

METRO DE SANTIAGO



POSTULACIÓN



PREMIOS

EIKON

2026

La Fiesta Metro

Categoría: 11. Eventos

Capítulo: General

Título del caso: La Fiesta Metro

Nombre de la compañía: Metro de Santiago

Departamento: Subgerencia de Marketing y Contenidos

Responsable de la presentación: Paulina Pinto

INTRODUCCIÓN

Contexto y desafío

Medio siglo acompañando el pulso de la ciudad

Al conmemorar sus cinco décadas de existencia, la institución enfrentó el desafío de sintetizar su trayectoria no como un hito de ingeniería estático, sino como un elemento vivo y profundamente arraigado en la biografía de la ciudad.

Bajo el propósito institucional corporativo de **"Acercar a las personas a vivir una mejor ciudad"**, se determinó que la celebración central debía romper la barrera física habitual del servicio. La conmemoración se concibió bajo la premisa de que el mayor patrimonio de la red no reside en sus túneles ni en su infraestructura subterránea, sino en las historias humanas que conecta de manera sostenible día tras día.

El Desafío Estratégico

El 2025 fue un año de contrastes operacionales. El reto fue transformar una infraestructura masiva en un espacio de afecto y orgullo, utilizando el aniversario como un puente de confianza y transparencia con el ciudadano.

Una conmemoración participativa, ciudadana y con legado y visión de futuro fue la directriz que permitió la construcción de un evento familiar, masivo y significativo, que evidenciara que la celebración es de la ciudad completa, porque son sus ciudadanos y ciudadanas los protagonistas de la historia.

PROPUESTA Y ESTRATEGIA

METRO DE SANTIAGO

El año 2025 representó un periodo de contrastes profundos. Mientras la red física se expandía hacia nuevas comunas, el entorno operacional enfrentaba grandes técnicos. En este escenario, el aniversario no podía ser una celebración introvertida.

El desafío estratégico consistió en humanizar la marca y blindar su capital reputacional, trasladando el foco desde la rapidez y utilidad funcional hacia el vínculo emocional y el legado social del servicio.

ESTRATEGIA: "CONECTANDO HISTORIAS" EN LA SUPERFICIE

La estrategia se cimentó en la dimensión "Metro fuera de Metro", un pilar diseñado específicamente para romper la unidireccionalidad corporativa y democratizar la experiencia del aniversario. El foco central fue concebir un hito masivo e inclusivo, pensado explícitamente para todas las personas de la ciudad: desde los pasajeros frecuentes y familias completas, hasta las comunidades vecinales impactadas por el trazado.

La idea fuerza fue transformar el cincuentenario en un catalizador urbano donde los hitos del pasado conectaran directamente con las promesas tecnológicas y de expansión futura, devolviendo el espacio público a los ciudadanos a través de la cultura y la memoria colectiva.



2026

POSTULACIÓN

PREMIOS

EIKON



EJECUCIÓN

HITOS DE INNOVACIÓN Y VINCULACIÓN

La estrategia se estructuró sobre tres dimensiones fundamentales:

- **Apertura (Metro fuera de Metro):** Desplazar la marca desde los túneles hacia el debate cultural, utilizando canales masivos como la televisión abierta y podcasts para narrar historias humanas.
- **Vinculación (Participación Ciudadana):** Transformar al usuario de receptor pasivo en co-creador de experiencias, mediante concursos y procesos de escucha activa.
- **Sostenibilidad (Legado Permanente):** Asegurar que la celebración dejara huellas tangibles en la ciudad, como donaciones a museos y esculturas patrimoniales.

EJECUCIÓN: EL RELATO COMPLETO DEL DESPLIEGUE CIUDADANO

La ejecución de la **Fiesta Ciudadana de los 50 Años** se llevó a cabo a mediados de septiembre de 2025 en un espacio de altísima carga simbólica y cívica: la explanada frente a la Plaza de la Constitución y el Palacio de La Moneda.

El despliegue de este hito masivo requirió de una planificación logística, técnica y comunicacional sin precedentes, estructurada en los siguientes componentes clave:

- **La Operación Logística - El Tren a la Superficie:** El hito técnico y emocional más disruptivo de la campaña consistió en materializar de forma literal el concepto de "sacar la marca al exterior". Para ello, la institución coordinó un complejo movimiento logístico nocturno para trasladar coches reales del emblemático modelo histórico NS74 —el primer tren que recorrió la red en 1975— directamente desde los talleres subterráneos hasta la calzada vial y la superficie cívica frente al palacio de gobierno. Ver un vagón histórico emplazado a plena luz del día en el corazón de la ciudad transformó instantáneamente el entorno urbano y operó como un imán nostálgico para miles de transeúntes.



