

Número y nombre de la categoría a inscribirse: categoría 4 Relaciones con la prensa.

Capítulo: general

Título del caso: Signs from the ocean (Señales desde el océano)

Nombre compañía: MGC

Area(s): PR Corporativo

Personas responsables: Gonzalo Jiménez, David Fuentes, Juano Rossi, Juan Pablo Gaete y Francisca González

## 1) Introducción (planteo y diagnóstico)

Compañía Minera del Pacífico (CMP) es el principal productor de minerales de hierro de la costa americana del Pacífico. Sus principales operaciones se encuentran en la regiones de Atacama y Coquimbo, donde posee una fuerte identidad regional, con un 98% de su dotación local.

En la comuna de La Higuera, en la misma región de Coquimbo, el año 1913 comenzó sus funciones Puerto Cruz Grande impulsado por CMP. El Puerto fue una obra de gran ingeniería, ya que aquí se cargaba el mineral procedente de la mina El Tofo, convirtiéndolo a Chile en el principal exportador de hierro en la costa del pacífico en Sudamérica.

Este puerto, ubicado en la localidad de Chungungo, en la tercera región, utilizó tecnologías innovadoras para la época, como el primer tren eléctrico de, generando empleo y desarrollo durante 61 años, tras el cierre de la mina El Tofo en 1974.

Hoy la compañía busca reactivar Puerto Cruz Grande para ser un lugar de salida del mineral de hierro hacia otros países. Esto convertiría al puerto en un lugar de alto flujo de embarcaciones mineras. El problema es que varios proyectos que se han realizado en la zona han tenido férrea oposición no sólo por parte de la comunidad, sino de todo el país, ya que está muy cerca de áreas protegidas y de gran valor medio ambiental.

En este contexto, y tras tomar la decisión estratégica de ser una compañía ciento por ciento sustentable, la empresa investigó y logró construir unas Boyas Hidro Acústicas, que son capaces de monitorear el ruido submarino para evitar colisiones entre las embarcaciones y las ballenas que circulan por las costas frente a Chungungo.

Esto inicialmente generó molestia en los pescadores de la zona, al no tener información de lo que se iba a instalar en las costas. Incluso, muchos pensaron que este proyecto era parte de Dominga, proyecto minero ubicado también en la región de Coquimbo, que finalmente fue rechazado por su impacto ambiental con gran ruido mediático a nivel país.

Es en este momento que la compañía toma la decisión de contratar una consultoría en comunicaciones, para así contrarrestar la falta de información sobre el proyecto Puerto Cruz Grande en general, sentando las bases de una imagen positiva frente a la opinión pública y los diferentes stakeholders.

Uno de los grandes objetivos del proyecto fue crear un colchón de reputación corporativa para la compañía, considerando el rechazo transversal que otros proyectos similares han tenido a nivel país.

Por otra parte, se buscó contrarrestar la desinformación que existía, ya que varios lo asociaban a Dominga y, finalmente, dar a conocer que el proyecto Puerto Cruz Grande es sostenible y tiene como eje el cuidado de la fauna marina.



## 2) Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

Desde el equipo de comunicaciones, tomamos la decisión de que las boyas hidro acústicas serían la punta de lanza de la estrategia comunicacional completa, ya que esto nos permitiría comunicar un proyecto maravilloso en cuanto a innovación y aporte al cuidado de la fauna marina y, al mismo tiempo acercarnos de forma certera a todos los stakeholders de CMP, construyendo así un colchón reputacional sólido para CMP.

Así, nace la campaña “Señales desde el océano”, que se desplegó en 3 etapas:

Primero, realizamos un **Diagnóstico** donde se hizo un estudio de reputación corporativa publicada, acompañado de un análisis de medios digitales, un estudio de stakeholders y la creación de la imagen corporativa del proyecto Puerto Cruz Grande.

En segundo lugar, desarrollamos un plan de comunicación digital y audiovisual que incluyó una serie de videos documentales de la zona que se publicaron en distintas plataformas digitales y generaron mucho tráfico, por la belleza del entorno que mostraban. Esto fue acompañado por el desarrollo de planes de comunicación interna, corporativa, digital, relacionamiento con la comunidad y media training para los voceros de la empresa.

En la tercera etapa se desplegó un plan muy activo de visitas y notas en los principales medios de comunicación del país, posicionando las boyas como uno de los proyectos más

innovadores del año y generando amplia expectación en todo el territorio nacional e incluso en medios internacionales.

