

VIERNES 29 DE NOVIEMBRE



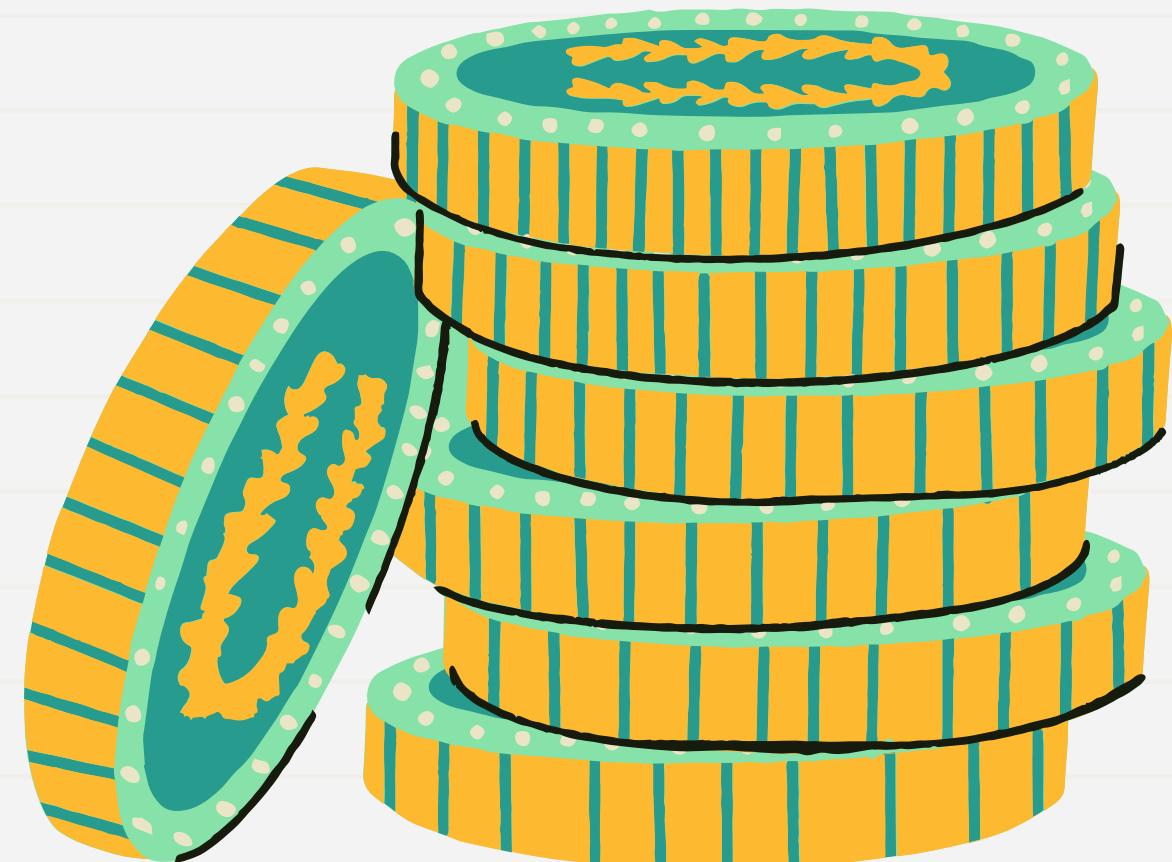
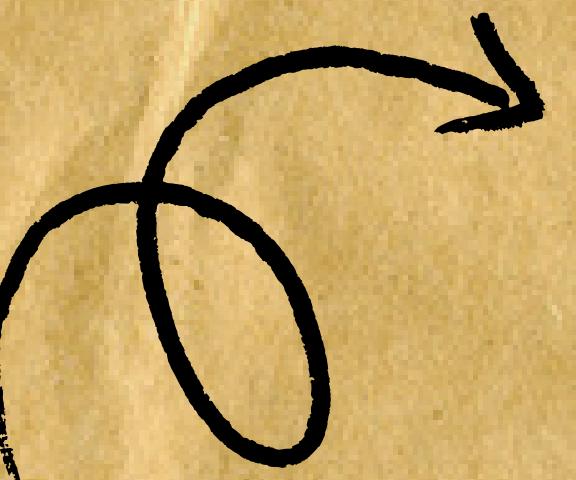
EL DIA DE NO  
COMPRAR NADA

# Objetivos

- Antes del "Día sin Compras"
  - Informar a los jóvenes españoles de 16 a 25 años sobre los problemas del consumo excesivo.
  - Utilizar Instagram y TikTok para compartir contenido relevante.
  - Medir el impacto con métricas como alcance e interacción.
  - Presupuesto: 1.000 euros.
  - Objetivo: Promover un consumo más reflexivo y sostenible.
- Después del "Día sin Compras"
  - Aumentar en un 20% el número de seguidores (Instagram y TikTok).
  - Publicar regularmente contenido atractivo y relevante sobre la concienciación del consumo responsable.
  - Enfoque específico en la participación activa de los jóvenes españoles de 16 a 25 años.
- Durante el "Día sin Compras"
  - Objetivo: Lograr que más del 50% de los jóvenes españoles participen activamente.
  - Organizar eventos y compartir información sobre el consumo responsable en redes sociales.
  - Promover hábitos más sostenibles.

