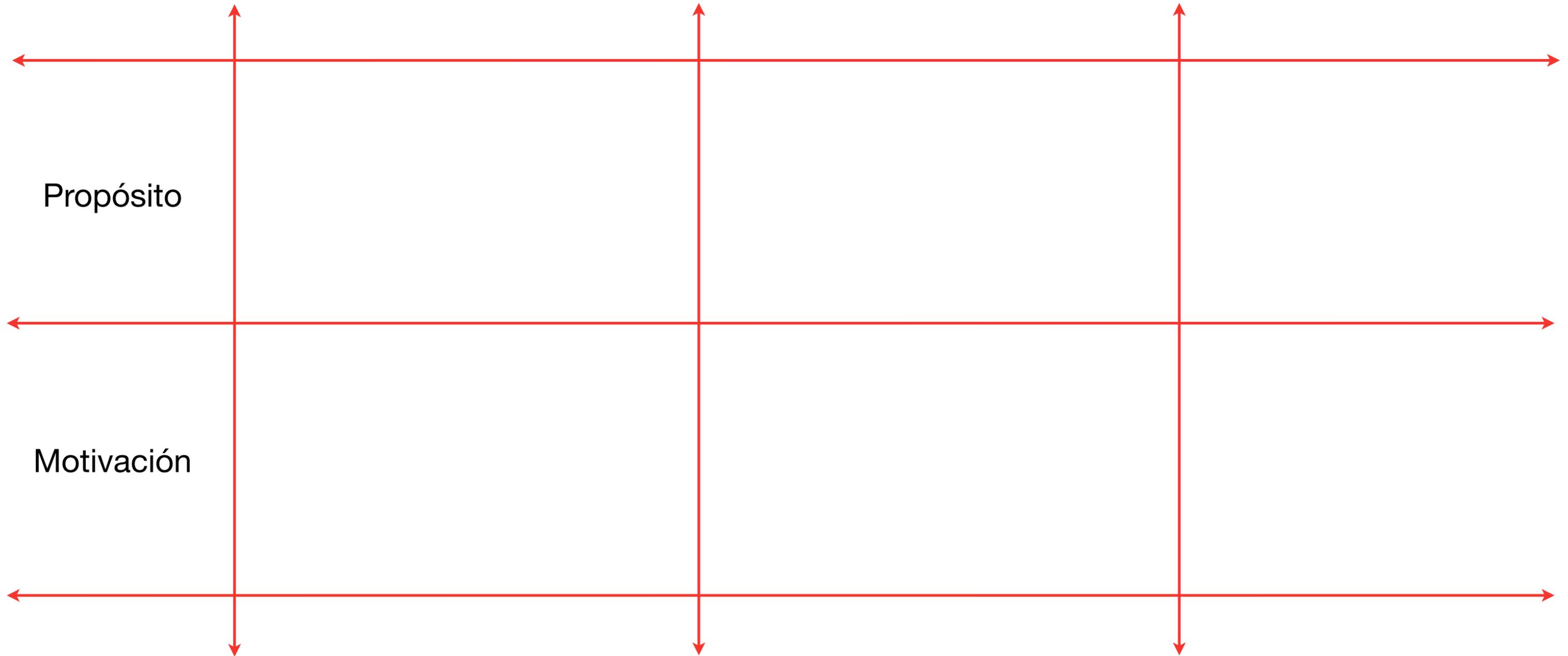
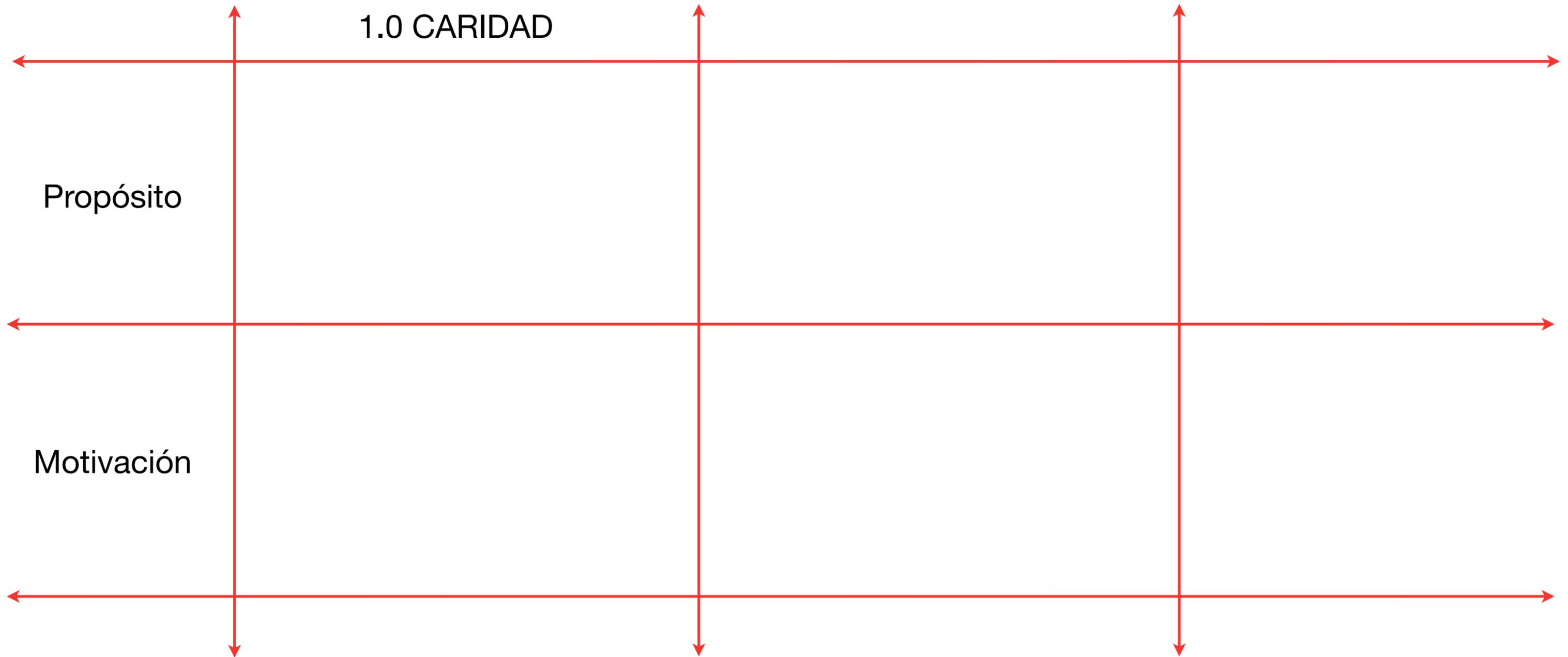


¿Cómo ha evolucionado la responsabilidad social en las empresas?



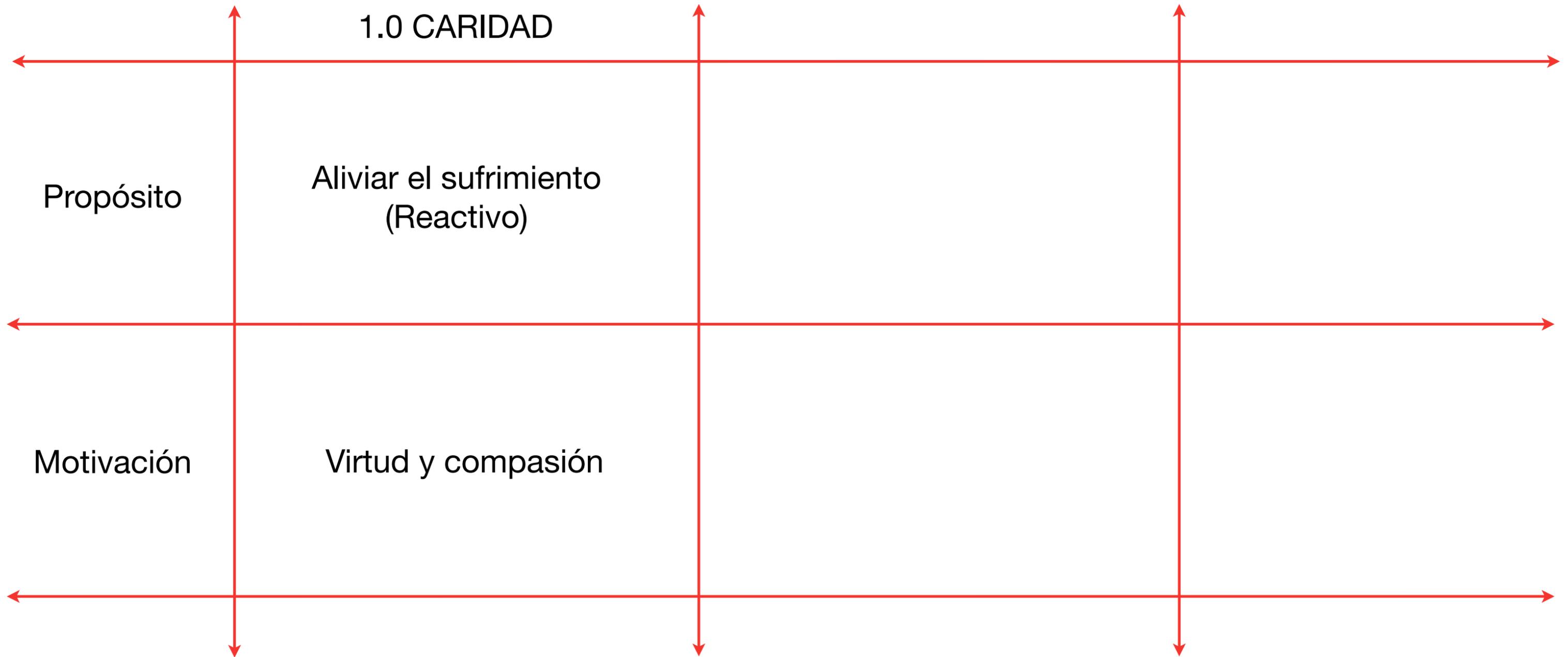
¿Cómo ha evolucionado la responsabilidad social en las empresas?



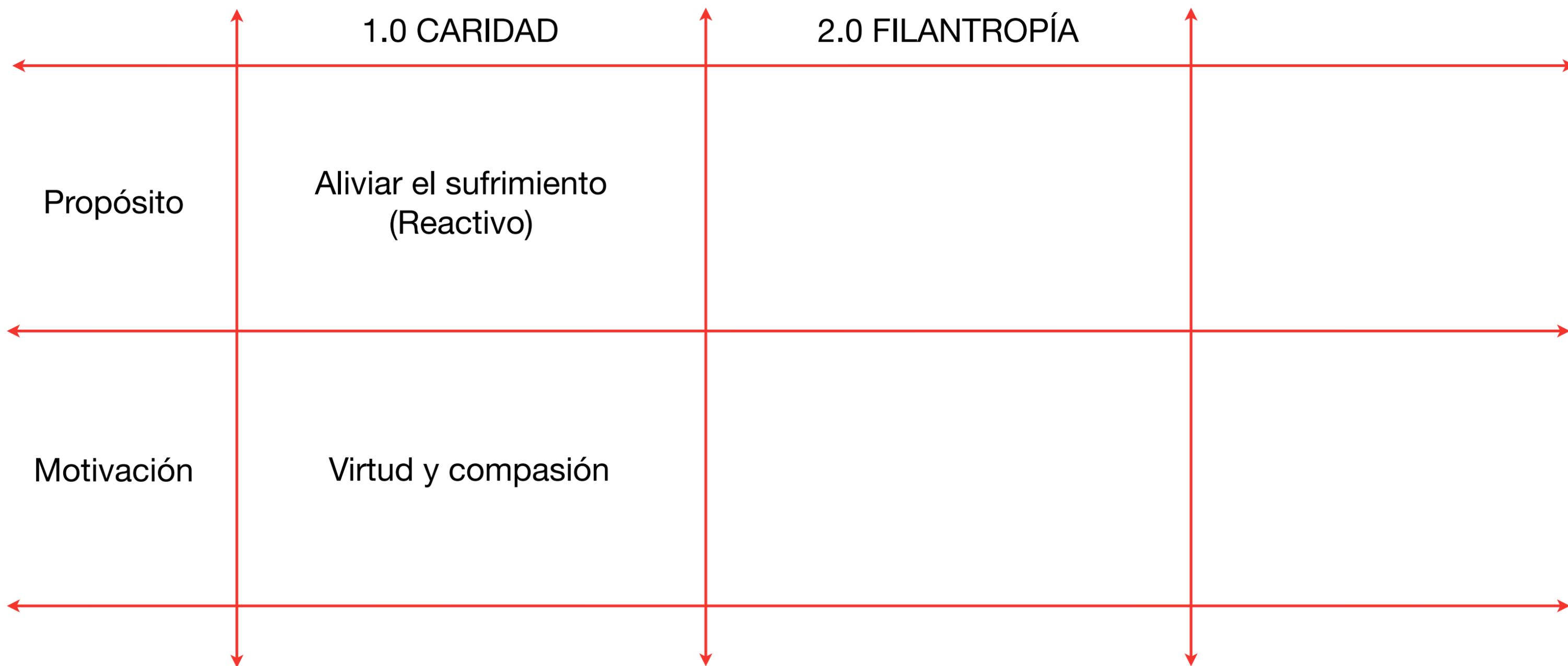
¿Cómo ha evolucionado la responsabilidad social en las empresas?



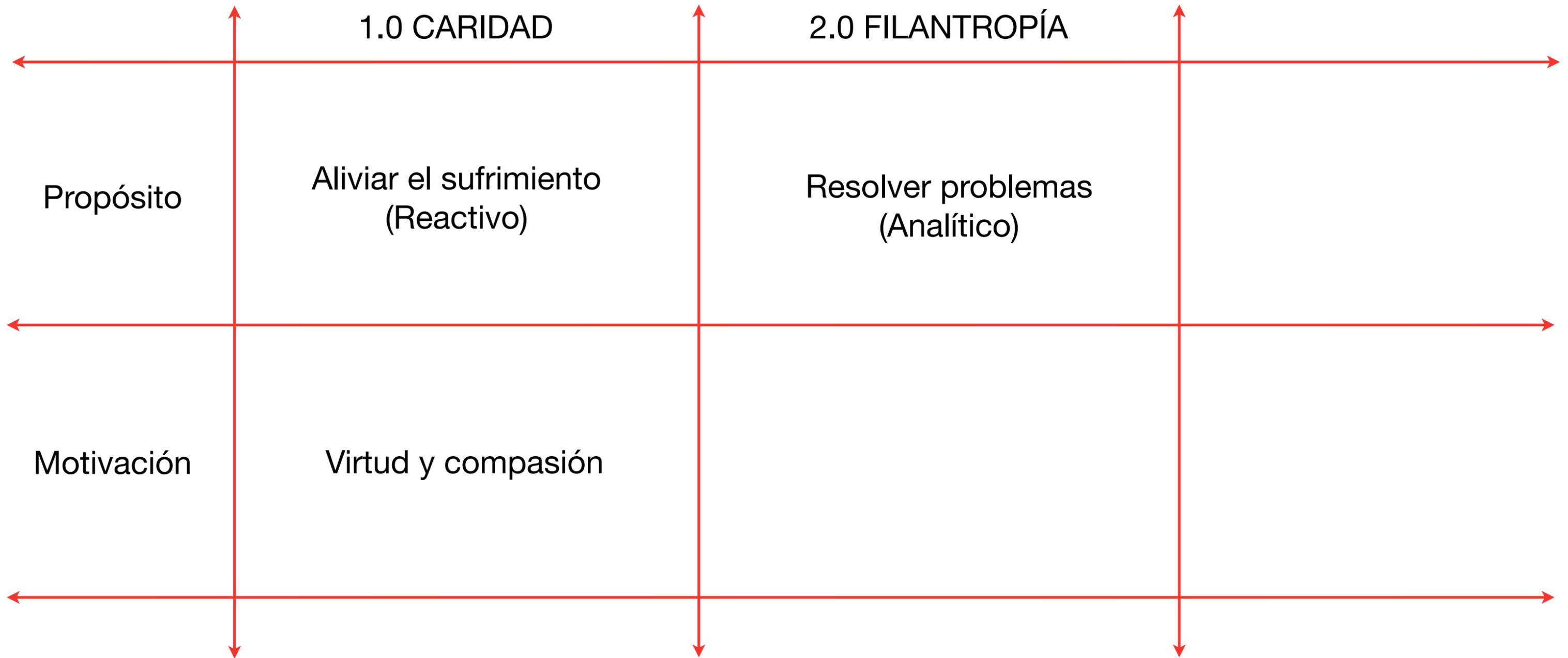
¿Cómo ha evolucionado la responsabilidad social en las empresas?



