relativa a los comportamientos individuales y colectivos. La multiplicación de los sensores digitales no hace más que ampliar la recogida de esta «materia prima» indispensable. Los volúmenes de datos, su variedad, la velocidad de los intercambios son tales que hoy podemos hablar de un auténtico cambio de paradigma. Cada minuto se envían en el mundo 204 millones de correos electrónicos. El motor de búsqueda Google recibe 3.500 millones de consultas diarias. Según IBM, el 90% de los datos existentes han sido creados estos dos últimos años. «Contamos actualmente con las herramientas para procesar esta masa de información que crece de manera exponencial», explica Michael de Toldi. «La capacidad de almacenamiento y análisis de los datos ha aumentado, al mismo tiempo que se ha acelerado su producción. Al permitir la transformación de los datos brutos en información «inteligente» y útil, los progresos de la informática y los algoritmos matemáticos han abierto un ámbito de aplicaciones posibles casi ilimitado. Este paso del big data al smart data debe tener como principal objetivo la mejora de la experiencia y la satisfacción del cliente».

### Beneficios compartidos

Esta convicción conduce a BNP Paribas Cardif a invertir en el desarrollo de aplicaciones que aporten al asegurado un beneficio concreto y sin equívocos. Uno de los grandes ejes de trabajo está relacionado con la identificación de las ofertas, ya que molestar a un cliente para invitarle a suscribir un producto o una oferta que no le interese crea en él un sentimiento de intrusión y de insatisfacción. El perfeccionamiento de los modelos de análisis tiende a hacer desaparecer este tipo de captación que llega a ser inoportuna. Existen otros proyectos destinados a acelerar los procedimientos de los seguros. Optimizando la utilización de la información ya disponible es posible aligerar las formalidades exigidas durante la suscripción de determinados productos, como los seguros asociados a créditos, o incluso automatizar tomas de decisión

positivas. Asimismo, compartir los datos es una forma de reducir considerablemente los plazos de pago de los siniestros, simplificando y fluidificando el proceso de declaración y de seguimiento de los expedientes. La lucha contra el fraude es un tercer ámbito de aplicación prometedor. «El coste del fraude es soportado por todo el mundo», recuerda Michael de Toldi. «Existen nuevos algoritmos que facilitan la detección del fenómeno, cuya clave es un mayor control del precio de las garantías, que beneficia a la empresa y al cliente».

### El nuevo mundo de los objetos conectados

Paralelamente, con el «Internet de las cosas», los seguros se enriquecen con ofertas nuevas, orientadas hacia la prevención de riesgos. Apoyado por todo un ecosistema de start-ups, el mercado de los objetos conectados registra una explosión desde hace tres años. De aquí a 2020 tendremos 80.000 millones en servicio en todo el mundo – es decir una media de 10 por persona – según el instituto de lo audiovisual y las telecomunicaciones de Europa (Idate). La salud, la vivienda y el automóvil, primeros sectores concernidos, son también los mercados clave de los seguros. «Los datos procedentes de los objetos conectados no están basados en declaraciones ni estadísticas. Cuando un sensor detecta una fuga de agua en una vivienda, es una información objetiva y medible en la realidad de la fuga, transmitida en tiempo real y que permite interactuar de forma inmediata. Esto hace que los seguros se abran a un nuevo mundo de servicios en materia de prevención, asesoramiento y asistencia», afirma Grégory Desfosses, Chief Customer Experience y Digital Officer de BNP Paribas Cardif. Gracias a los intercambios de datos, ahora es posible reducir el nivel de criticidad de un siniestro – por ejemplo detener una fuga de agua en el cuarto de lavado antes de que se inunde la vivienda – o incluso evitarla. Una aplicación de meteorología conectada a un detector de apertura de ventanas acciona una alarma o un cierre automático antes de una tormenta. Cruzando la información de los sensores integrados en el vehículo y el histórico de éste, muy pronto se podrá predecir una avería del vehículo, y en caso de sospecha de accidente doméstico, los sistemas de alerta «informados» de los hábitos de una persona anciana activarán inmediatamente la asistencia apropiada... «En estos ámbitos y en tantos otros, declara orgulloso Grégory Desfosses, nuestros equipos preparan aplicaciones asociadas a soluciones de seguros destinadas a reforzar la seguridad de las personas y mejorar su comodidad, protegiendo mejor sus bienes».

### Las claves de la confianza

No obstante, estas promesas del smart data y de los objetos conectados únicamente se materializarán con una condición: una confianza absoluta en el uso de los datos personales. «La reglamentación no deja de

### ¿Sabía que...?



Los datos ocupan el centro de la economía: el 70%

de los datos es creado por personas, pero son las empresas las que almacenan y gestionan el 80% del volumen. Este mercado representará 54.300 millones de dólares en 2017 (frente a 10.200 millones en 2013).

Fuentes: Corp Agency, Mushroom Networks



Cardif Lab' permite probar los últimos avances en el ámbito de los objetos conectados.

reforzarse y eso es bueno. Ha establecido principios fundamentales como la recogida leal de datos, el consentimiento libre e informado de los interesados, o incluso la confidencialidad de la información sobre la vida privada (data privacy). Pero cumplir la ley no implica respetar a las personas», insiste Michael de Toldi. La confianza supone establecer, más allá de la reglamentación, un contrato moral con los asegurados, explicitando lo que éstos aceptarán compartir con respecto a los beneficios esperados, así como una transparencia total sobre la utilización de la información. Los seguros tienen una cultura antigua en materia de seguridad de los datos. No obstante, el big data plantea nuevas cuestiones que están en el centro de las reflexiones de BNP Paribas Cardif. «Apostamos fundamentalmente por la vivienda y el coche conectados. En cambio, preferimos ser prudentes sobre las aplicaciones relacionadas con la salud, aspecto de una sensibilidad extrema, a la espera de un marco que defina unos usos colectivamente aceptables», puntualiza Grégory Desfosses.

#### Al servicio del interés general

Otro reto, aunque la explotación del big data permite construir modelos cada vez más precisos, e ir así hacia una mayor adaptación de las ofertas a las necesidades de la gente y sus formas de vida, ello no debe tender a la desmutualización. «Personalizar las garantías no significa individualizarlas», concluye Renaud Dumora, Director General de BNP Paribas Cardif. «No es una cuestión de ir hacia un mundo donde sólo se puedan proteger los «buenos riesgos». Los seguros se basan en lo imponderable, pero también en el principio de la mutualización de los riesgos. Es esencial conservar este pilar que garantiza la solvencia del mayor número de personas. La utilización de los datos al servicio del interés general es un ámbito inmenso que se abre a nuestra exploración. Con este objetivo hemos lanzado un Data Lab', junto con Cardif Lab', y compartimos y experimentamos con nuestros socios y sus clientes soluciones creadoras de valor añadido para todos los actores».

#### ¿Sabía que...?



Habit@t, comercializada en Italia desde finales de 2013 por BNP Paribas Cardif, combina un seguro de hogar con una homebox que vigila la vivienda a través de sus sensores y que avisa al cliente y al servicio de asistencia en caso de problemas (humo, fuga de agua, corte de luz).

## Experiencias cruzadas sobre objetos conectados

Conversaciones con **Grégory Desfosses**, Chief Customer Experience y Digital Officer de BNP Paribas Cardif, **Carole Zisa-Garat**, fundadora de Telegrafik y **Luc Julia**, Vicepresidente de Innovación de Samsung Electronics – Centro de innovación y estrategia.



### ¿Cuáles son los sectores de actividad más afectados por la llegada de los objetos conectados?

**Grégory Desfosses:** Sobre todo el sector del automóvil. El coche conectado va a conmocionar la cadena de valor industrial, además de revolucionar muchos aspectos de nuestra vida cotidiana.

**Carole Zisa-Garat:** Todos sectores de actividad se ven potencialmente afectados por el desarrollo de nuevos tipos de servicios conectados. Muchos modelos de negocio resultan afectados, y esto es solo el comienzo, ya que el big data y el open data están implantándose.

**Luc Julia:** El sector industrial. El Internet de las cosas va a optimizar la eficiencia operativa de las fábricas en términos de productividad y gestión de la energía.

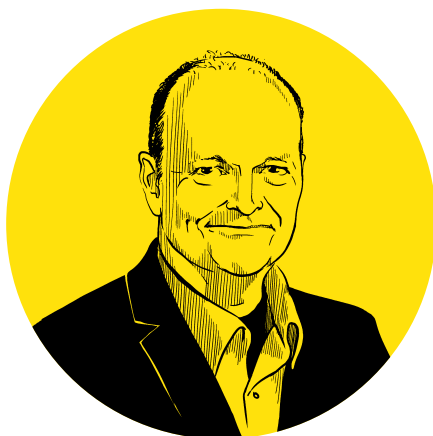


### ¿En qué forma los objetos conectados pueden transformar la relación entre asegurado y aseguradora?

**G. D.:** Estos objetos permiten interactuar con una visión directa y contrastada de la realidad. De este modo, las posibilidades de personalizar las ofertas y mejorar la calidad del servicio se multiplican.

**C. Z.-G.:** Pueden contribuir a la prevención de riesgos, activarse cuando se produzca el siniestro o prestar servicios cuando el siniestro se haya constatado. Un seguro de dependencia puede poner en marcha un dispositivo de salud electrónica o asistencia remota asociado a una instalación de domótica.

**L. J.:** A través de la automatización. La vigilancia y la automatización añadirán un nivel de confianza en ambos lados. Sin embargo, un modo de vigilancia adaptado evitará muchos siniestros, y cuando no se puedan evitar, ayudará a entender las causas.



### ¿Cómo se puede proteger el uso de los datos recogidos por los objetos conectados?

**G. D.:** Las normas de seguridad de BNP Paribas Cardif se encuentran entre las más exigentes del mercado. Vamos a aplicarlas a los objetos conectados con arreglo a los mismos principios y con el mismo rigor que en el caso de cualquier otra fuente de datos.

**C. Z.-G.:** En este ámbito, es necesario que se apliquen las buenas prácticas, como la despersonalización de los datos cuando sea posible. ¡Pero tampoco debemos hacer que este tema sea un obstáculo a la innovación!

**L. J.:** Hay muchas formas de proteger los flujos de datos. El respeto de la privacidad, es decir, el control por parte del cliente de los datos que desee hacer que sean accesibles para un servicio específico, mejorará en gran medida el nivel de seguridad. Esto va de la mano de la disminución del número de personas con acceso a dichos datos.

