

CAMPAÑA CIRCO KOSMICO



Categoría	Eventos
Capítulo	General
Título del caso	Circo Jumbo: 22 años acercando cultura y entretenimiento a las familias chilenas
Nombre empresa	Cencosud – JUMBO
Personas responsables del plan	Luiz Rizzo, Rodrigo Feller, Danica Radnic, José Tomás Martínez y Cristián Barros
Departamento o área	Marketing Jumbo

I. INTRODUCCIÓN

Circo Jumbo es uno de los hitos ciudadanos, artístico y de experiencia de marca más relevantes y recordadas de Chile. Con 22 años de trayectoria ininterrumpida incluso en pandemia con su formato digital, el proyecto se ha consolidado como una verdadera tradición familiar, transformándose en un espectáculo esperado año tras año por miles de familias a lo largo del país.

Actualmente, Circo Jumbo es considerado el espectáculo artístico y cultural itinerante más grande de Chile, tanto por su alcance territorial como por su

capacidad de convocatoria y nivel de producción. Cada temporada, el show recorre 18 ciudades del país, congregando a más de 220 mil personas, posicionándose como una de las plataformas de relacionamiento y fidelización más importantes desarrolladas por una marca de retail en Chile.

Uno de los principales atributos del proyecto es la calidad internacional de su espectáculo. Año tras año, Circo Jumbo reúne a artistas circenses de primer nivel provenientes de distintas partes del mundo, especialmente convocados para participar en esta producción exclusiva. La dirección artística está liderada por profesionales canadienses con experiencia en Cirque du Soleil, asegurando un estándar creativo, técnico y escénico de categoría mundial.

Además de su impacto comunicacional, Circo Jumbo posee un profundo componente social y cultural. El proyecto está acogido a la Ley de Donaciones Culturales, permitiendo que más del 80% del público pueda asistir gratuitamente a un espectáculo internacional de primer nivel, democratizando el acceso a experiencias culturales y artísticas de alta calidad en distintas regiones de Chile.

Otro elemento distintivo del proyecto es que, de manera paralela a la realización del espectáculo en vivo, Supermercados Jumbo desarrolla una campaña promocional de alto impacto denominada “Circo Ofertas”, integrando la experiencia artística con una potente estrategia comercial y de comunicación masiva. Esta sinergia convierte a Circo Jumbo en una plataforma única donde convergen entretenimiento, branding, fidelización, promociones comerciales y conexión emocional con los clientes.

Por su continuidad en el tiempo, alcance nacional, impacto masivo, excelencia artística y capacidad de construir un vínculo real con las familias chilenas, Circo Jumbo se destaca como un caso ejemplar de comunicación, experiencia de marca, aporte cultural y conexión con la comunidad.

II. ESTRATEGIA

Objetivo principal

El objetivo central de la campaña Circo Jumbo es fortalecer el vínculo emocional entre Jumbo, las comunidades y sus clientes, a través de una experiencia familiar, artística y cultural de alto impacto, combinando entretenimiento de categoría internacional con una potente campaña de alcance nacional.

Idea Central

Transformar la relación entre Jumbo y las familias chilenas en una experiencia cultural, emocional y comercial de alcance nacional.

Mecánica

La mecánica de la campaña consiste en una gira a nivel nacional de funciones, que toda persona puede acceder a entradas para asistir al espectáculo, el cual se presenta en 18 ciudades de Chile y congrega a más de 220 mil personas cada año.

Además, gracias a que el proyecto está acogido a la Ley de Donaciones Culturales, más del 80% del público puede asistir gratuitamente al espectáculo.

Público objetivo

El público objetivo de Circo Jumbo son principalmente las familias chilenas, especialmente clientes Jumbo de segmentos medios y altos, con foco en padres, madres y niños que buscan experiencias de entretenimiento familiar de alta calidad.

La campaña también apunta a fortalecer la conexión emocional con clientes frecuentes de la marca, generando una experiencia cercana, memorable y transversal a lo largo de todo Chile.

Canales de comunicación

Las campañas desplegaron un ecosistema de comunicación 360° para maximizar alcance, conversación y participación:

- Televisión abierta y radio para amplificación masiva.
- Redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook y YouTube) como eje de interacción y viralización.
- Digital Ads y social ads segmentados.
- Influencers y comunidades de fans para amplificación orgánica.
- POP y material gráfico en tiendas.
- Landing page y emailing a Clientes.
- Contenido digital y cobertura en tiempo real.

III. EJECUCIÓN

La ejecución del proyecto contempla una gira nacional en 18 ciudades de Chile, que, para acceder a las entradas gratuitas, se desarrolló un landing de descarga donde los clientes pueden obtener sus tickets para asistir al show. La gira esta presente en los principales recintos de espectáculos del país, como Movistar Arena, Quinta Vergara, La Tortuga de Talcahuano, etc.

Idea de campaña

La idea de campaña de Circo Jumbo es transformar una promoción comercial en una experiencia familiar, cultural y emocional de gran escala, combinando el espectáculo internacional “Circo Jumbo” con la campaña promocional “Circo Ofertas”.

De esta manera, Jumbo fortalece el vínculo con sus clientes a través de una experiencia memorable, cercana y de alto impacto a nivel nacional.

Lanzamiento de la campaña

La campaña tuvo un despliegue masivo en:

- Comercial en la TV.
- POP en tiendas.
- Landing con los productos participantes.
- Contenido en redes sociales.
- Digital Ads: Banners digitales con ofertas, social ads.
- Mailing a clientes.
- Plan con influencers.

Amplificación orgánica y conversación social

La campaña Circo Jumbo genera una amplia difusión orgánica y conversación social gracias a su alto impacto emocional, convocatoria masiva y presencia nacional en 18 ciudades de Chile.

Cada año, miles de familias comparten espontáneamente contenidos, fotografías y videos de la experiencia en redes sociales, fortaleciendo el alcance de la campaña de manera natural y potenciando la visibilidad de Jumbo más allá de los medios tradicionales.

La calidad internacional del espectáculo, sumada a la gratuidad de gran parte de las entradas y a la experiencia familiar que representa el circo, convierten a Circo Jumbo

en una de las campañas con mayor conexión emocional y recordación dentro del retail chileno.

IV. RESULTADOS

La campaña Circo Jumbo demuestra año a año, que una marca puede trascender la comunicación tradicional y generar una conexión emocional real con las personas a través de experiencias culturales y familiares de alto impacto.

Además, evidencia que es posible integrar exitosamente entretenimiento, cultura y estrategia comercial en una plataforma única, logrando convocatoria masiva, conversación positiva en redes sociales y un fuerte vínculo con los clientes.

El proyecto también reafirma el valor de acercar espectáculos de categoría internacional a miles de familias en distintas regiones de Chile, democratizando el acceso a la cultura mediante un modelo gratuito y de alcance nacional.

- 96% de asistencia al espectáculo
- 221.500 personas vieron el espectáculo en vivo
- Más de 2750 comentarios positivos en redes sociales
- Total de 65 publicaciones de prensa, valorizadas en más de \$24 MM.

La campaña también logró una importante amplificación orgánica y conversación positiva en redes sociales, recibiendo miles de comentarios favorables por parte del público, destacando especialmente la calidad del espectáculo y la participación del cantante y actor chileno Augusto Schuster, quien fue parte de la experiencia Circo Jumbo.