



Resultados y ganadores 2019

Premios EIKON llegan a Chile



En total, fueron 23 las campañas de empresas e instituciones de nuestro país que lograron la preciada estatuilla que premia, desde hace más de 20 años en Argentina, la comunicación de empresas, ONG e instituciones gubernamentales en más de 20 disciplinas de la labor de relacionadores públicos, consultores de comunicación, asuntos públicos y comunicadores corporativos.



Por primera vez en Chile:

23 campañas de comunicación institucional fueron galardonadas en los Premios EIKON

Los Premios EIKON llegan por primera vez a nuestro país con el objetivo de ser un aporte al reconocimiento a la Excelencia en la Comunicación Institucional. Conozca más de este encuentro que premió a las 23 mejores campañas nacionales.

Ante 120 profesionales de comunicación se entregaron los primeros Premios EIKON a la Excelencia en la Comunicación Institucional en Chile. Fueron 23 las campañas de empresas e instituciones de nuestro país que lograron la preciada estatua que premia, desde hace más de 20 años en Argentina, la comunicación de empresas, ONG e instituciones gubernamentales en más de 20 disciplinas de la labor de relacionistas públicos, consultores de comunicación, asuntos públicos y comunicadores corporativos.

Los Premios EIKON fueron creados por la revista Imagen de Argentina y en Chile están representados por Ediciones GAF, contando especialmente con el apoyo académico de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

El prestigio del premio

El jurado, clave en el prestigio del premio, estuvo compuesto por 23 profesionales y académicos de ambos países, todos ellos destacados expertos que provienen de la consultoría en comunicación, el periodismo y grandes corporaciones chilenas y multinacionales. Su director académico, Patricio Dussailant, quien es director del Departamento de Comunicación Aplicada - Publicidad de la Facultad de Comunicaciones UC, y los demás miembros del jurado, tuvieron la tarea de evaluar medio centenar de postulaciones en disciplinas de la profesión como relaciones con los medios,



comunicación interna, eventos, comunicación digital, distintas vertientes de sustentabilidad, comunicación con influencers y marketing social, entre otras.

“Los EIKON llegan justo en un momento histórico para Chile, en el que la comunicación empresarial y el trabajo de los profesionales de comunicación y relaciones públicas puede tener un rol clave en ese proceso de cambio que acaba de abrirse en el país”, dijo Diego Dillenberger, director de la revista Imagen y cofundador de los EIKON junto a María Curubeto.

Eduardo Arriagada, decano de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile, destacó la importancia que tiene para la Facultad de Comunicaciones en particular y para la industria en

general, apoyar los Premios EIKON que con su trayectoria y prestigio llegaron a nuestro país de la mano de un equipo, liderado por Gabriela Guerschanik y Alejandro Figola, que logró una altísima convocatoria de todos los ganadores sin excepción.

“Los profesionales de la comunicación institucional pueden convertirse en factores fundamentales para que la opinión pública chilena mantenga la alta valoración de las empresas de este país como los únicos actores que generan valor, progreso y riqueza en las sociedades modernas”. Diego Dillenberger, director de la revista Imagen y cofundador de los EIKON.

