

ecovidrio
ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO



Propuesta Programa Activación Jóvenes Andaluces

Abril 2014



Objetivos del programa

1. **Concienciación** sobre la necesidad y beneficios del reciclado de vidrio
2. **Activar al público joven**, lo que significa: conseguir que se incremente el volumen de vidrio reciclado entre este público

ESTRATEGIA

Diversión

Mientras me divierto, demuestro mi compromiso social con el medioambiente.

Y obtengo un

Retorno directo

Estrategia: Comunicación



The fun theory, gamificación, etc.

<https://www.youtube.com/watch?v=cbEKAwCoCKw>

Estrategia: Comunicación

Retorno directo:

Establecer un sistema bidireccional de beneficio colectivo que nos permita:

- Ofrecer un incentivo concreto conseguible en la medida que se recoge más vidrio (p.e. + vidrio = + fibra óptica en el campus, = Nuevo vestuarios deportivos, etc.), que reconoce inmediatamente el esfuerzo.
- Fomentar la participación grupal
- Centrarnos en el público universitario (228.239 alumnos andaluces, 6.200 extranjeros y 25.789 personal universitario), como embajadores ejemplo y motor de la sociedad



UNIVERSIDAD	HOMBRES	MUJERES	TODOS
ALMERÍA	4.824	6.798	11.622
CÁDIZ	9.565	11.554	21.119
CÓRDOBA	7.670	8.973	16.643
GRANADA	22.122	29.496	51.618
HUELVA	5.046	6.317	11.363
JAÉN	6.617	7.621	14.238
MÁLAGA	16.115	19.343	35.458
P. OLAVIDE	4.278	5.893	10.171
SEVILLA	29.296	32.911	62.207
ANDALUCÍA	105.533	128.906	234.439

PROGRAMA DE ACCIONES

- Participa en :



Cada universidad andaluza, competirá a lo largo de 3 semanas para conseguir reciclar el mayor volumen de vidrio posible con el fin de llegar al reto establecido de forma personalizada a cada una de ellas.

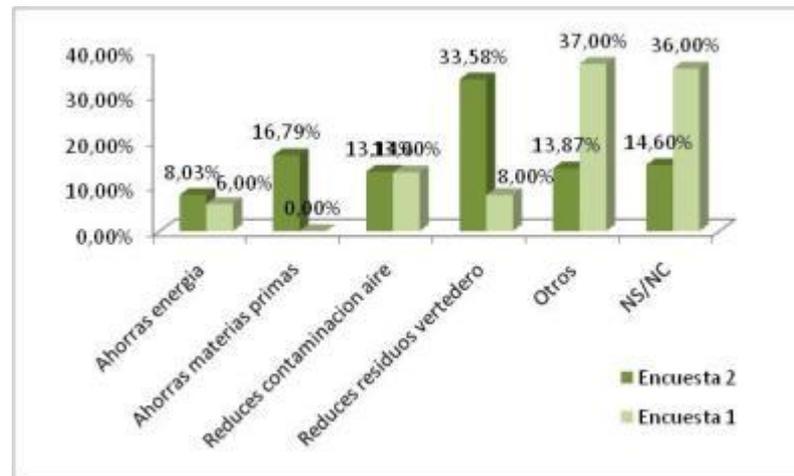
En base a experiencias anteriores conocemos cual es la cantidad que se recicla en un campus en función del número de alumnos que este tiene (actualmente 0,222gr x alumno).

Por tanto, multiplicando la cantidad que se recicla por el número de alumnos de un campus se fija el objetivo. Por ejemplo si un campus tiene 5.000 alumnos su reto sería llegar a reciclar 1.110 kgs.

Si pasadas las tres semanas se consigue el objetivo establecido en numero de botellas, la universidad que en mayor porcentaje supera su objetivo consigue el premio valorado en 10.000€ sugerido por los propios alumnos (sus sugerencias surgen a partir de una encuesta que refleja los deseos de los jóvenes).

