

15.

Publicidad y Patrocinios



En el transcurso de 2020, el área de Marketing Corporativo puso en marcha una variedad de acciones enfocadas a seguir posicionando a la Compañía en el mercado español. Además, en un ejercicio marcado por la Covid-19, se crearon acciones especiales destinadas a impulsar nuestro compromiso con la sociedad.

Entre ellas, merece especial mención la campaña de publicidad, que de nuevo contó con Garbiñe Muguruza como protagonista, y que pudo verse en distintos medios: TV, internet, radio o prensa sectorial, durante el último trimestre del año bajo el lema: “En Caser trabajamos para que, ahora más que nunca, tu vida sea más fácil”. Dicha campaña refuerza el posicionamiento y apoyo de Caser a sus clientes en un momento de especial dificultad.

Con el mismo fin se puso en marcha la campaña “Trayectos Seguros” en las principales estaciones del suburbano de la capital. Para ello, se instalaron un total de 50 dispensadores de gel hidroalcohólico en 34 estaciones de la red de Metro de Madrid. De esta forma, además de crear un nuevo formato publicitario, en paralelo, se volvió a demostrar el compromiso de la Compañía con la sociedad.

PUBLICIDAD

A raíz del acuerdo firmado en 2018 con Unipublic, empresa organizadora de La Vuelta, la aseguradora continuó como patrocinador oficial de la legendaria carrera Ciclista a España. De esta forma, la marca estuvo presente en distintos soportes a lo largo de las dieciocho etapas y los más de 2.800 kilómetros de recorrido. Además, en el marco de la edición número 75 de La Vuelta celebrada entre el 20 de octubre y el 8 de noviembre se contó con Joaquín “Purito” Rodríguez, exciclista profesional





con el fin de fortalecer el apoyo al deporte por parte de la aseguradora e incrementar la visibilidad de la marca.

Por otro lado, continuó la vinculación con la tenista española Garbiñe Muguruza como embajadora de Caser que se vio reflejada en la organización de distintas acciones, enfocadas a incrementar la notoriedad. Además de las campañas de publicidad, Garbiñe Muguruza protagonizó otros eventos orientados a reflejar los valores que comparte con la Compañía: sencillez,

capacidad de superación y responsabilidad.

Del mismo modo, con motivo de la situación tan especial que enmarcó las fiestas navideñas, Caser Seguros reunió a la reconocida tenista, embajadora de la aseguradora, junto a, Paco Roncero, chef español con dos estrellas Michelin para preparar una singular felicitación navideña, en formato de receta de cocina, con el ánimo de ayudar a idear los menús de muchos hogares esta Navidad.



MARÍA FIGAREDO
DIRECTORA DE MARKETING CORPORATIVO

general. Nuestra premisa a la hora de desarrollar las estrategias de marketing y patrocinios consiste en trabajar para hacer la vida de nuestros clientes más fácil y más segura. Así lo hemos seguido transmitiendo a lo largo de todo el año materializándolo en acciones innovadoras como “Trayectos Seguros”, entre otras.

¿Cómo habéis transmitido los valores de profesionalidad y transparencia de la Compañía en el contexto actual?

Tenemos clara la importancia de ofrecer a nuestros diferentes públicos información y contenidos útiles, profesionales y que adecuados a las necesidades de cada uno de ellos. En una situación como la que vivimos, reforzamos nuestro compromiso con la transparencia y profesionalidad desde el área de Marketing Corporativo y pusimos todas las herramientas a disposición de ese objetivo para seguir demostrando nuestro compromiso con la sociedad.

¿Cómo ha influido la Covid-19 en el área de Marketing Corporativo?

La pandemia ha calado en todos los ámbitos de la sociedad influyendo también en los planes y estrategias de marketing de las empresas. En nuestro caso, nuestro propósito de marca, va más allá de una promesa de campaña. Es un compromiso con los clientes, con la sociedad y con las personas en