

# PREMIOS EFFIE



## EDICIÓN ESPECIAL DE CAMPAÑAS

### PREMIA EFFIE EN GRAN GALA ESTRATEGIAS Y CREATIVIDAD EFECTIVAS



Manuel Bravo.

Claudio Flores.

Carlos Vaca.

Con la Gala Effie México 2021, realizada por la Alianza por el Valor Estratégico de las Marcas (AVE), se cumplen más de dos décadas de reconocer las mejores estrategias publicitarias, con grandes ideas creativas, que tuvieron relevante

eficiencia en sus resultados.

En esta edición, que fue vía online y se realizó durante dos días, participaron alrededor de 400 casos, 30 por ciento superior a los registrados en la edición anterior, inscritas por más de 80 agencias

y cerca de 70 anunciantes.

Para este año presidió el jurado otro destacado empresario, Manuel Bravo, presidente y director general de Bayer en México, que agradeció el destacado trabajo del jurado confirmado por destacados anun-

ciantes, publicistas, profesionales de medios, del marketing y de la investigación de mercado, así como por miembros de la academia.

En el marco del evento se ofreció un interesante e ilustrativo ciclo de conferencias dictadas por desta-

cados referentes de la industria. En tanto la vistosa producción estuvo a cargo de Effie.

Claudio Flores, presidente del Consejo de AVE, agradeció a los profesionales y marcas por su participación este año, y felicitó a los ganadores quienes, enfatizó, a pesar de las dificultades por las que atraviesa la industria lograron crear estrategias de marketing y comunicación creativas, innovadoras y, lo más importante, con exitosos resultados de negocio.

Por su parte, Bravo comentó: "Effie no sólo es un premio, es un certamen que promueve una nueva cultura de resultados e impulsa que las empresas evolucionen en el mercado". Agregó que Effie reconoce a quien logra resultados con ideas extraordinarias y a quien crea valor más allá del negocio.

Carlos Vaca, que encabezó el Consejo Consultivo de Effie México 2021, se refirió a que la selección de Agencia y Anunciante del Año obedece a la suma de puntos, es totalmente matemático y no son nominados por gusto de nadie ni por aplausos.

El presidente ejecutivo de AVE, Sergio López, mencionó que los trabajos participantes en Effie College, que contribuye a fortalecer el talento del futuro, se evaluaron con iguales criterios a los del Effie Profesional. El Oro de esta categoría universitaria lo mereció la Universidad Madero de Puebla, la Plata fue para la Universidad Westhill, y el Bronce lo ganó el Centro Universitario de Mercadotecnia y Publicidad (CLUMP).

#### Los mejores del año

oro: dos para Archer Troy con Voces de la Ausencia; Saatchi & Saatchi con Games; Publicis WW México con #Seguimos hablando; Misión MZ2 con Zofari; Agencia Montalvo con Museo Interactivo de Economía; y Pico Love con 5-4D.

Platas: tres Ogilvy México/Media, Monks/draftLine/MediaCom/Trendbetrans/PersCo/México/Ship Global, otro PersCo/México; también dos WMLYGR Publicis WW México/Spark Foundry; Terán/TBWA; Media/Mark/The Heesters; otro Media/Mark; Top Design; McCann Worldgroup/Weber Shandwick/MRW; Alquimia; Isobar; Gatorce/Dias/Sarks Foundry; KBO/MediaCom/Leo Burnett; y anónimo.

Bronces: dos Ogilvy/Media/Mark/draftLine/MediaCom/Trendbetrans y además Ogilvy México/Weberaker/Gaming Partners; dos Leo Burnett/Spark Foundry; igual dos Archer Troy; también dos Terán/TBWA; y dos Agencia Montalvo/New World Monkey's; y otro Agencia Montalvo; Baker; McCann Worldgroup/Commonwealth/MRW/Carat; Brands People/Perla Tamez; Grupo Ache; WMLYGR; We Believers; Rock The Agency; GUT México; anónimo; Any Given Day; y Reality Kraft.

2022:  
Empodera  
tu marca con  
una historia  
provocadora  
provoking.mx



# Provoking

creative business e-gency

# SUMA PUBLICIS 15 AÑOS DE GANAR EN EFFIE

Juan Carlos Tapia, CEO de Publicis WW México, consideró: "Sin duda para nosotros el Festival Effie es uno de los más importantes de nuestro país, junto con Círculo de Creativo e IAB, en los que siempre estaremos participando".

