



**Postulación Premios EIKON**  
**Categoría campaña general - Publicaciones institucionales/multimedia**  
**“Historias de Seguridad: 10 minutos que podrían salvar vidas”**



**Capítulo General, categoría 18.** Publicaciones Institucionales - Multimedia

**Caso:** “Historias de Seguridad: 10 minutos que podrían salvar tu vida”.

**Compañía:** ENGIE Chile.

**Departamento:** Gerencia de Asuntos Corporativos - Gerencia de Comunicaciones Externas - Gerencia Health & Safety de ENGIE Chile.

**Persona responsable del plan de comunicación:**

- Pablo Villarino, gerente de Asuntos Corporativos ENGIE Chile.
- René Cánovas, gerente de Comunicaciones Externas ENGIE Chile



## 1. Introducción

ENGIE Energía Chile (EECL) es una empresa con presencia en los mercados de generación, transmisión, transporte de gas e infraestructura portuaria. La compañía es una subsidiaria del grupo ENGIE, el mayor productor independiente de energía del mundo, cuyo propósito es acelerar la transición hacia una economía carbono neutral, ofreciendo generación eléctrica baja en emisiones de carbono, energías renovables y soluciones eficientes e inteligentes para las personas, empresas y ciudades. Actualmente EECL es uno de los generadores de electricidad más importantes de Chile (cuarto a nivel nacional) con 2.4 GW de capacidad instalada. Cuenta también con una destacada participación en el sector de transmisión, con casi 3.000 km de líneas en operación, considerando entre ellos la línea TEN de 600 km, que en 2017 permitió al país contar con un único sistema eléctrico.

La seguridad laboral es un objetivo transversal, que abordamos desde una perspectiva cultural, para involucrar a todos los estamentos de la compañía. Fortalecemos de manera permanente nuestros esfuerzos en sensibilización y planes de acción, los que extendemos a las empresas contratistas. Para abordar los desafíos que nos proponemos en estas materias, contamos con un Sistema Integrado de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo, certificado bajo la norma ISO 45.001, entre otras herramientas.

Nuestro pilares de Health & Safety:

1. Ninguna Vida en Riesgo, la cual vela por resguardar la integridad de todos.
2. Ninguna Mente en Riesgo, es el pilar bajo el cual resguardamos nuestra salud mental y bienestar emocional.
3. Ningún Activo en Riesgo, nos recuerda siempre velar por nuestros activos para asegurar la continuidad operacional.

### a. Análisis y diagnóstico

Para ENGIE, la salud y seguridad de nuestros colaboradores es primordial. Ellos son nuestro recurso más valioso y por eso nos esforzamos en garantizar que desarrollen sus funciones en un ambiente seguro y saludable. Todos debemos tener presentes los potenciales riesgos en las tareas que desarrollamos, solo así, podremos dar cumplimiento a uno de los pilares de nuestra compañía.

En este contexto, las encuestas de clima laboral de la compañía demostraron la poca retención de los mensajes de seguridad por parte de los colaboradores. Esta herramienta dio cuenta de una resistencia a los mensajes corporativos.

El primer diagnóstico fue claro: los temas de seguridad estaban relacionados con protocolos, por cumplir. "No son para mí, a mí nunca me pasaría algo así", era una frase que se repetía. Sabíamos que para mejorar debíamos salir de la zona de confort, y buscar tácticas más allá de las tradicionales como el afiche, el video o la charla de seguridad. Teníamos que ser convincentes y buscar el compromiso, pero a la vez realistas e impactantes.



### b. Insight comunicacional

Con este insight, el desafío era modernizar los canales propios tradicionales y buscar elementos creativos que captaran la atención y, al mismo tiempo, tuviese una repercusión masiva. Fue así como decidimos utilizar el **storytelling como estrategia**, de manera de generar sentido de pertenencia y recordación en las audiencias seleccionadas: internas -nuestros colaboradores- pero también a nuestros públicos externos, un segmento altamente expuesto a los riesgos propios de un sector industrial.

