



Postulación Premios EIKON Chile 2026

Categoría: 02.04 – Sustentabilidad Ambiental

Capítulo: General

Título del caso: Trolley Assist Collahuasi: electrificamos el camino hacia una minería más eficiente y sustentable

Empresa: Compañía Minera Doña Inés de Collahuasi

Departamento responsable: Gerencia de Relacionamiento con el Entorno

Responsables del plan de comunicación: Asuntos Corporativos Collahuasi / Consulting / Proyectar.

1. Introducción y diagnóstico

Chile es líder mundial en cobre, un mineral crítico para la transición energética global. Su rol es clave para el desarrollo de redes eléctricas, energías renovables, electromovilidad y tecnologías limpias. Pero sostener ese liderazgo también requiere que la gran minería avance hacia operaciones cada vez más eficientes, sustentables y de menores emisiones, especialmente en los procesos de mayor consumo energético de la gran minería, como el transporte de mineral.

Para Collahuasi, segunda mayor productora de cobre de Chile, el desafío requería una respuesta ambiental, operacional y tecnológica. La compañía abastece sus operaciones con energía 100% renovable desde 2020 y mantiene una meta voluntaria de carbono neutralidad al 2040. En esa hoja de ruta, reducir combustibles fósiles en el transporte minero era un paso relevante.

El desafío era especialmente complejo en el yacimiento Rosario, ubicado en el altiplano de la Región de Tarapacá, a más de 4.600 metros de altura. Allí, camiones de extracción con capacidad de carga de 365 toneladas -y más de 600 toneladas de peso total al operar cargados- ascienden por pendientes exigentes, bajo condiciones de viento, sismicidad, bajas temperaturas y doble invierno altiplánico. Implementar una solución eléctrica en ese entorno implicaba demostrar que la descarbonización minera podía pasar del compromiso a la operación real, con resultados medibles y escalables.

El proyecto Trolley Assist comenzó en 2022 y fue desarrollado junto a Liebherr Mining, Grupo Saesa (STN) y empresas proveedoras nacionales, iniciando su operación en julio de 2025. Su implementación permitió electrificar un tramo estratégico de 1 kilómetro en el yacimiento Rosario, donde cuatro camiones de extracción se conectan automáticamente a una red eléctrica aérea mediante pantógrafos retráctiles. De esta forma, sustituyen el uso intensivo de diésel por electricidad proveniente de fuentes 100% renovables durante el ascenso con carga.

Con esta implementación, Collahuasi se convirtió en la primera compañía minera de Chile y Sudamérica en poner en operación efectiva un sistema Trolley Assist para camiones de alto tonelaje, con reducciones de 98% en consumo de diésel y 97,6% en emisiones de CO₂ en el tramo intervenido.

El desafío comunicacional era hacer visible y comprensible un hito de alta complejidad técnica, desarrollado en una faena remota y difícil de observar para públicos externos. La campaña debía traducir esa innovación en una evidencia clara de sostenibilidad ambiental.

2. Propuesta / Enunciado de campaña

La estrategia se diseñó para posicionar el Trolley Assist como una acción concreta de sustentabilidad ambiental e innovación aplicada, capaz de reducir el uso de diésel en uno de los procesos más intensivos de la gran minería.

El relato debía sostener credibilidad ante audiencias expertas y al mismo tiempo, ser comprensible para comunidades, audiencias locales y públicos no técnicos.

La comunicación se articuló en torno a cuatro mensajes: el carácter pionero del hito para Chile y Sudamérica; su impacto ambiental medible; el uso de energía 100% renovable en condiciones reales de operación; y el trabajo colaborativo, que permitió adaptar la tecnología a la alta cordillera.

Los objetivos fueron posicionar a Collahuasi como referente en sustentabilidad ambiental e innovación aplicada; visibilizar el impacto mediante cifras claras y verificables; instalar el Trolley Assist como hito sectorial; relevar el orgullo territorial de una innovación desarrollada desde Tarapacá; y destacar el trabajo colectivo que hizo posible su implementación.

Los públicos definidos fueron medios nacionales, regionales y especializados; autoridades y actores del ecosistema minero-energético; trabajadores de Collahuasi; comunidades y audiencias de Tarapacá; gremios, proveedores tecnológicos e ingenieros vinculados a minería, energía y electrificación; además de audiencias digitales interesadas en innovación, sostenibilidad y desarrollo productivo.

La campaña se apoyó en datos, imágenes reales del camión operando en faena, vocerías técnicas, contenidos audiovisuales, redes sociales, avisos de prensa, frases radiales y liderazgo ejecutivo. Como recurso puntual de traducción comunicacional, se usó la referencia al trolley urbano para explicar el principio de conexión a una red eléctrica aérea. El eje del relato, sin embargo, fue siempre la evidencia concreta: operación efectiva, energía renovable, reducción de diésel y disminución de emisiones.

