

## Postulación Premios Eikon 2025



**Nombre y número de la categoría:** Sponsoring Deportivo 9.2

**Capítulo:** General

**Título del caso:** Primer maratón carbono neutral de Chile

**Nombre de la empresa:** Colbún

**Departamento que desarrolló el plan:** Gerencia de Sostenibilidad (Gerencia de Comunicaciones y Unidad de Cambio Climático) y Gerencia de Asuntos Corporativos.

**Persona responsable:** Bernardita Vila, Camila Vidal, Francisca Silva

## Introducción

Colbún S.A. es una empresa de origen chileno, con 39 años de trayectoria, dedicada a la generación y comercialización de energía. Cuenta con una cartera de más de 350 clientes industriales y empresas, cerca de 1.300 trabajadores y una potencia instalada de más 5.000 MW a través de 29 centrales de generación en Chile y Perú.

En 2023 Colbún actualizó su propósito corporativo. En línea con éste (“Transformar la energía en equilibrio con el planeta para impulsar tus proyectos y sueños”) la compañía ha asumido como un pilar estratégico aportar un sello sostenible a eventos deportivos masivos (que generen orgullo país), a través de la neutralización de la huella de carbono de éstos.

Como parte del desarrollo de este pilar, Colbún ha compensado la huella de carbono de distintos eventos, buscando contribuir a la mitigación del cambio climático. Realizar este tipo de acciones se vincula directamente con el *core* del negocio, dado que los bonos de carbono usados para estas compensaciones, provienen de las centrales de energía renovable de Colbún. En otras palabras, en la neutralización de eventos deportivos masivos la Compañía ha encontrado una directa sinergia con su propósito corporativo. A la fecha, los bonos de carbono de las centrales renovables de Colbún han permitido que los siguientes eventos masivos deportivos sean carbono neutral: viaje de los Cóndores al Mundial de Francia; Juegos Panamericanos y Parapanamericanos de Santiago 2023, maratones de Santiago y Viña 2024, viajes de Team Chile a Paris 2024 y Ironman 70.3 de Pucón de 2025.

### Propuesta de la campaña:

#### “Dejando huella en la pista y no en el planeta”

Desde 1990 el Maratón de Santiago (MDS) se ha ido consagrando como un evento deportivo que cada vez congrega a un mayor número de corredores, transformándose en uno de los espectáculos deportivos permanentes más masivos de la capital chilena.

En 2024, el MDS abrió alrededor de 30 mil inscripciones correspondientes tanto a participantes profesionales como aficionados.

El running por sí mismo no es una actividad contaminante con el clima. Sin embargo, características propias de un maratón como: la cantidad de asistentes, la duración del evento y la cobertura geográfica del recorrido, dejan consigo un impacto en el planeta asociado a las actividades contaminantes que conlleva su ejecución, tales como: la generación de residuos por la producción del evento (stands), el traslado en vehículos motorizados de los corredores hasta el punto de partida del evento, el uso de energía eléctrica en base a diésel en los escenarios del recorrido y la utilización de botellas plásticas para la distribución de agua, entre otros.

En esa línea, es que Colbún decidió participar y comprometerse de forma activa en el Maratón de Santiago (MDS) 2024, a través de tres grandes ejes:

- 1) **Patrocinio al MDS:** Para involucrarse directamente en el evento y ser parte de las instancias oficiales de comunicación, Colbún decidió ser patrocinador del maratón. De

esa forma, la empresa podría agilizar su relación con la organización y ser parte de la instancia desde adentro.

- 2) **Neutralizar la huella de carbono del MDS:** Como una forma de hacerse cargo de su propósito integrador en torno a la contribución de la empresa a una transición energética responsable y en equilibrio con el planeta que impulse los proyectos y sueños de las personas, es que Colbún decidió neutralizar la huella de carbono.
- 3) **Involucrar a deportistas:** Colaborar con corredores chilenos profesionales y rostros deportivos ligados al running daría la oportunidad, por un lado, de apoyar a deportistas y, por otro, de amplificar y acercar el mensaje -en especial a través de las redes sociales- de la carbono neutralidad y generar conciencia en torno a la huella de carbono de cada participante del maratón y al público con intereses deportivos, sostenibilidad y medioambiente, entre otros.

### **Desarrollo del plan**

El 8 de abril de 2024 en el edificio corporativo de Colbún se realizó la ceremonia de firma de la alianza entre la empresa y los organizadores de MDS. El acuerdo haría que éste fuera el primer maratón carbono neutral del país.

Este hito también sería el punto de partida de una campaña educativa Colbún implementaría en torno a la corrida para acercar el concepto de la carbono neutralidad a las personas.

