

CIUDAD BRASILEÑA DE ZONA MINAS GERAIS EN EL SET

DE CHILE A UBERLÂNDIA: EL DETRÁS DE CÁMARA DE LAS PLATAFORMAS MÓVILES

"En Chile no puedes nombrar a tu competencia". Con esa frase, el creativo Pancho Abarca abrió una publicación en LinkedIn donde reveló el detrás de escena de una campaña para Cabify que los llevó hasta Brasil, específicamente a Uberlândia, nombre que inevitablemente remite a Uber. En el competitivo mercado de las plataformas móviles todo recurso es bienvenido si se trata de marcar diferencias. Así el freno regulatorio terminó siendo el motor de la historia. Desde Cabify dicen que la campaña nace porque querían visibilizar su propuesta de valor de una experiencia de viaje superior: "Quisimos hacerlo de una manera más disruptiva y basándonos en algo tangible como esta ciudad llamada Uberlândia". Agregan que la recepción ha sido muy buena: "la gente se ha reído harto y se nota el impacto" y dicen que la recordación de marca subió sobre 25% y los viajes más de 10% comparando año contra año. Desde Uber, en tanto, no quisieron referirse al tema.



Uberlândia pasó a ser el centro de la historia tras restricciones regulatorias.