De esta forma nació “Historias de Seguridad”, la primera audioserie de podcasts sobre seguridad laboral en Chile, que busca concientizar sobre la importancia de estar preparados ante los riesgos que se corren a diario, reforzando así los comportamientos seguros que busca promover el grupo ENGIE. Se trata de historias crudas, donde se transmiten mensajes, y se entregan lecciones que pueden ser vitales para cualquier trabajador. Son situaciones protagonizadas por reconocidos actores nacionales, que se involucraron desde el principio en el proyecto.

### c. Objetivo comunicacional

Nuestro objetivo comunicacional formulado fue aumentar la creación de conciencia en los colaboradores sobre los peligros a los que están expuestos diariamente, y la importancia de sus actuaciones individuales, junto con posicionar en los públicos externos a la empresa como un referente en la industria de la energía en prevención de accidentes.

## 2. Propuesta

“Historias de seguridad” se trata de una audioserie de tres capítulos que se lanzaron cada dos semanas, que cuentan con reconocidos actores nacionales, para lograr su identificación entre las audiencias y, por consiguiente, mayor adherencia a su escucha a través de un ciclo de historias ficticias que recrean escenarios de riesgo que potencialmente podrían ocurrir en el trabajo, con el fin de prevenir accidentes en el desempeño de labores diarias.

Los capítulos, producidos por la agencia La Familia, pueden ser escuchados a través de la masiva plataforma Spotify, en el canal de la compañía: **ENGIE Chile**. El audio tiene una característica fundamental para nosotros: se puede escuchar en la oficina, en el trayecto de traslado en el auto, en terreno, en operaciones, en diversos espacios puedes llevar contigo el formato de audio, para -en solo 10 minutos-, recibir un mensaje fundamental para el desempeño de las labores propias del trabajo.



Los capítulos son:



#### a. Audiencias

1. Colaboradores internos, especialmente aquellos que trabajan en operaciones y terreno.
2. Personas y empresas de la industria energética y la seguridad laboral en Chile.

#### b. Mensajes

Como definición de mensajes establecimos que:

- La seguridad laboral en ENGIE es un pilar de nuestra estrategia de sostenibilidad y debe ser parte de cada una de las áreas de la compañía. Debemos mostrar con ejemplos que nuestra cultura tiene a la seguridad en el centro del negocio. De esta forma no sólo todos nuestros colaboradores tendrán ese comportamiento de prevención, sino que permeará a nuestros contratistas, proveedores, vecinos, clientes y a todos los grupos sociales con los que a diario convivimos.
- Este podcast tiene como objetivo enfatizar en la mitigación de riesgos y prevención de accidentes laborales, así como también en mejorar el bienestar en el trabajo y mantener controlados los riesgos relacionados a la ejecución de actividades a través de un canal de comunicación que atrae y entretiene como el formato de audio.
- En seguridad es fundamental comunicar y comunicar a todos quienes queremos transmitir esta cultura de seguridad. Invitamos a todos a seguir y escuchar los capítulos que estarán enfocados en situaciones cotidianas que nos dejarán importantes aprendizajes en materia de prevención, de utilización de elementos de protección y de respeto de las normas, así como aspectos laborales fundamentales como la salud mental.



### 3. Desarrollo

#### a. Estrategias

Para lograr amplio alcance, se utilizaron dos tipos de estrategias comunicacionales: Una estrategia de comunicación interna, basada en los soportes que tiene la compañía a lo largo del país, y una estrategia de comunicación digital, que agrupa distintas tácticas del marketing digital.

#### b. Tácticas

En cuanto a la táctica, desarrollamos un plan de acciones que consiste en:

##### Estrategia interna:

- **Lanzamiento Interno:** con cada capítulo, se realizó un conversatorio con líderes y trabajadores de las faenas, de manera de poder escuchar juntos la historia y luego poder conversar sobre sus lecciones. Así, el lanzamiento del primer capítulo fue encabezado por la CEO de la compañía, Rosaline Corinthien.
- **Uso de soportes físicos y códigos QR:** se instalaron pendones, acrílicos y carteles en oficinas con códigos QR que dirigen a las personas directamente a escuchar el podcast en Spotify.
- **Soportes digitales internos:** se utilizaron notas de prensa internas, publicaciones en intranet, mails directos a colaboradores, vídeos con making off de las grabaciones para pantallas internas y despliegue vía grupos de whatsapp internos.

