



Metro de Santiago

Postulación Premios Eikon 2025:



Categoría 1: Campaña General de Comunicación Institucional.

Proyecto: Plan de Seguridad Operacional, control de incivildades y comercio ilegal.

Responsables: Ignacio Salcedo y Rodrigo Valenzuela.

Subgerencia de Comunicaciones Externas.

Metro de Santiago - Mayo 2025



Postulación Premios Eikon 2025:

Plan de Seguridad Operacional, control de incivildades y comercio ilegal.



Introducción.

En el marco de los 50 años de Metro de Santiago, reafirmamos nuestro compromiso con la ciudad y con los más de 2.4 millones de pasajeros que utilizan diariamente nuestra red. En un contexto urbano desafiante, donde la seguridad se ha convertido en una demanda ciudadana urgente, Metro ha asumido un rol activo y decidido para garantizar una experiencia de viaje segura, confiable y digna.

La campaña representa una transformación profunda en la forma en que una empresa pública enfrenta los desafíos de seguridad, incivildades y comercio ilegal. Esta estrategia no solo ha mejorado la percepción de seguridad, sino que fue ampliamente cubierta por medios de comunicación masivo, redes y plataformas digitales, los usuarios la conocen, reconocen y apoyan el mensaje, consolidando de esta forma a Metro como un actor clave en la recuperación del espacio público y la convivencia urbana.

Contexto y desafío.

La seguridad de nuestros pasajeros y trabajadores es la mayor preocupación de la empresa. Enfrentamos un entorno donde el comercio ilegal, las incivildades y los delitos afectan la calidad del servicio y la percepción ciudadana. A esto se suma la necesidad de coordinar esfuerzos con múltiples actores: gobierno, policías, municipios y comunidades.

El desafío fue claro: recuperar espacios, aumentar la presencia de seguridad, incorporar tecnología de punta y fortalecer alianzas estratégicas para devolver la tranquilidad a nuestras estaciones.



Descripción del caso.

La campaña “Plan de Seguridad Operacional, control de incivildades y comercio ilegal” de Metro de Santiago surge como respuesta a una creciente demanda ciudadana por mayor seguridad en el transporte público. A través de una estrategia integral que combina medidas operativas, tecnología de punta, alianzas interinstitucionales y una potente comunicación en medios y redes sociales, Metro logró intervenir estaciones críticas y reducir significativamente el comercio ilegal. **La campaña posicionó a la empresa como un actor clave en la recuperación del espacio público y la convivencia urbana. Con más de 311 apariciones en medios, un alcance digital superior a los 3,3 millones de seguidores y un aumento del 23% en la percepción de seguridad**, el plan se consolidó como referente en gestión pública efectiva. Esta experiencia demuestra cómo la seguridad puede transformarse en un eje de identidad institucional.

Propuesta campaña.

Objetivos

1. **Reforzar la percepción de seguridad** entre los usuarios del Metro mediante acciones visibles, efectivas y comunicadas oportunamente.
2. **Recuperar espacios públicos** en estaciones intervenidas, eliminando el comercio ilegal y reduciendo incivildades.
3. **Posicionar a Metro de Santiago** como una empresa pública comprometida con la convivencia urbana y la calidad del servicio.
4. **Fortalecer la confianza ciudadana** mediante una estrategia de comunicación transparente, proactiva y multisectorial.
5. **Movilizar y coordinar a actores clave** (autoridades, policías, municipios, comunidades) en torno a un plan de seguridad compartido.

Mensaje

"Estamos trabajando para que tu viaje sea más seguro, digno y tranquilo. En Metro, enfrentamos el comercio ilegal e incivildades con decisión, tecnología y coordinación, para recuperar el espacio público y mejorar tu experiencia."