### ¿Sabía que...?



En Francia, la ley considera datos de carácter personal

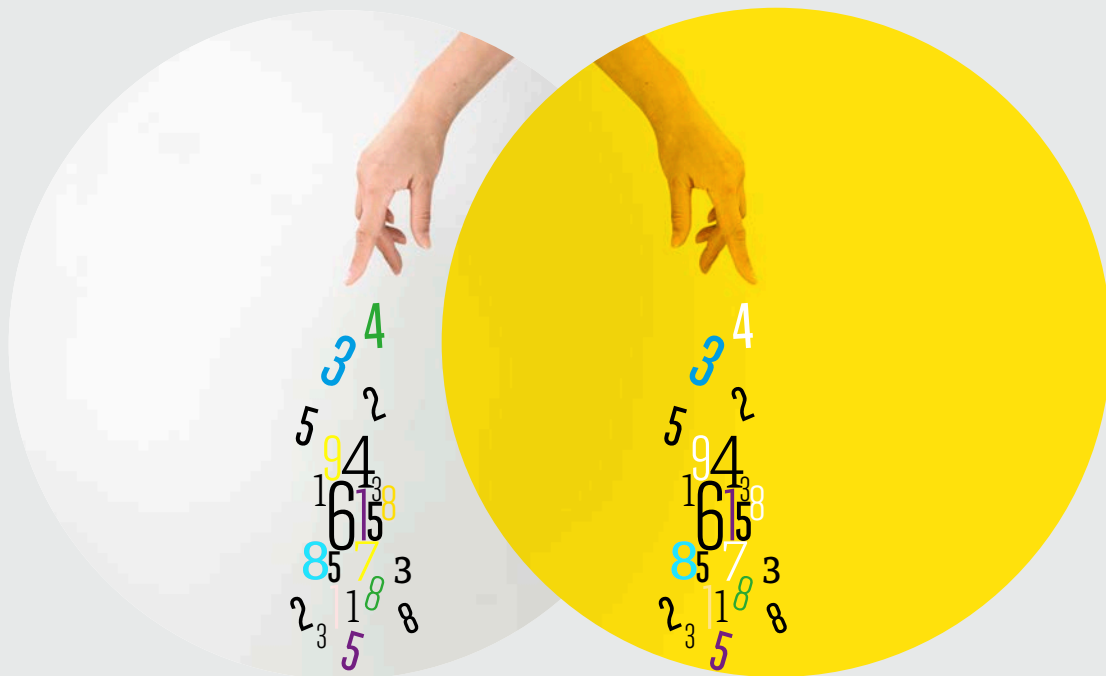
«cualquier información relativa a una persona física identificada o identificable, directa o indirectamente». Esto incluye los datos «anónimos» que permiten identificar a una persona mediante el cotejo de los mismos.

Fuente: [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)

## RESULTADOS

\*

# INFORME FINANCIERO DE BNP PARIBAS CARDIF



BNP Paribas Cardif y la actividad Aseguradora del Grupo BNP Paribas  
**28**

Gestión de los activos financieros  
**31**

Resultados del ejercicio  
**35**

La solvencia de BNP Paribas Cardif  
**39**

Estados financieros consolidados  
**41**

Responsabilidad social empresarial (RSE)  
**43**

Nuestras implantaciones  
**44**

# PARTE 1 – BNP PARIBAS CARDIF Y LA ACTIVIDAD ASEGURADORA DEL GRUPO BNP PARIBAS

## 01. BNP PARIBAS CARDIF Y LA ACTIVIDAD ASEGURADORA DEL GRUPO BNP PARIBAS

BNP Paribas Cardif realiza sus actividades internacionales ya sea directamente, por medio de sus propias filiales, o a través de las sucursales de las dos principales filiales de BNP Paribas Cardif, que son:

- Cardif Assurance Vie S.A. (participada al 100% por BNP Paribas Cardif), una compañía de seguros mixta, inscrita en el Registro Mercantil con el número 4021042, con domicilio en 1, boulevard Haussmann, 75009 París, Francia;
- Cardif-Assurance Risques Divers S.A. (participada al 100% por BNP Paribas Cardif), una compañía de seguros del ramo no vida, inscrita en el Registro Mercantil con el número 4020286, con domicilio en 1, boulevard Haussmann, 75009 París, Francia.

Por otra parte, entre las principales entidades operativas francesas pertenecientes a BNP Paribas Cardif se encuentra la agrupación de interés económico (AIE) BNP Paribas Cardif, que opera para todas las filiales y sucursales de BNP Paribas Cardif, con domicilio en 1, boulevard Haussmann, 75009 París, Francia.

Algunas de las filiales adoptan la forma de empresa conjunta, entre ellas:

- **Cardif Luxembourg Vie** (participada en un 33,34% por BNP Paribas Cardif), compañía de seguros de vida establecida en Luxemburgo;
- **SBI Life** (participada en un 26% por BNP Paribas Cardif y en un 74% por State Bank of India), compañía de seguros de vida establecida en India;
- **BNP Paribas Cardif TCB Life Insurance Company** (participada en un 49% por BNP Paribas Cardif y en un 51% por Taiwan Cooperative Bank), compañía de seguros de vida establecida en Taiwán;
- **BNP Paribas Cardif Life Insurance Co. Ltd** (participada en un 85% por BNP Paribas Cardif y en un 15% por Shinhan Bank), compañía de seguros de vida establecida en Corea del Sur;
- **BOB-Cardif Life Insurance Company** (participada en un 50% por BNP Paribas Cardif y en un 50% por Bank of Beijing), compañía de seguros de vida establecida en China;
- **Luizaseg** (participada en un 49,99% por BNP Paribas Cardif a través de NCV Participacoes Societarias SA y en un 50,01% por Magazine Luiza), compañía de seguros del ramo de no vida establecida en Brasil;
- **Cargeas** (participada en un 50% menos una acción por BNP Paribas Cardif y en el otro 50% más una acción por AGEAS), compañía de seguros de daños establecida en Italia;
- **Natio Assurance** (participada en un 50% por BNP Paribas Cardif y en el otro 50% por AXA), una compañía de seguros del ramo de no vida, inscrita en el Registro Mercantil con el número 4021236, con domicilio en 8, rue du Port, 92728 Nanterre Cedex, Francia.

Dos entidades están vinculadas analíticamente a la Aseguradora del Grupo BNP Paribas:

- el 25% de AG Insurance, que corresponde a la parte ostentada por BNP Paribas,

- el 66,66% de Cardif Luxembourg Vie (en virtud de la participación del 33,33% de BGL y del 33,33% de AGEAS).

La actividad Aseguradora del Grupo BNP Paribas arroja un **volumen de negocios de 28.000 millones de euros** en 2015, cuyo desglose es el siguiente:

- **25.200 millones de euros** del volumen de negocios proceden de las entidades ostentadas por BNP Paribas Cardif, de los cuales:
  - 22.100 millones de euros han sido generados por las entidades consolidadas mediante integración global y proporcional en los estados financieros,
  - 3.100 millones de euros han sido generados por las entidades puestas en equivalencia o no consolidadas.
- Un volumen de negocios de **2.800 millones de euros** procedente de las entidades vinculadas analíticamente.

**Paso del volumen de negocios de las cuentas consolidadas al volumen de negocios de la actividad Aseguradora del Grupo BNP Paribas - Diciembre de 2015 (datos en miles de millones de euros)**

<b>Volumen de negocios de las cuentas consolidadas*</b>	<b>22,1</b>
<b>Sociedades puestas en equivalencia o no consolidadas</b>	<b>3,1</b>
de los cuales:	
Cardif Luxembourg Vie (en un 33,34 %)	0,7
SBI Life (en un 26 %)	0,5
BNP Paribas Cardif TCB Life Insurance Company (al 100 %)	0,9
Natio Assurance (en un 50 %)	0,1
Otras sociedades	0,8
<b>Sociedades vinculadas analíticamente</b>	<b>2,8</b>
de los cuales:	
Cardif Luxembourg Vie (en un 66,66 %)	1,4
AG Insurance (en un 25 %)	1,4
<b>Volumen de negocios de la actividad Aseguradora del Grupo BNP Paribas</b>	<b>28,0</b>

\*Cuentas consolidadas de BNP Paribas Cardif – perímetro estatutario.



# PARTE 1 – BNP PARIBAS CARDIF Y LA ACTIVIDAD ASEGURADORA DEL GRUPO BNP PARIBAS

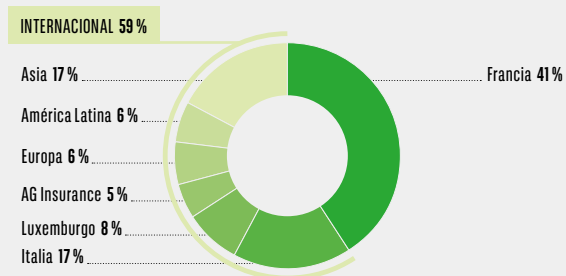
## 02. PRESENTACIÓN DE LA ACTIVIDAD DEL EJERCICIO 2015

El volumen de negocios de la actividad Aseguradora del Grupo BNP Paribas, alcanzó los **28.000 millones de euros** en 2015, lo que supone un aumento del 2% en comparación con 2014 (con perímetro y cambio históricos). La actividad en 2015 ha estado impulsada por el ahorro en Francia y en Asia, así como por el continuo desarrollo de la protección en todas las áreas geográficas en las que está implantado.

El desarrollo de la actividad Aseguradora del Grupo BNP Paribas se basa en su modelo de negocio único:

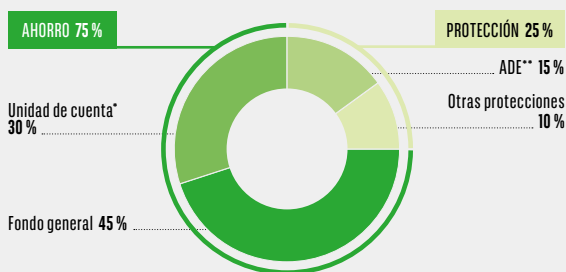
- una **presencia internacional** importante con **posiciones fuertes** en Europa, Asia y América Latina

### Distribución del volumen de negocios en 2015 por zonas geográficas



- una **oferta diversificada** que propone productos de ahorro y protección

### Distribución del volumen de negocios en 2015 por productos



\* Incl. fondos Eurocroissance.  
 \*\* Seguros de protección de pagos.

- una **cultura de cooperación** para garantizar la distribución por medio de bancos, entidades financieras, sociedades de crédito al consumo, filiales de crédito de fabricantes de automóviles, e incluso grupos pertenecientes al sector de la gran distribución.

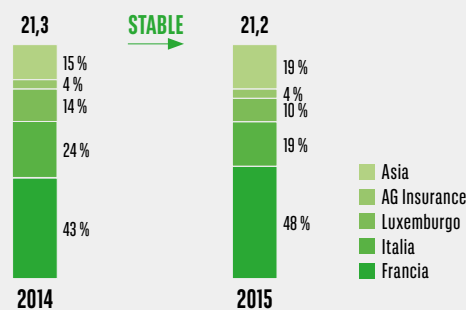
## 2.1. El ramo ahorro de la actividad Aseguradora del Grupo BNP Paribas

La actividad Aseguradora del Grupo BNP Paribas registró una **captación de ahorro de 21.200 millones de euros** y una **captación neta de 6.100 millones de euros**.

**El 75% de la actividad Aseguradora se logró por medio del ahorro.** Esta captación bruta se llevó a cabo en los Mercados internos (Francia, Italia y Luxemburgo) y en Asia.

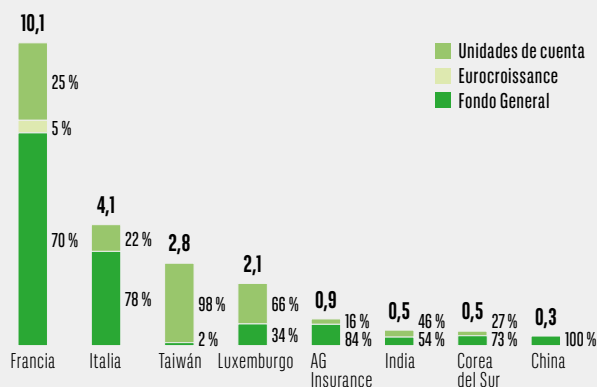
2015 marca el inicio de la contribución de China a través de la empresa conjunta BOB-Cardif Life Insurance Company (Bank of Beijing Cardif Life) adquirida a finales de 2014.