LOS GANADORES

CATEGORÍA	EMPRESA REPRESENTADA	AGENCIA	TÍTULO DEL CASO
Campaña general de comunicación institucional	Unilever	Grupo Urban	Proyecto Maestranos de Dove, Unilever
Campaña general de sustentabilidad	Easy S.A.	TBWA/Frederick	Desafío local: El voluntariado más grande de Chile, mejorando la calidad de vida de nuestros vecinos.
Sustentabilidad social	Unilever		Programa para la autoestima Dove y ONU Mujeres
Sustentabilidad ambiental	PepsiCo	Burson Cohn & Wolfe	Lay's Bio Based Film - PepsiCo Chile
Sustentabilidad cultural	Arcos Dorados		McLectura Feliz
Sustentabilidad en salud	Arcos Dorados		Plan Vecino "talleres"
Relaciones con la prensa	Arcos Dorados		"Consumo Educar para alimentar"
Relaciones con la prensa	Huawei	Extend	Estrategia de posicionamiento de Huawei: La construcción de un referente en tecnología e innovación
Comunicación en situación de crisis	Clinica Sanatorio Alemán	Reactor Agencia Digital	Crisis de cara a la comunidad: una estrategia de comunicación desde las redes sociales
Comunicación interna	Ripley	CBR	Seguilo Ripley
Comunicación interna	Cencosud S.A.		Mujeres de Cencosud que dejan huella
Comunicación interna	Banco Santander Chile		Campaña de ciberseguridad para colaboradores "Ciber Cúpa"
Eventos	Arcos Dorados		"Embajadores deportivos McDonald's"
Eventos	Arcos Dorados		Creemos en los jóvenes, Seminario Empleo Joven
Lanzamiento de productos	Metro de Santiago	Inbrax	Lanzamiento Línea 3
Lanzamiento de productos	Emirates	MG Consulting	Lanzamiento de la aerolínea Emirates en Chile
Campaña general digital, web, social media y comunicación digital móvil	Novartis	Llorente y Cuenca Chile S.A.	Tiempo de vida
Campaña general digital, web, social media y comunicación digital móvil	Centro de Estudios Públicos	Reactor Agencia Digital	Abrir las puertas: comunicar en el lenguaje y formato de la nueva era
Campaña de influencers	Fox	MG Consulting	Lanzamiento serie POSE de Fox
Campaña de influencers	Uber Chile	Urban Grupo de Comunicación	Proyecto #VamosconOrgullo de Uber Chile
Comunicación política, de gobierno y campañas electorales nacionales	Evópoli	Reactor Agencia Digital	Líderes DesComunales: Todos los días haces política
Marketing social	Unilever	Grupo Urban	Proyecto Maestranos de Dove, Unilever
Marketing social	Fundación Encuentros del Futuro	CBR	Congreso Futuro 2019

¡Ponemos el corazón

en todo lo que hacemos!

En McDonald's fuimos reconocidos con
5 galardones EIKON por nuestros programas
de Empleo Joven, Salud y Educación.

Agradecemos la confianza en nuestras iniciativas dirigidas a la comunidad: **McLectura Feliz, Plan Vecino, Educar para Alimentar, Creemos en los Jóvenes y Embajadores Deportivos.**

¡Seguiremos trabajando para aportar bienestar, desarrollo y crecimiento a nuestra comunidad!



Chile necesita comunicaciones

Creemos que la crisis vivida traerá consigo oportunidades y esperamos que una de ellas sea el reconocimiento de la importancia de la comunicación, desde el análisis del entorno hasta las acciones concretas de construcción de confianza, pasando por las definiciones estratégicas y los riesgos reputacionales tan necesarios en el Chile de hoy.

Por: Patricio Dussailant, director del Departamento de Comunicación Aplicada - Publicidad Facultad de Comunicaciones UC y director Académico Premios EIKON Chile

En 2018 difundimos la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica bajo el concepto de "Chile necesita comunicaciones". Este trabajo ya tenía un largo camino recorrido. Desde principios de los años 90, y por más de 20 años, hemos dictado ininterrumpidamente el Diplomado en Comunicación Corporativa; en 2008 se creó el Magister en Comunicación Estratégica. Todo esto acompañado por múltiples actividades de extensión y de asesorías con la finalidad de "evangelizar" acerca de la urgencia que, tanto el Estado como las empresas, requería contar con áreas de comunicación profesionales, radicadas en la alta dirección, con una mirada estratégica y de apoyo a los objetivos de las organizaciones.

Pero faltaba un aspecto que no habíamos logrado abordar. Al asumir el Decanato de la Facultad, el profesor Eduardo Arriagada me comentó que le gustaría crear un premio que permitiera reconocer el trabajo

de los comunicadores estratégicos, así como ya existían en los ámbitos del Periodismo y de la Publicidad.

