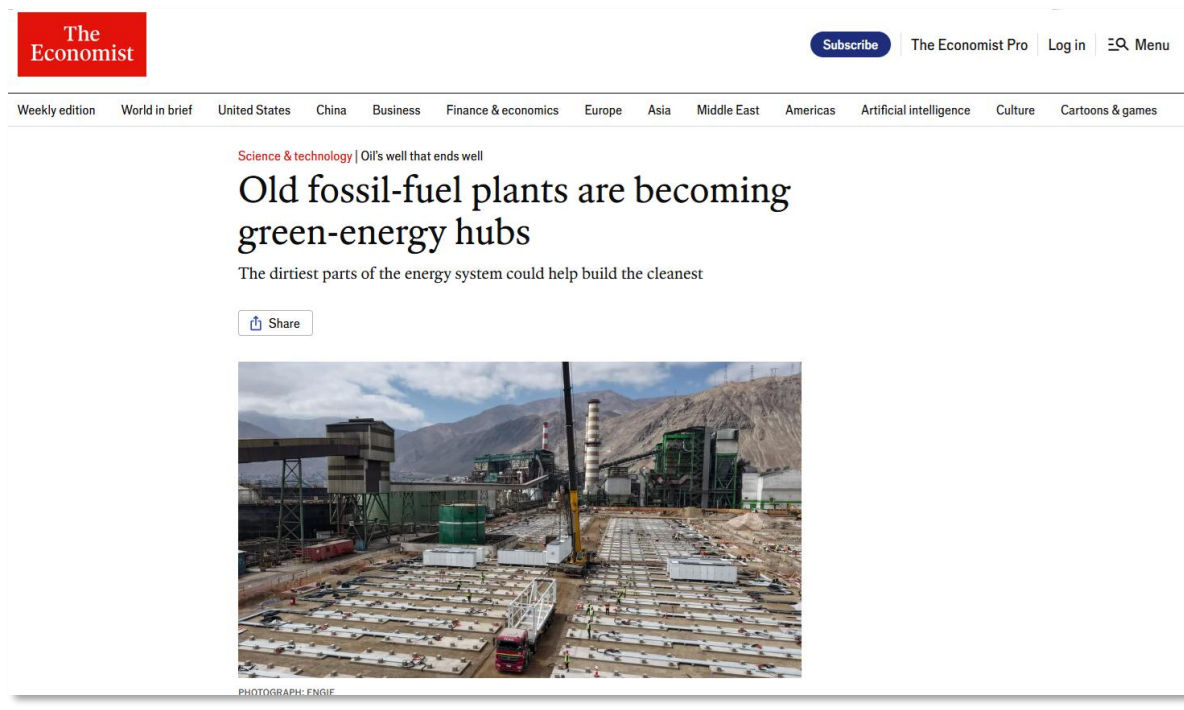




Postulación Premios EIKON

Categoría 4, Relaciones con la Prensa

“La reconversión energética de ENGIE Chile: De Tocopilla y Mejillones al mundo”



Artículo publicado en el medio internacional The Economist el 20 de agosto de 2025, que toma como ejemplo de reconversión a nivel mundial el caso de ENGIE Chile.

Categoría 4, Relaciones con la Prensa

Caso: “La reconversión energética de ENGIE Chile: De Tocopilla y Mejillones al mundo”

Compañía: ENGIE Chile

Departamento: Gerencia de Asuntos Corporativos - Gerencia de Comunicaciones Externas

Persona responsable del plan de comunicación: René Cánovas - Isidora Schaub



I. Introducción

ENGIE es un actor global en la transición energética, cuyo propósito es acelerar el camino hacia una economía neutra en carbono. En Chile, la compañía se posicionó como un actor relevante al ser la primera en anunciar proactivamente su salida de la generación de energía en base a carbón, consolidando su liderazgo en el desarrollo de renovables.