Plazos

Si bien el foco de seguridad en Metro se inició el segundo semestre del año 2022, el Plan, la campaña y la estructura que estamos presentando **fue lanzada en el mes de febrero 2024.**

Canales

- **Medios masivos:** Prensa escrita, TV, radio, portales digitales (más de 311 apariciones).
- **Redes sociales:** X, Instagram, Facebook, TikTok y LinkedIn (alcance total de más de 3,3 millones de seguidores).
- **Pantallas digitales Masiva en las 143 estaciones del Metro.**
- **Pautas y vocerías institucionales con balance de medidas y resultados.**
- **Comunicaciones internas para informar y alinear al personal de seguridad y operación.**
- **Alianzas con comunidades educativas a través de “Senderos Seguros”**

Público

- **Usuarios diarios del Metro de Santiago (más de 2.4 millones de pasajeros):** hombres y mujeres de todas las edades, especialmente quienes se trasladan por trabajo, estudio o trámites.
- **Autoridades públicas y actores institucionales (Gobierno, policías, municipios, organizaciones comunitarias).**
- **Medios de comunicación y opinión pública, como amplificadores del mensaje.**
- **Colaboradores internos de Metro, especialmente personal de seguridad, operación y atención al cliente.**

Estrategia: Seguridad como eje de identidad corporativa.

Como parte de la campaña comunicacional, Metro ha implementado un plan integral con cuatro ejes estratégicos que han permitido reforzar los mensajes:

1. Medidas Operacionales:

- Aumento del 13% en la oferta de trenes.
- Reducción del 10% en tiempos de espera.
- Incremento del 7% en personal de apoyo en horas punta.

2. Plan de Seguridad:

- 2.100 efectivos de seguridad en 2025.
- 57 mil controles de comercio ilegal.
- Intervención de estaciones críticas como Estación Central, Vespucio Norte y Universidad de Chile.

3. Infraestructura y Tecnología:

- Más de 7 mil cámaras de seguridad.
- Video analítica con IA en 21 estaciones móviles.
- 480 cámaras corporales para personal en terreno.
- Nuevas salas de control y tenencias policiales.

4. Alianzas Estratégicas:

- Coordinación con Carabineros, PDI, gobernación y municipios.



Acciones desarrolladas.

- **Recuperación de espacios públicos:**
Intervenciones sistemáticas en estaciones críticas, eliminación del comercio ilegal y desarticulación de bandas delictuales.
- **Comunicación activa y transparente:**
6 Pautas de prensa periódicas entregando balances, nuevas medidas e informes detallados y entrevistas con voceros institucionales. Adicionalmente, utilizamos nuestras plataformas de redes sociales (*X, Facebook, Instagram, Tik Tok y LinkedIn*) y soportes digitales Massiva en las 143 estaciones de la red.
- **Capacitación y profesionalización del equipo de Seguridad, nuevas herramientas tecnológicas, elementos de protección personal e infraestructura.**
- **Colaboración interinstitucional:**
Coordinación permanente con autoridades y firma de convenios de colaboración.

Resultados alcanzados.

- **Percepción de seguridad:**
Aumento del 23% alcanzando el 66% durante el primer trimestre del 2025.
- **Reducción sostenida del comercio ilegal en estaciones intervenidas:**
Estación Central línea 1, **Vespucio Norte** Línea 2 y **Universidad de Chile** línea 1 y 3.
- **Reconocimiento público y mediático:**
Cobertura masiva en medios de comunicación que se tradujo en **más de 311 reportajes, notas y artículos en noticiarios de televisión, radio, diarios impresos y portales web**, sumado al **impacto en los más de 3.3 millones de seguidores en nuestras redes sociales (X, Facebook, Instagram, Tik Tok y LinkedIn)** y la aparición en más de 590 plataformas digitales Massiva en las 143 estaciones de la red. Metro como referente en seguridad urbana.
- **Mayor confianza ciudadana:**
Según la encuesta Cadem **en el Segundo semestre del 2024, Metro ocupó el 3er lugar dentro de las marcas ciudadanas**, destacando por su la valoración del servicio, entorno y Seguridad.
- **Modelo replicable:**
La estrategia ha sido observada por otras ciudades como ejemplo de gestión pública efectiva.



Conclusión:

La campaña “**Plan de Seguridad Operacional, control de incivildades y comercio ilegal**”, ha permitido a Metro de Santiago no solo enfrentar con decisión los desafíos de seguridad, sino también consolidar su identidad como una empresa pública comprometida con la ciudad y sus habitantes. Esta estrategia ha transformado la experiencia de viaje, recuperando espacios, fortaleciendo alianzas y devolviendo la confianza a millones de personas.

Por todo lo anterior, postulamos al **Premio Eikon 2025** con la convicción de que este caso representa una experiencia concreta, replicable y valiosa de cómo un Plan de seguridad puede ser un eje corporativo y un motor de transformación urbano.





Acercar a las personas a vivir una mejor ciudad