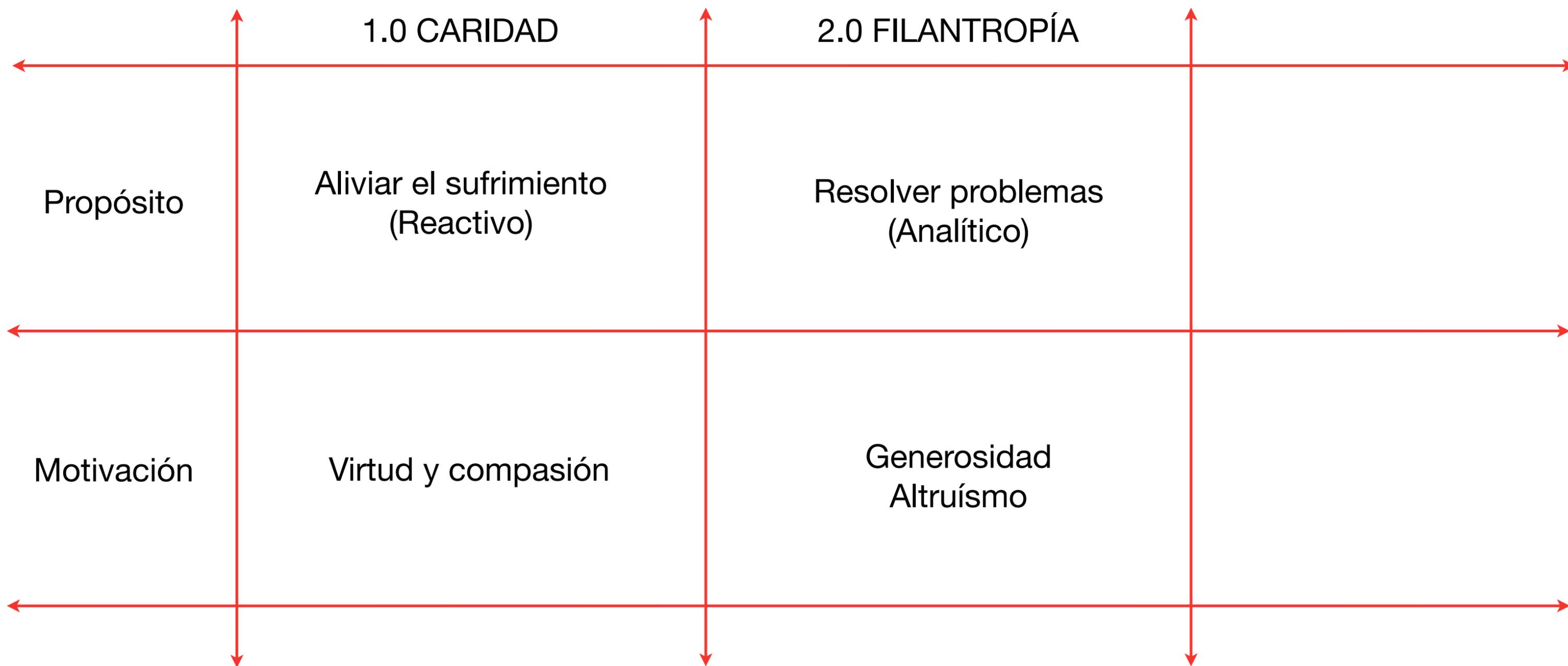
¿Cómo ha evolucionado la responsabilidad social en las empresas?



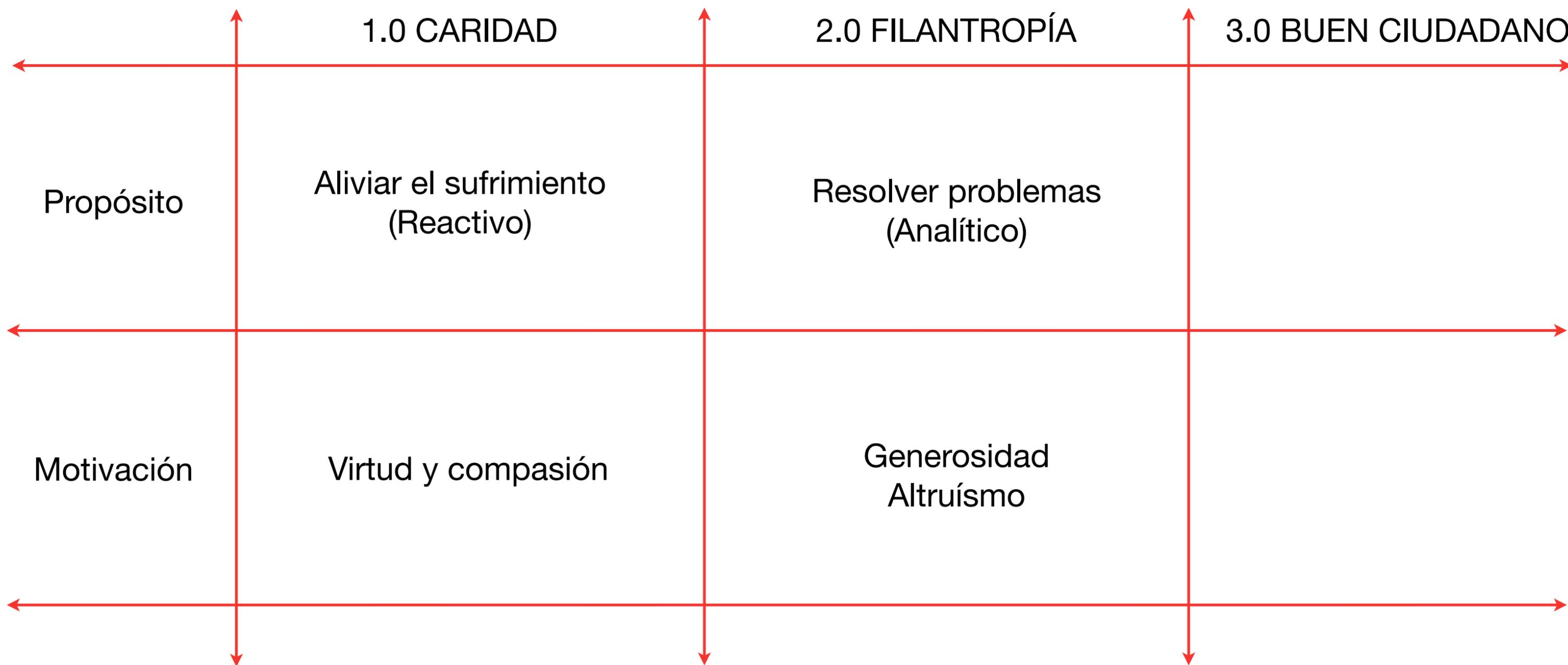
¿Cómo ha evolucionado la responsabilidad social en las empresas?



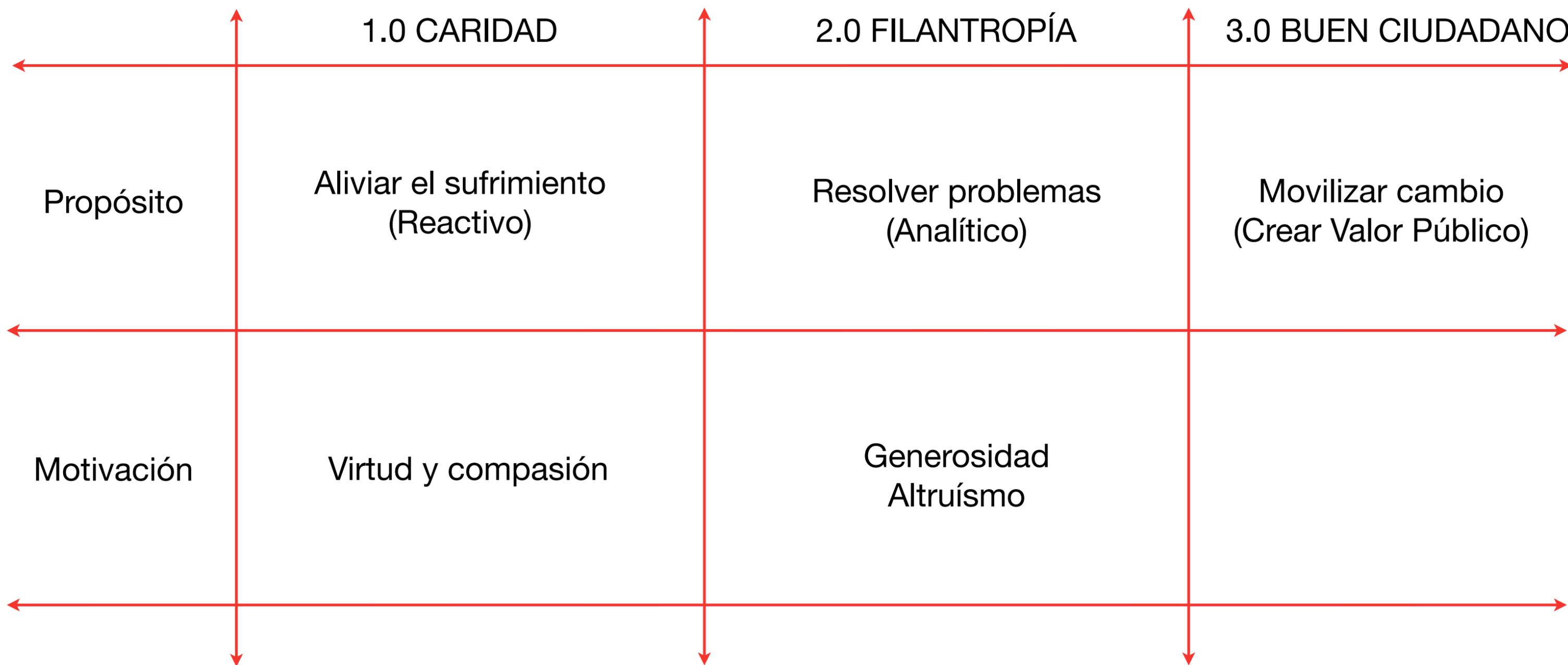
¿Cómo ha evolucionado la responsabilidad social en las empresas?



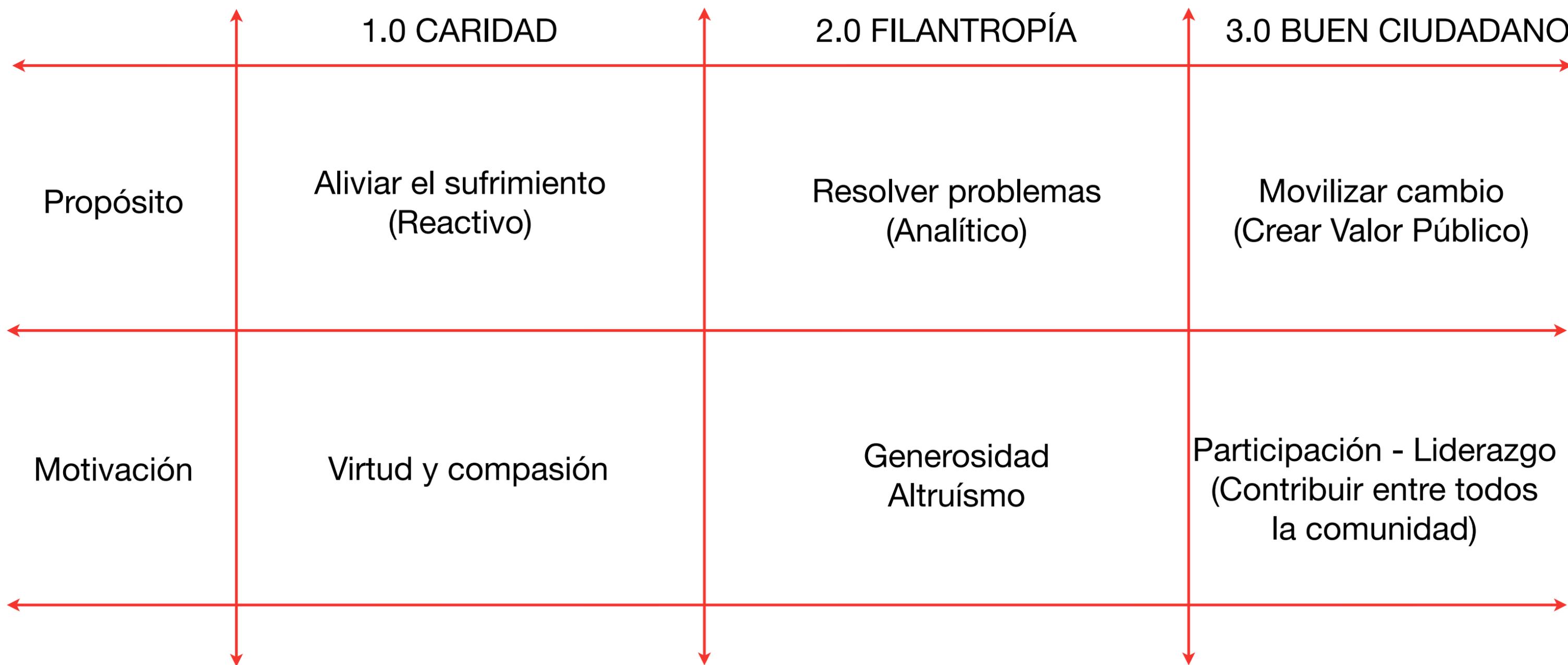
¿Cómo ha evolucionado la responsabilidad social en las empresas?



¿Cómo ha evolucionado la responsabilidad social en las empresas?



¿Cómo ha evolucionado la responsabilidad social en las empresas?



¿Cómo ha evolucionado la responsabilidad social en las empresas?



































































EL VERDADERO PROBLEMA



EL VERDADERO PROBLEMA

Artículo 1°. ley 124 de 1994: Prohíbese el expendio de bebidas alcohólicas a menores de edad. Quien facilite el consumo o venda directa o indirectamente bebidas alcohólicas a menores de edad será sancionado de conformidad con lo establecido en la presente ley.

EL VERDADERO PROBLEMA

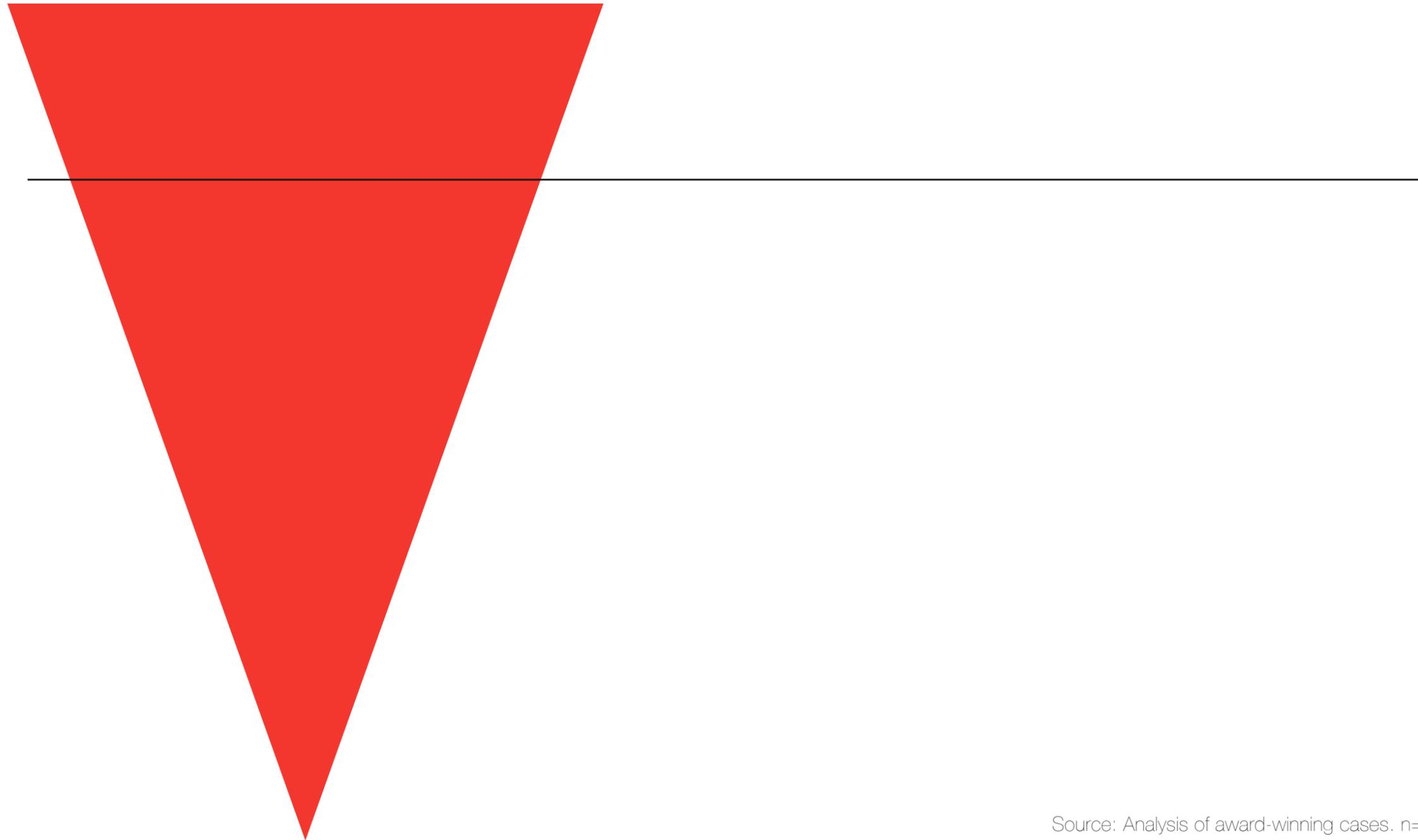
Artículo 1°. ley 124 de 1994: Prohíbese el expendio de bebidas alcohólicas a menores de edad. Quien facilite el consumo o venda directa o indirectamente bebidas alcohólicas a menores de edad será sancionado de conformidad con lo establecido en la presente ley.

