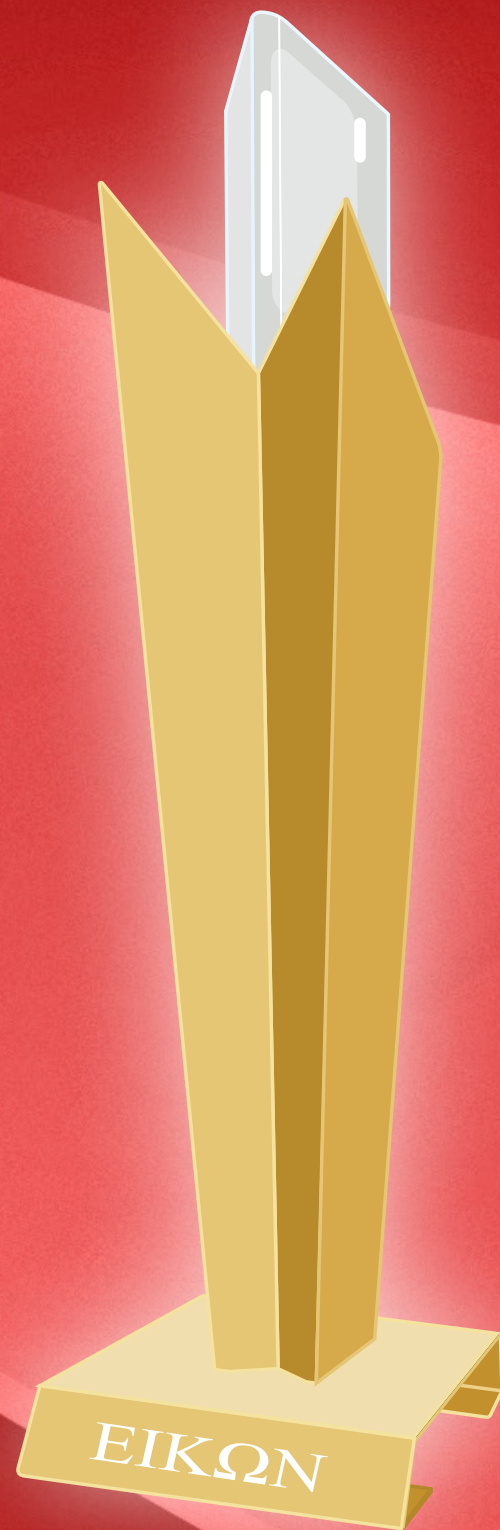


GANADORES CHILE 2021



FACULTAD DE COMUNICACIONES
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE



GANADORES EIKON CHILE 2021

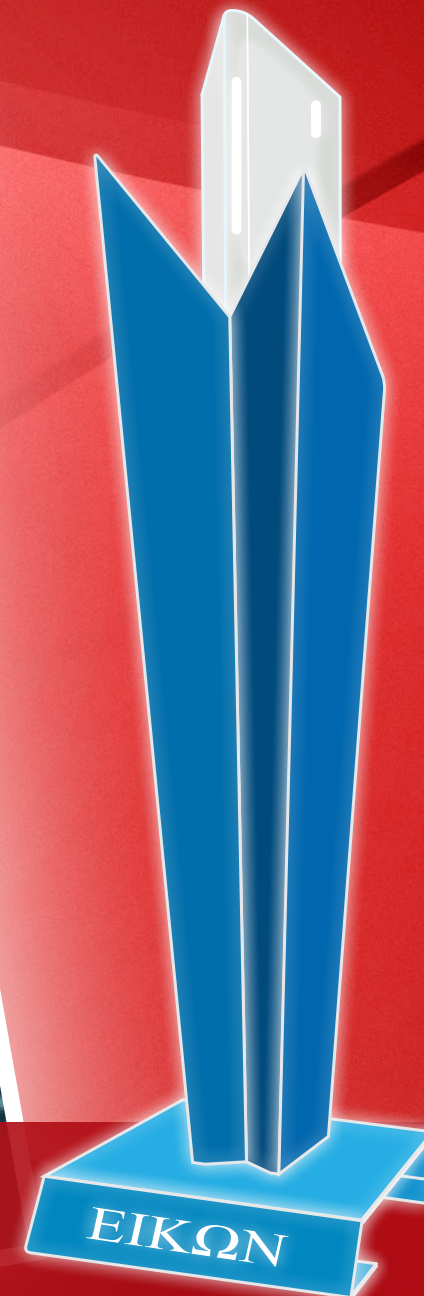


FACULTAD DE COMUNICACIONES
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

CAPÍTULO GENERAL



CATEGORÍA 1
CAMPAÑA GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

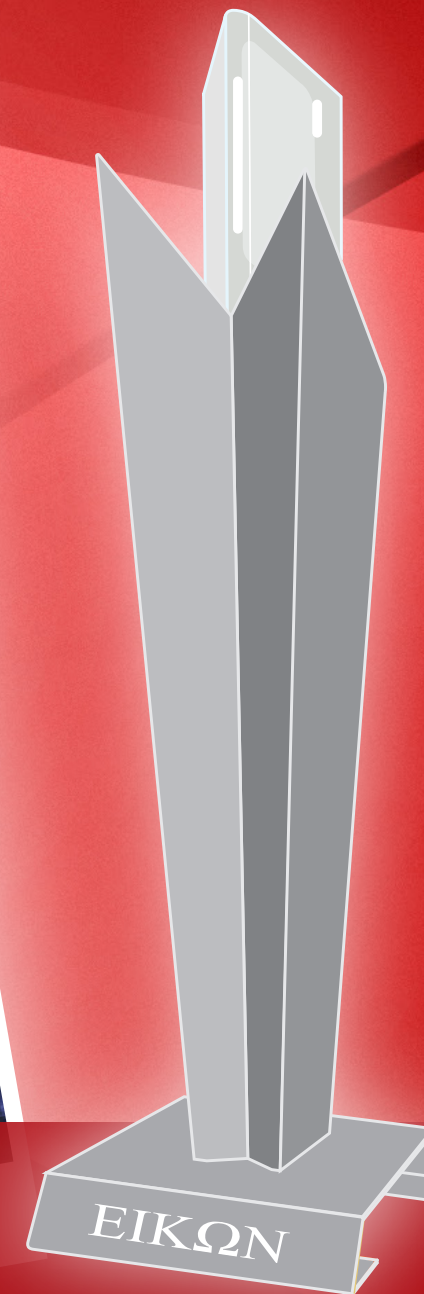


**DOVE / UNILEVER / AGENCIA URBAN GRUPO
DE COMUNICACIONES**
PROYECTO LA AUTOESTIMA DE LA SELFIE

CATEGORÍA 1
CAMPAÑA GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



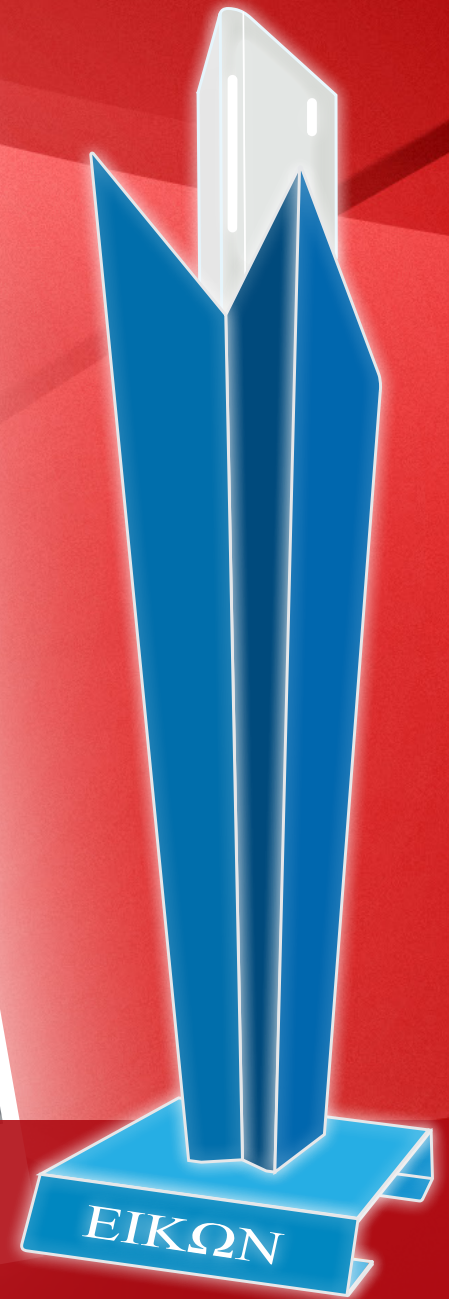
MERCADO LIBRE / CNN CHILE
LIBREMENTE, UNA
CO-PRODUCCIÓN DE MERCADO



NOTCO / DOS ALAS

NOTCO: DE UNA STARTUP A UN ÍCONO DE LA ECONOMÍA DEL PROPÓSITO

CATEGORÍA 2.2
SUSTENTABILIDAD SOCIAL



GANADOR
PREMIOS
EIKΩN

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

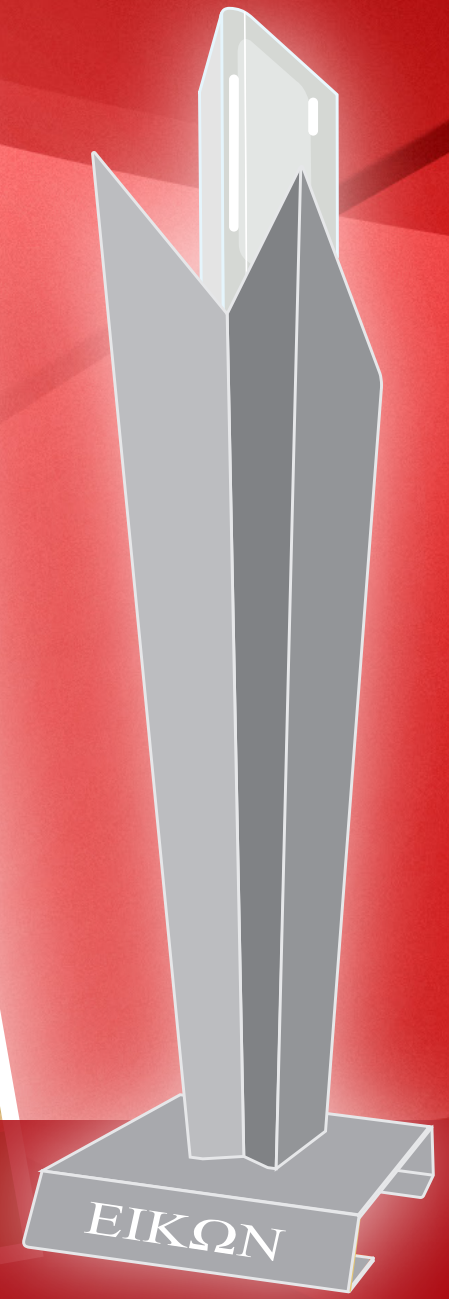
LABORATORIOS ROCHE CHILE / EL DESPACHO / ACHAGO / CRUZADOS

GOL DE CHILENA
JUNTOS PREVENIMOS EL CÁNCER

CATEGORÍA 2.2
SUSTENTABILIDAD SOCIAL

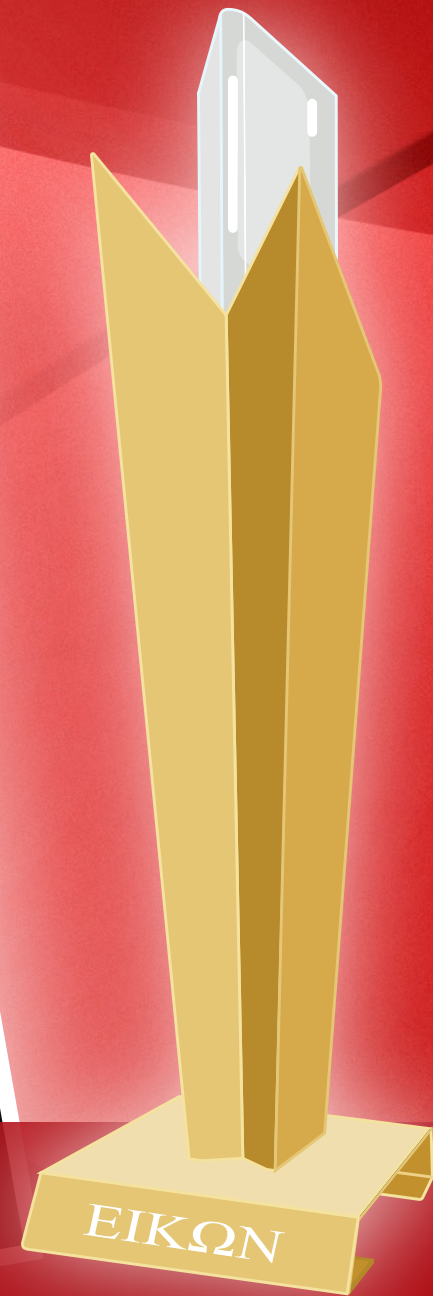


A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



TETRA PAK / TECHO

CHILE COMPARTE VIVIENDA



GANADOR
PREMIOS
EIKΩN

CHILE 2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

PISCO BRUJAS DE SALAMANCA / LARGAVISTA
COMUNICACIONES / FUNDACIÓN EMILIA
#NOCULPESALCOPETE

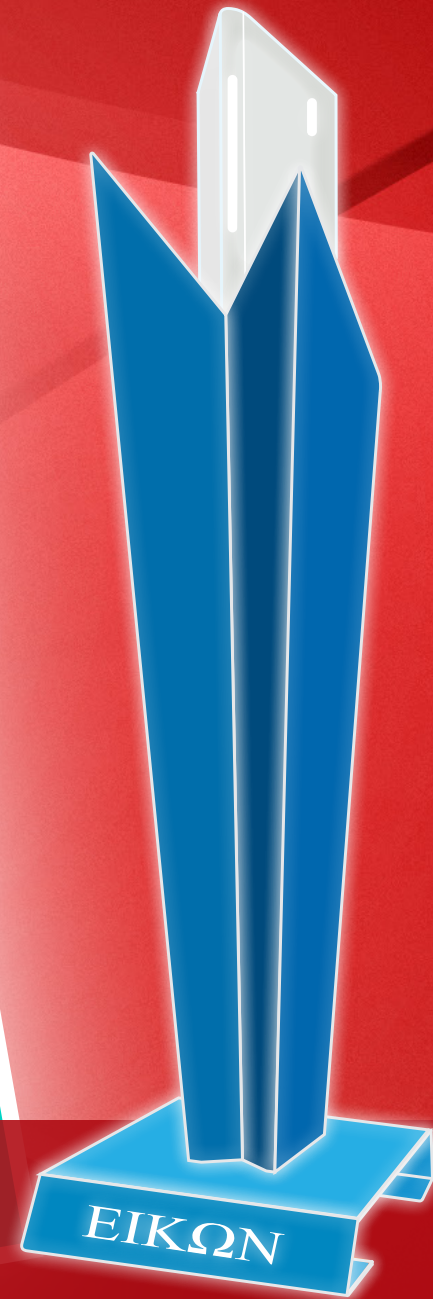


CATEGORÍA 2.3
SUSTENTABILIDAD/EDUCACIÓN

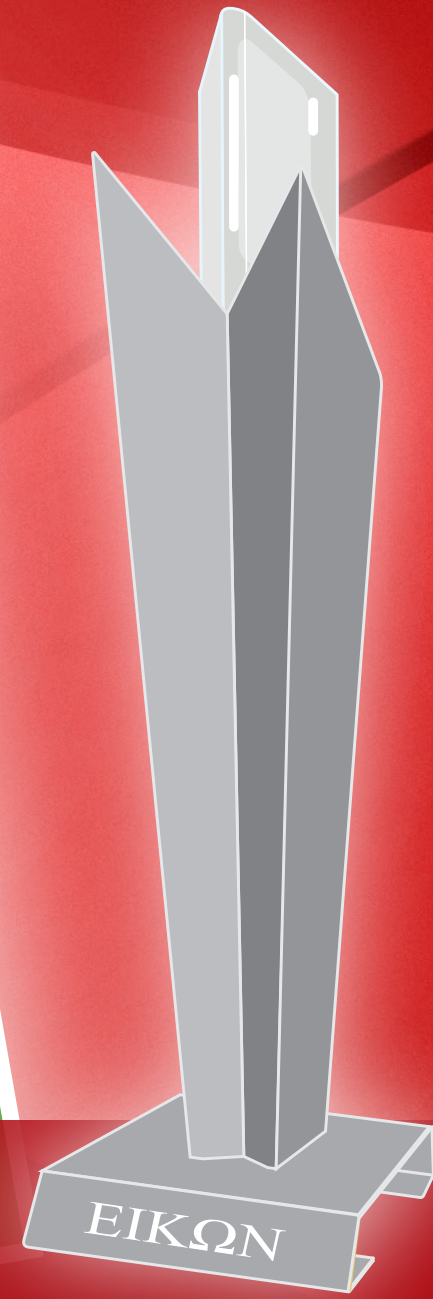
EL FUTURO ES
AHORRA



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



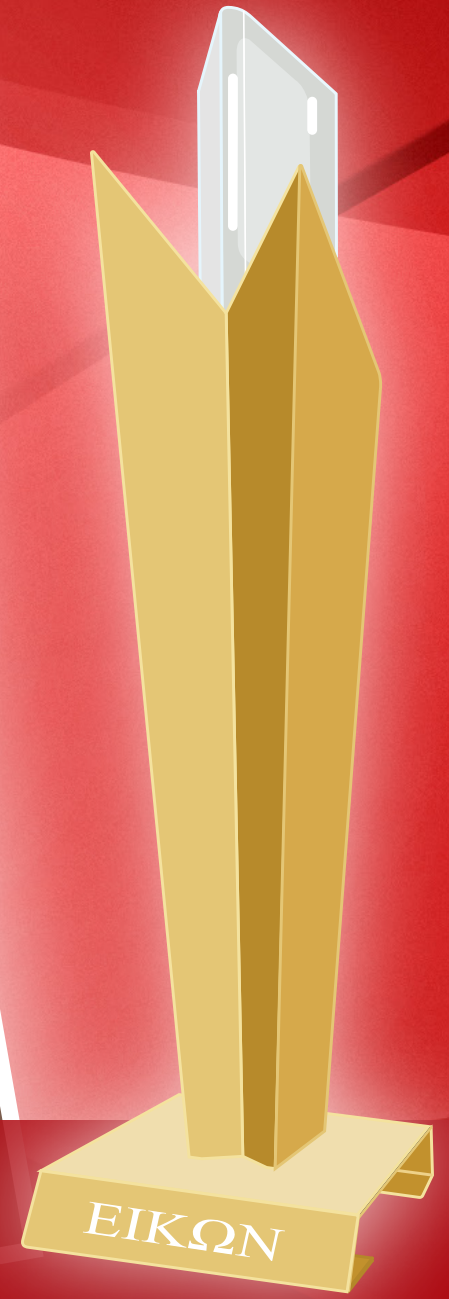
**BANCO SANTANDER CHILE / CENTRO DE
POLÍTICAS PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA
EL FUTURO ES AHORRA**



