Premios Eikon 2026 | Categoría 2.10 Reporte de Sostenibilidad

la segunda
SEGUROS

De la rendición de cuentas al impacto.

Lo hacemos **porque creemos.**



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

del Informe Anual Integrado 2025 de La Segunda Seguros.

PRESENTADO POR

Oficina Gestión Estratégica Sostenible · La Segunda Seguros

Gricel Di Bert · Ana Urreaga

1. DESCRIPCIÓN CONCEPTUAL

La Segunda transformó su Informe Anual Integrado 2025 en una plataforma de comunicación accesible, multicanal e interactiva. A través de una estrategia que combinó landing digital, difusión segmentada, activación interna y contenido audiovisual, logró ampliar el acceso a la información ASG, mejorar la experiencia de usuario y aumentar el engagement, generando impacto directo en el negocio. Este enfoque fortaleció la transparencia y posicionó al reporte como herramienta clave de diálogo con stakeholders internos y externos de la organización.

2. INTRODUCCIÓN

En un contexto donde la transparencia es clave, el desafío ya no es reportar, sino lograr que el reporte se lea, se entienda y se use.

En este escenario, Grupo La Segunda es una aseguradora con presencia nacional y un compromiso sostenido con la gestión responsable, materializado en su Informe Anual Integrado, elaborado bajo estándares GRI, SASB y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Los reportes existen, pero no necesariamente generan impacto. Tradicionalmente, los reportes presentan barreras como la alta complejidad técnica, el exceso de información no segmentada, la baja difusión fuera de públicos especializados, lo que deriva en baja interacción y uso efectivo del informe.

Frente a este escenario, en La Segunda impulsamos una transformación del proceso de reporte, convirtiendo el Informe Anual Integrado 2025 en una herramienta activa de comunicación, orientada a ampliar el acceso, facilitar la comprensión y generar interacción con sus públicos clave.

3. PROPUESTA / ENUNCIADO DE CAMPAÑA

Mensaje principal / Concepto estratégico:

"De la rendición de cuentas al impacto: un informe accesible, multicanal y centrado en las personas."

Objetivos:

- Comunicar el informe de forma clara, accesible e innovadora.
- Fortalecer la transparencia institucional.
- Generar interacción con los públicos de interés.
- Ampliar el alcance del contenido ASG hacia audiencias no especializadas.
- Posicionar a La Segunda como referente en sostenibilidad.

Públicos alcanzados:

Colaboradores, red de agencias, líderes y Consejo, personas aseguradas, comunidad, OSC y socios estratégicos.

Enfoque estratégico:

La estrategia se estructuró en cuatro ejes integrados:

1. Difusión multicanal
2. Desarrollo de una landing digital del informe
3. Activación interna
4. Producción de un video institucional

4. DESARROLLO / EJECUCIÓN DEL PLAN

La implementación se ideó como un ecosistema de comunicación articulado, orientado a maximizar el alcance y la interacción.

Difusión multicanal

Incluyó mailing segmentado interno y externo, newsletter "La Segunda Sostenible", redes sociales y prensa especializada, ampliando la visibilidad del informe más allá de los canales tradicionales.

Plataforma digital del informe

Desarrollamos una landing específica con navegación por temáticas ASG, acceso al informe completo, visualización de indicadores clave, y medición del comportamiento de usuarios.



Activación interna

Se promovió la apropiación del contenido por parte de colaboradores y líderes, fortaleciendo la cultura organizacional mediante una trivia interactiva que transformó un contenido técnico en una experiencia simple, participativa y accesible que impulsó el uso activo del informe dentro de la organización.

A partir de preguntas basadas en los principales puntos del informe, la trivia logró despertar curiosidad, facilitar la comprensión y promover el aprendizaje activo, incentivando la exploración del informe. Como refuerzo de la participación, se entregaron regalos sustentables, alineados con los valores del reporte y la estrategia de sostenibilidad de la organización. Esta herramienta se posicionó como la pieza de mayor interacción de la campaña, evidenciando su efectividad para activar el engagement y consolidar el informe como una herramienta viva de gestión interna.

Contenido audiovisual

Se desarrolló un video institucional como pieza central de síntesis y difusión, orientado a facilitar la comprensión y ampliar el alcance del mensaje.



4.1 INNOVACIÓN

Pasamos de un documento estático a un sistema de comunicación activo

Transformamos el reporte en una experiencia digital interactiva y multicanal, superando el formato estático tradicional y facilitando el acceso segmentado a la información.

Este enfoque permitió:

- acceso ágil a información estratégica,
- mejor comprensión de datos complejos mediante visualización,
- navegación personalizada según intereses,
- mayor engagement y tiempo de interacción.

5. PRINCIPALES RESULTADOS Y EVALUACIÓN

La estrategia superó los resultados del período anterior en la mayoría de los indicadores clave:

Informe Anual Integrado	Ejercicio 2024-2025	Ejercicio 2023-2024
Alcance y Uso (alcance interno y externo)	Vistas totales: 4800	Vistas totales: 702
Engagement (alcance interno y externo)	895 usuarios activos en la landing 881 usuarios nuevos 2:43 minutos promedio 57.000 eventos 129 participaciones trivia	181 participaciones en la trivia
Canales digitales (alcance interno y externo)	LinkedIn: 2.593 impresiones 639 interacciones 24,64% tasa de interacción	LinkedIn: 2.976 impresiones 614 interacciones 20.6% tasa de interacción
Prensa (alcance interno y externo)	12 publicaciones	8 publicaciones
Email Marketing (alcance interno)	Apertura: 87,9% CTR: 15,2%	Apertura: 76,5% CTR: 14,2%

De los resultados comparativos expuestos, se observan mejoras en la mayoría de las variables analizadas, lo que sugiere una mayor efectividad en la estrategia de comunicación y una mejor recepción de los contenidos informativos por parte de los usuarios del informe.

