



## PREMIOS EIKON 2022 (“ES TIEMPO DE LA CIBERSEGURIDAD CODELCO”)



- **Número y nombre de la categoría:** Categoría 7, Comunicación interna
- **Título del programa:** ES TIEMPO DE LA CIBERSEGURIDAD
- **Nombre de la compañía o institución:** Corporación Nacional del Cobre, Codelco
- **Departamento, área (consultoras de relaciones públicas u otras en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan:** Gerencia de Comunicaciones y Asuntos Públicos de Codelco. Agencia Sangre y productora Casa Liebre.
- **Persona responsable del plan de comunicación:** Patricia Provoste, gerenta de Comunicaciones y Asuntos Públicos, Paula López, jefa de Comunicaciones Internas de Codelco, Cecilia Tolmo, jefa de Branding e Imagen Corporativa, con apoyo de Agencia Sangre.



## PREMIOS EIKON 2022 (“ES TIEMPO DE LA CIBERSEGURIDAD CODELCO”)

### 1) INTRODUCCIÓN (PLANTEO Y DIAGNÓSTICO)

Codelco es una empresa autónoma, propiedad de todos los chilenos y chilenas, principal productora de cobre de mina del mundo, líder en reservas del mineral a nivel planetario y motor del desarrollo del país. Se dedica principalmente a explorar, desarrollar y explotar recursos mineros, procesarlos para producir cobre refinado y subproductos, y luego comercializarlos a clientes en todo el mundo.

La empresa cuenta con diez centros de trabajo (incluyendo Casa Matriz y la Vicepresidencia de Proyectos) y opera siete operaciones mineras: Chuquicamata, Ministro Hales, Radomiro Tomic, Gabriela Mistral, Salvador, Andina, El Teniente, además de la Fundición y Refinería Ventanas. La Casa Matriz se ubica en Santiago, desde donde se coordina la estrategia corporativa, desarrollada por un directorio de nueve integrantes y el presidente ejecutivo de la empresa.

Para Codelco la comunicación de la ciberseguridad es esencial, por lo cual de manera permanente mantiene campañas para inculcar una cultura de prevención frente a los delitos digitales. La Corporación requiere mantener una educación constante sobre las vulnerabilidades y lo importante que es la responsabilidad del usuario para evitar fraudes. Esto sumado al alto grado de sofisticación que han alcanzado los ciberdelincuentes para robar información en el contexto del teletrabajo. Como dato para dimensionar la importancia de este tema, sólo en marzo de este año, 30 millones de correos maliciosos fueron bloqueados por filtros de seguridad de Codelco.

De esta forma, la empresa requiere mantener una educación constante sobre las vulnerabilidades y lo importante que es la responsabilidad del usuario para evitar fraudes. Siguiendo este precepto, la Corporación realiza permanentemente acciones y actividades en torno a la formación y capacitación digital, como la Academia Digital en el marco de UCodelco, como palanca del desarrollo de habilidades estratégicas para los trabajadores(as).

Entre otras actividades, se abordó esta temática con el desafío de llegar a todas las personas de la Corporación (impacto en aproximadamente 57.000 personas), especialmente a operadoras y operadores (denominado Rol B) de la compañía (casi 10.000 personas), que engloba a trabajadores y trabajadoras que se desempeñan en terreno y áreas operacionales, con escaso dominio del mundo digital y que, por su formación y tipo de labor, están más expuestos a los delitos cibernéticos, desconocen los engaños de los ciberdelincuentes y corren el riesgo de abrir correos maliciosos o entregar claves.

La meta era disminuir los riesgos cibernéticos de todos los segmentos, y particularmente de este *target* (Rol B), promoviendo y ejemplificando cambios conductuales para la prevención y cuidado en el mundo digital. Con este objetivo se creó “Es tiempo de la



## PREMIOS EIKON 2022 (“ES TIEMPO DE LA CIBERSEGURIDAD CODELCO”)

ciberseguridad”, campaña que permitió asimilar diversas conductas preventivas a través de una campaña empática, protagonizada por la “mujer del tiempo” en TV, Michelle Adam. Por medio del uso de la metáfora de los programas de TV sobre el “tiempo” y con un toque de humor, “Carlitos” nuestro protagonista (arquetipo del trabajador Rol B), se enfrentó a diversos acontecimientos habituales de los usuarios en los que se veía expuesto a diversos tipos de ataque, recibiendo la ayuda y consejos de Michelle para poder prevenir las vulneraciones más recurrentes.

