

# Las ARL le apuestan a cuidar la fuerza del país

Equipo Dirección de Comunicaciones y Mercadeo  
Fasecolda

---

*Conozca cómo se desarrolló la estrategia de comunicación en medio de la pandemia.*

---

Las Administradoras de Riesgos Laborales no solo atienden los retos actuales de la emergencia nacional, también son actores clave en la reactivación económica y el bienestar de los trabajadores colombianos y sus familias. Precisamente para que el país comprendiera su importancia, Fasecolda desarrolló la estrategia 'Cuidamos la fuerza', que les permitió a los colombianos reconocer la valía de las ARL para el regreso seguro al trabajo.

El Sistema General de Riesgos Laborales – SGRL enfrenta uno de los retos más importantes en su historia por las implicaciones de la pandemia del COVID-19.

Ante las medidas decretadas por el Gobierno Nacional, las ARL han asumido la adquisición y el suministro de los elementos de protección personal (EPP) para los trabajadores del sector de la salud, así como la realización de exámenes preventivos y de diagnóstico y la implementación de planes de promoción y prevención.

Cabe recordar que la compra y distribución de dichos elementos de protección personal no les estaba permitida por Ley ejecutar a las ARL antes de la contingencia. Sólo para la actual coyuntura se definió que hasta el 7% de las cotizaciones del sistema



Una campaña de las ARL **fasecolda**  
Federación de Aseguradores Colombianos

**Protegemos**  
la fuerza de nuestro país.

Las Administradoras de Riesgos Laborales cuidamos a los que cada día se levantan a trabajar con acciones periódicas que previenen accidentes laborales.

se utilizara para el suministro de estos elementos, priorizando a las IPS de las regiones más afectadas.

Ante dicho panorama, el gremio propuso incluir el COVID-19 como enfermedad laboral, lo que implica, además, el reconocimiento y pago de las incapacidades laborales y otras prestaciones asistenciales y económicas del sistema para el personal de la salud que resulte afectado por el virus. También ofrece, en caso de fallecimiento del trabajador, un auxilio funerario de hasta 10 SMMLV.

Es por eso que, desde el gremio, se planteó la necesidad de explicarles a los colombianos la importancia del SGRL y cómo este protege a los trabajadores, a sus familias y fomenta el desarrollo del país, bajo las premisas:

➔ **El SGRL es un aliado de los empleadores y los trabajadores.** Las ARL tienen la tarea de ayudar a la prevención de los accidentes y la enfermedad laboral, de esta forma salvan vidas.

➔ **El SGRL es un garante de la productividad del país.**

Las prestaciones asistenciales proporcionadas por las ARL son un respaldo para el aparato productivo del país, para los empleadores y para el trabajador.

➔ **El SGRL protege a las familias de los trabajadores.**

Las prestaciones económicas proporcionadas por las ARL son garantía de protección para las familias de aquellos trabajadores que por accidente o enfermedad laboral fallecen.

➔ **El SGRL ayuda a la transformación del trabajo en Colombia.**

Las ARL serán las encargadas de apoyar la transformación que trajo consigo la pandemia, a través del reconocimiento de nuevos riesgos laborales. Además, ayudarán a los empleadores y trabajadores a desempeñar su actividad mitigando la accidentalidad y enfermedad laboral asociadas a estos nuevos riesgos.

## ‘Cuidamos la fuerza’ en la reactivación económica

Precisamente por el valioso rol que desempeñan las ARL Fasecolda, diseñó la estrategia de comunicación ‘Cuidamos la fuerza de nuestro país’ para que los colombianos comprendan su importancia y el gran aporte en la reactivación económica del país.

La iniciativa, que se puso en marcha en mayo, fue un trabajo conjunto entre Fasecolda, las ARL, Rep Grey y Dattis Consultores para resaltar el compromiso del sistema hacia quienes día a día se levantan para trabajar por Colombia.

La estrategia se perfiló en tres ejes: el mediático, el publicitario y el manejo institucional. Para el desarrollo de la estrategia acudimos a distintas acciones:

- ➔ **Relacionamiento con las autoridades:** El Congreso de la República, la Contraloría, la Procuraduría y algunas otras entidades del Gobierno se hicieron copartícipes de ‘Cuidamos la fuerza’, a través de informes permanentes sobre las prestaciones y entregas de los EPP por parte de las ARL. En ellos, reforzamos el mensaje del rol del sector, el compromiso que adquirieron las Administradoras de Riesgos Laborales en esta pandemia y la necesidad de involucrar a todos los actores en esta tarea.