##### Estrategia digital externa:

- **Publicación en sitio web engie.cl:** se dispuso de un banner principal en el home de la página que dirige directo a los podcast de historia de seguridad. Foco en los usuarios que ingresan a la web.
- **Patrocinio digital en sitio T13 Radio:** ENGIE hoy cuenta con una alianza con este medio y se apoyó la difusión mediante una frase radial y la incorporación de un audiodigital (producto previo al escuchar una radio del medio, el cual es escuchado de manera obligatoria con un alcance de 40.000 usuarios). Ambas acciones buscan amplificar la iniciativa, invitando a escuchar los podcast de seguridad en la cuenta de Spotify ENGIE Chile.
- **Posts promocionados en redes sociales:** una vez lanzado el cada capítulo dimos una semana de crecimiento orgánico y la semana siguiente con un post promocionado en story de instagra, post en linkedin y twitter. Además de dos story en las redes sociales de T13 radio y radio Sonar ambas con link a los podcast. Esta táctica busca impulsar cada capítulo con una promoción.
- **Despliegue de embajadores de marca ENGIE en redes sociales promocionando los capítulos:** hoy ENGIE cuenta con un levantamiento internos de colaboradores activos en redes sociales, principalmente en linkedin. Aquí enviamos la información de los podcast más un hiperlink para que ellos pudiesen publicar de manera directa en sus cuentas, logrando un compromiso con la seguridad laboral.



- **Comunicado de prensa:** a modo de oficializar el lanzamiento de los podcast, en el primer capítulo se complementó con el envío de un comunicado de prensa masivo a medios nacionales, regionales y especializados en energía.
- **Mensajería masiva vía whatsapp:** a modo de estar a un clic, nos propusimos preparar un mensaje por cada capítulo y poder enviar por whatsapp a colaboradores, grupos de trabajo, grupos sectoriales y entidades que ENGIE tiene un trabajo colaborativo.
- **Vocería para prensa en el Día Mundial de la Seguridad Laboral:** pusimos a disposición de los medios a nuestro gerente de seguridad y salud ocupacional para que comunicara el mensaje de la relevancia de la seguridad en ENGIE e invitar a escuchar “Historias de seguridad”.
- **Testimonios de actores para medios masivos:** complementamos nuestros videos y comunicaciones con la participación de los actores que protagonizaron los podcast, esto para lograr que la gente los identifique y asocien los podcast.
- **Video making off:** pieza audiovisual que mostró el trabajo de grabación previo de los podcast, complementando con cuña del director y actores.
- **Video lanzamiento:** este contenido detalla como fue el lanzamiento oficial que fue liderado por la CEO de ENGIE Chile, Rosaline Corinthien, este fue difundido por redes sociales y plataformas internas.
- **Trivias podcast:** una de las oportunidades que permite Spotify es incorporar una trivia en el podcast, esto para mejorar el engagement de la audiencia y responder una pregunta sencilla. Con esto pudimos retener la escucha entre un 60%-80% de la reproducción.
- **Difusión en newsletter de asociaciones gremiales:** dado que la seguridad es un tema transversal, nos apoyamos en las plataformas digitales de los gremios. Así Acera y Asociación de Gas Natural (AGN) se sumaron en la difusión.

En cuanto al presupuesto de este ciclo de podcasts “Historias de Seguridad” se consideraron:

Campañas publicitarias en redes sociales, con una inversión total de \$250.000. Los canales que se eligieron para la difusión de este contenido fueron:

- **Instagram:** en donde se invirtieron \$135.000 en total. Cada uno de los episodios contó con un presupuesto aproximado de \$50.000, que se distribuyó entre publicaciones en el feed y promoción de historias.
- **LinkedIn:** en donde se destinaron \$102.620. Cada uno de los episodios contó con un presupuesto aproximado de \$35.000.

Adicional para las tácticas internas se consideraron \$400.000. Sumando ambos gastos, el gasto total para el plan de comunicaciones fue de \$650.000. acompañado de gestión de prensa, gestión digital y un amplio uso de plataformas internas.



