

Caso Eikon

Escondida | BHP

Campaña Crecer con Antofagasta

Número y nombre de la categoría	Categoría 23 – Marketing Social
Capítulo	General
Título del caso	Campaña “Crecer con Antofagasta”
Empresa	Escondida BHP
Departamento	Gerencia de Comunicaciones
Personas responsables	Ory González, Gerente de Comunicaciones de Escondida BHP



I. Introducción y diagnóstico

Antofagasta es una región construida por personas que diariamente impulsan cambios positivos desde distintos ámbitos: educación, deporte, salud, cultura, innovación, emprendimiento y acción social. Sin embargo, muchas de estas historias permanecen invisibilizadas pese a su enorme aporte al desarrollo y crecimiento de la región.

En un contexto donde las ciudades enfrentan desafíos vinculados a cohesión social, identidad territorial y sentido de pertenencia, surgió la necesidad de generar una conversación distinta sobre Antofagasta: una conversación centrada en las personas y en el impacto que generan en sus comunidades.

Bajo este escenario nació “Crecer con Antofagasta”, una campaña impulsada por Escondida | BHP junto a El Mercurio de Antofagasta, orientada a relevar historias reales de hombres y mujeres que están transformando la región desde distintos espacios de acción.

El principal desafío era construir una plataforma comunicacional capaz de conectar con la comunidad, fortalecer el orgullo regional y proyectar una narrativa positiva sobre Antofagasta y su futuro.

Más que una campaña editorial, “Crecer con Antofagasta” buscó convertirse en una iniciativa de identidad territorial y memoria colectiva, visibilizando el talento local y poniendo en valor a quienes contribuyen activamente a construir una mejor región.

II. Propuesta / enunciado (estrategia)

“Crecer con Antofagasta” se desarrolló como una plataforma de comunicación y storytelling orientada a fortalecer el sentido de pertenencia y visibilizar a personas que contribuyen significativamente al desarrollo de la región.

La campaña se desarrolló entre mayo y noviembre de 2025 y consideró un ciclo anual de 52 entrevistas, contenido editorial, formatos audiovisuales, podcast y un libro recopilatorio que permitieron construir una narrativa positiva y cercana sobre Antofagasta.

La estrategia estuvo centrada en posicionar historias humanas como motor de inspiración y orgullo regional, generando una conversación pública sobre el valor de quienes impulsan cambios significativos en sus comunidades.

El foco estuvo en construir una campaña multiplataforma capaz de conectar con distintos públicos y transformar relatos individuales en un legado colectivo.

El plan se construyó sobre cuatro pilares estratégicos:

- Relevar historias humanas que reflejan la identidad y diversidad de Antofagasta.
- Fortalecer el sentido de pertenencia y orgullo regional.
- Generar una conversación positiva sobre el desarrollo y futuro de la región.
- Construir un legado cultural a través de distintos formatos editoriales y audiovisuales.

A partir de estos pilares, los principales objetivos de la campaña fueron:

- Visibilizar a personas y organizaciones que contribuyen al desarrollo regional.
- Generar contenido editorial con una narrativa positiva y cercana sobre Antofagasta.
- Construir una plataforma comunicacional sostenible y multiplataforma.

Público objetivo

La campaña estuvo dirigida a toda la comunidad de Antofagasta, incluyendo lectores del diario El Mercurio de Antofagasta, audiencias digitales, organizaciones sociales, líderes comunitarios, actores culturales, representantes del mundo académico y ciudadanos interesados en el desarrollo de la región.

Pilares críticos de éxito

Uno de los principales elementos diferenciadores de la campaña fue poner a las personas en el centro de la narrativa. A través de testimonios reales, la iniciativa logró construir una conexión genuina con la comunidad.

Otro factor clave fue el trabajo colaborativo entre Escondida | BHP y El Mercurio de Antofagasta, permitiendo combinar experiencia, capacidad editorial y plataformas de difusión de alto alcance regional.

Asimismo, la utilización de múltiples formatos comunicacionales permitió amplificar el impacto de las historias y extender su permanencia en el tiempo, transformando el contenido en un legado cultural para la región.

III. Desarrollo y ejecución del plan

La implementación de “Crecer con Antofagasta” se desarrolló entre mayo y noviembre de 2025 mediante una estrategia de comunicación multiplataforma.

La campaña contempló un ciclo de más de 50 entrevistas realizadas a protagonistas de distintos ámbitos de la región, quienes compartieron sus experiencias, motivaciones y aportes al desarrollo de Antofagasta.

Las historias fueron difundidas semanalmente a través de El Mercurio de Antofagasta y su plataforma digital SoyAntofagasta.

