

# EJEMPLOS DE CASOS FORMATO VIDEO

**GRANDES EMPRESAS - ORO**  
MOVISTAR – GAME GUARDIAN

<https://www.oxoawards.com/obrar2025/#/collection/SEkWq4ri/68264>

**PYMES - PLATA**

MUJER FINANCIERA – AHORA ES CUANDO

<https://www.oxoawards.com/obrar2025/#/collection/SEkWq4ri/68240>

**INSTITUCIONES - BRONCE**

UNICEF - NO TE QUEDES CON EL PRIMER LINK

<https://www.oxoawards.com/obrar2025/#/collection/SEkWq4ri/67953>

**ACTIVACIONES - PLATA**

UNILEVER – TODOS LOS CUERPOS SON DE VERANO

<https://www.oxoawards.com/obrar2025/#/collection/SEkWq4ri/68263>

# EJEMPLOS DE CASOS FORMATO BOARD

# Cero Residuo Textil a Vertedero

## DIAGNÓSTICO

Según datos de Naciones Unidas, la industria textil genera a nivel global el 20% de las aguas residuales del mundo y es responsable del 8% de las emisiones globales de CO2.

En Arredo somos productores textiles y actualmente generamos 4 tn mensuales de residuo textil en nuestro Centro de Producción Barracas. Nuestro principal descarte es el orillo, una tira de entre 2 a 6 cm de ancho que se descarta de los márgenes de los rollos de tela.

A partir del lanzamiento de nuestra Estrategia de Sustentabilidad “Hogares Conscientes”, realizamos un proceso de investigación para cuantificar el residuo textil y desarrollamos estrategias de canalización de este material, con el objetivo de alcanzar el cero residuo textil enviado a vertederos.

**arredo**  
crear hogar

## ESTRATEGIA

- Investigación. Identificamos la cantidad de residuo textil generado mensualmente en el proceso de corte.

- Optimización de la línea de producción. Mejoramos el proceso de corte para reducir la cantidad de residuo textil generado e incorporamos un circuito de clasificación y acopio del material.

- Reciclado y Reutilización. Nos propusimos recuperar material y convertir nuestro residuo textil en productos innovadores, de calidad, con valor ecológico y económico, promoviendo la economía circular.

-Vínculo con la comunidad. Impactamos en nuestra comunidad a través de los programas “Donaciones con Sentido” y “Taller de Tejido Social” que brindan material textil para que sea reutilizado en talleres de costura comunitarios y capacitamos a OSC en el tejido de los orillos, para que puedan desarrollar productos y generar un ingreso económico.



Producto Colección Circular



Taller de Tejido Social

## RESULTADOS

**CERO RESIDUO TEXTIL A VERTEDEROS**  
desde 2025 canalizamos el 100% de nuestro residuo

**REDUCCIÓN DE UN 50% DEL RESIDUO**  
generado en el corte, a partir de la optimización

**4 LÍNEAS DE INNOVACIÓN EN PRODUCTO**  
colección Circular (2024); colección Orillos (2023, ganadora del Sello Buen Diseño); placas de revestimiento ubicadas en 4 tiendas; acolchados y otros textiles con material reutilizado.

**12 OSC CAPACITADAS EN TEJIDO**  
entre 2024 y 2025

**+20 OSC RECIBEN DONACIONES CON SENTIDO**  
para sus proyectos textiles comunitarios

# SÉ LA MEJOR INFLUENCIA

El bienestar digital de chicos y chicas comienza con tu acompañamiento

## DIAGNÓSTICO Y OBJETIVO

La adolescencia es un viaje intenso de construcción de la identidad. Hoy, ese camino está atravesado por las redes sociales, donde abundan mensajes de cuerpos perfectos, vidas soñadas y propuestas inalcanzables.

El impacto es claro: muchos de esos típicos contenidos inducen a chicos y chicas a compararse, lo que puede hacerles sentir frustración y ansiedad, e influye tanto en cómo se ven a sí mismos, como en su forma de relacionarse con los demás.

