**BRIEF**

**PROPUESTA ESTRATÉGICA Y CREATIVA DE MARCA**

**LA PREVISORA S.A., COMPAÑÍA DE SEGUROS**

1. **Objetivos de la marca**

* Ser reconocida por los directivos de las empresas grandes y medianas como una de las 5 aseguradoras más importantes del país, convirtiéndonos en una de las principales opciones para la compra de los seguros de sus empresas.
* Mantener nuestro reconocimiento y buen nombre en el segmento de los intermediarios de seguros, en donde nos reconocen por nuestra experiencia, respaldo del estado, amplio portafolio y notables mejoras de servicio en los últimos años.
* Que el público en general reconozca la marca y relacione nuestra imagen con el de una aseguradora colombiana.

1. **Objetivos de Comunicación**

* Ser visibles para los empresarios y directivos de las compañías grandes y medianas del país, acercarlos, que se sientan identificados y enganchados con la marca.
* Dar a conocer al público en general los atributos de la compañía por los cuales somos reconocidos y recomendados por nuestros intermediarios y clientes más cercanos, adoptando una postura más enfocada desde la visión y necesidades del consumidor financiero.
* Refrescar el concepto actual de comunicación, buscando generar mensajes reflejando nuestros valores, pero desde un esquema de lenguaje claro, aportando a la educación en seguros.
* Mantener el flujo de comunicación con los intermediarios de seguros sosteniendo y brindado valor a la relación comercial por medio de divulgaciones de novedades de la compañía, información de interés, capacitación, construcción de lealtad, etc.

1. **Entregables**

* Desarrollar el planteamiento estratégico de marca
* Desarrollar el concepto creativo, propuesta de campaña de marca, concepto visual (KV)
* Desarrollar un video manifiesto con el fin de conceptualizar la campaña de marca
* Proponer un plan de comunicación orgánico en los activos digitales para las diferentes audiencias de la compañía: Interno (Corres corporativo y Yammer) y externo (SMS, mailing, Redes sociales y website) y un plan de relaciones públicas y free press
* Proponer un plan de medios de 3 meses para el desarrollo del concepto estratégico de marca, con una inversión de CIEN MILLONES DE PESOS Sin IVA ($100.000.000).
* Piezas de la campaña (referencias visuales):
  + 1 mail para intermediarios de seguros
  + 1 mail para funcionarios
  + 1 mail para clientes
  + 1 post para redes sociales
  + 1 cuña radial (producida)

1. **Contexto de la marca**

La Previsora S.A. Compañía de Seguros es una sociedad Anónima de Economía mixta del orden nacional, sometida al régimen de las empresas Industriales y Comerciales del Estado, contando con autonomía administrativa y capital independiente. Previsora Seguros se encuentra vinculada al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, y es vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia. Previsora Seguros se encuentra vinculada al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, y es vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia.

Con más de 67 años de experiencia en el mercado de seguros, La Previsora S.A., Compañía de Seguros es una de las empresas lideres y pioneras en la venta de seguros para las entidades estatales. Esto quiere decir, que cada vez que el estado necesita asegurar alguna de sus entidades como ministerios, gobernaciones, alcaldías, etc, abre procesos de convocatoria a través de diferentes formas de licitación (estatuto de la contratación pública) y Previsora es una de las compañías que más experiencia tiene en este segmento especifico según consta su historial e informes de Fasecolda (regulador de la industria aseguradora).

La Compañía siempre ha ostentado este estandarte donde es fuerte en el sector estatal, es por esto que no se realiza inversión publicitaria en este segmento, entendiendo que la consecución de estos negocios es por licitación. Sin embargo, con la dinámica del mercado, la apertura económica que se dio en 1991 y las nuevas perspectivas administrativas, los objetivos de la compañía han cambiado y se está virando de cara al mercado de personas y empresas.

A través de la implementación de Estrategia Comercial 2021 para los negocios privados, se generaron primas durante este año en el segmento Empresas por $544.923,6 mill, lo cual representa un crecimiento del 30,1% frente al año 2020 y una ejecución presupuestal del 137,2%, mientras que en el segmento Personas se generaron primas por $255.054,6 mill, lo cual representa un crecimiento del 38,9% frente al 2020 y una ejecución presupuestal del 119,4%.

