

PREMIOS EIKON CHILE 2026

Categoría 11: Eventos

Capítulo General

SALMONCHILE

Caso: Salmón Summit 2025

Agencia: SOUL

Responsables:

Francisco Renner, Director de Comunicaciones, SalmonChile
Óscar Marcos, Managing Director, SOUL

Mayo 2026

1. INTRODUCCIÓN: CONTEXTO Y DIAGNÓSTICO

La organización

SalmonChile es la asociación gremial que reúne a las principales empresas productoras, procesadoras y proveedoras de salmón del país. Representa al segundo producto de exportación nacional -US\$6.549 millones en 2025-, con más de 86.000 empleos directos e indirectos concentrados en las regiones del sur austral, desde Biobío hasta Magallanes.

El problema: una industria líder con límites para crecer

A inicios de 2025, la salmonicultura enfrentaba un estancamiento estructural que no era solo productivo, sino también político. La industria llevaba años creciendo a un ritmo poco competitivo en comparación a -por ejemplo- Noruega, quienes avanzaban hacia triplicar su producción para 2050. Los fallidos intentos de relocalización y solicitudes rechazadas bajo la Ley Lafkenche resultaban en que terrenos estratégicos de la zona costera se mantuvieran paralizados. Mientras tanto, la toma de decisiones permanecía centralizada en Santiago, afectando el potencial de crecimiento de los territorios australes dedicados a la industria.

A esto se sumaban los aranceles impuestos por Estados Unidos en abril de 2025, que agregaron urgencia a la necesidad de un sector unido y con una voz que resuene. El diagnóstico de SalmonChile fue claro: la raíz del estancamiento no era solo regulatoria, sino comunicacional. El gremio necesitaba crear un hecho político-comunicacional de alto impacto que pusiera a la industria y al territorio en el centro del debate público.

El antecedente: Salmón Summit 2024

Los Salmón Summit nacieron en 2024 como resultado directo de la madurez alcanzada por la estrategia de comunicaciones y vinculación territorial que SalmonChile venía construyendo desde 2016. La primera edición, realizada después de las marchas contra el proyecto de ley SBAP -y de haber logrado que ese proyecto no jibarizara a la actividad productiva-, contó con el expresidente Eduardo Frei como gran invitado, generó 130 notas de prensa y 4 portadas, y reunió a la industria en torno a un objetivo claro: ser el encuentro más relevante del sur austral, representativo del orgullo salmonero, y con capacidad de incidencia nacional desde el sur. El Summit 2024 fue la prueba de concepto; el de 2025 debía ser el salto definitivo.

2. PROPUESTA Y ESTRATEGIA

Concepto estratégico

Convertir Frutillar en la “capital noticiosa” de Chile por un día. El Salmón Summit 2025 fue diseñado no como un encuentro sectorial tradicional, sino como una operación de agenda setting nacional: lograr que los candidatos presidenciales viajaran al territorio, dialogaran con la industria y sus comunidades, y se comprometieran públicamente con propuestas concretas para el sector.

Objetivos

- Reunir por primera vez en el sur de Chile a las tres principales candidaturas presidenciales en un mismo escenario.
- Posicionar la salmonicultura como tema de agenda presidencial, obteniendo compromisos explícitos de los candidatos.

- Reencuadrar el relato de la industria: de temáticas ambientales a motor de innovación, descentralización y movilidad social.
- Validar la voz del sur como interlocutor legítimo de política pública, sustentado en un proceso participativo previo con 44 comunas y 287 organizaciones sociales.
- Superar los 1.000 asistentes presenciales y lograr cobertura mediática nacional que superara ampliamente la edición 2024.

Públicos y mensajes

Dada la relevancia de la cita y al gran mix de públicos a los cuales nos dirigíamos, diseñamos mensajes que resonaran en cada uno de acuerdo a nuestro marco estratégico comunicacional.

- **Candidatos presidenciales:** El sur exige visión de Estado, no solo promesas; la industria ha hecho su parte y ahora se necesita voluntad política.
- **Empresas y pymes del sector:** SalmonChile lidera activamente la agenda de cambio a nivel de innovación y generación de empleo en el sur del país.
- **Medios de comunicación:** El salmón es fundamental para la economía del país, representa una noticia política, económica y social de primer orden.
- **Comunidades del sur:** Sus voces son representadas en este hito; este evento es la respuesta del gremio a lo que pidieron los territorios.
- **Opinión pública nacional:** Chile tiene un activo productivo de clase mundial en el sur que no puede ser ignorado.

3. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN

Legitimidad territorial previa

Antes del evento, SalmonChile llevaba realizando procesos de consulta como talleres participativos en comunas del sur con la participación de más de 1.000 de personas, representando a cientos de organizaciones. Este proceso generó el libro “Diálogos para la Salmonicultura del Futuro”, entregado a los tres candidatos al cierre del Summit. La consulta otorgó al evento legitimidad, ya que la voz no era solo del gremio, era del territorio.

El hito diferenciador: el primer debate presidencial desde el sur

La pieza central de toda la estrategia fue lograr la participación simultánea de Evelyn Matthei, Jeannette Jara y José Antonio Kast en el mismo escenario. Conseguir esto desde un gremio productivo regional, con un equipo de trabajo muy reducido, fue un esfuerzo que consumió meses de gestión. El resultado: el Salmón Summit 2025 fue el primer diálogo presidencial del ciclo electoral 2025 fuera de Santiago. Fue además el primer acto público de Jeannette Jara tras ganar las primarias presidenciales, hecho que la candidata destacó en su intervención. Por primera vez, candidatos de todos los sectores políticos coincidieron pública y transversalmente en que la salmonicultura es un sector fundamental para Chile.

Programa y reencuadres narrativos

El evento, realizado el 22 de julio de 2025 en el Teatro del Lago de Frutillar, se estructuró en módulos con intencionalidad narrativa. El primer panel “Del salmón al silicio”, planteó al salmón como el silicio del sur, proyectando un hub de biotecnología e inteligencia artificial desde el territorio austral, con voces de Kura Biotech, SOFOFA, ChileMass y Socialab. El segundo panel reunió a CPC, Global

Methane Hub, The Pew Charitable Trusts y la ex subsecretaria de Hacienda para demostrar que desarrollo y conservación son compatibles con evidencia científica. El cierre fue el diálogo de candidatos presidenciales moderado por María Eugenia Dressel, seguido de la entrega simbólica del libro de diálogos territoriales a los tres candidatos por parte del presidente de SalmonChile, Arturo Clément, cuyo discurso, “Somos orgullo, somos sur, somos Chile”, cerró el evento y dio inicio a la campaña de orgullo salmonero que se desplegó en los meses siguientes.

Estrategia de difusión

La cobertura del Summit se planificó como una operación de comunicaciones integral con acciones pre, durante y post evento. Se articuló un plan de medios para asegurar cobertura en TV, radio, prensa escrita, medios digitales y redes sociales. El streaming se transmitió en vivo a través de EMOL TV, el portal de noticias de El Mercurio, amplificando el alcance del evento a nivel nacional. En redes sociales propias se desplegaron 37 publicaciones 100% orgánicas con contenido de cobertura total del evento. La intencionalidad era clara: que el Summit no quedara solo dentro del Teatro del Lago, sino que fuera un acontecimiento que todo Chile pudiera ver.

4. RESULTADOS Y EVALUACIÓN

Convocatoria presencial

El Summit reunió a más de 1.200 personas en vivo en el Teatro del Lago de Frutillar, superando la meta de 1.000 asistentes. Los tres candidatos presidenciales participaron en el mismo escenario, un hito sin precedentes para un evento gremial regional.

Cobertura de prensa: el salto de 2024 a 2025

Indicador	Summit 2024	Summit 2025	Variación
Notas de prensa totales	130	444	+242%
Medios nacionales	56	246	+339%
Medios regionales	46	158	+243%
Medios especializados	28	37	+32%
Medios internacionales	—	3	Nuevo
Portadas de prensa	4	15	+275%

A esto se suman 19 notas en televisión, 40 en radios y 15 espacios editoriales, todos 100% orgánicos. El evento no pagó por cobertura: la noticia se ganó por mérito propio.