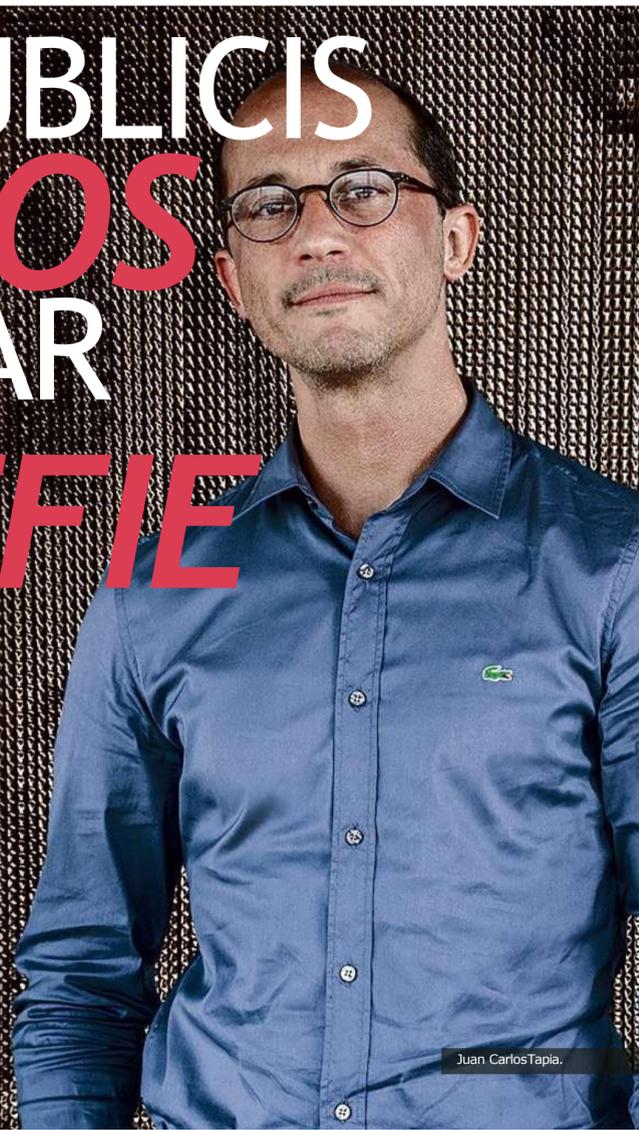
Comentó que es un orgullo haberlo logrado con #SeguimosHablando, y que era un premio que les importaba mucho al ser el que les faltaba para cerrar el ciclo con esta iniciativa, después de haber triunfado en los más importantes Festivales del mundo como Cannes Lions, One Show y Epica, entre otros.

"Effie no podía ser la excepción, donde hemos ganado un reconocimiento de oro para esta campaña que sigue haciendo ruido, que apoya una misión muy importante en el país", aseveró.

Finalizó que sin duda es parte de lo que quieren continuar haciendo, participando en Festivales para seguir elevando el reconocimiento de la agencia, así como su credibilidad y efectividad.

Dijo que están contentos de haber participado y ganado en este Festival, como lo vienen haciendo desde hace 15 años de manera consistente, y de poder hacerlo junto con sus clientes.

Advertió que participar en Effie es una obligación para ellos porque es un modo de medirse con la industria, al ser uno de los festivales con mayor credibilidad en México, y que quieren seguir apoyando, participando y ganando.



Juan Carlos Tapia.



## DA TERAN\TBWA RESULTADOS CONSISTENTES

"Hemos participado en todos los Effie México desde hace 21 años y siempre obteniendo premios, unas veces más y otras menos, pero hay que estar ahí, participar", expresó José Alberto Terán, CEO y director general de TERAN\TBWA.

Ganar en cada edición de Effie, agregó, muestra que al cumplir 75 años en este 2022 son una agencia en constante transformación que da resultados consistentes cada año.

Asimismo dijo que para él, estando en este negocio de la comunicación, el marketing y la publicidad, lo importante es la consistencia para saber construir relaciones con las marcas a largo plazo y es algo que se les reconoce en el mercado.

