



PREMIOS OBRAR
FEDERAL

20
21



EJEMPLO DE CASOS
EN FORMATO VIDEO



CONSEJO
PUBLICITARIO
ARGENTINO

obrarfederal@consejopublicitario.org

OBRAR

premiosobrar.org



PREMIOS OBRAR
FEDERAL

20
21



GRANDES EMPRESAS

Grupo San Cristóbal “Circulantes” - **Santa Fe** -

<https://bit.ly/3eLBEan>

INSTITUCIONES

INCUCAI - “Por tu ojos”

<https://bit.ly/3hDXiiC>

COMUNICACIÓN INTERNA/VOLUNTARIADO y ACTIVACIONES

Universidad Nac. de Cuyo - “Higienizá tus redes de machismo y discriminación” - **MENDOZA**-

<https://bit.ly/2V27oB8>

GRANDES EMPRESAS

Porta Hermanos “Tomátelo con orgullo” -**CÓRDOBA**-

<https://bit.ly/2Tr3n8S>





PREMIOS OBRAR
FEDERAL

20
21



EJEMPLO DE CASOS
EN FORMATO BOARD



CONSEJO
PUBLICITARIO
ARGENTINO

obrarfederal@consejopublicitario.org

OBRAR

premiosobrar.org



PREMIOS OBRAR FEDERAL

2021



#InformaciónParaCuidarte

La Voz DEL INTERIOR

CONTEXTO

En marzo de 2020 comenzamos a vivir una situación atípica mundialmente: se declaró la pandemia de COVID-19 y se establecieron cuarentenas en distintas partes del mundo. Frente a la incertidumbre, compartiendo el mismo sentimiento que cada uno de los ciudadanos estaba viviendo y regidos por el compromiso de informar verazmente a nuestra audiencia, lanzamos la campaña #InformaciónParaCuidarte.

IDEA

El nuevo concepto comunicacional #InformaciónParaCuidarte se basó en pilares fundamentales como dar a conocer las recomendaciones de la OMS y de los gobiernos nacional, provincial y municipal. Brindar acompañamiento frente al contexto y, principalmente, salir a buscar a las noticias para continuar informando a nuestra comunidad y contar datos veraces de relevancia. La campaña tuvo una activa réplica en redes sociales y Youtube. Sumamos un aviso publicitario de página completa en nuestra edición impresa de domingo, y en conjunto con nuestra agencia de publicidad JPG, trabajamos en un spot

protagonizado por la voz de nuestros periodistas de la Redacción. A su vez, el equipo de infografía trabajó una tapa de nuestra edición domingo que sorprendió a nuestros lectores con moldes y tutoriales para fabricar un barbijo de manera casera, con el objetivo de preservar los barbijos sanitarios para profesionales de la salud. Además, organizamos un ciclo de entrevistas online bajo el nombre "La Voz hace Zoom" que invitó a tres reconocidos profesionales de la Salud para dialogar con nuestros suscriptores sobre temáticas vinculadas a la pandemia.



RESULTADOS

¡Los resultados de esta campaña fueron muy positivos! Nuestra comunidad de usuarios nos agradeció a través de las redes por el material compartido y empatizaron con el mensaje institucional como medio de comunicación comprometido con la sociedad.

Con #InformaciónParaCuidarte incrementamos el volumen de páginas vistas y usuarios únicos en nuestro sitio web. En redes sociales el engagement de estas acciones fue superior en comparación con campañas institucionales anteriores y cualitativamente positivas.

+460.000
PERSONAS ALCANZADAS

+108.100
REPRODUCCIONES

+5.200
VECES LOS USUARIOS
GUARDARON LAS
PUBLICACIONES DE LA
CAMPAÑA EN SU INSTAGRAM

+34.400
CLICS

+32.300
INTERACCIONES

PyMEs

La voz del Interior SA - "#InformaciónParaCuidarte" - CÓRDOBA-



PREMIOS OBRAR FEDERAL

20 21



DÍA INTERNACIONAL CONTRA EL MALTRATO INFANTIL

CONTEXTO

El maltrato infantil es un flagelo muy presente en la sociedad cordobesa. La mayoría de las consultas que recibe la Defensoría de Niñas, Niños y Adolescentes de la Provincia de Córdoba son por esta temática. Según UNICEF¹, en Argentina en el 70% de los hogares se utilizan métodos de disciplina que incluyen violencia física o verbal, tales como el zamarreo, chirlos, cachetadas, golpes y gritos.

IDEA

En las últimas décadas los temas de la violencia en general y de la violencia de género en particular fueron adquiriendo una mayor visibilización en la agenda pública; sin embargo, no corrió con la misma suerte la violencia contra niñas, niños y adolescentes (NNyA). Es por esto que con motivo del Día Internacional contra el Maltrato Infantil, en razón de los casos recibidos en la Defensoría con respecto a la vulneración del derecho a la integridad y dignidad de niñas, niños y adolescentes, y por los datos de la situación a nivel nacional, se realizó un audiovisual para concientizar sobre esta problemática. La idea fue mostrar que este tipo de maltrato muchas veces ocurre en el ámbito familiar. Con la autorización correspondiente, en el video participaron niñas, niños y adolescentes que ilustraron esta situación con sus propias palabras.

