

# FESTI·VAL *Día y noche*

CELEBRACIÓN / DESCANSO / BUENA COMPAÑÍA  
16 / 17 / 18 mg

9 comprimidos Día y 9 comprimidos Noche



## Premios EIKON 2025

### Título del caso:

FestiVAL: a veces la mejor receta es el descanso

### Número y nombre

de la categoría a inscribirse:

Categoría: 7 - Comunicación Interna

### Nombre de la empresa o institución:

Laboratorios SAVAL

 **SAVAL**  
Siempre junto a ti

**cbr**  
comunicación

Departamento, área que desarrolló el plan:  
Recursos Humanos

### Responsables del plan de comunicación:

Klauss Marowski, subgerente de  
Desarrollo y Sostenibilidad de  
Laboratorios SAVAL

Claudio Bustos, director general de  
CBR Comunicación

# FestiVAL: a veces la mejor receta es el descanso

¿Y si descansar también pudiera recetarse?

Todo partió como una estrategia de la Dirección de Personas para **incentivar el consumo masivo de días de vacaciones acumuladas**, aprovechando los tres feriados de septiembre 2024. En Laboratorios SAVAL decidimos abordar un problema recurrente con una solución simple y transformadora: **prescribir el descanso como si fuera parte de nuestro portafolio farmacéutico**.

Así nació *FestiVAL*, una receta con indicación clara: tomarse un día de vacaciones, y a cambio, recibir otro más como beneficio. Con eso, se activaba **el descanso colectivo más largo en la historia de SAVAL: nueve días seguidos**.

Con una creatividad simple, directa y culturalmente conectada, logramos una adhesión completa y un hito de bienestar interno. Porque a veces, la mejor receta es el descanso.

## PROBLEMA / DIAGNÓSTICO

Fundado en la década del 30 y consolidado hacia fines de esa misma época, **Laboratorios SAVAL se ha convertido en un referente indiscutido de la industria farmacéutica chilena**. Con una trayectoria sólida y en constante evolución, especialmente desde los años 90, la compañía ha impulsado una **ambiciosa estrategia de internacionalización** que hoy la posiciona con una presencia relevante en **14 países de América Latina y el Caribe**.

Presentes en América Latina  
y el Caribe



El **Código del Trabajo chileno** establece la obligación del uso y goce de días de vacaciones anuales para todos los trabajadores(as), pero como ocurre en muchas empresas, **SAVAL enfrentaba un problema más común de lo que parece: la acumulación sostenida de días de descanso sin utilizar**. Situación que, más allá del contexto legal, afecta directamente el **bienestar físico y mental, la conciliación laboral y familiar, y el buen desempeño profesional**.

Desde el punto de vista legal, el **artículo 70 del Código del Trabajo** permite acumular **hasta dos períodos consecutivos** de feriado anual, siempre que exista acuerdo entre trabajador y empleador. Sin embargo, si un trabajador acumula más de dos períodos sin haber hecho uso de ellos, **el empleador está obligado a otorgar al menos el primero de estos antes de completar el año** que da derecho a un nuevo período. **Acumular un tercer período constituye una infracción sancionable<sup>1</sup>.**

En escenarios como este, los **periodos de alta desconexión cultural** ponen sobre la mesa una **oportunidad estratégica**: los **feriados legales por festividades nacionales pueden ser gestionados como una palanca** para **regular el consumo de días de vacaciones, fomentar el descanso efectivo y facilitar el consumo de días pendientes.**

**Septiembre de 2024** traía consigo una dinámica particular: un mes marcado por las **Fiestas Patrias** y una **pausa laboral extendida de cinco días** —del miércoles 18 al domingo 22—, junto con un contexto cultural donde las **ausencias suelen incrementarse.**

Aunque se asocia este periodo con descanso, la **desconexión real es mucho más baja de lo que se cree**: según la Radiografía de las Vacaciones de Trabajadores Chilenos 2023, elaborada por la Mutual de Seguridad, el **61% de las personas declara no lograr desconectarse totalmente** del trabajo durante sus vacaciones, y un **23% se mantiene altamente conectado<sup>2</sup>.** En SAVAL, esta tensión solo agravaba la acumulación sostenida de vacaciones, una situación que podía **derivar en sanciones, sobrecarga y desgaste** en los equipos.

