



effieAwards

Bolivia

Ganadores 2024

Un programa

Va!ora[®]

“Propulsamos marcos de eficiencia que contribuyan al logro de los objetivos publicitarios de los anunciantes”

Asociación Nacional
de Anunciantes Bolivia | **ANDA** 

 www.andabolivia.com

La primera versión de los Premios Effie en Bolivia bajo la licencia de Effie Worldwide, constituyen la única instancia profesional de evaluación de marketing en nuestro medio, reconociendo a la dupla anunciante - agencia. La importancia y alcance de este concurso ha sobrepasado ampliamente las fronteras, posicionándonos como el país N°59 uniéndonos al referente global en efectividad y marketing.

Profesionales de marketing, publicidad, medios de comunicación y de educación, reconocidos por sus logros individuales y su amplia experiencia, fueron quienes distinguieron los casos que demostraron una alta efectividad en relación con los logros de sus objetivos propuestos. Los ganadores plasmaron de manera clara el talento, ideas centrales, creatividad, estrategias de marketing y resultados altamente efectivos.

En las páginas del siguiente folleto se presenta una reseña de los casos que resultaron ganadores, englobando a diferentes grupos de anunciantes y agencias que crearon y dieron vida a estrategias que resultaron efectivas.

ORGANIZA

Valora®

PATROCINADORES

Asociación Nacional
de Anunciantes Bolivia | **ANDA** 


UPSA
UNIVERSIDAD PRIVADA DE
SANTA CRUZ DE LA SIERRA

AUSPICIADORES

red
uno

EDR
EL DEBER
RADIO

EL DEBER

 **Ipsos ciesmori**

ALIADOS

RAZA
ad+


Zenith
The ROI agency


XIMENA XIMENEZ

 **Relevant**

Xtrategia
COMUNICACION CORPORATIVA


CABRUJA
[films]

LOOT MEDIA®


Boomerang

flow



EN UN MUNDO EN CONSTANTE CAMBIO, DONDE
TODO ES UN DESAFÍO PERMANENTE, HAY UN FARO
DE ESPERANZA QUE BRILLA CON FUERZA.

EN RED UNO APOSTAMOS POR EL FUTURO DE LA
INDUSTRIA Y SOMOS UN ALIADO SIEMPRE
COMPROMETIDO.

CONTAMOS CON LA MAYOR PRODUCCIÓN NACIONAL,
CREAMOS CONTENIDOS INNOVADORES EN
MÚLTIPLES PLATAFORMAS Y GENERAMOS EVENTOS
VANGUARDISTAS.

HOY MÁS QUE NUNCA REAFIRMAMOS NUESTRO
COMPROMISO DE SEGUIR AVANZANDO,
ABRAZANDO LA INNOVACIÓN, FOMENTANDO LA
CREATIVIDAD Y EL TRABAJO EN EQUIPO.





effie Awards

Bolivia

INDICE

Presentación	3
Indice	5
Jurado Effie 2024	6 / 7
Alimentos y Bebidas	9
Branded Content	11
David vs Goliat	11 / 12
Éxito Sostenido	13
Éxtensiones de Línea	13
Lanzamiento	15
Marketing de Influencers	15 / 17
Productos	17 / 19
Productos o Servicios Financieros	19 / 22
Promociones	24
Retail	24