3. Desarrollo / Ejecución del plan

La ejecución se organizó en una secuencia de hitos comunicacionales que acompañó el avance del proyecto: adelanto audiovisual, primeras pruebas en faena, puesta en marcha oficial y ampliación posterior.

El puntapié inicial fue el reportaje emitido por el programa Megaproyectos de Canal 13C, el 22 de junio de 2025, considerado en el plan de medios como adelanto comunicacional. Esta pieza permitió mostrar la escala del Trolley Assist, la infraestructura eléctrica, el contexto de alta cordillera y el trabajo de los equipos involucrados. Luego, fue ampliada en redes sociales corporativas, abriendo la conversación digital antes de la entrada en operación formal.

La segunda etapa fue la comunicación del inicio de pruebas en faena. Se utilizaron videos, fotografías y piezas breves que mostraban el camión de alto tonelaje conectado a la red eléctrica aérea, operando en condiciones reales desde el altiplano de Tarapacá. Entre esos registros, destacó un video comparativo en que el camión conectado al Trolley Assist sobrepasaba a un camión convencional en subida, haciendo visible el aumento de velocidad y eficiencia.

En paralelo, se preparó la puesta en marcha y se afinó el relato: mensajes clave, Q&A, comunicado de prensa, ficha técnica, kit de prensa con fotografías y videos, definición de vocerías y grilla de contenidos para redes sociales. Las piezas se organizaron según los distintos momentos del proyecto: reportaje inicial, pruebas, puesta en marcha, cobertura de prensa y reconocimientos.

La puesta en marcha oficial se difundió mediante gestión segmentada de medios nacionales, regionales y especializados. En esta etapa, destacó la publicación de Economía y Negocios de El Mercurio, que permitió llevar el hito a una audiencia amplia y especializada a la vez. La nota utilizó como entrada la referencia a los antiguos trolebuses para explicar la electrificación mediante red aérea, pero marcando la diferencia técnica del caso: no se trataba de transporte urbano, sino de camiones mineros de 365 toneladas operando en altura y condiciones extremas. Además, contextualizó el avance dentro de una tendencia sectorial, señalando que distintas faenas mineras desarrollaban proyectos similares, pero que Collahuasi era la primera en llevarlo a operación efectiva.

En medios económicos, mineros, energéticos y técnicos, el énfasis estuvo en la complejidad operacional, la electrificación y el impacto ambiental. En medios regionales, se reforzó el origen territorial del hito desde Tarapacá.

En paralelo, se utilizaron avisos de prensa y frases radiales en Radio Infinita, Radio Agricultura y radios de Tarapacá, bajo el mensaje “Electrificamos el camino hacia una minería más eficiente y sustentable”, ampliando el alcance del hito ante audiencias nacionales y regionales.

Las vocerías se organizaron según el tipo de conversación. Desde operaciones, se abordó la transformación del proceso minero y la eficiencia operacional; desde energía, el reemplazo de diésel por electricidad renovable; y desde los equipos técnicos, los desafíos de implementación en altura, viento, sismicidad y bajas temperaturas. A esto, se sumó la amplificación desde el liderazgo ejecutivo, a través de publicaciones del Presidente Ejecutivo de Collahuasi, Jorge Gómez, en LinkedIn, que reforzaron el orgullo de los equipos y la relevancia estratégica del hito.

Como cierre de la secuencia, la postulación a premios de innovación y sostenibilidad extendió la vida comunicacional del proyecto y lo validó ante audiencias especializadas.