El **desafío no era menor: movilizar a 1.046 colaboradores(as)** bajo una campaña comunicacional con un mensaje movilizador junto a un evento memorable capaz de contagiar a todo el mundo interno, con esta extraordinaria propuesta de descanso planificada, que debía ser aprobada por toda la dotación de trabajadores(as) para hacerla realidad.

---

<sup>1</sup> <https://www.dt.gob.cl/portal/1628/w3-article-125766.html>

<sup>2</sup> [https://www.mutual.cl/portal/wcm/connect/Carga%20Cron%20Noticias/Noticias/noticias-contenido-cron/radiografia-de-las-vacaciones-2023-el-61-siente-que-no-logra-desconectarse-del-trabajo?WCM\\_PI=1&WCM\\_Page.e88ea003-7166-4115-b764-08f0dfcbdf99=100&WCM\\_PageSize.e88ea003-7166-4115-b764-08f0dfcbdf99=12](https://www.mutual.cl/portal/wcm/connect/Carga%20Cron%20Noticias/Noticias/noticias-contenido-cron/radiografia-de-las-vacaciones-2023-el-61-siente-que-no-logra-desconectarse-del-trabajo?WCM_PI=1&WCM_Page.e88ea003-7166-4115-b764-08f0dfcbdf99=100&WCM_PageSize.e88ea003-7166-4115-b764-08f0dfcbdf99=12)

## ESTRATEGIA

SAVAL decidió transformar esta oportunidad detectada en **una medida concreta y efectiva**: como parte de su Plan de Incentivos para el Uso de Vacaciones, se impulsó que **las personas solicitaran su día legal el lunes 16 de septiembre, entregando a cambio el martes 17 como beneficio adicional**. Esta estrategia **extendió el descanso a 9 días consecutivos** y permitió abordar simultáneamente tres desafíos clave: **reducir las vacaciones acumuladas, evitar la sobrecarga operativa post-Fiestas Patrias y fortalecer la cultura de bienestar**.



### Objetivo general

Incentivar el uso de vacaciones acumuladas mediante la activación de un plan táctico durante la semana del 18 de septiembre de 2024, para reducir saldos pendientes, optimizar la planificación operativa de la empresa y garantizar el cumplimiento legal, logrando el 99% de convocatoria entre los 1.046 trabajadores.

### Objetivos comunicacionales

- Generar una comunicación efectiva, movilizadora y estratégica.
- Generar sentido de pertenencia mediante una acción concreta que promueva activamente la conciliación, el descanso y la desconexión.
- Estimular la participación espontánea con una propuesta emocional y lúdica.

La acción fue concebida para ir mucho más allá de una necesidad administrativa: **por primera vez en su historia**, SAVAL activó una campaña interna capaz de **movilizar masivamente el uso de vacaciones acumuladas**, materializando su propósito corporativo: *“cuidar la salud de las personas con calidad, acceso y eficiencia, siempre”*.

Así nació *FestiVAL*, un concepto cargado de identidad, que juega con la raíz común de los productos de SAVAL (cuyo nombre termina en -VAL, como los reconocidos *TrioVAL*, *AmoVAL*, entre otros) **para presentar el descanso como si fuera el medicamento más efectivo para la conciliación laboral y familiar**.

De este modo, la campaña unió **identidad, propósito y cultura** de forma simple, estratégica y memorable.

El mensaje fue directo y con humor: “*Tomémonos un Festi-VAL (día y noche)*”. El beneficio fue presentado **como si se tratara de un lanzamiento farmacéutico**, con tono promocional. El diseño imitaba visualmente los afiches de farmacia y la presentación de productos de la marca, reforzando la conexión entre salud, descanso y cultura SAVAL.



