

PREMIOS EIKON 2026

Categoría:

02.02 - Sustentabilidad Social

Capítulo:

General

Título del caso:

Biobío Emprende con Camanchaca

Nombre de la empresa:

Camanchaca S.A

Departamento que desarrolló el plan:

Subgerencia de Comunicaciones y Sostenibilidad Social

Agencia:

Plan | Comunicaciones Estratégicas

Responsable:

Carla Sheggia Simunovic
Paula Sepúlveda Yáñez

I. Introducción (planteo y diagnóstico)

Desde hace algunos años, la región del Biobío vive una de las crisis de empleo más relevantes de sus últimas décadas. El cierre de la siderúrgica Huachipato en 2024 fue el símbolo de un contexto económico deprimido en una zona que hoy cuenta con la tasa más alta de desempleo del país, con un 10% en el trimestre enero - marzo 2026, cifra que incrementa en el segmento femenino a un 11,3%. Es en esta parte de Chile donde Camanchaca S.A ha desarrollado su historia por más de 60 años (comenzó en 1965 en la comuna de Tomé), y como vecino y parte importante del ecosistema productivo local, es testigo de lo que sienten día a día las comunas costeras en donde tienen operación.

Para la compañía pesquera que tiene por propósito alimentar al mundo desde el mar, crear valor compartido a partir de una conexión genuina con las comunidades, ayuda a entender sus necesidades, desafíos y dolores, y permite construir relaciones sostenibles basadas en la confianza, la colaboración y el desarrollo mutuo.

Esto es lo que inspira el trabajo dentro del pilar "Comunidades Prósperas" de su modelo de Sostenibilidad, enfoque que tiene como meta equilibrar la excelencia operativa con el bienestar social, ambiental y económico dentro de las localidades en donde está presente.

Con este objetivo, se realizó un análisis sobre cómo la inestabilidad económica regional tenía un correlato en comunas como Tomé, Coronel y Talcahuano, que se expresaba, por un lado, en la necesidad de completar ingresos y, por otro, en dificultades para emprender especialmente para mujeres. Este ejercicio permitió confirmar que existe un ecosistema emprendedor altamente dependiente del esfuerzo individual y muchas veces sin acceso a capital, formalización o redes comerciales. Por tanto, necesitaban redes, formación y apoyo para escalar sus negocios.

Según datos, en 2025 hubo más de 19 mil postulaciones a los programas regulares de emprendimiento del FOSIS en la región del Biobío, que tienen cupo para poco más de 4.500 personas. El 69% de las postulaciones se realizaron en líneas orientadas a iniciar o impulsar pequeños emprendimientos. Es decir, una altísima demanda por herramientas de autoempleo y generación de ingresos.

Este contexto movilizó el desarrollo de una nueva iniciativa al interior de la compañía.

En Camanchaca saben por su historia, que emprender muchas veces surge desde la necesidad y que se desprenden dudas, miedos y temores en el transcurso, por eso, quisieron reafirmar su posición como articulador histórico del desarrollo territorial de las comunas costeras de la región del Biobío y aportar a este desafío.

Y para lograr aquello, buscó a los mejores. Es así como generó una alianza con Made Inn Latam, organización a cargo del festival inspirador y creativo de innovación más relevante de la zona centro sur de Chile, para llevar a cabo **"Biobío Emprende con Camanchaca"**, un programa formativo que durante nueve meses buscó fomentar la colaboración, el aprendizaje compartido, la innovación y la internacionalización de emprendimientos liderados por mujeres, desde los territorios no capitales hacia el mundo.

De esta forma, la iniciativa tuvo su primera generación en 2025 compuesta por 22 mujeres de Tomé, Coronel y Talcahuano, que durante este proceso no solo encontraron conocimiento, redes y visibilidad, sino que, por, sobre todo, motivación, contención emocional y la inspiración necesaria para transformar sus ideas en proyectos exitosos.

Durante este periodo, el grupo participó de charlas motivacionales, talleres, mentorías, visitas a conocer los procesos de la compañía, dinámicas de retroalimentación grupal y diversos espacios para ofrecer sus productos. Al término del programa, las participantes escogieron entre ellas a una representante,

que fue incluida como speaker principal del festival Made Inn Conce 2026, donde contó su experiencia a un público numeroso que llegó al Teatro Biobío hace algunas semanas.

La segunda edición de "Biobío Emprende con Camanchaca" ya tuvo su kick off en abril de 2026 y para esta edición su cobertura se amplió a 35 emprendedoras.



Foto 1: Generación 2025

II. Propuesta / Enunciado de la campaña (Estrategia)

Un primer elemento que se tuvo a la vista para la elaboración de una estrategia asociada al programa fue que la convocatoria era el resultado de la continuidad de la participación que tuvo Camanchaca en el evento Made Inn Conce 2025. En dicha oportunidad, el gerente corporativo de Logística y Operaciones Comerciales integró un panel titulado "El desafío de pensar en grande" y la delegación de la compañía asistió al evento acompañado de un grupo de emprendedoras locales. Algunas de las invitadas estaban presentes en ferias establecidas en sectores cercanos a las instalaciones de Camanchaca en las comunas donde tienen presencia. Otras habían tenido instancias de encuentro con la compañía. La convocatoria al programa estuvo apoyada por los Departamentos de Fomento Productivo de Tomé, Coronel y Talcahuano. Esto permitió construir redes de confianza de forma más rápida.

Detrás de cada mujer había una idea innovadora de negocio. Dentro de la primera generación hay emprendedoras como Massiel Concha, alguera oriunda de Coliumo que junto a su hermana elabora productos en base a cohayuyo, catalogado como un "súper alimento" debido a sus múltiples beneficios para la salud; o como Luz Cabrera, que junto a su emprendimiento realiza talleres de elaboración de mermeladas con enfoque inclusivo y se ha convertido en mentora para nuevas emprendedoras.