### **La neutralización de la huella de carbono**

Para alcanzar la carbono neutralidad del Maratón, los equipos de Colbún debían calcular la huella de carbono del evento. Para llegar a esta cifra, primero es necesario medir la cantidad de gases de efectos invernadero (GEI) emitidos durante todas las etapas del evento, desde la organización hasta la participación de los corredores.

Luego, estas emisiones se compensan mediante bonos de carbono acreditados ante mecanismos internacionales, provenientes de centrales de energía renovable. En este caso, de la central hidroeléctrica San Clemente de Colbún (Región del Maule). De esta manera, se logra que la cantidad total de GEI emitidos y compensados sea igual a cero, haciendo que el evento sea neutro en carbono.

### **Acciones**

Para llegar al público objetivo, una de las primeras acciones de Colbún fue sortear inscripciones al Maratón a través de las redes sociales de la compañía. Este hito ayudó a captar la atención de los participantes al ser realizado después de agotarse los 30 mil cupos oficiales de la competencia.

Otra de las acciones iniciales fue la invitación a trabajadores de Colbún a participar de la carrera, como una forma de hacerlos partícipes de este hito (algunos de ellos con cupos sorteados internamente). Más de 20 trabajadores se transformaron no sólo en corredores, sino también en embajadores del primer maratón carbono neutral del país, inspirando a otras personas de la compañía.

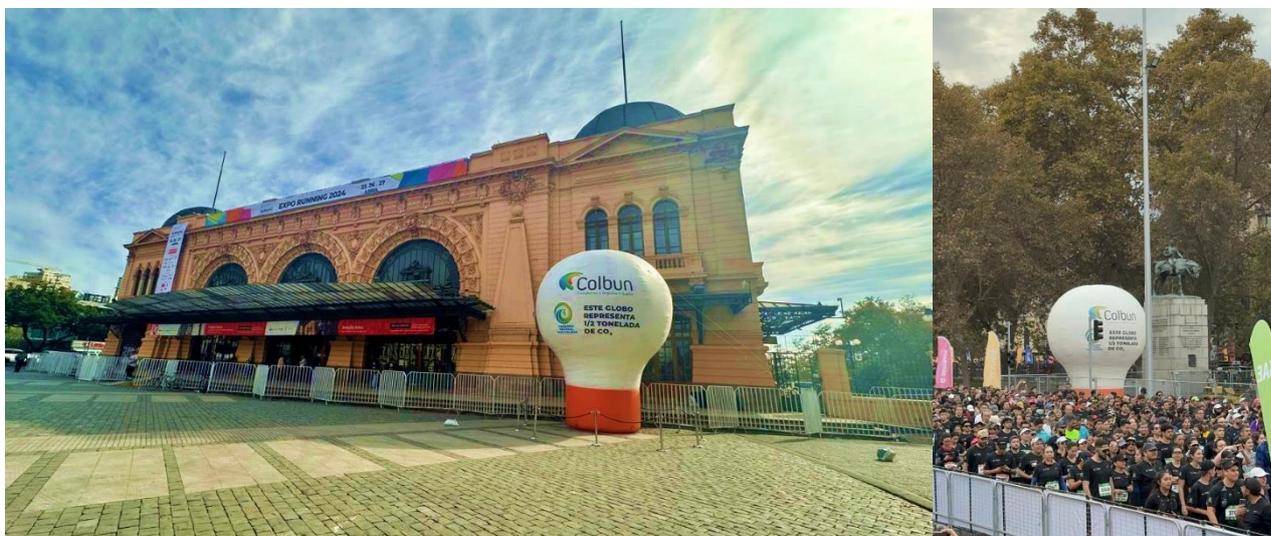
En los días previos a la carrera, durante la entrega de los kits oficiales en la *expo running*, Colbún también involucró a los asistentes, invitándolos a medir su huella de carbono individual. Para esto capacitó a un equipo de monitores los cuales realizaban una breve

encuesta a los asistentes en torno a sus hábitos en ámbitos como energía, transporte y alimentación.

Asimismo, como parte de la campaña general, Colbun incorporó en el kit oficial, un imán con la leyenda “Yo corrí el 1er Maratón carbono neutral de Chile” con el objetivo de generar orgullo y recordación entre los participantes, así como educar en torno a este desafío ambiental.



Además, se instalaron globos de gran dimensión para graficar, a escala real, el impacto ambiental generado por media tonelada de dióxido de carbono y, de esa forma, concientizar a los corredores en torno al impacto de su huella de carbono. El impacto global del maratón representaría más de 6.000 de esos globos. Estos globos se instalaron tanto en Estación Mapocho (en el momento en que los corredores retiran sus kits de competencia), así como en puntos estratégicos de la ruta de la carrera tales como el frontis del Palacio de la Moneda y las cercanías del Estadio Nacional).