CAJA DE COMPENSACIÓN LOS ANDES
MINISERIE TORRE EFi 121: EDUCACIÓN FINANCIERA EN FÁCIL PARA TODOS



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

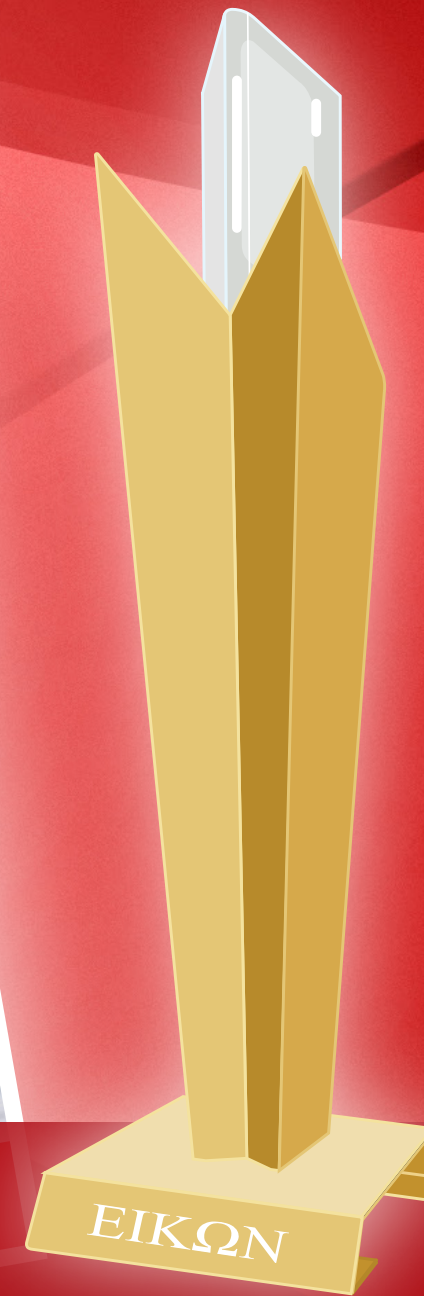


CLARO CHILE / TIRONI
PROGRAMA CAPACÍTATE
PARA EL EMPLEO CLARO Y SENCE

CATEGORÍA 2.4
SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



ABINBEV / ALTA COMUNICACION
LA SOSTENIBILIDAD ES NUESTRO NEGOCIO



CATEGORÍA 2.5
SUSTENTABILIDAD CULTURAL

OXFORD
STORE



#PasaElCambio

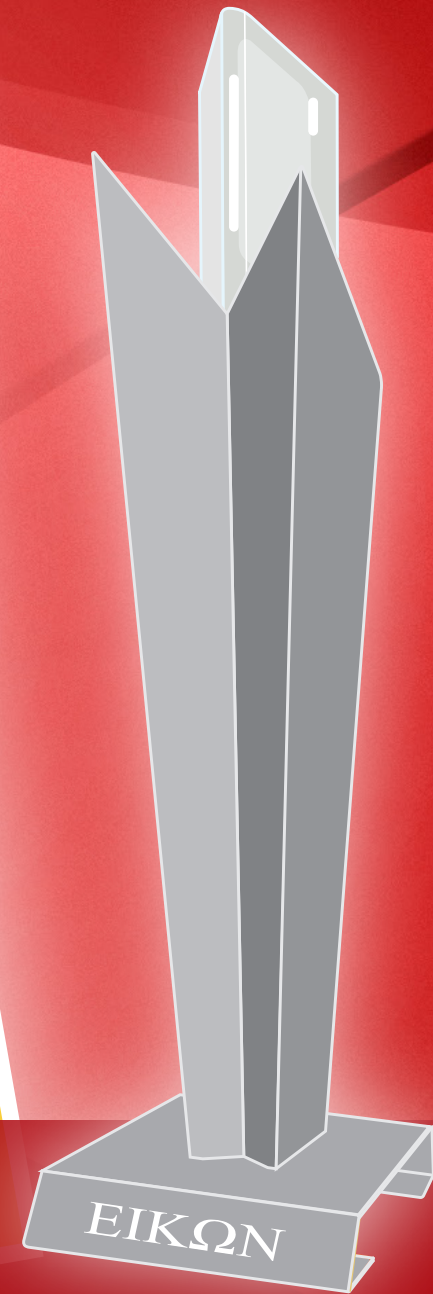


GANADOR
PREMIOS
EIKΩN

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



OXFORD STORE
ALTA COMUNICACION / ATLAS
PASA EL CAMBIO

**CATEGORÍA 2.5
SUSTENTABILIDAD CULTURAL**

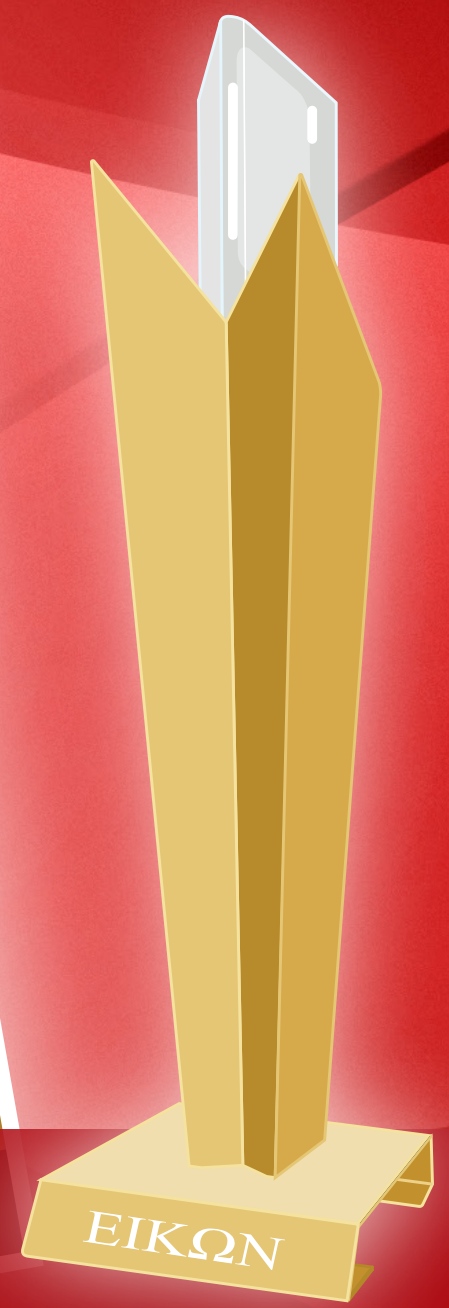


**GANADOR
PREMIOS
EIKΩN**

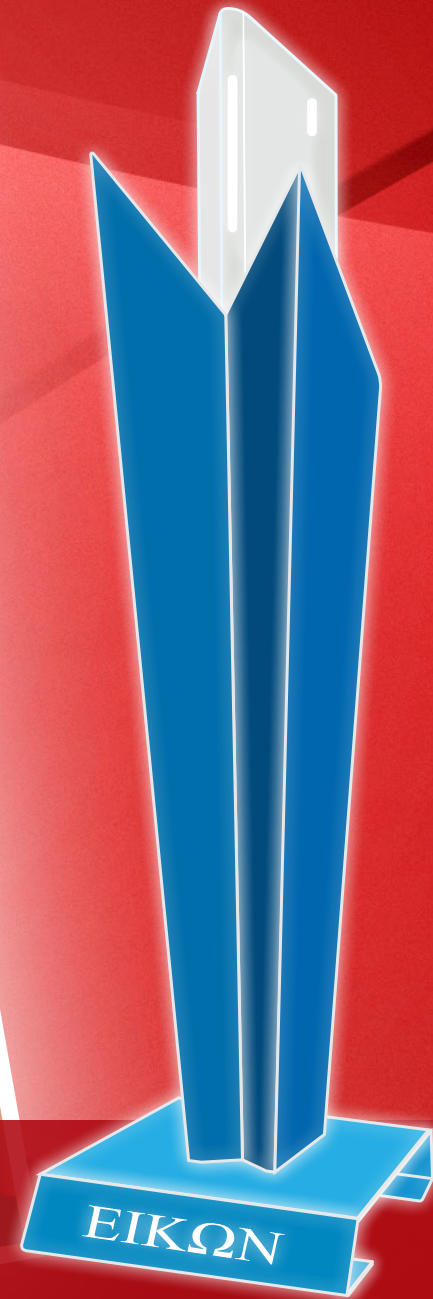
CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**CERVEZA CORONA
ALTA COMUNICACION / MODO
REDESCUBRE CHILE
APOYA EL TURISMO LOCAL**



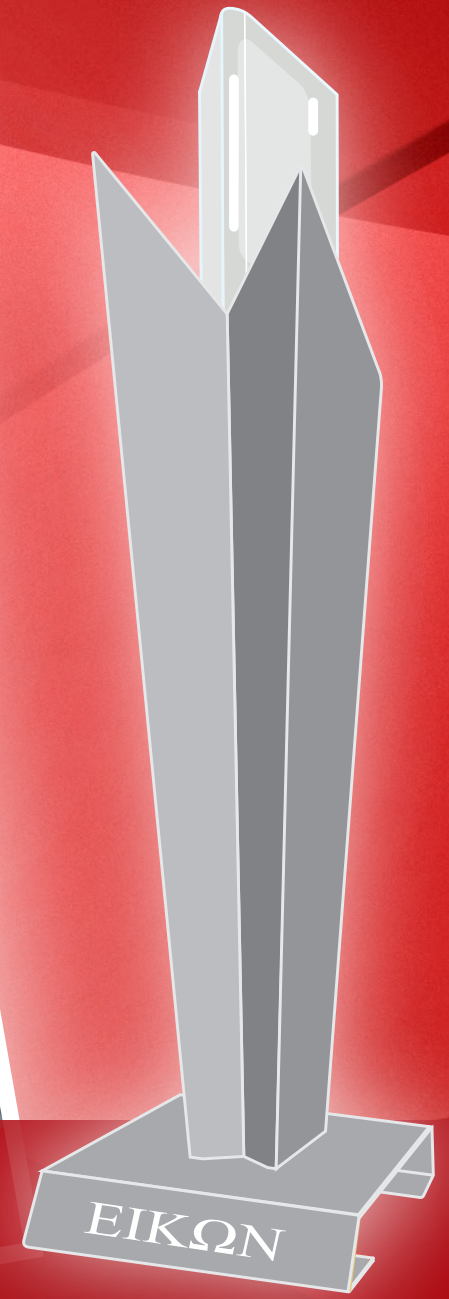
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

MSD CHILE / MICROB-R/ PÁGINA V
#PREVENIRESTÁENTUSMANOS

**CATEGORÍA 2.6
SUSTENTABILIDAD EN SALUD**



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



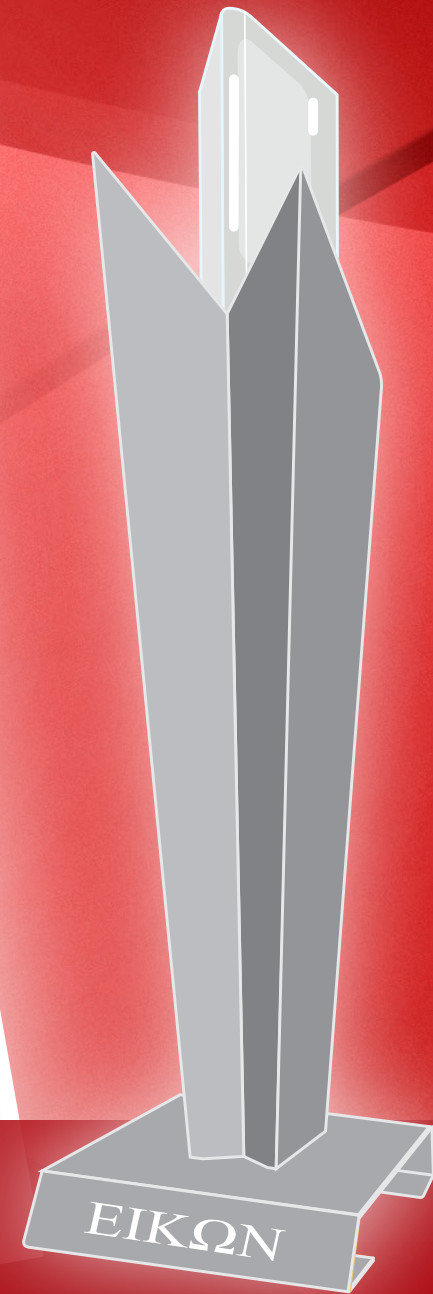
**LABORATORIOS ROCHE / EL DESPACHO /
ACHAGO / CRUZADOS
GOL DE CHILENA
JUNTOS PREVENIMOS EL CÁNCER**