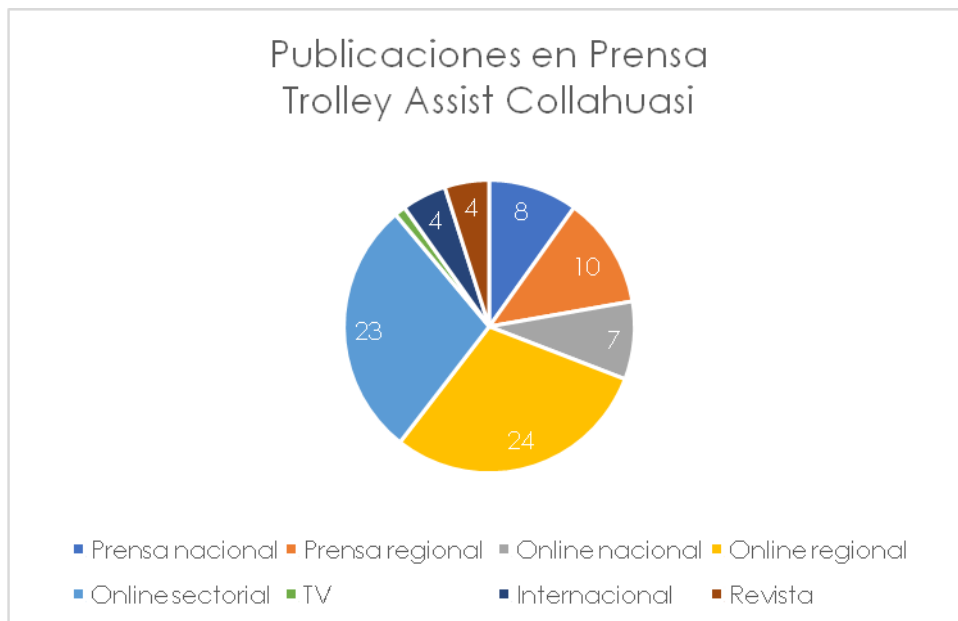
El principal desafío de ejecución fue comunicar una innovación compleja sin reducirla a un lenguaje excesivamente técnico. Para resolverlo, el plan combinó evidencia visual, datos verificables, vocerías especializadas, liderazgo ejecutivo, redes sociales, avisos de prensa y recursos puntuales de traducción comunicacional, como la referencia al trolley urbano para explicar la conexión a una red aérea. El eje, sin embargo, se mantuvo siempre en mostrar el sistema operando en faena y en explicar su aporte ambiental.

4. Resultados y evaluación

La campaña permitió instalar el Trolley Assist como un hito de sustentabilidad ambiental e innovación aplicada en la minería chilena y sudamericana, con resultados en cuatro niveles: impacto ambiental, alcance comunicacional, conversación digital y validación externa.

El resultado ambiental directo fue concreto y medible. Con 1 kilómetro electrificado y cuatro camiones operando, el sistema reduce en 98% el consumo de diésel y en 97,6% las emisiones de CO₂ en el tramo intervenido. Proyectado anualmente, equivale a más de 2 millones de litros de combustible ahorrados y entre 4.000 y 5.000 toneladas de CO₂ evitadas. Además, aumentó la velocidad de ascenso de los camiones cargados de 11 km/h a 25 km/h, optimizando cerca de 1.400 horas de operación al año.

En prensa, la campaña alcanzó 81 publicaciones en medios nacionales, regionales, sectoriales, internacionales, TV y revistas. La cobertura combinó amplitud y pertinencia: 34 publicaciones regionales permitieron relevar el origen territorial del proyecto desde Tarapacá, mientras que 27 publicaciones sectoriales o especializadas validaron la relevancia técnica del hito ante audiencias vinculadas a minería, energía e innovación.



En redes sociales corporativas, se publicaron 13 piezas en Instagram, Facebook y LinkedIn, con un alcance total de 1.131.403 personas y 17.803 interacciones. Además, destacaron los 633 comentarios y 590 compartidos, indicadores que reflejan una reacción activa de las audiencias y la capacidad del contenido para circular orgánicamente más allá de los canales propios. A ello, se sumó la

amplificación desde el liderazgo ejecutivo: dos publicaciones de Jorge Gómez en LinkedIn generaron 3.699 reacciones, 238 comentarios y 180 compartidos, reforzando la conversación del proyecto ante audiencias corporativas y sectoriales.

El contenido de mejor desempeño fue el inicio de pruebas en faena, que alcanzó a 822.048 personas. Su efectividad estuvo en mostrar el sistema operando en condiciones reales, con la imagen del camión conectado al Trolley Assist superando a un camión convencional en subida, como recurso efectivo para hacer comprensible y atractivo el hito.

RRSS corporativas

Indicador	Resultado
Publicaciones en Instagram, Facebook y LinkedIn	13
Alcance total	1.131.403 personas
Interacciones totales	17.803
Likes	16.580
Comentarios	633
Compartidos	590
Contenido de mejor desempeño	Inicio de pruebas en faena
Alcance del mejor contenido	822.048 personas

A esta conversación pública, se sumó la validación de instancias especializadas. Collahuasi obtuvo el primer lugar en los premios RIGS 2025, Reconocimiento en Innovación y Gestión en Sustentabilidad organizado por BritCham, en las categorías Grandes Empresas y Transporte Sustentable, distinción directamente vinculada al aporte ambiental del proyecto. Además, el Trolley Assist destacó como finalista del Premio PwC Chile Innovación 2025, instancia que distinguió su carácter de innovación aplicada y su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En conjunto, el caso permitió convertir un avance técnico de alta complejidad en un relato público claro, verificable y generar conversación. Desde Tarapacá, Collahuasi puso en operación el primer sistema Trolley Assist de Chile y Sudamérica, visibilizando una solución concreta para una minería más eficiente, eléctrica y sustentable.