"Somos de carrera larga", señaló José Alberto, y reiteró que a los 75 años TERAN\TBWA da resultados consistentes, consecuencia de la calidad de su trabajo, de sus estrategias y nivel creativo, y es lo que los distingue.

Mencionó que es un creyente de Effie ya que presidió el Comité Organizador cuando lo trajo AMAP (hoy AVE) a México en el año 2000, y es un convencido de la innovación y del valor de las ideas para ser más eficientes y nunca conformarse sino buscar la idea disruptiva que le da la vuelta a las cosas.

Advertió que ganar no es casual, es resultado del trabajo y de la fuerte relación entre los clientes y la agencia, así como de que el talento del equipo de la agencia siempre esté trabajando muy de cerca con el cliente. "También ser consistente con nuestra filosofía de mantenernos siempre en Beta. Esto es, evolucionando e innovando", culminó José Alberto.



José Alberto Terán.

**effie AWARDS**  
MÉXICO

# ARCHER TROY

## SE ESCRIBE CON LETRAS DE ORO

LA ÚNICA AGENCIA EN GANAR 2 OROS EN EFFIE AWARDS 2021  
ADEMÁS DE 1 BRONCE Y 5 FINALISTAS

SUMADOS A LOS MÁS DE 20 RECONOCIMIENTOS A NIVEL MUNDIAL Y AL RECONOCIMIENTO EN NUEVA YORK, LONDRES, MADRID Y BUENOS AIRES COMO LA MEJOR AGENCIA INDEPENDIENTE DE MÉXICO

*Archer Troy*  
www.archertroy.com  
contacto@archertroy.com  
T. 55 55 59 22 72

# EFFIE 2021

AGENCIA DEL AÑO 2021

# AGENCIA DEL AÑO EN EFFIE, ORGULLO PARA OGILVY MÉXICO



Equipo de Ogilvy México liderado por Vero Hernández.

"Ser Agencia del Año nos llena de emoción y orgullo, porque haber sido elegidos en un certamen tan importante como Effie es un reconocimiento a nuestro trabajo, en el que nos esforzamos al máximo y le ponemos toda la pasión, así como por el talento que tenemos", comentó Vero Hernández, CEO de Ogilvy México y Miami.

El alto vuelo alcanzado, enfatizó, ha sido realidad gracias al gran equipo que hay en Ogilvy y, obviamente, a los partners que tienen como clientes, porque ellos apuestan con la agencia y van siempre en equipo con ésta. Además, dejaron de manifestar que les ha funcionado muy bien el trabajo a distancia, con la gente que ha trabajado muy comprometida, trabajando intensamente y con gran pasión. También consideró la excelente percepción del cliente en la

importancia del certamen, que confirman que están con los partners correctos.

Tuvieron 14 casos en short list, de los que 5 ganaron un Effie, gracias a que en cada una de las campañas ganadoras, destacó, obtuvieron una alta eficiencia más allá de sólo las ventas que lograron.

Ejemplificó que en la categoría de Innovación en Negocios o en Manejo Estratégico de Crisis, fueron muy eficientes en marketing temático y circunstancial.

La CEO advirtió que en 2021, al igual que en el anterior, mostraron eficiencia y consistencia aún en un contexto muy complicado y, sobre todo, de mucha incertidumbre en un ambiente cambiante, sin embargo las campañas se diseñaron pensando en

altos estándares de efectividad. El año próximo, adelantó Verónica Hernández, quieren repetir su actuación, por lo que harán todo lo que esté en sus manos para lograrlo y esperar seguir en el camino de la superación. Finalmente sentenció: "Algo que nos distingue en Ogilvy es nunca estar conformes y seguir creciendo el negocio y las marcas de nuestros clientes".

Los triunfos nos dan la fortaleza y seguridad de que estamos haciendo el mejor trabajo para nuestros clientes y marcas", enfatizó Mike.

# ARCHER TROY GANA EFFIES

## Y CIERRA CON BROCHE DE ORO



Mike Arciniega.

En esta edición de Effie México 2021, que organiza AVE, Archer Troy ganó dos oros y un bronce, además de tener cinco finalistas con clientes diferentes, lo que constituye el octavo año que logran un reconocimiento en este prestigioso certamen.

