

-Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse:

Categoría 10: Comunicaciones financieras o con los inversores

-Título del programa.

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2018-2019 "LO MEJOR DE VOS QUEDA PARA SIEMPRE"

-Nombre de la compañía o institución.

PRUDENTIAL SEGUROS

-Departamento, área (consultoras de relaciones públicas u otras en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan.

**ÁREA DE RSE & SUSTENTABILIDAD DE PRUDENTIAL SEGUROS
GOTA – AGENCIA DE DISEÑO CREATIVA DE LA ONG LA USINA-**

-Persona/s responsable/s del plan de comunicación.

JESICA LORES

-ÁREA RSE & SUSTENTABILIDAD PRUDENTIAL SEGUROS-

-Un twitt que identifique y defina el propósito del programa.

#lomejordevosquedaparasiempre

a) INTRODUCCIÓN

Prudential Financial con sede en Newark, Estados Unidos, es una de las instituciones financieras más grandes del mundo, conocida por su estabilidad y fortaleza financiera. En Argentina, en **Prudential Seguros** buscamos acercar protección a la mayor cantidad de personas y familias de nuestro país, para alcanzar nuestra misión de negocios: *"Brindar Seguridad Financiera y Paz de Espíritu a nuestros clientes"*.

Estamos presentes en Argentina desde 1998 y a partir del **1º de marzo del año 2000** comercializamos **seguros de vida individual** de acuerdo a las necesidades particulares de cada familia, a través de nuestra propia fuerza de ventas denominada profesionales Life Planner®. **A partir del año 2013**, comenzamos a comercializar **seguros de vida colectivo** pensados en base a las necesidades de empresas y grupos de personas, a través de brokers y productores independientes de seguros. En febrero de 2019, Prudential Seguros se transforma en proveedor exclusivo de **Vitality** en Argentina, una plataforma tecnológica líder a nivel global que utiliza el poder de los incentivos, los datos y la economía del comportamiento para ayudar a las personas a llevar una vida más sana y así protegerla y extenderla.

En la actualidad, contamos con más de **43.209 pólizas vigentes para el negocio de vida individual** (tenemos el 18,64% participación en el mercado de seguros vida individual) y más de **2.051 pólizas vigentes para el negocio de vida colectivo** (lo que representa el 1,03% participación en el mercado del seguro colectivo). Somos **380 colaboradores** que se reparten entre la casa central en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 5 agencias en Gran Buenos Aires, 1 en Córdoba, 1 en Mendoza y 1 en San Juan.

La creación de valor económico, social y ambiental tiene fuertes fundamentos en nuestros altos estándares éticos y de transparencia. En 2016, empezamos a recorrer el camino hacia la implementación de un Proceso de Responsabilidad Social Empresaria

en nuestra Compañía, y ya contamos con dos Reportes de Sustentabilidad. A través de nuestra última publicación, informamos y rendimos cuentas a nuestros grupos de interés; mediante el **Tercer Reporte de Sustentabilidad correspondiente al periodo julio 2018 a junio 2019**, alineado a la presentación del balance contable y financiero de la compañía y que sigue los lineamientos de iniciativas de reconocimiento internacional.

El Tercer Reporte de Sustentabilidad de Prudential Seguros, ha sido elaborado siguiendo las recomendaciones de la **Guía G4 Standards de la Iniciativa de Reporte Global** (Global Reporting Initiative -GRI-) cumpliendo el criterio "In accordance" de la misma, alcanzando la opción "Exhaustiva". La estrategia de gestión de la compañía ha tomado como referencia las siete materias fundamentales establecidas por la **Norma ISO 26.000 de Responsabilidad Social**. Referimos en el reporte de nuestra gestión a los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU del año 2015** reflejando el compromiso asumido como compañía con la agenda mundial 2030.

A través de este proceso, hemos relevado que, en la identificación de los 29 temas prioritarios del negocio, **Ética y Transparencia es el tema material de mayor relevancia para nuestros grupos de interés.**

Asimismo, para **seleccionar los temas materiales**, se han analizado documentos sobre tendencias globales del sector, investigaciones de la industria, el suplemento sectorial de GRI de servicios financieros, los reportes de casa matriz y las prácticas de empresas del sector. A nivel interno, el autodiagnóstico de RSE & Sustentabilidad realizado en 2015 sirvió como insumo para analizar los aspectos materiales propios de la compañía.

