

Premios Eikon

Categoría: 18.1 Publicaciones Institucionales

Capítulo: General

Título del programa: Revista Capital de Ideas

Compañía: AFP Capital

Área responsable: Gerencia de Comunicaciones y Sostenibilidad y Gerencia General

Consultoras externas: Laboratorio de Contenidos Periodísticos, Facultad de Comunicación Universidad de los Andes

Persona/s responsable/s de la presentación del caso:

Macarena Larraín, gerente de Comunicaciones Corporativas y Sostenibilidad de AFP Capital

María Luisa Iriarte, jefa de Comunicaciones Corporativas de AFP Capital

Fernanda Soto, analista de Comunicaciones Corporativas de AFP Capital

Benjamín Sierralta, consultor en Azerta

1. INTRODUCCIÓN (PLANTEO Y DIAGNÓSTICO)

En Chile, el debate previsional es uno de los más sensibles y estructurales de la discusión pública. Se desarrolla en un entorno altamente polarizado, marcado por la sobresimplificación de contenidos y una creciente desconfianza ciudadana hacia las instituciones del sistema, lo que dificulta una conversación informada y de largo plazo.

Existe una brecha evidente entre la profundidad técnica que exige la discusión previsional y la capacidad real de los espacios tradicionales de comunicación para abordarla con rigor, perspectiva y diversidad de miradas.

Según el estudio "Percepción de la Ciudadanía respecto del Sistema de Pensiones Chileno – Parte II" (Subsecretaría de Previsión Social, 2024), la ciudadanía identifica como problema central el desconocimiento del sistema previsional, sus componentes y las implicancias de sus decisiones. A ello se suma una baja confianza en las AFP y la percepción de falta de información suficiente para proyectar el bienestar financiero futuro.

Esta desconfianza se inserta en un escenario reputacional desafiante: según el Estudio de Reputación Corporativa 2025 de Ipsos Chile e INC Consultores, las AFP junto con las Isapres se ubican entre los sectores peor evaluados del país. El mismo estudio advierte que la reputación corporativa ya no depende solo del desempeño económico, sino de la capacidad de contribuir a conversaciones relevantes para la sociedad, generar contenido de valor y establecer relaciones más transparentes con los distintos públicos.

En un entorno mediático dominado por la contingencia diaria, temas estructurales como el envejecimiento poblacional, la informalidad laboral, la sostenibilidad del sistema o el ahorro de largo plazo encuentran cada vez menos espacios para desarrollarse con profundidad y múltiples perspectivas. Esto fue especialmente evidente durante la década de discusión que

precedió a la aprobación de la reforma previsional en 2025: aunque las pensiones dominaron el debate público, la conversación rara vez alcanzó la profundidad técnica ni la diversidad de miradas que el tema exige.

AFP Capital realizó conversaciones y focus groups con líderes de opinión, académicos y actores del debate previsional para evaluar la pertinencia de desarrollar una plataforma editorial desde una AFP. De manera transversal surgió una conclusión común: existe un vacío evidente de espacios capaces de tratar los temas previsionales con profundidad, diversidad de visiones y foco de largo plazo, especialmente fuera de la lógica de la contingencia diaria. Ese diagnóstico dio origen a Capital de Ideas.

2. PROPUESTA / ENUNCIADO DE CAMPAÑA (ESTRATEGIA)

La estrategia consistió en desarrollar una plataforma editorial propia capaz de aportar profundidad, diversidad de miradas y sustento técnico a la discusión previsional, transformando temas complejos en contenido comprensible, relevante y de alto valor para la conversación pública.

A través de un modelo colaborativo que integró expertos, académicos, líderes de opinión y estudiantes de periodismo, la iniciativa buscó construir un espacio de reflexión de largo plazo capaz de trascender la contingencia, contribuir a un debate más informado sobre grandes tendencias que impactan a Chile y al mundo previsional y posicionar a Capital de Ideas como plataforma editorial de referencia en materias previsionales, económicas y de bienestar financiero.

Objetivo general: Crear una plataforma de contenido editorial donde convergen múltiples miradas técnicas sobre las grandes temáticas que impactan a Chile y que tienen efectos en el mundo previsional.

Objetivos específicos: posicionar a AFP Capital como un actor relevante, articulador y propositivo en la conversación sobre grandes temáticas de tendencias como el ahorro y desarrollo económico, convocando a expertos, académicos y líderes de opinión para aportar análisis técnico y perspectivas de largo plazo.

Públicos objetivo: autoridades y tomadores de decisión, líderes de opinión y expertos empresariales, medios de comunicación, comunidad académica, afiliados, pensionados y colaboradores de AFP Capital.

Mensajes clave: una mejor comprensión del sistema previsional permite tomar mejores decisiones que se pueden traducir en un mejor bienestar financiero. Las pensiones son un desafío de largo plazo que requiere análisis riguroso y con perspectiva. El ahorro previsional impacta el desarrollo económico, la inversión y el crecimiento del país. La reforma previsional exige espacios de reflexión técnicamente sustentados y con diversidad de miradas.

