

CENCO COSTANERA - CENCO MALLS

FESTIBIKE / BIKE COSTANERA

CATEGORÍA: Sustentabilidad ambiental

PROYECTO: FestiBike ¡todo el mundo en bicicleta!

RESPONSABLES: CENCO MALLS Y ALTA

POSTULACIÓN PREMIOS EIKON

INTRODUCCIÓN:

La ciudad está cambiando y los espacios deben responder. Hoy, la movilidad redefine la manera en que Santiago se habita: las áreas urbanas ya no pueden ser estáticas, deben adaptarse a las personas. Como Cenco Malls, entendemos que nuestro rol no se limita a integrarnos a la ciudad, sino también a aportar activamente a su evolución.

FestiBike trasciende una activación y expresa nuestro propósito: crear espacios y experiencias para un mundo mejor. Si bien Cenco Costanera está rodeado por una extensa red de ciclovías, existía una brecha evidente: la falta de un espacio seguro y conectado con la experiencia diaria de quienes usan la bicicleta como medio de transporte.

Esta necesidad se vuelve más relevante al considerar la Encuesta de Movilidad de Santiago 2024-2025, que revela que el uso de la bicicleta se duplicó en la última década, alcanzando cerca del 8% de los traslados totales y superando el 6% en comunas como Providencia, donde las ciclovías alcanzan 38,7 km.

Entendimos que responder a esta necesidad no consistía solo en habilitar infraestructura, sino en crear una experiencia capaz de trascender el centro comercial y transformarse en un aporte concreto para la comunidad. Por eso impulsamos la segunda edición de FestiBike, un festival de movilidad sostenible en Providencia que reunió a más de 15.000 personas, visibilizando una nueva infraestructura y promoviendo la bicicleta como símbolo de sostenibilidad, bienestar y conexión urbana.

CONTEXTO Y DESAFÍO:

Santiago enfrenta una demanda creciente por movilidad sostenible y espacios al aire libre. Según el Centro de Desarrollo Urbano Sustentable (CEDEUS), los viajes en bicicleta se han duplicado en la última década y representan casi el 8% de los traslados totales. Cenco Costanera, ubicado en el epicentro de esta red de ciclovías, ya cuenta con Bike Costanera, infraestructura diseñada para responder a esta tendencia.

En ese sentido, el desafío estratégico para esta segunda edición evolucionó: ¿cómo lograr que la comunidad consolidara a Cenco Malls como un referente indiscutido en bienestar y movilidad urbana?

Necesitábamos hacer ruido y lograr una convocatoria masiva que reafirmara nuestro compromiso a largo plazo con la ciudad, demostrando que el centro comercial es un actor clave que se integra activamente en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

DESCRIPCIÓN DEL CASO:

El domingo 19 de octubre de 2025, FestiBike transformó Avenida Andrés Bello en un hito de integración ciudadana, reuniendo a más de 15.000 personas, un 7% más que la edición anterior.

Diseñamos una estrategia de comunicación integral basada en convocatoria y legado reputacional. Apalancados en alianzas con Fundación CicloRecreoVía y la Municipalidad de Providencia, desplegamos una gestión de PR e influencers para proyectar entretenimiento, comunidad y sustentabilidad.

La identidad ambiental del evento se estructuró en tres ejes:

Economía circular en acción: Se entregaron 1.000 unidades de merchandising elaborado por Marketgreen (ganador del programa de innovación abierta 2024 de Cenco Malls) fabricadas con lonas de PVC recicladas de campañas publicitarias anteriores del propio mall. Los materiales que antes terminaban en vertedero regresaron al evento como objetos de valor con identidad propia.

Gestión de residuos certificada: La operación ambiental del evento fue gestionada por HOPE, empresa especialista en valorización y reciclaje, con trazabilidad independiente a través de la plataforma Green Tracker (Certificado N° CL-2025-10-29-6013). El evento generó un total de 105 kg de residuos, de los cuales 80 kg fueron valorizados, alcanzando una tasa de valorización del 76%. Solo 25 kg fueron destinados a disposición final.

Alianzas institucionales: La articulación con la Fundación CicloRecreoVía y la Municipalidad de Providencia dotó al evento de legitimidad pública y permitió una integración real con el ecosistema de movilidad de la ciudad, más allá del perímetro del centro comercial.

Detalle de la gestión de residuos certificada:

Tipo de residuo	Cantidad	Destino
Plástico PET 1 (botellas)	18 kg	Valorización
Orgánico (casino)	30 kg	Valorización
Cartón	10 kg	Valorización
Plástico PET 1 (clamshell)	10 kg	Valorización
Plástico PEAD 2 flexible	5 kg	Valorización
Tetra Pak	3 kg	Valorización
Vidrio	2 kg	Valorización
Aluminio	2 kg	Valorización

Basura general	25 kg	Disposición final
TOTAL	105 kg	76% tasa de valorización

Fuente: Certificado HOPE / Green Tracker, código CL-2025-10-29-6013, octubre 2025.

PROPUESTA CAMPAÑA:

La segunda edición de FestiBike enfrentaba un desafío mayor que la primera: no bastaba repetir la convocatoria. Era necesario consolidar a Cenco Malls como un actor de cambio real en la ciudad, con acciones ambientales medibles, alianzas institucionales sólidas y una narrativa capaz de trascender el evento.

La pregunta estratégica fue: ¿cómo transformar un festival urbano en una plataforma de sustentabilidad con impacto tangible y verificable?

La respuesta requería tres condiciones simultáneas: gestión ambiental certificada, economía circular visible para los asistentes y una estrategia de comunicación capaz de proyectar el impacto más allá del evento.

Elevamos el relato desde un enfoque comercial hacia uno de valor social, promoviendo salud física, respeto por el medioambiente y posicionándonos como un facilitador de movilidad limpia integrado orgánicamente a la ciudad.

- OBJETIVOS:

Movilidad sostenible: Posicionar FestiBike como la principal plataforma ciudadana de movilidad sostenible en Santiago, superando la convocatoria de la edición anterior.

Compromiso ambiental medible: Demostrar el compromiso ambiental de Cenco Malls mediante acciones de economía circular y una gestión de residuos certificada, con métricas verificables.

Posicionamiento de Bike Costanera: Visibilizar Bike Costanera como infraestructura permanente de movilidad limpia integrada al tejido urbano de la comuna de Providencia.

Alianzas institucionales: Validar a Cenco Malls como articulador de alianzas público-privadas exitosas, junto a CicloRecreoVía y la Municipalidad de Providencia.

Impacto comunicacional: Generar más de 10 millones de impresiones combinadas entre prensa y digital, garantizando que el mensaje de sustentabilidad dominara la agenda del fin de semana.

ESTRATEGIA PASO A PASO:

Diseñamos una estrategia de comunicación dividida en cuatro etapas para asegurar visibilidad sostenida y transversal.

Fase 1: Expectativa y Convocatoria (Pre-Evento): Posicionamos FestiBike como el “imperdible urbano” del fin de semana. Distribuimos una narrativa enfocada en entretenimiento y experiencias familiares, BMX Freestyle y show musical de Hermanos Ilabaca, apuntando a medios masivos y portales de panoramas.

Fase 2: Activación de Comunidad (Influencer Marketing): Desplegamos un squad de líderes de opinión y referentes del mundo biker y sustentabilidad para invitar a sus seguidores a “recuperar la calle” y conectar con Bike Costanera como espacio de movilidad urbana y comunidad. Impulsamos el hashtag #FestiBike2025 para extender el alcance hacia audiencias digitales.

Fase 3: El Evento en Vivo (Punto de Prensa y Real-Time): Articulamos medios e influencers en terreno mediante un punto de prensa en Providencia que facilitó despachos en vivo y entrevistas para televisión. Paralelamente, coordinamos contenido en real-time visibilizando familias, vida urbana y gestión de reciclaje.