EJECUCIÓN

HITOS DE INNOVACIÓN Y VINCULACIÓN

GOBERNANZA MULTIDISCIPLINARIA Y ALIANZAS

Un despliegue de esta envergadura requirió de una estricta gobernanza corporativa interna. El proyecto fue liderado de manera transversal por la Gerencia Corporativa de Comunicaciones y Sostenibilidad junto a la Subgerencia de Marketing y Contenidos, articulando mesas de gestión técnica semanales con la Dirección de Negocios, la Gerencia de Asuntos Legales y la Gerencia de Clientes.

En el ámbito externo, el evento consolidó un modelo virtuoso de gestión comercial y alianzas estratégicas, involucrando activamente a 19 marcas comerciales y corporaciones culturales del sector privado. Estas entidades no solo actuaron como patrocinadores institucionales, sino que dinamizaron la jornada mediante la activación de promociones especiales y el cofinanciamiento de la infraestructura.

Gracias a ese trabajo conjunto, el domingo 5 de octubre de 2025 la Plaza de la Ciudadanía se llenó de música, baile y alegría con La Fiesta Metro, el gran evento ciudadano de Metro para celebrar medio siglo de viajes, encuentros y vida en la ciudad.

El despliegue incluyó habilitar una zona de food trucks, stands interactivos y artistas de primera categoría, y una programación pensada para toda la familia:

Primer bloque (desde las 11:00 hrs): el querido Perro Chocolo, Presentación de los Halcones de la FACH y un show del Grupo de Adiestramiento Canino de Carabineros.

Segundo bloque (desde las 15:00 hrs): Axé Bahía, Q-Are, Leo Rey y la Sonora Palacios.



RESULTADOS

IMPACTO EN REPUTACIÓN

La Fiesta Metro congregó de forma directa a más de 20.000 personas en la superficie cívica, transformándose en un hito de alta visibilidad dentro de la celebración en general del aniversario, que en su totalidad generó un impacto medible e inmediato en los indicadores de marca y reputación corporativa:

Indicador Clave	Métrica Alcanzada	Impacto Estratégico en el Negocio
Orgullo de Ciudad	89,1%	Se consolidó como el segundo atributo mejor evaluado de la gestión de marca, logrando una conexión emocional histórica.
Índice de Reputación Promedio Neto	De 81,3% a 86,9%	Incremento significativo entre agosto y noviembre de 2025, actuando como un escudo reputacional activo ante contingencias técnicas.
Modificación Positiva de Percepción	33,9%	Porcentaje de encuestados que declaró mejorar su visión de la empresa directamente gracias a las actividades del aniversario.
Conocimiento del Hito	59%	Nivel de recordación masiva en la población general de la capital respecto a la conmemoración de las cinco décadas.
Eficiencia Financiera (Comercial)	+\$1.000 Millones	Valorización récord captada a través de las 19 alianzas comerciales, logrando costo cero para los fondos públicos destinados a operación.
Cobertura y Amplificación	+200 Menciones	Impacto masivo en prensa tradicional y digital, destacando transmisiones y especiales de televisión abierta a través de Canal 13 y TVN.

2026

POSTULACIÓN

PREMIOS

EIKON



CONCLUSIÓN

La Fiesta Metro demostró ser un vector de comunicación de máxima eficiencia, logrando movilizar el capital afectivo de la ciudadanía y blindar el prestigio de la organización, y transformando un hito de infraestructura en un elemento de cohesión e identidad ciudadana.

Es un caso de éxito de relaciones públicas y gestión de crisis positiva: demostró de forma medible que cuando una infraestructura de transporte masivo se humaniza, se descentraliza y se pone al servicio de todas las personas, deja de ser un mero proveedor de movilidad para consolidarse firmemente como el corazón latente de la convivencia urbana.



FUENTES Y RESPALDOS (DOCUMENTACIÓN TÉCNICA)

Resumen Ejecutivo de Gestión (Enero 2026): Consolidado de métricas de percepción y cierre de gestión comercial.

Brochure Estratégico de Campaña (2025): Definición de pilares conceptuales, propósito y dimensiones de marca.

Estudio Externo de Imagen y Reputación (Noviembre 2025): Validación del incremento en el orgullo de pertenencia y prestigio institucional.

Reporte de Gestión de Patrimonio y Cultura: Documentación sobre el impacto social de las intervenciones artísticas y procesos participativos.

Plan de Gestión y Seguridad Eikon (Formato de Referencia): Estructura lógica alineada con los estándares de excelencia corporativa de la industria.