Alcance digital

Métrica	Resultado
---------	-----------

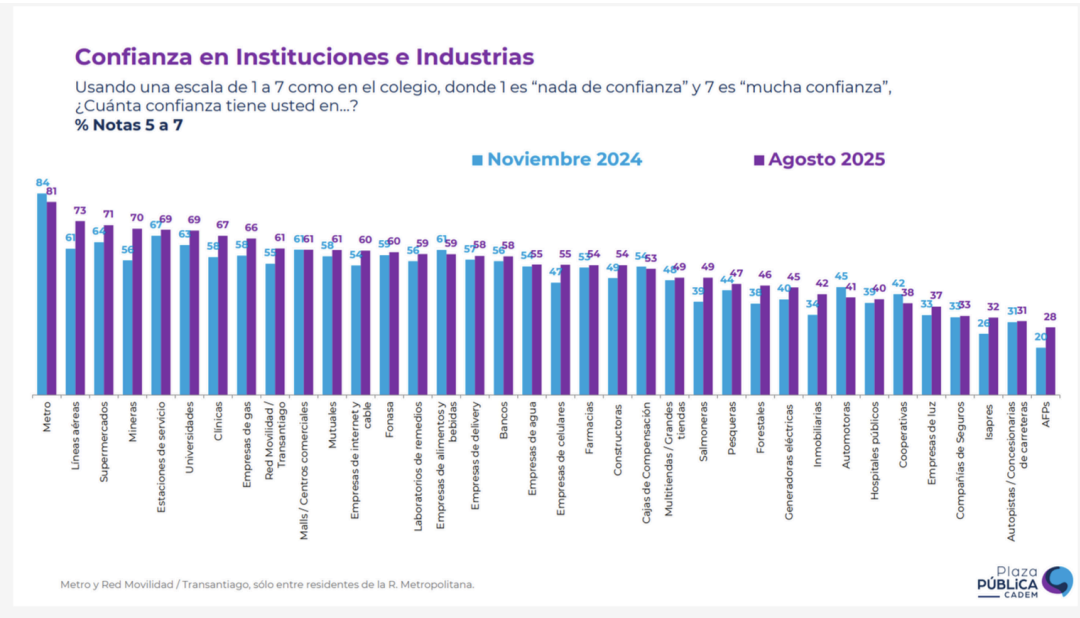
Trending Topic en X (#SalmónSummit2025)	#2 en Chile
Personas conectadas vía streaming EMOL TV	+494.000
Menciones orgánicas en RRSS el día del evento	70.000
Alcance orgánico publicaciones propias	95.041 personas
Interacciones orgánicas publicaciones propias	2.811

Compromisos presidenciales obtenidos

El Summit produjo compromisos públicos y documentados de los tres candidatos. Jeannette Jara se comprometió a descentralizar la toma de decisiones sobre relocalizaciones hacia gobiernos regionales y crear mesas acuícolas regionales. Evelyn Matthei propuso un Plan Salmón 2050 para triplicar la producción siguiendo el modelo noruego, comprometiéndose que la mitad de los recursos adicionales del crecimiento quedarán en las regiones. José Antonio Kast planteó una desregulación sustantiva y el fin del estancamiento en procesos de relocalización, que calificó como sabotaje institucional. Por primera vez, la salmonicultura fue incluida explícitamente en programas de gobierno.

Impacto reputacional: CADEM Plaza Pública

La encuesta CADEM de Confianza en Instituciones e Industrias registró un incremento de 10 puntos porcentuales en la confianza hacia la salmonicultura entre noviembre de 2024 y agosto de 2025, período que abarca el Summit y la campaña de orgullo lanzada post-evento. Ese crecimiento fue el segundo más alto entre todas las industrias medidas en Chile, superado únicamente por la minería. Este dato, proveniente de un estudio independiente y de medición periódica, confirma que el impacto del evento trascendió la cobertura mediática y modificó la percepción ciudadana hacia la industria.



Síntesis evaluativa

El Salmón Summit 2025 demostró que una asociación gremial regional puede crear un hecho político nacional de primera magnitud desde el sur de Chile, sin recurrir a capital político propio ni a

presupuestos publicitarios masivos. Lo que en 2024 comenzó como un primer intento con 130 notas de prensa y 4 portadas, en 2025 se convirtió en un evento de 444 notas, 15 portadas, Trending Topic nacional, casi medio millón de personas conectadas por streaming, miles interactuando por redes sociales y con los tres candidatos presidenciales comprometiéndose con la industria. El evento cerró con la entrega del libro Diálogos para la Salmonicultura del Futuro a los tres candidatos, símbolo de que la conversación no terminaba en el escenario del Teatro del Lago, sino que se proyectaba hacia la próxima administración de gobierno. Frutillar fue, por un día, la noticia de Chile.