

¿ Recuerdan que querían hacer cuando por fin cumplieran 18 ?

# Tener Cédula para...

Tomar **Tener Cédula para...** Comprar un Trago  
de **Ir al Bar** No depender de mis Padres  
de **Moda** Mi Primer Trabajo **Mi Propio \$\$\$**  
Sacar el pase mayor de **edad** sin Problema  
Sacar mi Primer Préstamo para Carro  
Votar y poder elegir a quien quiero



Queríamos la **Cédula** para  
hacer lo que **NO Podíamos**



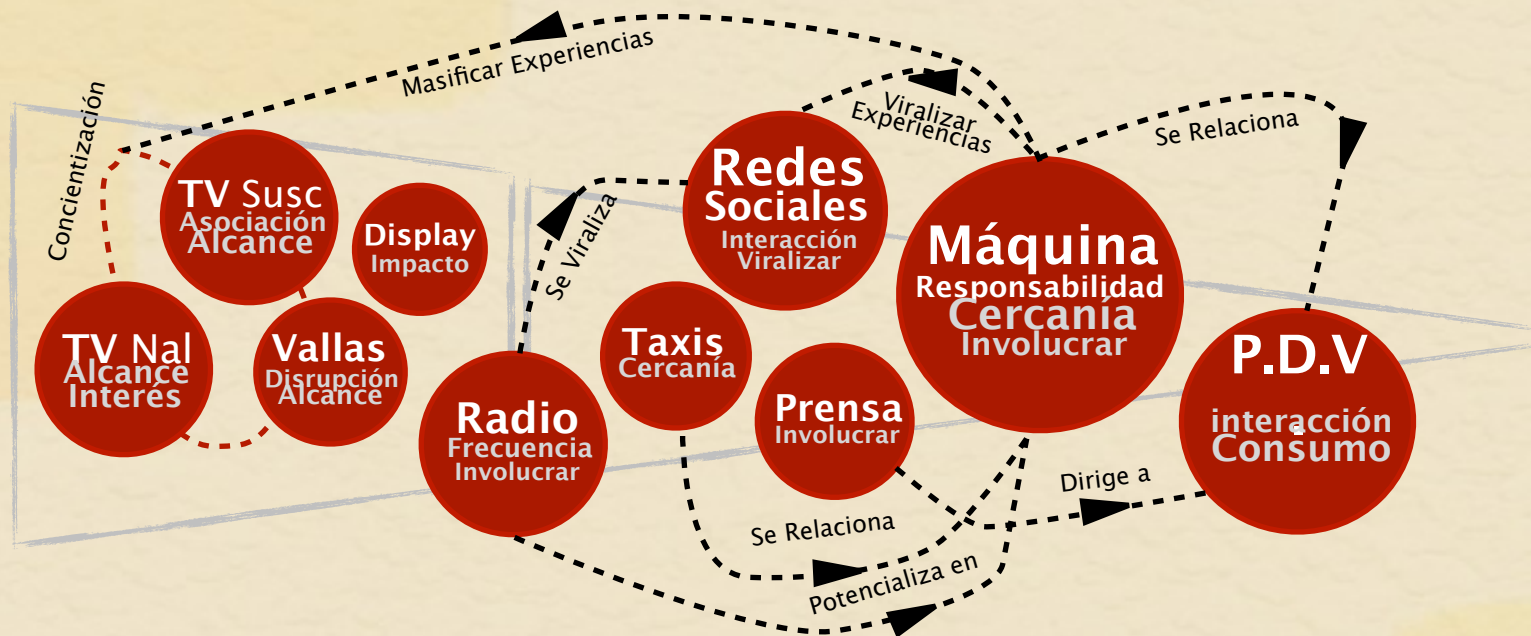
“Ahora que **la Tengo** me doy cuenta que sólo es un **Papel** que **Sirve** para temas legales y **Nada Divertidos**”

Hagamos que **La Cédula** tenga un **Uso Divertido**



## Nuestro Concepto





La "Máquina Responsabilidad" permea la estrategia de comunicación en su totalidad

Conocer
+
Conectar
=
Comprometer

Incrementar Conocimiento
Cambiar de Percepción
Crear un Hábito

\* MediADN: Metodología que permite integrar de forma lógica y eficiente los puntos de conexión sobre los cuales se apalanca la estrategia de comunicación





## “Máquina Responsabilidad”

la **primera máquina** dispensadora de alcohol que funciona presentando la **Cédula**

Ésta, la ubicaremos en bares y tiendas cercanas a lugares de consumo. Para activarla, las personas deberán pararse frente a la pantalla y esta les pedirá la cédula; la muestran y al hacerlo seleccionan el trago que desean.

Para restringir e incentivar al **consumo responsable** tendremos un límite de tragos por cédula presentada.

Durante la transacción pediremos al usuario compartir su experiencia en twitter a través del hashtag **#Soymás18** para amplificar la mecánica.



## En Medios tradicionales la **amplificaremos...**

En alianza con los principales medios de comunicación desarrollaremos celebraciones en las que se evidencien las ventajas de usar la cédula. Con esto queremos que empleen sus redes y nos sirvan como voceros de marca.



Generando free press en televisión nacional y alianzas con Tv por cable (discovery channel: cómo construyeron la máquina, etc) generando contenido.

**Prensa**



Con avisos de prensa que invitan a las personas a ir a lugares donde está la máquina. Éstos, contarán con un desprendible que servirá como manilla para entrar al lugar.

Los periódicos serán distribuidos de manera geolocalizada para llegar a diferentes NSE.

Vallas con contadores que muestran las personas que se han unido a la alianza.



**OOH**

**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO

## ...Y tendremos otras tácticas...

Un aplicativo en facebook que reúne las fotos de la persona desde el día que cumplió 18 años y arma un mosaico de su cédula. El movimiento en redes será soportado por gestores de contenidos e infiltrados.



Taxis



Display



Banners en las páginas de domicilios de alcohol, supermercados y grandes superficies.

Alianzas con bares y empresas de taxis para que las personas puedan pedir carros con las cédulas y ser llevados a sus hogares.

**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO





## EL RETO

Lograr cambiar los hábitos de consumo de las personas cuando se trata de comprar alcohol con la cédula.

## LA IDEA

Que la cédula de ciudadanía se convierta en algo divertido cambiando la percepción sobre ésta.

## ESTRATEGIA

Crear la primera máquina dispensadora de alcohol que funciona al presentarle la cédula, buscando una sinergia de medios que gira en torno a ésta, donde tv servirá para generar contenido; redes sociales, prensa y radio para viralizar e involucrar al target y la actividad en sí, que buscará inculcar un nuevo hábito de consumo.