CATEGORÍA 2.6
SUSTENTABILIDAD EN SALUD

 **MI SALUD
NO PUEDE ESPERAR**



**JOHNSON & JOHNSON MEDICAL DEVICES
MI SALUD NO PUEDE ESPERAR**



FALABELLA RETAIL / SODIMAC / LINIO
APOYO A MICROEMPRESARIOS

**CATEGORÍA 2.8
SUSTENTABILIDAD DE PROVEEDORES**

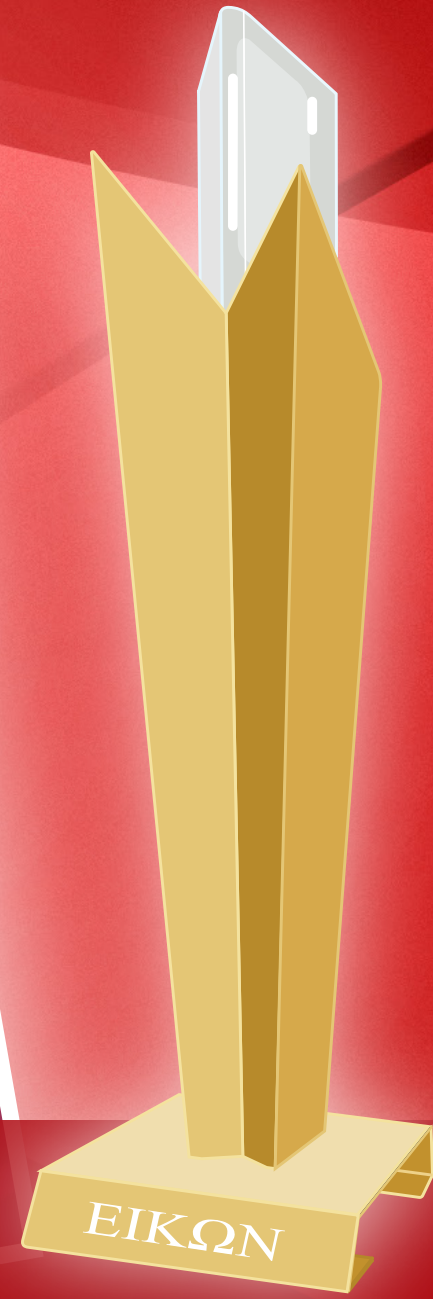


**GANADOR
PREMIOS
EIKΩN**

CHILE

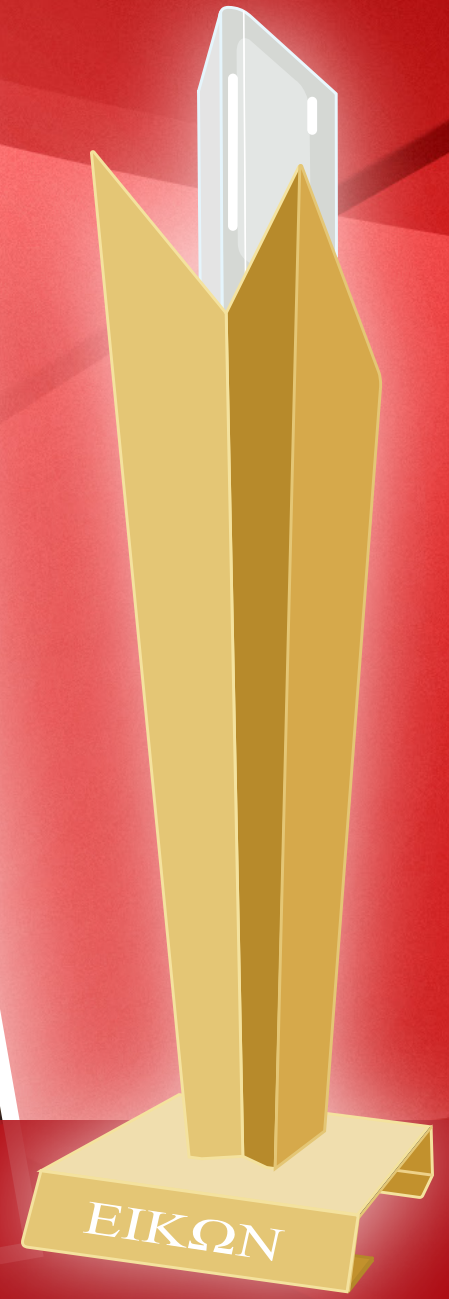
2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**TOUCH TASK / ALTA COMUNICACION
HACEMOS EL MATCH ENTRE LAS
PERSONAS Y LAS EMPRESAS**

**CATEGORÍA 3:
ASUNTOS PÚBLICOS/LOBBYING**



**GANADOR
PREMIOS
EIKΩN**

CHILE 2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

**ARCOS DORADOS RESTAURANTES DE CHILE
ACUERDO POR LA ESTRATEGIA NACIONAL
DE ELECTROMOVILIDAD DE CHILE**

**CATEGORÍA 4:
RELACIONES CON LA PRENSA**



**EDUCAR
para
alimentar**

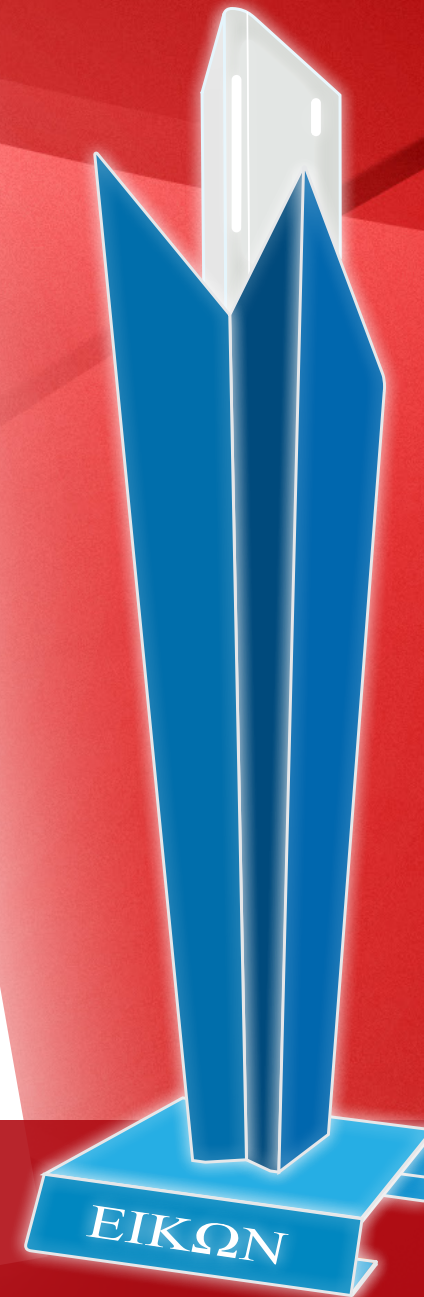


**GANADOR
PREMIOS
EIKΩN**

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**ARCOS DORADOS RESTAURANTES DE CHILE
EDUCAR PARA ALIMENTAR
EN PANDEMIA**

**CATEGORÍA 4:
RELACIONES CON LA PRENSA**

**II ENCUENTRO CICLO WEBINAR COVID-19:
ECONOMÍA, EMPLEO Y PERIODISMO**

Brechas y desafíos de la productividad
en Chile en un escenario cambiante
Miércoles 2 de diciembre | 10:00 hrs.

Expositores:



Lucas Palacios
Ministro de Economía



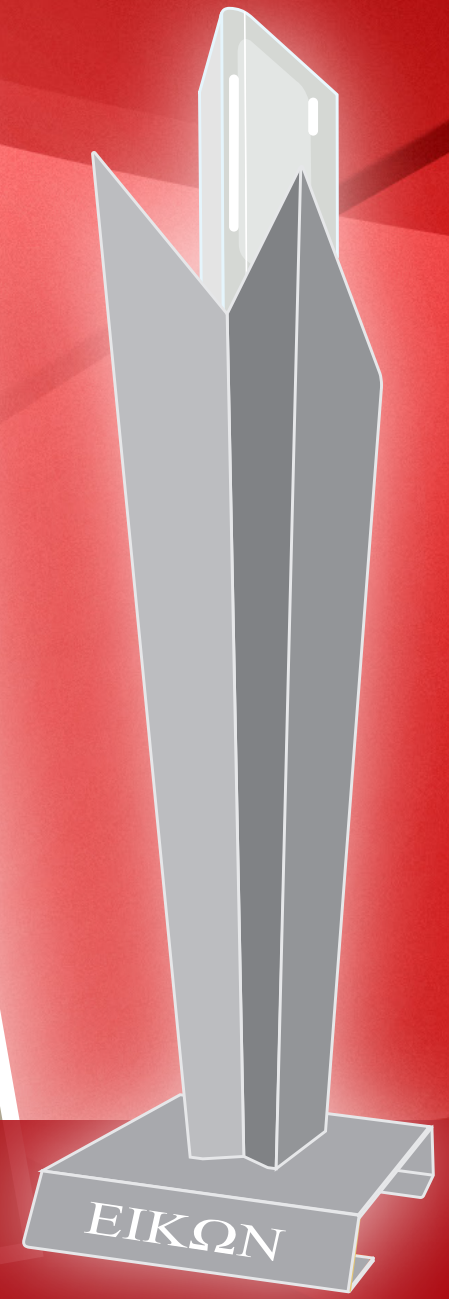
Jeannette von Wolfersdorff
Directora Fundación
Observatorio Fiscal