effie Awards
Bolivia

Jurado Effie Awards
Bolivia 2024



Luis Garay
COMISARIO



Eduardo Baeza
PRESIDENTE DE JURADOS

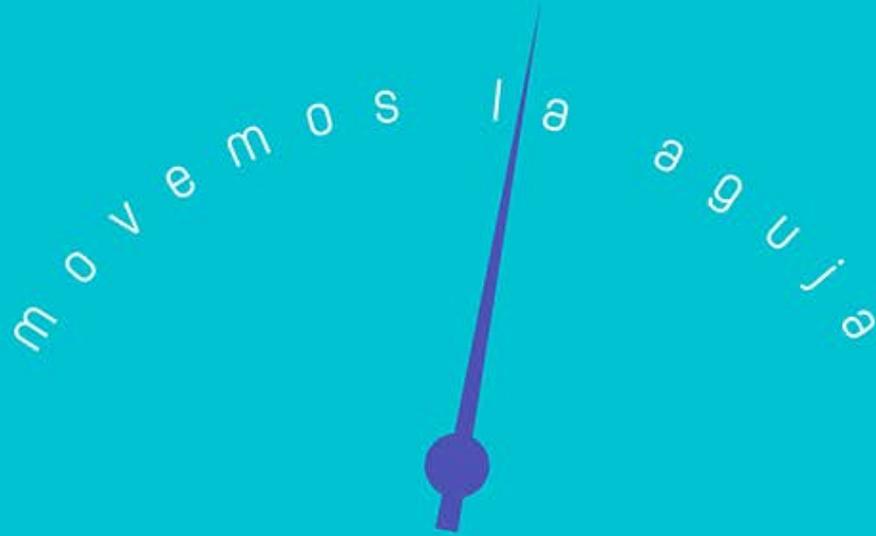


Mary Esther Parada
COMISARIO





MEJOR AGENCIA PUBLICITARIA DE BOLIVIA



RAZA
ad+

CASO: NUESTRO AMOR SE RENUEVA CON EL MISMO SABOR DE SIEMPRE



CATEGORIA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

ANUNCIANTE
CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL

AGENCIA
GREY / ROCK AND ROLL

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
CABRUJA FILMS

MARCA
CERVEZA PACEÑA

La Cervecería boliviana Nacional se propuso evolucionar la imagen de Paceña, abrazando su esencia pero con un carácter renovado. La marca buscó conectar con un consumidor más joven, sin perder su relevancia con su principal audiencia, buscando que el boliviano común se sienta orgulloso de tener una Paceña en la mano, que quiera compartirla y consumirla en todas las ocasiones importantes de su vida. Recuperando consumidores y generando cercanía a través de su estrategia. La marca logró un aumento importante en volumen a nivel nacional y recuperó la percepción de calidad.

CASO: HUARI TEJEDORAS - QUE NO SE PIERDA EL HILO



CATEGORIA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

ANUNCIANTE
CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL

AGENCIA
RAZA AD+

MARCA
HUARI

El desafío de Huari era preservar el legado cultural de los tejidos que sostienen el origen del pueblo de su pueblo y su cerveza. Además del agua y nombre, Huari comparte con Huari-Oruro su origen mítico, lo cual sirvió como insight para su estrategia. Tenían una posición extremadamente vulnerable ante ciertos acontecimientos externos, lo cual los llevó a determinar que si se perdía los tejidos milenarios, se perdería la conexión con el origen. Logrando que todo un país entienda la importancia de un grupo de tejedoras y comunicarlo como el hexo más auténtico que se tiene, se logró alcanzar niveles históricos de ventas y el más importante, que ha sido rescatar un elemento cultural al filo de la extinción.



¡Somos la unión perfecta entre la investigación de mercados más rigurosa y la creatividad más efectiva!

Como líderes en investigación de mercados, Ipsos CIESMORI se enorgullece de ser aliado estratégico de Effie Awards Bolivia. Juntos, reconocemos y premiamos las ideas más brillantes y los resultados más impactantes del marketing en nuestro país.



¿Quieres que tu marca sea reconocida como una de las mejores?

¡Estamos para ayudarte a conquistar el mercado y demostrar tu excelencia!

CASO: HUARI INGRESA A LA MESA DEL HOGAR DE LA MANO DE MASTERCHEF



CATEGORIA
BRANDED CONTENT

ANUNCIANTE
CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL

AGENCIA
RAZA AD+

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
ZENITH MEDIA

MARCA
HUARI

Para lograr crecer el negocio era imprescindible ampliar las ocasiones de consumo hacia nuevos territorios y aumentar la frecuencia de la misma. Enalteciendo los ingredientes, además de la inspiración para transmitir una fuerte carga emocional, el vínculo con los participantes Huari genero un nexo con la mesa boliviana logrando convertir los ingredientes de la marca en insumos de platos presentados, mismos que son ideales para acompañar y crear comidas dentro del hogar. Bajo la aprobación de jurados, quienes legitimaron el maridaje con los sabores de origen , se logró el nexo de la cerveza con la comida como algo totalmente natural.

CASO: YAPE BOLIVIA BILLETERA MÓVIL



CATEGORIA
DAVID VS GOLIAT

ANUNCIANTE
BANCO DE CRÉDITO BOLIVIA S.A.