3. DESARROLLO / EJECUCIÓN DEL PLAN (TÁCTICAS Y ACCIONES)

A partir del diagnóstico realizado, se definió una línea editorial orientada a los grandes temas económicos que impactan a Chile y su efecto en el sistema previsional: crecimiento económico, mercado laboral, cambios demográficos, envejecimiento de la población y bienestar financiero.

Capital de Ideas fue concebida como una plataforma híbrida, distinta de una publicación académica especializada y de una revista corporativa tradicional. Su propuesta combinó profundidad técnica, diversidad de visiones y accesibilidad editorial, integrando formatos periodísticos como entrevistas en profundidad, reportajes, columnas de opinión y análisis. Cada edición reunió voces del mundo económico, académico, financiero y empresarial para construir conversaciones amplias sobre los desafíos estructurales del país.

Entre los participantes destacaron Vittorio Corbo, expresidente del Banco Central; Osvaldo Macías, ex superintendente de Pensiones; David Bravo, director del Centro de Encuestas y Estudios Longitudinales de la Pontificia Universidad Católica de Chile; Cecilia Cifuentes, directora del Centro de Estudios Financieros en ESE Business School Chile, entre otros. También participaron expertos internacionales como Alice Gutiérrez-Stanley, directora de Desarrollo Corporativo y Estratégico de SURA Asset Management LATAM; Andrés Moreno, CIO Afore SURA, México; Silvia Fernández, directora y country head de Chile, Argentina y Uruguay de BlackRock y David Tuesta, ex ministro de Economía de Perú, aportando perspectiva comparada sobre tendencias regionales en materia previsional.

La iniciativa se desarrolló en alianza con el Laboratorio de Contenidos Periodísticos de la Universidad de los Andes, configurando un modelo de co-creación entre empresa y academia. Esta alianza fortaleció la rigurosidad y legitimidad del proyecto, e incorporó estudiantes de periodismo en distintas etapas del proceso editorial, contribuyendo incluso a la titulación de alumnas de la Escuela de Periodismo de la misma universidad.

La estrategia de distribución fue multicanal: web corporativa, LinkedIn y newsletter de LinkedIn, distribución directa a stakeholders a través de un correo personalizado y activaciones en eventos de alta incidencia, como el Seminario Económico 2026 del Diario Financiero, donde la revista se entregó en formato impreso a una audiencia de tomadores de decisión del mundo empresarial y de política pública.

4. RESULTADOS / EVALUACIÓN

Entre septiembre de 2024 y mayo de 2026 se publicaron 2 ediciones de la revista y 4 newsletters en LinkedIn, además de diversas publicaciones en LinkedIn.

Resultados cuantitativos:

- 300 ejemplares impresos distribuidos en el Seminario Económico DF 2026.
- 639 líderes de opinión de alta incidencia a quienes se envió la revista de forma personalizada (directivos de empresas MERCO, rectores universitarios, políticos, periodistas y académicos).
- 52.313 afiliados y 1.338 colaboradores internos alcanzados vía correo directo.
- 5.709 suscriptores activos al newsletter de LinkedIn.
- 7.015 visualizaciones del newsletter en 3 ediciones.
- 124.529 impresiones totales en LinkedIn.
- 649 descargas en sitio web.

Resultados cualitativos: la revista recibió valoraciones espontáneas de referentes del mundo financiero, académico y empresarial:

- Silvia Fernández (BlackRock Chile) felicitó públicamente la publicación en LinkedIn.
- Cecilia Cifuentes (ESE Business School) destacó su aporte al conocimiento y la discusión.
- Cristóbal Benavides, ex decano de la Facultad de Comunicación y actual vicerrector de Comunicaciones de la U. de los Andes, valoró la alianza entre empresa privada y academia como promotora de contenido relevante para el país.
- Lectores del mundo financiero, académico y directivo destacaron la profundidad de los artículos, la calidad gráfica y el rigor editorial.

- Una exalumna de periodismo de la U. de los Andes cuyo proyecto de titulación se desarrolló en el marco de esta iniciativa valoró la experiencia como un aporte decisivo a su formación: destacó el hecho de haber trabajado con una empresa real, tomado decisiones editoriales con impacto concreto y visto su trabajo materializado en una revista que ya va en su tercera edición, señalando que es un buen ejemplo de cómo los proyectos académicos pueden trascender el aula.

Impacto: Capital de Ideas avanza hacia su consolidación como una plataforma editorial de referencia para la conversación previsional y económica en Chile. En un contexto marcado por la implementación de la reforma previsional, instancia única de atención pública al sistema, la iniciativa logró instalar un espacio de análisis técnico y de largo plazo, contribuyendo a elevar la calidad del debate sobre pensiones, ahorro y crecimiento más allá de la contingencia diaria.