



POSTULACIÓN CAMPAÑA ¡AY! PREMIOS EIKON 2023

Número y nombre de la categoría a inscribirse:

Categoría 2.6 Sostenibilidad Salud.

Capítulo:

General

Título del caso:

“Entre Easyleños ¡Ay! menos accidentes”

Nombre de la empresa o institución:

Easy

Departamento, área (consultoras de relaciones públicas u otras en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan: Marketing Institucional y Sostenibilidad.

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

Natalia Torrent

En Easy creemos que existe una gran diferencia entre una casa y un hogar. Mientras una casa se refiere a una edificación pensada para ser habitada y construida de materialidades, tales como: ladrillos, madera y cemento; el hogar se describe como el espacio emocional que brinda calma y seguridad. Un lugar que trasciende el aspecto

físico y tangible para albergar lo que somos, sentimos y soñamos. Y pese a que para muchos esto podría ser una diferencia puramente conceptual, para nosotros se transformó en la clave para construir nuestra propuesta de valor, estrategia de negocios y visión organizacional. Este caso se trata de este último aspecto.

1) INTRODUCCIÓN (planteo y diagnóstico)

Contexto:

Transformar casas en hogares no es una tarea fácil ni sencilla y en Easy somos conscientes de ello. Por lo tanto, creemos que el bienestar físico y emocional de nuestros más de 5.000 colaboradores es fundamental para lograr este objetivo. Sin embargo, a pesar de todas las acciones relacionadas con la prevención de riesgos durante el año 2021, observamos un aumento del 26,8% en la tasa de accidentabilidad en nuestras tiendas.

Esta realidad nos llevó a encender todas las alarmas y buscar, prontamente, una solución para reducir este aumento, ya que detrás de ese porcentaje se encontraban colaboradores, Easyleños a quienes queremos sanos y seguros. De esta manera emprendimos un viaje que buscaba encontrar el mejor camino para hacer del segundo hogar de nuestros colaboradores un espacio seguro, donde el bienestar potencie no sólo las practicas de auto-cuidado, sino que también el sentido de pertenencia.

Metricas/Año	2019	2020	2021
Tasa Accidentabilidad	3,13%	3,13%	3,97%
Programa Empesa Certificada	No certificamos	No certificamos	38 tiendas Competitiva
Comites Paritarios Higene y Seguridad	*25 oro *8 plata *2 bronce	*36 oro *2 bronce	*38 oro *3 plata
COVID	N/A	Todas las tiendas certificadas	
Sistema de gestion SSO	73%	79%	83%

Diagnóstico:

Incluso durante el período más complejo de la pandemia, logramos mantener indicadores positivos en términos de la tasa de accidentabilidad. Sin embargo, este escenario cambió en 2021. Ya que al igual que otras empresas, de diferentes rubros, observamos un aumento pequeño, pero igualmente preocupante en nuestra tasa de accidentabilidad.

Algo que no sólo nos afectaba a nosotros, sino que era más bien un fenómeno país, que de acuerdo a la SUSESO, en su informe anual, se explicaba por los efectos “psicológicos” generados por la pandemia:

“El aumento de la tasa de accidentabilidad de 2,2% en 2020 a 2,6% en 2021, se puede explicar por la liberación de restricciones de la pandemia” (SUSESO, 2021).

Así, la tarea estaba clara:

¿Cómo podríamos remontar esta situación, mejorando nuestra tasa de accidentabilidad, pero sin generar más preocupaciones a nuestros Easyleños? ¿Cómo podríamos hacer de la prevención de riesgos una labor gratificante y motivante?

2) PROPUESTA/ENUNCIADO de campaña (estrategia)

"Entre Easyleños ¡Ay! menos accidentes", es una iniciativa diseñada para trabajar de manera colaborativa la cultura del auto-cuidado y corresponsabilidad en materia de prevención de riesgos.

Nuestro gatillante:

Durante los años 2020 y 2022, nuestra tasa de accidentabilidad aumento en un 26,8%.

