



**NUMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍA/S:**  
Nº 13 Campaña general digital. Web, SM y comunicación digital móvil.

**TÍTULO DEL PROGRAMA:**  
Huellas de Extinción

**NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN:**  
WWF Chile

**DEPARTAMENTO DESARROLLADOR DEL PLAN:**  
Agencia Inbrax

**PERSONAS RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN:**  
Carolina Pinheiro (CEO, Inbrax), Daniel Alvarez (Coordinador de recaudación de fondos en WWF Chile)

**PROPÓSITO DEL PROGRAMA:**

*Concientizar y educar a la comunidad chilena sobre la realidad de la extinción de los animales, dando la oportunidad de revivir a estos y compartir con ellos vía la tecnología de realidad aumentada.*

Inicio: 15-02-2021 Término: 15-03-2021



## 1.- INTRODUCCIÓN (PLANTEO Y DIAGNOSTICO)

De las 8.300 razas de animales conocidas, un 08% están extintas y el 22% están en peligro de extinción, debido a diversas causas y en especial a cómo el ser humano ha impactado en sus ecosistemas.

WWF Chile trabaja para proteger los ambientes terrestres, aéreos y marinos, y lucha cada día para reducir el impacto y concientizar sobre lo importante que es tomar acciones hoy, para que disminuyan los riesgos para todos los animales.

Actualmente existen 664 razas de animales extintas y muchas personas no son conscientes de lo importante de ello, de la influencia humana dicho número o del impacto que traerá para nosotros mismos en un futuro.

El escenario mundial de la lucha contra el COVID-19, ha sido un llamado de atención para replantear la relación del ser humano con la naturaleza y el medio ambiente, hoy urge una reflexión que nos haga tomar conciencia en torno a nuestro impacto y cómo apoyamos la mitigación de éste.

KPI's:

- Concientizar sobre el cuidado de los animales y el planeta.
- Desarrollar un formato de captación de base de datos.
- Lograr más de 18.000 visitas en la web.



## 2.- PROPUESTA/ENUNCIADO DE CAMPAÑA (ESTRATEGIA)

La tecnología ha sido muy importante para el desarrollo de la sociedad, sin embargo, muchas veces se ve de forma negativa el impacto que tiene a grandes rasgos. WWF Chile vio esto como una oportunidad y utilizó la realidad aumentada para traer de vuelta a animales icónicos que estaban extintos, o a punto de extinguirse en la actualidad.

En plena cuarentena, WWF Chile lanzó una experiencia web mobile llamada “Huellas De Extinción”. El sitio [www.huellasdeextincion.cl](http://www.huellasdeextincion.cl) dio la oportunidad de revivir a estos animales y compartir con ellos a través de la tecnología de realidad aumentada, donde el usuario podía elegir entre las historias del PÁJARO DODO, la PANTERA NEBULOSA y el ALCA GIGANTE. El usuario pudo conocer más sobre estos animales emblemáticos; qué comían, cómo vivían o cuál era su hábitat natural. Para acceder, el usuario debía entregar los datos de contactos a WWF Chile y así ser impactado por comunicaciones de la ONG (opt in), con el fin de concientizar a la gente y que eventualmente se hicieran socios.

## 3.- DESARROLLO/EJECUCIÓN DEL PLAN (TÁCTICAS Y ACCIONES)

El proyecto fue lanzado a través de redes sociales, vía pública, RRPP y medios de comunicación.

Consideró formatos outdoor con códigos QR para que las personas pudiesen acceder a la experiencia de realidad aumentada a través de sus smartphones, estén donde estén, en la web [www.huellasdeextincion.cl](http://www.huellasdeextincion.cl)

El sitio web daba la posibilidad de traer de vuelta a estos animales a través de realidad aumentada, logrando que virtualmente convivan entre nosotros. De esta forma se buscaba impactar y concientizar a las personas para que aporten a WWF Chile y juntos sigamos luchando por disminuir los riesgos que están acabando con diversas especies de animales.

Además, a través de la interacción entre personas y animales extintos, podía cada uno usar su creatividad y compartir este contenido en sus redes sociales para amplificar el mensaje y la experiencia mobile “Huellas de Extinción”.



#### 4.- RESULTADOS Y EVALUACIÓN

Durante el mes de duración de esta campaña, la web contó con 28.746 visitantes y 14.750 usuarios efectivos, de los cuales lograron 489 leads, con una tasa de conversión del 3,3%.

HUELLAS DE EXTINCIÓN captó la atención de la prensa nacional e internacional, logrando más de 60.000 USD de earned media, con más de 10 millones de audiencia total y más de 15 millones de interacciones con el desarrollo de realidad aumentada.