Si bien se prohíbe el consumo a menores, no existe una ley sancionada para la obligatoriedad sobre la exigencia de cédula hacia la venta de alcohol.

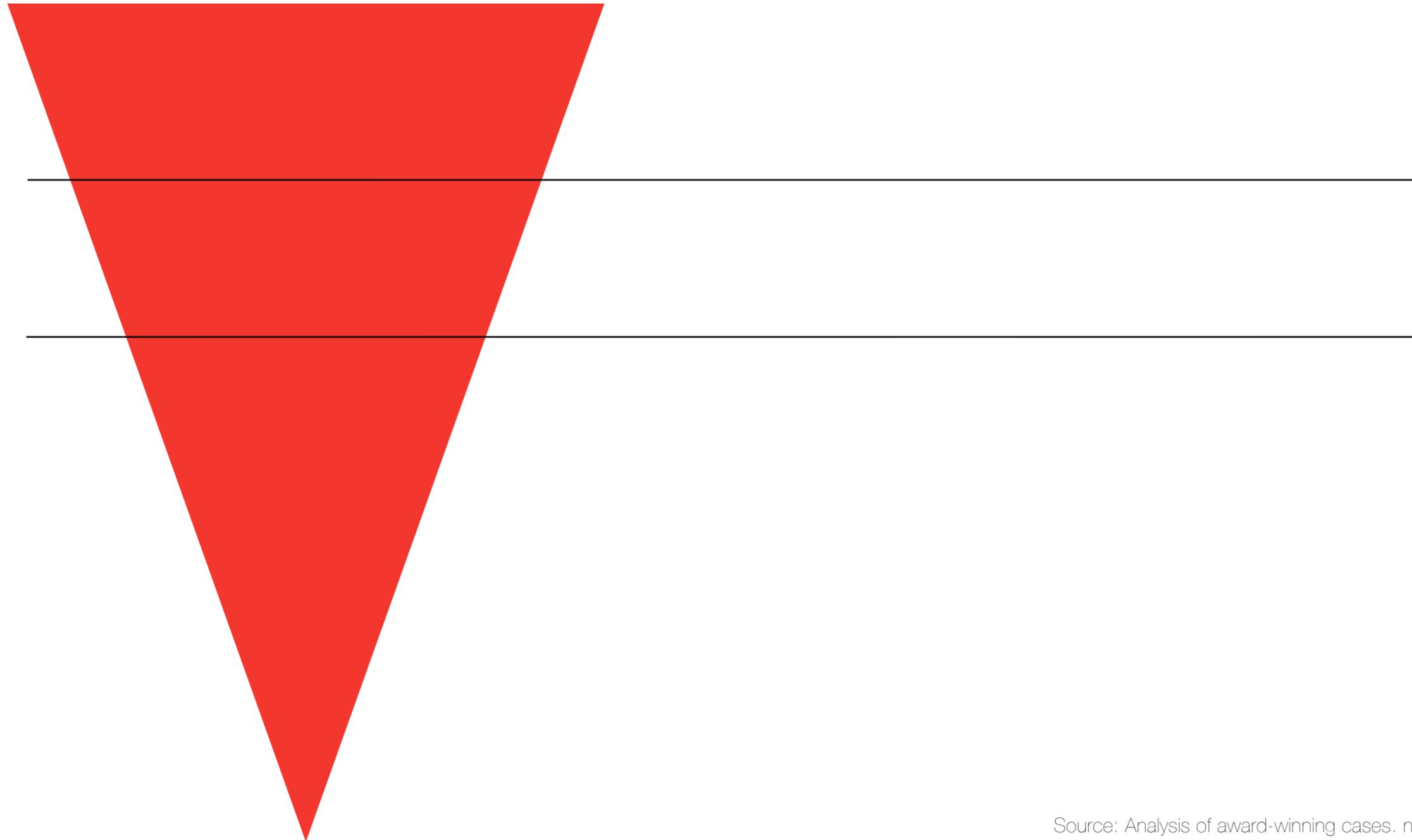
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



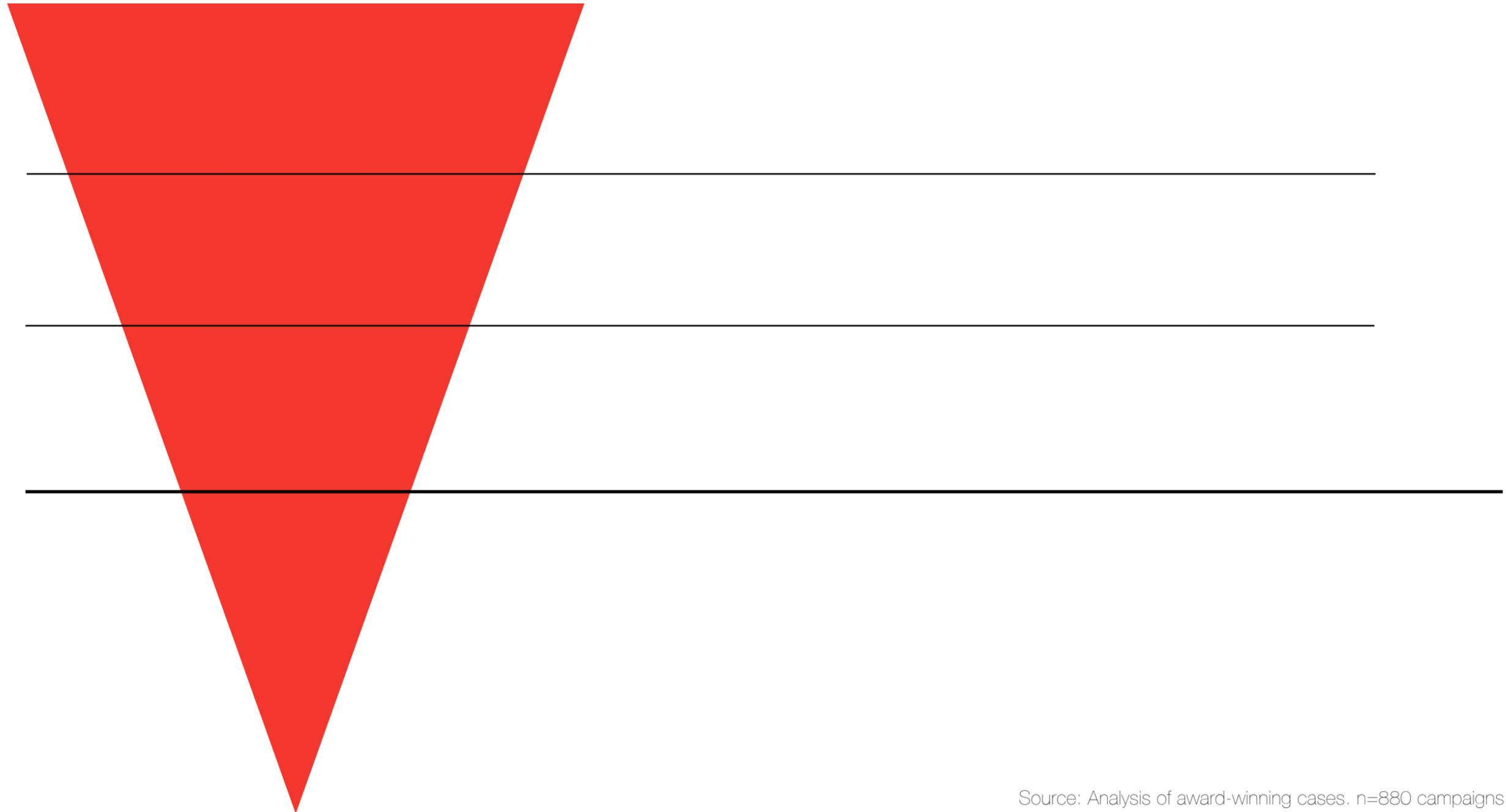
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



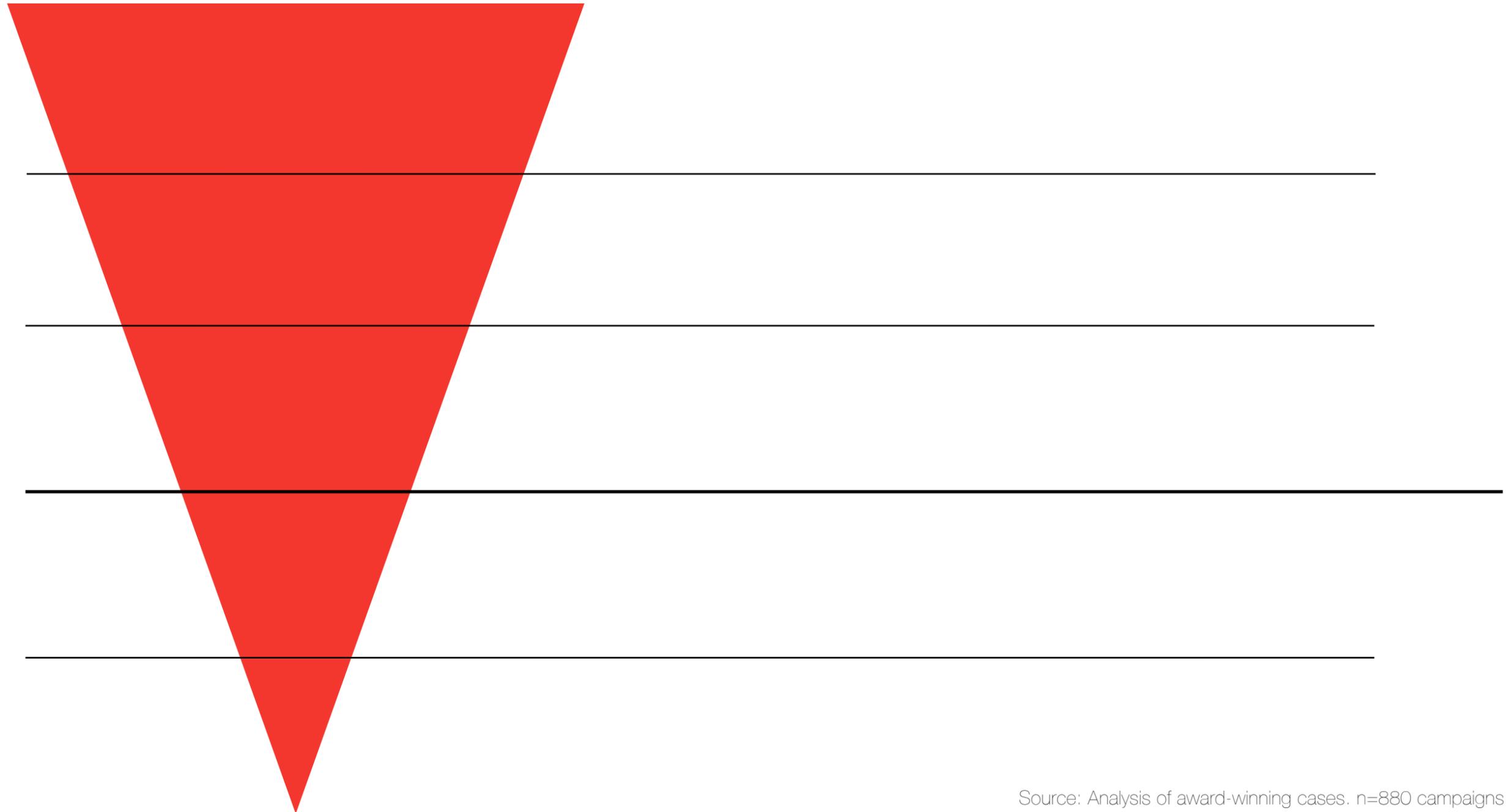
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



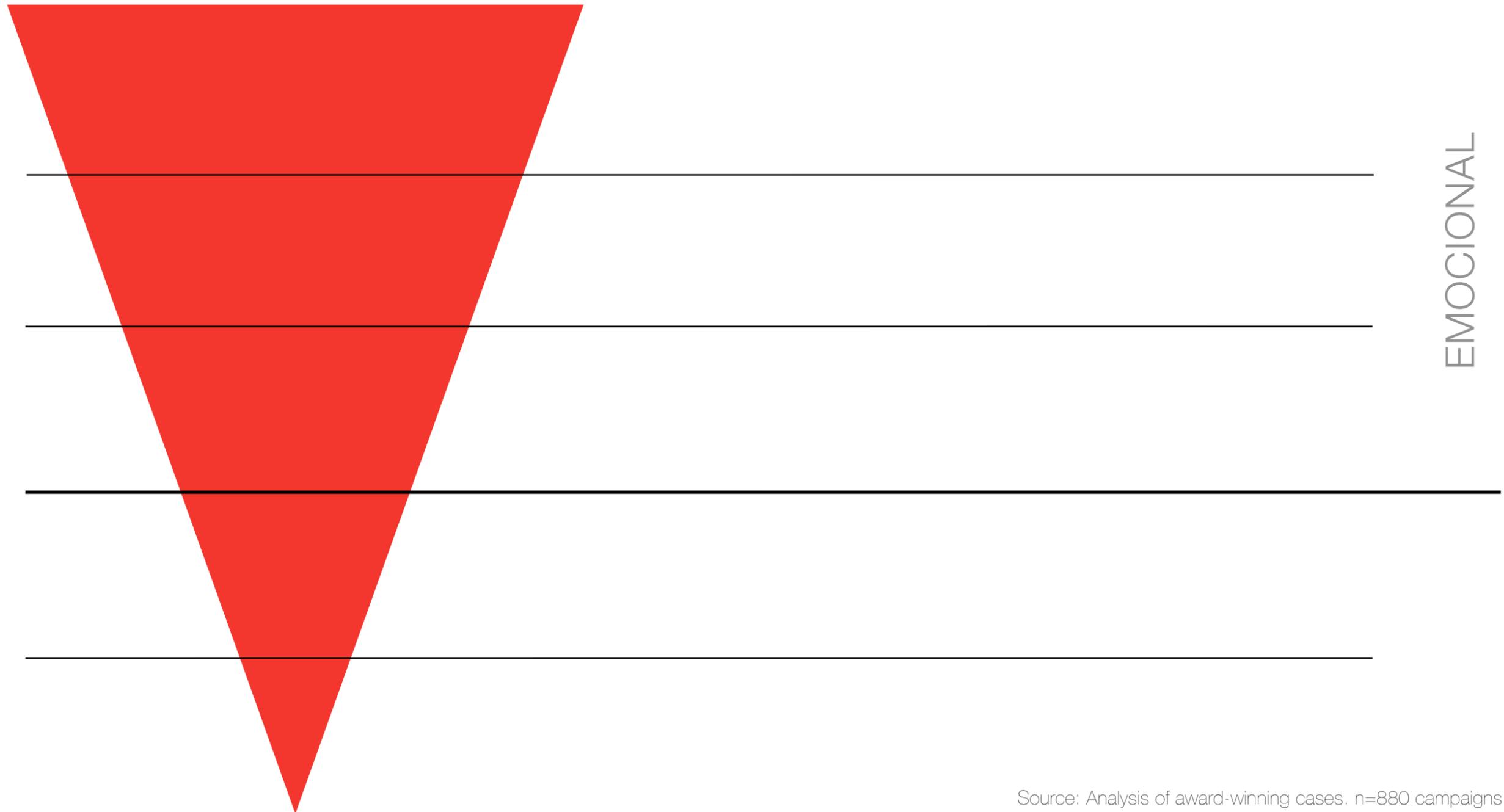
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