Asimismo, "Biobío Emprende con Camanchaca" de Camanchaca y Made Inn Latam, posee características que lo convierten en un espacio único: sus participantes son mujeres que impulsan emprendimientos innovadores y que, en muchos casos, además les permite cumplir roles de cuidadoras de hijos o familiares.

Por ello, la estrategia buscó resaltar los atributos principales de la iniciativa y ordenar acciones comunicacionales asociadas a contenidos que expresaren el impacto que generó la iniciativa en las participantes, con un despliegue en medios de comunicación, redes sociales, canales internos de la empresa y preparación de vocerías para instancias públicas.

Objetivo del programa:

Fortalecer el tejido productivo regional mediante la formación e inspiración, impulsando negocios locales que dinamicen el ecosistema emprendedor.

Objetivos específicos de la campaña comunicacional:

- **Posicionar** a las emprendedoras como protagonistas, con sus testimonios como eje clave del relato que sustenta el programa.
- **Poner en valor** el rol de Camanchaca como actor que impulsa el emprendimiento con un enfoque local y de inclusión, potenciando la economía local de los territorios donde tiene operación.
- **Apoyar** desde las comunicaciones las distintas instancias en las que participaron las beneficiarias del programa y vocerías de la compañía.

Público Objetivo:

Emprendedoras de las comunas de Tomé, Coronel y Talcahuano.



Foto: Massiel Concha. "Algas y Delicias"

Periodo: 9 meses de duración.

III. Desarrollo y Ejecución del Plan (tácticas y acciones)

Durante el desarrollo del programa se realizaron 9 sesiones presenciales, realizadas el segundo jueves de cada mes, entre mayo y diciembre de 2025. El cronograma se dio a conocer al inicio de la iniciativa para que las participantes coordinaran sus tiempos y aseguraran su presencia. Cada sesión tuvo una duración de 3 horas (9:00 a 12:00 hrs) e integró formación teórica, testimonios inspiracionales y networking. Con esto se fortalecieron las capacidades emocionales, estratégicas, digitales y de gestión.

Las participantes pudieron participar de:

- **Ferias y exhibiciones:** Presentación de emprendimientos en espacios estratégicos.
- **Oportunidades reales:** Ventas concretas y conexiones directas con clientes.
- **Validación de mercado:** Testeo real de productos y servicios con el público.

Acciones del programa:

Sesión 0	Coordinación y preparación	Equipo Made Inn Latam + Camanchaca	Febrero
Sesión 1	¿Cuál es tu Por qué? El propósito	Emilio Hernández, Made Inn Latam	15 de mayo
Sesión 2	Qué es la "Coopetencia"	David Guerra, Cambia Studio	12 de junio
Sesión 3	Emprender por necesidad	Martín Segner, Made Inn Latam	10 de julio

Sesión 4	Marketing Digital	Cristian Hurtado, Docente DuoUC	14 de agosto
Sesión 5	Innovación en pymes	Carlos Lagos, Rebot	11 de septiembre
Sesión 6	Financiamiento para Pymes	Camila Saez, UBB	9 de octubre
Sesión 7	Ventas y desarrollo de nuevos negocios	Carola Muñoz, Lemusse	13 de noviembre
Sesión 8	Ecosistemas de Emprendimiento	Yeribert Galaz, Made Inn Latam	11 de diciembre

Apoyo logístico a las participantes: Para cada una de las sesiones, Camanchaca garantizó a todas las participantes el transporte desde sus comunas de residencia.

Comunicaciones:

- Plan de difusión:
 - **Apoyo comunicacional para el hito de inicio y cierre del Programa:** Minuta con mensajes para voceros, comunicado de prensa posterior, gestión de entrevistas.
 - **Posicionamiento público de emprendedoras:** Mediante entrevistas en medios de comunicación (Radio Femenina, Canal 9 Regional).
 - **Despachos en vivo para matinal regional desde eventos de promoción:** Como la Feria Navideña que impulsó la Municipalidad de Tomé y que, gracias a una alianza con Camanchaca, pudo contar con stands de emprendimientos participantes del programa. Cabe destacar que las participantes también estuvieron en eventos internos de la empresa a lo largo del año.
 - **Redes Sociales:** A través de la generación de propuestas para el desarrollo de reels para Instagram que contaran más de la historia de emprendedoras destacadas.

IV. Resultas y evaluación:

Tras los nueve meses de desarrollo, el impacto positivo se tradujo en:

- 68% mejoró sus ingresos.
- 32% los mantuvo.
- 50% postuló a financiamiento externo.
- **82% declara sentirse acompañada y parte de una comunidad fuerte.**
- 100% recomendaría este programa.
- Apariciones en medios de comunicación: 15 (1 entrevista radial, 3 entrevistas en Canal 9, 11 apariciones en portales).

¿Qué dijeron las participantes al cierre?:

- *"Estoy muy feliz y emocionada de cerrar este programa, porque sentimos que crecimos mucho desde que comenzamos. Nos vamos con más herramientas, más información y con la convicción de que podemos seguir haciendo crecer nuestros emprendimientos",* Massiel Concha - Emprendimiento Algas y Delicias.
- *"El programa nos despierta, nos despierta a crear, conectar, conocer, nos despierta a poder confiar en la capacidad de uno mismo, en fortalecernos, en expandir",* Ángela Quezada - Emprendimiento Tessere Tejidos.

Hoy las participantes de la primera generación son fuente de inspiración para quienes son parte de la segunda versión del **"Biobío Emprende con Camanchaca"**.