### Distribución de la captación de ahorro en 2015 por zonas geográficas (en miles de millones de €)



En 2015, el ahorro arroja en sus principales países una notable captación en unidades de cuenta, con una proporción total del 40% (incluidos los fondos Eurocroissance en Francia).

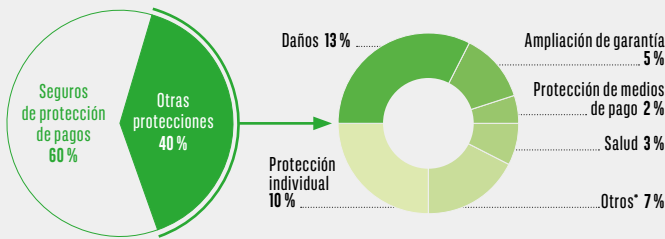
### Captación de ahorro en 2015 por países y productos (en miles de millones de €)



# PARTE 1 – BNP PARIBAS CARDIF Y LA ACTIVIDAD ASEGURADORA DEL GRUPO BNP PARIBAS

## 2.2. El ramo protección de la actividad Aseguradora del Grupo BNP Paribas

El volumen de negocios correspondiente a la actividad de protección, con un aumento del 10% en comparación con 2014 (con tipo de cambio histórico, lo que supone un aumento del 10% con cambio constante), ascendió a **6.800 millones de euros** en 2015, desglosados del siguiente modo:



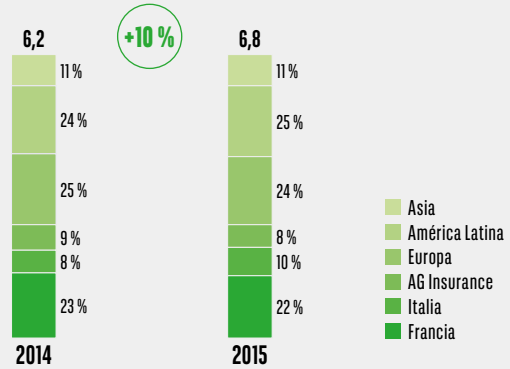
\* Protección colectiva, GAP, protección de ingresos y presupuestos, etc.

Seguimos impulsando la diversificación geográfica de nuestra actividad de protección, especialmente en Asia y América Latina. Estas zonas representan en la actualidad más de un tercio de la actividad (frente a tan solo un 18% en 2008).

En 2015, las actividades de protección diferentes de la actividad de seguros de protección de pagos representaron el 40% de la actividad global.

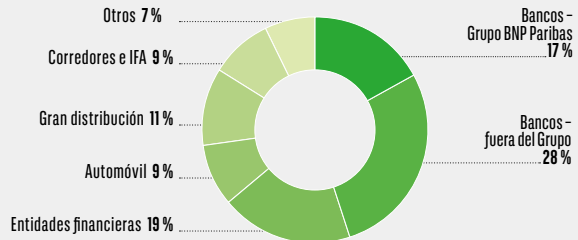
*(Véase el siguiente histograma)*

## Distribución de la captación de protección en 2015 por zonas geográficas (en miles de millones de €)



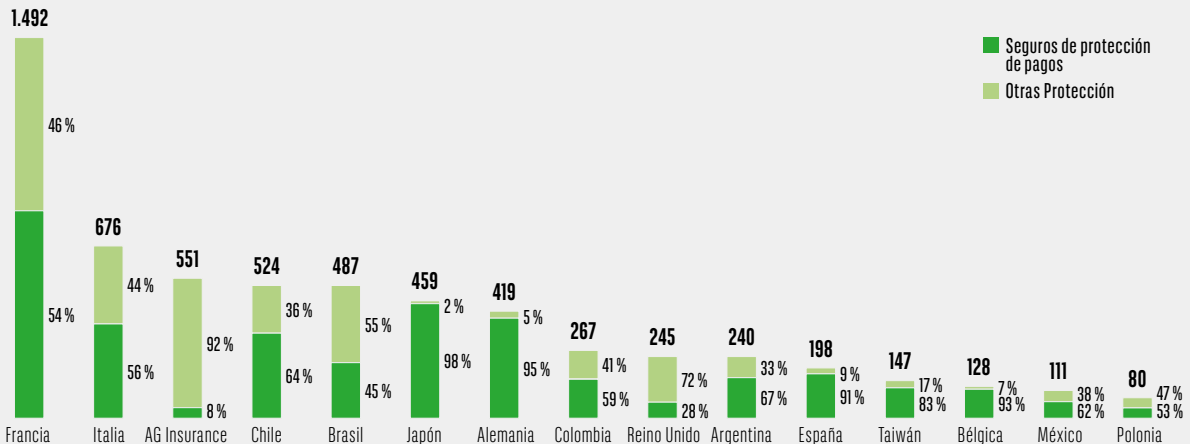
Como se muestra en el siguiente gráfico, las redes de distribución de BNP Paribas Cardif están especialmente diversificadas, lo que beneficia en particular a la actividad de protección y a su desarrollo.

## Volumen de negocios en protección en 2015 por tipo de distribuidor



## Cifra de negocios de la protección en 2015 por países y líneas de actividad

(en millones de €)





## PARTE 2 – GESTIÓN DE LOS ACTIVOS FINANCIEROS

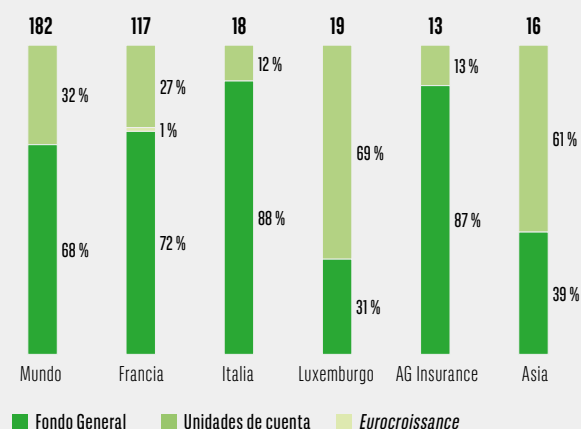
Los activos gestionados por BNP Paribas Cardif a 31 de diciembre de 2015 ascendieron a 215.000 millones de euros (a valor de mercado, incluidos todos los soportes), de los cuales:

- 182.000 millones de euros en representación de los compromisos adquiridos en el marco de la actividad ahorro, desglosados de la siguiente manera:
  - 117.000 millones de euros gestionados por Cardif Assurance Vie,
  - 19.000 millones de euros gestionados por Cardif Luxembourg Vie,
  - 18.000 millones de euros gestionados por Cardif Vita,
  - 13.000 millones de euros gestionados por AG Insurance (en un 25%),
  - 16.000 millones de euros gestionados por las entidades en Asia,
- 15.000 millones de euros en representación de los compromisos adquiridos en el marco de las restantes actividades (principalmente en protección) y de las demás provisiones reglamentarias,
- Más de 18.000 millones de euros en plusvalías latentes.

A 31 de diciembre de 2015, el desglose por soportes financieros de los activos de ahorro en los principales países es el siguiente:

### Activos de ahorro en diciembre de 2015 por países y productos

(en miles de millones de €)



La gestión de activos en los principales Fondos generales de BNP Paribas Cardif, Cardif Assurance Vie y Cardif Vita, se detalla a continuación.

### 01. FONDO GENERAL DE CARDIF ASSURANCE VIE

Cardif Assurance Vie, la principal compañía de seguros del Grupo, gestiona 105.000 millones de euros a través de su principal Fondo general.

La asignación de activos de Cardif Assurance Vie a 31 de diciembre de 2015 (excluidos los activos de cobertura de los compromisos en unidades de cuenta) era la siguiente:

### 1.1. Asignación a finales de diciembre de 2015

La evolución de la estructura de los valores mobiliarios del Fondo general está detallado en la tabla página 32.

En importe valorizado (cupones devengados incluidos), la proporción de las inversiones a tipo fijo descendió hasta situarse en el 74,6% a finales de 2015 frente al 76,6% a finales de 2014. La parte de las obligaciones a tipo variable aumentó ligeramente y representaba un 6,3% a finales de 2015 frente al 5,8% de finales de 2014. Teniendo en cuenta las cesiones en préstamo de valores, las inversiones a corto plazo representaban -1,5% de la cartera a finales de 2015 (frente al -1,9% a finales de 2014).

La exposición a "renta variable" en beta (convertibles, indexados a acciones, otros soportes acciones y diversificados) aumentó hasta el 11% (frente al 10,4% a finales de 2014).

### EXPOSICIÓN A RENTA FIJA

El crecimiento mundial en 2015 se situaría en un 3,1% (previsiones del FMI) lo que supone una disminución del 0,3% con respecto a 2014 (3,4%).

Estados Unidos registran un crecimiento en 2015 del 1,8%, respaldado por un mercado de trabajo que se mantiene boyante.

En la zona euro, el PIB crecería en 2015 un 1,5%, un 0,6% más que en 2014.

El año 2015 ha estado caracterizado por una inesperada caída de los precios de las materias primas y una desaceleración de la economía china, sucesos que han lastrado de manera significativa el crecimiento mundial y a los países emergentes.

El comienzo del año estuvo marcado por el miedo a la deflación que provocó la caída de los tipos de interés a niveles sin precedentes hasta el momento (0,35% en el caso de los tipos franceses a 10 años en abril de 2015).

Posteriormente, el repunte de las expectativas de inflación, la mejora de los datos de crecimiento en la zona euro, así como las medidas del Banco Central Europeo (BCE) hicieron posible que los tipos de interés revertieran rápidamente esta tendencia. Así pues, los rendimientos de la deuda pública francesa a 10 años se recuperaron hasta un máximo anual del 1,30% a finales de junio. Al final del año, los tipos franceses cayeron gradualmente hasta el 0,99%.

En 2015 el crecimiento económico de la zona euro no resultó decepcionante, a pesar de mantenerse «limitado», en torno al 1,5% (previsión del BCE). La inflación, que se situó por debajo de las previsiones, llevó al BCE a actuar de forma más enérgica ampliando su programa de compra de deuda pública («expansión cuantitativa»), manteniéndolo activo hasta marzo de 2017.

Los tipos de los bonos estadounidenses a 10 años subieron ligeramente en 2015, pasando del 2,17% al 2,27%, mientras que los tipos de los bonos del Estado francés (OAT) a 10 años aumentaron del 0,82% al 0,99%.

Los tipos de los países periféricos también experimentaron evoluciones opuestas, en particular en el caso de Italia y España. Por ejemplo, el tipo del bono español a 10 años aumentó del 1,58% al 1,76%, mientras que el tipo del bono italiano a 10 años cayó del 1,86% al 1,59%.

## PARTE 2 – GESTIÓN DE LOS ACTIVOS FINANCIEROS

En este contexto, la política de inversión de Cardif Assurance Vie fue activa sin dejar de ser prudente. Los títulos de renta fija, renta variable y a corto plazo representaban, a finales de 2015, el 79,4% del patrimonio del fondo en euros (en valor de mercado).

Las inversiones se realizaron principalmente en bonos del gobierno francés con vencimiento a largo plazo.