Sin embargo, en un escenario donde la expansión de proyectos renovables dejó de ser diferenciadora, surgió un nuevo contexto: el foco ya no está en instalar capacidad, sino en asegurar un sistema eléctrico que opere de forma eficiente, flexible y segura. Esto planteó un desafío concreto para ENGIE: cómo volver a liderar la conversación en una industria donde todos avanzan en la misma dirección.

A partir de esto, la compañía identificó una oportunidad de diferenciación en dos territorios clave de su historia: Tocopilla y Mejillones. En ambos casos, el foco estuvo en la reconversión de infraestructura existente, transformando activos térmicos en nuevas soluciones energéticas como sistemas de almacenamiento, capaces de aportar flexibilidad y estabilidad al sistema eléctrico.

La reconversión energética consiste en reutilizar infraestructura diseñada para operar con carbón e integrarla a nuevas funciones dentro del sistema, incorporando tecnologías como almacenamiento en baterías. Este enfoque permite acelerar el desarrollo, aprovechar activos existentes y mantener actividad en los territorios, además de aportar flexibilidad, un elemento clave en sistemas con alta participación de energías renovables.

El foco del trabajo con la prensa fue transformar este proceso, técnico y poco visible, en una historia concreta y relevante. Más que comunicar proyectos, se buscó explicar un cambio estructural: cómo una compañía puede cerrar el carbón sin retirarse, sino transformando sus propios activos.

II. Diagnóstico / Problema

La conversación mediática en torno a la transición energética en Chile estaba dominada por anuncios de nuevos proyectos renovables. Cada semana se sumaban parques solares o eólicos, generando una narrativa homogénea donde las compañías aparecían como actores equivalentes.

En ese contexto, la reconversión de activos térmicos no lograba instalarse como tema, pese a su relevancia estratégica. Era un proceso más complejo de explicar, menos visible en términos comunicacionales y con una carga técnica que dificultaba su cobertura en medios.

Además, la transformación de sitios como Tocopilla y Mejillones coexistía con presión pública, fiscalizaciones y cuestionamientos, lo que obligaba a sostener un relato sólido, respaldado en hechos y no solo en discurso.

El riesgo era que un proceso clave para la compañía —diferenciador frente a la industria— quedara diluido dentro de una conversación genérica sobre energías renovables.

III. Insight comunicacional

El valor diferencial de ENGIE está en su capacidad de transformar activos reales, en lugares concretos, con impacto visible. Contar esa historia desde el “antes y después” permite hacer comprensible lo que de otra forma queda atrapado en el lenguaje técnico.

IV. Objetivo comunicacional general



Diferenciar a ENGIE dentro del ecosistema de compañías renovables, posicionando su liderazgo en la reconversión de activos térmicos y en el desarrollo de soluciones que habilitan una transición energética segura y justa.

KPI:

Porcentaje de menciones de ENGIE asociadas a reconversión de activos sobre el total de la conversación del sector renovable, en comparación con otras compañías.

Objetivos secundarios:

- Instalar la reconversión como un eje relevante de la transición energética en la agenda mediática de la industria energética.
- Asociar a ENGIE con innovación aplicada al sistema eléctrico, más allá de la construcción de nuevos proyectos.
- Generar cobertura editorial —no solo informativa— que explique el proceso de transformación en Tocopilla y Mejillones.
- Visibilizar los aportes sociales y ambientales que ENGIE ha realizado trabajando junto a las comunidades de Tocopilla y Mejillones.