Pensando qué hacer y cómo abarcar además la comunicación corporativa, institucional, política y de marketing se nos ocurrió -en un inicio- crear algo parecido a los Premios Eikon, que ambos conocíamos en Argentina.

Como si hubiera existido transmisión de pensamiento, nos contactó Valentina Cox, ex alumna de nuestro Diplomado en Comunicación Corporativa, con el fin de presentarnos a Gabriela Guerschank y Atejandro Figola, quienes venían a proponernos realizar la versión chilena de los Premios Eikon.

La ceremonia de premiación coincidió con el estallido social que tanto ha afectado a nuestro país. En ella, se premiaron diversas empresas y organizaciones con brillantes campañas, incluidas empresas que han sido protagonistas directas de lo ocurrido en las últimas semanas. Por ello, creemos



Patricio Dussailant, director del Departamento de Comunicación Aplicada - Publicidad Facultad de Comunicaciones UC, y director Académico Premios EIKON Chile.

Este reconocimiento busca premiar campañas y casos exitosos de comunicación en más de 20 disciplinas, como comunicación corporativa, asuntos públicos, comunicación de crisis, eventos, publicidad institucional, relaciones con los medios de comunicación, marketing social, sustentabilidad, comunicación interna, de gobierno, digital o campañas políticas.

El objetivo del premio EIKON es que cada campaña tenga como mínimo tres evaluaciones para despejar y compensar evaluaciones extremas. Los jurados que aplican los criterios al evaluar principalmente son la creatividad, la innovación, la efectividad y la coherencia de un plan bien estructurado.

que la crisis vivida traerá consigo oportunidades y esperamos que una de ellas sea el reconocimiento de la importancia de la comunicación, desde el análisis del entorno hasta las acciones concretas de construcción de confianza, pasando por las definiciones estratégicas y los riesgos reputacionales tan necesarios en el Chile de hoy.

Así comenzó esta historia que este año cumplió su primer paso.

> McDonald's

> www.mcdonalds.cl

Lorena Talma, gerente de Comunicaciones Corporativas de McDonald's Chile:

“Desde las comunicaciones McDonald's busca aportar y acompañar a las comunidades”

La cadena de comida rápida fue galardonada con cinco premios EIKON en la primera edición de este reconocimiento en Chile, destacando su trabajo en materia de educación, empleo joven y promoción de la actividad física.



Desde hace 6 años McDonald's desarrolla un importante trabajo junto a 6 municipalidades en el marco de su Plan Vecino, iniciativa destinada a recoger las necesidades de cada comunidad y trabajar en talleres que promuevan el deporte y la actividad física mejorando de esta manera el bienestar de las personas. Estos son

algunos de los programas que llevaron a la compañía a ser reconocida con 5 premios EIKON en 4 categorías, entre las que también destacan: "McLectura Feliz", "Educar para Alimentar", "Jóvenes del Futuro" y "Embajadores Deportivos".

Es este trabajo el que destaca la ejecutiva Lorena Talma, gerente de Comunicaciones Corporativas de McDonald's, quien apunta a que el foco en la comunidad es un pilar fundamental de la compañía en Chile. "Desde las comunicaciones, McDonald's busca aportar y acompañar

a las comunidades, con el firme propósito de contribuir a mejorar su calidad de vida", señaló.

¿Cómo se puede trabajar con comunidades desde las comunicaciones?

"Como equipo de comunicaciones de McDonald's, nuestro rol es entender las

necesidades de las comunidades a través de la comunicación directa que tenemos con las autoridades en las comunas en las cuales estamos presentes. De esta forma generamos campañas que contribuyen a satisfacer estas necesidades; y generamos un aporte concreto a través de nuestros programas, los que se traducen en aportar a mejorar la calidad de vida de las personas beneficiadas".

¿Cuáles fueron sus campañas premiadas?