Sin dejar de ser muy selectivos, mantuvimos nuestras inversiones en obligaciones de emisores privados con buenas calificaciones crediticias, con el fin de aprovechar el mayor rendimiento ofrecido por estos valores en comparación con los bonos del Estado. BNP Paribas Cardif, a través de su principal Fondo general, reforzó sus posiciones en bonos a largo plazo para beneficiarse del diferencial de los tipos de interés interesantes con respecto a los tipos de interés sin riesgo.

A finales de 2015, la cartera de renta fija estaba compuesta en un 54% por títulos de Estado y en un 46% por valores no gubernamentales. Estos últimos se invierten principalmente en los sectores industrial y financiero.

La calificación de la cartera de renta fija sigue siendo de muy buena calidad, con una calificación media de «A+».

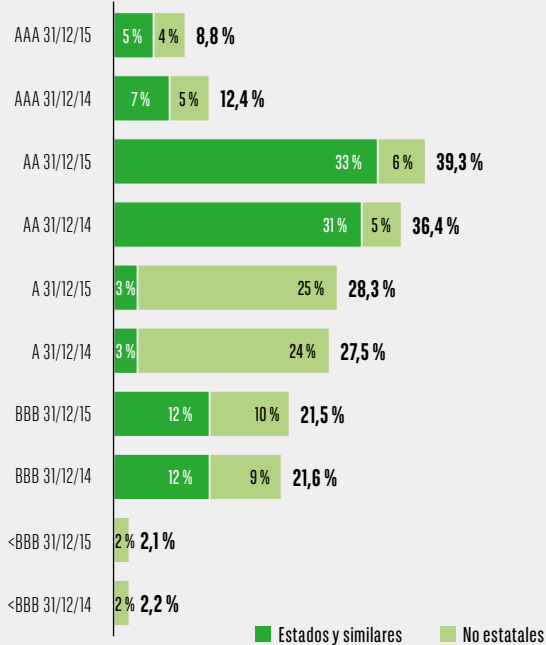
La sensibilidad al riesgo de tipos de interés de la cartera se redujo ligeramente durante el año, pasando de 5,19 a finales de 2014 a 5,15 a finales de 2015.

### EL RIESGO CREDITICIO

Sin dejar de ser muy selectivos en un mercado de deuda activo en 2015, BNP Paribas Cardif, a través de su principal Fondo general, ha seguido invirtiendo en obligaciones de emisores privados con buenas calificaciones crediticias, con el fin de aprovechar el mayor rendimiento ofrecido por estos valores en comparación con los bonos del gobierno.

En términos de riesgo de crédito, la cartera estaba compuesta en un 8,4% por títulos con calificación “AAA”, en un 38,4% por títulos con calificación “AA”, en un 29,8% por títulos con calificación “A” y en un 21,2% por títulos con calificación “BBB”. La proporción de los títulos con una calificación inferior a “BBB” y sin calificación es del 2,1%.

### Evolución de las calificaciones de la cartera de renta fija entre 2014 y 2015



### Evolución de la estructura de los valores mobiliarios de cartera del Fondo general

En millones de €	31/12/2014				31/12/2015			
	VALOR BALANCE NETO*		IMPORTE VALORIZADO*		VALOR BALANCE NETO*		IMPORTE VALORIZADO*	
Tipos fijos	66.003	76,3 %	78.149	76,6 %	68.093	75,4 %	77.960	74,6 %
Tipos variables e indexados a la inflación	5.435	6,3 %	5.951	5,8 %	6.154	6,8 %	6.610	6,3 %
Obligaciones indexadas a acciones y convertibles	1.341	1,6 %	1.595	1,6 %	1.575	1,7 %	1.822	1,7 %
Acciones y OICVM de renta variable	8.051	9,3 %	9.759	9,6 %	8.261	9,1 %	10.602	10,1 %
Inversiones alternativas	1.543	1,8 %	1.678	1,6 %	1.625	1,8 %	1.801	1,7 %
Inmobiliario	5.960	6,9 %	6.879	6,7 %	6.107	6,8 %	7.335	7,0 %
Corto plazo	-1.990	-2,3 %	-1.978	-1,9 %	-1.601	-1,8 %	-1.596	-1,5 %
Opciones	148	0,2 %	10	0,0 %	115	0,1 %	7	0,0 %
<b>Subtotal Tipos</b>	<b>70.991</b>	<b>82,1 %</b>	<b>83.799</b>	<b>82,1 %</b>	<b>74.271</b>	<b>82,2 %</b>	<b>84.776</b>	<b>81,1 %</b>
<b>Subtotal Acciones</b>	<b>9.393</b>	<b>10,9 %</b>	<b>11.354</b>	<b>11,1 %</b>	<b>9.836</b>	<b>10,9 %</b>	<b>12.424</b>	<b>11,9 %</b>
<b>TOTAL</b>	<b>86.492</b>	<b>100 %</b>	<b>102.043</b>	<b>100 %</b>	<b>90.329</b>	<b>100 %</b>	<b>104.542</b>	<b>100 %</b>

\* cupones devengados incluidos.

## PARTE 2 – GESTIÓN DE LOS ACTIVOS FINANCIEROS

A 31 de diciembre de 2015, la distribución de la exposición a los diferentes Estados era la siguiente:

Datos en millones de €	CARDIF ASSURANCE VIE		
	Calificaciones*	Valor balance neto (cupones devengados incluidos)	% Cartera de renta fija
FRANCIA	AA	18.194	25,6%
ITALIA	BBB	5.318	7,5%
BÉLGICA	AA	3.124	4,4%
ESPAÑA	BBB+	2.438	3,4%
AUSTRIA	AA+	1.512	2,1%
PAÍSES BAJOS	AAA	1.238	1,7%
IRLANDA	A-	1.290	1,8%
ALEMANIA	AAA	1.049	1,5%
PORTUGAL	BB+	181	0,3%
OTROS		2.339	3,3%
<b>Subtotal Deuda pública</b>		<b>36.683</b>	<b>51,6%</b>
<b>Subtotal Bonos corporativos</b>		<b>34.444</b>	<b>48,4%</b>
<b>TOTAL Cartera de renta fija</b>		<b>71.127</b>	<b>100 %</b>
<b>TOTAL</b>		<b>90.329</b>	

\* Calificación media de las tres agencias: Standard & Poor's, Fitch, Moody's.

A 31 de diciembre de 2015, la exposición a Portugal (BB+) era muy baja y representaba el 0,3% del total de la cartera de renta fija (en valor contable, cupones devengados incluidos). Italia y España representaban respectivamente un 7,5% y un 3,4% (en valor de balance).

### EL RIESGO INHERENTE A LAS ACCIONES

En 2015, el CAC 40 y el Eurostoxx 50 subieron un 10,92% y un 6,42% respectivamente a 31/12/2015, dividendos incluidos.

El principal Fondo general de BNP Paribas Cardif comenzó 2015 con una visión positiva sobre los mercados de renta variable, anticipando medidas por parte del Banco Central Europeo y un repunte del crecimiento, especialmente en la zona euro.

En el segundo semestre se empezaron a realizar movimientos tácticos destinados a tener en cuenta la incertidumbre acerca de la desaceleración de la economía china, su impacto en el crecimiento mundial y las perspectivas de subida de los tipos de interés en Estados Unidos.

En este sentido, a partir de finales de julio, se realizaron tomas de beneficios en el componente de renta variable sobre el 0,8% de la cartera. En agosto, el Banco Central de China sorprendió a los mercados devaluando su moneda. Ante el temor de una desaceleración más fuerte de lo esperado de la economía china, los mercados financieros cayeron más de un 15%.

Las recompras tácticas centradas en la zona euro realizadas en ese momento permitieron un aumento del componente de renta variable hasta el 10,8% del Fondo general.

Desde un punto de vista geográfico, el principal Fondo general de BNP Paribas Cardif continuó favoreciendo la zona euro, que representa el 76% de las asignaciones a renta variable, ya que muestra

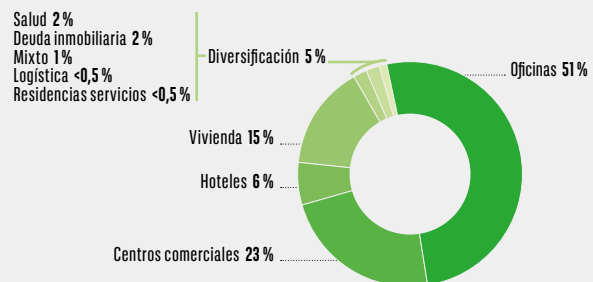
una mejor dinámica de crecimiento económico y las empresas todavía tienen potencial significativo de mejora de sus resultados.

A finales de diciembre, la ponderación de la renta variable (beta) era del 11%.

### LA EXPOSICIÓN INMOBILIARIA

A finales de diciembre de 2015, el porcentaje de los activos inmobiliarios se mantuvo estable en el 7,1% en importe valorizado.

La configuración del patrimonio, compromisos fuera de balance incluidos, es la siguiente:



En 2015, en un contexto de mercado inmobiliario con tipos históricamente bajos, la estrategia de BNP Paribas Cardif se orientó hacia:

- El desarrollo de asociaciones especializadas, sobre todo en los sectores de la sanidad y la hostelería, vehículos de oportunidades de inversión y diversificación de la cartera,
- Las inversiones selectivas dirigidas a activos que ofrecen flujos seguros e importantes volúmenes de inversión en los que los participantes son menos numerosos,
- La aceleración del arbitraje de los activos no estratégicos con el fin de aprovechar un entorno de mercado favorable.

Los nuevos compromisos ascendieron a 325 millones de euros en 2015, de los cuales 103 millones suscritos en unidades de cuenta (principalmente en el OPCI Gran Público) y comercializados por valor de 47 millones de euros.

Los demás compromisos (222 millones de euros) se desglosan principalmente de la siguiente manera: el 35% en hostelería, el 18% en activos destinados a la sanidad, el 13% en deuda inmobiliaria, el 13% en vivienda, el 10% en oficinas y el 10% en comercio. La parte asignada al componente «diversificación» ascendió al 66% de los nuevos compromisos adquiridos en 2015.

Las desinversiones ascendieron a un total de 184 millones de euros, de los cuales 123 millones de euros en cesiones de títulos de empresas y 61 millones de euros en reembolsos de inversiones mantenidas hasta el vencimiento.

## 02. FONDO GENERAL DE CARDIF VITA

En Italia, la mayor parte de los capitales gestionados está adscrita a la actividad de seguros de vida de Cardif Vita que, a 31 de diciembre de 2015, ascendieron a 18.000 millones de euros a valor de mercado.

## PARTE 2 – GESTIÓN DE LOS ACTIVOS FINANCIEROS

### 2.1. Estructura de las inversiones

Los activos se reparten en seis Fondos generales. La asignación de activos de Capital Vita, principal Fondo general de la compañía, era la siguiente a 31 de diciembre de 2015:

En millones de €	31/12/2015		
	Valor de balance (cupones incluidos)	Valor de mercado (cupones incluidos)	Proporción en valor de balance
Tipos fijos	12.225	14.308	80,1%
Tipos variables e indexados a la inflación	992	1.019	6,5%
Soporte Acciones (directo e indirecto)	1.355	1.622	8,9%
Alternativos	153	155	1,0%
Inmobiliario	107	110	0,7%
Corto plazo	432	432	2,8%
<b>Total Bonos y corto plazo</b>	<b>13.648</b>	<b>15.759</b>	<b>89,4%</b>
<b>Total Acciones</b>	<b>1.508</b>	<b>1.777</b>	<b>9,9%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>15.264</b>	<b>17.646</b>	<b>100%</b>

### 2.2. Gestión de cartera

#### MERCADOS DE RENTA VARIABLE

Los mercados de renta variable en Europa mostraron comportamientos bastante dispares. El EuroStoxx 50 se revalorizó ligeramente (+7,3% con dividendos reinvertidos) en 2015, mientras que el índice italiano FTSE MIB avanzó un 15,9% (con dividendos reinvertidos) en el mismo periodo. El índice S&P retrocedió ligeramente (-1,4% en USD con dividendos reinvertidos), mientras que el índice MSCI Emerging Markets tuvo un año difícil con un descenso cercano al 14,3% (en USD con dividendos reinvertidos).

