
La Convención Anual reúne al Grupo PSN en torno a la transformación digital, materializada en Salup y sus diferentes alianzas estratégicas

♦ Miguel Carrero: “Salup llega en un momento necesario porque la medicina basada en valores, la que atiende a personas enfermas, tiende a replegarse en favor de la Medicina más técnica, que atiende enfermedades”.

Madrid, 11 de marzo de 2019

El Grupo PSN ha celebrado su convención Anual bajo el lema *Tiempo de cambio, valores eternos*, en referencia a los valores fundacionales de la Entidad (mutualismo, solidaridad, vocación de servicio al profesional...), que coexisten con un importante proceso de transformación digital, tecnológica y de procesos de PSN, dando una identidad propia y única al Grupo.

Más de 300 empleados, mayoritariamente de su Red Comercial, se han dado cita en el Complejo San Juan (Alicante) para poner en común los retos y objetivos del Grupo para 2019 y analizar la marcha de la Entidad en estos primeros meses del año, así como detallar las particularidades de Salup, el seguro de salud que verá la luz en los próximos meses.

El presidente Miguel Carrero ha subrayado la importancia de consolidar la evolución en la que PSN lleva varios años inmersa, con la tecnología como punta de lanza, pero siempre desde el compromiso con sus mutualistas que le otorga su carácter mutual. Asimismo, ha destacado que vivimos en un mundo en constante cambio que obliga a ser más rápidos y eficientes en todo lo que hacemos y en cómo lo hacemos.

En este sentido, ha destacado la incorporación en los últimos años de nuevos ramos aseguradores a la cartera, con especial atención a Salup, el ambicioso proyecto de Salud que verá la luz en próximas fechas. Miguel Carrero ha aludido a la tradicional relación de PSN con el mundo sanitario, por lo que entrar en el campo de la salud es un paso natural para la entidad. Además, ha afirmado, es un momento especialmente importante, ya que la medicina basada en valores, la que atiende a personas enfermas, tiende a replegarse en favor de la Medicina más técnica, que atiende enfermedades. De este modo, Salup ofrecerá asistencia personalizada y humana, luchando también por la dignidad de los profesionales, una Medicina humana y eficiente.

Fidel Campoy, director del Área de Salud, ha realizado la propuesta de valor de Salup que “es diferencial, que va más allá de la tecnología, aunque ésta también sea una parte muy importante”. Se trata de lograr que “la salud nos emocione”, reflejándonos en nuestros clientes, ofreciendo un trato verdaderamente personalizado y de calidad, dedicando tiempo, información

Departamento de Comunicación

Tel. 914 311 244 · psncomunicacion@grupopsn.es · psn.es

GRUPO  Síguenos en:       



Nota de Prensa

y, en resumen, fortaleciendo la relación médico-paciente, que es lo realmente valorado por los usuarios. Para Campoy no se trata de una propuesta centrada en la enfermedad, sino que persigue mantener y aumentar la salud. Es un producto modular, que posibilita escoger entre las distintas coberturas, a la medida de cada persona.

Por su parte, Cristina García, directora general del Grupo, ha repasado los resultados de 2018, que en el capítulo de ahorro gestionado han superado en más de un 8% los objetivos planteados al inicio del año, o los más de 11.300 nuevos mutualistas incorporados al colectivo protegido por PSN. Del mismo modo, ha aludido al despegue del canal digital, materializado en iniciativas como la nueva Área Privada del mutualista o el Portal del Inversor. Por su parte, Jesús Rioja, director general de PSN Mutua, ha incidido en el objetivo de reforzar los productos de riesgo y ha destacado la buena acogida que en 2018 tuvieron las alternativas de ahorro garantizado de PSN en un contexto en el que "la mayoría de mutualistas no quiere exponerse a los riesgos de los mercados".

Alianzas estratégicas

Las distintas alianzas estratégicas del Grupo, llevados a cabo de la mano de importantes *partners* del sector financiero, han cobrado protagonismo en esta Convención. Por un lado, ha intervenido Sergio Chalbaud, CEO de Fintonic, quien ha destacado la verdadera revolución tecnológica a la que se enfrenta el mundo, a todos los niveles, subrayando factores como la inteligencia artificial, las comunidades digitales o los sistemas de plataformas, todos ellos, presentes en Fintonic desde su nacimiento.

PSN y Fintonic mantienen un acuerdo desde que en 2017 el Grupo entrase en el capital de la startup financiera en el contexto de una ronda de financiación. Además de la contribución a la aceleración del proceso de transformación digital de PSN, la relación con Fintonic ha supuesto otras vías de colaboración relacionadas con la comercialización de distintos productos de la Mutua.

Por otro lado, el acuerdo estratégico con Mapfre, suscrito también en 2017, ha posibilitado por segundo año consecutivo la intervención de su consejero delegado, José Manuel Inchausti, en la Convención. Inchausti ha aludido a la fructífera colaboración entre ambas entidades, centrada en la comercialización de diferentes seguros que contribuyen a ampliar la cartera de protección integral de PSN: Multirriesgo, Viajes, Auto y Hogar.

Departamento de Comunicación

Tel. 914 311 244 · psncomunicacion@grupopsn.es · psn.es

GRUPO  Síguenos en:       