

El festival que dejó huellas sin dejar residuos:
Cómo **Cerveza Corona** reinventó el verano y logró
levantar el único festival en Chile carbono neutral

Premios Eikon 2025

CATEGORÍA

2.5 Sustentabilidad Cultural

CAPÍTULO

General

TÍTULO DEL CASO

Corona Sunset Natural 2025

COMPAÑÍA

Corona (AB InBev)

AGENCIA

ALTA

DEPARTAMENTO

PR e Influencer Marketing

RESPONSABLES

Paola Cid

Josefa Consalvez

Bárbara Barbosa

Catalina Rojas

Manuel José Reymond

QUICK LOOK

Resultados generales.

20M	+4000%	85%	1° en Chile	108
impresiones potenciales en earned + shared media	en ROI PR	del KPI global de campaña cumplido con influencers	único festival del país certificado como carbono neutral	contenidos en medios

Resultados Influencer Marketing

62	3.4MM	1° en Chile	255
Influencers	impresiones potenciales en earned media	único festival del país certificado como carbono neutral	contenidos con influencers.

↑ I. INTRODUCCIÓN/CONTEXTO

Corona Sunset Festival World Tour nuevamente fue el hito que inició el 2025 bajo el concepto “Natural”, el cual buscar invitar a todos a disfrutar una jornada llena de experiencia, música y atardeceres, en un entorno 100% natural al igual que su cerveza, que está hecha con ingredientes 100% naturales. Para llevar adelante esta campaña se trabajó bajo el proyecto “This is Paradise”, que dio pie a la comunicación del Corona Sunset de verano. This is Paradise, es un proyecto de Corona Global, que sólo se desarrolla en los lugares más icónicos del mundo, donde se eligió Chile para no sólo realizar una versión más del Corona Sunsets World Tour, sino también para mostrar la incomparable belleza de nuestra costa y su importancia en nuestra cultura a través de 3 grandes referentes chilenos en lo que es la vida de playa y su conexión con Cerveza Corona y su festival: Kika Silva, Ramón Navarro y Anaís Sorensen (Yoga woman). Este proyecto potencia las experiencias sobre el turismo y destaca la importancia de la vida consciente en nuestro entorno. La puerta de

entrada para conectar a los asistentes del festival con estos paraísos naturales y cultura de playa se refleja en el “More Than Music Line Up” del festival, trayendo a este gran evento actividades que conectan a todos con la naturaleza, su potencia, las buenas energías y el Sunset, transformando esta experiencia en algo 100% interactivo y no sólo musical. El objetivo es revelar la esencia mágica de nuestras playas chilenas para inspirar al público con una perspectiva diferente y evocar en eso, un sentido de asombro y admiración por el entorno.

En un contexto donde los festivales musicales se han convertido en sinónimo de excesos, impacto ambiental negativo y desconexión cultural, Corona decidió desafiar esta tendencia apostando por una experiencia radicalmente distinta. El desafío no era menor: transformar Corona Sunsets, conocido por su excelente cartelera musical y atmósfera veraniega, en un evento emblemático que, además de celebrar la música, fuera un referente absoluto en sustentabilidad y conexión cultural auténtica.

El diagnóstico inicial reveló que los asistentes valoran profundamente la experiencia inmersiva, pero también son cada vez más críticos con el impacto ambiental de los grandes eventos. Existía una clara demanda por festivales responsables que integraran cultura, música y compromiso real con el entorno. Frente a esto, Corona Sunsets 2025 se propuso no sólo entretener, sino reconectar emocionalmente a la audiencia con la naturaleza y la cultura local, al tiempo que reafirmaba su liderazgo ambiental en 2024, como el único evento chileno en obtener el sello Blue Assessment de la reconocida ONG Global Blue Oceanic y además en ser el único festival en Chile en alcanzar la carbono neutralidad, certificado por Huella Chile del Ministerio del Medio Ambiente.

→ II. PROPUESTA/ENUNCIADO DE CAMPAÑA (ESTRATEGIA)

Objetivo principal

Transformar Corona Sunsets en una plataforma internacional de triple impacto: cultural, ambiental y experiencial.

Objetivos específicos

- Consolidar a Corona como la marca cervecera líder en sostenibilidad mediante acciones verificables.
- Celebrar y visibilizar el valor de la cultura y el talento local.
- Reimaginar los festivales como espacios de reconexión consciente con el entorno.

Público objetivo

Jóvenes adultos (25–44), activamente comprometidos con causas sociales y ambientales, con alto interés en música, experiencias memorables y cultura local.

Concepto creativo de experiencia

“More Than Music”: una invitación a vivir un atardecer donde lo sonoro convive con lo esencial: la tierra, la comunidad, el cuerpo y la conciencia.

Estrategia por etapas

La campaña se ejecutó bajo un enfoque escalonado para construir expectación, amplificar cobertura y activar la participación desde diferentes frentes.

Etapas 1: Expectación (Early Bird)

- Comunicados orientados a despertar FOMO en torno al evento.
- Participación anticipada de influencers y embajadores para mostrar la experiencia pasada y anunciar que vuelve el festival.
- Lanzamiento limitado de entradas Early Bird que se agotaron rápidamente.

Etapas 2: Revelación (Line-up)

- Anuncio oficial del cartel de artistas liderado por Milky Chance y Gondwana, junto a artistas como Pablo Fierro y Monkey Safari.
- Amplificación en medios Tier 1 y redes sociales.
- Vocerías en entrevistas y activaciones culturales con medios y microinfluencers.