La gestión del componente de renta variable se centró principalmente en el aumento de la diversificación de los soportes, mediante la inversión en fondos de inversión alternativos y fondos de capital riesgo. Por otra parte, se tomó la decisión de reducir la ponderación de las inversiones directas en acciones a favor de los fondos de renta variable de gestión activa. La distribución geográfica no experimentó cambios significativos en 2015.

A finales de 2015, la renta variable (incluidos los bonos convertibles) representaba el 9,9% del patrimonio del fondo (en valor contable), lo que supuso un claro aumento (+2%) durante el ejercicio. Teniendo asimismo en cuenta la captación neta registrada en el Fondo general, se produjo un aumento significativo (400 millones de euros) de las compras netas en el componente de renta variable. En total, el 45% de las posiciones se mantenían en forma de fondos de gestión activa (fondos de renta variable, bonos convertibles, alternativos y capital riesgo), el 36% a través de ETF y el 19% restante en forma de líneas directas (únicamente renta variable europea).

#### MERCADOS DE RENTA FIJA

En el ejercicio 2015, los rendimientos de la deuda pública italiana a 10 años (BTP) disminuyeron muy ligeramente, pasando del 1,75% al 1,59%, en un entorno de gran volatilidad de los mercados de renta fija en comparación con 2014.

En particular, en el segundo semestre asistimos a un comportamiento

excepcional de Italia, tanto con respecto a los países «centrales» de Europa como a los otros países periféricos (España y Portugal).

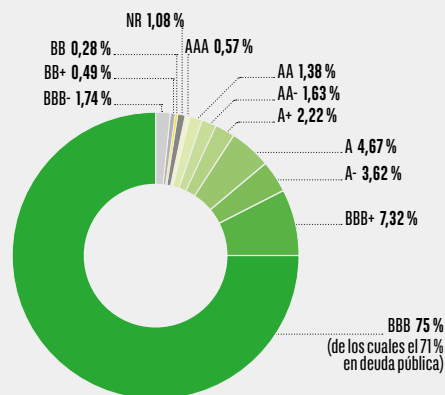
La política de inversión de Capital Vita consistió, en primer lugar, en seguir reduciendo la ponderación de la deuda pública italiana que en 2015 tan solo representaba el 28% de las compras netas de títulos de renta fija y, en segundo lugar, en reforzar los títulos «corporativos» con calificación investment grade y vencimientos a largo plazo para contribuir a la sensibilidad y evitar los bajos rendimientos de los vencimientos a corto y medio plazo.

A finales de 2015, el componente de renta fija adquirida directamente estaba compuesto en un 74,5% por títulos de deuda soberana y similares (de los cuales cerca de un 71% en Italia), y en un 25,5% por títulos «no soberanos». La proporción de los valores de tipo fijo se mantuvo bastante estable, en torno al 80%. Los valores de tipo variable se mantuvieron estables (6,5%), pero las indexaciones a los tipos a largo plazo (CMS a 10 años) se vieron favorecidas en los arbitrajes de indexación frente a los tipos a corto plazo (Euribor). El componente de inversiones a corto plazo (vencimiento inferior a un año) se redujo del 4,6% al 2,8%.

Además de estos movimientos, la gestión de Capital Vita lanzó una política de diversificación que combina instrumentos de renta fija tradicionales, fondos de bonos de alto rendimiento y fondos de deuda de países emergentes. Estas inversiones complementan los activos convencionales al ofrecer cierta descorrelación junto a una rentabilidad atractiva. Su ponderación en la cartera es todavía pequeña pero va en aumento (menos del 3% de la cartera).

La sensibilidad a los tipos de los activos totales se mantuvo bastante estable en 5,70 (5,79 a 31 de diciembre de 2014) durante el ejercicio. El calendario de vencimientos fue objeto de una ligera reducción en los vencimientos más próximos y se reforzó en los vencimientos más largos. En materia de riesgo de crédito, la cartera estaba compuesta principalmente (75%) por títulos con calificación «BBB», a causa de la ponderación preponderante de Italia, en un 10,5% por títulos con calificación «A», en un 3,0% por títulos con calificación «AA» y en un 0,6% por títulos con calificación «AAA», así como en un 7,3% por títulos con calificación «BBB+», en un 1,7% por títulos con calificación «BBB-», y solamente en 0,8% por títulos con calificación «BB» (ningún valor con una calificación inferior). La calificación media era «BBB».

#### Desglose de la cartera de renta fija por calificación del emisor a 31 de diciembre de 2015



## PARTE 3 – RESULTADOS DEL EJERCICIO

### 01. RESULTADO SOCIAL DE BNP PARIBAS CARDIF

El resultado social en formato bancario de la sociedad de cartera BNP Paribas Cardif presenta el siguiente desglose:

Datos en millones de €	31/12/2014	31/12/2015	Variación 2014/2015
<b>Ingresos</b>	448	630	41%
Dividendos	601	768	28%
Gastos de financiación de las filiales	-61	-72	19%
Pérdidas/Beneficios de cambio	2	-0	NA
Margen financiero	-83	-73	-12%
incluyendo:			
Ingresos por intereses en títulos de deuda subordinada suscritos	59	66	11%
Gastos por intereses en títulos de deuda subordinada emitidos	-142	-139	-2%
Otros ingresos	-12	7	NA
Gastos de las demás actividades	-144	-155	8%
Resultados no recurrentes	-73	-220	NA
Impuestos	1	-5	NA
<b>RESULTADO NETO</b>	<b>232</b>	<b>250</b>	<b>8%</b>

Los **ingresos** aumentaron de 448 millones de euros en 2014 a 630 millones de euros en 2015, es decir, un aumento de 182 millones de euros.

Dicha variación se debe a los elementos siguientes:

- **El aumento de los dividendos** recibidos por importe de 167 millones de euros, registrado en las entidades francesa e italiana.
  - En Francia, el aumento se debió a Cardif Assurance Vie (+185 millones de euros) debido a la reducción de la prima de emisión de esta entidad, cobrada en diciembre de 2015.
  - En Italia, la reducción del dividendo de Cardif Vita Assicurazioni (-50 millones de euros) obedeció al pago excepcional recibido en 2014, correspondiente al resultado de 2013 que se había beneficiado del buen comportamiento de los mercados financieros.
- El aumento de los dividendos quedó parcialmente compensado por el **incremento de 11 millones de euros de los gastos de préstamos de financiación y cobertura cambiaria**, principalmente relacionado con la evolución de las coberturas de China, Chile, India y Corea.
- **El aumento del margen financiero de 10 millones de euros** se debe principalmente a dos elementos.
  - Por una parte, los ingresos derivados de la deuda subordinada de BNP Paribas Cardif aumentaron 7 millones de euros tras la suscripción de las emisiones de sus filiales Cardif Assurance Vie (270 millones de euros) y Cardif Luxembourg Vie (16 millones de euros) a finales de 2014.
  - Por otra parte, la reestructuración de la deuda emitida por BNP Paribas Cardif, llevada a cabo a finales de 2014 (emisión de 1.000 millones en el mercado de Luxemburgo, reembolso anticipado de 436 millones de euros, acuerdos complementarios sobre las otras deudas), junto a la caída del Euribor a 3 meses, permitió reducir la

carga financiera en 3 millones de euros, a pesar de un aumento de 564 millones de euros de la base media emitida.

La plusvalía de cesión (14,4 millones de euros) de las entidades tailandesas es la razón principal de la evolución de las otras partidas de ingresos.

**Las partidas no recurrentes** corresponden en 2015 a unos gastos totales de 220 millones de euros debido a la provisión para la entidad neerlandesa de BNP Paribas Cardif.

Por tanto, el **resultado neto social de BNP Paribas Cardif** a finales de diciembre de 2015 ascendía a 250 millones de euros, frente a 232 millones de euros en 2014.

### 02. PATRIMONIO PROPIO Y APLICACIÓN DEL RESULTADO

#### 2.1. Aplicación del resultado

Resultado de 2015	250.432.502,49
Utilidades no distribuidas de ejercicios anteriores	129.862,17
Importe distributable	250.562.364,66
Dividendo (4,01 € x 62.482.938 acciones)	250.556.581,38
Utilidades no distribuidas	5.783,28

El Consejo de administración propone distribuir en forma de dividendo un importe de 250.556.581,38 euros, lo que representa un dividendo por acción de 4,01 euros, y asignar el resto a utilidades no distribuidas, es decir, 5.783,28 euros.

De conformidad con las disposiciones del artículo 243bis del Código General Tributario francés, cabe señalar que la totalidad del dividendo propuesto puede beneficiarse de la deducción del 40% que gozan las personas físicas con domicilio fiscal en Francia, prevista en el artículo 158-3 del Código General Tributario.

Se recuerda que el dividendo neto por acción de los tres últimos ejercicios ascendió a:

- 7,40 € en el ejercicio 2012,
- 1,19 € en el ejercicio 2013,
- 3,71 € en el ejercicio 2014.

## PARTE 3 – RESULTADOS DEL EJERCICIO

### 2.2. Resultado consolidado de BNP Paribas Cardif

#### 2.2.1. Contribución a las cuentas consolidadas del Grupo BNP Paribas en fondos propios normativos y con arreglo a las NIIF (Véase la siguiente tabla)

Con perímetro y tipos de cambio constantes, el **Producto Neto Bancario** aumenta 112 millones de euros con respecto a 2014 para situarse en 2.284 millones de euros:

- **Efecto mercados: +10 millones de euros** derivados de la revalorización de los activos financieros con arreglo a las NIIF gracias a unos mercados más favorables en 2015.
- **Francia: +94 millones de euros** debido principalmente a un aumento del margen consolidado que se aplica a los contratos en euros. El aumento de los activos y las reservas también ha permitido compensar el descenso relativo de la rentabilidad financiera y una carga de siniestralidad ascendente en 2015 sobre la protección.
- **Internacional: -22 millones de euros**
  - **América Latina: +15 millones de euros**, impulsada sobre todo por los buenos resultados de Argentina, Brasil y Chile.
  - **Asia: -3 millones de euros**: el impacto positivo del crecimiento de los activos en ahorro en Taiwán se vio contrarrestado por la disminución en 2015 de ciertos márgenes operativos en Corea y Japón.
  - **Italia: +12 millones de euros**, debido principalmente a los resultados financieros de ahorro y al aumento de la actividad de previsión individual.
  - **Otras partidas: -46 millones de euros**. La mayor parte de esta disminución se registró en el Reino Unido debido a la alta siniestralidad derivada de las inclemencias climatológicas sufridas en diciembre de 2015 junto con el plan de reposicionamiento de la actividad.
- **Partidas no recurrentes: +28 millones de euros** debido principalmente a la plusvalía materializada sobre la enajenación de la actividad en Tailandia de BNP Paribas Cardif.