### **3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones).**

Desplegamos un equipo de realizadores, guionistas, camarógrafos y sonidistas que, recorrió la zona con equipamiento de alta tecnología, registrando las maravillas de la tercera región y todos los detalles de la instalación de las boyas, desde su génesis hasta su instalación. De este recorrido surgió una serie de videos microdocumentales y un documental, que luego se utilizarían de diversas formas a lo largo del despliegue del plan de comunicación.

Desde el equipo de PR Corporativo se implementó una intensa agenda de relacionamiento con los principales stakeholders de la zona, con los que se trabajó en el conocimiento y apoyo del proyecto, con las boyas como gran gancho de cuidado concreto del medio ambiente.

En digital, creamos distintos sitios webs, que nos permitieron el posicionamiento SEO y SEM con distintos key words, pero de una manera indirecta, no asociados al sitio de la compañía, sino con las siguientes webs:

- [Actividadmineracoquimbo.cl](http://Actividadmineracoquimbo.cl)
- [Historiacruzgrande.cl](http://Historiacruzgrande.cl)
- [Minaeltofo.cl](http://Minaeltofo.cl)
- [Turismoencoquimbo.cl](http://Turismoencoquimbo.cl)
- [Nortechicocorazongrande.cl](http://Nortechicocorazongrande.cl),
- [santuarionaturalezacruzgrande.cl](http://santuarionaturalezacruzgrande.cl)

En todos estos sitios desplegamos mucho contenido de la zona, keywords positivas de Puerto Cruz Grande y los microdocumentales generados por nuestro equipo audiovisual.

Así se ven los sitios:

**[Actividadmineracoquimbo.cl](http://Actividadmineracoquimbo.cl)**

# BLOG



## La innovadora técnica de la Fitotecnología

Las empresas mineras en la región han comenzado a utilizar esta nueva alternativa de la Fitotecnología como una herramienta para contrarrestar los desafíos medioambientales de los relaves, residuos mineros que ...

[LEER MÁS](#)

## Mujeres en minería: Una historia de lucha por la igualdad laboral en Chile

Hace casi 30 años, en 1996, se abolió la Ley N° 18.620 del Código del Trabajo que establecía que las mujeres no podían desarrollar labores mineras subterráneas. Durante mucho tiempo, ...

[LEER MÁS](#)

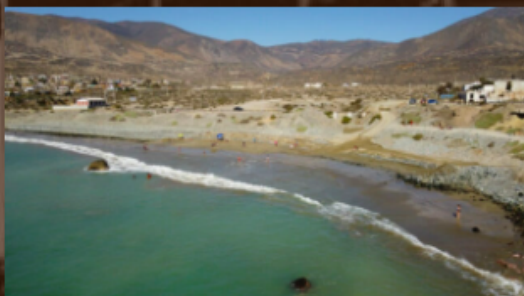


## Chile apuesta por una minería sustentable

El Gobierno de Chile hace un tiempo compartió públicamente la nueva política nacional minera 2050, cuyo objetivo es eficientar la gestión de recursos y resguardar el ecosistema ambiental, una estrategia ...

[LEER MÁS](#)

# BLOG



## Playa Cruz Grande, la joya escondida de Chungungo

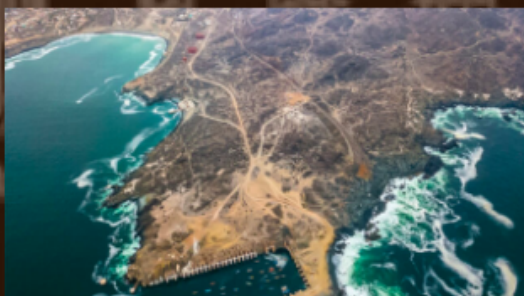
Ubicada en la comuna La Higuera, en la Región de Coquimbo, la franja litoral es conocida por su belleza natural y por ofrecer un ambiente tranquilo, relajante y en donde ...

[LEER MÁS](#)

## Santuario de la Naturaleza Cruz Grande: El gran aporte al ecosistema

Actualmente se lleva a cabo un proyecto denominado "Santuario de la Naturaleza Cruz Grande", cuyo objetivo es proteger el hábitat de especies animales y vegetales que se encuentran en peligro ...

[LEER MÁS](#)



## Más que solo seis décadas

Para los habitantes de Cruz Grande y El Tofo, la comuna de La Higuera tiene una importancia invaluable, algunos nacieron y se criaron allí, la población más alta que se ...

