



■ CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN ■

La evolución de la comunicación corporativa en los últimos años

Los 1.379 casos de 380 empresas que han postulado a los Premios EIKON, el principal reconocimiento a la comunicación organizacional en Chile, fueron analizados por Ipsos y convertidos en un estudio inédito hasta ahora, que muestra cómo la sostenibilidad social y el público interno son las principales preocupaciones de las marcas. **Por: Cristóbal Bley**

Desde 2019, los Premios EIKON reconocen cada año a los mejores casos o campañas de comunicación corporativa en Chile. Creados en Argentina en 1998, cuando llegaron a nuestro país, hace ocho años, comenzaron con 40 postulaciones.

Rápido, pero sin prisa, crecieron hasta conseguir casi 400 en 2025. El pasado 20 de marzo se presentó un estudio, realizado por Ipsos, donde analizaron todos los casos postulados —1.379— y revisaron cómo ha cambiado el foco de las marcas al momento de construir su reputación.

Uno de los principales insights que entrega el estudio, gracias al inmenso acopio de los Premios EIKON, es que

"la comunicación corporativa dejó de ser un área operativa más y pasó a sentarse en la mesa del directorio", dice Diego Godoy, sociólogo y analista de Ipsos. Ya no es solo un trabajo de relaciones públicas sino que "influye directamente en las decisiones del negocio".

Desde 2026, la alianza académica con la Escuela de Comunicaciones y Periodismo de la Universidad Adolfo Ibáñez, abre nuevas perspectivas no solo para los Premios EIKON sino para toda la industria en Chile, señala Alejandro Figola, director de Ediciones GAF Santiago y Premios EIKON Chile.

Otro dato relevante que aparece en el estudio es el exponencial auge de la sostenibilidad en las comunicaciones de las empresas. Pasó de ser una categoría menor de los Premios EIKON, con apenas 9 casos, hasta ser una de las más relevantes, con 111. "Pero ahora la sostenibilidad no es solo impacto ambiental", señala el sociólogo: "también está la sustentabilidad social o de salud, por ejemplo. Son

varios focos y ejes en ese ámbito".

La comunicación interna también se consolida como una prioridad para las organizaciones, con un importante auge pospandemia. "El colaborador se posiciona como un stakeholder mucho más crítico", analiza Godoy. "Los casos muestran un enfoque profundo en el sentido de pertenencia, cultura y bienestar en las empresas".

Compartir experiencias

Además de compartir el estudio realizado junto a Ipsos, algunos ganadores de versiones pasadas de los Premios EIKON participaron de la instancia y expusieron sus casos de éxito.

Empresas y agencias como Empresas Copec, Nestlé, Laboratorio Chile, Pequeño Cottolengo, Factor Social o Alta Comunicaciones hablaron sobre sus estrategias, cómo enfrentaron distintos desafíos comunicacionales y qué aprendizajes obtuvieron.

"Es la satisfacción de la tarea bien hecha, pues tener un caso que gana un EIKON es un tremendo reconocimiento", dice Gabriela Guerschanik, coordinadora Premios EIKON en Chile.

Agrega que exponer el desarrollo de una campaña ganadora entre

colegas e incluso algunos miembros del jurado que estuvieron presentes, es siempre una experiencia enriquecedora para las empresas, y por lo que estamos sumamente agradecidos.

"Compartir experiencias permite a otros profesionales del área ver qué estrategias y tácticas funcionan ante a los desafíos actuales", piensa Diego Godoy. "Que grandes empresas u ONG muestren cómo hacen las cosas empuja a todo el ecosistema a innovar, a ser más riguroso con su métrica, a elevar la creatividad y calidad".

Las postulaciones para la 8ª edición de los Premios EIKON 2026 están abiertas hasta el 28 de abril. Las bases, condiciones y el registro para participar están en premioeikon.cl.

"Desde 2026, la alianza académica con la Escuela de Comunicaciones y Periodismo de la Universidad Adolfo Ibáñez, abre nuevas perspectivas no solo para los Premios EIKON sino para toda la industria en Chile".

ALEJANDRO FÍGOLA,
DIRECTOR DE EDICIONES GAF
SANTIAGO Y PREMIOS EIKON CHILE

1998

es el año en que los premios EIKON fueron creados en Argentina y 2019 es el año en que llegaron a Chile.