



Convención Comercial

## La red comercial de PSN se reúne en San Juan en torno a los proyectos estratégicos del Grupo

- ♦ La entrada en el ramo de Salud, prevista para finales de año, avanza con paso firme y los asesores conocieron con más detalle los principales valores de un producto diferencial respecto de la oferta actual en el mercado
- ♦ José Manuel Inchausti, CEO de Mapfre, participa en el encuentro en el contexto del acuerdo estratégico suscrito hace unos meses entre ambas entidades

**Madrid, 13 de abril de 2018**

El Grupo PSN ha celebrado, entre ayer y hoy, su Convención Comercial. Bajo la premisa *El mutualista es lo primero*, más de 400 empleados, mayoritariamente de su Red Comercial, se han dado cita en el Complejo San Juan (Alicante) con el objetivo de poner en común los retos del Grupo para este 2018 y analizar la marcha de la entidad en lo que va de año. El presidente Miguel Carrero ha subrayado la importancia de “situar al mutualista en el centro de todo lo que hacemos”, porque la naturaleza mutual de PSN otorga un marchamo diferencial respecto a compañías cuyo fin último es la búsqueda del beneficio económico y, por encima de todo, hacerlo desde el enorme compromiso ético de todo el equipo humano que conforma PSN. “Nosotros establecemos un vínculo más fuerte, una afinidad emocional, un sentimiento de pertenencia diferencial”.

Los proyectos estratégicos han tenido un peso relevante en la Convención de PSN. El reciente acuerdo suscrito con Mapfre ha supuesto la intervención de su consejero delegado, José Manuel Inchausti, en el encuentro. Inchausti ha valorado muy positivamente la colaboración que se ha establecido entre ambas entidades y que servirá a PSN para completar su cartera aseguradora en ramos en los que hasta ahora no tenía presencia a través de diversas fórmulas, entre ellas, la del coaseguro.

Inchausti ha agradecido la oportunidad de estar presente en la Convención para poner en valor el citado acuerdo de su aseguradora con la Mutua. Ha afirmado que PSN tiene un enorme conocimiento de su mercado que puede aportarles mucho para mejorar seguros que ya comercializaba su entidad, y a la vez Mapfre cuenta con una cartera de productos que pueden complementar las soluciones que PSN pone a disposición de los mutualistas. Pero si en algo ha puesto el acento ha sido en los valores compartidos, como la ética y la vocación de servicio de ambas entidades.

El proyecto de entrada en el ramo de seguros de Salud, anunciado precisamente en la Convención del año pasado, ha tenido igualmente un peso importante en la cita comercial. Fidel

**Departamento de Comunicación**

Tel. 914 311 244 · [psncomunicacion@grupopsn.es](mailto:psncomunicacion@grupopsn.es) · [psn.es](http://psn.es)

GRUPO  Síguenos en:       



## Nota de Prensa

Campoy, director del Área de Salud, ha expuestos los pilares estratégicos de un producto innovador, centrado en las necesidades del paciente, y que pondrá en valor como ningún otro la labor de los profesionales sanitarios como requisito imprescindible para ofrecer una calidad asistencial máxima.

Cristina García, directora general del Grupo, ha analizado los distintos proyectos en marcha que están empujando con fuerza su transformación digital. En un contexto en el que la inmediatez y la personalización son claves para atraer al consumidor, ha afirmado que se están dando pasos muy importantes para convertir a PSN en la referencia aseguradora de los profesionales universitarios de este país.

Por su parte, Jesús Rioja, director general de PSN Mutua, ha adelantado algunas de las grandes cifras de PSN en 2017, marcadas por los más de 11 millones de euros que han revertido en los mutualistas vía seguros con participación en beneficios, así como la excelente rentabilidad de estos productos de ahorro y mixtos que quedó fijada, con carácter general, en el 4,2%, una cifra muy a tener en cuenta en un contexto de tipos de interés en el 0%.

### Departamento de Comunicación

Tel. 914 311 244 · [psncomunicacion@grupopsn.es](mailto:psncomunicacion@grupopsn.es) · [psn.es](http://psn.es)

GRUPO  Síguenos en:       