[LEER MÁS](#)



# BLOG



## Unión Minas Tofo: El club deportivo con más de un siglo de historia

Todo comienza en el año 1922 cuando a un grupo de amigos, que trabajaban en El Tofo, se les ocurrió la idea de formar un equipo de fútbol. Este deporte ...

[LEER MÁS](#)

## Tofinos en la Niebla: La obra que aporta a la memoria del ex yacimiento minero

Escrito por el matemático e investigador Bernardo Valdivia Godoy y lanzado en el Museo Histórico de la Serena en el año 2016, la obra busca contribuir a la conservación y ...

[LEER MÁS](#)



## Al rescate de un patrimonio histórico de la región

El Tofo está siendo objeto de un importante iniciativa que tiene como objetivo recuperar la historia y el patrimonio cultural del yacimiento, además de preservar y proteger el sitio ...

[LEER MÁS](#)



# BLOG



## Expo Chungungo se consolidó durante Semana Santa

El evento fue el más esperado para el fin de semana largo en la Región de Coquimbo. El pequeño pueblo costero de Chungungo, ubicado al norte de Chile, recibió a ...

[LEER MÁS](#)

## Jardín Japonés de La Serena, el panorama de tu próximo itinerario

Si buscas un lugar para relajarte y conectarte con la naturaleza mientras experimentas una cultura diferente, esta es la opción perfecta. Este hermoso parque diseñado por el paisajista Akira Ohira, ...

[LEER MÁS](#)



## Chungungo: Una nueva alternativa turística para veraneantes de la región

Hace unos meses la localidad de Chungungo comenzó a trabajar en un plan de desarrollo que tiene como objetivo atraer más turistas a la zona y desarrollar una economía local ...

[LEER MÁS](#)

Y, el más importante, [www.nortechicocorazóngrande.cl](http://www.nortechicocorazóngrande.cl)

Busca posicionar una variedad de temas relacionados a la región, todos enfocados en los proyectos llevados a cabo en CMP.

13.000

VISTAS

36.000

EVENTOS  
(INTERACCIONES)

01/01/2022 a 01/05/2023

UNA EMPRESA DEL



En LinkedIn, y apuntando al público corporativo, posicionamos a la compañía y el proyecto con el contenido de 13 ejecutivos en LinkedIn, siempre con foco en sostenibilidad y proyectos positivos de CMP y el perfil de Puerto Cruz Grande.

Además, realizamos el posicionamiento en redes sociales con el instagram y facebook de Puerto Cruz Grande y el instagram y facebook @NorteChico.CorazónGrande, con contenido orgánico de la zona.

Por otro lado, creamos lazos con los periodistas de los medios locales, regionales y nacionales. En este sentido, logramos reuniones de relacionamiento con destacados periodistas, a los que llevamos a acompañarnos en el seguimiento de la instalación de las boyas, que finalmente fueron instaladas con presencia de varios medios televisivos y radiales de alcance nacional transmitiendo en vivo.

Finalmente, con un intenso trabajo de PR, logramos instalar el tema de las boyas hidroacústicas en todos los medios de comunicación relevantes del país e incluso en medios internacionales, instalando este concepto innovador de manera transversal y generando el colchón de reputación que nos propusimos en un principio.

#### 4) Resultados y evaluación



**Aumentar, mejorar y diversificar la reputación corporativa publicada (1.1) y la reputación corporativa percibida (1.2).**

# 1.355

✓

Publicaciones en prensa con mención positiva de CMP.

### TEMÁTICAS

- Cuidado y la preservación del Medio Ambiente.
- Desarrollo de la minería y económico de la zona
- Plan de desarrollo turístico de la zona.
- Marca empleadora y desarrollo de comunidades.








### Objetivo 1

Aumentar, mejorar y diversificar la reputación corporativa publicada (1.1) y la reputación corporativa percibida (1.2).

Mejoramos en el **80%**   
De los indicadores de percepción.

- En 2022 un 63% de los encuestados dice estar de acuerdo o muy de acuerdo con las afirmaciones positivas respecto a CMP y PCG. Este año la aprobación aumentó en un 24,7% en comparación con los resultados del 2021.
- Entre las afirmaciones que obtuvieron mayor aprobación, destacan las siguientes: PCG es *una marca admirada, recordada, que genera crecimiento económico, atrae y conserva el talento, y tiene visión de futuro.*

## MÉTRICAS GENERALES PR

**1.355**  
**publicaciones**

**946.943.959**  
ad value CLP

**1.085.818**  
ad value USD

**2.840.831.877**  
pr value

**258.505.121**  
reach

MÉTRICAS GENERALES  
DIGITAL

527

publicaciones  
LinkedIn - Facebook - Instagram

43.811.697

impresiones totales

1.993.902

interacciones totales

12.3862.068

META reach

7.275

seguidores totales

MÉTRICAS SEO  
DIGITAL

32

artículos SEO  
Norte Chico Corazón Grande

8.1 mil

usuarios

13 mil

vistas

36 mil

número de eventos

+103%

sesiones (30 días)

**MÉTRICAS GENERALES**  
**DIGITAL - EJECUTIVOS**

**266**

**publicaciones**  
LinkedIn

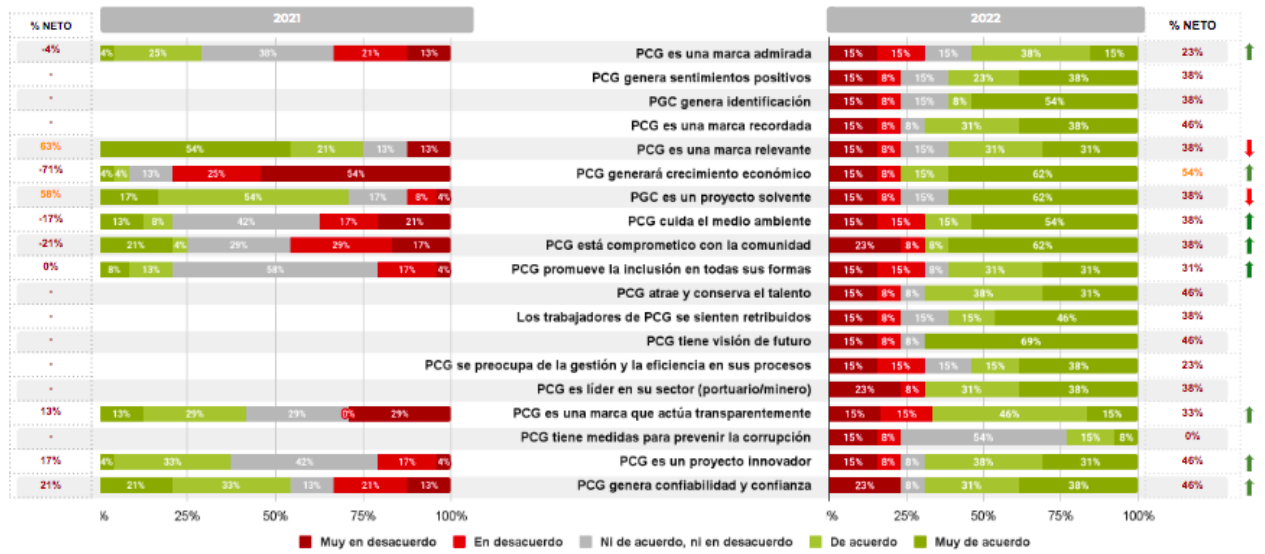
**1.136.189**  
impresiones totales

**18.063**  
interacciones totales

- Generamos un colchón reputacional digital sólido para CMP con su proyecto Puerto Cruz Grande.
- Logramos mantener informados tanto a la opinión pública, como a todos los colaboradores y medios sobre este proyecto.
- Anulamos posibles críticas en los medios y sentamos las bases para una relación positiva con la compañía de cara al futuro.
- Fidelizamos a los periodistas y los cautivamos con este proyecto que protege el medio ambiente, especialmente la fauna marina.
- Logramos un posicionamiento excepcional en los medios de comunicación.
- Logramos una relación positiva con los stakeholders locales, antes muy reacios al proyecto, y nos desmarcamos absolutamente de Dominga.

Resultados encuesta percepción externa realizada pre proyecto, en 2021 y post proyecto, en 2022:

¿Cuán de acuerdo está con las siguientes afirmaciones sobre CMP y su proyecto Puerto Cruz Grande?



En 2022 un 63% de los encuestados dice estar de acuerdo o muy de acuerdo con las afirmaciones positivas respecto a CMP y PCG. Este año la aprobación aumentó en un 24,7% en comparación con los resultados del 2021. Entre las afirmaciones que obtuvieron mayor aprobación, destacan las siguientes: *PCG es una marca admirada, recordada, que genera crecimiento económico, atrae y conserva el talento, y tiene visión de futuro.*