### 2) PROPUESTA/ENUNCIADO DE CAMPAÑA (ESTRATEGIA)

El objetivo de la campaña “Es tiempo de la ciberseguridad” fue inculcar una cultura digital preventiva, especialmente en el segmento Rol B de la Corporación, con procesos que eviten riesgos cibernéticos y, de esta manera, disminuir las posibles vulneraciones. Octubre, mes definido por Codelco para enfocarlo en ciberseguridad permitió crear una campaña especial y transversal para reforzar las conductas desde una estrategia de comunicación innovadora y cercana al *target*.

La ciberseguridad es un ámbito en donde se hacen constantemente muchísimas campañas por parte de empresas e instituciones. La comunicación permanente de este tipo de información sufre ciclos de saturación perceptual por parte de los usuarios, abriendo espacios para las vulneraciones de seguridad informática, ya que los ciberataques se sofistican y cambian con el tiempo. Es por ello que parte sustantiva de esta estrategia comunicacional fue innovar narrativamente para lograr la atención del usuario desde un espacio distinto (metáfora de TV Tiempo) y desde un lenguaje cercano (humor, empatía y conexión con los personajes). Con este *brief* inicial, se desarrollaron los mensajes y contenido con humor, cercanía, empatía y, sobre todo, con una mirada positiva para trabajar con quienes se equivocan. Se utilizó la metáfora del clima para hacer referencia a los peligros de confiar en los envíos maliciosos o seguir los pasos que pueden atentar contra la seguridad cibernética de la compañía.

Narrativamente, se ocupó el lenguaje de la ficción, en formato de serie episódica para hacer más atractivo el producto. Esta campaña, si bien estuvo dirigida a los trabajadores de Codelco, fue diseñada con un lenguaje y comunicación para que fuera también un aporte a toda la comunidad y a la sociedad en general. Por ello, la campaña no sólo tuvo una distribución interna, sino que la estrategia fue en 360°, es decir en las plataformas internas y externas de la Corporación.

### 3) DESARROLLO- EJECUCIÓN DEL PLAN (TÁCTICAS Y ACCIONES)

Durante todo 2021 se desarrolló la comunicación preventiva e informativa sobre ciberseguridad.

**A. Reforzamiento de conducta de abril a septiembre:** Trabajamos mensajes de alerta sobre las distintas maneras en que pueden hacernos caer en un engaño cibernético, con foco en los temas de interés del área, siguiendo la línea educativa que lanzamos en octubre de 2020.

- Foco: comunicación interna a través de cápsulas audiovisuales animadas, protectores de pantalla y piezas gráficas.

**B. Campaña especial:** Para octubre, mes de la ciberseguridad, se planificó la campaña especial “**Es tiempo de la ciberseguridad**”. Para llegar al público clave, se desarrolló una serie audiovisual de cuatro episodios con cuatro ejes temáticos:



1. Episodio 1 “No caigas en una tormenta”, que abordó los **consejos para no ser víctima de ciberdelitos**.
2. Episodio 2 “No desates un huracán con tus contraseñas”, que nos enseñó **cómo crear contraseñas seguras**.
3. Episodio 3 “No desates un tornado en tu trabajo”, donde **aprendimos a clasificar la información**.
4. Episodio 4 “No causes un temporal en tu pega”, donde se trató la prevención sobre instalación de dispositivos no autorizados en equipos de trabajo.