Con perímetro y tipos de cambio constantes, los **gastos generales** aumentan 59 millones de euros con respecto a 2014 para situarse en 1.139 millones de euros:

En el perímetro «**Corporativo y actividad en Francia**», el **aumento de 32 millones de euros**, lo que representa un +6%, se explica por la implementación de un programa de actualización de los sistemas de información, así como por el despliegue de una misión específica dedicada al tratamiento de los contratos de seguros de vida no abonados. A ello se añade un aumento en el coste de las operaciones para mejorar la calidad del servicio prestado y dar respuesta a los importantes volúmenes de actividad en la gestión de los contratos de seguros de protección de pagos.

No obstante, este aumento de los gastos generales se vio limitado por la reducción de los costes de las actividades de back office subcontratadas a BP2S.

- **A nivel internacional, los gastos generales aumentaron 36 millones de euros:**
  - **En América Latina, el aumento de 12 millones de euros**, lo que representa un 11%, se debe principalmente al crecimiento de la actividad.
  - **En Asia, el aumento de 4 millones de euros**, lo que representa un +5%, estuvo impulsado por Taiwán y Japón.
  - **En Italia, el aumento de 5 millones de euros**, lo que representa un +8%, se explica por el refuerzo del apoyo al personal comercial así como por el plan de actualización de los sistemas de información.
  - **Para los demás países, el aumento de 15 millones de euros** se observó principalmente en el Reino Unido debido a la dotación de una provisión para reposicionamiento a pesar de la reducción de los costes operativos de funcionamiento.

#### Contribución al resultado consolidado al respecto de las NIIF y patrimonio propio normativo

NIIF en millones de €	Perímetro y tipos de cambio históricos			Perímetro y tipos de cambio constantes		
	2014 Diciembre	2015 Diciembre	Variación 2015/2014	2014 Diciembre	2015 Diciembre	Variación 2015/2014
Producto Neto Bancario	2.180	2.303	5,7%	2.172	2.284	5,1%
Gastos generales	-1.081	-1.160	7,3%	-1.080	-1.139	5,5%
<b>Resultado bruto de explotación</b>	<b>1.099</b>	<b>1.143</b>	<b>4,0%</b>	<b>1.093</b>	<b>1.144</b>	<b>4,7%</b>
Otros elementos del resultado	115	152	32,5%	116	152	30,3%
<b>Resultado neto antes de impuestos</b>	<b>1.214</b>	<b>1.295</b>	<b>6,8%</b>	<b>1.209</b>	<b>1.296</b>	<b>7,2%</b>
Coefficiente de explotación	49,6%	50,4%		49,7%	49,9%	
<b>RONE</b>	<b>19,3%</b>	<b>19,2%</b>		<b>19,1%</b>	<b>19,2%</b>	
<b>PPE (Dotación - / Exceso de provisión +)</b>	<b>-611</b>	<b>-614</b>		<b>-611</b>	<b>-614</b>	
<b>Efecto mercados</b>	<b>80</b>	<b>90</b>		<b>80</b>	<b>90</b>	



## PARTE 3 – RESULTADOS DEL EJERCICIO

• En lo referente a los gastos de fideicomiso a nivel de Grupo (en asignación analítica), se observa una **reducción de 9 millones de euros**, debido sobre todo a la disminución de la contribución de la actividad Aseguradora del Grupo BNP Paribas al impuesto sistémico bancario.

**Las otras partidas del resultado**, que incluyen esencialmente los resultados de las empresas puestas en equivalencia, **aumentaron 36 millones de euros** en comparación con 2014, situándose en 152 millones de euros:

La principal entidad puesta en equivalencia es AG Insurance (en un 25%) y su contribución asciende a 128 millones de euros. La evolución global se debe principalmente a los buenos resultados de las empresas conjuntas de BNP Paribas Cardif en India y Taiwán, así como a partidas no recurrentes que se incluyeron en el ejercicio 2014 (depreciación acelerada de activos intangibles, provisiones, etc.)

Por último, el **resultado neto antes de impuestos** ascendió a **1.296 millones de euros**, lo que representa un +7,2% en comparación con 2014, con perímetro y tipos de cambio constantes.

### 2.2.2. Paso de la contribución a las cuentas consolidadas del Grupo BNP Paribas conforme a las NIIF a las cuentas consolidadas de BNP Paribas Cardif conforme a las normas francesas

*(Véase el siguiente histograma)*

### 2.2.3. Resultado consolidado conforme a las normas francesas

*(Véase la tabla página 38)*

El resultado neto antes de impuestos ascendió a **782 millones de euros** y aumentó **6 millones de euros**, lo que representa un +0,8%, con los siguientes componentes:

- El resultado de explotación corriente se redujo ligeramente (**-1,7 millones de euros**), mostrando variaciones diferenciadas:
  - El resultado de explotación corriente de las entidades de seguros aumentó **9,3 millones de euros** como consecuencia del crecimiento de las reservas técnicas (+6,4%) y del volumen de negocios adquirido (+5%), a pesar de un incremento de la siniestralidad y un descenso del rendimiento financiero.
  - El resultado de explotación corriente de las demás actividades se redujo **11 millones de euros** debido a los mayores costes de la cobertura frente al riesgo.

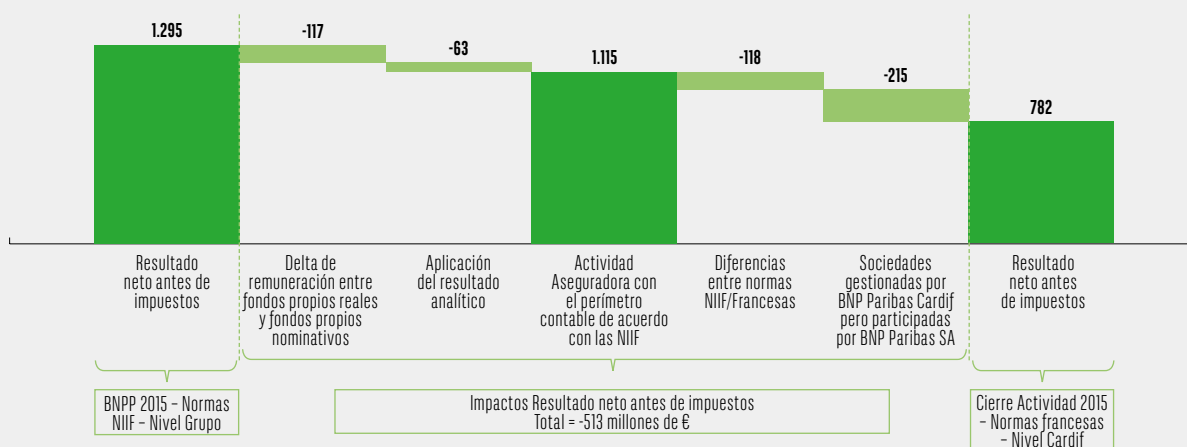
• Los otros ingresos netos y el resultado extraordinario contribuyen en **-2,7 millones de euros**. El reposicionamiento de la actividad de BNP Paribas Cardif en el Reino Unido requirió una provisión para reestructuración así como depreciaciones de activos por valor de 25 millones de euros, lo que fue principalmente compensado por la plusvalía materializada en 2015 sobre la venta de las actividades de Cardif en Tailandia.

• El resultado de las sociedades puestas en equivalencia aumentó significativamente **10,7 millones de euros**. Esta evolución favorable estuvo impulsada por las empresas conjuntas de BNP Paribas Cardif, en India con SBI y en Taiwán con TCOB, cuyos activos en ahorro crecieron de forma significativa (+21% y +11% respectivamente).

• El gasto fiscal ascendió a **391 millones de euros**.

El resultado neto atribuible al Grupo ascendió a **391 millones de euros**, lo que representa un descenso del 3,4% en el ejercicio 2015.

### Contribución de la actividad Aseguradora del Grupo BNP Paribas (NIIF) a las Cuentas consolidadas de BNP Paribas Cardif (normas francesas)



## PARTE 3 – RESULTADOS DEL EJERCICIO

### Resultado consolidado al respecto de la normas franceses

En millones de €	2014	2015	Variación	%
Primas emitidas	21.104,5	22.126,1	1.021,6	5%
Primas devengadas y volumen de negocios de las demás actividades	21.037,0	22.128,9	1.091,8	5,2%
Otros ingresos y gastos de explotación excluidos los gastos de gestión	-15.848,5	-16.620,5	-772,0	4,9%
Gastos de gestión	-4.427,7	-4.749,3	-321,6	7,3%
<b>Resultado de actividades ordinarias</b>	<b>760,8</b>	<b>759,1</b>	<b>-1,7</b>	<b>-0,2%</b>
Otros ingresos netos y resultados extraordinarios	-9,7	-12,4	-2,7	27,9%
Impuestos sobre resultados	-370,6	-391,4	-20,9	5,6%
<b>Resultados netos de las sociedades consolidadas</b>	<b>380,5</b>	<b>355,2</b>	<b>-25,3</b>	<b>-6,6%</b>
Participación en los resultados de las sociedades puestas en equivalencia	40,5	51,2	10,7	26,5%
Amortización de fondo de comercio	-15,5	-15,8	-0,3	1,9%
<b>Resultado neto del perímetro consolidado</b>	<b>405,5</b>	<b>390,6</b>	<b>-14,9</b>	<b>-3,7%</b>
Intereses minoritarios	-0,2	0,8	0,9	-528,6%
<b>Resultado neto – Atribuible al Grupo</b>	<b>405,3</b>	<b>391,4</b>	<b>-13,9</b>	<b>-3,4%</b>
<b>Resultado neto antes de impuestos</b>	<b>776,1</b>	<b>782,1</b>	<b>6,0</b>	<b>0,8%</b>

## PARTE 4 – LA SOLVENCIA DE BNP PARIBAS CARDIF

### 01. SOLVENCIA I

#### 1.1. Margen de solvencia de BNP Paribas Cardif

Por ley (artículos R334-17 y A334-1 del Código de Seguros francés), las compañías de seguros deben disponer de un nivel de fondos propios suficiente para cubrir un margen de solvencia definido en función de sus compromisos.

El margen de solvencia consolidado de BNP Paribas Cardif ascendía a 6.125 millones de euros a 31 de diciembre de 2015, según la aplicación del artículo R334-13 del Código de Seguros.

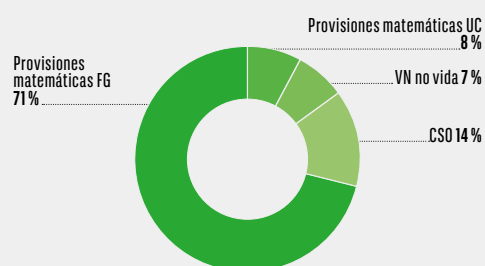
En ahorro, se basa en las provisiones matemáticas de los contratos en euros y en unidades de cuenta.

En protección, se basa en los capitales en riesgo (en el caso del ramo de vida) y en el volumen de negocios (en el caso del ramo de no vida).

Si se compara con el margen de solvencia consolidado a finales de 2014, que ascendió a 5.734 millones de euros, se aprecia un incremento de 391 millones de euros. Dicho aumento está relacionado con el crecimiento de la actividad de ahorro en el Fondo general (+264 millones de euros) así como en protección (+128 millones de euros).