V. Audiencias

- Medios de comunicación nacionales (generalistas y especializados)
- Periodistas y editores de energía, economía y sostenibilidad
- Medios internacionales interesados en transición energética
- Líderes de opinión y audiencias profesionales

VI. Mensajes claves

1. ENGIE está liderando una segunda etapa de la transición energética en Chile: no solo construye nuevos proyectos, sino que transforma infraestructura existente para adaptarla a un sistema cada vez más renovable.
2. La reconversión permite acelerar la descarbonización con soluciones concretas: reutilizando sitios estratégicos para aportar flexibilidad, estabilidad y seguridad al sistema eléctrico.
3. Tocopilla es el ejemplo más visible de esta transformación: un sitio históricamente asociado al carbón que hoy opera como un complejo energético basado en almacenamiento, servicios complementarios y tecnologías que sostienen la integración de energías renovables.
4. En Mejillones, la reconversión se materializa en decisiones operativas concretas: cierre de unidades a carbón, incorporación de generación a gas para asegurar continuidad de suministro y desarrollo de sistemas de almacenamiento que refuerzan la estabilidad del sistema.
5. El proceso de reconversión en ENGIE se desarrolla bajo un enfoque de transición justa, que busca mantener actividad en los territorios, generar empleo local y sostener la relación histórica con las comunidades en una nueva etapa energética.

VII. Estrategias y Tácticas comunicacionales:

Para lograr el objetivo, se propuso crear un plan comunicacional basado en el modelo PESO: un mix de estrategias y tácticas de distinta naturaleza que considera medios pagados, medios ganados, medios compartidos y medios propios.



A) Estrategia: Hacer visible lo que normalmente no se ve

La reconversión es un proceso técnico y progresivo, que tiene “muy buen mono”. Para que sea comprensible, se decidió mostrarlo visualmente: operación original, cierre, desmantelamiento y nueva infraestructura en un mismo relato audiovisual, como una historia.

- Video explicativo por cada hito.
- Video épico que muestra el proceso completo de reconversión en Tocopilla, desde la operación a carbón hasta la instalación de sistemas de almacenamiento, subtítulo al inglés.
- Video que explica qué son las BESS y para qué sirven.
- Organización de visitas a terreno para mostrar físicamente la transformación del sitio.
- Diseño de infografías comparativas sobre el estado original vs estado actual del sitio.
- Clips en bruto para entregar a canales de televisión con el proceso de transformación.

B) Usar redes sociales como punto de partida

Los contenidos se difundieron en plataformas digitales para generar visibilidad inicial y despertar interés en audiencias clave, incluyendo periodistas, lo que fue clave para llegar a medios internacionales.

- Difusión de estos contenidos en todas las plataformas de ENGIE Chile (LinkedIn, Instagram, Facebook, YouTube y X) para amplificar alcance y generar interés.

C) Trabajar la prensa internacional de forma proactiva

Una vez detectado el interés, se gestionaron contactos directos con medios internacionales, comenzando con instancias de contexto y avanzando luego hacia entrevistas más profundas.

- Entrevista CEO con revista The Economist.
- Entrevista CEO con medio francés Les Echos.
- Entrevista CEO con medio francés L'Express.
- Elaboración de material de apoyo con datos técnicos y explicaciones simplificadas para periodistas.

D) Construir una narrativa continua

La reconversión no se comunicó como un hito aislado. Se estructuró un calendario de hitos de storytelling positivos que permitió instalar el tema de forma sostenida en la conversación mediática.

- Activación de prensa nacional y regional mediante comunicados en cada hito relevante del proceso.

VIII. Resultados

Evaluación a corto plazo:

El proceso de reconversión de ENGIE Chile alcanzó un total de 291 publicaciones en medios, de las cuales 52 se registraron en 13 países, evidenciando una cobertura con alcance internacional.

A nivel nacional, la reconversión se instaló de manera sostenida en medios económicos y generalistas, evolucionando desde una cobertura puntual hacia una narrativa continua en torno a la transformación energética de la compañía.



En paralelo, la estrategia logró posicionarse en medios internacionales de alto impacto, destacando la publicación en The Economist, junto con coberturas en Les Echos y L'Express, lo que permitió proyectar el caso más allá del contexto local.

En términos de desempeño, el KPI de cobertura permitió consolidar la reconversión como un eje relevante dentro de la conversación del sector, alcanzando un 59,18% de menciones neutras o positivas en el período analizado.

Asimismo, ENGIE lideró la pauta informativa en reconversión y almacenamiento con 1.122 publicaciones, frente a 774 menciones del resto de la industria, lo que equivale a un 40,82% del total analizado.