1. **Beneficio o promesa**

La importancia de desarrollar una campaña de marca con la descripción de los pilares que se han sustentado es que ésta vaya alineada a la planeación estratégica 2022-2025, entendiendo que este será el pilar y enfoque comercial hasta el año 2025. Dentro del mismo se plantea nuestra promesa como compañía y nuestra propuesta de valor encaminada a los próximos 3 años:

**Propósito Superior**

Prevenir y gestionar oportunamente los riesgos de acuerdo con las necesidades de los colombianos para asegurar su tranquilidad y patrimonio

**Visión**

En 2025 Previsora será la aseguradora elegida por los colombianos por su cercanía con el cliente, claridad en la comunicación, responsabilidad en el cumplimiento, aporte al desarrollo del país, agilidad en sus procesos e innovación en sus productos y servicios.

**Misión**

Brindar respaldo y protección al patrimonio de los colombianos para asegurar su tranquilidad, y promover una cultura de prevención y aseguramiento, que redunde en rentabilidad para los accionistas.

**Propuesta de valor**

Previsora asesora, acompaña y cumple eficientemente con las necesidades de aseguramiento de los clientes, con presencia activa en todo el territorio nacional (27 sucursales) y generando utilidades para el beneficio del país.

1. **Evidencias**

**Responsabilidad social:**

Previsora Seguros se encuentra adherida al Pacto Global de Naciones Unidas desde el año 2016, el cual promueve el compromiso del sector privado, público y de la sociedad civil a fortalecer la gestión empresarial, incluir estrategias corporativas y actuar conforme con los diez principios universalmente aceptados para promover la responsabilidad social empresarial.

De esta manera, se ratifica el compromiso en trabajar en los 4 ejes temáticos que nos comprometimos ante Pacto Global: Medio Ambiente, Derechos Humanos, Estándares Laborales y Anticorrupción; considerados un marco de acción que facilita la legitimación social de los negocios y los mercados; y que a su vez prevé el mejoramiento de las condiciones laborales, sociales y económicas de sus grupos de interés y de sus trabajadores, de acuerdo a los siguientes principios: Trabajo Infantil, Trabajo Forzado, Salud y Seguridad en el Trabajo, Libertad de Asociación, Discriminación, Prácticas Disciplinarias, Horario de Trabajo y Remuneración.

**Sistema de gestión ambiental:**

Para el 2021, se trabajó en el Sistema de gestión ambiental en actividades como:

* Socialización de aspectos básicos de mitigación y adaptación que se pueden activar para luchar contra el cambio climático y sus efectos (hacer consumidores sostenibles) dando a conocer los indicadores que maneja la compañía.
* Actualización de indicadores, de acuerdo con la información reportada por las áreas.
* Incrementar la sensibilización del componente ambiental en los proveedores y supervisores de contratos de la compañía.
* Incrementar la cultura organizacional en temas de sostenibilidad, a través de actividades como, semana de responsabilidad Empresarial, recuperación de materiales aprovechables, bosques empresariales, capacitación ambiental, entre otros.
* Auditoría Interna para la evaluación de seguimiento del Sistema Ambiental.
* Auditoría Externa para la evaluación de seguimiento a la ISO14001:2015.
* Establecer acciones de mejora relacionados con el proceso ambiental.
* Actualización de la matriz de requisitos legales y documentos, por la ampliación del alcance del sistema.
* Participación en la Reciclatón de la Secretaría de Ambiente para realizar la entrega de RAEE´s y otros elementos que son para disposición final a cargo de un gestor de residuos.

En la auditoría realizada por el Icontec en 2021, la compañía presentó el fortalecimiento del sistema, ampliando el alcance de la certificación, donde se incluyó la sucursal Centro Empresarial Corporativo, logrando contemplar todas las sedes de la ciudad de Bogotá. Para esta ampliación la compañía gestionó la actualización de toda la documentación y se realizaron las adecuaciones necesarias y requeridas para dar cumplimiento a los lineamientos establecidos en la norma. De otra parte, el resultado de la auditoría determinó que la compañía cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental, que le permite asegurar el cumplimiento de los requisitos legales, reglamentarios y contractuales aplicables al alcance de dicho sistema, así como los Aspectos e Impactos Ambientales, Riesgos e Indicadores de gestión. Por lo anterior la compañía en 2021, logró la certificación de seguimiento ISO 14001:2015 SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL ante el ICONTEC aplicable al siguiente alcance:

Diseño y prestación de servicios de suscripción e indemnización de pólizas de seguros reales o de daños, patrimoniales, de personas y multirriesgo y gestión del portafolio de inversiones de la compañía.