Objetivos de la campaña:

1. Concientizar sobre la importancia de la seguridad laboral
2. Transformar la prevención de riesgo en una experiencia positiva y estimulante
3. Aumentar la retención del conocimiento de prácticas de seguridad
4. Promover el intercambio de mejores prácticas

Público Objetivo:

1. Colaboradores: miembros de nuestras 40 tiendas a lo largo de todo Chile, así como también quienes forman parte de nuestro centro de distribución.

Metodología empleada:

Dado que nuestra hipótesis postulaba que la pandemia pudo haber tenido efectos adversos en la disposición de nuestros colaboradores hacia las prácticas de auto-cuidado y corresponsabilidad, emprendimos la tarea de buscar qué metodologías podrían ser útiles para desarrollar una campaña de comunicación interna que fomentara, desde una perspectiva actitudinal, la prevención de accidentes en nuestras tiendas y centro de distribución.

Así, fue como llegamos a la gamificación. Una técnica que nace a comienzos de este siglo simultáneamente en diferentes disciplinas, como la psicología, la educación, la tecnología y el diseño, y cuyo postulados señalan que es posible la utilización de elementos y “técnicas de diseño de juegos en contextos no lúdicos con el propósito de

motivar, promover la participación y mejorar la experiencia del usuario en la realización de tareas y actividades” (Deterding, Dixon, Khaled, & Nacke, 2011).

Dinámica:

Se utilizó la onomatopeya ¡AY! que se utiliza a modo de reacción inmediata cuando existe una dolencia física. El ¡AY! hoy en día se utiliza para identificar condiciones sub-estándar, es decir, una situación insegura que si no se remedia, podría causar un ¡AY! en alguno de nuestros Easyleños.

La gamificación, el motor detrás de "Entre Easyleños ¡Ay! menos accidentes"

Inspirados por esta metodología, nos propusimos transformar un problema de accidentabilidad en una oportunidad para instaurar un nuevo enfoque de la prevención, basado en el trabajo colaborativo. Buscamos cambiar el paradigma que nuestros colaboradores tenían hasta ese momento sobre los impactos de la prevención de riesgos en su día a día. La idea, por lo tanto, era utilizar los principios de la gamificación y transformar la prevención de accidentes en una competencia que entregara refuerzos positivos constantes, además de una gratificación¹ colectiva e individual finalizada la misma.

De esta manera, apostamos por reducir la tasa de accidentabilidad al reforzar y estimular la salud emocional de nuestros colaboradores, generando acciones que premiaran las buenas prácticas y, al mismo tiempo, generar instancias de aprendizajes significativos que involucraran a toda la tienda en la mejora de las malas practicas.

Evaluación:

Se creó un Escuadrón de Seguridad, este está compuesto por: Comunicaciones Internas, Expertos en Prevención de Riesgos, Gerentes de Tiendas, Comités Paritarios de Higiene y Seguridad, Distritales. Todos aquellos antes mencionados forman parte del Escuadrón, cuya misión es velar por la seguridad de los colaboradores.

Competencia:

¹El premio para los primeros 3 lugares del ranking, fue una giftcard y cantidad de "sonrisas" para cada colaborador, ambos variaban según la posición de su tienda. Las "sonrisas" son parte de un programa de recompensas interna de la compañía.

La competencia se dividió en 4 etapas, desde la entrega de las bases en el día mundial de la seguridad y salud en el trabajo:

ETAPAS	DESCRIPCIÓN	abr-22	may-22	jun-22	jul-22	ago-22	sept-22	oct-22	nov-22
Etapa 1	Presentación de Bases Generales	28-04							
Etapa 2	Difusión de Campaña	28-04							
Etapa 3	Desarrollo de la campaña								
	Medición quincenal de estatus y ranking de campaña SSO								
Etapa 4	Cierre de campaña de SSO Easy Retail y Premiación de los ganadores								

Mes a mes se desarrollaron: Comunicaciones, Charlas informativas, Jornadas de formación, Comunicaciones, Certificaciones y Fiscalizaciones, Auditorías/Reporte de accidentes.