De igual manera, se desarrolló un plan de relacionamiento con entidades del Estado como Ministerio de Salud, de Trabajo, Viceministerio de Desarrollo Empresarial, la Gerencia para la Atención Integral del COVID-19, la Consejería Presidencial para el Sector Privado, el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República y ProColombia, además de los entes de control y de supervisión, y las Instituciones prestadoras de Salud, principalmente.

También estuvimos presentes en el programa Prevención y Acción, el espacio televisivo diario

del presidente Iván Duque, en el que explica cómo el país enfrenta la pandemia. Allí, el mandatario les dio cabida a las ARL y resaltó el esfuerzo que adelantan para apoyar el suministro de elementos de protección personal.

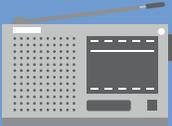
- ➔ **Cubrimiento mediático:** A partir de la divulgación de 16 comunicados de prensa alcanzamos más de 320 registros en medios de comunicación nacionales y regionales, con los que pudimos reportar periódicamente el avance de entregas de elementos de protección personal en el país.
- ➔ **Difusión a través de canales digitales:** Las redes sociales y las estrategias de mailing y mobile fueron las herramientas digitales utilizadas para reforzar el mensaje de acompañamiento de las ARL durante la pandemia y la reactivación económica. Con esta difusión alcanzamos a 7 millones de colombianos.
- ➔ **Alianzas con medios de comunicación:** A través de estas alianzas, el gremio asegurador estuvo presente en espacios clave de opinión, como lo fueron el Foro de La República ‘Las ARL en la coyuntura del COVID-19’ y el conversatorio de Blu Radio.

La campaña en medios masivos y digitales:

Enfocándonos en un target de personas entre los 18 y 60 años y en medios masivos como televisión, radio e Internet, se implementó la campaña publicitaria ‘Cuidamos la fuerza de nuestro país’.

La estrategia se desarrolló en dos etapas. La primera, ‘El rol de las ARL’, que pretendía reforzar el mensaje de porqué las Administradoras de Riesgos Laborales son indispensables para garantizar el bienestar de los trabajadores en el país.

La segunda etapa, ‘Reactivación económica’, buscaba que los colombianos comprendieran cómo las ARL se convertirán en las aliadas de las empresas durante

	Exposición	Impactos
	<b>94 comerciales</b>	<b>9.3 millones</b> de personas alcanzadas
	<b>748 cuñas</b> <b>314 menciones</b> <b>20 cápsulas</b>	<b>5.8 millones</b> de personas alcanzadas
	<b>4 mil</b> inscritos	<b>2 mil visitantes en vivo</b> <b>5.2 millones</b> de visitantes (2 días)
	<b>60 millones</b> de impresiones	<b>7 millones</b> de personas alcanzadas

### Personas alcanzadas

Meta propuesta: <b>11.2 millones</b>	Meta Alcanzada: <b>11.2 millones</b>
Alcance planeado: <b>87%</b>	Alcance logrado: <b>89%</b>

Fuente: Ibope



**Multitarget:** personas +18 Pymes, empresarios y general

el proceso de implementación de los protocolos de bioseguridad, que les permitirán a los trabajadores regresar a sus labores de forma segura y, de paso, fortalecer la economía del país tras la emergencia sanitaria.

La estrategia 'Cuidamos la fuerza' terminó a finales de junio. Tras los dos meses en que estuvo vigente estos fueron los resultados obtenidos:

En general, la estrategia tuvo excelentes resultados. En televisión nacional, por ejemplo, se aprovecharon las audiencias de los canales nacionales y se obtuvieron resultados por encima de lo planeado en alcance (60%). La campaña fue tendencia en Twitter con el #CuidamosLaFuerza y se ubicó en los primeros puestos de conversación en la red, superando en un 40% los KPIS (medidores de desempeño) planeados.

En social media, se plantearon dos objetivos, que mostraron un buen desempeño en cuanto al alcance para generar awareness (conocimiento) y tráfico para redireccionar a la página web de Fasecolda.

De igual manera, las piezas que hicieron parte de la estrategia de divulgación estuvieron presentes en los portales premium de mayor consumo a nivel nacional.

La implementación de la estrategia 'Cuidamos la fuerza' fue la oportunidad para demostrarle al país el apoyo que brindan las ARL en la transformación del trabajo en Colombia. Las Administradoras de Riesgos Laborales son claves en esta reactivación económica, que nos invita a adaptarnos a la realidad y mirar el mundo de otra manera. 