# Presupuesto

- 1.000 euros.
- Utilizar herramientas gratuitas
- Estudiantes de diseño o comunicación
- Hashtags relevantes y publicaciones periódicas
- Compartir nuestra campaña
- Gestionar la campaña en las redes sociales



# Nuestra meta

20

Nuestro público objetivo : Los jóvenes

Envejecido de : 16 a 25 años

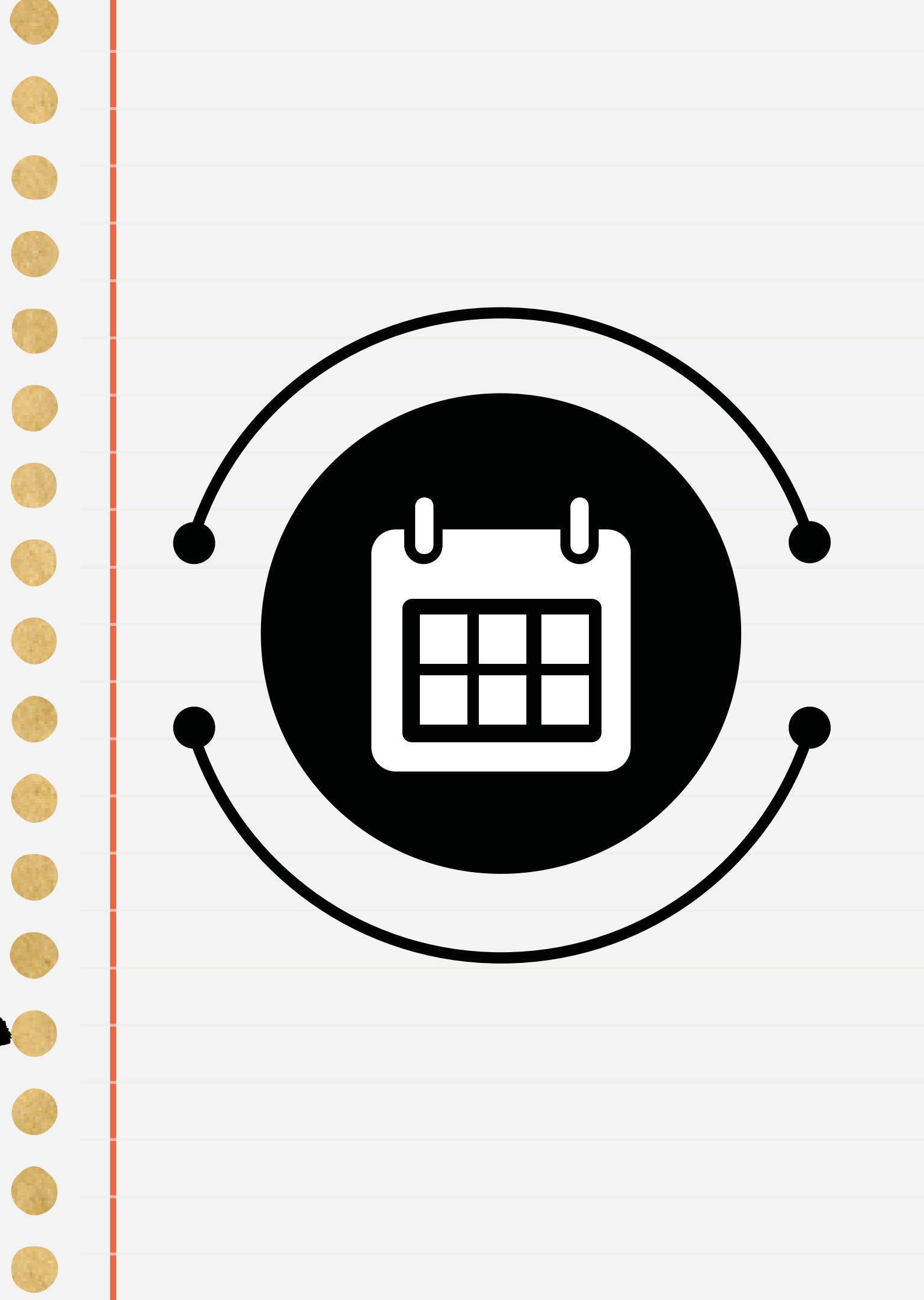
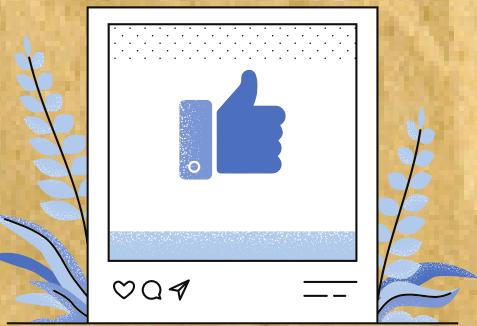
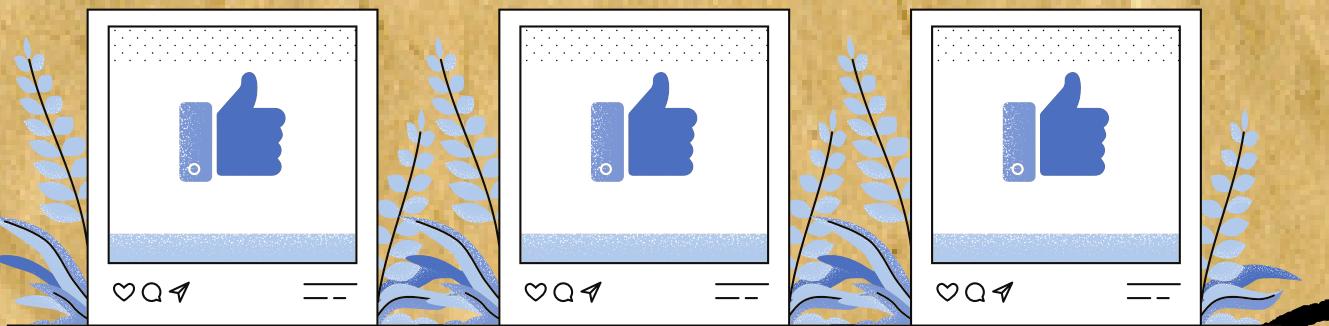
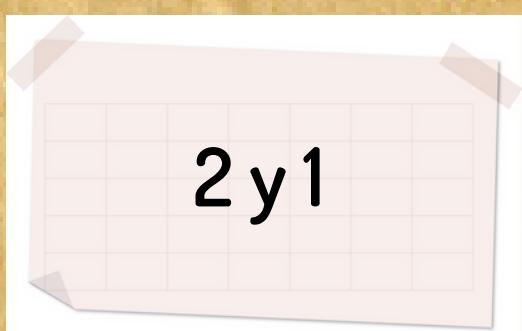
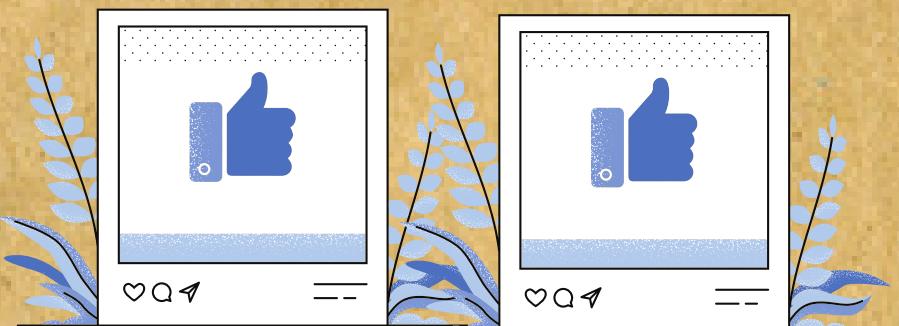
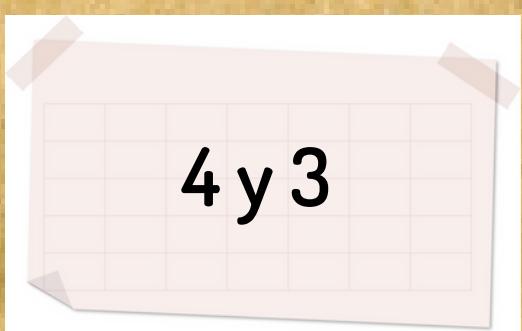
los jóvenes viven : Áreas urbanas de España  
y gana aproximadamente entre 100 y 1100€

Estilo de vida : A los jóvenes españoles les gusta salir de fiesta,  
pasar tiempo con sus amigos y disfrutar del tiempo libre. Su estilo  
de vida gira en torno a la escuela durante la semana y algunas  
fiestas los fines de semana por la noche.

Hábitos de compra : A los jóvenes españoles les gusta ir de  
compras tanto en tiendas físicas como en línea. Durante las rebajas,  
este segmento es uno de los más activos. También son  
influenciados por la publicidad que ven en la televisión y por los  
personas influyentes.



# Calendario





Gracias por su  
atención