



HUELLAS DE EXTINCIÓN

NÚMERO 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

PREMIOS
EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

INTRODUCCIÓN (PLANTEO Y DIAGNÓSTICO).

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.

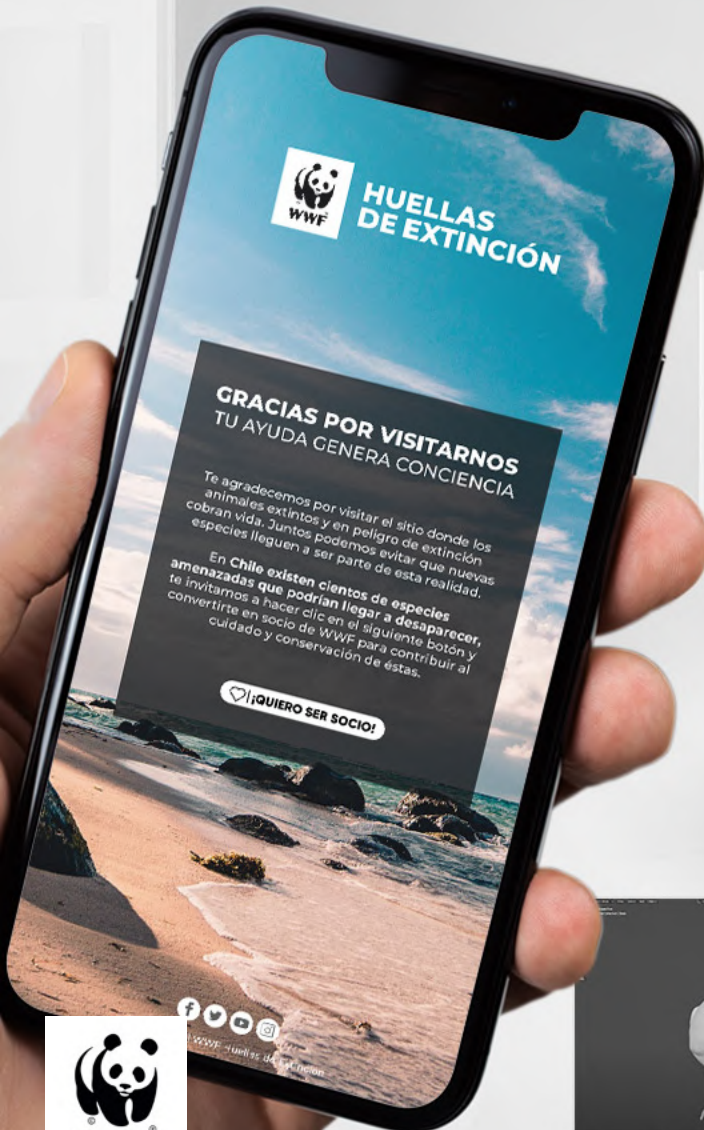
- Concientizar sobre el cuidado de los animales y el planeta.
- Desarrollar un formato de captación de base de datos.
- Lograr más de 18.000 visitas en la web.



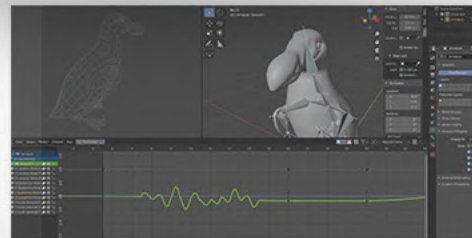
PROPUESTA/ENUNCIADO DE CAMPAÑA (ESTRATEGIA)

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.

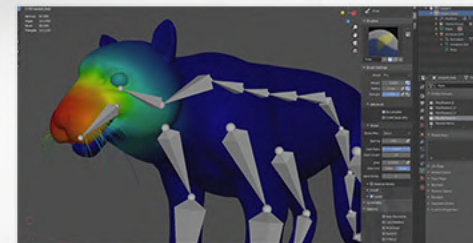
En plena cuarentena, **WWF Chile** lanzó una experiencia web mobile llamada "**Huellas De Extinción**". El sitio www.huellasdeextincion.cl dio la oportunidad de revivir a estos animales y compartir con ellos a través de la tecnología de realidad aumentada, donde el usuario podía elegir entre las historias 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.



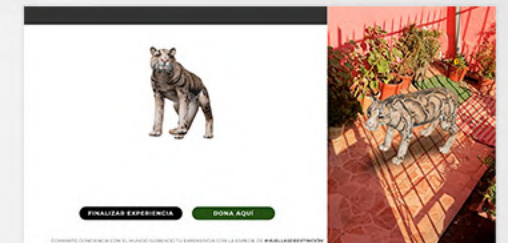
Desarrollo de la especie extinta.