Cada episodio, su narrativa y mensajes, se basó en los siguientes pilares o focos de trabajo:



Estos episodios se acompañaron de una batería de piezas comunicacionales internas y externas que reforzaban la comunicación y los mensajes principales a través de los canales internos y externos:

#### Internas:

- Correos
- Sitio de ciberseguridad en la Intranet
- Informaz (informativo interno vía correo electrónico)
- Avisos y notas en la revista interna Somos Codelco
- Grupos de WhatsApp de la empresa
- Gifs
- Afiches
- App MiCodelco 2.0

#### Externas:

- *Website* Codelco.com
- Redes sociales corporativas
- *Webinars* (Codelco Live)
- Canal *YouTube* Corporativo

La campaña se planteó desde una perspectiva positiva, de ayuda, cercana, por eso el protagonismo de Carlitos y de Michelle Adams, quien explica en qué se equivoca nuestro protagonista, con empatía y cariño. De esta manera, se logró influir en este grupo de trabajadores a través de mensajes positivos y de ayuda, tomando con humor los riesgos más frecuentes y entregando herramientas clave para evitar fraudes.



## PREMIOS EIKON 2022 (“ES TIEMPO DE LA CIBERSEGURIDAD CODELCO”)

Se eligió a Michelle Adam porque es un personaje televisivo conocido, estimado y cercano, para trabajar una metáfora entretenida; darle un tono de humor, cercanía y empatía a la campaña, y no culpar o ridiculizar a quien se equivoca.

La campaña fue acompañada de vocerías de especialistas en la materia, un *live* con un experto en ciberseguridad de la PDI y charlas tanto para trabajadores como la comunidad para abordar el tema.

### RESULTADOS Y EVALUACIÓN

La campaña en Codelco tuvo como principal resultado la mejora en **4 puntos porcentuales** en el comportamiento del rol operativo, en cuanto a evitar engaños cibernéticos. Además, **augmentó el porcentaje de identificación de correos maliciosos** de los usuarios; **disminuyeron radicalmente (más de un 50%) los *clicks*** sobre enlaces maliciosos y **bajó del 10% a solo el 1% el ingreso de datos personales** en documentos engañosos.

Desglose de las cifras de acuerdo a los públicos internos:

- **Aumento de la identificación de correos maliciosos por parte de los usuarios.** Subió el porcentaje de usuarios “sin acción”, es decir que no hicieron nada con los mails maliciosos que les llegaron.

#### ROL B

| 2020 | 2021 |
|------|------|
| 64%  | 68%  |

#### ROL Ejecutivo

| 2020 | 2021 |
|------|------|
| 66%  | 78%  |

- **Disminución del porcentaje de *clicks* sobre enlaces o *links* maliciosos a más de la mitad con respecto del primer año de campaña (en el Rol Ejecutivo).**

#### ROL B

| 2020 | 2021 |
|------|------|
| 36%  | 32%  |

#### ROL Ejecutivo



## PREMIOS EIKON 2022 (“ES TIEMPO DE LA CIBERSEGURIDAD CODELCO”)

|      |      |
|------|------|
| 2019 | 2021 |
| 15%  | 7%   |

- Disminución considerable de ingreso de datos personales o credenciales en correos o formularios engañosos.

### ROL Ejecutivo

|      |      |
|------|------|
| 2019 | 2021 |
| 10%  | 1%   |

**En conclusión: se evidenció un cambio de comportamiento positivo en los públicos objetivos.**

### Impacto a nivel interno

- **Informaz y notas de prensa:** la difusión tuvo un alcance de 45.000 cuentas de correo.
- **Revista Somos Codelco:** 2.221 visualizaciones digitales.
- **Sitio Ciberseguridad en Intranet:** alcance de 26.000 usuarios.

### Impacto a nivel externo

- **Redes sociales:**





## PREMIOS EIKON 2022 (“ES TIEMPO DE LA CIBERSEGURIDAD CODELCO”)

- **Codelcolive** “¿Cómo nos protegemos en el hogar y en el trabajo de los ciberdelincuentes?”  
(Facebook y LinkedIn, cifras totales a noviembre 2021):
  - 7.542 visualizaciones
  - 465 reacciones
  - 82 comentarios