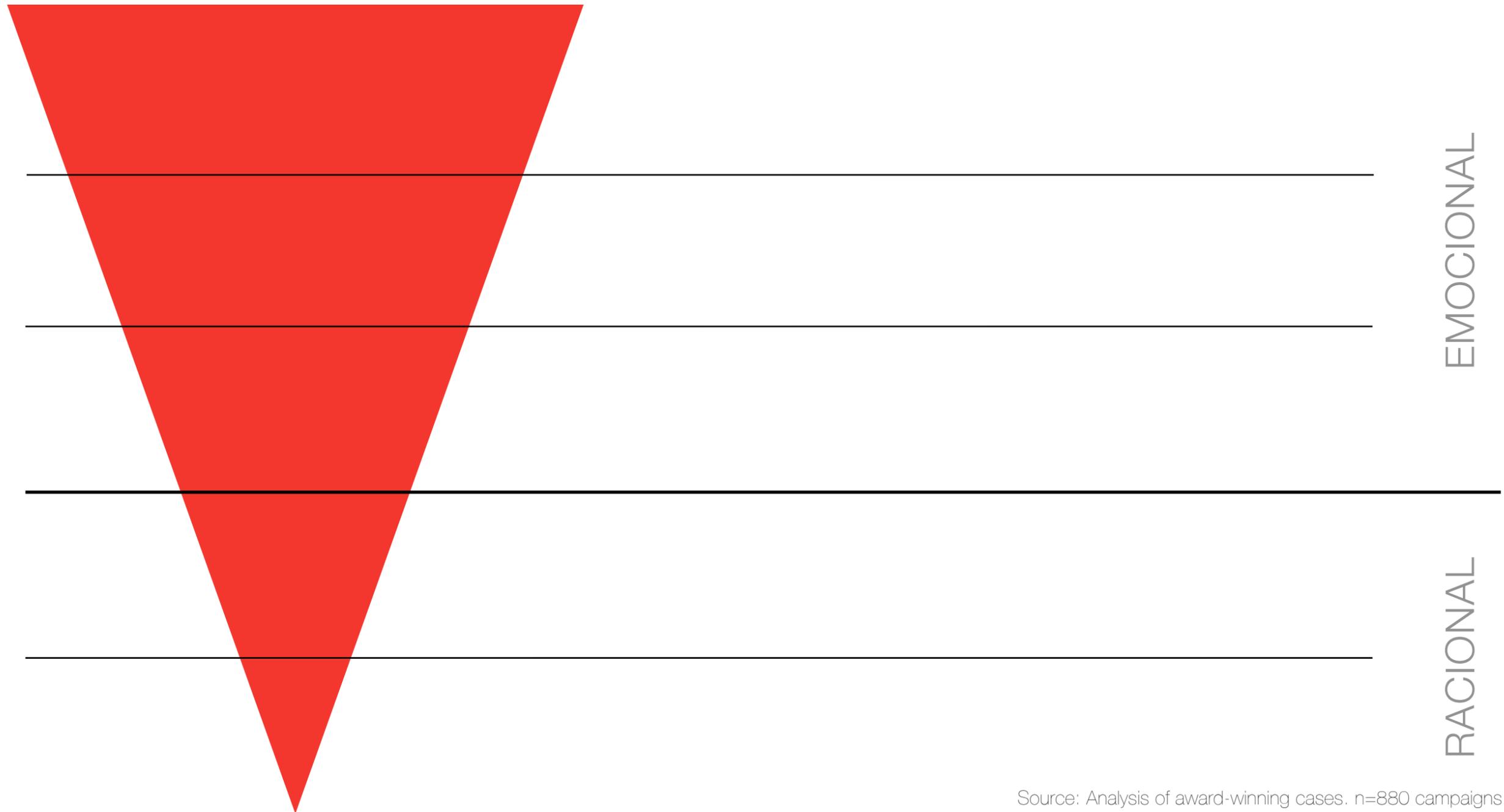
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



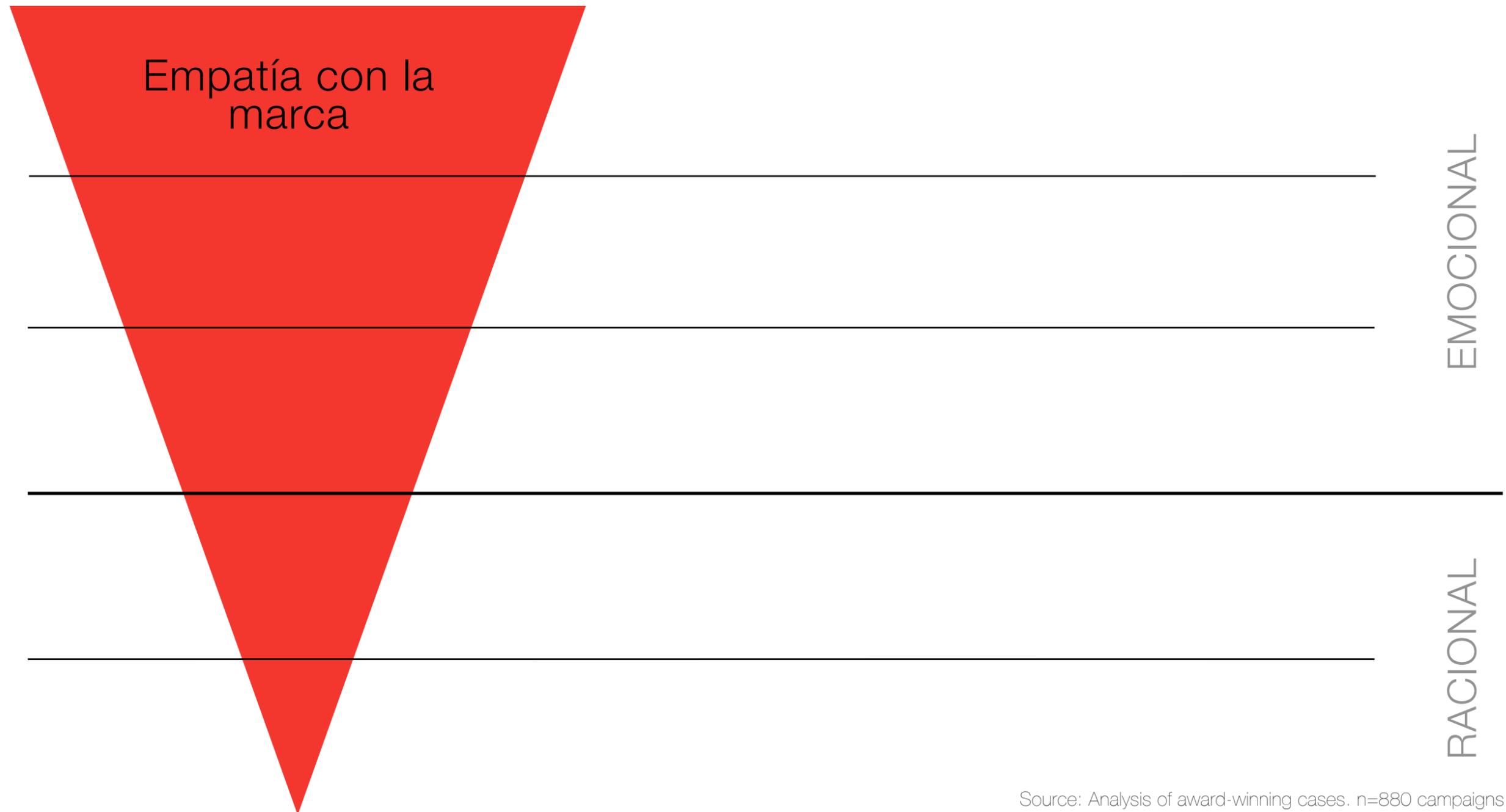
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



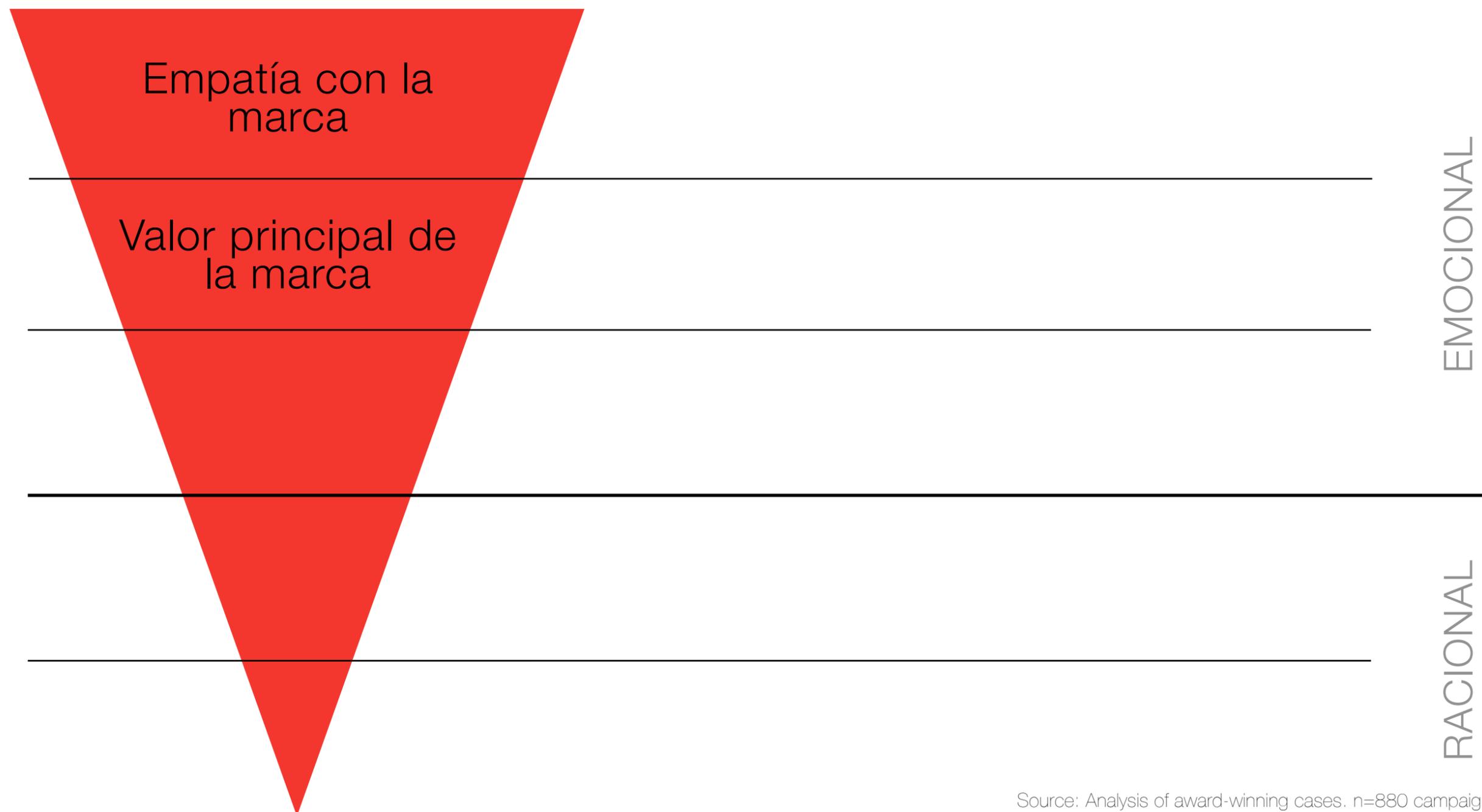
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



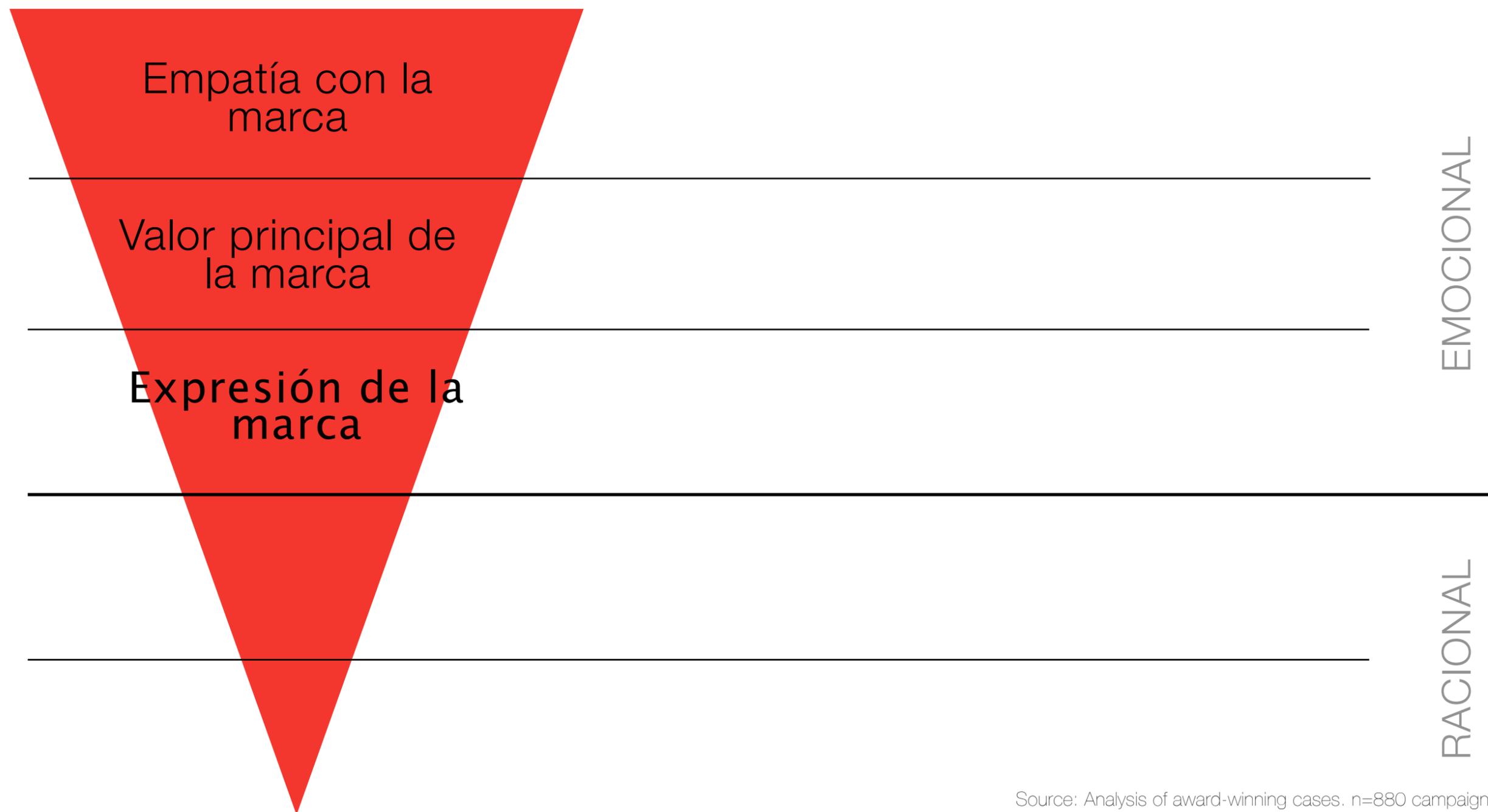
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



