

Capítulo: General

Categoría: 2.5 Sustentabilidad Cultural

Caso: Mercado Emprende

Compañía: ALTA Comunicación

Departamento: PR

Persona responsable del plan de comunicación:

Raúl Titerman

Antonia Barturen

Sabrina Gómez

Cenco Malls tiene como objetivo promover la generación de espacios y experiencias para un mundo mejor impulsando la excelencia y liderazgo en la industria, además de consolidar su compromiso y directrices de acción respecto a la comunidad, ofreciendo espacios de calidad que sean capaces de promover el comercio, el entretenimiento y la integración social.

A lo largo de su trayectoria, se ha trabajado este propósito de la mano de su estrategia de Sostenibilidad, donde Cenco Malls ha puesto especial énfasis en la vinculación y desarrollo comunitario y también, la innovación, incrementando la construcción de lazos y alianzas de largo plazo con diferentes actores que se relacionan de alguna manera con sus centros comerciales, fomentando prácticas y herramientas para contribuir al desarrollo de la sociedad y sus comunidades.

1. Diagnóstico

En Cenco Malls la vinculación comunitaria es fundamental en nuestra línea de gestión, acción y desarrollo. Por lo se impulsa constantemente la vitrina al emprendimiento como un eje de crecimiento económico. Por esta razón, se diagnosticó que abrir canales de comercialización, especialmente en espacios con alta afluencia de público, como los centros comerciales, sería de gran utilidad para incrementar las ventas de sus negocios. Además, se observa que los emprendimientos dedicados a creaciones costumbristas y culturales, debido a su carácter de nicho, también enfrentan dificultades para llegar a un público más amplio.

2. Propuesta

En el marco de la relevancia del crecimiento en la activación económica de emprendimientos en Chile, Cenco Malls buscó una forma de fortalecer su apoyo a los emprendedores promoviendo su desarrollo comercial, donde dicho ideal se encuentra ligado a la estrategia de negocio y el pilar Persona, donde se mantienen líneas y foco de trabajo ligados a la Integración y Desarrollo Comunitario de la empresa, con el fin de instaurar el emprendimiento a lo largo del país a partir de alianza público-privada, que pueda potenciar la creación de valor compartido en alianza con Centros de Negocios Sercotec, asociaciones y municipalidades del país.

Como resultado, desde 2015, se desarrolla la feria social de emprendimiento Mercado Emprende, cuyo objetivo principal es ofrecer un espacio gratuito, de exhibición comercial y

de vinculación de mercado, en todos los centros comerciales de Cenco Malls del país, para visibilizar la cultura local, sostenibilidad e innovación.

Esta iniciativa se ha mantenido el tiempo, una muestra clara del compromiso de largo plazo con el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos y pequeñas empresas, como una manera de impactar positivamente de manera directa, no solo a las comunidades en las que se inserta, sino que también como parte de su rol de generar un cambio positivo en la sociedad.

3. Ejecución del Programa

En 2023, continuó con la iniciativa, esta vez en tres versiones: Creadoras, Costumbrista e Innovación Social, centrada en startups enfocadas en el desarrollo sostenible y amigables con el medioambiente.

De esta manera, seguimos persiguiendo nuestro objetivo de abrir el espacio de nuestros centros comerciales de forma gratuita y a la vez, relevar la importancia de la colaboración público privada al unir a las áreas de emprendimiento de las municipalidades, Sercotec, Centro de Negocios de Sercotec y diversas asociaciones de emprendedores.

Durante la primera versión, "Edición Creadoras" se obtuvo un 90% de participación de mujeres emprendedoras, en donde destacaron productos con un desarrollo de negocio basado en economía circular y se buscó promover el rol de la mujer, creadora e impulsora de su propio negocio.

En la segunda edición, el foco fue la innovación social en donde destacaron emprendedores pertenecientes a las comunas de Providencia, Las Condes y La Florida en los cuales operan los centros comerciales de Cenco Malls que estuvieron a cargo de esta versión, desplegando la creación de artículos con un sello sustentable y único.

Por último, en el marco de las fiestas patrias, la tercera feria se impulsó a nivel nacional por medio de creaciones costumbristas y multiculturales que conviven en el país, las cuales cumplen un rol fundamental en las raíces chilenas. Es por eso que en la misma línea, se presentaron 28 grupos folclóricos en 5 centros comerciales ubicados en la comuna de San Miguel, La Florida, Temuco, Osorno y Rancagua, de esta forma, los visitantes presenciaron cuecas, trotes, bailes pascuenses, entre otros. No sólo se entregó una vitrina para cada agrupación sino que el público presenció una experiencia enriquecedora.

5. Resultados

Al cierre de los tres eventos de Mercado Emprende, Creadoras, Costumbrista e Innovación Social, se contó con la participación de más de 2 mil emprendedores que tuvieron espacio y vitrina en los distintos centros comerciales de la compañía a lo largo de más de 58 comunas de Chile, con un porcentaje de satisfacción de los clientes de un 91%, según una encuesta realizada entre ellos. Además, un 84% de las empresas participantes declararon haber aumentado sus ventas y contactos gracias a su participación en alguna de las iniciativas. Un 65% de las pymes que estuvieron presentes lo hicieron por primera vez.

En específico, Mercado Emprende Costumbrista, que se enfocó en relevar las tradiciones y la cultura típica chilena, contó con la participación de 500 emprendedores que lograron más de \$174 millones en ventas y 33 notas de prensa en medios como La Tercera y Emol.com.