Premios EIKON 2025

Título del caso:
FestiVAL: evento recetado para todos(as) por igual

Número y nombre de la categoría a inscribirse:
Categoría: 11 – Eventos

Nombre de la empresa o institución:
Laboratorios SAVAL

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: evento recetado para todos(as) por igual

Lo que comenzó como un beneficio interno, y se vivió como el gran evento del año en Laboratorios SAVAL.

Todo partió como una estrategia de la Dirección de Personas para incentivar el consumo masivo de días de vacaciones acumuladas, aprovechando los tres días feriados de septiembre 2024, bajo una especial fórmula denominada *FestiVAL* que se terminó transformando en la mejor receta dieciochera para disfrutar de nueve días seguidos de descanso para todos por igual.

La indicación era 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**.

Una jornada anticipada por un gran evento interno, conocido como "la previa", que reunió a más de mil personas en una celebración llena de música en vivo, juegos criollos, concursos de baile, desafíos de talento y comidas típicas. Una experiencia cargada de energía, que combinó reconocimiento al trabajo en equipo con lo mejor de la conciliación entre la vida laboral, personal y familiar.

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**.

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[1].**

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[2]**. 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.

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**.

[1] https://www.dt.gob.cl/portal/1628/w3-article-125766.html
[2] 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

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

Toda la programación comunicacional de *FestiVAL*, llevaba a la organización a **"la previa":** un evento que **adoptó distintas formas según cada región, pero con el mismo** espíritu. Algunas de las acciones que recorrieron las sedes de Iquique, Antofagasta, La Serena, Viña del Mar, Rancagua, Talca, Concepción, Temuco y Puerto Montt fueron:

- 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.

El evento fue asincrónico y flexible: se realizó en distintos días y horarios, para permitir que todos **los equipos pudieran sumarse sin afectar la operación**. La participación fue masiva y espontánea. Quienes no estuvieron presentes en una actividad, lo estuvieron en otra.

El evento fue planificado y ejecutado por un equipo articulado entre **Recursos Humanos, Comunicaciones Internas** y **los líderes locales** de cada sede, quienes fueron clave para adaptar las dinámicas al contexto operativo de cada región.

Se instalaron fondos fotográficos, decoraciones dieciocheras y piezas gráficas comunes en todas las sedes.

El evento fue también una **instancia de reconocimiento**. Se celebró el trabajo preciso y comprometido de los equipos, recordando que, en SAVAL, **cuidar a otros también implica saber cuidarse**. En ese marco, Temuco fue premiada por su participación destacada en el concurso fotográfico.

Finalmente, la comunicación del evento 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, movilizando 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 un evento diseñado para resignificar el descanso como acto colectivo, cultural y visible, con enfoque descentralizador. Un gesto sincronizado que logró lo que pocas campañas consiguen: **que toda una organización se alineara en torno a la idea de que el bienestar también se celebra**.

Y ya no es una excepción ni una anécdota: se consolidó como un **nuevo estándar de cómo se vive el bienestar dentro de SAVAL**. Distintas áreas lo reconocen hoy como un **hito comunicacional y de gestión de personas**. Lo que comenzó como una estrategia puntual ya se instaló como tradición anual: una nueva forma de recordar que el descanso y la desconexión, cuando se celebra en comunidad, motiva y transforma.

Y esta vez, se celebró a lo grande.