Medición de Impacto

El informe dejó de ser un documento de consulta para convertirse en una herramienta activa de gestión, utilizada en procesos comerciales, vinculación con clientes y toma de decisiones internas. Para identificar y entender este impacto directo en el negocio, implementamos el relevamiento online "¿Cómo usaste el Informe Anual Integrado 2025?" para medir la utilidad y efectividad del informe.

Los destinatarios fueron los stakeholders internos del informe, 23 mandos medios y equipo general, data owners del proceso de desarrollo de los informes de sostenibilidad de la organización.

La acción consistió en relevar y potenciar el uso del Informe Anual Integrado 2025 como herramienta de gestión y comunicación. A través de una campaña de mailing, se invitó a responder preguntas para identificar cómo, dónde y para qué utilizan el informe, así como detectar barreras y oportunidades de mejora.

Esta iniciativa permitió reforzar el posicionamiento del informe como un insumo clave para la toma de decisiones de cada área, para la gestión comercial y la articulación interna interáreas, promoviendo una visión transversal, basada en datos y estratégica. Además, este primer ejercicio constituye la línea de base para mediciones de impacto posteriores.

Resultados del relevamiento:

- El 59% respondió que utilizó el informe en los últimos meses
- Uso principal: interacción con clientes (26%)
- Comunicación institucional (22%)
- Relación con productores y agencias (17%)
- Relación con empresas proveedoras (13%)
- Principal motivo: responder a requerimientos (37,5%)
- Explicar la estrategia ASG (25%)
- Generar confianza (19%)

Comentarios de los participantes:

- *"Lo expuse en una reunión con una clínica donde teníamos diferencias de costos con una colega y les mostramos nuestro rol activo frente a los problemas de la sociedad. El ejemplo fue la donación que hizo La Segunda en los incendios de la cordillera donde aportamos dinero para comprar vestimenta a los bomberos."*

- *"Para generar confianza con los prestadores médicos y demás proveedores de servicios contratados."*

- *"Fundamental para el desarrollo del proyecto de Servicios Logísticos: al ser incipiente el proyecto, lo tengo como respaldo técnico necesario y una visión integral del rumbo de la Organización."*

- *"Hemos compartido datos y extraído información para cumplimentar consultas de reaseguradores; compartir en presentaciones gestiones de la empresa; para responder requerimientos de la Gerencia de Cumplimiento, etc."*

- *"Lo usé como comparativo de mercado."*

- *"Fue utilizado en algunas reuniones con clientes y potenciales clientes. Generando impacto positivo."*

5. 1 CONCLUSIÓN

La estrategia permitió transformar el Informe Anual Integrado 2025 en una plataforma de diálogo, integrando contenidos, canales y experiencias.

El enfoque multicanal, junto con herramientas digitales e innovación en el formato, fortaleció la transparencia, amplió el acceso a la información ASG y consolidó el posicionamiento de La Segunda como referente en sostenibilidad.

El desafío ya no es reportar, sino generar impacto. Este enfoque marca el camino para la evolución del reporte como una herramienta estratégica de gestión.

Lo hacemos porque creemos.
Lo logramos en equipo.

ANEXO

Comunicados de prensa:

- https://todoriesgo.com.ar/la-segunda-informe-anual-2025/
- https://100seguro.com.ar/la-segunda-seguros-presenta-su-informe-anual-integrado-con-una-mirada-estrategica-hacia-2030/
- https://sustenomics.com/la-sostenibilidad-para-la-segunda-es-una-herramienta-de-gestion-que-contribuye-en-la-toma-de-decisiones/
- https://tiempodeseguros.com.ar/index.php/notas/la-segunda-seguros-informe-anual-integrado-con-mirada-estrategica-hacia-2030
- https://www.informeoperadores.com.ar/2025/12/11/la-segunda-seguros-presenta-su-informe-anual-integrado-con-una-mirada-estrategica-hacia-2030/
- https://dbiz.today/Eco-RSE/La_Segunda_Seguros_presenta_su_Informe_Anual_Integrado_con_una_mirada_estrategica_hacia_2030
- https://norteenlinea.com/la-segunda-seguros-presenta-su-informe-anual-integrado-con-una-mirada-estrategica-hacia-2030/
- https://economiasustentable.com/noticias/una-reconocida-aseguradora-presento-su-informe-anual-integrado-con-un-claro-objetivo-hacia-2030/
- https://www.bioguia.com/mercado/segunda-seguros-presenta-su-informe-anual-integrado-una-mirada-estrategica-hacia-2030_143957957.html
- https://ecobiz.com.ar/nota/1252-La-Segunda-puso-primera-en-finanzas-e-innovacion-sostenible

la segunda
SEGUROS

Muchas gracias

Primero lo que importa.
Primero el futuro.
Primero las personas.