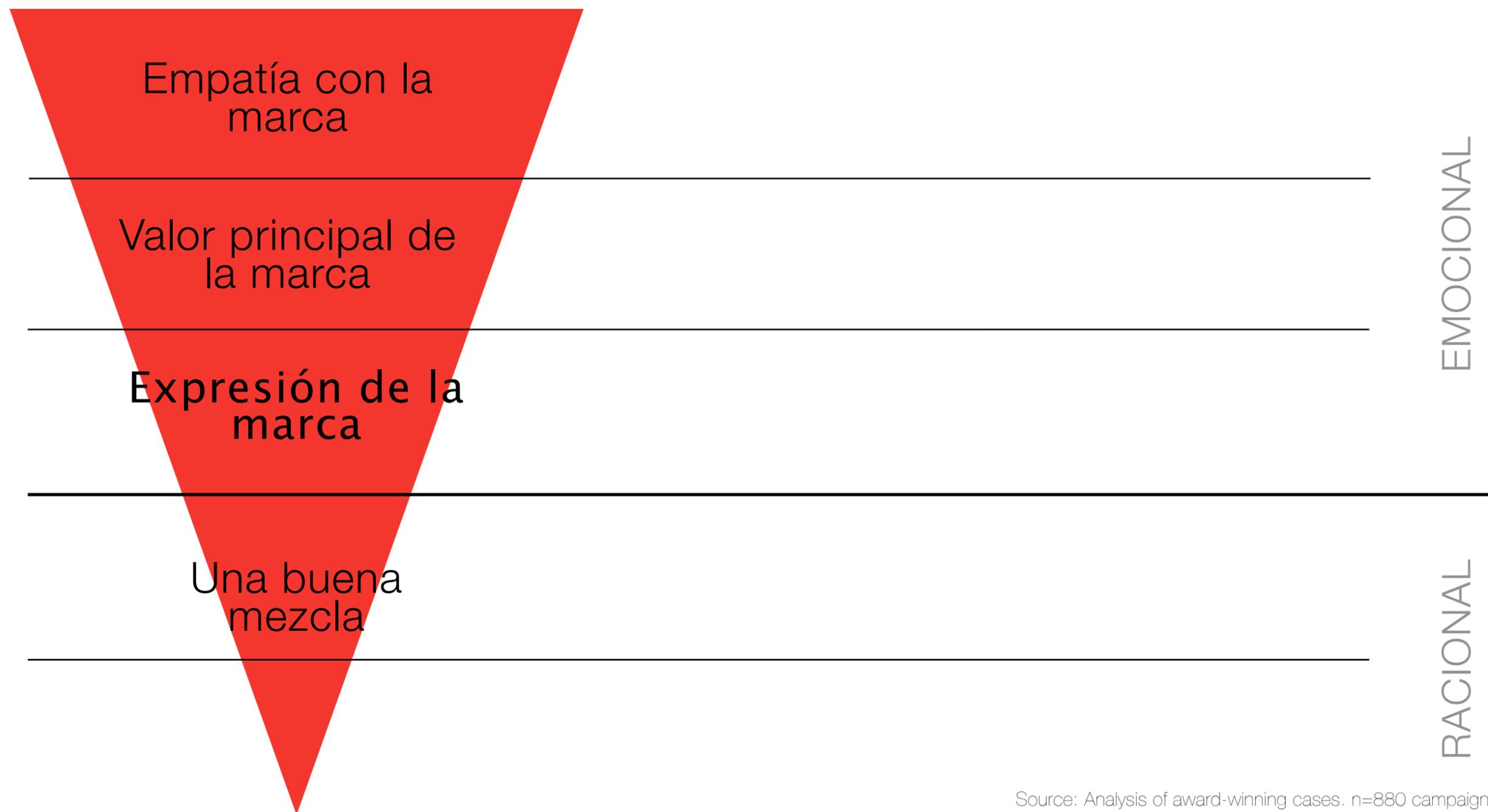
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



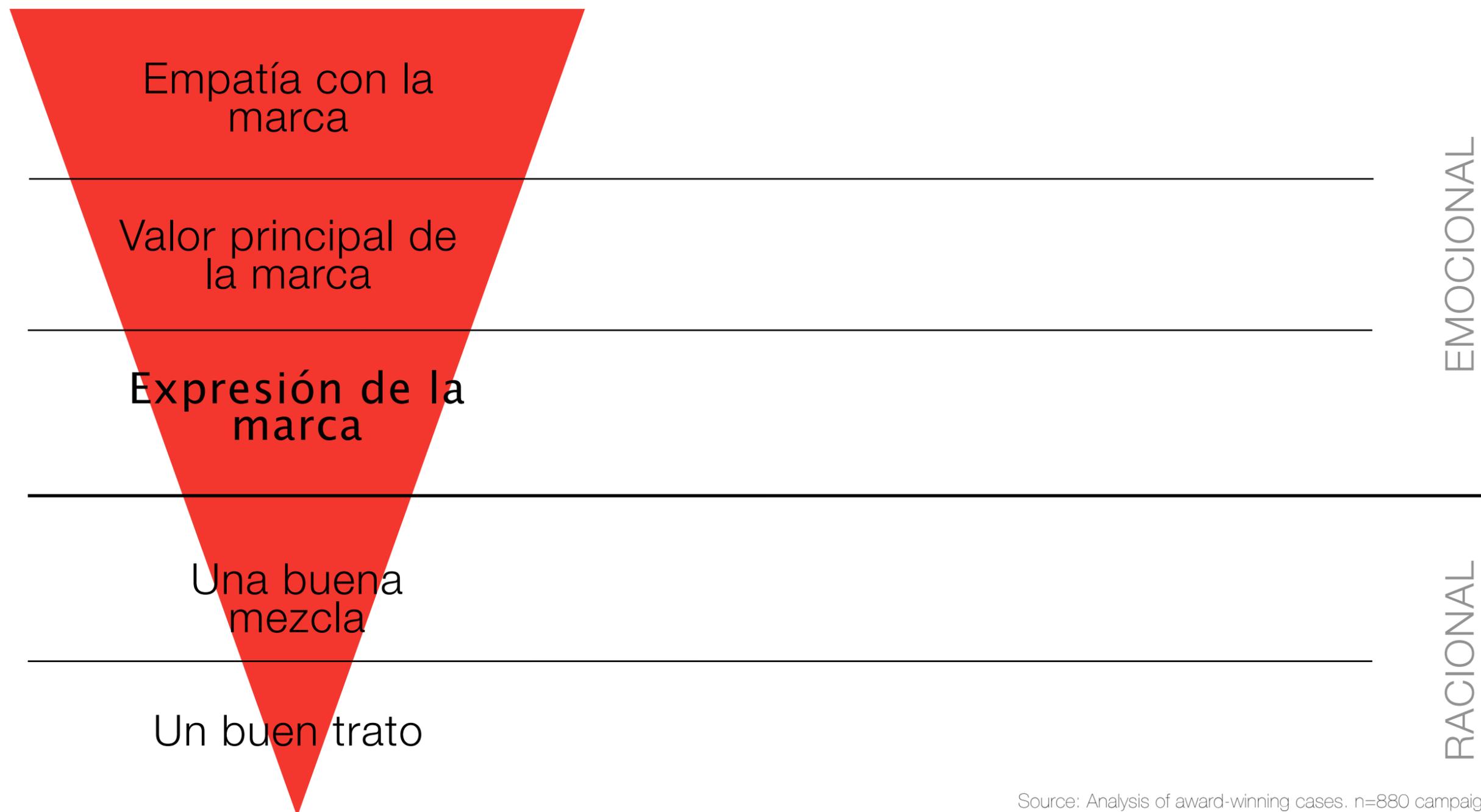
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



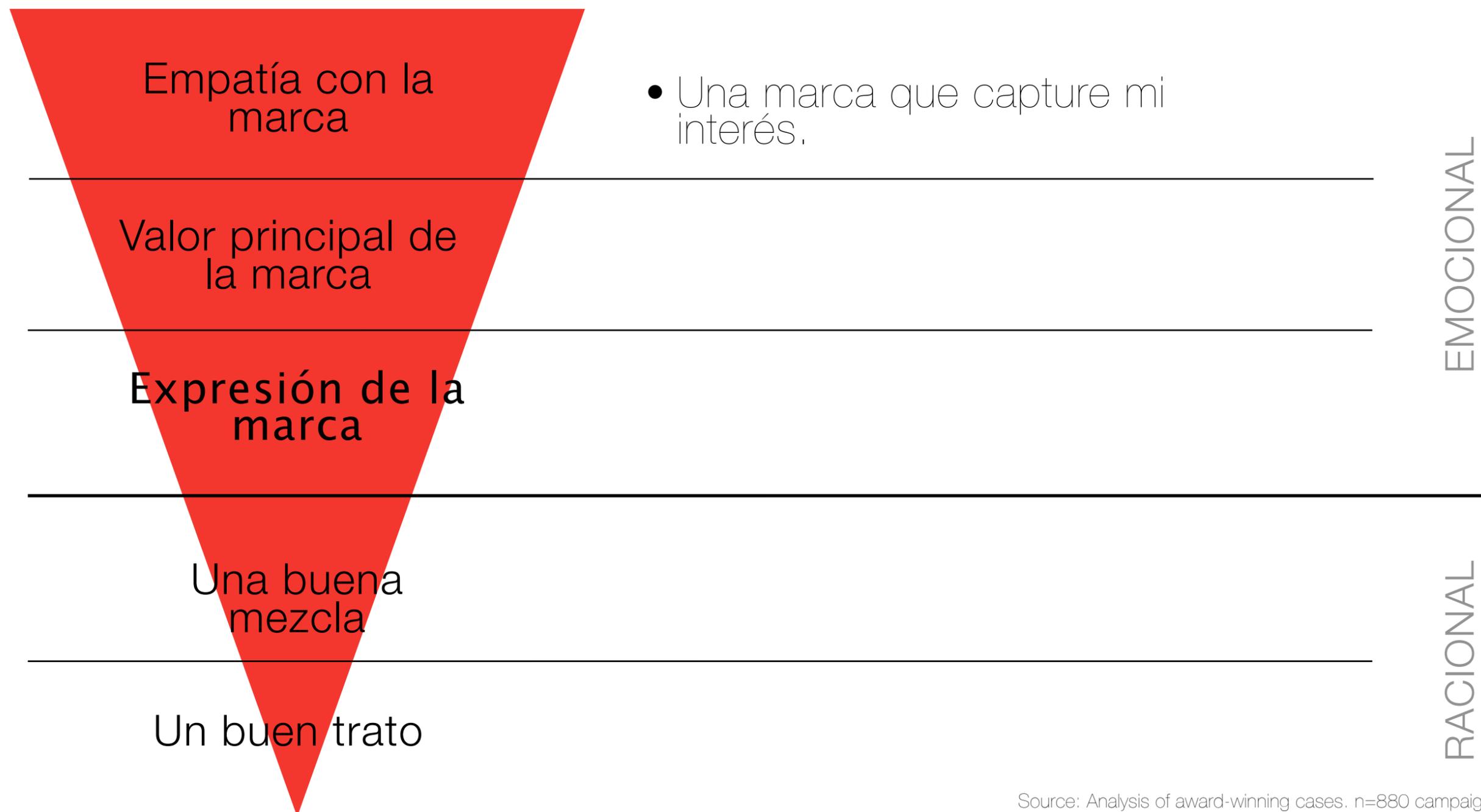
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



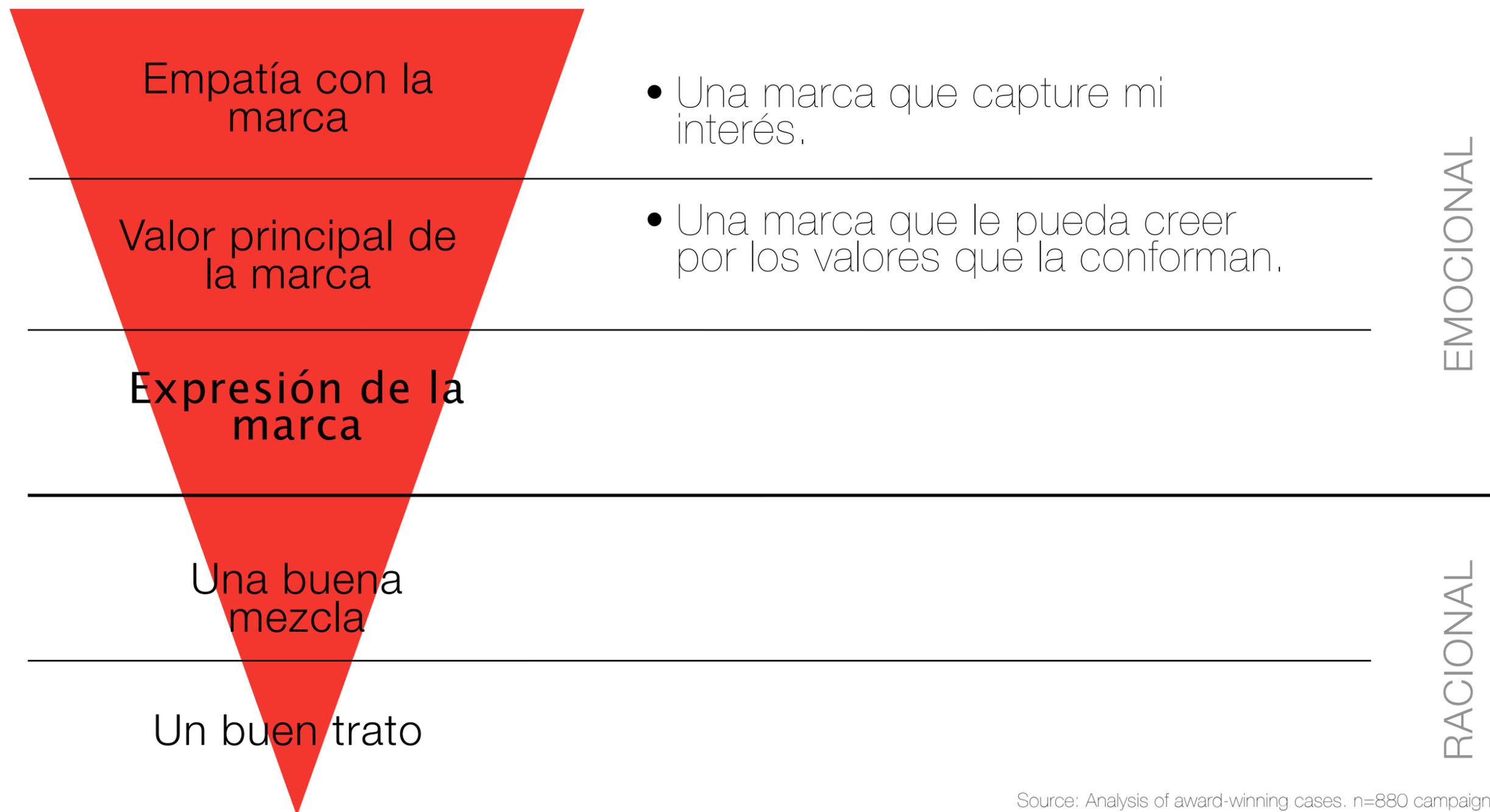
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



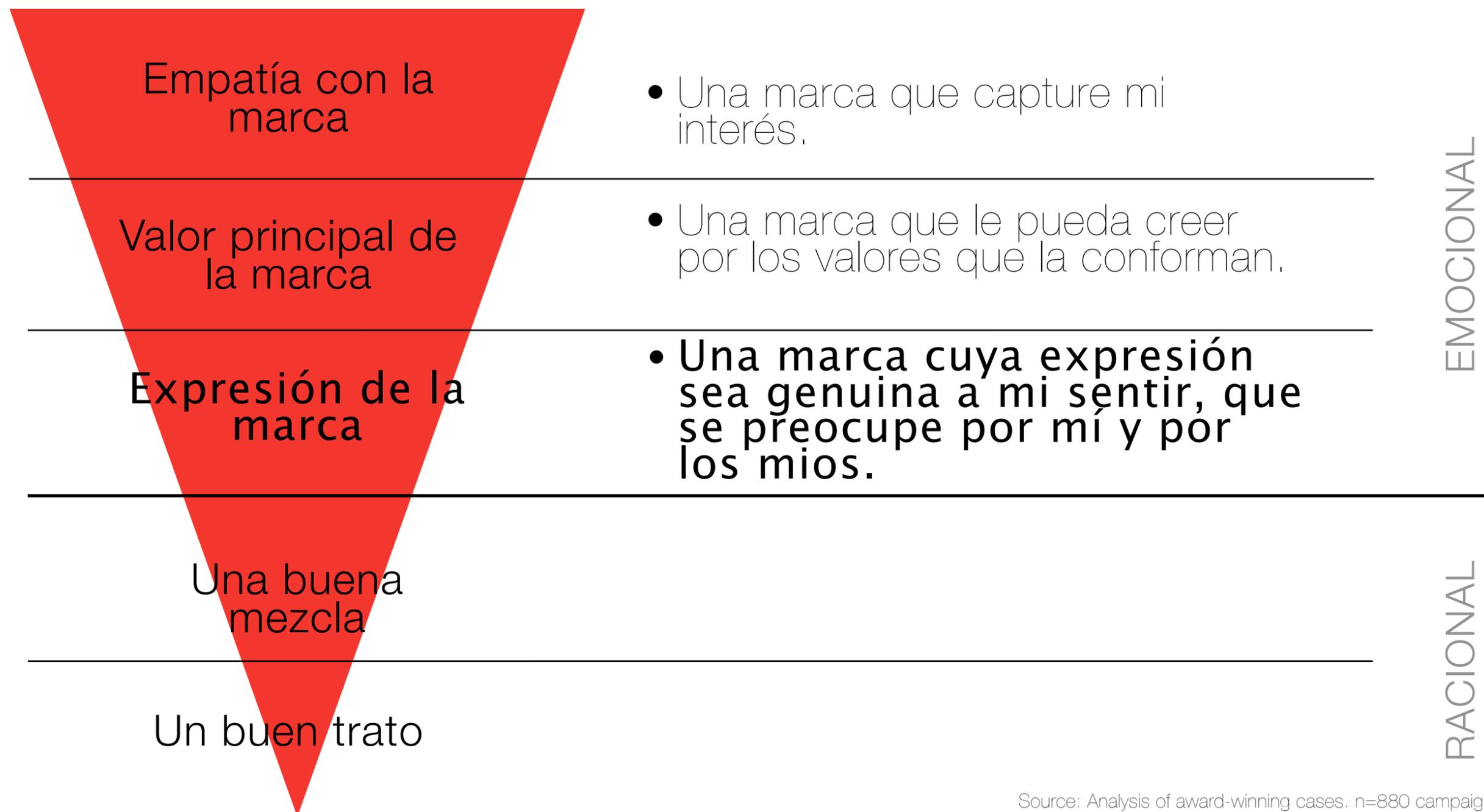
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