- 2 de cada 3 adolescentes vieron contenidos sobre adelgazar o ganar dinero fácil en Internet. (UNICEF, 2025)
- Muchos expresan sentir que se “quedan afuera de algo” (FOMO) cuando miran redes. (Chicos.net, 2025)
- Las conductas de riesgo se reducen cuando aumenta la mediación parental. (UNICEF, 2025)

Frente a este escenario, **Sé la mejor influencia** busca ayudar a madres y padres a involucrarse en lo que ven sus hijos/as en redes, reconociendo que puede impactar en su salud mental. El acompañamiento es fundamental para que crezcan con confianza, criterio y autoestima.

“Los jóvenes seguimos los pasos de los influencers porque queremos obtener los mismos resultados, creyendo que tienen la vida perfecta.”  
– Olivia, 14 años, Argentina

“Muchas veces nos dejamos llevar por las apariencias que vemos en redes. Decimos: ¿por qué no soy como ella, por qué no soy como él?” – Juana, 16 años, Perú

## ESTRATEGIA CREATIVA

Para que madres y padres puedan acompañar, primero **necesitan asomarse al mundo que habitan sus hijos/as**.

Por eso, creamos un **video** que recrea escenas cotidianas en las que, en el ámbito seguro de sus casas, los/as adolescentes se enfrentan a una lluvia incesante de mensajes que les dicen cómo deberían verse, qué deberían tener, cómo deberían comportarse.

Invitamos a influencers a interpretarse a sí mismos, y aceptaron participar al sentirse identificados con la problemática.

La campaña se difundió de forma masiva en **redes sociales, newsletters, prensa y subtes**. Estuvo acompañada por un sitio web con una **guía práctica** que aborda típicos contenidos virales (consejos de belleza, promesas de dinero fácil, formas de ser exitoso) y ofrece pautas concretas para orientar conversaciones familiares.

## IMPACTO LOGRADO

Con el impulso de familias y el aval de más de 100 pediatras, psicólogos/as, especialistas en crianza e influencers, el video circuló de forma orgánica.

|                                          |                                      |                               |
|------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|
| <b>+3.4M</b><br>visualizaciones de video | <b>+7000</b><br>interacciones        | <b>+20</b><br>notas en medios |
| <b>+7000</b><br>visitas al sitio         | <b>+2000</b><br>descargas de la guía |                               |

@cuidemoslaadolescencia 🌟 Muy buena iniciativa 👍  
Ya me descargué la guía para compartir. ❤️

@noeliaschulz 🌟 Excelente. Hablemos de que los contenidos en redes pueden ser falsos, manipulados, retocados. Ayudemos a forjar una mirada crítica, a buscar fuentes confiables de información y a evitar mirar lo que no nos hace sentir bien con nuestra vida. Es urgente. 🗣️

@belulucius 🌟 Muy buena iniciativa!! ⭐️ ❤️

chicos.net

www.chicos.net/influencia



## Diagnóstico y objetivos:

Candelaria, de 8 años de edad, tiene parálisis cerebral. No habla, no ve y solo puede escuchar de un oído. Pero canta. Con su voz emite sonidos.

Como musicoterapeuta y profesional apasionado por mi profesión, me rehúso a pensar que no pueda hacer música.

Nos propusimos como objetivo, junto a su familia, componer canciones que hablen de su vida cotidiana, inspirando así a otros músicos a realizar la misma acción bajo un concepto: ¡Sí, puedo!



## Estrategia:

Componer canciones junto a Cande y su familia.

Grabar su voz con micrófonos y utilizar diversos instrumentos musicales.

Producir su primer álbum musical de 10 canciones titulado: “A Mi Ohana” que significa “Familia extendida”.



## Resultados:

El álbum alcanza en Spotify las 18.867 reproducciones en tan solo un mes.

Creo un video en mi cuenta @ralfniedenthalok contando el proceso de grabación durante 6 años.

El video logra 322.000 reproducciones, 30.000 likes y 1108 mensajes en Instagram. A partir de esta publicación me contactan personas con discapacidad comentándome que desean grabar sus canciones.

A raíz de esta demanda, se crea en Spotify “THM Sessions”, un espacio para que artistas con discapacidad compartan su música. Ya hay dos álbumes subidos. Uno tercero está en camino.