Raphael Bergoeing
Presidente de la Comisión
Nacional de Productividad



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

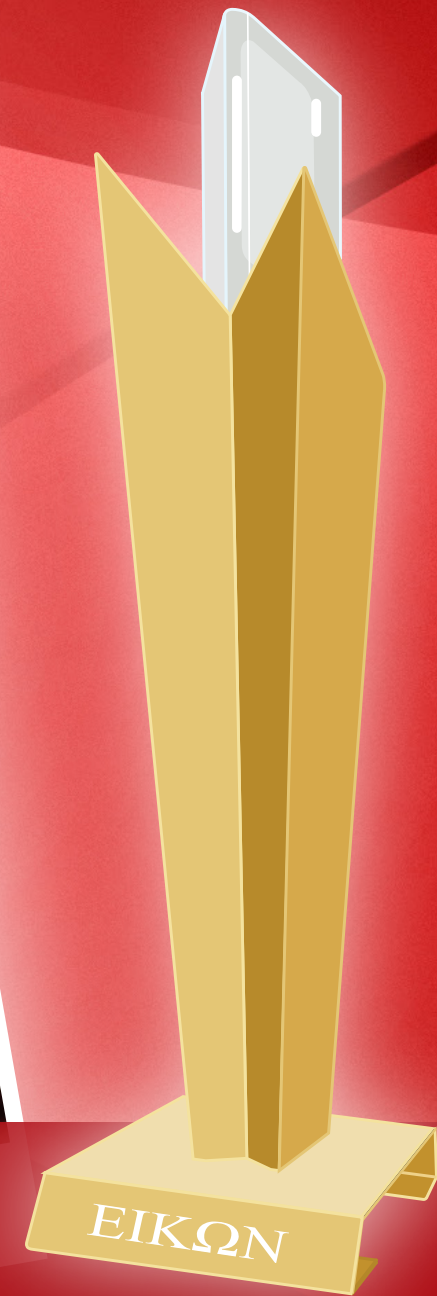


**SURA ASSET MANAGEMENT CHILE /
AIPEF CHILE / TIRONI
ALIANZA SURA - AIPEF**

**CATEGORÍA 4:
RELACIONES CON LA PRENSA**

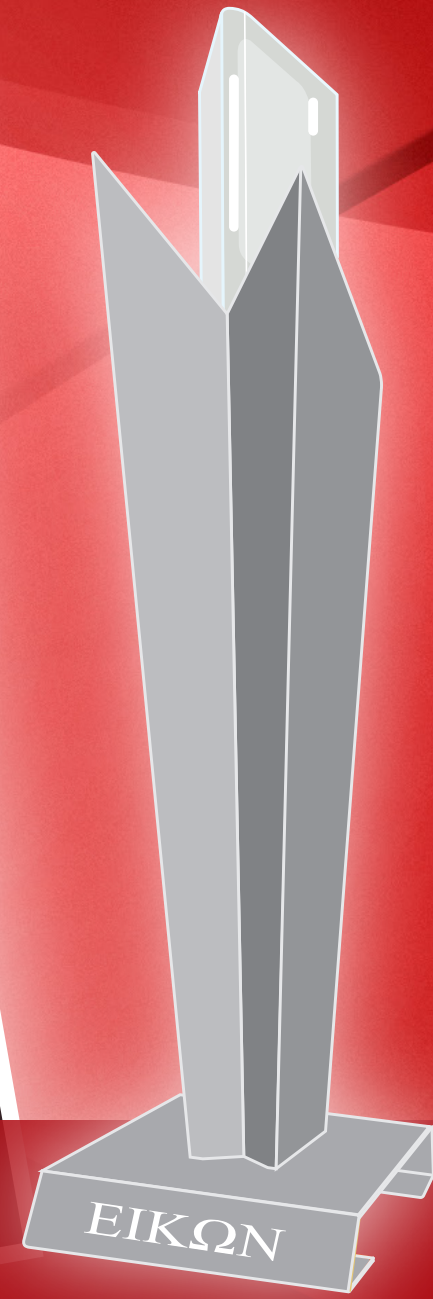


A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO
UDD FRENTE AL COVID-19**

**CATEGORÍA 5:
COMUNICACIÓN EN SITUACIÓN DE CRISIS**



**CODELCO / CBR COMUNICACIÓN
EL PLAN C.O.V.I.D.
LÍDERES CODELCO EN TIEMPOS DE CRISIS**

**CATEGORÍA 5:
COMUNICACIÓN EN SITUACIÓN DE CRISIS**

**SI NECESITAS,
DEVUÉLVELO**

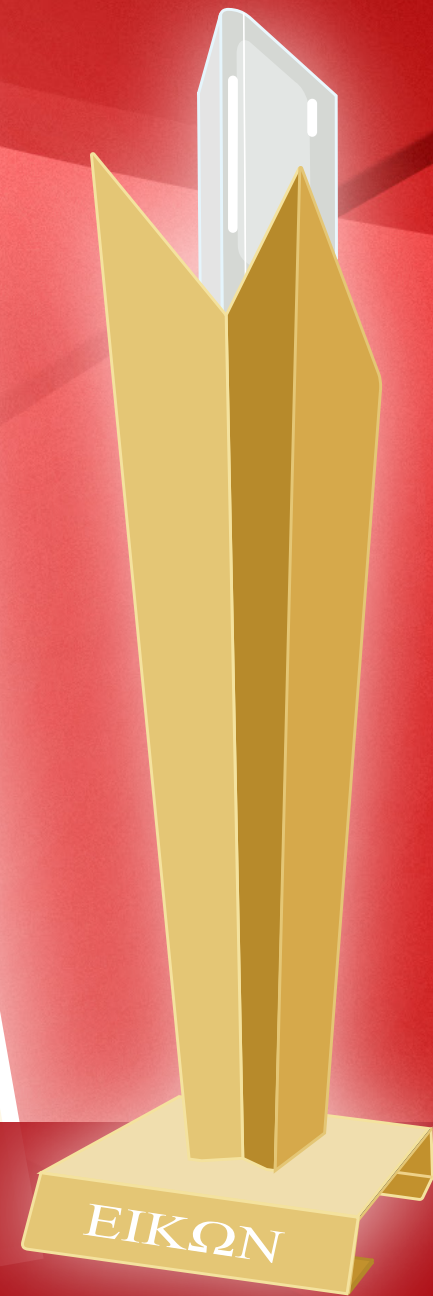


A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



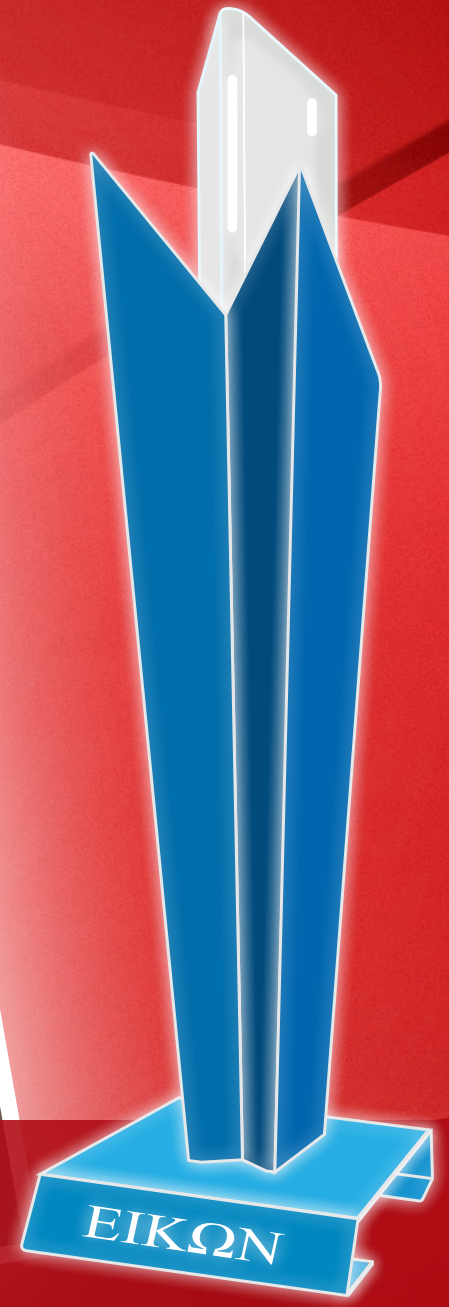
**CITROËN CHILE / INBRAX /
HAVAS MEDIA / CAR 2CC**

SI NECESITAS, DEVUÉLVELO



BANCO SANTANDER CHILE
ESTO SÍ ES SANTANDER

**CATEGORÍA 7:
COMUNICACIÓN INTERNA**



CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

**ARCOS DORADOS RESTAURANTES DE CHILE
SOMOS COOLTURA**



**CATEGORÍA 7:
COMUNICACIÓN INTERNA**

isa
INTERVIAL

Tienes la
OPORTUNIDAD

Encuesta de Clima 2020, ISA Interivial.

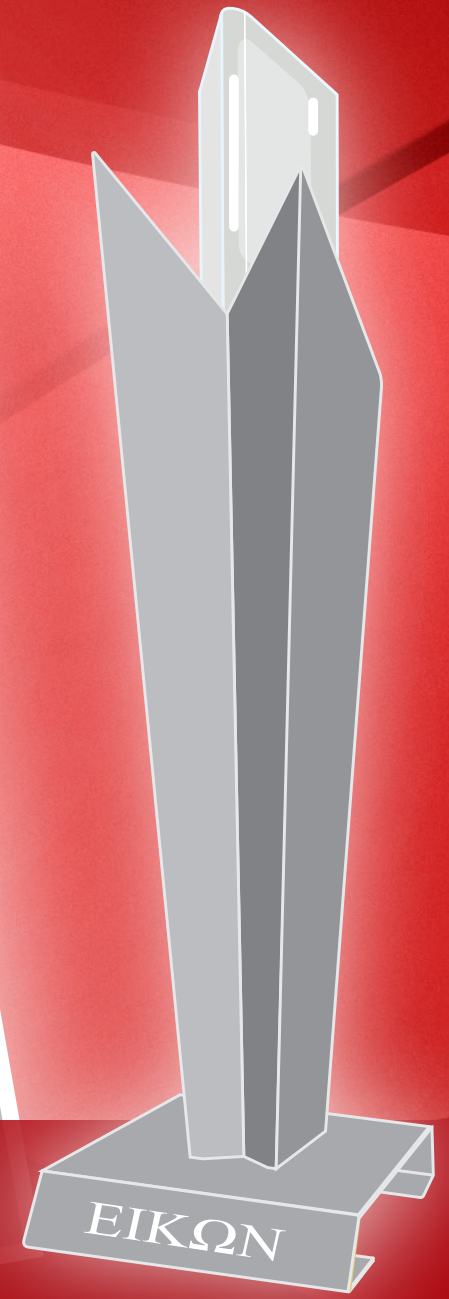


A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**ISA INTERVIAL / MGC
TIENES LA OPORTUNIDAD**

