



## CATEGORÍA GENERAL

Capítulo 7: Comunicación Interna

# ¡Manéjate vivo!: Un llamado urgente (y novedoso) a quienes mueven la ciudad

## COMPAÑÍA

Buses Vule S.A

## AGENCIA

TIRONI

## DEPARTAMENTOS DE LA EMPRESA

Comunicaciones, Relaciones Laborales, Prevención de Riesgos (Seguridad Vial)

## PERSONA RESPONSABLE DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Pablo Fuenzalida, Consultor TIRONI

## 1) INTRODUCCIÓN

Mucho se habla hoy del problema de la seguridad pública, pero pocos son conscientes de que son las calles de la ciudad unos de los escenarios más peligrosos a los que nos enfrentamos a diario. Sólo en el 2022 se registraron en Chile, según cifras de Carabineros, 1.738 fallecidos en accidentes de tránsito, la mayor cantidad de muertes fatales de este tipo en 14 años.

Para una compañía cuyo espacio de trabajo son las calles, este tema es de vital importancia. Es el caso de Buses Vule, empresa operadora de la Red Metropolitana de Movilidad (RED) que, con una flota de 1.440 buses y más de 4.800 trabajadores (3.679 de ellos conductores), se encarga de transportar a millones de personas diariamente por 28 de las 35 comunas del gran Santiago que abarca el sistema.

Fundada en 2009 con el claro propósito de brindar un servicio moderno, sustentable y de calidad a los habitantes de la capital, la seguridad vial está en el centro del quehacer de la compañía.

Así fue que durante 2022 decidieron aunar los distintos esfuerzos que estaban realizando en esta materia de cara a sus trabajadores y generar una campaña de comunicación interna que permitiera actualizar y nivelar conocimientos de seguridad vial, tales como condiciones en la ruta, leyes y normas de tránsito y convivencia con distintos modos, entre otros temas. Todo ello bajo un mismo llamado: ¡Manéjate vivo!

TIRONI, en coordinación con los equipos de seguridad vial, comunicaciones internas y relaciones laborales de Buses Vule, fue la agencia encargada de diseñar y ejecutar la campaña que tuvo un fuerte componente audiovisual en su despliegue (con una serie de más de 25 videos producidos por la productora Mestizo y protagonizados por Gustavo Becerra, actor de comedia chileno, conocido también como el “Guatón de la fruta”) y la realización de una Feria de seguridad itinerante que recorrió 14 terminales de la empresa.

## 2) PROPUESTA / ENUNCIADO DE CAMPAÑA – ESTRATEGIA

El objetivo de la campaña, ejecutada durante junio 2022 y enero 2023, fue **fortalecer la cultura de seguridad vial en Buses Vule**, actualizando y reforzando conceptos y entregando consejos clave en esta materia y estuvo dirigida a los 4.800 trabajadores de Buses Vule, con especial énfasis en los más de 3.600 conductores.

Fue a este último público que el equipo consultor tuvo en su mente a la hora de crear el **concepto central creativo** ¡Manéjate vivo!, porque si existen personas que se manejan en la ruta son precisamente los conductores profesionales del transporte público.

Pero el desafío, y a la vez, la invitación, era no sólo que pudieran manejar correctamente, sino que también en todo momento de la conducción “anduvieran vivos” (como se le dice coloquialmente al estar atentos al entorno), todo con el objetivo de no sufrir accidentes y así “mantenerse vivos”: conductores, conductoras, pasajeros y el resto de las personas con las que conviven en las calles de Santiago.

## Comunicación fresca y novedosa

Generalmente la comunicación que aborda los temas de seguridad lo hace con un estilo dramático, incluso lúgubre, en este caso quisimos dar un giro, y se buscó empatizar con los y las conductores, utilizando un lenguaje más ameno y cercano, que pudiera entrar con facilidad en los distintos espacios de trabajo de manera orgánica. Clave fue aquí la incorporación como rostro de campaña de Gustavo Becerra, que desde el primer momento tuvo muy buena recepción por parte de los conductores.

El actor fue el encargado de entregar, con humor y muy buena energía, los distintos mensajes, en una serie de cápsulas audiovisuales grabadas en estudio y en los propios terminales de la empresa, que abordaron distintas temáticas como la Ley No Chat, la seguridad durante las fiestas patrias, conducción en la lluvia, entre otras.

Además, el actor tuvo un rol de entrevistador en la sección “El experto responde”, donde representantes de distintas instituciones cercanas a la seguridad vial profundizaban algún tema de conversación. La sección contó con la participación de diversos expertos, entre ellos representantes de la Mutual de Seguridad, la ONG No Chat, Seguros SURA, Club Europeo de Automovilistas de Chile (CEA), además de profesionales de Buses Vule.

