



un mundo limpio

Biciclaje Perú



EL PROGRAMA

La campaña **Biciclaje** recolectó botellas PET de Maltin Power para reciclarlas y convertirlas en bicicletas. Estas bicicletas fueron donadas a los niños de la comunidad de Ccoñamuro que debían caminar largas distancias a la escuela.

EN CONTEXTO

Los niños de la comunidad de Ccoñamuro tenían bajos niveles nutricionales y tenían que caminar de 3 a 8 km todos los días para llegar a la escuela. Como consecuencia de ello llegaban cansados y sin ganas de estudiar o no asistían al colegio.

Por otro lado, Maltin Power buscaba interesar a padres y estudiantes en el reciclaje, así como generar un vínculo de la marca con los “teens”.

Sobre este último punto, sabíamos que uno de los intereses de este público son las campañas de ayuda social, lo que nos permitió generar un espacio perfecto de convergencia.

LA ESTRATEGIA

La estrategia consistió en vincular a la marca con los teens a través de un passion point alternativo: las campañas sociales. Para ello el proyecto **Biciclaje** buscó interesarlos en reciclar con un fin social: mejorar la calidad de vida de los niños de la comunidad de Ccoñamuro facilitándoles el acceso a la escuela a través de la donación de bicicletas.

LA SOLUCIÓN / LA EJECUCIÓN

Con el objetivo de contribuir a la educación de los niños de bajos recursos, y conectar con los jóvenes consumidores de la marca, Maltin Power decidió lanzar la campaña **Biciclaje**. En esta campaña se animó a los jóvenes a recolectar botellas de plástico de Maltin Power que luego serían recicladas y convertidas en bicicletas. Para promover la participación de los jóvenes se implementaron juegos online, menciones en programas de televisión, avisos en vallas, entre otros. Asimismo, se realizó un engagement con líderes de opinión para que promuevan la campaña en redes sociales.



Las botellas fueron acopiadas en centros educativos privados y en supermercados a nivel nacional. Luego de la recolección del material se produjeron bicicletas de PET reciclado que fueron donadas a los niños de la comunidad de Ccoñamuro en Cusco, para que lleguen al colegio más rápido y con más energías para aprender y prestar atención.

EQUIPO DE TRABAJO

Backus

ONG Fe y Alegría.

Colegio de la Comunidad de Ccoñamuro

RESULTADOS

73,098 botellas recicladas
(+ 41,098 botellas vs. objetivo)

Se impactó al 50% del total del público objetivo establecido para las menciones del programa en medios televisivos (+1% vs. objetivo).

45,866 visitas a la página web (+9% vs. objetivo)

63,613 interacciones en Facebook
(+164% vs. objetivo)

86% de Net Sentiment (Campaña anterior: 20%)

PEN 77,166

LECCIONES APRENDIDAS

Las madres de familia deben ser consideradas también como un público objetivo importante en estas campañas ya que se lograron resultados significativos con ellas.

PRÓXIMOS PASOS

Implementación del proyecto **Biciclaje 2**.

Asimismo, la marca incluirá el reciclaje como parte de su estrategia de acción en los próximos años.

SITIOS WEB RELACIONADOS

www.maltinpower.com.pe



*Quando ellos prosperan,
nosotros también.*

