



POSTULACIÓN

CERO DISTRACCIONES

Categoría: Campaña de Publicidad RADIO

Caso: Cero Distracciones

Compañía: ISA INTERVIAL

Departamento: Subgerencia de Estrategia y Asuntos Corporativos

Persona responsable de la comunicación: Carlos Kutscher

En ISA INTERVIAL nos encontramos comprometidos por disminuir los índices de siniestros viales y promover conductas seguras en las vías de Chile. Para ello, nos hemos impuesto la meta aspiracional de Cero Niños Muertos en nuestras rutas al 2030. Bajo esta premisa, como empresa, desarrollamos una serie de iniciativas tendientes a concientizar a las personas con respecto a la responsabilidad que todos tenemos para generar ambientes seguros en nuestro rol de conductores, copilotos y peatones. Para esa concientización es clave llegar con mensajes de alto impacto que generen recordación en la audiencia.

DIAGNÓSTICO:

En Chile mueren 4 personas producto de siniestros de tránsito diariamente, muertes que pueden evitarse. En ISA INTERVIAL estamos convencidos que uniendo esfuerzos y tomando conciencia de nuestros actos, podemos generar cambios transformadores que contribuyan a mejorar nuestra calidad de vida, y en este caso, a salvar vidas. Somos continuamente parte de campañas en por la seguridad vial, donde se entregan mensajes tendientes a disminuir la velocidad y/o el consumo de alcohol. En esta oportunidad quisimos enfocarnos en hechos cotidianos que distraen nuestra atención del volante y que pueden ocasionar consecuencias graves y fatales. Cada año ISA INTERVIAL ejecuta durante fiestas patrias una campaña potente, al ser la fecha del año donde se produce un mayor número de siniestros.

PROPUESTA

Cero Distracciones nace para transmitir a la audiencia que la mejor forma de evitar un siniestro vial es estar 100% atentos al volante. Para transmitir este mensaje, ISA INTERVIAL



en alianza con 13Lab proponen una campaña focalizada en capturar la atención de la audiencia bajo un mensaje muy potente **“nada nos puede distraer ante el volante”**. Para ello, rostros potentes de Canal 13, tanto del área de entretenimiento, como prensa, simularon haber sido sujetos de un siniestro de tránsito para posteriormente transmitir un mensaje de concientización. Esta campaña se enmarca en causar conciencia durante las festividades de fiestas patrias, pero su óptica se extiende durante todo el año.

EJECUCIÓN

Para esta campaña se utilizaron rostros potentes de Canal13 tanto del área entretenimiento, como prensa. Participaron: Pancho Saavedra, Sergio Lagos, Chantal Aguilar. La campaña contó con despliegue en TV y radio. La publicidad radial, enfatizó el sonido que proyectan los vehículos al frenar para luego indicar que “el locutor se encuentra bien ya que esto es una publicidad, pero que eso pudo no haber sido así”, por lo mismo, **“nada nos puede distraer ante el volante”**. La publicidad radial contó con Sergio Lagos y Chantal Aguilar.

La campaña en radio lo logró 552 emisiones de frase y menciones distribuidas tres radioemisoras: Oasis, Sonar y T13 radio. El target de la campaña fue dirigido a un segmento medio y alto, hombre y mujer mayor de 18 años. La campaña se ejecutó entre septiembre y diciembre.

RESULTADOS

+ 115 MILLONES

de alcance en radio

+ 9 MILLONES

impactos mensuales en radio

- Logramos contar con “rostros de primera línea” quienes se sintieron comprometidos con la campaña.