RESULTADOS

El video publicado en todas las redes sociales de la Defensoría llegó a:

81.241
personas

79.439 personas en
Facebook

1.088 personas en
Instagram

714 personas en
Twitter



¹UNICEF (2017). Una situación habitual: La violencia en las vidas de niños y adolescentes. Estados Unidos.

Instituciones

Defensoría de los Niños, Niñas y Adolescentes “Día Internacional contra el maltrato infantil” - **CÓRDOBA**-



PREMIOS OBRAR FEDERAL

20 21



UNO PARA TODOS, Y TODOS PARA UNO



**CÁMARA
COMERCIO
BARILOCHE**

Cámara de Comercio, Industria,
Turismo, Servicios y Producción

San Carlos de Bariloche
Río Negro - Patagonia - Argentina
camara@bariloche.com.ar

www.camaracomerciobariloche.org

DIAGNÓSTICO

Cuando se desató la pandemia de coronavirus, en San Carlos de Bariloche quedaron expuestas numerosas necesidades. Puntualmente, una de ellas, está enfocada todas *aquellas familias que no pueden acceder a elementos de limpieza* necesarios para higienizar y desinfectar espacios y superficies, según los protocolos sanitarios vigentes.

ESTRATEGIA

Entendiendo que *ayudándonos entre todos* se previene el contagio y contribuye a frenar la expansión del virus, la Cámara de Comercio de Bariloche organizó una campaña solidaria para hacerles llegar combos de limpieza a las personas más vulnerables económicamente.

Esto movilizó a la Cámara a implementar esta acción solidaria que consistió en lograr distintos tipos de donaciones, con una opción base de \$250, a través de un sitio web específicamente desarrollado a esos fines:

<http://kitsolidario.camaracomerciobariloche.org>

RESULTADOS

Donaciones
\$392.500

kits de limpieza
1570

Los kits contienen: detergente, lavandina, paño de rejilla y jabones de tocador.

Los resultados fueron muy positivos, a raíz del aporte de personas anónimas, de empresas y de la Municipalidad de San Carlos de Bariloche, por su participación en la logística y entrega de los combos de limpieza en los distintos barrios.



Instituciones

Cámara de comercio, industria y turismo “Kits Solidarios” – RIO NEGRO-



PREMIOS OBRAR FEDERAL

20 21



Juntos, la damos vuelta.

IVESS (Instituto Verificador de Elaboración de Soda en Sifones) es una Asociación Civil sin fines de lucro, que creó en 1960 las rigurosas Normas IVESS que tienen hoy un amplio reconocimiento por parte del público y de las autoridades de control sanitario. IVESS es una marca debajo de la cual operan casi 40 compañías asociadas, embotelladoras de agua y soda, a nivel nacional.

_Contexto

Durante la cuarentena implementada a partir de la pandemia de COVID-19, la actividad de los asociados de IVESS se tornó más relevante que nunca. Mediante el sistema de reparto diario puerta a puerta, IVESS llevó a miles de familias argentinas un producto indispensable para la vida, el agua. Desde hacía dos años la marca venía trabajando en su plataforma de comunicación "Más amor, menos sodio". En un momento de crisis como la actual, se hizo más necesario que nunca que las marcas dejaran de hablar y se concentraran en "hacer". Era imprescindible crear una plataforma que permitiera llevar el AMOR al terreno de la ACCIÓN.

_Idea

Para el Día del Trabajador creamos la acción "Juntos la damos vuelta", en la que invitamos a todos los asociados de IVESS y sus colaboradores (repartidores) que donasen lo más preciado que podían tener, el tiempo libre con sus familias. Los voluntarios debían donar su trabajo el 1 de mayo, distribuyendo exclusivamente agua en forma gratuita a cientos de instituciones a nivel nacional dedicadas a la asistencia de víctimas del COVID y a instituciones de trabajadores esenciales que debían poner el cuerpo en un momento de alto riesgo de contagio. Como parte de la campaña se publicaron avisos en la semana anterior en los principales diarios nacionales y fue apoyada por piezas de radio y RRSS.

_Resultados

245	colaboradores voluntarios	330	instituciones visitadas	100	mil lts. donados en un día
-----	---------------------------	-----	-------------------------	-----	----------------------------

- COMEDORES COMUNITARIOS
- HOGARES DE ANCIANOS
- HOSPITALES Y CENTROS DE SALUD
- BOMBEROS VOLUNTARIOS
- CRUZ ROJA ARGENTINA FUND. ROQUECHA

COMUNICACIÓN INTERNA/VOLUNTARIADO y ACTIVACIONES

Ivess "Juntos la damos vuelta".