Reportabilidad: Existieron 3 tipos:

1. Semanal: Donde el Escuadrón recorrería los locales y CD, buscando condiciones Sub-estándar y reportándolas.
2. Mensual: Los avances implementando las acciones solicitadas en el plan comunicacional.
3. Avance Campaña: En la quincena de cada mes se enviará un ranking de los lugares por puntaje en la campaña.

Ponderación Actividades:

1 Caminata Semanal Experto en Prevención de Riesgos
El equipo se une para identificar, detectar y registrar las condiciones de seguridad de la tienda.

Puntaje máximo **10**

5 Protocolo MINSAL
Cumplimiento de avances de los protocolos MINSAL únicamente para Easy. (Psicosocial, trastorno músculo esquelético, exposición al ruido, manejo manual de cargas, etc.)

Puntaje máximo **10**

2 Registro de ¡AY!
Registan las condiciones de riesgos del lugar y verifican las malas prácticas que no han causado accidentes todavía.

Puntaje máximo **20**

6 Accidentes por tienda

0 accidentes **20** | 1 accidente **10** | 2 o más **0**

3 Programa SSO
El local deberá realizar todas las actividades preventivas (procedimientos, capacitaciones, caminatas, etc). Para obtener el puntaje máximo se debe cumplir sobre el 85% del programa.

Puntaje máximo **10**

7 Bonus Track
¡Recuerda que las actividades lúdicas en relación directa a la campaña suman puntos!

Nivel 3 **20** | Nivel 2 **10** | Nivel 1 **5**

4 Programa CPHS
Comité Paritario Higiene y Seguridad
Se debe cumplir con el 100% de este requisito para obtener el puntaje máximo.

Puntaje máximo **10**

AL SUMAR EL TOTAL DE LA EVALUACIÓN, CADA TIENDA QUEDARÁ EN UN RANKING TIPO SEMÁFORO.

Esquema de cierre:

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

La comunicación de la campaña "**Entre Easyleños ¡Ay! menos accidentes**", estuvo dividida en diferentes formatos que cumplían misiones específicas:

1. Presentación del "Escuadrón de Seguridad Easy" (mayo):

Esta etapa contemplaba la presentación de la iniciativa a través del escuadrón, recalando en la importancia de mantener buenas prácticas de seguridad tanto desde el auto-cuidado, como el de otros.

Piezas:

- Mailing
- Video de presentación
- Afiche + QR (derivación de tráfico al video de presentación)

2. Competencia (período mayo - agosto)

Como elemento para incentivar la competencia y, sobre todo, las prácticas de seguridad y auto-cuidado, se crea un ranking que evalúa mensualmente a cada local según una pauta de estándares de seguridad. Este ranking se comparte a través de un informativo enviado a cada Easyleño, quien podrá verificar en qué posición se encuentra su tienda. Esta dinámica se repetirá a lo largo de toda la campaña.

Piezas:

- Mailing "Descubre la posición de tu local en el ranking de seguridad"
- Pieza saludo motivacional gerentes
- PDF explicativo: pauta de evaluación, puntuación y ranking del período.
- Mailing "Tips de seguridad", cercano al cierre de la competencia se informa a los Easyleños algunos consejos para aumentar su evaluación y tener más posibilidades de ser la tienda ganadora de "**Entre Easyleños ¡Ay! menos accidentes**".

3. Cierre competencia (agosto)

A modo de cierre de la intervención, se realiza una serie de piezas para reconocer el compromiso y entrega de más de 5.000 colaboradores.

Piezas:

- Mailing invitación cierre "**Entre Easyleños ¡Ay! menos accidentes**".
- Creación de Chapita **Ay!**.

