



MGS Seguros estrena campaña de marca en televisión con Leopoldo Abadía

La Aseguradora cuenta con el mediático escritor, autor de “La crisis ninja”, como imagen de su nueva campaña publicitaria

Abril de 2014

MGS Seguros estrenó el pasado domingo, 6 de abril, su campaña de marca para 2014, que cuenta con **Leopoldo Abadía** como imagen de la Aseguradora. Para ello, escogió un relevante evento deportivo, el Gran Premio de Fórmula 1 de Baréin, seguido por más de 3 millones de espectadores en Antena3.

Bajo el lema “Sencillamente seguros”, esta nueva campaña pone el acento en **la solidez de MGS Seguros**, una de las aseguradoras más solventes del país, como indicador de que la Aseguradora está en inmejorables condiciones para afrontar los compromisos adquiridos con sus Clientes.

La campaña, además, remarca **la orientación al cliente de MGS y la trayectoria de cumplimiento** con sus asegurados desde hace más de 100 años.

MGS Seguros estará presente en los medios de comunicación durante 2014 en una campaña multicanal, que contará con [spots televisivos](#), cuñas de radio, acciones en Internet, cartelería y otros elementos publicitarios, con el reconocido **Leopoldo Abadía como protagonista**.

El popular escritor y divulgador aporta a la Entidad su capacidad **de conectar con las personas** y su **visión pragmática**, tanto de los grandes temas de la macroeconomía como los pequeños asuntos de cada día.

De este modo, **MGS busca transmitir su mensaje de forma cercana**, uno de los valores que siempre ha definido tanto a la Entidad como a los profesionales que forman parte de ella, en la atención que ofrecen a sus Clientes, desde su nacimiento en 1907.

Para más información:

MGS, Seguros y Reaseguros S.A.
Departamento de Comunicación e Imagen Corporativa
93 495 30 12 o 661 847 800
jorteiga@mgs.es