CATEGORÍA 7:
COMUNICACIÓN INTERNA

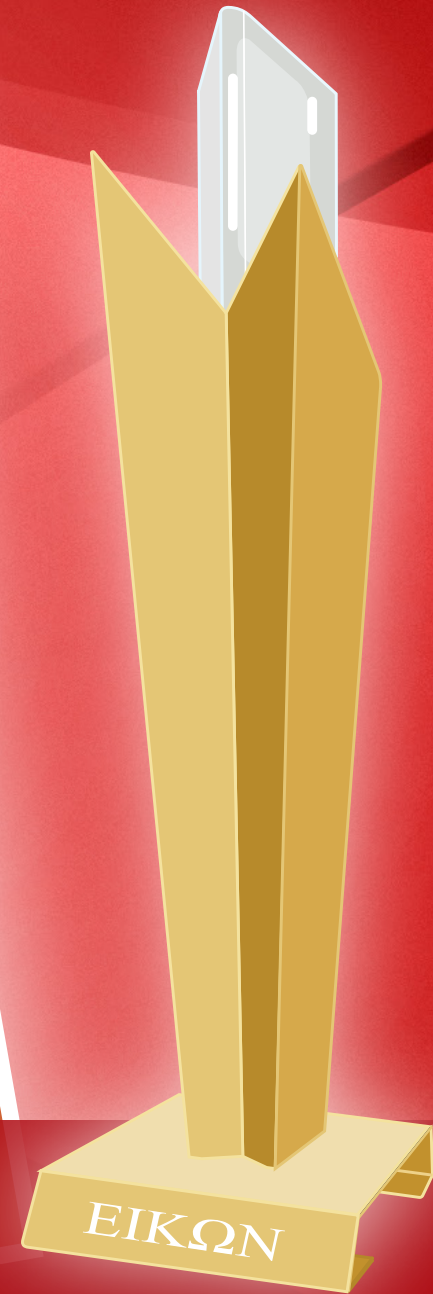


GANADOR
PREMIOS
EIKΩN

CHILE 2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

KOMATSU CUMMINS CHILE / INBRAX
MEME CUIDO



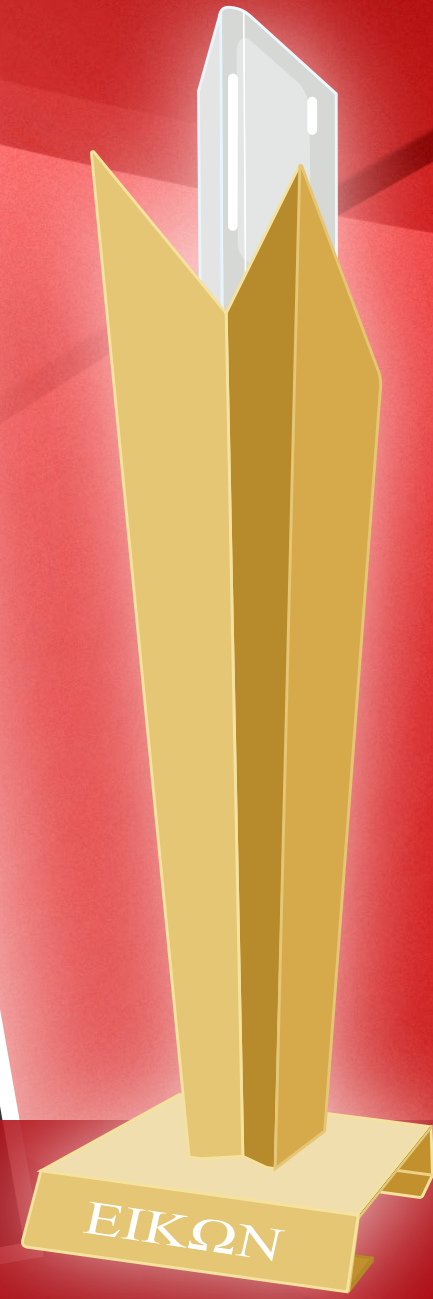
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

**CODELCO / CBR COMUNICACIÓN
PLAN COMUNICACIONAL
TRANSFORMACIÓN CULTURAL 2020-2024**

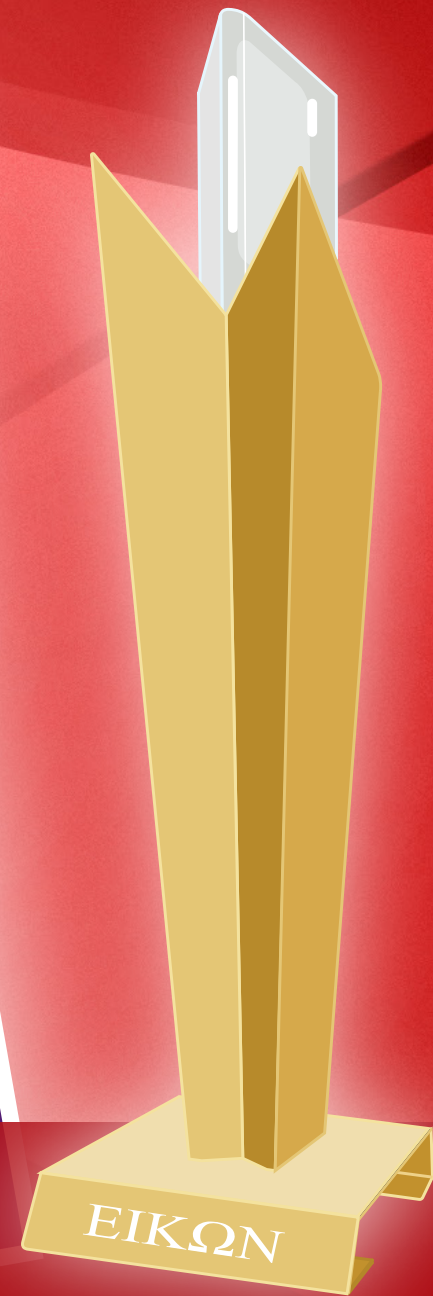
**CATEGORÍA 9.2
PATROCINIO O SPONSORING DEPORTIVO**



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



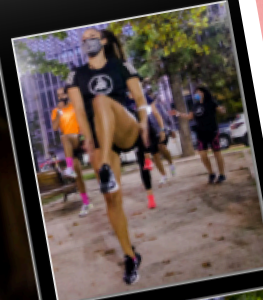
**adidas / ALTA COMUNICACION / NWC
SALE X TODO**



NOTCO / DOS ALAS
NOTCO. RONDA DE INVERSIÓN C

CATEGORÍA 11:
EVENTOS

ADIDAS ULTRABOOST 21 CHILE



ALTA.

GANADOR
PREMIOS
EIKΩN

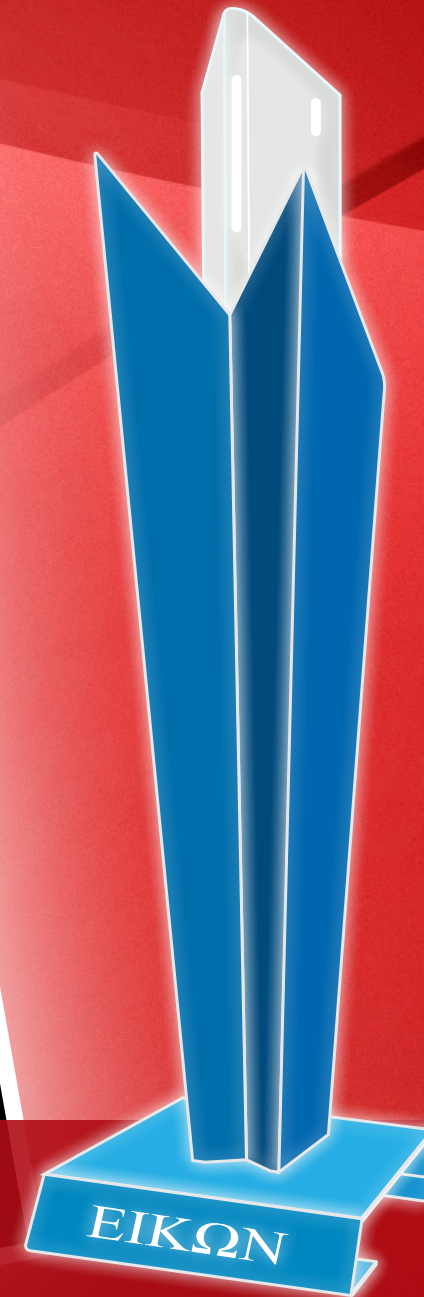
CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

adidas / ALTA COMUNICACION / LUMINA MOTION

LANZAMIENTO ULTRABOOST 21





CATEGORÍA 11:
EVENTOS

Santander

Santander.en.tu.casa
Un día para celebrar

Festival online para toda la familia.

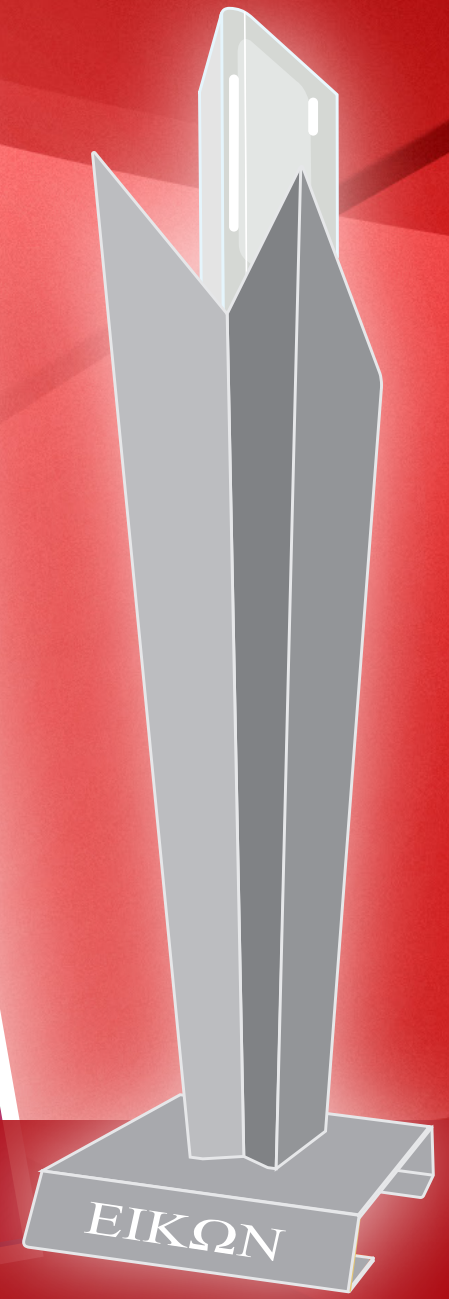
Agéndate el próximo
día 15 de agosto.