Se relacionan los resultados del comportamiento promedio de los indicadores 2021:

|  |  |
| --- | --- |
| ***INDICADOR*** | ***PROMEDIO 2021*** |
| Reciclaje de residuos sólidos (25%) | 55.18% |
| Consumo de agua/mes (1.5 m3) | 0.41 m3 |
| Consumo de energía/mes (91 kw) | 69 Kw |
| Reducción consumo de papel (10%) | -77% |
| Adopción de cláusulas ambientales en contratos de bienes y servicios (85%) | 100% |
| Acciones de sensibilización y compensación por afectación ambiental (80%) | 100% |

**Estándares laborales:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Previsora respeta la libertad de asociación y negociación colectiva.** |  | **Se ejecutan acciones de promoción, formación y capacitación de los trabajadores, se cuenta con la Universidad Corporativa.** |
|  | **Cuenta con comité de convivencia y programa de clima organizacional.** |  | **La Previsora cuenta con 67 medidas de conciliación que se desglosan en 5 pilares bajo los lineamientos de EFR -Empresa Familiarmente Responsable.** |

**Cumplimiento de los objetivos estratégicos:**

El resumen del cumplimiento de las metas establecidas para el año 2021 se encuentra plasmado en el mapa estratégico corporativo, presentando el siguiente comportamiento:

A cierre del 2021 el mapa corporativo presentó un cumplimiento total del 98%. A continuación, se presenta los cumplimientos de las perspectivas más relevantes para el desarrollo de esta propuesta:



**Gestión comercial:**

Durante el año 2021 Previsora emitió primas por valor de $ 1,308,301 millones de pesos, con un crecimiento del 28% frente al año 2020.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Segmento*** | ***2020*** | ***2021*** | ***PPTO*** | ***CUMP*** | ***Δ % 21-20*** | ***MIX*** |
| *Estatal* | *475,521* | *580,323* | *466,754* | *124.3%* | *20.0%* | *42%* |
| *Empresas* | *418,742* | *544,924* | *397,069* | *137.2%* | *30.1%* | *39%* |
| *Personas sin SOAT* | *60,214* | *73,470* | *68,006* | *108.0%* | *22.0%* | *5%* |
| *Personas SOAT* | *123,479* | *181,584* | *145,692* | *124.6%* | *47.1%* | *13%* |
| ***TOTAL*** | ***1,077,956*** | ***1,380,301*** | ***1,077,521*** | ***128.1%*** | ***28.0%*** | ***100%*** |

Contamos con un portafolio especializado para el sector empresarial con más de 60 productos donde podemos adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo diferentes pólizas acordes a su sector industrial y las condiciones de su empresa, conozca aquí toda nuestra oferta de productos: <https://www.flipsnack.com/EB9D6599E8C/previsora_brochure_general-2/full-view.html>

**Otras evidencias:**

* Estamos actualizados a la normatividad estatal y cumplimos con los estatutos establecidos para cuidar al asegurado
* Trabajamos de manera constante en espacios de capacitación interna y a nuestros aliados para que cuenten con las herramientas comerciales y de conocimiento necesarias para apoyar la gestión con nuestros clientes, en el 2021 se han realizado cerca de 116 eventos y actividades de relacionamiento virtuales y presenciales, contando con una participación acumulada de más de 10.000 personas entre aliados y clientes actuales o potenciales
* Trabajamos de la mano con los empresarios y trabajadores de cada sector, para estar acorde a los requerimientos de la industria, además de realizar programas de prevención con nuestros clientes para evitar o minimizar futuros desastres
* Apoyo con federaciones, agremiaciones, entidades foco que fortalecen los beneficios que requiere cada sector
* Actualmente estamos en el top 3 de compañías de seguros generales según el ranking de Fasecolda, gracias a nuestros niveles de ventas en el 2021
* Fitch Ratings nos mantuvo la calificación AA+ con perspectiva estable a Previsora Seguros gracias a la fortaleza financiera

1. **Tono**

**Comunicación interna y externa:**

* tono cercano, claro, no usar tecnicismos si no bajar la información en términos más coloquiales (Lenguaje claro)
* El mensaje debe evidenciar que “tenemos el conocimiento y la experiencia para proteger su patrimonio” (denotación) / racional 30% emocional 70%
* Para intermediarios, funcionarios y clientes el tono de comunicación es cercano “tuteando”

1. **Legales**

* Incluir en todas las piezas comerciales y de nivel externo el “Vigilado Superfinanciera”
* Bandbook / Logo Previsora (se adjunta a la propuesta)

1. **Target**
2. **Intermediarios de seguros**

Los intermediarios de Previsora de seguros son un grupo objetivo con características enfocadas a la productividad, canal de venta diferenciado de acuerdo con su estructura: agente, agencia y corredor, que ofrecen los productos de la Compañía en las diferentes sucursales del país de acuerdo con su foco de negocio y segmento de interés.