"Estamos orgullosos de haber recibido 4 galardones de oro y uno de plata posicionándonos como la com-

"Generamos un aporte concreto a través de nuestros programas, lo que se traduce en mejorar la calidad de vida de las personas beneficiadas", comenta Lorena Talma.

pañía más premiada en esta primera versión de los EIKON en Chile. Nuestras campañas destacadas fueron: "McLectura Feliz" que facilita bibliotecas a escuelas municipales, en la categoría Sustentabilidad Cultural; "Plan Vecino", una iniciativa que desde hace 6 años entrega talleres de actividad física a la comunidad, se adjudicó la categoría Sustentabilidad en Salud. "Educar para Alimentar" concurso que hace 5 años reconoce a periodistas que desarrollan un trabajo responsable en temas de nutrición y vida saludable, ganó el premio Relaciones con la Prensa; y dos galardones en la categoría Eventos, gracias al desarrollo del seminario de participación laboral temprana "Jóvenes del Futuro", y por nuestro programa "Embajadores Deportivos", que apoya a 6 deportistas chilenos de alto rendimiento en sus respectivas disciplinas.

Agenda 2020

Positivas proyecciones para el año que viene

Tras la exitosa llegada de los premios EIKON a Chile, hoy se prepara una agenda de actividades que parte en marzo con un *road show* académico de casos de éxito y ya se encuentra abierta la convocatoria para la versión 2020. **Por: Hortencia Fritz A.**



El balance tras el desarrollo de la primera versión de los Premios EIKON en Chile es más que positivo. Así lo confirma Gabriela

Guerschanik, directora Editorial de Ediciones GAF y coordinadora general de los Premios EIKON Chile. "Nos sentimos muy orgullosos y satisfechos con los resultados de esta primera edición Chile 2019, ya que de las 21 categorías recibimos postulaciones en todas, y solo resultaron desiertas cuatro de ellas, lo cual refleja el alto compromiso y buen hacer de los profesionales de las comunicaciones institucionales en el país". Pero eso no es todo. El desafío inmediato es generar diversos espacios de encuentro y actividades que les permitan profundizar en los temas relacionados con el quehacer profesional de las comunicaciones y los objetivos que se han trazado. "En primer lugar, promover la excelencia en las comunicaciones institucionales es más que nuestro lema, es el valor fundacional de los EIKON, y paralelamente, intercambiar y fomentar las buenas prácticas a través de la interacción entre los profesionales del mercado, ampliando el escenario, no solo a los sucesos locales sino también regionales e internacionales", explica la ejecutiva. Y agrega: "Los premios llegaron a Chile con la firme convicción de crear comunidad, camaradería y a la vez competencia entre los actores de la escena local".

Para marzo 2020, la primera actividad abierta será un *road show* académico en el que participará un grupo de ganadores



de la edición Chile 2019, quienes presentarán sus casos de éxito, dando inspiración a sus colegas en el camino de la Excelencia en la Comunicación Institucional, como el caso de los multipremiados: McDonald's que recibió 5 estatuillas, Reactor Agencia Digital 4, Urban Grupo de Comunicación 3 y MG Consulting 2. En ese sentido, "contar con el respaldo académico de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia



“Los premios llegaron a Chile con la firme convicción de crear comunidad, camaradería y a la vez competencia entre los actores de la escena local”, Gabriela Guerschanik, directora Editorial de Ediciones GAF y coordinadora general de los Premios EIKON Chile.

El proceso de los Premios EIKON

Por: Diego Dillenberger, cofundador de los Premios EIKON junto a María Curubeto.

Los EIKON están divididos en tres capítulos: general, ONG y pymes. El jurado se reúne una sola vez al inicio del proceso de evaluación para efectuar un *clearing* de conflictos de intereses, pues la transparencia del premio depende de que ese *clearing* de intereses y conflictos sea lo más exhaustivo posible. Esto permite que empresas u organizaciones vinculadas directa o indirectamente a los jurados puedan participar.