<Cuidando>

Simple Personal Fair



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



BANCO SANTANDER CHILE
FESTIVAL SANTANDER EN TU
CASA 2020

**CATEGORÍA 11:
EVENTOS**



**V Encuentro de Jóvenes
de la Alianza del Pacífico 2020**

**GANADOR
PREMIOS
EIKΩN**

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

**NESTLÉ CHILE / ALIANZA DEL PACÍFICO
Vº ENCUENTRO POR LOS JÓVENES DE LA
ALIANZA DEL PACÍFICO**



CATEGORÍA 12:
LANZAMIENTO DE PRODUCTOS



GANADOR
PREMIOS
EIKON

CHILE

2021

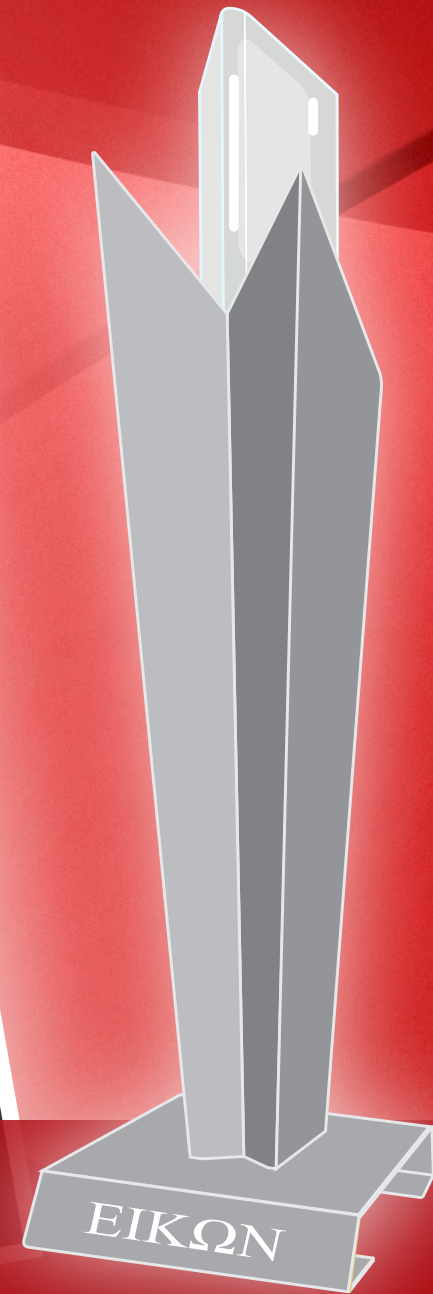
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

THE WORLD DISNEY COMPANY / MGC
LANZAMIENTO DISNEY+

**CATEGORÍA 12:
LANZAMIENTO DE PRODUCTOS**



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**adidas / ALTA COMUNICACION / NWC
SALE X TODO**

CATEGORÍA 12: LANZAMIENTO DE PRODUCTOS



Lanzamiento de PS5 by PlayStation

OBJETIVOS:

- Incrementar la venta de la consola, mediante acciones de PR e influenciadores.
- Brand Power: Convertir a PlayStation 5 en líder en ventas en el mercado de las nuevas consolas en el mercado local, que por primera vez se vendería 100% digital.
- Agotar las preventas gracias a la acción de PR gratuito e influencers, pese a las restricciones sanitarias impuestas por la pandemia.
- Generar una campaña integral, que incluyera acciones de PR tradicional y digital, que permitiera reunir a los máximos exponentes de las áreas de gaming, tecnología y entretenimiento en torno al lanzamiento.
- Crear una relación directa con los periodistas y medios de comunicación, ya que PlayStation no tenía agencia ni equipo de marketing que los representara en Chile.
- Impactar a través de las acciones de PR al menos dos veces a cada chileno.

La campaña comunicacional del lanzamiento de PlayStation 5 logró

1.726 publicaciones en todos los soportes.
Esto permitió alcanzar un PR Value de **USD \$ 3,023,657**

RESULTADOS GENERALES:

Los impactos totales relacionados a la campaña muestran un alcance superior a los **330 millones** es decir, 20 veces más que toda la población chilena (17.948.141 habitantes). Además, las impresiones superaron las 410 millones.

Para lograr esta exitosa cobertura, sólo se utilizaron 25 consolas PlayStation 5, redactaron 12 comunicados de prensa y artículos, generó 1 entrevista exclusiva y utilizaron 28 influenciadores.

Se retornó **62 veces** lo invertido.



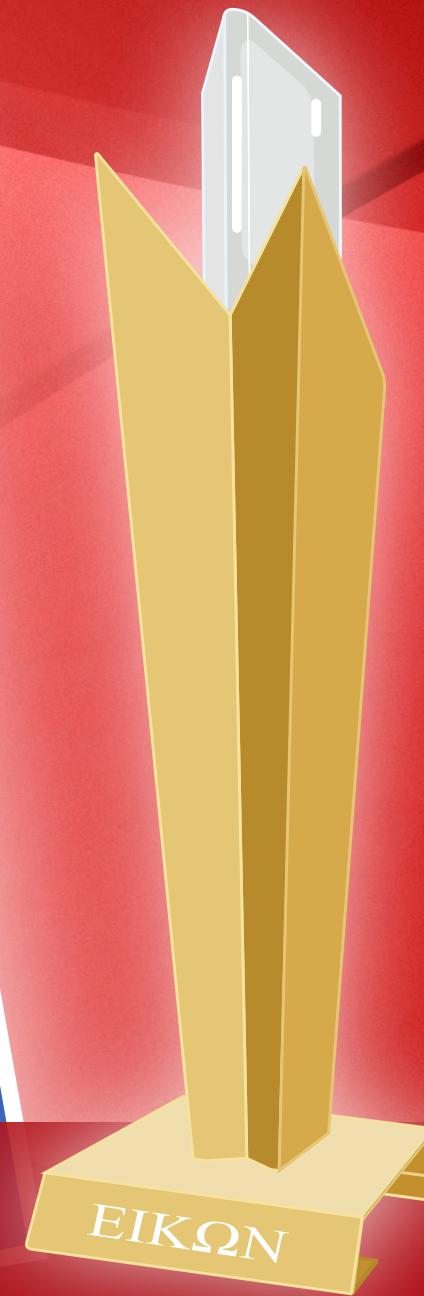
GANADOR
PREMIOS
EIKΩN

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

PLAYSTATION / MGC
LANZAMIENTO PS5 BY PLAYSTATION



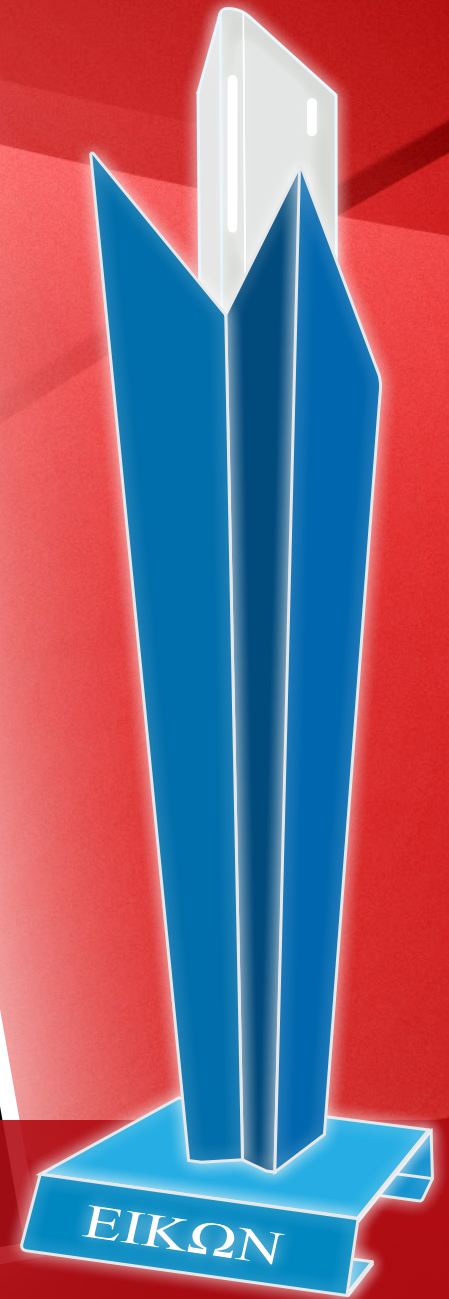
**CATEGORÍA 13:
DIGITAL, WEB, SOCIAL MEDIA Y DIGITAL MÓVIL**



**HUELLAS
DE EXTINCIÓN**



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

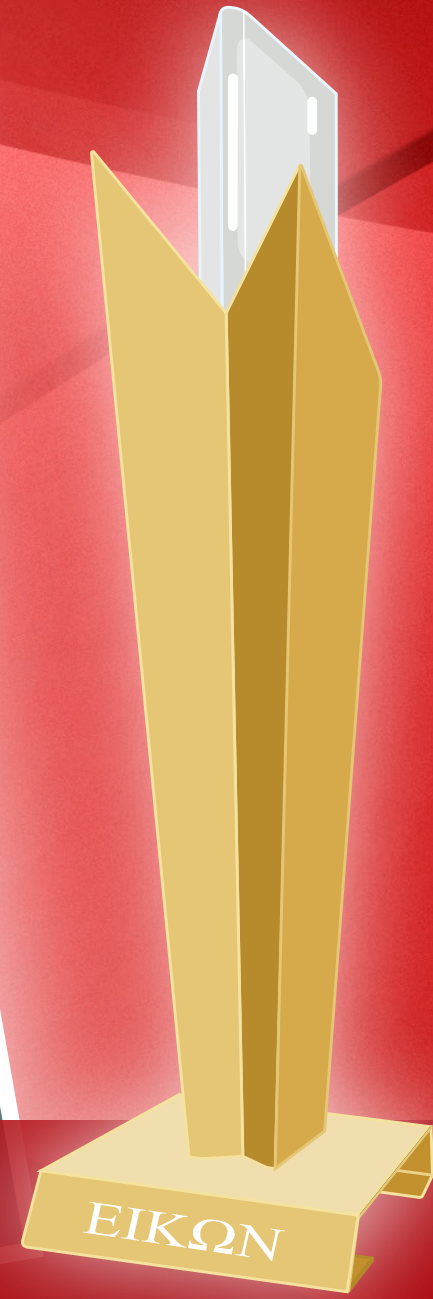


**WWF CHILE / INBRAX
HUELLAS DE EXTINCIÓN**

**CATEGORÍA 13:
DIGITAL, WEB, SOCIAL MEDIA Y DIGITAL MÓVIL**



**ASOCIACIÓN GREMIAL DE PLANTAS
FAENADORAS Y FRIGORÍFICAS
DE CARNES DE CHILE / MGC
CARNE QUE SABE DE NEGOCIOS**

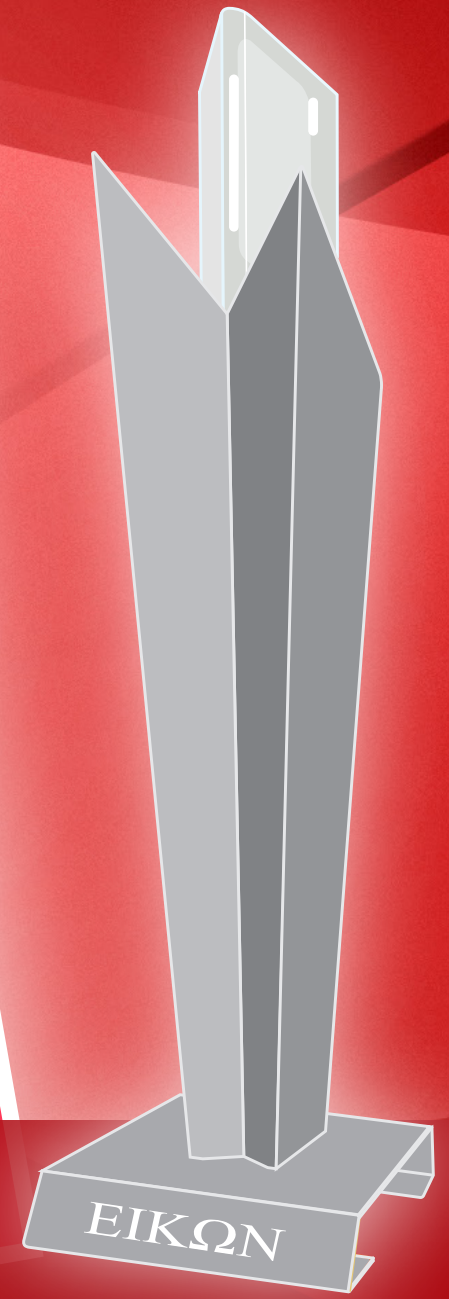


DROPS / DOS ALAS DIGITAL
DROPS: Y CÓMO CAMBIAR
LA RELACIÓN CON TU AUDIENCIA.