Entre las coberturas, destacan:

- Mega | Planeta Futuro ([Ver nota](#)) → La nota permitió traducir un proceso altamente técnico a un lenguaje visual, humano y cercano. El contenido fue posteriormente amplificado en medios digitales, plataformas regionales, redes sociales y contenidos editoriales.
- The Economist ([Leer artículo](#)) → La publicación destacó a Chile como ejemplo internacional de reconversión energética utilizando infraestructura asociada a ENGIE Chile.
- Les Echos ([Leer artículo](#)) → El principal medio económico francés relevó el proceso de cierre de centrales a carbón y expansión renovable impulsado por ENGIE en Chile.

Evaluación a largo plazo:

El posicionamiento mediático fortaleció el reconocimiento reputacional de ENGIE¹

La estrategia también se reflejó en indicadores externos de reputación y sostenibilidad, reforzando la asociación entre ENGIE Chile y el proceso de transformación energética del país.

En Merco Empresas 2025, ENGIE Chile alcanzó el puesto 59 entre las 100 empresas con mejor reputación corporativa del país, consolidando su tercer año consecutivo dentro del Top 100 y posicionándose nuevamente como la generadora eléctrica mejor evaluada en Chile.

En Merco ESG 2025, la compañía avanzó cuatro posiciones en el ranking general e ingresó al Top 50 de las empresas más responsables del país. El mayor salto se produjo en la dimensión Medio Ambiente, donde escaló 33 posiciones, pasando del lugar 47 al 14.

Ambos resultados fueron vinculados al proceso de transformación impulsado por ENGIE:

- expansión renovable;
- desarrollo de sistemas BESS;
- cierre progresivo del carbón;
- reconversión de infraestructura histórica;
- y fortalecimiento de soluciones energéticas más limpias y eficientes.

¹ Merco Empresas y Merco ESG son monitores corporativos de referencia en Chile y América Latina. El primero evalúa reputación corporativa a partir de encuestas a directivos, analistas financieros, periodistas, sindicatos, ONG, autoridades y ciudadanía, además de indicadores objetivos de gestión y desempeño digital. Merco ESG evalúa específicamente desempeño ambiental, ética, gobernanza y relación con trabajadores, clientes y sociedad, siendo uno de los principales indicadores externos de sostenibilidad y reputación ESG del país.



La evolución reputacional consolidó públicamente a ENGIE como uno de los actores más visibles y reconocidos de la transición energética chilena.

Métricas:

- **Publicaciones**

Hito	Artículos
Anuncio proyecto BESS Tocopilla	42
Anuncio Condensador Síncrono	29
Avance construcción proyecto BESS Tamaya	20
Energización proyecto BESS Tamaya	26
Entrada en operación comercial BESS Tamaya	36
Avance construcción proyecto BESS Tocopilla	23
Réplica de artículo de The Economist	12
Anuncio proyecto BESS Lile	28
Energización proyecto BESS Tocopilla	15
Salida del carbón en Mejillones y reconversión de IEM	26
Entrada en operación comercial BESS Tocopilla	34
TOTALES	291

Comunicados de Prensa

- ✓ [Anuncio proyecto BESS Tocopilla](#)
- ✓ [Anuncio proyecto Condensador Síncrono](#)
- ✓ [Avance en construcción proyecto BESS Tamaya](#)
- ✓ [Energización proyecto BESS Tamaya](#)
- ✓ [Entrada en operación comercial BESS Tamaya](#)
- ✓ [Avance construcción proyecto BESS Tocopilla](#)
- ✓ [Réplica de artículo de The Economist](#)
- ✓ [Anuncio proyecto BESS Lile](#)
- ✓ [Energización proyecto BESS Tocopilla](#)
- ✓ [Salida del carbón en Mejillones y reconversión de IEM](#)
- ✓ [Entrada en operación comercial BESS Tocopilla](#)