Animación para darle vida.



Flujo de movimiento



Funcionamiento en la APP.



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**

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**".



DIGITAL MEDIA



PR

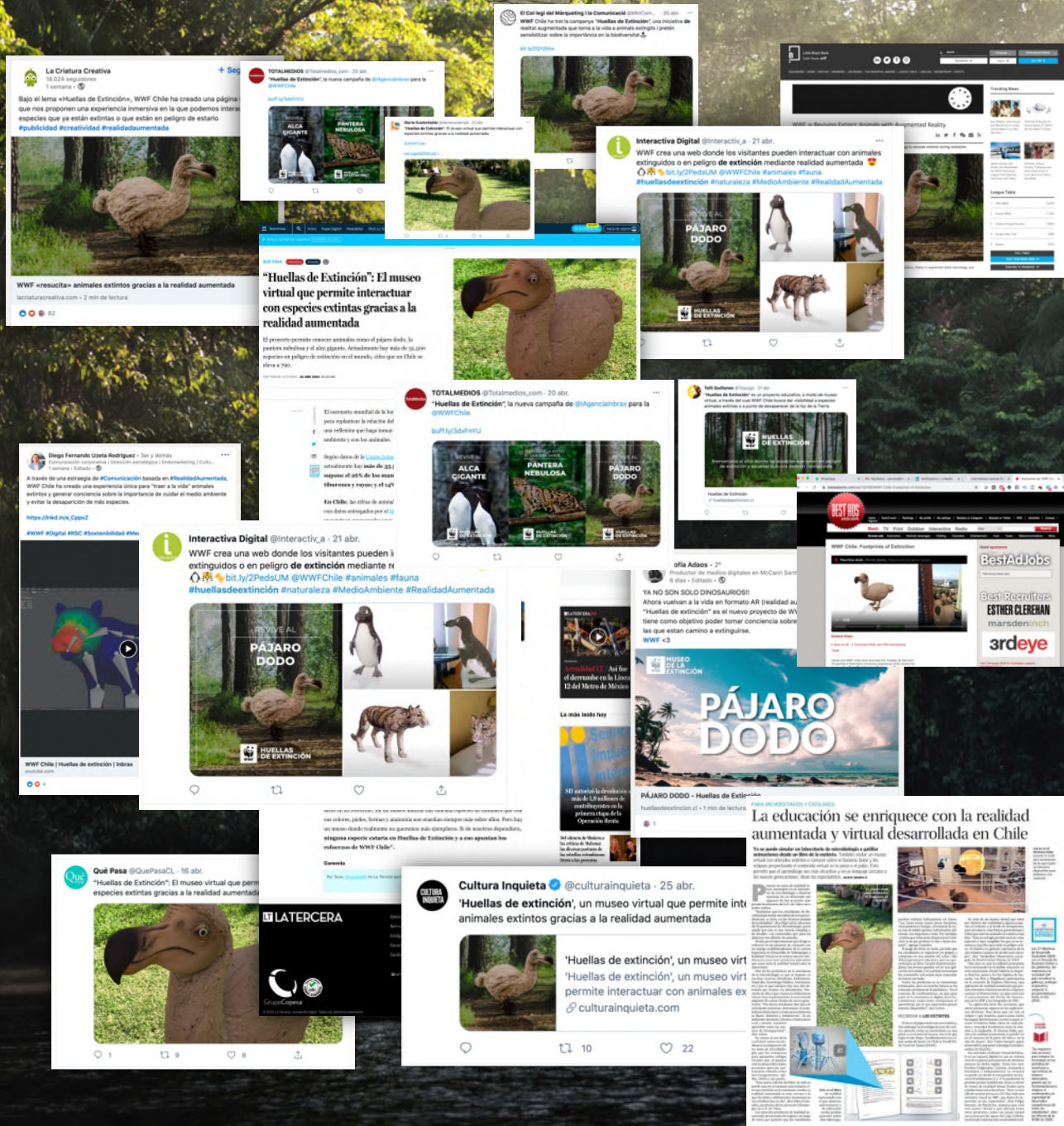


OOH



SOCIAL MEDIA





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.

+60.000
USD EARNED
MEDIA

+28.000
VISITANTES ÚNICOS A
LA WEB

+10.000.000
AUDIENCIA TOTAL DE CAMPAÑA

+15.000.000
INTERACCIONES CON LOS
ANIMALES EN AR





[Click aquí para ver el videocase](#)



HUELLAS DE EXTINCIÓN

NÚMERO 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

PREMIOS
EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL