

La campaña De red social a red de donantes, de la Cruz Roja y Sancho BBDO, fue la gran sorpresa de la decimosegunda versión de Effie Awards Colombia, evento que reconoce las campañas de comunicación comercial más efectivas en 2017, organizado por la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia, ANDA, y cuyo escenario fue Ágora Bogotá.

Esta versión tuvo varias novedades. La más destacada, el lanzamiento de las categorías Positive Change, que premia las iniciativas ambientales y sociales impulsadas por las estrategias publicitarias en las subcategorías Ambiental-Marcas y Ambiental-Sin ánimo de lucro, y Social-Marcas y Social-Sin ánimo de lucro; y Shopper Marketing, que reconoce los mejores esfuerzos de activación en punto de venta.

El Oro en la categoría Positive Change fue para la subcategoría Social-Sin ánimo de lucro, con la campaña *Camisetas que alimentan*, de la marca Gen Cero para la Fundación Éxito, desarrollada por Sancho BBDO y OMD Colombia.

Así mismo, hubo varios momentos emotivos, como las palabras de Carlos Upegui, presidente del Banco Popular y del jurado, en las que reveló que libraré



una batalla contra el cáncer e invitó a reflexionar sobre la importancia de trabajar en equipo. Por su parte, Paola Aldaz, vicepresidente de mercadeo de MasterCard Colombia y del jurado, habló de los retos y las oportunidades de la publicidad y el mercadeo. Además, aprovechó su intervención para despedirse del país, pues emigrará a tierras chilenas.

Gran Effie

El premio más esperado de la noche se lo llevó la campaña *De red social a red de donantes*, de la Cruz Roja Colombiana y la agencia Sancho BBDO. Al respecto, y a propósito de cambios positivos, el resultado sorprendió al público, y al sector de las comunicaciones y el mercadeo en días posteriores, pues se trata de un ganador cuyo nombre no se oye con frecuencia en eventos de este tipo.

"Fue un premio sorpresivo, porque nosotros hacemos esto para salvar vidas

sin esperar a cambio un reconocimiento, pero este es un momento de mucha satisfacción (...) La mayor parte de nuestro presupuesto va a la atención de población en condición de vulnerabilidad, pero tenemos un posicionamiento de marca bastante robusto que nos hace estar en el primer lugar entre las instituciones humanitarias y las ONG de Colombia", subraya Gabriel Umaña, director nacional de comunicaciones de la Cruz Roja Colombiana.

Al respecto, Carlos Felipe Arango, presidente de Sancho BBDO, expresó que para él y para Sancho, Effie es incluso más importante que cualquier festival de creatividad por global que sea, porque en este caso se premia cuán efectiva es la creatividad. "La verdad es que cada vez es más emocionante y más difícil", agrega.

Iván Giraldo Jaramillo, gerente general de la compañía Valemas, especializada en *marketing* relacional y uno de los

- Oro
- Marketing relacional
- Radioactiva
- **El cordón umbilical del rock**
- Caracol Radio
- DDB Colombia
- Agencia secundaria: BRM

- Oro
- Productos y/o servicios online
- MasterCard
- **No solo los martes**
- MasterCard Colombia
- McCann
- Agencias secundarias: Universal McCann, Glue Colombia

- Oro
- Promociones
- Milo
- **Milo y el Barça, una alianza ganadora**
- Nestlé de Colombia
- Ogilvy & Mather
- Agencia secundaria: Mindshare

- Oro
- Redes sociales - Producto
- Mobil Delvac
- **Gran Premio Mobil Delvac, convirtiendo a WhatsApp en un canal de televisión**
- ExxonMobil de Colombia
- Sancho BBDO

- Oro
- Redes sociales - Servicios
- Programa de adopción - Second Chances
- **Fieles por siempre**
- Fundación Second Chances
- Sancho BBDO

- Oro
- Servicios financieros y seguros
- Visa
- **Una comunicación para no saltar**
- Visa Colombia
- Proximity Colombia

- Oro
- Shopper marketing
- Play-Doh
- **El viaje de Play-Doh**
- Hasbro Colombia
- Los Goodfellas

- Oro
- Transportes, viajes y turismo
- Avianca
- **#Gracias**
- Avianca
- DDB Colombia



Effie College

El interés y la participación de la academia y las marcas en la categoría Effie College, que este año tuvo su segunda versión, crecieron. "El interés de las marcas nos permite ver que el trabajo de los estudiantes ha sido muy valioso para ellas. Una fortaleza muy grande que encontramos este año es que los grupos no se conformaron solo con estudiantes de publicidad y mercadeo, sino con estudiantes de otras disciplinas", añade Elizabeth Melo, presidente ejecutiva de la ANDA.



jurados de Gran Effie, aclara que, aunque la votación es secreta, lo que más llamó la atención de la campaña de la Cruz Roja fue la manera en que la iniciativa logró cumplir su objetivo con pocos recursos. Así mismo, considera que para próximos Effie, el gran premio debería llevarse una campaña que demuestre un éxito sostenido en el tiempo.

