

## PELAYO Y ARACNOFOBIA se alían para el desarrollo de la estrategia digital de la aseguradora

- ***La aseguradora confía a la joven agencia su estrategia de contenidos digitales.***
- ***Pelayo busca potenciar su notoriedad y crecimiento de negocio.***

Madrid, 22 de febrero de 2019. Pelayo Mutua de Seguros ha elegido a Aracnofobia, tras un proceso restringido de selección de agencias, para desarrollar su estrategia de contenidos digitales y reestructurar las diferentes áreas en la que está llevando a cabo su transformación digital.

Este proceso, que es el objetivo principal de Pelayo, representa una oportunidad de crecimiento y de llegar a más clientes. Como comenta Emma Ruiz de Azcárate, Directora de Marketing de Pelayo, “nuestro reto no es la digitalización por sí sola, sino la digitalización al servicio de las personas”.

Para conseguirlo se está apostando por una visión estratégica, formando un equipo que sea parte de la marca y lejos de la visión tradicional de cliente-agencia. Esa es una de las razones por las que se ha apostado por una agencia muy joven como Aracnofobia.

Esta decisión basada en la filosofía de Pelayo de marcar la diferencia y los valores que componen su ADN, como es el fomentar el carácter emprendedor, impulsará el desarrollo de un proyecto de contenidos digitales basado en ese espíritu de ambas entidades de cercanía hacia los clientes.

“Que una marca de 85 años de historia confíe en otra de menos de uno es una decisión que desde Aracnofobia agradeceremos siempre. Ahora es el momento de trabajar para demostrar todo lo que podemos hacer por Pelayo”, comentan desde la agencia.

### **Para más información:**

*Gabinete de Prensa Seguros Pelayo*

[gabineteprensa@pelayo.com](mailto:gabineteprensa@pelayo.com) (Cristina del Campo – 91 592 12 12)

Página web: [www.pelayo.com](http://www.pelayo.com)

Twitter: [@Pelayo\\_Seguros](https://twitter.com/Pelayo_Seguros)