Fase 4: Consolidación y Legado (Post-Evento): Tras el cierre, transformamos la convocatoria en un hito de gestión pública y empresarial. Lanzamos un hito noticioso enfocado en sustentabilidad y ciclismo para consolidar el posicionamiento de Bike Costanera y el mensaje de movilidad sostenible.

INFLUENCERS UTILIZADOS:

Articulamos un pool de 9 creadores de contenido divididos en nichos estratégicos:

Lifestyle y tendencia: Lady Ganga, Bea Córdova e Isi Cardemil comunicaron la bicicleta como una alternativa de transporte casual y con estilo. Además, Bandida del Carmen se convirtió en el ícono pet-friendly de la jornada.

Expertos y deportistas: Pedro Burns, Iván Antonucci y Valentina Leiva validaron la infraestructura de Bike Costanera frente a la comunidad ciclista.

Conducción y storytelling: Andi Mc Rosie actuó como voz oficial del evento, asegurando que el brief de sustentabilidad fuera el hilo conductor de toda la jornada.

La clave de nuestra gestión fue la oportunidad del contenido: antes del evento instalamos la convocatoria; durante la jornada facilitamos cobertura en vivo; y tras el cierre convertimos el evento en un caso de gestión pública y empresarial con foco en movilidad sostenible.

RESULTADOS ALCANZADOS:

+ 15.000	51 notas de prensa	13.092.148	734.911
Asistentes al evento	Medios estratégicos	Impresiones de PR	Impresiones digitales

▲ 7% vs. edición anterior	TV, panoramas, sustentabilidad, ciclismo	Superando todas las métricas proyectadas	38 publicaciones de alto valor cualitativo
---------------------------	--	--	--

Éxito Histórico de Convocatoria: El ecosistema de comunicación 360° movilizó a más de 15.000 personas, consolidando a FestiBike como uno de los principales hitos de movilidad familiar del calendario urbano de Santiago.

Impacto Masivo en Prensa (PR): La estrategia de PR superó las métricas proyectadas, logrando 51 notas en televisión, sustentabilidad, panoramas y noticias. Esto se tradujo en 13.092.148 impresiones totales, instalando el mensaje de movilidad sostenible y Bike Costanera en la pauta del fin de semana.

Amplificación Digital (Influencer Marketing): La activación de nuestro squad de embajadores digitales generó 38 publicaciones de alto valor cualitativo y 734.911 impresiones reales, mostrando a familias y deportistas apropiándose de la ciudad de manera limpia y segura.

Impacto ambiental verificable: 105 kg de residuos gestionados con una tasa de valorización del 76% (80 kg reciclados), certificado por HOPE y trazado por Green Tracker. Distribución de 1.000 unidades de merchandising fabricado con lonas de PVC recicladas de campañas anteriores de Cenco Malls.

Posicionamiento Corporativo Invaluable: Se visibilizó con éxito el propósito de Cenco Malls de crear experiencias para un mundo mejor. La cobertura mediática validó a la compañía como un articulador clave de alianzas público-privadas exitosas y con un rol activo en la construcción de un Santiago más sostenible.

CONCLUSIÓN:

En Cenco Malls, FestiBike 2025 demuestra que la comunicación guiada por un propósito real puede transformar un evento recreativo en una herramienta concreta de cambio social y sostenible. Miles de personas experimentaron la sustentabilidad en primera persona a través de una experiencia urbana, familiar y participativa.

FestiBike 2025 comprobó que el compromiso ambiental no se declara, sino que se demuestra con datos: gestionamos un evento masivo con certificación ambiental independiente, cerramos el ciclo de materiales propios mediante economía circular y movilizamos a más de 15.000 personas en torno a la movilidad limpia.

El resultado más valioso no está solo en las impresiones o asistentes, sino en haber convertido materiales destinados al descarte en objetos reutilizados por las familias asistentes. Eso es crear espacios y experiencias para un mundo mejor: transformar decisiones operacionales en oportunidades de impacto real, medible y verificable.

Hoy, Bike Costanera no es solo un estacionamiento de bicicletas; es el punto de partida hacia un Santiago más conectado, limpio y consciente.