AGENCIA
ROCK AND ROLL

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
5TO ELEMENTO / SUENA POLENTA

MARCA
YAPE

Yape buscaba empoderar a los usuarios que realicen sus transacciones digitales de forma inmediata ...es decir ¡YA!. La tediosidad de cargar con efectivo y los procesos de oficinas fueron motivadores y el insight que llevo a la marca a buscar estrategias para agilizar las transacciones financieras, buscando así aumentar la adopción de YAPE en determinados territorios. La idea fue una solución fácil, rápida y segura, además de asociar atributos claves, que con su aplicación a través de diferentes medios de comunicación e influencers, teniendo presencia de 360, se reforzó el mensaje y se logró incrementar el stock de yaperos, superando así a los competidores del mercado.

CASO: SANTÉ LITRO: DOBLE ESFUERZO, DOBLE HIDRATACIÓN



CATEGORIA
DAVID VS GOLIAT

ANUNCIANTE
VALENCIA CITRUS

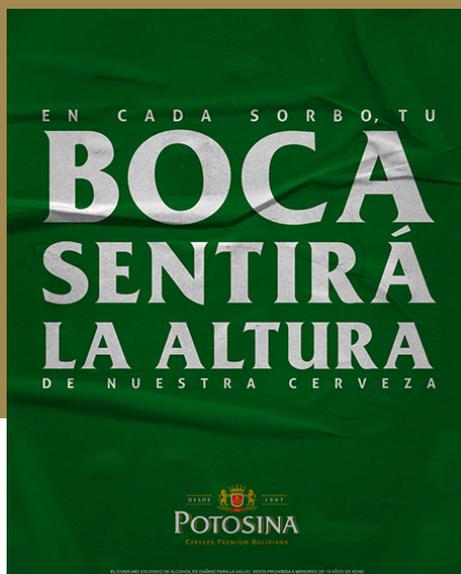
AGENCIA
TOURETTE AGENCY

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
RED UNO / NISSAN BOLIVIA

MARCA
SANTÉ

Santé buscaba reconocer el doble esfuerzo del deportista boliviano lanzando una nueva botella con doble volumen de sales hidratantes a mejor precio. Tomando en cuenta que los bolivianos enfrentan desventajas por falta de distintos factores; que los obligan a desarrollar otras actividades para poder cubrir su desempeño y sostener una carrera profesional se lanzó el producto. Fue todo un reto posicionar el producto como la mejor opción de bebidas isotónicas frente a marcas competidoras. A través de abordar necesidades genéricas y asociarse con talentos emergentes, además de resaltar deportes alternativos en los que Bolivia destaca, se logró incrementar las ventas totales en comparación con históricos anteriores.

CASO: BOCA SENTIRÁ LA ALTURA



CATEGORIA
DAVID VS GOLIAT

ANUNCIANTE
CERVECERÍA NACIONAL POTOSÍ

AGENCIA
MAD

MARCA
CERVEZA POTOSINA

Un desafío a un gigante y marcas competidoras fue lo que llevó a Potosina a aprovechar ingeniosamente la altura para destacar entre futboleros, sin tener que hablar de fútbol. Es de conocimiento público que la altura es nuestra ventaja en el fútbol y equipos de diferentes selecciones temen y sufren. Lo cual fue un insight determinante para la marca al momento de partir con la idea. Era importante para la marca destacar en uno de los partidos más relevantes de la historia del fútbol boliviano, a pesar de no ser sponsor. A través de dicha estrategia comunicacional la marca alcanzó niveles históricos de impresiones, interacciones, reacciones sobre la acción realizada.

CASO: TERAPIA DE PLANES: LA SESIÓN QUE SALVÓ A LAS FAMILIAS DE LA DESCONEXIÓN



CATEGORIA
ÉXITO SOSTENIDO

ANUNCIANTE
TIGO BOLIVIA

AGENCIA
ARIADNA COMMUNICATIONS GROUP

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
5TO ELEMENTO

Tigo tenía el reto de mantener la relevancia en un mercado saturado y emocionalmente conectar con los hogares, brindando soluciones pertinentes. Buscando salvar al país de la desconexión, se buscó demostrar cómo el plan total ilimitado de Tigo resuelve problemas familiares. Fue todo un reto desarrollar narrativas a través de profesionales en el tema que se dedican a ayudar familias en este aspecto. Fue así que se logró un incremento del ad awareness, además de un reconocimiento de marca y una mejora del message recall. El enfoque fue innovador incluyendo elementos culturales y familiares, consolidando a la marca como líder de telecomunicaciones en el país.