Agentes independientes de seguros:

Los agentes de seguros son profesionales que, por sus propios medios, se dedican a la promoción de pólizas de seguros, renovación de negocios, facilitan la relación entre las aseguradoras y los interesados en adquirir un seguro, asesorar al cliente respecto a la celebración y desarrollo del contrato de seguros, el pago oportuno de la prima, aviso de siniestros, y en general, en todo lo concerniente a la correcta ejecución del contrato de seguro, durante sus etapas, entre otros. Los agentes representan a una o varias compañías de seguros, deben suscribir un contrato de intermediación y cumplir con lo establecido por La Superintendencia Financiera de Colombia en la Circular Básica Jurídica y Circular 050 de diciembre de 2015 y demás requisitos de vinculación.

Agencias de seguros:

Una agencia de seguros opera bajo la forma societaria de Sociedades de Responsabilidad Limitada, Sociedades en Comandita Simple o Sociedades Colectivas. Su labor es promover las pólizas de seguros, renovación de negocios, asesorar al cliente respecto a la celebración y desarrollo del contrato de seguros, el pago oportuno de la prima, aviso de siniestros, y en general, en todo lo concerniente a la correcta ejecución del contrato de seguro, durante sus etapas, entre otros. Para ejercer su actividad de intermediación de seguros, debe contar con la autorización de la compañía de seguros que representa, previa la suscripción de un contrato de intermediación, cumplir con lo establecido por La Superintendencia Financiera de Colombia en la Circular Básica Jurídica y Circular 050 de diciembre de 2015 y demás requisitos de vinculación

Corredores de Seguros:

Los corredores de seguros son empresas constituidas bajo la modalidad de sociedades anónimas, que indiquen dentro de denominación las palabras “corredor de seguros” o “corredores de seguros”. Su objeto social es exclusivamente ofrecer seguros, promover su celebración y obtener su renovación a título de intermediarios entre el asegurado y el asegurador. Actúa como intermediario de varias compañías aseguradoras, sin estar vinculado en exclusiva a ninguna de ellas, asesoran al cliente respecto a la celebración y desarrollo del contrato de seguros, el pago oportuno de la prima, aviso de siniestros, y en general, en todo lo concerniente a la correcta ejecución del contrato de seguro, durante sus etapas, entre otros.

Si requiere más información sobre el segmento de intermediarios, diríjase al siguiente enlace:

<https://www.previsora.gov.co/previsora/sites/default/files/2021_Caracterizacion_Aliados.pdf>

1. **Clientes segmento empresas**

Empresas medianas y grandes (Una empresa mediana tienen en promedio entre 49 a 1000 empleados y una empresa grande tiene más de 1.000 empleados) de los siguientes sectores económicos: Construcción, comercio, financiero, transporte y logística, agroindustrial, servicios, infraestructura y manufactura y con presencia en las siguientes ciudades: Bogotá, Cali, Medellín, Pereira, Armenia, Manizales, Barranquilla, Cartagena y Bucaramanga.

1. **Documentos de interés para el desarrollo de la propuesta**

* Informe de gestión primer semestre 2021 link: <https://www.previsora.gov.co/previsora/sites/default/files/Informe_Gestion_Primer%20semestre%202021.pdf>
* Caracterización de aliados: <https://www.previsora.gov.co/previsora/sites/default/files/2021_Caracterizacion_Aliados.pdf>
* Brochure corporativo: <https://www.flipsnack.com/EB9D6599E8C/previsora_brochure_general-2/full-view.html>
* Manual de Marca: se adjunta en los documentos de la invitación
* Videos de marca y producto:
  + Manifiesto de marca campaña actual <https://www.youtube.com/watch?v=iEVuq6R6nQ4>
  + Video corporativo <https://www.youtube.com/watch?v=sZbU44VH9zY>
  + Video portafolio agro <https://www.youtube.com/watch?v=99lkEqyXQw0>
  + Video portafolio construcción <https://www.youtube.com/watch?v=T9__oY2EOZ4>
  + Video portafolio transporte <https://www.youtube.com/watch?v=rVbqx86N-3A>