- Sumario:
- Antes de iniciarse la campaña se realiza una encuesta entre los universitarios para profundizar en sus hábitos de reciclado y determinar que premios valorarían más recibir a cambio de su participación reciclando.
- Al acabar la acción volveremos a preguntar para poder observar las mejoras obtenidas, que hasta la fecha han sido notables.
- Evolución de actitudes:

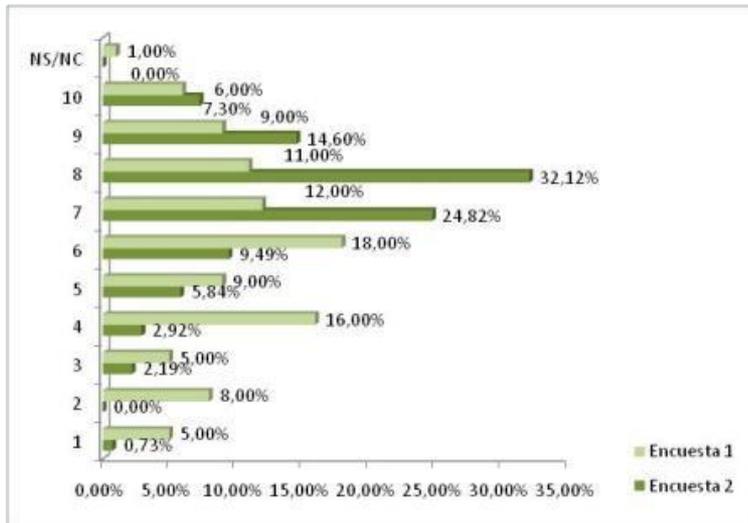
¿Por qué reciclas?



Tras el desarrollo de las campañas los motivos por los que se recicla están más definidos en concordancia con los argumentos de Ecodivrio.

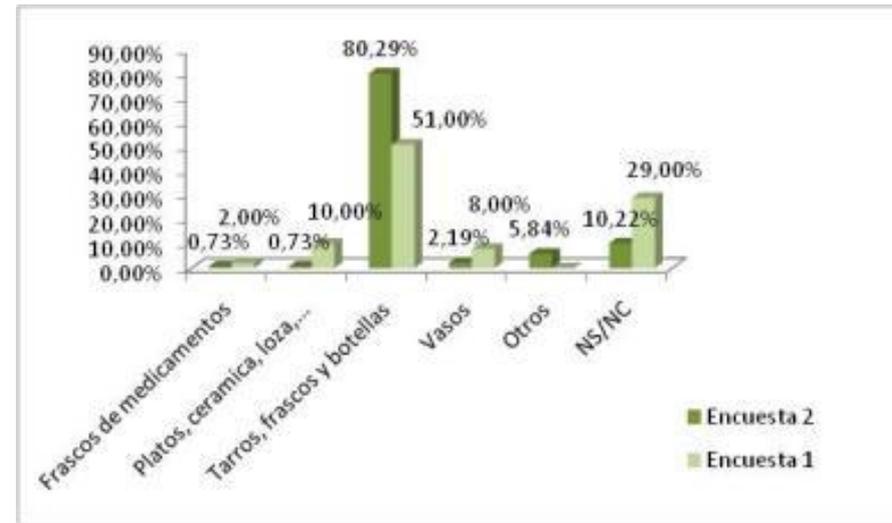
- Sumario: Encuestas
- Evolución de actitudes: (Cont.)

¿Que importancia tiene para ti el reciclado?



Tras la campaña el 78,83% de los encuestados valoran con 7 o más el nivel de importancia de reciclar sobre el 38% antes de la campaña (un 207% más)

¿Que reciclas en los contenedores de vidrio?



La campaña informativa realizada a ayudado a mejorar el conocimiento sobre que material reciclar en un 157%

Programa de acciones

- Sumario:



Dentro de redes sociales se reflejará la evolución de resultados, animando a participar e incentivando. Las frases de la suerte serán un apoyo en el mantenimiento de interés y fomentar la participación.



Se desarrolla una campaña informativa y de comunicación micro segmentada.



Un comando de embajadores de la marca dinamizará en los momentos clave la acción. Y en función del volumen de recogida / participación.



Se ubican contenedores especiales en los puntos calientes acordados



A medida que se introduce el vidrio, además de los puntos obtenidos, diferentes mensajes aparecerán en el display, emulando las galletas de la suerte.

Programa de acciones

En cada universidad elegida la acción se desarrollara de la siguiente forma:
Colocaremos el contenedor con el contador en un sitio estratégico con transito habitual de público que escogeremos junto con cada Universidad.

A lo largo de las 3 semanas estaremos 2 días a la semana en el campus para animar y recordar a los alumnos a traer vidrio:

- Primer día: Presentación Vidrio Games a los alumnos y entrega de bolsas para traer vidrio a lo largo de las 3 siguientes semanas.