Además, como novedad en este período realizamos **entrevistas en profundidad** a grupos de interés y una **encuesta online** al Comité de Dirección, el Comité Estratégico de RSE, los colaboradores del Comité Operativo de RSE de Prudential Seguros y grupos de interés externos como Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), universidades, medios de comunicación y referentes de RSE de otras empresas.

Para comunicar nuestra gestión sustentable, a través del Tercer Reporte de Sustentabilidad, **hemos definido estructurar la publicación en capítulos divididos en los cuatro pilares estratégicos**, que marcan lo que es para Prudential Seguros ser una compañía que se esfuerza y trabaja para gestionar su negocio de forma sustentable:

- Fortaleza Financiera**
- Enfoque en el Talento**
- Orientación al Cliente**
- Impacto Responsable**

Asimismo, somos la **primera operación internacional de Prudential** en rendir cuentas a sus grupos de interés sobre su gestión responsable y sus impactos económicos, sociales y ambientales.

Una de las etapas que incluye la comunicación del Reporte es su diseño. Para la publicación de nuestro Reporte queríamos además de contar nuestra gestión sustentable, buscamos que nuestros grupos estratégicos puedan vivir la sustentabilidad y lo hicimos a través de un Reporte que logró integrar un **proveedor inclusivo.**

Por eso, **el Reporte de Sustentabilidad ha sido diseñado por Gota, el estudio creativo de la Asociación Civil La Usina, empresa social Red Activos:** una agencia de diseño y estudio creativo con valor social, integrado por un **equipo multidisciplinario**

formado por personas con discapacidad intelectual que ilustran siendo acompañados por profesionales del diseño y la publicidad que participan del proceso. En Prudential Seguros, entendemos que la verdadera inclusión sólo y prepare el entorno social para una integración natural y sostenible en el ámbito es posible promoviendo un cambio cultural, que revierta la mirada existente sobre la discapacidad laboral.

Gota se creó porque las personas con discapacidad intelectual tienen mucho potencial creativo, así fue que decidieron aprovechar ese potencial y ofrecer servicios 100% innovadores, sustentables y sus ganancias financian acciones que la Asociación Civil La Usina realiza de manera gratuita a la comunidad. De esta manera, en Prudential Seguros decidimos elegir un **proveedor inclusivo como agencia de diseño y estudio creativo** integrado por un equipo de personas que aprendieron a ver las cosas desde otro lugar y, de esta manera, creamos valor social concientizando a través de un documento institucional como es el Reporte, y otorgando desde la empresa; a través de su cadena de valor, trabajo a personas con discapacidad.

“Lo Mejor de Vos Queda Para Siempre” fue el concepto comunicacional del Reporte de Sustentabilidad 2018-2019. La bajada de este concepto comunicacional está alineado a la campaña publicitaria de la Compañía que busca transmitir aquellos valores para toda la vida, los valores que queremos dejarles a nuestros seres queridos que cobran muchas formas, como las tradiciones, y creencias. Todo esto construye el legado que dejamos.

A través de este tercer Reporte de Sustentabilidad, Prudential Seguros trabajó, como en su primera y segunda edición, con el estudio creativo Gota, mostrando a través del documento todos los valores reflejados en la publicación del Reporte que hacen al legado que cada uno quiere dejar interactuando con los públicos de interés destinatarios del Reporte como colaboradores y sus familias, accionistas, proveedores, clientes, brokers y/o productores de seguros, medios de comunicación, comunidad, organismos gubernamentales.

Para comunicar a nuestros grupos estratégicos la publicación del Reporte de Sustentabilidad 2018-2019 desarrollamos los siguientes materiales comunicacionales junto con el estudio creativo Gota:

-Desarrollo de una landing page exclusiva del Tercer Reporte de Sustentabilidad, dentro del sitio Web de la Compañía con videos de entrevistas, PDFs descargables, y testimonios de nuestros grupos de interés:

<https://www.prudentialseguros.com.ar/reporterse>

-Versión Completa en formato PDF del Reporte

https://www.prudentialseguros.com.ar/ReporteRSE2019/f_archivos/Reporte%20de%20Sustentabilidad%20Prudential%20Seguros%20-%202018-2019.pdf

-Versión Resumida (Cuadríptico) en formato PDF del Reporte

https://www.prudentialseguros.com.ar/ReporteRSE2019/f_archivos/Resumen%20-%20Reporte%20de%20Sustentabilidad%20Prudential%20Seguros%20-%202018-2019.pdf

-Video Institucional del Reporte con principales hitos y resultados de la gestión según los 4 pilares estratégicos

<https://www.youtube.com/watch?v=mGCMDhGKuqE>

-Video de cómo hicimos el Reporte donde se vivencia la sesión creativa del equipo de Prudential Seguros con el equipo de personas con discapacidad de la agencia Gota donde comunicamos qué es lo mejor que cada uno va a dejar en este Tercer Reporte.

<https://www.youtube.com/watch?v=CucGaRpNYEE>

-Diseño de un packaging con pendrive: Como parte del **compromiso con el medio ambiente y de la estrategia “Camino a Papel Cero” de la Compañía**, el Reporte de Sustentabilidad no se imprimió y en su lugar se diseñó un packaging con pendrive desarrollado con producción inclusiva a través del proveedor Red Activos, emprendimiento social de Asociación Civil La Usina que fue elaborado y ensamblado por personas con discapacidad, y en el mismo pendrive contiene los documentos y videos del Reporte.

Los canales de comunicación del Reporte de Sustentabilidad 2018-2019 fueron:

Internos:

- HTML comunicación interna para colaboradores
- Encuentro presencial con colaboradores donde se contó el lanzamiento del Tercer Reporte y se otorgó un reconocimiento al Comité Operativo del Reporte
- Visitas presenciales a las agencias para que la fuerza de ventas conozca el Tercer Reporte y la gestión sustentable de la Compañía del correspondiente período.
- Presentación y envío del Reporte a la operación global y accionistas

Externos:

- Landing page del Reporte de Sustentabilidad
- HTML Clientes.
- HTML Brokers y/o Productores de Seguros
- Gacetilla de Prensa
- Descarga de la publicación en el Sitio Web de la Compañía
- Videos del Reporte en canal YouTube
- Difusión en Redes Sociales de la Compañía
- Entrevistas en Medios de Comunicación nacionales y locales
- Encuentro de presentación del Reporte en las zonas geográficas donde tenemos operación: **Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y San Juan** al que asistieron distintos grupos de interés como organismos del Estado, periodistas, espacios de trabajo de RSE, clientes, brokers y/o productores, etc.

b) EJECUCIÓN DEL PLAN

El plan de comunicación del Reporte de Sustentabilidad 2018-2019 tuvo, en primer lugar, la instancia de performance con la finalidad de transmitir e informar a los grupos de interés la gestión económica, social y ambiental de la Compañía en el período correspondiente, y por otro lado, nos propusimos trabajar sobre la generación de awareness y acercamiento con la marca donde el foco de la comunicación fue emocional, demostrando que todas las personas pueden ser parte activa de una cadena de valor en una Compañía y manifestando que la diversidad es el camino de la creatividad dando oportunidad de diseñar y producir al equipo Gota integrado por personas con discapacidad.

A continuación describimos los pasos y procesos del plan:

DESCRIPCIÓN DE TAREAS	FECHA DE EJECUCIÓN
1. Presentación Proyecto 3er Reporte Sustentabilidad al Comité Estratégico de Sustentabilidad	13 de Enero
2. Capacitación Comité Operativo del Reporte integrado por colaboradores	25 de Enero
3. Envío de planillas de indicadores GRI y reuniones con líderes y miembros del Comité	01 de Febrero al 31 de Marzo
4. Definición de la materialidad y presentación al Comité	21 de abril
5. Primer reunión con equipo creativo Gota para definir conceptos, ideas y mensajes a transmitir. Se arma key visual.	24 de Mayo
6. Realización Focus Group	31 de Mayo
7. Envío de encuestas online y recopilación de respuestas	31 de Mayo
8. Envío de borrador a cada área con indicadores respondidos e información cualitativa.	31 de Mayo
9. Sesión creativa equipo Prudential Seguros junto al equipo Gota integrado por personas con discapacidad para ilustrar el concepto comunicacional y cada capítulo del Reporte	6 de Junio
10. Aprobación de Key Visual: El equipo Gota presenta 3 opciones estéticas de entre 2 o 3 carillas de ejemplo. Se continúa con el Diseño Editorial.	22 de Junio
11. Envío a las áreas de indicadores cuantitativos GRI	30 de Junio
12. Recepción respuestas indicadores cuantitativos GRI	14 de Julio
13. Entrega de textos para cuadríptico a diseñadores	17 de Julio
14. Entrega de textos para Reporte Completo a diseñadores	31 de Julio
15. Correcciones del Cuadríptico	18 de Agosto al 01 de Octubre
16. Correcciones del Reporte Completo	31 de Agosto al 01 de Octubre
17. Diseño de packaging del Reporte	30 de Septiembre
18. Convocatoria a evento de presentación del Reporte	01 de Octubre
19. Correcciones de videos y armado HTMLS y gacetillas	20 de Octubre
20. Lanzamiento y publicación del Reporte	11 de Noviembre