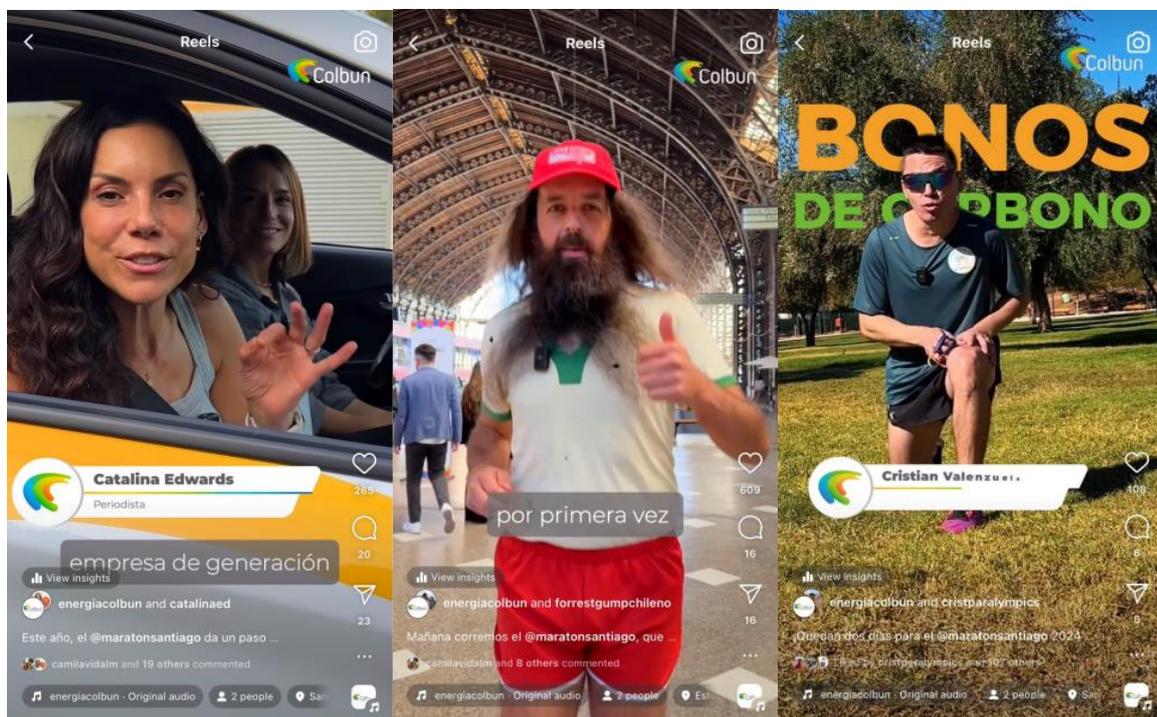


Durante el evento, el locutor recordó en reiteradas ocasiones que la carrera sería carbono neutral gracias a la alianza con Colbún, invitando a los corredores a medir su huella. Ese día también estaba el equipo de monitores midiendo la huella de los asistentes, con el fin de generar conciencia en la materia.

Estas acciones fueron acompañadas por contenidos informativos y educativos en torno a la carbono neutralidad, creados por Colbún y la agencia LFI, y también por influenciadores ligados al Maratón, los cuales fueron difundidos a través de las distintas redes sociales en formato colaborativo.

En esa línea, participaron deportistas experimentados como Carlos Díaz, Daniča Kusanovic, Alejandra Lledó, Antonio Marshall (conocido como el “Forrest Gump chileno”), y también rostros nacionales activos en running, como la periodista Catalina Edwards. Estos contenidos buscaban llegar tanto a fanáticos del deporte como también al público general.

En total, Colbún y LFI realizaron 18 videos difundidos a través de las redes sociales de Colbún y los influenciadores, antes, durante y después del MDS, algunos de cuales fueron impulsados con pautas publicitarias para apoyar la segmentación de los contenidos.



A través de una edición dinámica y distintos juegos audiovisuales, los deportistas abordaron la carbono neutralidad y la forma en que la aplicaría Colbún, a través de sus bonos de carbono. Las publicaciones colaborativas de Instagram les permitieron invitar a sus seguidores a conocer más de la materia en las redes sociales de Colbún y a medir su huella de carbono en la web de la compañía.