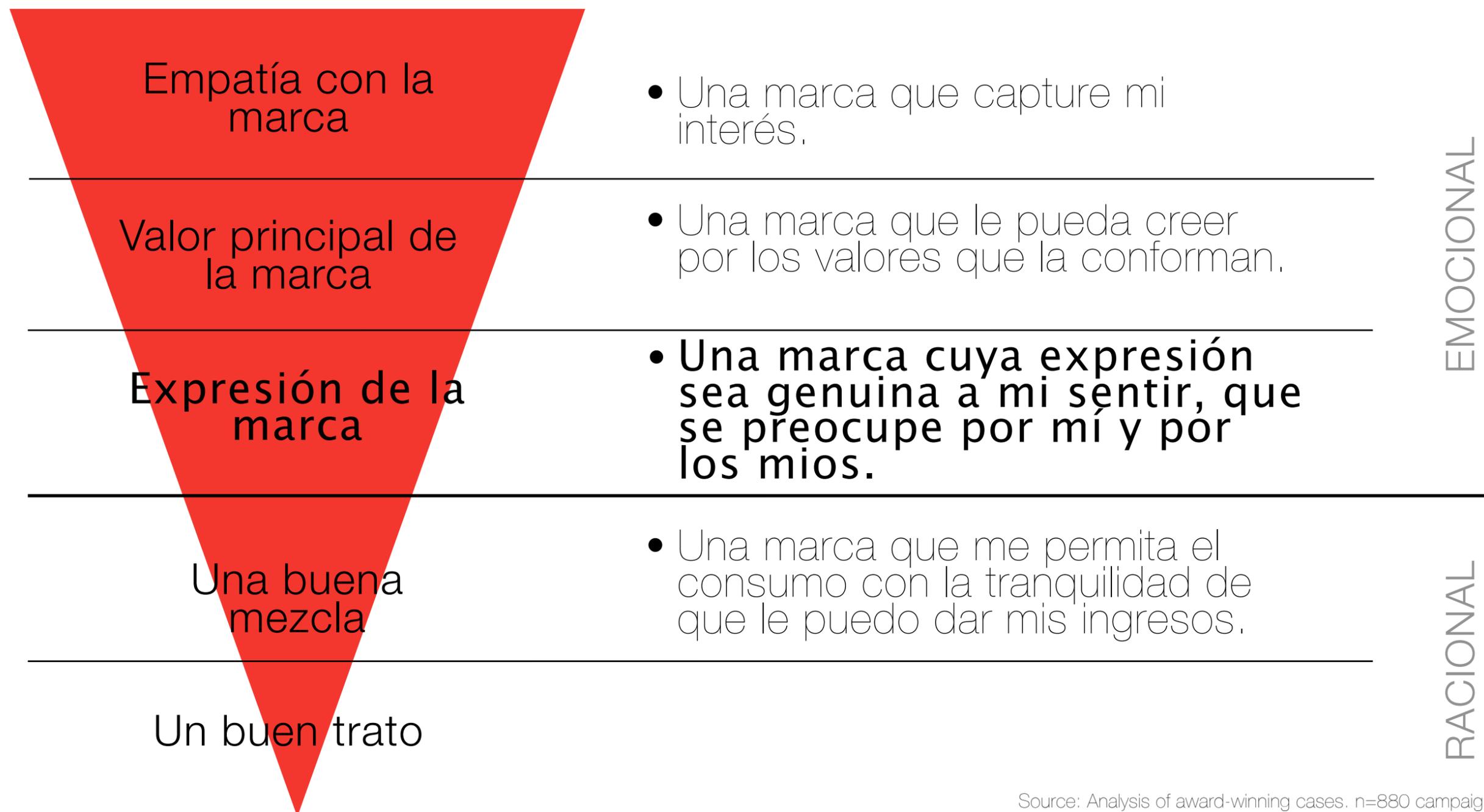
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



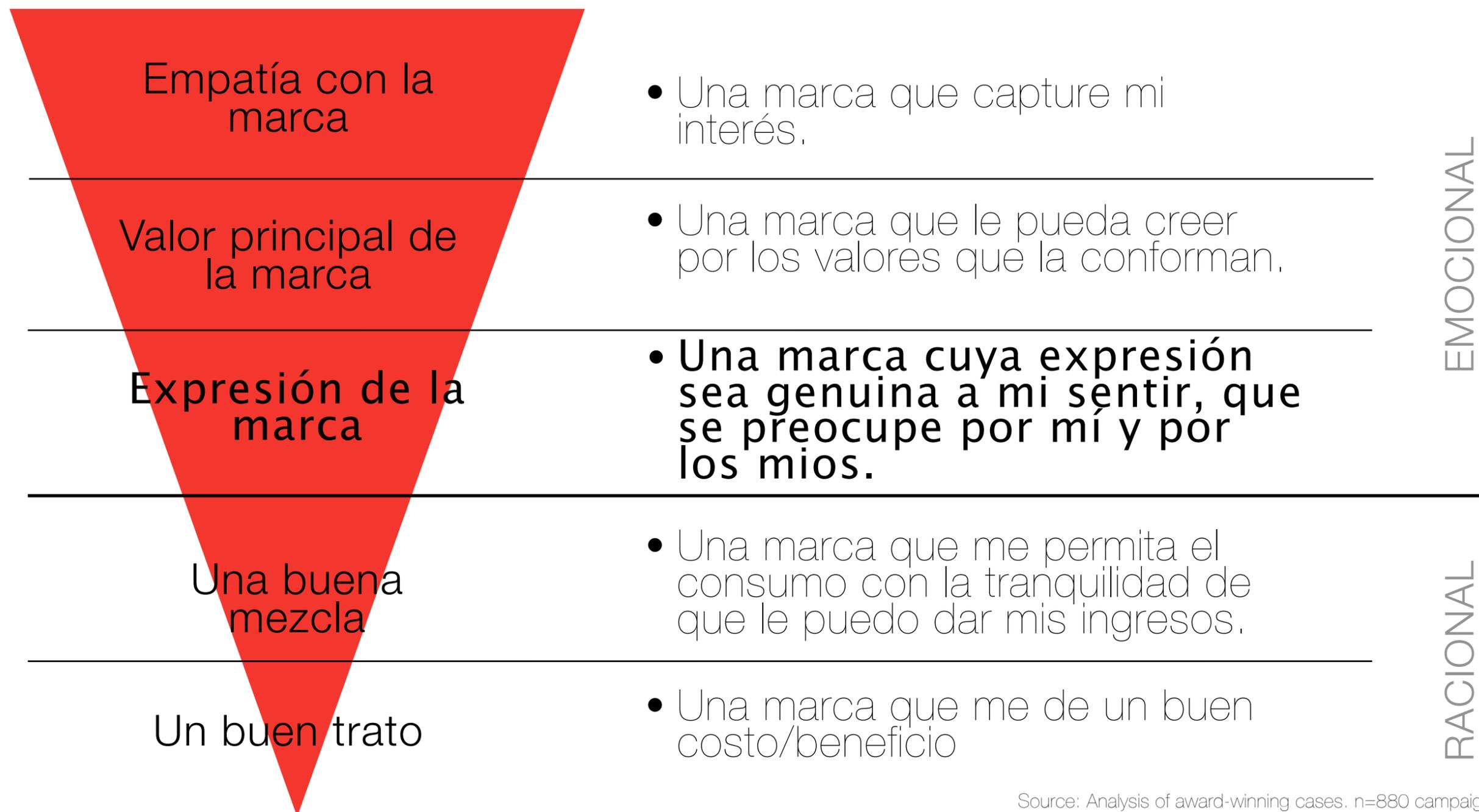
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



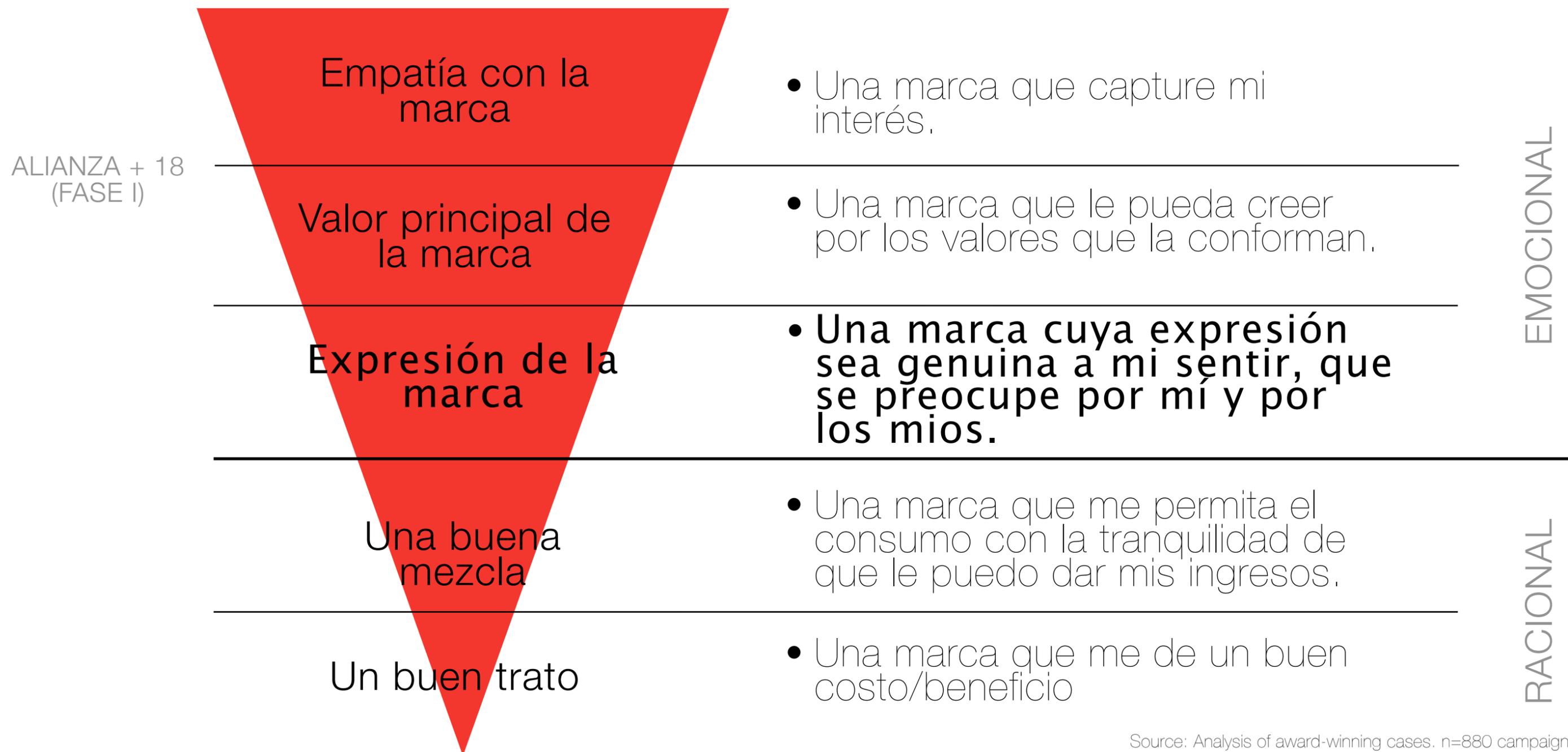
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



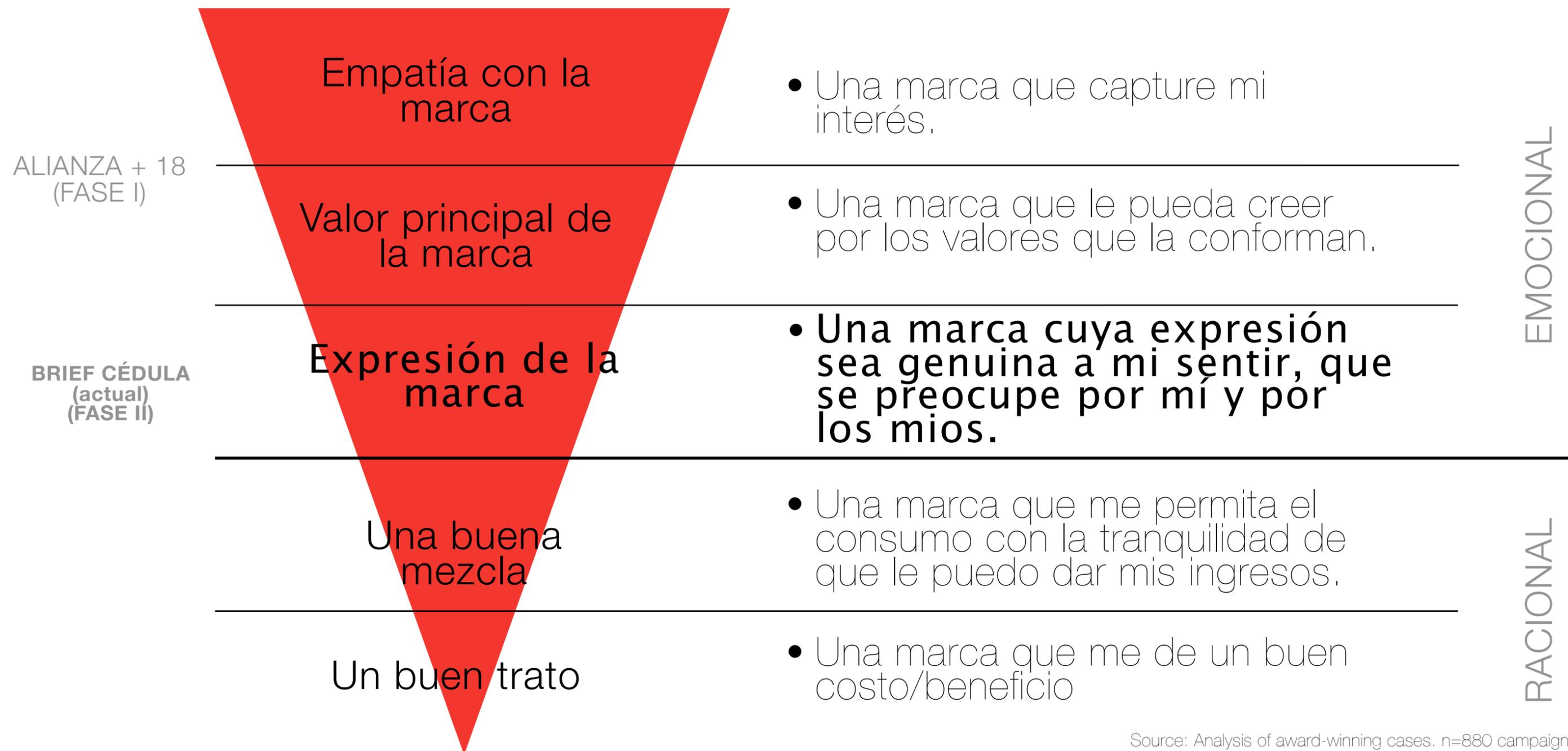
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