Durante el diseño editorial del Reporte hemos trabajado en conjunto el equipo de Prudential Seguros y Gota fundamentalmente en la ilustración y utilización de las fotos que reflejaban las acciones. La mayor dificultad que sorteamos fue el cumplimiento de los tiempos de cada parte para el envío de la información y la corrección. Al ser el tercer Reporte, y un documento con muchos procesos de aprobación, la publicación varias veces sufrió correcciones y era muy difícil hacer los cambios todos juntos. Pero encontramos la forma de poder sortearlo y adaptarnos a la forma de trabajo de cada parte para llegar a un buen cumplimiento del proyecto del Reporte.

c) EVALUACIÓN/PRUEBAS

El plan comunicacional del Reporte de Sustentabilidad 2018-2019 bajo el concepto **“Lo Mejor de Vos Queda Para Siempre”** cumplió su objetivo primordial que consistía en informar sobre la gestión responsable del negocio y utilizar distintos canales de comunicación para rendir cuentas a los públicos de interés.

El Reporte se comunicó a través del sitio Web y se han realizado presentaciones presenciales en **Buenos Aires** con 80 asistentes, donde además contamos con un panel sobre la temática “conciencia aseguradora” con especialistas y profesionales del Estado y organizaciones sociales y en las principales provincias donde tenemos operación: **Córdoba** con 30 asistentes y **Mendoza y San Juan** 20 asistentes representantes de nuestros grupos de interés. Asimismo, el Reporte ha sido muy valorado por nuestra operación Global Prudential Financial y ha sido reconocido siendo anunciado como uno de los hitos más importantes del último trimestre del año a nivel mundial. El Reporte ha sido enviado a más de 40.000 clientes y a nuestros accionistas. Su publicación ha generado más de 18 entrevistas en radio en medios especializados y 34 notas de prensa.

La segunda instancia del plan comunicacional consistía en el foco emocional donde como empresa buscamos concientizar y generar oportunidades a personas con discapacidad. Este, sin lugar a dudas, ha sido el diferencial a la hora de comunicar nuestra gestión de la sustentabilidad. Asimismo, alineados a la estrategia **“Camino a Papel Cero”** impulsada por la Compañía, el Reporte se comunicó a través de los medios digitales y se diseñó un packaging con un pendrive junto a Red Activos fomentando la producción inclusiva y alineados al cuidado del papel y protección del medio ambiente. En esta nota correspondiente a un medio especializado en materia de RSE (<http://www.tresmandamientos.com.ar/nota/1318-prudential-seguros-presento-su-segundo-reporte-de-sustentabilidad>) se destaca la **innovación visual del Reporte y el compromiso con el medio ambiente.**

De esta manera, a través del plan comunicacional del Reporte bajo el concepto **“Lo Mejor de Vos Queda Para Siempre”** buscamos reflejar los valores de nuestra marca y cómo hacemos negocios operando de manera responsable y sustentable, dejando nuestro legado en cada uno de los grupos de interés, cómo lo hacemos también a través de la comercialización del seguro de vida y con cada familia a la que le acercamos protección.

Por eso, cómo se menciona en el video del Reporte: **“ Y VOS, ¿QUÉ ES LO MEJOR QUE ESTÁS DEJANDO PARA PROTEGER A LOS QUE MÁS QUERÉS Y CUIDAR EL MUNDO?”**