Por otro lado, en uno de los videos la periodista Catalina Edwards realizó un recorrido en un auto eléctrico con Josefina Montero, jefa de cambio climático de Colbún, para profundizar en

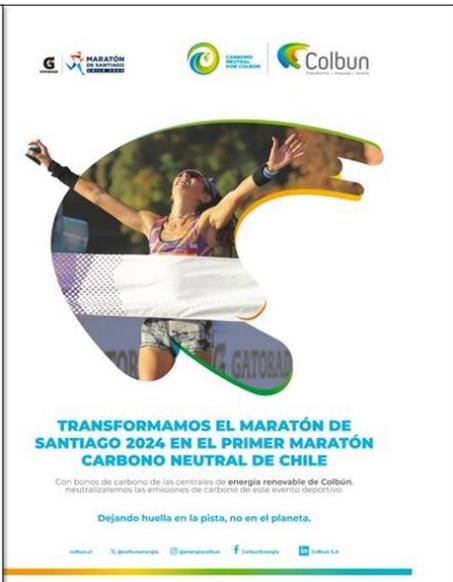
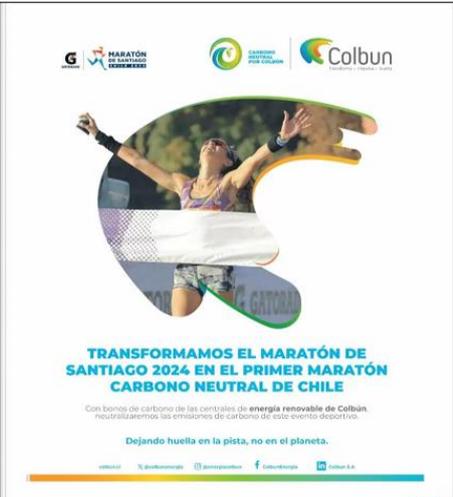
torno a los conceptos asociados al tema y reflexionar sobre el qué tan conscientes somos en torno a la huella de carbono que generamos.

Además, el día de la ceremonia de lanzamiento de la alianza, se realizó un reel cuyos protagonistas fueron Francisca Aguirre (Directora Ejecutiva Maratón de Santiago), Jaime Pizarro (ministro de Deportes) y José Ignacio Escobar (CEO de Colbún).

Todo lo anterior fue reforzado con el envío de un mailing a los corredores antes de la carrera invitándolos a medir su huella.

Para difundir el “primer maratón carbono neutral de Chile”, se realizó un comunicado de prensa que fue despachado a diversos medios. Adicionalmente Colbún participó del punto de prensa que se realizó en Estación Mapocho en los días previos a la carrera.

Todo esto fue respaldado por un plan publicitario que consideró avisos en TV, prensa, radio, vía pública y medios digitales. Estos mensajes potenciaron frases como “una oportunidad para que dejemos una huella positiva”; y “dejando huella en la pista, no en el planeta”.



### **Emisiones neutralizadas**

La medición realizada por Colbún (y la consultora externa experta en estas materias) terminó compensando 3.409 toneladas de dióxido de carbono generadas por las externalidades asociadas al maratón. Esta cifra equivale a retirar de circulación alrededor de 900 vehículos o plantar más de 32.000 árboles al año.

### **Resultados y evaluación**

Las campañas ejecutadas a través de las cuentas de Instagram, TikTok y LinkedIn de Colbún alcanzaron a más de 729 mil personas y registraron más de 81 mil clicks, superando las métricas proyectadas. Además, la campaña logró un engagement rate de 5,2%, superando también la media de engagement de las publicaciones de Latinoamérica de 1,3% establecida, en ese entonces, en el estudio Hypeauditor - Influencers State 2023.

El comunicado de prensa tuvo alrededor de 90 publicaciones en distintos medios de comunicación, tanto de alcance nacional como regional y en soportes variados (prensa, radio, TV y online), concentrándose en los meses de abril y mayo 2024. A su vez Josefina Montero, jefa de cambio climático de Colbún, realizó algunas entrevistas hablando sobre la neutralización del MDS en medios como Radio Agricultura y Radio Infinita, además de otros medios regionales o comunales.

- Los avisos de prensa de Publimetro, La Tercera Domingo y Las Últimas Noticias, lograron 141,7 GRPs, con un alcance de 58,6%.
- En TV (CHV y C13) lograron 253,3 GRPS, con un alcance de 52,2%.
- En radio (Duna, Infinita, T13 y Cooperativa), totalizaron 2285,5 GRPS, con un alcance de 40,5%.

A partir de los exitosos resultados de la campaña, Colbún determinó que en mayo de 2025 volverá a neutralizar la huella de carbono del Maratón de Santiago, por segundo año consecutivo.