- Pendón "**Entre Easyleños ¡Ay! menos accidentes**".
 - Mailing agradecimiento a colaboradores, operación de tienda, CPHS y expertos en prevención de riesgo involucrados, resultados de la campaña en términos aporte a la prevención y mejora de la cultura de prevención de accidentes laborales.
 - Video "Como se vivió esta campaña".
 - Mailing "Reforzamiento de resultados", presentación de los principales indicadores medidos durante la campaña y locales ganadores y sus premios de acuerdo a la posición del ranking.
 - Pieza Whatsapp "Presentación de ganadores".
 - Pieza Whatsapp "Agradecimiento y principales resultados".
4. **Dificultades:** La adherencia cultural, ya que, es mucho más rápido realizar una acción sin las normativas preventivas, desde el uso de los EPP (elementos de protección personal) hasta el cierre de un pasillo para sacar un elemento en altura. Por eso, gran parte de los accidentes son por una actitud de los colaboradores de evadir las normas con tal de finalizar las tareas de forma veloz, pero no precisamente de la forma correcta. Además, los liderazgos de los locales y CD (Centro de Distribución) prefieren no corregir a los colaboradores, cuyas acciones responder a condiciones sub-éstandar o inseguras, ya que, el rendimiento de los colaboradores por cumplimiento de tareas se disminuiría.
5. **Solución:** Una fue darle un rol protagónico a los Gerentes como formar parte del Escuadrón de Seguridad y la creación de una sana competencia entre los locales y CD, generando un ranking mensual entre los locales y CD. De esta manera, da visibilidad a toda la compañía los aquellos que no cumplen las normativas preventivas mínimas. Y aquellos que cumplieron con todas las normativas correspondientes fueron premiados en una convención masiva.

Otra de las grandes soluciones, fue el concepto ¡AY! Y explicar las condiciones sub-éstandar (problemas riesgosos) de forma creativa y paso a paso. Siendo la comunicación lo que mantiene seguro al hogar.

4) RESULTADOS Y EVALUACIÓN:

Gracias al esfuerzo de los departamentos de Recursos Humanos, Operaciones y Logística, quienes decidieron formar parte de la campaña de comunicación interna con el objetivo de establecer puentes de comunicación efectivos, se logró aumentar la conciencia y promoción de diversas prácticas de seguridad laboral. Esta campaña se basó en una dinámica colaborativa y empleó elementos de gamificación.

Como resultado de estas acciones, se ha logrado reducir significativamente la tasa de accidentes en nuestras tiendas, e incluso hemos alcanzado un período de más de un

año sin ningún accidente. Esto ha sido posible gracias al enfoque tanto en el autocuidado como en el trabajo colaborativo.

Principales resultados "**Entre Easyleños ¡Ay! menos accidentes**":

1. **Participación activa:** más de 5.000 colaboradores a lo largo de todo el país, fueron parte de ¡Ay!.
2. **Reducción de la tasa de accidentabilidad:** antes de la campaña ¡Ay!, nuestra tasa era de un 3,7% y logramos llegar a un 3,21%. Como antecedente la tasa del rubro es de 4,2%.
3. **Primer lugar en Cencosud:** nuestra campaña nos posicionó como una empresa pionera en el holding, ya que logramos a través de una campaña interna mejorar las practicas de seguridad laboral. Esta iniciativa nos permitió impulsar la implementación de un Comité Mensual de Accidentabilidad.
4. **Tiendas libres de accidentes:** 6 tiendas lograron desde la implementación de la campaña superar los 365 días sin accidentes.

Otras externalidades positivas:

5. **Certificación de Comités Paritarios:** dado que la certificación era parte de nuestra pauta de evaluación, impulsamos que el 100% de ellos estuvieran certificados en oro. Esto nos posiciona en el primer lugar dentro del Holding.
6. **Fiscalización:** realizamos más de 100 de las fiscalizaciones de condiciones de seguridad, de las cuales 79% no obtuvieron ninguna observación negativa.
7. **Mutual:** obtuvimos 100% en la certificación en PEC de la Mutual de Seguridad. Somos la única empresa del Holding que cuenta con esta certificación.