(Véase la siguiente tabla)

Por último, la distribución de la necesidad de margen de solvencia (NMS) por riesgos con arreglo a Solvencia I era la siguiente:



#### 1.2. Cobertura del margen de solvencia de BNP Paribas Cardif

En diciembre de 2015, la política de gestión de la solvencia de BNP Paribas Cardif llevó a reducir los fondos propios de BNP Paribas Cardif a través de la distribución de una prima de emisión por importe de 352 millones de euros. Al mismo tiempo, y con el fin de cubrir las necesidades de margen de solvencia de BNP Paribas Cardif, Cardif Assurance Vie emitió un préstamo subordinado reembolsable de 182 millones de euros totalmente suscrito por par BNP Paribas SA.

Se debe a la cobertura del margen de solvencia siguiente:

Como complemento de los fondos propios consolidados de 3.456 millones de euros, BNP Paribas Cardif se beneficia de préstamos y títulos subordinados por un importe de 3.063 millones de euros, así como de provisiones técnicas aceptadas reglamentariamente por un importe de 1.373 millones de euros.

Teniendo en cuenta los intereses minoritarios de 37 millones de euros, los elementos de cobertura ascenderían a 7.929 millones de euros. Por otra parte, se deducen elementos de la cobertura. Se trata de los activos intangibles y de las diferencias de adquisición, así como de la parte de los gastos de adquisición diferidos no admitidos como cobertura de los compromisos reglamentados por un valor total de -848 millones de euros.

En total, los elementos de cobertura de los requisitos de margen de solvencia, tras la aplicación del resultado, tal y como se propuso a la Junta General de Accionistas, ascendían a 7.081 millones de euros, lo que supone una cobertura del 115,6% (excluidas las plusvalías o minusvalías latentes) de acuerdo al método reglamentario.

(Véase la tabla página 40)

#### Margen de solvencia de BNP Paribas Cardif

Datos en millones de €	2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	VAR. 2015/2014
Ahorro Euro (con valor de rescate garantizado)	2.229	2.979	3.538	3.612	3.828	4.092	4.324	6%
Ahorro en unidades de cuenta	303	362	365	391	399	438	470	7%
Protección	738	930	1.022	1.038	1.175	1.204	1.332	11%
<b>TOTAL</b>	<b>3.271</b>	<b>4.272</b>	<b>4.925</b>	<b>5.040</b>	<b>5.401</b>	<b>5.734</b>	<b>6.125</b>	<b>7%</b>

## PARTE 4 – LA SOLVENCIA DE BNP PARIBAS CARDIF

### Elementos de cobertura de BNP Paribas Cardif requerido por Solvencia

DATOS DE DICIEMBRE DE 2015 EN MILLONES DE €

#### Elementos de cobertura

Excluidas las plusvalías latentes 7.081

Incluidas las plusvalías latentes tras reparto de beneficios 9.436

Cuantía mínima del margen de solvencia 6.125

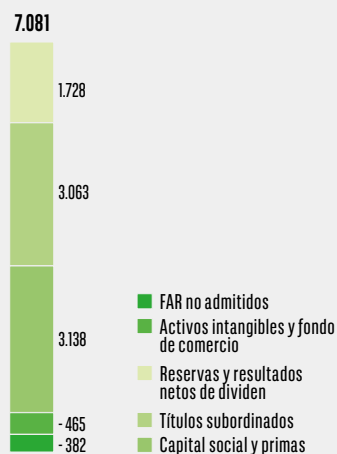
#### Ratio de solvencia

Excluidas las plusvalías latentes 116 %

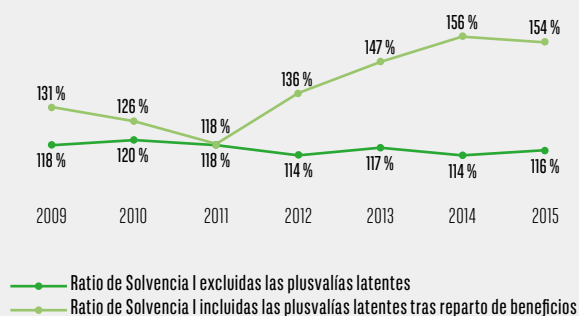
Incluidas las plusvalías latentes tras reparto de beneficios 154 %

Excluidas las plusvalías latentes y otros elementos a deducir (FAR) 122 %

A 31 de diciembre de 2015, la distribución de los elementos de cobertura de la necesidad de margen de solvencia con arreglo a Solvencia I era la siguiente:



Y la evolución durante los últimos siete años del ratio de Solvencia I es la siguiente:



Estos elementos de cobertura, tras la aplicación del resultado y sin incluir los gastos de adquisición diferidos no admitidos como cobertura de los compromisos reglamentados ascendían a 7.464 millones de euros, lo que supone una cobertura del 121,9% (excluidas las plusvalías o minusvalías latentes) de acuerdo al método económico.

## PARTE 5 – ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Balance al 31 de diciembre 2015 (antes de la distribución) (en millones de €)

ACTIVO	31.12.2015	31.12.2014
Fondo de comercio	174,6	185,7
Activos intangibles	290,8	365,6
Inversiones de las compañías de seguros	126.657,2	119.511,6
- Terrenos y construcciones	5.032,1	5.017,0
- Inversiones en empresas vinculadas y en empresas con las que existe un vínculo de participación	4.064,9	3.656,1
- Otras inversiones	117.560,2	110.838,6
Inversiones que representan los compromisos en UC	38.781,2	36.276,7
Inversiones de las demás empresas	241,0	365,7
Títulos puestos en equivalencia	580,9	576,3
Participación de los reaseguradores y retrocesionarios en las provisiones	3.053,3	2.899,8
Créditos por operaciones de seguro y reaseguro	1.115,8	1.242,6
Créditos sobre entidades del sector bancario	1.317,6	964,8
Otros créditos	1.740,9	1.482,7
Otros activos	23,0	22,9
Cuentas de regularización del activo	3.415,0	3.422,2
- Costes de adquisición diferidos	1.370,9	1.335,5
- Otros	2.044,1	2.086,7
Diferencias de conversión	-	-
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>177.391,4</b>	<b>167.316,4</b>

PASIVO	31.12.2015	31.12.2014
Fondos propios del Grupo	3.707,0	3.920,1
- Capital social	150,0	150,0
- Primas	2.988,3	3.340,5
- Reservas consolidadas	177,3	24,3
- Resultado del ejercicio	391,4	405,3
Intereses minoritarios	37,4	36,5
Pasivos subordinados	3.084,7	2.902,6
Provisiones técnicas brutas	115.280,0	108.584,3
- Provisiones técnicas Vida	111.553,1	104.890,0
- Provisiones técnicas No vida	3.726,9	3.694,3
Provisiones técnicas de los contratos en UC	39.414,1	36.856,7
Provisiones para riesgos y gastos	212,2	196,8
Deudas por operaciones de seguro y reaseguro	3.226,8	3.248,4
Deudas con entidades del sector bancario	10.423,9	9.966,6
Otras deudas	1.602,9	1.398,3
Cuentas de regularización del pasivo	397,7	206,1
Diferencias de conversión	4,6	0,0
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>177.391,4</b>	<b>167.316,4</b>

## PARTE 5 – ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Estados consolidados de resultados (en millones de €)

	Actividades Seguros no vida	Actividades Seguros vida	Actividades bancarias	Otras actividades	31.12.2015	31.12.2014
Primas emitidas	2.931,3	19.194,8			22.126,2	21.104,6
Variación de las primas no devengadas	-57,2	-			-57,2	-88,1
<b>Primas devengadas</b>	<b>2.874,1</b>	<b>19.194,8</b>	-	-	<b>22.069,9</b>	<b>21.016,5</b>
Volumen de negocio o ingresos de las demás actividades				60,0	60,0	20,6
Otros ingresos de explotación	11,9	306,4			318,2	274,2
Ingresos financieros netos de gastos	153,5	5.980,5		-141,0	5.992,9	6.405,7
<b>Total Ingresos de explotación corrientes</b>	<b>3.039,4</b>	<b>25.481,7</b>	-	<b>-81,0</b>	<b>28.440,2</b>	<b>27.717,0</b>
Gastos de prestaciones de seguro	-1.066,9	-21.821,5			-22.888,4	-22.496,8
Gastos o ingresos netos de las cesiones en reaseguro	-59,8	16,4			-43,4	-31,7
Gastos de las demás actividades				-229,1	-229,1	-185,6
Gastos de gestión	-1.733,2	-2.787,2		0,2	-4.520,2	-4.242,1
<b>Total Gastos de explotación corrientes</b>	<b>-2.859,8</b>	<b>-24.592,4</b>	-	<b>-228,9</b>	<b>-27.681,1</b>	<b>-26.956,2</b>
<b>RESULTADO DE ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	<b>179,6</b>	<b>889,4</b>	-	<b>-310,0</b>	<b>759,1</b>	<b>760,8</b>
Otros ingresos netos					-3,6	9,1
Resultado extraordinario					-8,8	-18,8
Impuestos sobre resultados					-391,4	-370,6
<b>RESULTADO NETO DE LAS SOCIEDADES CONSOLIDADAS</b>					<b>355,2</b>	<b>380,5</b>
Participación en los resultados de las sociedades puestas en equivalencia					51,2	40,5
Amortización de fondo de comercio					-15,8	-15,5
<b>RESULTADO NETO DEL PERÍMETRO CONSOLIDADO</b>					<b>390,6</b>	<b>405,5</b>
Intereses minoritarios					0,8	-0,2
<b>RESULTADO NETO (ATRIBUIBLE AL GRUPO)</b>					<b>391,4</b>	<b>405,3</b>
Resultado por acción (en euros)					6,26	6,49
Resultado diluido por acción (en euros)					6,26	6,49



## PARTE 6 – RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

**BNP Paribas Cardif contribuye a la memoria de RSE del Grupo BNP Paribas en sus diversos aspectos.** Por ejemplo, en el Grupo y en algunas implantaciones de BNP Paribas Cardif se recogen cerca de cuarenta indicadores medioambientales (energía consumida en los edificios, kilómetros recorridos en desplazamientos profesionales, residuos, consumo de papel, etc.). BNP Paribas Cardif también informa sobre ciertos indicadores sociales y societarios (por ejemplo, sobre los programas de patrocinio de competencias en materia de educación financiera, acciones de voluntariado, etc.). Más allá de estas informaciones cuantitativas, BNP Paribas Cardif también envía anualmente a la Delegación RSE del Grupo un balance de las acciones de RSE implementadas durante el último año.

En un marco normativo cada vez más restrictivo y, aunque no esté sujeta oficialmente a la ley Grenelle II\*, BNP Paribas Cardif implementó en 2014 una herramienta y procesos que permiten estructurar sus informes de RSE y comunicar voluntariamente sus acciones en la materia.

A continuación se ofrecen algunos datos cualitativos y cuantitativos sobre los cuatro pilares de la política de desarrollo sostenible BNP Paribas Cardif:

### PILAR CÍVICO

BNP Paribas Cardif realiza acciones de mecenazgo de competencias en favor de la educación económica y financiera de un público joven sobre el tema de la iniciación al emprendimiento. Asimismo, se llevan a cabo acciones de solidaridad en torno a los temas de la salud, la discapacidad o el medio ambiente con carácter anual. Estas acciones refuerzan a diario los vínculos con nuestros socios. En 2015, 4.200 personas se beneficiaron de un programa de educación económica y financiera.

