



AGENTES DE CAMBIO



Existe una falta de sensibilización por parte de los ciudadanos colombianos para hacer uso de su cédula de ciudadanía al momento de comprar bebidas alcohólicas.

AGENTES DE CAMBIO



Pero qué pasaría si la cédula, además de darles una identidad, se establece como el único requisito para comprar bebidas alcohólicas... Si de verdad se convierte en la única manera de comprar bebidas alcohólicas?



DE CAMBIO



Los jóvenes se hacen pasar por adultos sin contar con un documento, mientras que los adultos evaden presentar su cédula que es lo único que realmente certifica su edad (adultez).





Con licencia para tomar...



TOMA LA DECISIÓN
DE SER UN AGENTE DE CAMBIO

Los colombianos tenemos acceso a bebidas alcohólicas sin restricción, no importa la edad. Por eso haremos que los ciudadanos sean los **agentes reguladores de un cambio de actitud** y hagan uso de su cédula como licencia que les permite el consumo de alcohol.



¿Quiénes son los Agentes De Cambio?

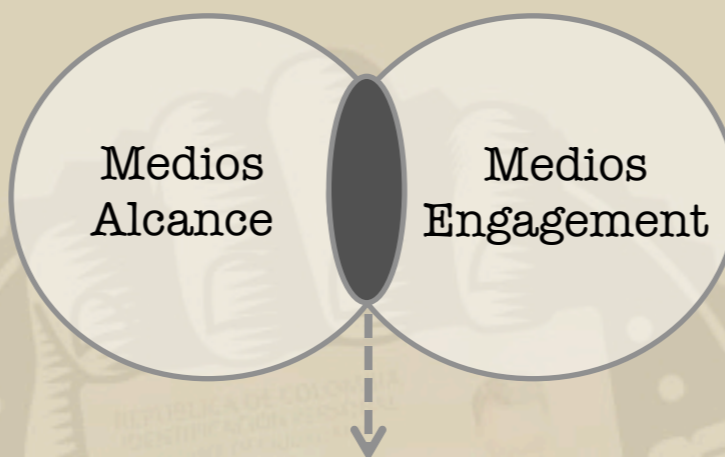


Todos los colombianos mayores de edad, especialmente entre los 20 y los 40 años, consumidores activos y frecuentes de bebidas alcohólicas que están dispuestos a:

- Mostrar su cédula cada vez que compren bebidas alcohólicas.
- Ser conscientes del consumo responsable de alcohol.
- Hacer de esta campaña una oportunidad para dar ejemplo.
- Entender el deber de convertirse en voceros del mensaje.
- Calificar los establecimientos positiva o negativamente según el cumplimiento de esta Ley.
- Hacer uso de los iconos de campaña.



¿Qué vamos hacer?



Vamos a aprovechar un espacio en común donde se unen los medios para que viajen en un 360° logrando una interacción de ambos roles.

Media Rol	Awareness	 <p>Alcance 1+ 70% Alcance 3+ 50%</p>	 <p>Eucoles Nal Minimo 200 Caras Bta</p>	 <p>Alcance 50%</p>
	Engagement	 <p>20% de usuarios activos FB</p>	 <p>Generar un TT (trending topic)</p>	
	Call to action	 <p>3.000.000 Registros 10.000.000 Visitas</p>	 <p>500.000 Descargas</p>	



AWARENESS



TELEVISIÓN

-Soy 65.456.789, Nicolás Gutierrez, con licencia para tomar. Yo ya tomé la decisión de ser Agente de Cambio y evitar el consumo de licor en menores de edad. Sé tu también un Agente de Cambio.

VALLAS

-Vallas de alto impacto mostrando la acción de presentar la licencia.



EUCOL

-El usuario presiona el botón para escuchar un mensaje invitacional a ser Agente de Cambio, llevándolo a una plataforma digital a través de un QR code en donde registraran su cédula si desean reafirmar su compromiso y descargarán un app.



ENGAGEMENT

REDES SOCIALES

-Facebook: tendrá el rol de amplificar. Teniendo en cuenta que actualmente la plataforma cuenta con más de 18 millones de usuarios en Colombia, este espacio generará frecuencia y motivaremos a la interacción y conversación entre los agentes de cambio. Además, podrán invitar a sus amigos a través de un aplicativo a ser participes de la campaña.

-Twitter: acompañamiento constante de campaña donde el usuario hará uso del HT (#licenciaparatomar) cuando sienta de alguna manera involucramiento con el tema.





CALL TO ACTION



WEBSITE

-En este sitio los usuarios tendrán la opción de registrarse y afianzar su compromiso con la campaña. Pueden descargar un app mobile, conocer más de este movimiento y las otras plataformas donde pueden interactuar.

APP MOBILE

-Este les dará acceso a la georreferenciación de los sitios con licencia para tomar (consumo responsable) y calificar los establecimientos que cumplen a cabalidad el objetivo de campaña.



Phasing de campaña

		Medios	Métricas		
Media Rol	Awareness	  	Alcance multimedia 1+ 70% 3+ 50%	Julio Agosto Sept	50%
	Engagement	 	1.000.000 Likers Trending Topic	Julio Diciembre	30%
	Call to action	 	500 000 descargas 3.000.000 Registros 10.000.000 Visitas	Octubre Nov Diciembre	20%

Alcance Multimedia del 60%

* Los porcentajes hacen alusión a la distribución y peso del presupuesto en las diferentes etapas de campaña