Entrevistas editoriales y contenido periodístico

Uno de los principales ejes de la campaña fue la publicación de entrevistas dominicales realizadas por la periodista y escritora María Luisa Córdova.

Cada historia fue abordada desde una perspectiva humana y cercana, permitiendo relevar trayectorias de personas vinculadas al deporte, educación, cultura, emprendimiento, innovación, comunicaciones, salud y acción social.

Este contenido permitió posicionar una narrativa distinta sobre Antofagasta, centrada en las personas.

Plataformas digitales y difusión multimedia

La campaña amplificó su alcance mediante plataformas digitales, contenido audiovisual y difusión en medios regionales.

Las entrevistas fueron complementadas con piezas audiovisuales que permitieron acercar las historias a nuevas audiencias. Asimismo, se desarrolló un ciclo de podcast difundido a través de SoyAntofagasta.cl, permitiendo profundizar los relatos y generar una experiencia de consumo más cercana y emocional.

Microdocumental “Crecer con Antofagasta”

Como parte de la estrategia, se realizó un microdocumental que recopiló algunas de las historias más representativas de la campaña.

Este formato permitió consolidar una pieza audiovisual emocional que reforzó el propósito de la iniciativa, y visibilizó el impacto de los protagonistas en sus comunidades.

El microdocumental fue presentado durante la ceremonia de cierre de la campaña y se transformó en uno de los principales activos audiovisuales del proyecto.

Libro recopilatorio y legado cultural

Uno de los hitos más relevantes fue la creación del libro “Crecer con Antofagasta”, una edición especial que recopiló todas las entrevistas de la campaña.

El libro fue se articuló como un legado cultural y narrativo para la región, permitiendo preservar las historias. A través de este formato tangible, la campaña trascendió el ámbito comunicacional para transformarse en una iniciativa de memoria colectiva e identidad regional.

Ceremonia de cierre y reconocimiento

La campaña culminó con un encuentro junto a los protagonistas de las historias, autoridades regionales, representantes de organizaciones sociales y líderes del mundo público y privado.

Durante esta ceremonia se presentó el microdocumental, se entregó el libro recopilatorio y se reconoció públicamente el aporte de quienes participaron en la iniciativa.

Este espacio permitió fortalecer el sentido de comunidad y consolidar el impacto de la campaña.

IV. Resultados y evaluación

“Crecer con Antofagasta” logró consolidarse como una plataforma de comunicación territorial orientada a fortalecer la identidad regional y visibilizar historias inspiradoras de la comunidad.

Entre los principales resultados obtenidos destacan:

1. Desarrollo de un ciclo de más de 50 entrevistas a protagonistas de la región.
2. Publicación sostenida de contenido editorial entre mayo y noviembre.
3. Amplificación multiplataforma mediante prensa escrita, plataformas digitales, podcast y contenido audiovisual.
4. Producción de un microdocumental con historias representativas de la campaña.
5. Creación de un libro recopilatorio como legado cultural para Antofagasta.
6. Generación de una conversación pública positiva sobre desarrollo regional e identidad territorial.
7. Fortalecimiento del posicionamiento de Escondida | BHP como actor comprometido con el desarrollo social y cultural de la región.

Uno de los principales impactos de la campaña fue transformar historias locales en un relato colectivo sobre el crecimiento y desarrollo de Antofagasta.

La iniciativa permitió visibilizar talentos, trayectorias y experiencias que muchas veces no forman parte de la conversación pública, fortaleciendo el orgullo regional y el sentido de pertenencia.

Asimismo, la utilización de distintos formatos comunicacionales permitió extender el alcance y permanencia de las historias.

La campaña también logró posicionar una mirada más humana y cercana sobre Antofagasta, destacando el rol de las personas como protagonistas del desarrollo regional.

V. Conclusiones

“Crecer con Antofagasta” logró consolidarse como una campaña de comunicación territorial capaz de transformar historias humanas en una narrativa colectiva sobre identidad, orgullo y desarrollo regional.

Más que una iniciativa editorial, la campaña se convirtió en una plataforma de conexión con la comunidad, visibilizando a quienes día a día contribuyen a construir una mejor región.

El principal aprendizaje de esta experiencia fue comprender que las historias locales tienen un enorme poder para fortalecer vínculos, generar sentido de pertenencia y proyectar una visión positiva de futuro.

La articulación entre Escondida | BHP y El Mercurio de Antofagasta permitió construir un modelo comunicacional innovador, capaz de combinar periodismo, storytelling, contenido audiovisual y patrimonio cultural en una misma iniciativa.

A través de entrevistas, podcast, piezas audiovisuales y un libro recopilatorio, “Crecer con Antofagasta” dejó un legado narrativo que proyecta el talento, la identidad y el espíritu de la región hacia el futuro.