CASO: GENERACIÓN RE



CATEGORIA
EXTENSIONES DE LÍNEA

ANUNCIANTE
UNILEVER

AGENCIA
ATHOS

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
PHOTODELICA / FOUR GROUP

Al reconocer que existe una nueva generación de mujeres jóvenes que tiene inquietudes distintas a generaciones anteriores, Sedal buscaba crear un concepto que creara un vínculo emocional con un target joven que destacara los atributos funcionales del producto. Era importante aumentar las ventas en una categoría, que aun siendo líder, se quería introducir un nuevo producto. Fue importante centrarse en eventos claves para el lanzamiento y centrarse en cambiar la percepción sobre la necesidad de cuidar el cabello. Se obtuvo como resultado la creación de una generación de consumidoras "Generación RE", además de lograr incrementar las ventas a partir del primer mes del lanzamiento.

40 Años
UPSA



**SECTOR
FORMACIÓN**



Celebramos con nuestra
Comunidad Académica
ser reconocidos como:

Universidad No. 1 en Bolivia
SECTOR FORMACIÓN

merco

UPSA
1^o LUGAR
SECTOR FORMACIÓN

CASO: YAPE BOLIVIA BILLETERA MÓVIL



CATEGORIA LANZAMIENTO

ANUNCIANTE
BANCO DE CRÉDITO BOLIVIA S.A.

AGENCIA
ROCK AND ROLL

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
5TO ELEMENTO / SUENA POLENTA

MARCA
YAPE

Era todo un reto para el BCP introducir una marca nacida en otro país a Bolivia, además de la competencia a la que tenía que enfrentarse. Se ofreció el servicio para poder cubrir la necesidad del mercado de tener a la mano un servicio de pago que te evite la tediosidad de cargar con efectivo, además de acelerar pagos de distintos formatos y servicios. Tomando en cuenta dichos factores, con creatividad tropicalizada al mercado nacional y creando estrategias pensadas en el consumidor se logró superar la proyección de crecimiento que se estimaba. Se obtuvo altos porcentajes de preferencia, recomendación y aceptación.

CASO: DESTAPA EL BEAT DE GOLDEN FT BIZARRAP



CATEGORIA MARKETING DE INFLUENCERS

ANUNCIANTE
CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL

AGENCIA
TOURETTE AGENCY

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
CABRUJA FILMS / SUENA POLENTA

MARCA
CERVEZA GOLDEN

Golden buscaba lanzar una nueva cerveza Easy Drinking Lager enfocada en jóvenes con identidad musical, ya que este segmento percibe a la cerveza como una bebida amarga, anticuada, aburrida y la relaciona con un segmento adulto. Era importante general un vínculo emocional con el segmento para que conozcan y prueben la nueva cerveza Golden. La colaboración con un influencer principal y el lanzamiento como un hit musical para capturar la atención del segmento como una campaña auténtica y relevante para alcanzar un importante porcentaje en volumen de ventas, awareness y trial en los puntos de contacto que más se sumen.

Xtrategia

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

MEDIOS · NETWORKING · ASUNTOS PÚBLICOS · CRISIS

 www.xtrategiabolivia.com

 info@xtrategiabolivia.com

CASO: ACTUALISATE A GALAXY A DE SAMSUNG BOLIVIA



CATEGORIA MARKETING DE INFLUENCERS

ANUNCIANTE
SAMSUNG BOLIVIA

AGENCIA
CHEIL CHILE

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
CABRUJA FILMS

MARCA
SAMSUNG

Samsung busco utilizar la dinámica de dos reconocidos influencers y combinarla con atributos del GalaxyA invitando a todos los bolivianos a actualizarla. Fue fundamental acercar la serie A a un segmento para poder posicionarse como la primera opción y lograr la preferencia considerando la competencia.. a través de una estrategia comunicacional de parte de la marca en trabajo conjunto con el dúo para acercar la tecnología a todos los bolivianos, se logró aumentar las ventas en un porcentaje importante y se logró conectar transversalmente con un porcentaje aun mayor de afinidad con la campaña, revirtiendo en solo 3 meses una situación crítica para la marca, a través de una campaña memorable.

CASO: ACTUALISATE A GALAXY A DE SAMSUNG BOLIVIA



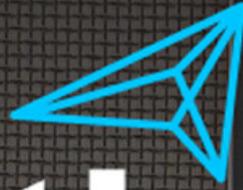
CATEGORIA PRODUCTOS

ANUNCIANTE
SAMSUNG BOLIVIA

AGENCIA
CHEIL CHILE

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
CABRUJA FILMS

Bastaron pocos meses para que Samsung pueda lograr una gran afinidad en un segmento nuevo para la marca. Un rostro cercano logró que la audiencia conecte con la serie Galaxy A y se puedan comunicar las características y atributos del producto. Fue clave la comunicación para poder revertir la idea de que existen marcas inaccesibles y poder obtener la última tecnología de la marca. Por ello, fueron claves la cercanía de influencers icónicos combinados con la última tecnología de Samsung, invitándolos a actualizarse para poder obtener un porcentaje significativo en ventas, además de conectar transversalmente obteniendo un alto porcentaje en afinidad de la campaña.



Zenith

The ROI agency

Somos la agencia enfocada
en el ROI, comprometidos
con redefinir el retorno de
inversión.

VOX

zenithmedia.com

CASO: LA MÁS CONCENTRADA DE BOLIVIA



CATEGORIA PRODUCTOS

ANUNCIANTE
ALICORP

AGENCIA
VMLY&R / CONSORCIO PUBLICITARIO

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
APAGA INCENDIOS

MARCA
SAPOLIO

La meta de Lavandina Sapolio consistía en ganar mercado, aun sin un posicionamiento definido, existía el reto post pandemia para poder crear una estrategia. Las familias no confiarían la salud de sus hogares a un producto que no conste de ciertas características que están relacionadas con la eficiencia en la limpieza, por lo cual fue determinante resaltar que el producto comunicaba de manera contundente que es la mejor opción ya que tiene el mayor poder de concentración de hipoclorito de sodio en todo Bolivia. Lo cual los llevo a través de transmitirle confianza al consumidor, en solo 6 meses posicionarlos en el segundo lugar, además de incrementar sus ventas en porcentajes exponenciales.

CASO: CUENTA MILLONARIA



CATEGORIA PRODUCTOS O SERVICIOS FINANCIEROS

ANUNCIANTE
BANCO DE CRÉDITO BOLIVIA S.A.

AGENCIA
ROCK AND ROLL

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
CABRUJA FILMS

MARCA
BCP

El Banco de Crédito enfrentaba el reto de que los bolivianos sueñan con una oportunidad que puede cambiar la cara a su vida, buscaba dar la oportunidad de abrir una cuenta de ahorro mediante sorteos de dinero. La campaña integral con situaciones cotidianas de personas que soñaban y anhelaban ganar la cuenta fue motivador de poder presentar la campaña de forma exitosa. Esta fue la primera promoción empresarial para fomentar el ahorro entre personas naturales. Los resultados fueron exponencialmente importantes en cuentas apertura das, alcanzando una participación del canal digital pudiendo así comparar con gestiones anteriores de manera exitosa, consolidándose así como un crecimiento significativo en el sector bancario.

Be Relevant

Trabajamos para que
tu marca
sea relevante

Nuestros servicios

- Redes Sociales
- Publicidad Digital
- Desarrollo Web
- Marketing Tradicional (ATL-BTL)
- Whatsapp Management
- Influencers



Contáctanos y Be Relevant!

📞 697 - 05050 LA PAZ

📞 766 - 04401 SANTA CRUZ

WWW.BERELEVANT.COM.BO



Accedé a lo mejor de **EL DEBER** con tu Suscripción digital

Experiencia ePaper, el impreso en tus pantallas.

Actividades y beneficios para suscriptores.

Acceso a Noticias y Entrevistas Premium.

Boletines Exclusivos.