### PILAR SOCIAL

BNP Paribas Cardif se compromete a desarrollar una gestión comprometida y leal de los recursos humanos en el marco de un diálogo social de calidad. En 2015, se firmaron cerca de diez acuerdos colectivos en los diferentes países en los que BNP Paribas Cardif está presente sobre diferentes temas (remuneración, organización del tiempo de trabajo, igualdad, etc.). BNP Paribas Cardif tiene alrededor de **1.600 nuevos empleados**, además de una activa movilidad a nivel interno.

La formación profesional es un factor estratégico del desarrollo de BNP Paribas Cardif. Su objetivo es desarrollar las competencias de los empleados, fomentar la profesionalidad y garantizar la eficacia de sus prácticas profesionales. En 2015 se impartieron más de **220 000 horas de formación** al 93% de los empleados.

Anualmente, los empleados son invitados a responder a la encuesta interna Global People Survey (GPS). En 2015 la tasa de participación fue del 80%. Las siguientes puntuaciones siguen aumentando: diversidad (+6 puntos), eficiencia operativa (+4 puntos), información y comunicación (+5 puntos), carreras (+6 puntos).

### PILAR MEDIOAMBIENTAL

En 2015, BNP Paribas Cardif emitió 1,27 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente por ETC, lo que representa un 2,4% más en comparación con las emisiones de 2014.

Este ligero incremento se debe principalmente a la mejora de la fiabilidad y exhaustividad de los datos de los informes.

Las emisiones de CO<sub>2</sub> de la empresa proceden del consumo energético de los edificios: iluminación, aire acondicionado y desplazamientos profesionales en avión, tren y coche de todas las filiales de BNP Paribas Cardif.

### PILAR ECONÓMICO / PRODUCTOS

Con el fin de proseguir nuestra iniciativa de ofrecer accesibilidad a nuestros productos al mayor número posible de personas, en 2015 volvimos a implementar numerosas acciones.

Hemos optado por destacar dos de ellas:

- En Corea, Cardif Assurance Vie Korea amplía el acceso a los seguros para las personas mayores (61-80 años) con enfermedades crónicas (diabetes, hipertensión), y lanza su programa Silver Cancer Assurance. Este producto se puede renovar cada 10 años hasta alcanzar la edad de 100 años.
- En Chile, en colaboración con la Caja de los Andes, BNP Paribas Cardif Seguros Generales lanzó en 2015 un seguro dirigido a las poblaciones desfavorecidas (con ingresos mensuales medios de unos 650 euros). Este seguro de muerte accidental es de bajo coste (530 pesos chilenos, equivalente a aproximadamente 0,65 céntimos de euro) y ofrece una cobertura de alrededor de 16.500 euros en caso de siniestro.

\* El personal está adscrito a la AIE y no a BNP Paribas Cardif.

## PARTE 7 – NUESTRAS IMPLANTACIONES

### ZONAS

#### AMÉRICA LATINA

##### Francisco Valenzuela

+56 2 370 4800  
Vitacura 2771  
Santiago del Chile - Chile

#### ASIA

##### Vincent Sussfeld

+852 2825 1982  
Three Exchange Square -  
8 Connaught Place -  
Central -  
Hong Kong

#### EUROPA CONTINENTAL

##### Pier-Paolo Dipaola

+33 1 41 42 48 35  
8, rue du Port  
92728 Nanterre Cedex  
- Francia

#### EUROPA CENTRAL

##### Zdenek Jaros

+420 296 368 880  
Rotenturmstr. 16 - 18  
a-1010  
Viena - Austria

#### PENÍNSULA IBÉRICA

##### Cecilia Boned Lloveras

+34 915 66 00 35  
Calle Ribera del Loira, 28  
28042 Madrid - España

#### EUROPA DEL NORTE Y MERCADOS

##### EMERGENTES

##### Alexandre Draznieks

+33 1 41 42 41 36  
8, rue du Port  
92728 Nanterre Cedex  
- Francia

#### BÉLGICA, PAÍSES BAJOS, ICARE

##### Nadège Gaspard

+33 1 41 42 82 99  
8, rue du Port  
92728 Nanterre Cedex  
- Francia

### AMÉRICA LATINA

#### ARGENTINA

##### Gustavo Cicinelli

+54 11 43 16 42 00  
Av Alicia Moreau  
de Justo, 170  
1107 Buenos Aires

#### BRASIL

##### Adriano Romano

+55 11 22 46 90 00  
Rua Campos Bicudo  
98-4º Andar  
04536 - 010 São Paulo

#### CHILE

##### Alessandro Deodato

+562 237 049 54  
Vitacura 2771  
Santiago del Chile

#### COLOMBIA

##### Jorge Hernandez

+517 744 40 40  
Carrera 7ma 75-66  
Piso 10  
Bogotá

#### MÉXICO

##### Nicole Reich de Polignac

+52 55 22 82 20 00  
Paseo de las Palmas  
n°425 Piso 14  
Miguel Hidalgo  
11000 México

#### PERÚ

##### Daniel Weis

+515623704800  
Avenida Canaval  
Moreyra 380  
Lima

### ASIA

#### CHINA

##### Elsa Lee

+886 2 6607 8668  
Room 2023C, China  
World Tower, No.1  
Jianguomenwai Avenue,  
Chaoyang District,  
Pekín, 100004

##### Guillaume Rochigneux

+861 0 6521 6780  
Room 2023C, China  
World Tower, No.1  
Jianguomenwai Avenue,  
Chaoyang District,  
Pekín, 100004

#### COREA DEL SUR

##### Jean-Christophe Darbes

+82 2-3788-8803  
Namdaemunro 5-ga -  
Jung-Gu  
Seúl

#### INDIA

##### Arijit Basu

+91 22 56 39 20 11  
Sbi Life, Natraj Building,  
Mv Road & Western  
Express Highway  
Junction  
Mumbai 400069

##### Vivien Berbigier

+91 88 79 20 77 55  
2nd Floor Turner  
Morrison Building - 16  
Bank Street  
400023 Fort Mumbai

#### JAPÓN

##### Yasunori Kume

+81 3 6415 6499  
20-1 Sakuragaoka-Cho -  
Shibuya-Ku  
150-0031 Tokio

#### TAIWÁN

##### Polly Wang

+81 3 6415 6499  
80F, Taipie 101 Tower,  
No.7, Xinyi Road, Sec. 5,  
Xinyi Dist.  
Taipei

#### VIETNAM

##### Lai Yin Yong

+84 4 39368507  
VCLI Capital Tower 109  
Tran Hung Dao Street  
- Hoan Kiem District -  
Hanói

### EUROPA

#### ARGELIA

##### Hervé Giraudon

+213 21 48 26 23  
57, rue Abri-Arezki -  
Hydra  
Alger

#### ALEMANIA

##### David Furtwängler

+49 711 82055100  
Friedlzheimer Strasse 6  
Stuttgart 70499

#### AUSTRIA

##### Florian Wally

+43 153 39 878 17  
Rotenturmstr. 16 - 18  
A-1010  
Viena

#### BÉLGICA

##### Christophe de Longueville

+32 2 528 00 00  
Chaussée de Mons 1424  
1070 Bruxelles

#### BULGARIA Y RUMANIA

##### Mario Kostov

+35 2 528 00 03  
29 Hristo Belchev Str.  
Sofía

#### CROACIA

##### Ana Ivancic

+385 1 5393 100  
Ivana Lucica 2A  
Zagreb

#### ESPAÑA

##### Cecilia Boned Lloveras

+39 915 66 00 35  
Calle Ribera del Loira,  
2828042 Madrid

#### FRANCIA

##### Virginie Korniloff

+33 1 41 42 85 74  
8, rue du Port  
92728 Nanterre Cedex

#### HUNGRÍA

##### Tamas Bernath

+36 1 430 2300  
Korhaz U 6-12  
Budapest

#### ITALIA

##### Isabella Fumagalli

+39 02 7722 4231  
Via Tolmezzo 15 -  
Palazzo D  
20123 Milán

#### LUXEMBURGO

##### Jacques Faveyrol

+352 691 412 601  
10A, boulevard Royal  
2093 Luxemburgo

#### NORUEGA

##### Dag Mevold

+479 34 80 621  
Munkedamsveien 35 -  
Postboks 106  
0102 Oslo

#### PAÍSES BAJOS

##### Cees de Jong

+31 162 486 004  
Postbus 4019 - 4900 Ca  
Oosterhout

#### POLONIA

##### Pascal Perrier

+48 785 857 775  
Pl. Pilsudskiego 2  
00-073 Varsovia

#### PORTUGAL

##### Miguel Ribeiro

+351 21 382 5540  
Torre Ocidente Rua  
Galileu Galilei 2 - Piso 13  
1500-392 Lisboa  
Cedex

#### REPÚBLICA CHECA

##### Tomas Kadlec

+420 234 240 100  
Plzenska 3217/16  
15000 Praga

#### REINO UNIDO

##### Andrew Wigg

+44 208 207 90 00  
Pinnacle House  
A1 - Barnet Way  
Borehamwood Wd6 2Xx  
Hertfordshire

#### RUSIA

##### Konstantin Kozlov

+7 495 287-77-85  
Timiryazevskaya Street 1  
Moscú 127422

#### ESLOVAQUIA

##### Peter Dudak

+421 903 744 313  
Bbc V. Plynarenska 7-C,  
821 09 Bratislava

#### DINAMARCA Y SUECIA

##### Jan de Geer

+46 0 31 70 798 70  
Molndalsvagen 91  
Gotemburgo 40022

#### TURQUÍA

##### Cemal Kismir

+90 212 393 3047  
Meclisi Mebusan Caddesi  
No 57 -  
34427 Findikli  
Estambul

#### UCRANIA

##### Oleg Romanenko

+380 44 428 61 60  
8, Illinska Street  
04070 Kiev

**Publicado** por la comunicación de BNP Paribas Cardif - **Concepción y realización:** BABEL - **Créditos fotos:** Gunther Kleinert/ EyeEm/Getty Images, Room RF/Getty Images (couverture), Room/Getty Images (p. 1, 5, 19, 27), Manuel Braun (p. 6, 8, 9, 10, 11), Arquivo Magazine Luiza (p. 13), Image d'archive EconomyUp (p. 14), iStock, (CC by 2.0) TEDxParis (p. 17), Yves Durand/ Studio BNP Paribas Cardif (p. 14, 15, 16, 18, 20, 25) - **Infografía:** Blind Salida - **Ilustración:** Studio Nippoldt - **Impresión:** Ateliers Réunis. La presente memoria ha sido imprimida por un impresor homologado Imprim'Vert®. El papel utilizado es el XPER Premium White, certificado FSC, cuyas fibras proceden de bosques gestionados de forma responsable. Para la impresión se han utilizado tintas vegetales elaboradas a partir de materias primas sostenibles.



**SEDE**

1, BOULEVARD HAUSSMANN  
75009 PARIS  
FRANCIA

**[bnpparibascardif.com](https://bnpparibascardif.com)**

**OFICINAS**

8, RUE DU PORT  
92728 NANTERRE CEDEX  
FRANCIA

382 983 922 RCS PARIS SOCIEDAD LIMITADA CON CAPITAL DE 149.959.922,20€