Por su parte, Elizabeth Melo, sostiene que cuando Effie, de manera global, habla de efectividad no se refiere puntualmente a "mover la caja registradora de los clientes, sino que se trata de que los objetivos establecidos logren los resultados esperados, ya sea en ventas,



reputación, posicionamiento, etcétera; y de que dichos resultados sean medibles y tengan un impacto positivo para las marcas".

Melo también relata que hay dos rondas de juzgamiento y que para pasar a la segunda, las campañas deben sumar un puntaje mínimo que, por cierto, cada vez es más alto, debido a que cada año se presentan casos mejores. En esta ocasión, el jurado estuvo compuesto por 14 expertos en publicidad, mercadeo, comunicaciones y medición. "Hay cuatro componentes a evaluar, tres tienen el 23,3% y uno, el más importante, el 30%, que es el de resultados", agrega Elizabeth Melo.

Sancho, la agencia destacada

En esta decimosegunda versión, Sancho BBDO fue la agencia más premiada. Además del reconocimiento a la Agencia del Año, ganó 9oros, 13 platas, 8 bronce. También estuvo detrás de tres premios mayores: Éxito Sostenido, Anunciante del Año y Gran Effie.

02

Effie Plata

● Premio ● Categoría ● Marca ● Campaña ● Anunciante ● Agencia

- | | | | | | |
|---|--|--|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Activaciones - Productos ● Play-Doh ● Play-Doh, el nuevo del colegio ● Hasbro Colombia ● Los Goodfellas | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Activaciones - Servicios ● Bancolombia ● El evento capaz de bloquear cualquier agenda ● Bancolombia ● Sancho BBDO | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Alimentos ● Toddy ● ¿Por qué todas las bebidas achocolatadas son para niños? ● Alimentos Polar Colombia ● Sancho BBDO ● Agencia secundaria: PHD Colombia | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Automóviles ● Mobil Delvac ● No somos un patrocinador más, somos el nombre del evento: Gran Premio Mobil Delvac ● ExxonMobil de Colombia ● Sancho BBDO | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Bebidas alcohólicas ● Bailey's ● Muy dulce para ser un trago pero no para ser un postre ● Diageo Colombia ● OMD Colombia | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Bebidas no alcohólicas ● Coca-Cola ● El trineo de papá Noel baja por el Magdalena ● Coca-Cola Servicios de Colombia ● Geometry Global Colombia ● Agencias secundarias: Ogilvy & Mather, Starcom, Findasense |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Bebidas no alcohólicas ● Cristalina ● ¡La botellita bacana! ● Postobón ● Sancho BBDO ● Agencia secundaria: OMD LatAm | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Campañas de gobierno ● Departamento Nacional de Planeación ● No más colados en el Sisbén ● Departamento Nacional de Planeación ● McCann Erickson Corporation ● Agencia secundaria: Universal McCann | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Campañas institucionales ● Bancolombia ● La campaña que puso a la gente del lado de un banco ● Bancolombia ● Sancho BBBDO | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Comercio y/o retail, vestuario, calzado y accesorios ● Almacenes Éxito ● Feliz día siempre, mamás ● Grupo Éxito ● Sancho BBBDO ● Agencia secundaria: OMD Colombia | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● David y Goliat ● Wingo ● Wingo, la aerolínea que revolucionó el mundo de bajo precio ● AeroRepública ● Grey Colombia ● Agencias secundarias: Beat, Ariadna | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● David y Goliat ● Jet ● Cómo una marca local desafió al líder global de una categoría ● Compañía Nacional de Chocolates ● Glue Colombia |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Gran idea en medios ● Mobil Delvac ● Cómo convertir a WhatsApp en un canal de televisión ● ExxonMobil de Colombia ● Sancho BBDO ● Agencia secundaria: Universal McCann | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Higiene y cuidado personal ● Winny ● Lágrimas, pero de felicidad ● Tecnosur ● Sancho BBDO ● Agencia secundaria: OMD Colombia | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Innovación en medios ● Banco Caja Social ● El banco que madrugó con los colombianos ● Banco Caja Social ● JWT Colombia ● Agencia secundaria: PHD Colombia | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Innovación en medios ● Cruz Roja Colombiana ● De red social a red de donantes ● Cruz Roja Colombiana ● Sancho BBDO ● Agencia secundaria: PHD Colombia | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Lanzamientos ● Oh mai Gat! ● Oh mai gat, los gatos tienen su personalidad ● Alimentos Polar Colombia ● Sancho BBDO ● Agencias secundarias: PHD Colombia, Señor López | <ul style="list-style-type: none"> ● Plata ● Marketing relacional ● Banco Caja Social ● De metros cuadrados a pixeles cuadrados ● Banco Caja Social ● PHD Network ● Agencia secundaria: JWT Colombia |