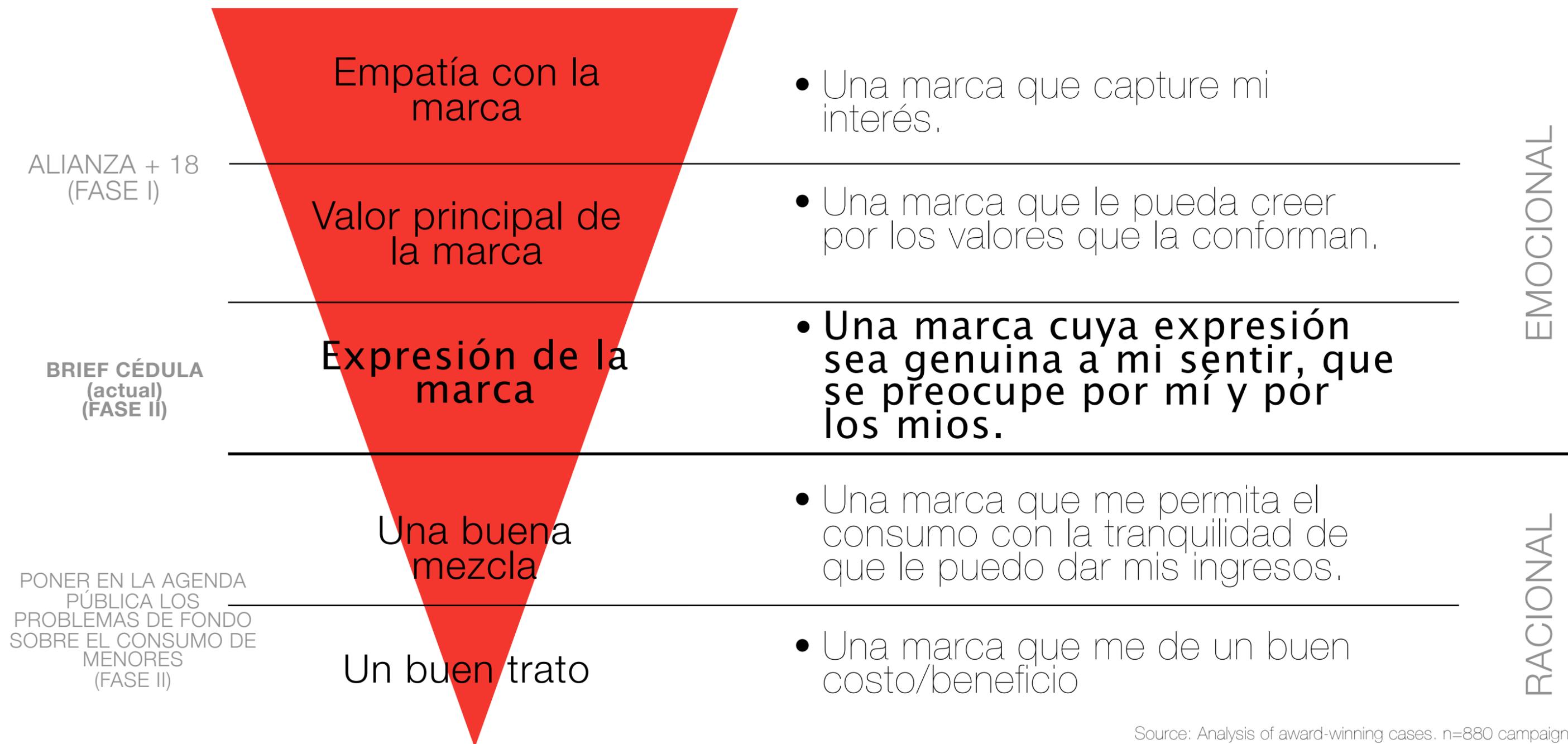
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



Así las cosas... ¿En dónde estamos?



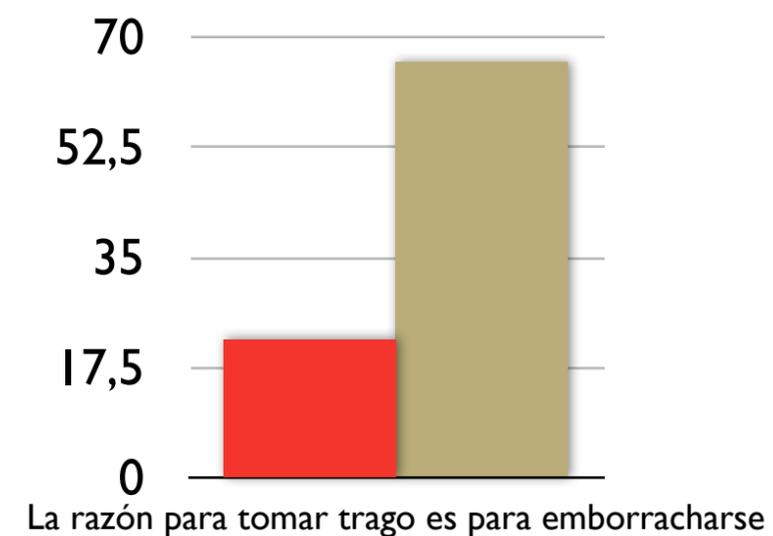
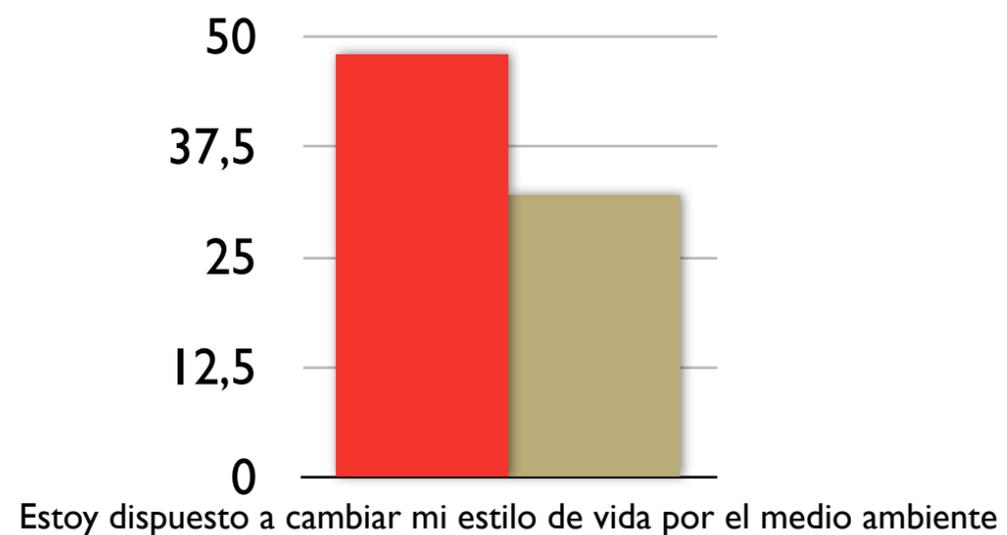
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



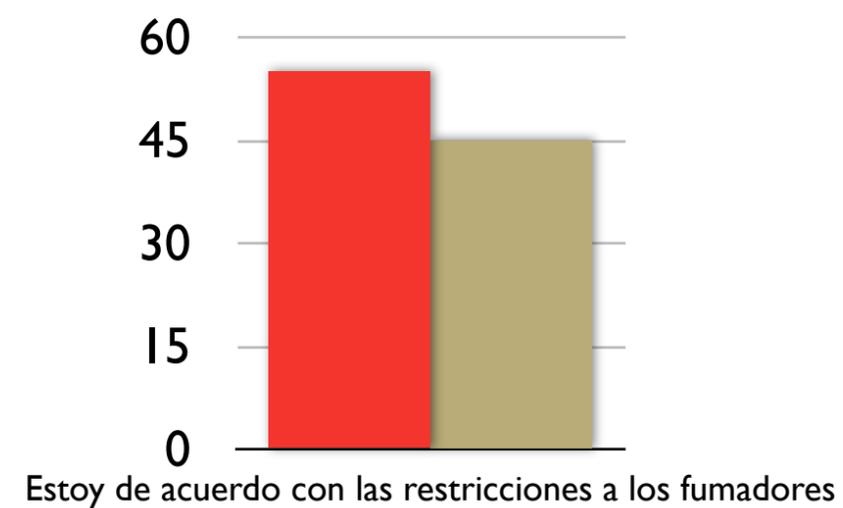
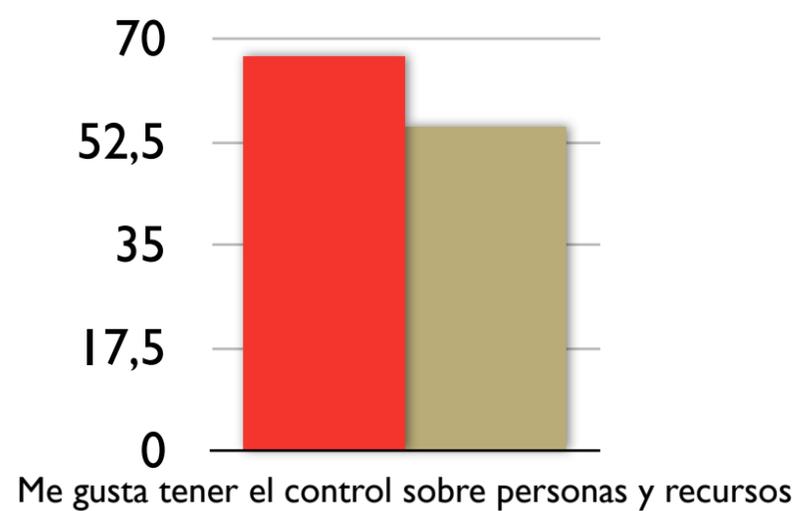
Así las cosas... ¿En dónde estamos?



¿Si queremos que la gente empiece a mostrar la cédula a quién debemos hablarle?



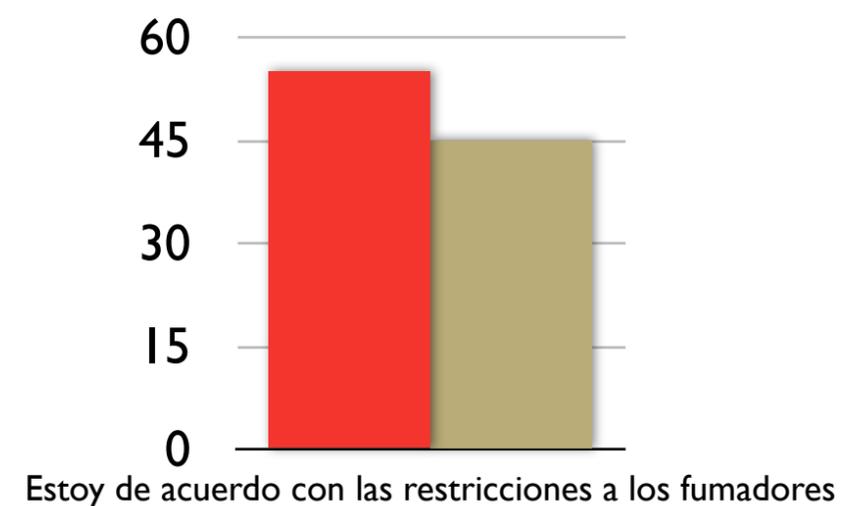
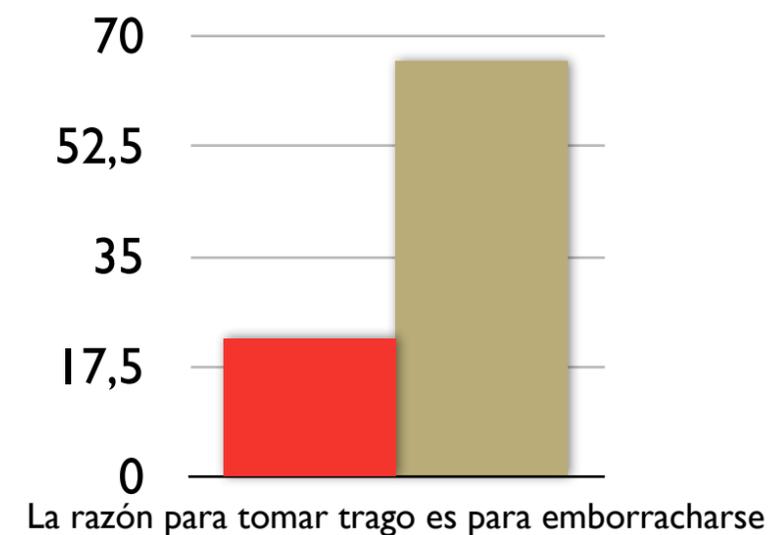
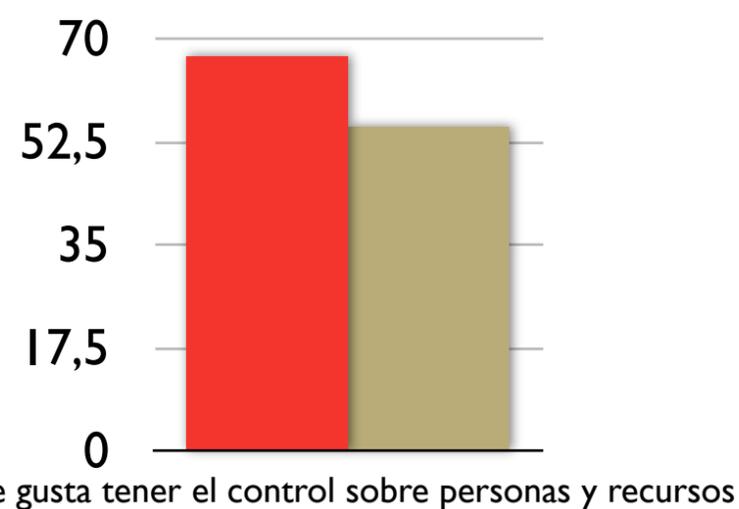
Mujeres
Hombres



¿Si queremos que la gente empiece a mostrar la cédula a quién debemos hablarle?

Afirman cambiar un comportamiento por un bien general.

 Mujeres
 Hombres

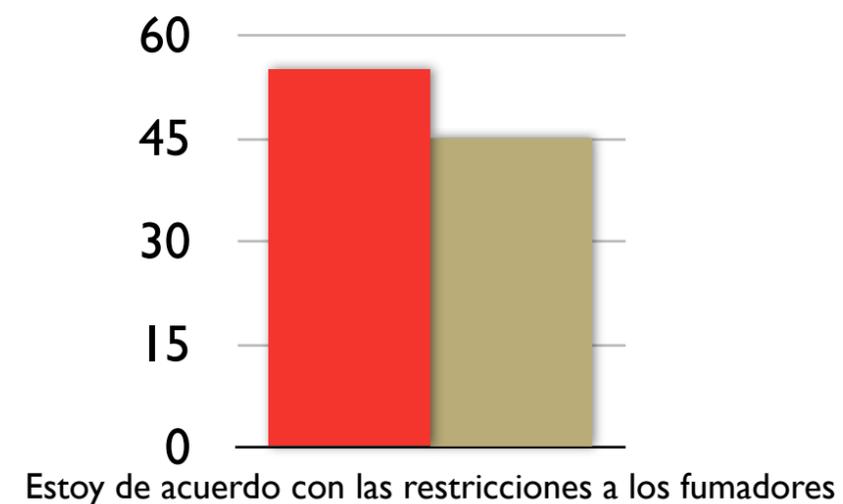
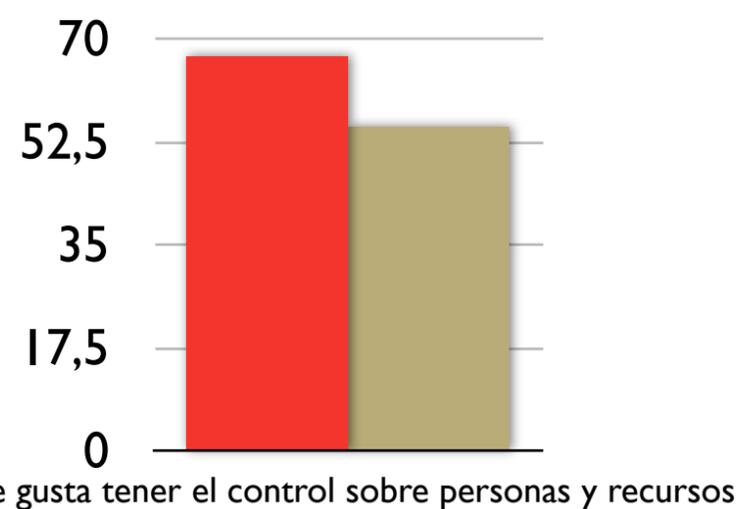


¿Si queremos que la gente empiece a mostrar la cédula a quién debemos hablarle?

Afirman cambiar un comportamiento por un bien general.

Afirman consumir menos alcohol.

■ Mujeres
■ Hombres



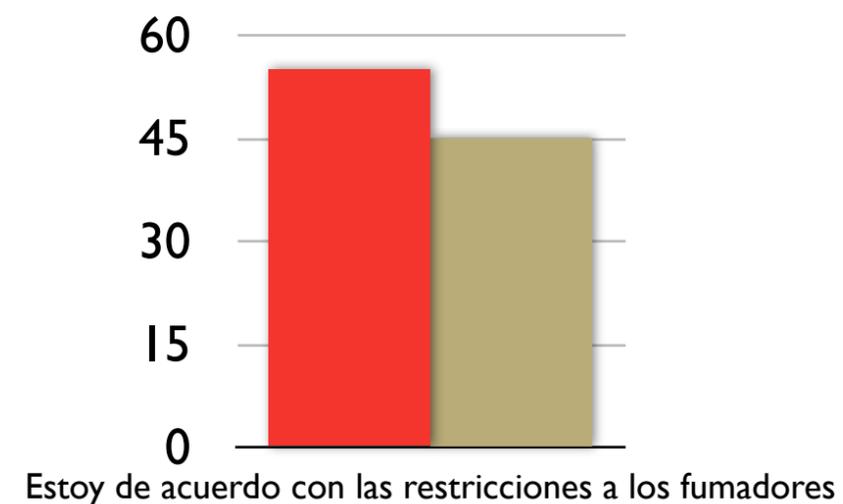
¿Si queremos que la gente empiece a mostrar la cédula a quién debemos hablarle?

