

**...TUS ACCIONES SE VUELVEN HÁBITOS,  
TU HÁBITOS SE VUELVEN VALORES,  
TUS VALORES HACEN TU DESTINO.**

**MAHATMA GANDHI\***

\*Tomado de: <http://www.goodreads.com/quotes/tag/habits>

**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO

# SITUACIÓN

Los colombianos no nos preocupamos por el consumo precoz de alcohol en los menores de edad. Necesitamos poder regular el procedimiento de la adquisición de bebidas alcohólicas y así prevenir que los menores de edad no las consuman.



# RETO

Consolidar un CAMBIO DE HÁBITO EN LOS ADULTOS, mostrando su cédula en el momento de comprar bebidas alcohólicas, sin generar molestia ni que se sientan forzados a hacerlo. Creando conciencia que sólo los adultos pueden consumir bebidas alcohólicas.



# SOLUCIÓN

Cambiar la percepción negativa en el momento de mostrar la cédula cuando se compran bebidas alcohólicas, haciendo que sea un hábito natural. Asociando la cédula como un elemento necesario que te da acceso a la diversión y pasarla bien.

# ¿CÓMO?

Evidenciando que la cédula es necesaria para adquirir algo que queremos. Logrando crear un momento en el cual es natural presentar la cédula para comprar bebidas alcohólicas, demostrando que no hacerlo es incurrir en un error social, es decir "hacer el oso" y para evitarlo hay que presentar la cédula.



# INSIGHTS

**SITUACIÓN:**  
Con la cédula de ciudadanía tu mundo se abre a nuevas posibilidades, derechos y responsabilidades.

# GRAN IDEA

CONCEPTO CREATIVO

**CONSUMIDOR:**  
"Me gusta salir, celebrar con mis amigos y pasar un buen rato. Soy autónomo y tengo libertad para escoger mis planes."

**SINO  
CEDULA**

**NO HAY  
PLAN**

# TV

(Disparador de campaña)

Realizar un comercial para generar identificación a través del uso del humor en el público.

Hay un grupo de amigos (alrededor 28 años). Uno de ellos va a pagar un ron y el tendero le pide la cédula. El se molesta y se convierte en un oso gigante. Los amigos lo miran y le dicen, "¡Qué oso! para comprar el ron hay que mostrar la cédula y ya" una voz en off dice: "Recuerda que Sin Cédula, No Hay Plan."

Al final sale: #QueOso seguido de otra pantalla con la URL [www.sincedulanohayplan.com](http://www.sincedulanohayplan.com)



# RADIO

(Disparador de campaña)

Realizar una Cuña.

Una mujer joven pregunta a otra, "¿Qué le paso a tu amigo peludo ayer?" y la amiga responde "Es que no mostró la cédula, para comprar una cerveza y se volvió un osito" la amiga responde con risa y dice "¡Qué oso!". Una voz en off dice: No dañes la salida, porque sin cédula no hay plan. Para saber más, ingresa a [www.sincedulanohayplan.com](http://www.sincedulanohayplan.com)

**SIN CEDULA**  
**NO HAY PLAN**

**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO



# BTL

(Guerrilla)

Vamos a repartir destapadores con forma de cédula en lugares de alto tráfico en la ciudades y en puntos de venta de bebidas alcohólicas. Estos destapadores tienen un QR Code que los llevan al portal web y entran a vivir la experiencia digital. Además, utilizaremos material retail de apoyo (rompetráficos) con el mismo mensaje en los puntos de venta durante toda la campaña.



## REDES SOCIALES



Con el #QueOso hay un seguimiento de los puntos de venta dónde no pidan cédula, preguntaremos ¿cuál sitio no pide cédula?, de esta manera apoyaremos a la Alianza +18 con el reporte de los establecimientos que cumplen y así comprometemos al usuario con la campaña.

(Sostenimiento)



Habrá un fanpage con contenidos sobre la importancia de presentar la cédula como responsabilidad social, para proteger a los menores de consumir alcohol precozmente.

**SIN CÉDULA**  
**NO HAY PLAN**

**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO

# PORTAL WEB

WWW.SINCEDULANOHAYPLAN.COM

(Eje Principal)

Por medio de una plataforma web se generará una experiencia digital de aprendizaje a través de un juego.

1. Al ingresar al sitio se pide al usuario hacer una grabación con la webcam de 5 segundos y decir si es hombre o mujer.

Después empieza una historia en primera persona (cámara subjetiva). La historia relata la salida de unos amigos yendo a comprar cervezas (incluido el usuario), en ese momento al usuario le piden la cédula, y responde que el (o ella) ya es mayor de edad.

La cámara enfoca un espejo y el usuario se ve reflejado (el vídeo de 5 segundos) pronto se transforma en un oso, y sus amigos le dicen, "¡Que oso! para comprar cervezas hay que mostrar la cédula." Luego aparece el logo de la campaña. Sin cédula no hay plan.

2. Se inicia un juego, el usuario que se convirtió en oso, tiene que encontrar su cédula para salir con sus amigos. Dependiendo del tiempo en que lo haga tendrá más puntaje.

3. Cuando termina puede comparar todos los puntajes con las personas que jugaron y compartirlos en las redes sociales.



**SIN  
CEDULA  
NO HAY  
PLAN**

**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO



# APP

Sólo los adultos pueden descargar este app con un filtro de edad. Es una herramienta para publicar los puntos de venta de todos los comerciantes de Alianza +18, allí las persona podrán encontrar el establecimiento más cercano. También podrán hacer pedidos a domicilio de los productos más populares, tan solo presionando el botón del producto que quieren. El domicilio funciona con geolocalización y se hace la venta presentando la cédula.



**SINO  
CEDULA  
NO HAY  
PLAN**

**+A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO



# TIMELINE

MEDIOS	1	2	3	4	6	7	COSTOS*
TV	█						500.000.000
RADIO		█					100.000.000
BTL			█				120.000.000
PORTAL WEB			█				300.000.000
REDES SOCIALES	█						300.000.000
APP					█		100.000.000
RETAIL	█						80.000.000

**TOTAL: 1.500.000.000\***

\* PESOS COLOMBIANOS

**SIN  
CEDULA**  
**NO HAY  
PLAN**

**A18**  
ALIANZA MÁS DIECIOCHO

# ¿QUÉ ES SIN CÉDULA NO HAY PLAN?

Es una campaña cuyo objetivo es prevenir a los menores del consumo precoz de bebidas alcohólicas a partir de una responsabilidad social de los adultos, mostrando sin molestias la cédula de ciudadanía.

Así creamos un concepto que involucra a los Colombianos, "Sin Cédula No Hay Plan" y desarrollamos un planteamiento estratégico que asocia el no tener el hábito de presentar la cédula en el momento de comprar bebidas alcohólicas con una vergüenza social o "hacer el oso".

De esta manera implementamos un plan de medios integral enfocado a la innovación creativa y tecnológica durante 6 meses con un presupuesto de \$1.500.000.000.00

Al terminar el usuario puede compartir el video en Facebook.



**SIN  
CÉDULA  
NO HAY  
PLAN**