Todo ello, consideró Mike Arciniega, fundador y VP Creativo de la agencia, es producto del trabajo consistente de todo su equipo y de la confianza de sus clientes.

"Nos sentimos muy orgullosos, ya que fuimos la única agencia en 2021 en ganar dos oros de los siete que se otorgaron", manifestó.

Agregó que las campañas que se hicieron merecedoras a estos Effies se crearon con mucha estrategia, que se reflejó en importantes resultados a nivel de efectividad, fundamentada en fuertes ideas con gran valor creativo, fórmula que los llevó a ganar.

Estos Oros fueron con dos campañas que tuvieron buen impacto: una para la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas y la otra para la Organización Voces de la Ausencia.

Estos premios, dijo, se vienen a sumar a los más de 20 logrados en varios de los más importantes festivales del mundo, lo cual, aseguró, los distingue como la agencia independiente de nuestro país más galardonada del 2021.

Agregó el VP Creativo de la agencia que esperan seguir con la buena inercia que han venido construyendo desde hace varios años y así continuar creciendo junto con sus clientes, posicionando sus marcas.

"Nuestra filosofía es crear ideas que conquistan, no sólo en la mente sino también en el corazón del consumidor. Esta ha sido la mejor forma de cerrar el mejor año, después de una historia de 15 años de existencia de La Legión", señaló.

Culminó Mike destacando que han ido creciendo año con año y cierran estos últimos logros con broche de oro ganando, literalmente, con sus Effies de Oro.



SETENTA Y CINCO AÑOS CREANDO IDEAS, CONSTRUYENDO MARCAS DE FORMA EFECTIVA Y CONSISTENTE.

MÁS DE 50 EFFIES GANADOS DESDE EL INICIO DEL CERTAMEN.

FELICIDADES BBVA (x2) Y GNP NUESTROS CLIENTES GANADORES 2021.

**TERAN TBWA**  
The Disruption © Company

terantbwa.com.mx | oevia@terantbwa.com.mx | WhatsApp 5528887295



## SUPERA EXPECTATIVAS EFFIE 2021

El Premio Effie México ya cuenta con 22 años de llevarse a cabo exitosamente y se ha posicionado como el más valorado por las marcas y por toda la industria. Este año participaron cerca de 400 casos presentados por anunciantes y agencias, superando las expectativas ante las circunstancias actuales.

A pesar de todo se superaron las estimaciones con una participación superior a 30 por ciento respecto al certamen anterior. Este año se otorgaron 7 Effies de Oro, 19 de Plata y 22 de Bronce, que totalizaron 48 preseas, en tanto el Gran Effie resultó desierto.

Esta edición organizada por la Alianza por el Valor Estratégico de las Marcas (AVE) presentó novedades, como nuevas categorías, que responden a la dinámica y evolución de los mercados, señalados en el Consejo Consultivo de Effie.

Las nuevas categorías fueron: Reputación Corporativa; Brand Experience; Business to Business; Manejo de Crisis; Director Consumer; Social Media; Innovación en Medios; Innovación en Negocios, Productos o Servicios, e Impacto Positivo. Diversidad, equidad e inclusión.

Todo ello a pesar de los desafíos que enfrentó el evento, como fue el canalizar campañas y esfuerzos que se redimensionaron con el inicio de la pandemia, así como la evaluación de los casos, lo que significó que las marcas tuvieran que hacer una comunicación distinta y empática con el contexto de salud por la contingencia que se ha enfrentado.

Vale la pena mencionar que otro reto que presentaron los casos fue el considerar las nuevas formas de conectar con las audiencias que han estado en sus casas.





**PUBLICIS GROUPE**

# THE POWER OF ONE

PRESENTE EN  **effie AWARDS 2021**  
MÉXICO

SAATCHI & SAATCHI





**ORO**  
**GAMESA**  
APRENDIENDO JUNTOS EN CASA

**ORO**  
**PROPUESTA CÍVICA**  
SEGUIMOS HABLANDO

**2 BRONCES**  
**CLORETS**  
CON CUBREBOCAS TU MAL ALIENTO TE ACOMPAÑA

**PLATA**  
**CITIBANAMEX**  
YA ERES DIGITAL