### 3) DESARROLLO/EJECUCIÓN DEL PLAN (tácticas y acciones)

#### Etapas del plan

- **Conceptualización de campaña y propuesta de valor:** Logramos identificar una oportunidad de integrar varias acciones de seguridad vial que realizaba la empresa, bajo un único concepto paraguas ¡Manéjate vivo!, un llamado urgente y claro, que a la vez podía ser apropiable y viralizable por nuestro público objetivo.
- **Identidad visual, tono y estilo:** Un primer desafío que nos propusimos fue salirnos de los códigos de comunicación más clásicos con los que se aborda la seguridad, fue así que logramos definir un tono y estilo frescos y actuales, con un lenguaje directo y cercano, que nos permitiera ingresar a los terminales de manera natural y orgánica. La elección del “rostro” de campaña también respondió a estos lineamientos y aportó de gran manera a la estrategia.
- **Despliegue:** Para el despliegue de la campaña se utilizaron los distintos canales internos con los que cuenta la empresa, principalmente las pantallas en oficinas y terminales, mailing y WhatsApp corporativo. Los contenidos también fueron reforzados en el boletín “Somos Vule”, que se difunde mensualmente a toda la compañía, y en ediciones especiales impresas.

Entre junio 2022 y enero 2023, se desplegaron los siguiente contenidos (un tema por mes):

- Conducción en el invierno
- Manejo a la defensiva

- Gestión de las emociones
- Cuidados en Fiestas Patrias
- Ley No Chat
- Nuevas señaléticas y límites de velocidad
- Ley de Convivencia vial

Cada tema fue desarrollado a través de un video central y complementados con selfies cuñas y las entrevista de “El experto responde”. En total, más de 25 videos protagonizados por Gustavo Becerra y producidos en conjunto con la productora Mestizo.

- **Lanzamiento:** Para dar puntapié a la campaña, se realizó un [evento](#) en el terminal BGC-E, en el cual participó Gustavo Becerra, representantes de CONASET y de la Dirección de Transporte Público Metropolitano.
- **Diseño de Feria de Seguridad y lanzamiento:** Si bien entendíamos que los conductores utilizan mucho el formato audiovisual (que teníamos cubiertos con pantallas y envíos por WhatsApp), sabíamos que debíamos generar un espacio participativo y de conexión directa. Fue entonces que decidimos incorporar como innovación la Feria de Seguridad Vial “Manéjate vivo”. Diseñada con la lógica de feria itinerante, contaba con cuatro estaciones, las cuales incluían una cámara donde se proyectaban videos de las campañas, un espacio de reflexión entre los participantes, además de una charla y una actividad práctica para identificar los puntos ciegos de los buses.

#### 4) RESULTADOS Y EVALUACIÓN

La campaña, desplegada durante junio 2022 y enero 2023, tuvo una buena recepción por parte de los trabajadores de Buses Vule: de acuerdo a una encuesta interna, desarrollada por el departamento de Prevención de riesgos, el 96,6% de los trabajadores de la compañía vieron los materiales de la campaña a través de al menos uno de los canales de comunicación activos.

En canales internos, 3.100 personas recibieron contenido de la campaña a través de mails, 330 los recibieron por WhatsApp. Además, fueron proyectados en 27 pantallas instaladas en distintos centros de trabajo. En plataformas externas como YouTube, los vídeos acumulan más de **5.400 reproducciones**.

La misma encuesta arrojó que, en una escala del 1 al 7, los trabajadores evaluaron los contenidos de la campaña positivamente: un 46,9% la calificó con la nota máxima, 24,4% con un 6 y 13,1% con un 5.

Por su parte, 2.475 conductores de Buses Vule participaron de las Ferias de Seguridad Vial ¡Manéjate vivo!, lo que equivale a un 67,2% del total de este grupo. En las encuestas realizadas al finalizar cada feria, el 72% de los participantes consideraron los encuentros como “muy buenos”, 78% apreciaron que los temas se abordaron de forma novedosa y 72% dijo que aprendió o reforzó conocimientos sobre la seguridad vial.

**Y, a pesar de ser un dato multifactorial, durante el 2022, Buses Vule observó una disminución de 33,3% en siniestros fatales y de 40% en siniestros donde la responsabilidad recae en el conductor del bus. Si la campaña ¡Manéjate vivo! aportó con un granito de arena a bajar estos índices, es una tremenda satisfacción y nos plantea importantes desafíos para seguir profundizando y mejorando la comunicación de seguridad vial.**