#### 4. Resultados:

##### Evaluación corto plazo

Dentro del período en el que se difundió el ciclo de podcast, logramos incrementar la visibilidad de la empresa y posicionarla con el concepto de salud y seguridad en el trabajo. Esto lo podemos medir a partir de los siguientes KPIs de mayo:

- Se incrementó la cantidad de seguidores en Spotify 45% y las reproducciones alcanzaron más de 450 escuchas.
- Se realizaron 35 publicaciones, que alcanzaron a 136.218 personas y sumaron 747 interacciones.
- Se detectaron 120 cuentas en redes sociales que compartieron y publicaron en sus perfiles acerca del nuevo podcast de ENGIE Chile.
- A partir de las trivias publicadas en redes sociales, participaron 93 personas de las cuales el 77% de los participantes acertó en sus respuestas. También se detectaron 100% de comentarios positivos en Spotify (7), apoyando la creatividad de la iniciativa.

##### Evaluación largo plazo

Para lo que queda del año, tenemos previsto seguir difundiendo los podcast para aumentar la toma de conciencia y medir el impacto que tuvo la audioserie a partir de los datos de accidentabilidad que tiene la compañía.

Asimismo, a largo plazo queremos ser un referente comunicacional en materia de seguridad laboral para la industria de la energía, lo que se medirá de acuerdo a la cantidad de veces que la empresa sea vinculada al atributo “Seguridad” en encuesta que se realizará a fin de año a diversos stakeholders.

##### Métricas generales

- 3 episodios
- 88 nuevos seguidores en Spotify
- +450 reproducciones en podcast
- 120 publicaciones de terceros compartidas en redes sociales

	Reproducciones de podcast	Posts en RRSS	Impresiones de RRSS	Interacciones de RRSS	Clics al enlace
1° episodio	205	13	63.426	363	361
2° episodio	121	13	14.813	220	21
3° episodio	63	9	57.979	164	304

##### Anexo

- 1 pauta

En el marco del día Mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo, Corpo Comunicaciones ofrece vocería sobre la nueva audioserie que lanzó Engie Chile: “Historias de Seguridad: 10



minutos que podrían salvar vidas”. Esta iniciativa, protagonizada por actores nacionales y disponible a través de [Spotify](#) busca colaborar en la prevención de accidentes laborales, a través de historias ficcionadas sobre potenciales riesgos que se podrían enfrentar.

- 1 [comunicado de prensa](#)
- 6 publicaciones en Medios

[Revista Electricidad](#)

[El Tierramarillano](#)

[Norte y Energía](#)

[Mediabanco](#)

[Electro Minería](#)

[Guía Chile Energía](#)

[Podcasts Online](#)

[Ivoox](#)

demian.talavera - 10 days ago  
Muy buena la ambientación, ¡hasta me puse nervioso justo antes del arco eléctrico!

karakol30 - 21 days ago  
Excelente relato. Demuestra que todo está mal hecho y lo peor es que nadie se da cuenta. Accidente inminente.

Marce - 21 days ago  
Muy real casi como estar escuchándolo en radionovela, muy buena producción, mis felicitaciones a la fuente productora, de la mano con el ACR.

Jovy - 22 days ago  
Crudo, realista y relevante para concientizar los riesgos de situaciones similares

jor.kappes-cl - 22 days ago  
Excelente iniciativa de transmitir casos reales de accidentes laborales.

Luis - 19 hours ago  
Muy sencillo, directo y educador

Felipe Alejandro Acuña Zepeda - 9 days ago  
Un capítulo muy real y que algunas veces no nos damos cuenta que pasan este tipo de situaciones.

## Newsletter AGN:

News AGN | Entérate de las últimas novedades del sector

Carlos Cortés Simon <ccortes@agnchile.cl>  
Para ACUÑA Felipe (ENGIE ENERGÍA CHILE)

Mensaje enviado con importancia Baja.  
Si hay problemas con el modo en que se muestra este mensaje, haga clic aquí para verlo en un explorador web.

Responder Responder a todos Reenviar Thu 6/1/2023 8:29 AM

Link a nota newsletter Acera: <https://acera.cl/historias-de-seguridad-la-nueva-audioserie-de-engie-que-busca-salvar-vidas/>