 **SUSCRIBITE**



suscripciones.eldeber.com.bo



CASO: YAPE BOLIVIA BILLETERA MÓVIL



CATEGORIA
PRODUCTOS O SERVICIOS FINANCIEROS

ANUNCIANTE
BANCO DE CRÉDITO BOLIVIA S.A.

AGENCIA
ROCK AND ROLL

OTRO (S)
INVOLUCRADOS
5TO ELEMENTO / SUENA POLENTA

MARCA
YAPE

Era importante para la marca poder comunicar de manera estratégica la novedad a los usuarios potenciales. Se ofreció el servicio para poder cubrir la necesidad del mercado de tener a la mano un servicio de pago que te evite la tediosidad de cargar con efectivo, además de acelerar pagos de distintos formatos y servicios. Tomando en cuenta dichos factores, con creatividad tropicalizada al mercado nacional y creando estrategias pensadas en el consumidor se realizó el lanzamiento oficial de la marca YapeBolivia, combinando de distintas estrategias y se logró generar un alto tráfico a través de distintos medios, además de superar la proyección de crecimiento que se estimaba.

CASO: AHORRA, JUEGA Y GANA CON SMARTPLAY



CATEGORIA
PRODUCTOS O SERVICIOS FINANCIEROS

ANUNCIANTE
BANCO ECONÓMICO

AGENCIA
BAMBOO COMUNICACIÓN CREATIVA

Comprendiendo del deseo de los clientes, el desafío que se planteó El Banco Económico fue frenar el traslado de ahorros de clientes tentados por premios millonarios que otros bancos ofrecían. Ahorra, juega y gana, era la campaña donde apelaban al espíritu lúdico del cliente para mejorar los hábitos de ahorro en la banca móvil. La marca, creó un juego que convierte el ahorro en una experiencia divertida con un mensaje simple y efectivo, lo que fomentaba el uso activo de la banca Móvil y fortalecía la relación. Durante el periodo de la campaña además de lograr mantener la cartera de clientes, también se consiguió un incremento en los fondos e un periodo de tiempo importante.

CONSOLIDAR **MARCAS**
ESTÁ EN NUESTRA **SANGRE**



EVENTOS
CORPORATIVOS



PR



GESTIÓN DE
MARCAS



XIMENA XIMENEZ
21 AÑOS

CALLE GUEMES OESTE #4 EDIFICIO THE LOFT PISO 2 OF. 305
TELF. +591 (3) 343 1643 / +591 76680031
WWW.XIMENAXIMENEZ.COM

CASO: AHORRA, JUEGA Y GANA CON SMARTPLAY



CATEGORIA
PROMOCIONES

ANUNCIANTE
BANCO ECONÓMICO

AGENCIA
BAMBOO COMUNICACIÓN CREATIVA

Tomando en cuenta que una recompensa constante promovería eficazmente los servicios en un mercado competitivo, la empresa buscaba premiar a sus clientes de una forma dinámica. Se creó un juego que convierta el ahorro de los clientes en una experiencia divertida y que éste conlleve un mensaje simple : "Ahorra, juega y gana". Durante el periodo de la campaña se logró incrementar en porcentajes significativos en el saldo de cajas de ahorro y se incrementó la satisfacción de los clientes al formar parte de la cartera del banco. El banco innovo al usar una experiencia interactiva y constante, diferenciándolo en un mercado saturado de promociones.

CASO: NADA



CATEGORIA
RETAIL

ANUNCIANTE
DISMAC

AGENCIA
ATHOS

La economía del país y la incertidumbre causada por problemas externos, creaban una situación dónde el cliente este sensible a los precios del mercado. Le reto de la marca era conectar con el consumidor que compra y regala en el día festivo del día del padre, donde es de conocimiento que la palabra "NADA" siempre es la respuesta cuando se pregunta qué se desea de regalo. La comunicación se realizó a través de asignar nombres de los productos con características particulares a dicha palabra. Se llenaron las tiendas de artículos que respondan a las dudas sobre qué comprar en esta fecha y se alcanzó volúmenes de ventas similares al periodo de navidad. Se consiguió romper la categoría con un mensaje atrevido y creativo.



CABRUJA

[films] BOLIVIA
PARAGUAY
USA



12 AÑOS EQUILIBRANDO LA IMPORTANCIA DE LA
CREATIVIDAD CON LA EFECTIVIDAD



WWW.CABRUJAFILMS.COM