Afirman cambiar un comportamiento por un bien general.

Afirman consumir menos alcohol.

■ Mujeres
■ Hombres

Les gusta tener más el control.



¿Si queremos que la gente empiece a mostrar la cédula a quién debemos hablarle?

Afirman cambiar un comportamiento por un bien general.

Afirman consumir menos alcohol.

■ Mujeres
■ Hombres

Les gusta tener más el control.

Aprueban las restricciones que generen bienestar.

¿Si queremos que la gente empiece a mostrar la cédula a quién debemos hablarle?

■ Mujeres
■ Hombres

LAS MUJERES TIENEN LA LLAVE PARA GENERAR UN CAMBIO DE COMPORTAMIENTO MÁS REAL Y TANGIBLE A LA HORA DE MOSTRAR LA CÉDULA.



Reto: Tenemos que hacer que las mujeres sean el ejemplo para sacar la cédula, y de esta forma influenciar a los hombres a que hagan lo mismo espontáneamente. De esta forma esperamos generar movilización de los ciudadanos en aras de construir una consciencia fuerte y eventualmente sea más fácil la exposición de la problemática en la agenda pública del país.

Reto: Tenemos que hacer que las mujeres sean el ejemplo para sacar la cédula, y de esta forma influenciar a los hombres a que hagan lo mismo espontáneamente. De esta forma esperamos generar movilización de los ciudadanos en aras de construir una consciencia fuerte y eventualmente sea más fácil la exposición de la problemática en la agenda pública del país.

Reto: Tenemos que hacer que las mujeres sean el ejemplo para sacar la cédula, y de esta forma influenciar a los hombres a que hagan lo mismo espontáneamente. De esta forma esperamos generar movilización de los ciudadanos en aras de construir una consciencia fuerte y eventualmente sea más fácil la exposición de la problemática en la agenda pública del país.

Barreras: 1. Evitar la burla que se podría llegar a dar en cuanto a género 2. Evadir temas relacionados con la edad de las mujeres por la cédula. 3. Tener cuidado en no menospreciar a los hombres.

Reto: Tenemos que hacer que las mujeres sean el ejemplo para sacar la cédula, y de esta forma influenciar a los hombres a que hagan lo mismo espontáneamente. De esta forma esperamos generar movilización de los ciudadanos en aras de construir una consciencia fuerte y eventualmente sea más fácil la exposición de la problemática en la agenda pública del país.

Barreras: 1. Evitar la burla que se podría llegar a dar en cuanto a género 2. Evadir temas relacionados con la edad de las mujeres por la cédula. 3. Tener cuidado en no menospreciar a los hombres.

Reto: Tenemos que hacer que las mujeres sean el ejemplo para sacar la cédula, y de esta forma influenciar a los hombres a que hagan lo mismo espontáneamente. De esta forma esperamos generar movilización de los ciudadanos en aras de construir una consciencia fuerte y eventualmente sea más fácil la exposición de la problemática en la agenda pública del país.

Barreras: 1. Evitar la burla que se podría llegar a dar en cuanto a género 2. Evadir temas relacionados con la edad de las mujeres por la cédula. 3. Tener cuidado en no menospreciar a los hombres.

Drivers claves: 1. Maternidad (las mujeres tienen un instinto maternal traducido en responsabilidad a los menores). **2. Reconocimiento (status social y prestigio)** 3. Competencia (las mujeres en relación con el trago compiten a ver quién es "mejor mujer"). 4. Compromiso grupal (las mujeres se agrupan más fuerte gracias a una memoria histórica represiva). 5. Tranquilidad (las mujeres representan tranquilidad en los hombres por sus desiciones).

Reto: Tenemos que hacer que las mujeres sean el ejemplo para sacar la cédula, y de esta forma influenciar a los hombres a que hagan lo mismo espontáneamente. De esta forma esperamos generar movilización de los ciudadanos en aras de construir una consciencia fuerte y eventualmente sea más fácil la exposición de la problemática en la agenda pública del país.

Barreras: 1. Evitar la burla que se podría llegar a dar en cuanto a género 2. Evadir temas relacionados con la edad de las mujeres por la cédula. 3. Tener cuidado en no menospreciar a los hombres.

Drivers claves: 1. Maternidad (las mujeres tienen un instinto maternal traducido en responsabilidad a los menores). **2. Reconocimiento (status social y prestigio)** 3. Competencia (las mujeres en relación con el trago compiten a ver quién es "mejor mujer"). 4. Compromiso grupal (las mujeres se agrupan más fuerte gracias a una memoria histórica represiva). 5. Tranquilidad (las mujeres representan tranquilidad en los hombres por sus desiciones).

Reto: Tenemos que hacer que las mujeres sean el ejemplo para sacar la cédula, y de esta forma influenciar a los hombres a que hagan lo mismo espontáneamente. De esta forma esperamos generar movilización de los ciudadanos en aras de construir una consciencia fuerte y eventualmente sea más fácil la exposición de la problemática en la agenda pública del país.

Barreras: 1. Evitar la burla que se podría llegar a dar en cuanto a género 2. Evadir temas relacionados con la edad de las mujeres por la cédula. 3. Tener cuidado en no menospreciar a los hombres.

Drivers claves: 1. Maternidad (las mujeres tienen un instinto maternal traducido en responsabilidad a los menores). **2. Reconocimiento (status social y prestigio)** 3. Competencia (las mujeres en relación con el trago compiten a ver quién es "mejor mujer"). 4. Compromiso grupal (las mujeres se agrupan más fuerte gracias a una memoria histórica represiva). 5. Tranquilidad (las mujeres representan tranquilidad en los hombres por sus desiciones).

Insight: "Cuando las mujeres nos toca sacar la cara, lo hacemos mejor"

Reto: Tenemos que hacer que las mujeres sean el ejemplo para sacar la cédula, y de esta forma influenciar a los hombres a que hagan lo mismo espontáneamente. De esta forma esperamos generar movilización de los ciudadanos en aras de construir una consciencia fuerte y eventualmente sea más fácil la exposición de la problemática en la agenda pública del país.

Barreras: 1. Evitar la burla que se podría llegar a dar en cuanto a género 2. Evadir temas relacionados con la edad de las mujeres por la cédula. 3. Tener cuidado en no menospreciar a los hombres.

Drivers claves: 1. Maternidad (las mujeres tienen un instinto maternal traducido en responsabilidad a los menores). **2. Reconocimiento (status social y prestigio)** 3. Competencia (las mujeres en relación con el trago compiten a ver quién es "mejor mujer"). 4. Compromiso grupal (las mujeres se agrupan más fuerte gracias a una memoria histórica represiva). 5. Tranquilidad (las mujeres representan tranquilidad en los hombres por sus desiciones).

Insight: "Cuando las mujeres nos toca sacar la cara, lo hacemos mejor"

Reto: Tenemos que hacer que las mujeres sean el ejemplo para sacar la cédula, y de esta forma influenciar a los hombres a que hagan lo mismo espontáneamente. De esta forma esperamos generar movilización de los ciudadanos en aras de construir una consciencia fuerte y eventualmente sea más fácil la exposición de la problemática en la agenda pública del país.

Barreras: 1. Evitar la burla que se podría llegar a dar en cuanto a género 2. Evadir temas relacionados con la edad de las mujeres por la cédula. 3. Tener cuidado en no menospreciar a los hombres.

Drivers claves: 1. Maternidad (las mujeres tienen un instinto maternal traducido en responsabilidad a los menores). **2. Reconocimiento (status social y prestigio)** 3. Competencia (las mujeres en relación con el trago compiten a ver quién es "mejor mujer"). 4. Compromiso grupal (las mujeres se agrupan más fuerte gracias a una memoria histórica represiva). 5. Tranquilidad (las mujeres representan tranquilidad en los hombres por sus desiciones).

Insight: "Cuando las mujeres nos toca sacar la cara, lo hacemos mejor"

Rol de la comunicación: Hacer evidente que las mujeres son líderes y solucionan más fácil problemáticas en el país.

Reto: Tenemos que hacer que las mujeres sean el ejemplo para sacar la cédula, y de esta forma influenciar a los hombres a que hagan lo mismo espontáneamente. De esta forma esperamos generar movilización de los ciudadanos en aras de construir una consciencia fuerte y eventualmente sea más fácil la exposición de la problemática en la agenda pública del país.

Barreras: 1. Evitar la burla que se podría llegar a dar en cuanto a género 2. Evadir temas relacionados con la edad de las mujeres por la cédula. 3. Tener cuidado en no menospreciar a los hombres.

Drivers claves: 1. Maternidad (las mujeres tienen un instinto maternal traducido en responsabilidad a los menores). 2. Reconocimiento (status social y prestigio) 3. Competencia (las mujeres en relación con el trago compiten a ver quién es "mejor mujer"). 4. Compromiso grupal (las mujeres se agrupan más fuerte gracias a una memoria histórica represiva). 5. Tranquilidad (las mujeres representan tranquilidad en los hombres por sus desiciones).

Insight: "Cuando las mujeres nos toca sacar la cara, lo hacemos mejor"

Rol de la comunicación: Hacer evidente que las mujeres son líderes y solucionan más fácil problemáticas en el país.

Concepto estratégico: Sacas la cara, saca la cédula.

Las mujeres cuando se les mete un tema en la cabeza, lo hacen porque creen profundamente en ello. Obviando que en los últimos años las mujeres se han destacado en diferentes categorías y disciplinas. Es sabido regionalmente que las mujeres colombianas tienden a ser más “mandonas” o son las más verracas.

Además, ¿los hombres salen a sitios y consumen alcohol con mujeres con qué fin? Logrando que las mujeres saquen siempre la cédula, los hombres harán lo necesario por tener la aceptación de ellas.

“Para comprar alcohol, sacar la cara
es sacar SIEMPRE la cédula”

Fase I Espectativa

A través de redes sociales generaremos un movimiento, donde con influenciadoras, mostraremos cómo han sacado la cara por el país. Adicionalmente, se les pedirá a las cibernautas, que pongan una foto de sólo la cara como foto de perfil.



Fase II Lanzamiento

El día del lanzamiento de la campaña, se hará un especial con la revista Caras, en donde mostraremos historias de mujeres que hayan sacado la cara por el país, y se explicará sobre la importancia de sacar la cédula para comprar alcohol, contando el porqué de la campaña.



#YOSACOLACARA
a la hora de comprar licor

SIEMPRE SACO LA CÉDULA

Para comprar alcohol
SACAR LA CARA
ES SACAR SIEMPRE LA CÉDULA

¿Y tú?
¿Cuándo fue la última
vez que la sacaste?

Cuéntanos en:   #YOSACOLACARA

PROHIBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD
ley 124 de 1994



#YOSACOLACARA
a la hora de comprar licor

SIEMPRE SACO LA CÉDULA

Para comprar alcohol
SACAR LA CARA
ES SACAR SIEMPRE LA CÉDULA

¿Y tú?
¿Cuándo fue la última
vez que la sacaste?

Cuéntanos en:   #YOSACOLACARA

PROHIBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD
ley 124 de 1994

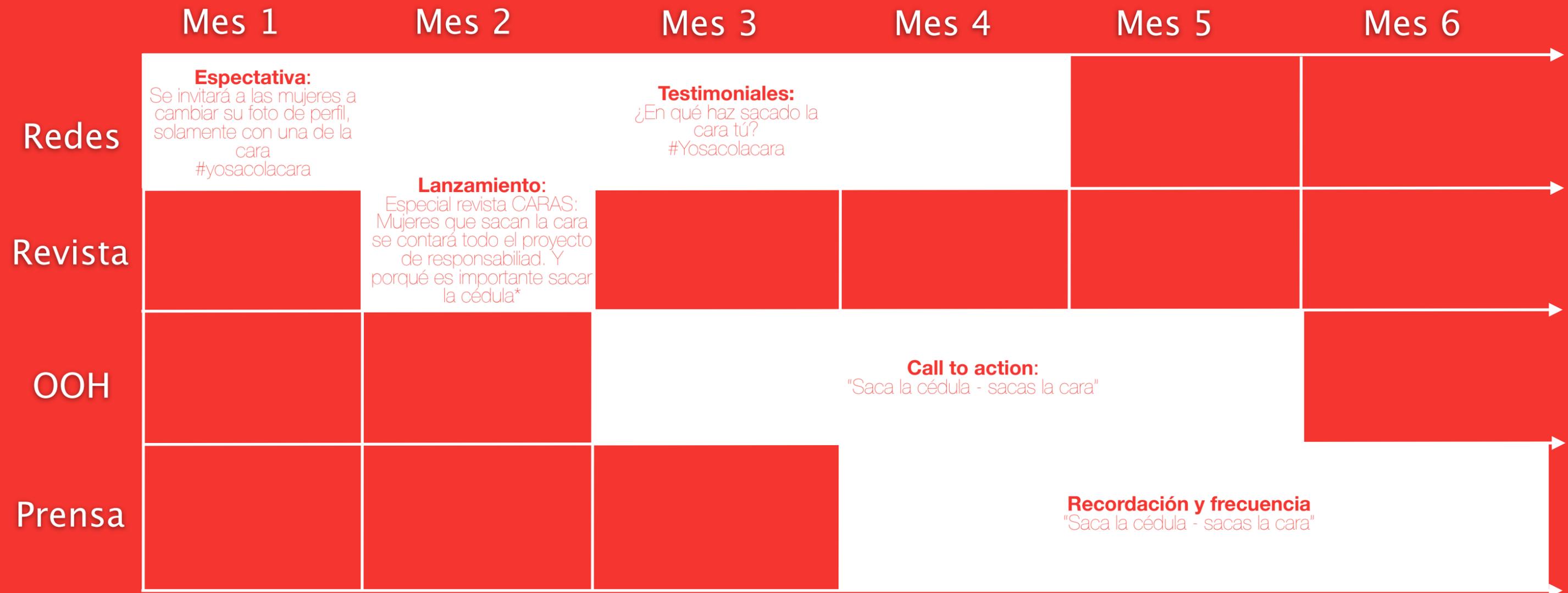


Fase III Mantenimiento

Se evidenciarán las mujeres que sacan la cara y también invitan a sacar SIEMPRE la cédula para comprar alcohol.



Campaña durante 6 meses



*Lo ideal sería plantear el lanzamiento el día de la mujer (Marzo 8)

Resumen

Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.

Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.

Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.



Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.



Idea

Sacar la cédula es también sacar la cara por el país.

Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.



Idea

Sacar la cédula es también sacar la cara por el país.



Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.



Idea

Sacar la cédula es también sacar la cara por el país.



Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.



Idea

Sacar la cédula es también sacar la cara por el país.

Etapas I = Generar conversación sobre un tema relevante en el país



Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.



Idea

Sacar la cédula es también sacar la cara por el país.

Etapas
Etapa I = Generar conversación sobre un tema relevante en el país



Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.



Idea

Sacar la cédula es también sacar la cara por el país.

Etapas
Etapa I = Generar conversación sobre un tema relevante en el país



Etapas
Etapa II = Lanzamiento que genere impacto



Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.



Idea

Sacar la cédula es también sacar la cara por el país.

Etapas I = Generar conversación sobre un tema relevante en el país



Etapas II = Lanzamiento que genere impacto



Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadoras de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.



Idea

Sacar la cédula es también sacar la cara por el país.

Etapa I = Generar conversación sobre un tema relevante en el país



Etapa II = Lanzamiento que genere impacto



Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.



Idea

Sacar la cédula es también sacar la cara por el país.

Etapa II = Lanzamiento que genere impacto

Etapa I = Generar conversación sobre un tema relevante en el país



Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.



Idea

Sacar la cédula es también sacar la cara por el país.

Etapa I = Generar conversación sobre un tema relevante en el país



Etapa II = Lanzamiento que genere impacto



Etapa III = Sostenimiento y materialización de la idea



Resumen

Estrategia:

Sensibilizar a las mujeres como influenciadores de la sociedad para hacer que SIEMPRE saquen la cédula cuando compren bebidas alcohólicas. Y de esta forma, empezar a movilizar a la sociedad sobre un problema que requiere transformaciones de fondo.



Insight

La mujer colombiana ha sacado la cara por el país en múltiples disciplinas y ocasiones.



Idea

Sacar la cédula es también sacar la cara por el país.

Etapa I = Generar conversación sobre un tema relevante en el país



Etapa II = Lanzamiento que genere impacto



Etapa III = Sostenimiento y materialización de la idea



#YOSACOLACARA