## DESARROLLO / EJECUCIÓN

Para acompañar el mensaje y fortalecer el vínculo emocional con las personas, se desarrollaron **activaciones a través de comunicaciones internas**. Así, este beneficio se convirtió en una experiencia compartida. Entre ellas:

- Un **concurso fotográfico dieciochero** para mostrar cómo los equipos decoraban sus espacios en las vísperas de la festividad.
- Un **quiz sobre la historia de SAVAL**, que reforzaba el sentido de pertenencia.
- Competencias de **bailes típicos**.
- Un “**Si se la sabe cante**”, que se extendió a todas las regiones.
- Un “**Desafío de payas**”, que permitió que los y las colaboradores promovieran el bienestar desde la creatividad.
- Y el juego “**La mesa pide**”, una dinámica que puso a los equipos a moverse, buscar, cantar y reír. Consiste en desafíos rápidos como “la mesa pide un objeto rojo” o “la mesa pide una cueca en vivo”. Fue una forma simple y efectiva de sumar energía, cercanía y espíritu dieciochero a la jornada laboral.



Estas iniciativas fueron comunicadas bajo la **identidad visual de Festival**, cuyo diseño tomó inspiración directa de los empaques farmacéuticos y del 18 de septiembre en Chile. La campaña presentó el beneficio con el sello SAVAL y la leyenda **Celebración / Descanso / Buena Compañía**, logrando una **conexión visual inmediata con la marca**.

**La campaña se desplegó por dos meses.** El plan incluyó mailings informativos, recordatorios, publicaciones en pantallas internas y mensajes en el Portal Personas (Buk), espacios de reforzamiento entre líderes y equipos, junto con tutoriales para solicitar las vacaciones en su respectiva plataforma.

La campaña enfatizó la importancia de lograr una **adhesión total** para poder disfrutar del **beneficio completo**, apelando a la **responsabilidad colectiva** mediante mensajes claros y directos como: **“100% de adhesión = 100% de beneficio”**.

Finalmente, la comunicación gráfica, caracterizada por un tono cercano y lúdico, se acompañó de un lenguaje fresco y convocador que reforzó la idea de **tomarse un Festival como una receta colectiva de cuidado y bienestar**.

Canales:

- Portal Personas
- Mailings
- Pantallas multimedia en inmediaciones
- Líder
- Reuniones de equipos y líderes
- Instancias en equipos.

## RESULTADOS

**Por primera vez en su historia, SAVAL logró convocar a la totalidad de su equipo en torno a un mismo beneficio**, movilizándolo de forma inédita a toda la organización en una acción común.

- 1.011 colaboradores/as solicitaron formalmente su día de vacaciones el lunes 16 de septiembre, accediendo así al beneficio *Festival* (martes 17 otorgado por la empresa, y un total de 9 días festivos).

- La acción logró una adherencia efectiva del 99% sobre el universo total de 1.047 personas.
- La convocatoria superó ampliamente las expectativas iniciales, validando la fecha como instancia estratégica para activar el uso de vacaciones acumuladas.

*FestiVAL* no fue solo una pausa: fue la oportunidad de **transformar una obligación legal en una experiencia compartida con sentido cultural**, en sintonía con las tradiciones chilenas de Fiestas Patrias.

La campaña permitió alinear el descanso con los valores de **cuidado, bienestar y conciliación** que promueve SAVAL, **fortaleciendo su cultura organizacional con un gesto concreto**. El resultado fue claro: **desconexión real que se tradujo en mayor energía, motivación y foco**, con impactos visibles en el clima laboral y en la productividad posterior.

*FestiVAL* no solo se “tomó” como un descanso: también fue **adoptado como parte del lenguaje y la identidad interna**. Una muestra de que, cuando el mensaje se alinea con el propósito, nace algo más grande: **una nueva tradición SAVAL**.