Programa de acciones

- 2 días a la semana: Presencia en el campus entregando “merchandising” para incentivar a los alumnos que traigan vidrio.



- Momento regalo: A lo largo del mes, se darán premios de mayor valor (cofres experiencia) para incentivar el reciclado.



Programa de acciones

- Comunicación en aulas y campus:



- Redes sociales:



Programa de acciones

- La intención es fomentar / mantener vivo el esfuerzo y en la medida de lo posible conseguir la proactividad de los jóvenes.



Video proactivo: "The vidrio games: el trayecto del vidrio"

<https://www.youtube.com/watch?v=jLHAeaAKrPg>

Programa de acciones

Cierre campaña

- A medida que cada universidad acaba su participación en los Vidrio Games se publicarán los resultados obtenidos.
- Una vez finalizada la campaña se comunicará el ganador mediante un acto oficial en la Universidad donde se haría especial hincapié al concepto “Cada vez que recicles obtienes algo” y la participación de los jóvenes.



Programa de acciones

- Propuesta de Calendario tipo:

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
1	2	3	4	5
INSTALACION CONTENEDORES	JORNADA INFORMATIVA		ANIMADORES MAÑANA	
6	7	8	9	10
ANIMADORES TARDE		ANIMADORES MAÑANA		
11	12	13	14	15
	ANIMADORES TARDE		JORNADA INFORMATIVA	FIN DEL RETO

HORARIO JORNADA INFORMATIVA: 10:00 A 18:00
HORARIO MAÑANA: 10:00 A 15:00
HORARIO TARDE: 14:00 A 19:00

Los días previos al arranque en la universidad, se instalará el contenedor en el lugar acordado, el cual necesita toma eléctrica.

La universidad informara a lo largo del mes en el caso de que el contenedor se llene y los animadores no lo hayan detectado en alguno los días que acuden a la universidad.

Programa de acciones

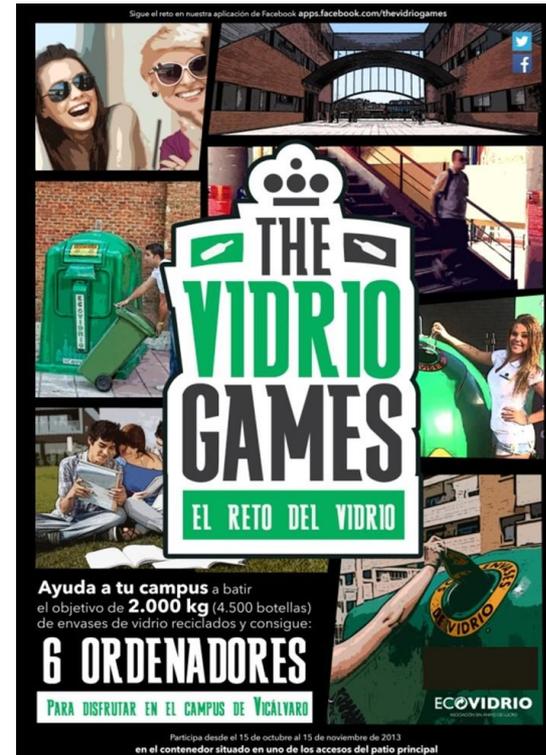
- La implementación de la acción para concentrar inversiones y maximizar la efectividad de las mismas, se realizará de forma conjunta en todas las universidades de manera que las 3 primeras semanas competirían 2 universidades y en las 3 siguientes poder competir otras 2, para saber cual de las 4 consigue el premio final por ser la universidad que más ha reciclado. El resto obtendría el reconocimiento oficial de universidad implicada con el reciclado.
- Propuesta de Universidades a implicar inicialmente:

OCTUBRE/NOVIEMBRE 2014

- Universidad de Cádiz
- Universidad de Córdoba
- Universidad de Granada
- Universidad de Málaga

Programa de acciones

- Material de comunicación



Cartel y línea grafica de campaña



Contenedor Arcade

Programa de acciones

- Material de comunicación



CAJAS EXPERIENCIAS



MERCHANDISING



BOLSAS RECICLADO

Programa de acciones

- Material de comunicación de la Universidad: Apoyo en los soportes propios de la universidad que se acuerden (web, pantallas gigantes, grupos de trabajo, profesorado, etc...) tanto de cartelería, como videos de ecovidrio:



<https://www.youtube.com/watch?v=oFPLncjeSk8>

Gracias