Los aspirantes al EIKON deben ceñirse a una metodología estricta de presentación:

1. Introducción (diagnóstico/planteo del problema)
2. Propuesta/enunciado de la campaña y la estrategia
3. Desarrollo y ejecución del plan (tácticas, acciones y dificultades)
4. Resultados y evaluación

Las calificaciones forman un promedio general de cada campaña, y ganan los primeros tres, siempre y cuando su calificación sea igual o superior al promedio general de todo el capítulo (general, ONG y pyme).

La validez de las campañas presentadas a la edición 2020 se retrotrae desde el mismo 30 de abril de 2020 a 24 meses hacia atrás.

Universidad Católica de Chile reafirma la excelencia que buscamos en todas las instancias que involucran los premios: la selección del jurado, los casos ganadores y las actividades que desarrollaremos durante el año y que esperamos compartir con las entidades que pudieran estar congregando a los profesionales de las comunicaciones en nuestro país", opina la profesional.

Camino al 2020

En tanto, la inscripción para la nueva edición de los Premios EIKON Chile 2020 ya está abierta y la postulación de

casos cierra el próximo 30 de abril para todas las empresas, organizaciones e instituciones privadas, públicas o gubernamentales que deseen participar en la segunda edición de los premios, con la seguridad de que cada una, según su tipo y envergadura, competirá dentro del capítulo que se acomode a sus características como General, ONG o Pyme. "Esperamos que la segunda edición de los Premios EIKON permita ampliar la visibilidad del trabajo que realizan los comunicadores en Chile", plantea la ejecutiva.

Evento de premiación

Reconocimiento a los ganadores del 2019

Los EIKON son el premio más importante de América Latina a la comunicación institucional. La clave de su relevancia es el prestigio de su jurado, conformado por profesionales destacados del sector de la comunicación corporativa, periodistas, publicistas y académicos. **Fotos: Esteban Hernández y Enrique Lohse**



◀ Todos los ganadores de las 23 casos de los Premios EIKON.



◀ **Diego Dillenberger**, director de la revista Imagen y cofundador de los Premios EIKON.



▶ **Eduardo Arriagada**, decano Comunicaciones UC, **Marta Castillo**, directora Comunicaciones Ibáñez Atkinson; **Patricio Dussailant**, director Comunicación Aplicada PUC y **Luz María Aguado**.



▲ **María Gabriela Moreno**, coordinadora Comunicaciones Corporativas; **Loreto Álvarez**, jefa Comunicaciones; **Loreto Talma**, gerente Comunicaciones; **Maruzella Ahumada**, gerente de Marketing; **Karen Gallardo**, atleta lanzadora del disco, y **Francisco Barrera**, coordinador Plan Vecino, todos de McDonald's.



▲ Los invitados y premiados durante la ceremonia de distinción.



▲ **Diego Dillenberger**, **Lorena Talma**, gerente de Asuntos Corporativos de McDonald's y **Patricio Dussailant**, director del Departamento de Comunicación Aplicada de la PUC.



▲ El equipo de Grupo Urban premiado en las categorías "Campaña general de comunicación institucional" y "Campaña marketing social".



▲ **Leonidas Montes**, director del Centro de Estudios Públicos (CEP); **Bernardita del Solar**, directora de Comunicaciones del CEP y **Felipe Cádiz**, director de Estrategia de Reactor.



▲ **Cristián Menares**, ejecutivo de cuentas; **Sol Revelant**, gerente general; **Francisca Gajardo**, ejecutiva de cuentas, y **Tomás Puente**, director de cuentas, todos de Grupo Urban.

URBAN[®]
GRUPO DE COMUNICACIÓN

Crear valor.
Construir cultura.
Ser relevantes.

Nueva Tajamar 481, Las Condes, Santiago de Chile
www.urbangrupo.com

Conectarse con el entorno

Comunicación y estrategia digital para el mundo de hoy

Con más de una década de experiencia, la empresa fue distinguida con el premio principal a la innovación en comunicaciones y en tres categorías que conllevan a un solo objetivo: acercar a instituciones y marcas a la nueva forma de comunicar.

Muchas instituciones han incorporado a las comunicaciones la lógica del marketing y publicidad, sin darse cuenta que cualquier compañía más allá que tengan un vínculo directo con las personas, si o si tienen un rol en la comunidad de la cual forman parte y que deben ser comunicado adecuadamente aprovechando los canales digitales.

Y es justamente la forma de entender las comunicaciones institucionales de hoy y como implementarlas que llevó a Reactor, agencia de comunicaciones y marketing digital a ser distinguido como la empresa multi premiada y gran ganador de la noche en los Premios EIKON 2019. La agencia fue galardonada en tres categorías, más el premio Estatuilla Rubí, a la Innovación en Comunicaciones: Campaña general digital, web, social media y comunicación digital móvil; Comunicación política, de gobierno y campañas electo-



• Felipe Cádiz, director de Estrategia; Rodrigo Polidura, director web y Sebastián Correa, director general.

rales nacionales, y Comunicación en situación de crisis.

Desde hace más de una década, la empresa ha desarrollado estrategias para que diversas organizaciones se desenvuelvan en el ámbito digital y enfrenten los desafíos de las comunicaciones corporativas poniendo el foco en el cambio de la estructura de medios y de los canales de información digital. "Hoy, lo que más hacemos es ayudar a construir una presencia en términos públicos para entender cuál es el rol que tienen en la comunidad en que participan", explica Felipe Cádiz, director de Estrategia de Reactor.

CRISIS EN LA CLÍNICA SANATORIO ALEMÁN

"Fue un orgullo ganar este premio porque nosotros no somos una empresa de crisis como comúnmente se conoce", dice Rodrigo Polidura, director web de Reactor. Esta campaña los llevó a ganar el premio en la categoría Comunicación en situación de crisis y el premio a la campaña más innovadora, que se basó en cómo enfrentar la crisis que provocó el accidente ocurrido en la Clínica Sanatorio Alemán de Concepción, y que dejó graves secuelas humanas y materiales.

"Lo que hicimos fue intervenir y desarrollar una estrategia con foco en la institución y salir a comunicar activamente con voceros que fueran colaboradores visibles frente a su comunidad. Le hablamos a los pacientes y a los que se habían atendido ahí en los últimos años. La comunicación fue dirigida para hacer parte a la ciudad de lo que significaba el proceso de reconstrucción y reapertura", sostiene Polidura.

MEJOR CAMPAÑA GENERAL DIGITAL

Transformar digitalmente la comunicación, posicionar a los investigadores y difundir contenido en los canales de información actuales, fue el trabajo que hizo Reactor con el Centro de Estudios Públicos (CEP), institución relacionada al mundo de las ideas y políticas públicas. "El CEP confió en nosotros para desarrollar su estrategia digital, para entender las nuevas lógicas de comunicación, y para mostrar su lado menos conocido: sus seminarios y la diversidad de sus temas de investigación", dice Sebastián Correa, director general, y agrega: "Hoy hay que salir a contar las cosas en un lenguaje fácil, audiovisual, usando redes sociales para capturar la atención y generar audiencias fidelizadas".

CAMPAÑA LÍDERES COMUNALES DE EVÓPOLI

Convocar a líderes fuera de la política para que participen formalmente en su comunidad fue el objetivo de la campaña "Líderes Descomunales" para Evópoli, y que ganó el premio en la categoría Comunicación política, de gobierno y campañas electorales nacionales. "Trabajamos con una pieza madre que fue la aparición del presidente del partido, Hernán Larraín Matte, diciendo 'La Política es una Mierda', y que fue enfocada en hablarle a esas personas comprometidas en términos sociales y que son altamente participativas, personas que estaban en el límite de darse cuenta de que lo que ellos hacían todos los días era política pero que no la estaban haciendo en los espacios formales, como una postulación a concejal o alcalde", explica Felipe Cádiz.