Etapas 3: Activación y cobertura (Festival)

- Experiencia en Maitencillo con enfoque inmersivo.

- Talleres de bienestar, rituales sostenibles, conexión con la naturaleza y activaciones culturales.
- Amplificación orgánica de asistentes, influencers e invitados especiales.

Etapla 4: Cierre (Resultados y proyección)

- Consolidación de resultados Earned y Shared.
- Generación de contenido residual para próximas activaciones.
- Publicación del impacto y gestión de certificación ambiental.

↓ III. DESARROLLO/EJECUCIÓN DEL PLAN (TÁCTICAS Y ACCIONES)

Tácticas

- Activaciones experienciales con agentes culturales y ambientales de alto valor simbólico.
- Estrategia de earned y shared media con vocerías relevantes y presencia en medios Tier 1, 2 y 3.
- Postulación oficial a certificación de carbono neutralidad (por segundo año consecutivo), en alianza con Fundación Respect y Austerra.

El Festival como plataforma de sustentabilidad real

- Certificación de carbono neutralidad gestionada a través de Fundación Respect (único festival en Chile con este estándar por segundo año consecutivo).
- Gastronomía consciente con productos locales y reutilizables.
- Eliminación de plásticos de un solo uso.
- Talleres de activismo ambiental y bienestar integral: Yoga Woman, Pez Tabla (liderado por Ramón Navarro), tambor del alma, macramé sustentable.

La Cultura como experiencia viva

- Escenario compartido por artistas internacionales y bandas chilenas: Milky Chance, Gondwana, Pablo Fierro, Faro Beat, Monkey Safari y Colayuta.
- Activaciones artísticas in situ con foco en identidad chilena, tribus urbanas y artesanía costera.

- Participación directa de influenciadores culturales: Paula Mekis, Trini Segura, Guillermo Satt y Camila Conchae.

Un evento como nunca antes

- Fecha: 8 de febrero en Maitencillo, playa de alto valor turístico y ecológico.
- Sold out semanas antes del evento.
- Asistencia: 1.800 personas, con experiencia 360° desde el ingreso.
- Experiencia multisensorial con zonas de contemplación, activaciones wellness y conexión con la naturaleza.

← IV. RESULTADOS Y EVALUACIÓN

Logros Generales

- 20.000.000 impresiones potenciales estimadas entre Earned y Shared.
- CPM total de \$40K para toda la campaña.

Resultados shared media (Influencer Marketing)

- 3.402.927 impresiones totales (85% del KPI global).
- 255 piezas de contenido generadas 100% en Instagram.
- 239 stories y 16 posts por 62 influencers, de los cuales el 5% fueron mega influencers.
- 1.28MM visualizaciones.
- 28.447 interacciones.
- Mejores performances: Anais Sorensen (895.706 impresiones) y Kika Silva (57.038), generando el 73% de las impresiones totales de la campaña.
- CPM promedio más competitivo: \$1.147 (Anais) y CPE más bajo: \$299.

Resultados earned media

- 108 notas publicadas.
- 16.842.599 impresiones potenciales.
- 19.4% de los contenidos en medios Tier 1 como CNN, Cooperativa y La Tercera.
- ROI PR: 4075% frente al fee de agencia.

- Cobertura diversa: 47 medios gestionados (Tier 1, 2 y 3).
- 96% de notas fueron exclusivas, 81% mencionó la marca en el título y 67% incluyó imágenes o logo de la marca.

Impacto cultural

- Talleres participativos con artistas y creadores locales.
- Conexión con prácticas ancestrales, rituales y arte chileno.
- Influencers culturales comunicando desde la autenticidad y lo vivencial.

Impacto en sustentabilidad

- Certificación carbono neutralidad en trámite.
- Alianzas con Blue Oceanic y Fundación Respect para validación.
- Activaciones educativas para los asistentes.

Impacto como evento

- 1.800 asistentes.
- Participación activa en talleres y zonas de activación.
- Medios como CNN y CHV realizaron coberturas en terreno.

CLAVES DE LA CAMPAÑA

- **Narrativa transformadora:** El festival fue una experiencia que propuso una nueva forma de vivir el verano. Con propósito, sin estridencias. Y con resultados positivos.
- **Triple impacto real:** Pocas marcas pueden probar que lograron impacto cultural, medioambiental y de marca en una sola ejecución. Este caso lo demuestra con cifras y vivencias tangibles.
- **Influencers con propósito:** 59 activaciones, 3.4M impresiones, y una líder de yoga generando 895 mil impresiones desde la calma.
- **Medios orgánicos, medios ganados:** +100 notas en medios, más de 19% en Tier 1, y un ROI del 4075%. Porque cuando hay historia, la prensa llega sola.
- **De campaña a legado:** Más allá del sol de Maitencillo, este caso sentó las bases para el World Tour 2025. Y eso no es continuidad: es visión.

UN VERDADERO FESTIVAL

Corona Sunsets 2025 no fue un festival más. Fue la respuesta tangible a una nueva expectativa social: eventos que importen. Demostramos que es posible fusionar sustentabilidad, identidad cultural y entretenimiento sin comprometer la calidad de la experiencia. Y en un país donde los festivales muchas veces se limitan al espectáculo, Corona propuso una vivencia. Y el público, los medios, los influencers y los territorios respondieron. Así, desde Maitencillo, seguimos construyendo un nuevo estándar para los festivales en Chile.

