



## Atenea, nuevo plan estratégico de Solunion para impulsar la transformación

La diosa griega de la sabiduría, Atenea, da nombre al plan estratégico de Solunion para el horizonte 2020 y 2021. La nueva hoja de ruta marca el camino hacia la transformación y viene acompañada de una imagen de marca que refleja la evolución de la compañía.

“Impulsando la transformación” es el lema que va a guiar este ambicioso plan, que viene alineado y apoyado por una evolución de la imagen de marca de Solunion. Esta evolución es el resultado del desarrollo y crecimiento experimentados por la aseguradora durante los últimos años.

La compañía vive un momento ilusionante. Después de más de seis años de andadura, Solunion ha sabido

posicionarse como socio comercial de confianza para los empresarios. En 2020, comienza una nueva etapa, un paso más para elevar el negocio del seguro de crédito y de caución al siguiente nivel. Un periodo en el que la transformación guiará sus próximos pasos en el mercado.

### **Solunion, el socio transformador para las compañías**

Agilidad, sencillez y calidad de servicio. A lo largo de estos años, el equipo de

Solunion ha trabajado en torno a estos tres conceptos. De esta manera, ha conseguido crecer y expandirse año tras año, tanto en España como en Latinoamérica.

El plan estratégico de Solunion está basado en cuatro pilares transformacionales: Crecimiento Rentable y Sostenible, Innovación, Eficiencia y Compromiso, alrededor de los cuales se desarrollan iniciativas concretas para



## Una evolución de la identidad de marca: “Somos impulso”

Para acompañar este viaje hacia la transformación, Solunion ha presentado la evolución de su identidad de marca, con un posicionamiento y un propósito, unos nuevos valores y unos atributos de personalidad. El logotipo y el lema corporativos buscan representar esta nueva etapa que afronta la aseguradora.

Audaces por naturaleza, Fortaleza en equipo y Compromiso real. Estos son los tres valores que arrojan la estrategia e inauguran una Solunion aún más cercana, más moderna, humana y diferente, pero, sobre todo, que mira al futuro junto a sus clientes, anticipándose a los cambios del

mercado y de la forma de hacer negocios, gracias a su experiencia y a su capacidad de análisis y de respuesta. Al logotipo se une ahora un lema mucho más emocional: “Somos Impulso”, que refleja la ambición y la visión fijadas en la estrategia, así como la personalidad de la compañía. “Somos cercanos, inquietos, innovadores, valientes, ambiciosos. Esos son los atributos que proyectamos todas las personas que formamos parte de Solunion, en todos los países”, señala Alberto Berges. “Somos nosotros quienes, en nuestro día a día y en todas nuestras interacciones con nuestros clientes y colaboradores, vamos a impulsar la transformación de nuestra compañía”.

transformar la compañía y hacer frente a la demanda de un mercado cambiante, que solicita productos y soluciones modernas y adaptadas para nuevas necesidades.

En la compañía trabajan enfocados en la anticipación. La inteligencia de negocio y la digitalización, la automatización de procesos para ofrecer un servicio cada vez mejor a sus clientes, y para aportar más agilidad y eficiencia a lo largo de toda la cadena de valor, son algunos de los puntos clave de su transformación. Todo ello, en un entorno de trabajo basado en el compromiso y la colaboración, en la participación y la comunicación entre todas las personas que forman

Solunion, en un entorno que promueve la diversidad y la igualdad, el desarrollo y el impulso del talento.

“Durante los próximos dos años impulsaremos la transformación de Solunion para ser un referente en calidad de servicio, avanzando aún más en nuestro modelo orientado al cliente”, comenta Alberto Berges, Director General de Solunion, “hemos desarrollado Atenea fieles a nuestra vocación de liderazgo y con el objetivo de acompañar a nuestros clientes y a nuestros socios comerciales en su crecimiento mirando siempre más allá, ayudándoles a ir más lejos y proporcionándoles toda nuestra

experiencia, conocimiento y herramientas de gestión del riesgo comercial”.

### Un propósito, una visión

El propósito de Atenea, tal y como está formulado en el plan, es el de “acompañar a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos e impulsarles a crecer, proporcionándoles soluciones de gestión de riesgos adaptadas a sus necesidades”.

La visión, en primera persona del plural, refleja la importancia del trabajo conjunto de todo el equipo de Solunion y su compromiso: “facilitamos un entorno de negocios sólido y seguro para que nuestros clientes alcancen sus objetivos comerciales”.