

# REPORTE DE CAMPAÑA PESCAÍTO - AGOSTO 2019



## ALIANZA ESTRATÉGICA

17 ALIANZAS PARA  
LOGRAR LOS  
OBJETIVOS



- DIRECTV Latinoamérica
- Fundación Tras la perla
- Latam Airlines
- Ministerio de Educación Nacional

## VIRALIZACIÓN



Cobertura minuto a minuto @generaciondtv

+1.266.610 Impresiones

+4825 Interacciones

+865.113 Alcance a nuevas personas

¡Superamos los 4K!

+780 followers (22% de aumento)



- **Apoyo de cuentas:**  
@DIRECTVla  
@DIRECTVCo  
@Traslaperla  
@CarlosVives
- **Participación activa de Pablo Giralte en IG y TW con más de 1 millón de seguidores**

## IMPACTO

**3 días** de voluntariado

**150** voluntarios de **10** países

**1200** niños y adolescentes beneficiados

- ✓ Construcción de una ludoteca NAVES
- ✓ Instalación de un Aula Escuela+
- ✓ Capacitación a **85** sedes educativas



*¡Hoy latimos más fuerte  
que nunca!*

## DIFUSIÓN

**20** periodistas e influencers viajaron a Pescaíto para participar de la actividad y realizar cobertura de la acción:

**52** publicaciones en los principales medios de 6 países: Argentina, Chile, Colombia, Ecuador y Colombia.

**40 en medios Nacionales**  
**10 en medios Internacionales**

## EN REDES SOCIALES:

**183** stories y posteos en IG

**64** tweets y retweets con fotos testimonios y crónicas de la experiencia



**ROI - FREE PRESS: USD 288.124**

**ALCANCE EN REDES: 1M**

**AD VALUE REDES: USD 54.969**

## A DESTACAR:

- ✓ Notas con menciones positivas sobre las organizaciones aliadas y la acción.
- ✓ Posicionamiento del compromiso social
- ✓ Asistieron los 20 medios de comunicación más influyentes de Latam y Colombia.