**CATEGORÍA 14.1:
CAMPAÑA SOCIAL MEDIA GENERAL**



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**LARRAINVIAL / REACTOR
HUMANIZAR LA MARCA PARA
CONSTRUIR VINCULOS DE CALIDAD**

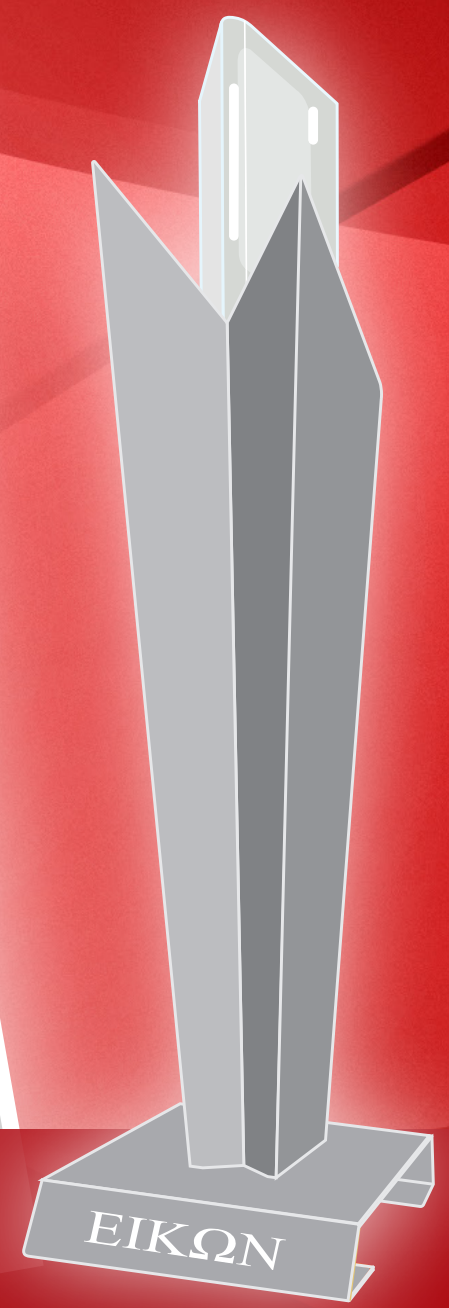
**CATEGORÍA 14.1:
CAMPAÑA SOCIAL MEDIA GENERAL**



**# TEAMO
DESDE
LEJOS**



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**MINISO CHILE / INBRAX
#TEAMODESDELEJOS**

CATEGORÍA 14.1:
CAMPAÑA SOCIAL MEDIA GENERAL

 **30 años**
en Chile



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



ARCOS DORADOS RESTAURANTES DE CHILE

#30AÑOSENCHILE

**CATEGORÍA 14.2:
CAMPAÑA DE INFLUENCERS**

**WE MADE THE FIRST ADIDAS
ALL DAY LIVE EVENT**

82K VIEWS

**GANADOR
PREMIOS
EIKΩN**

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

**adidas originals / ALTA COMUNICACION / NWC
LOVE UNITES PRIDE 2020**



**CATEGORÍA 14.2:
CAMPAÑA DE INFLUENCERS**



SQUAD
**FA
CES**
natura

GANADOR
PREMIOS
EIKΩN

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



NATURA / VOXKOM
SQUAD NATURA FACES - VOXKOM

CATEGORÍA 15:
CAMPAÑA DIGITAL MÓVIL



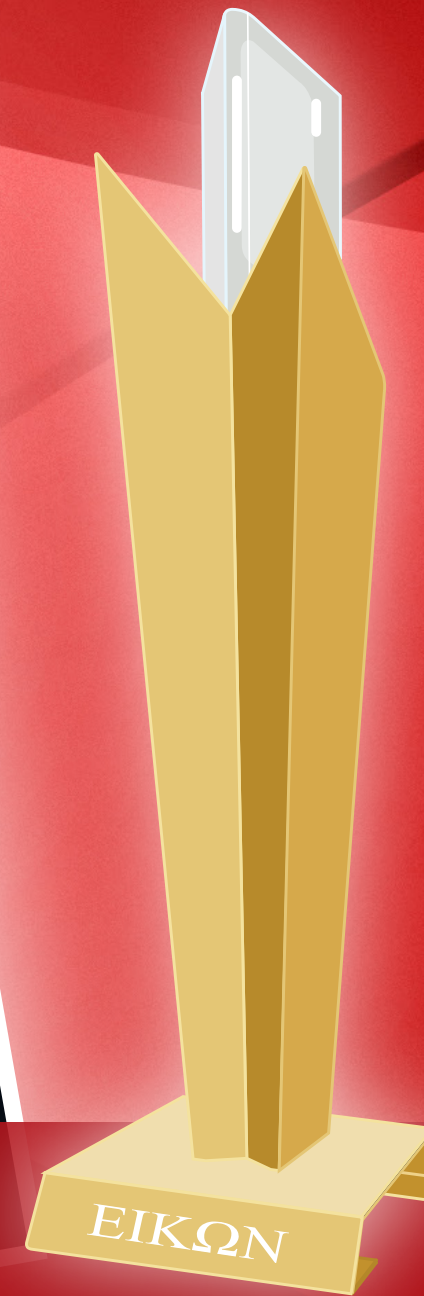
HUELLAS
DE EXTINCIÓN

GANADOR
PREMIOS
EIKΩN

CHILE

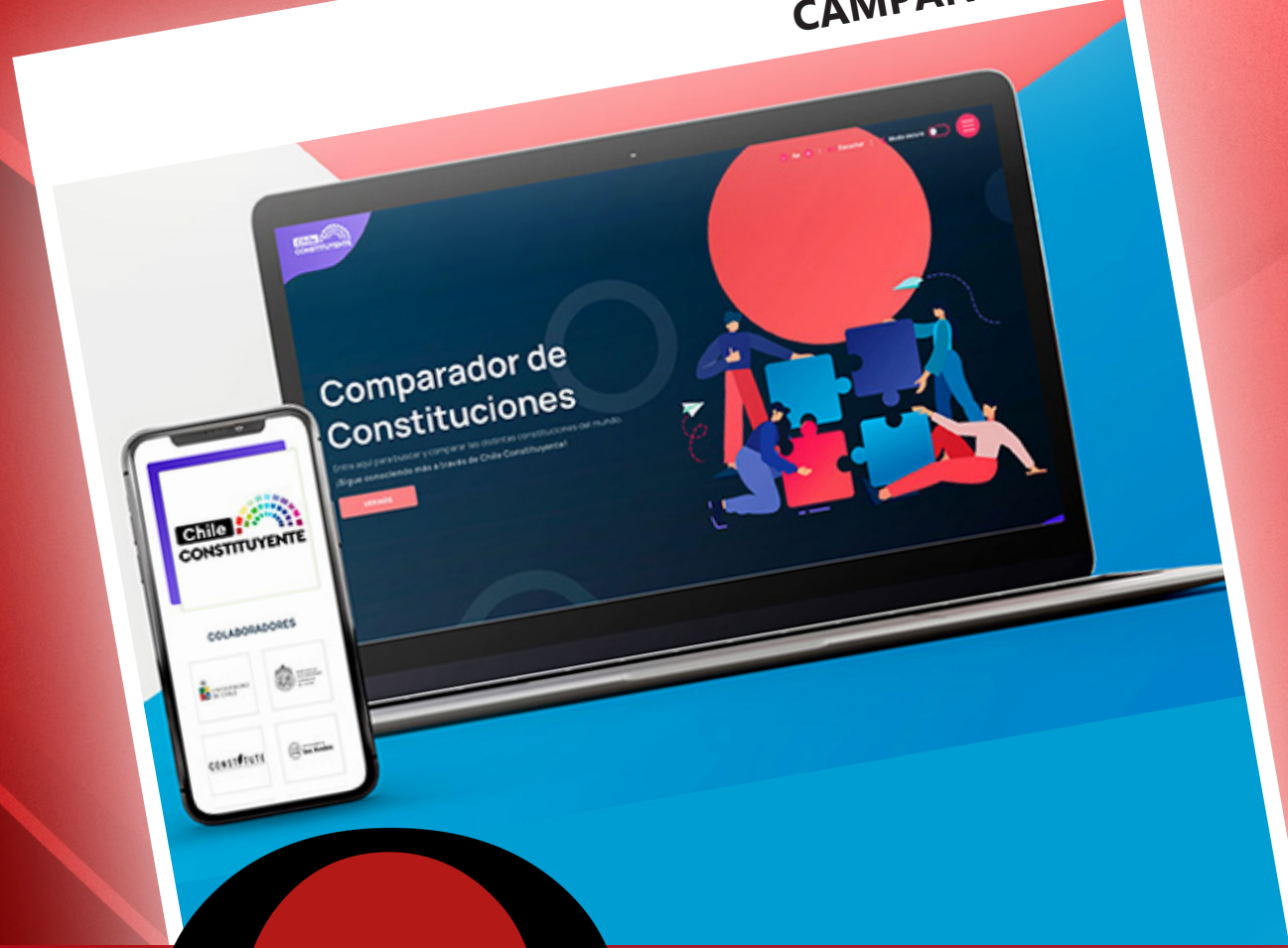
2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



WWF CHILE / INBRAX
HUELLAS DE EXTINCIÓN

**CATEGORÍA 16:
CAMPAÑA WEB**



**GANADOR
PREMIOS
EIKON**

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

**SECRETARÍA GENERAL DEL GOBIERNO DE CHILE /
REACTOR
UN PROCESO HISTÓRICO AL ALCANCE
DE TODAS LAS PERSONAS**

**CATEGORÍA 17.1:
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL CAMPAÑA GENERAL**



CHILE

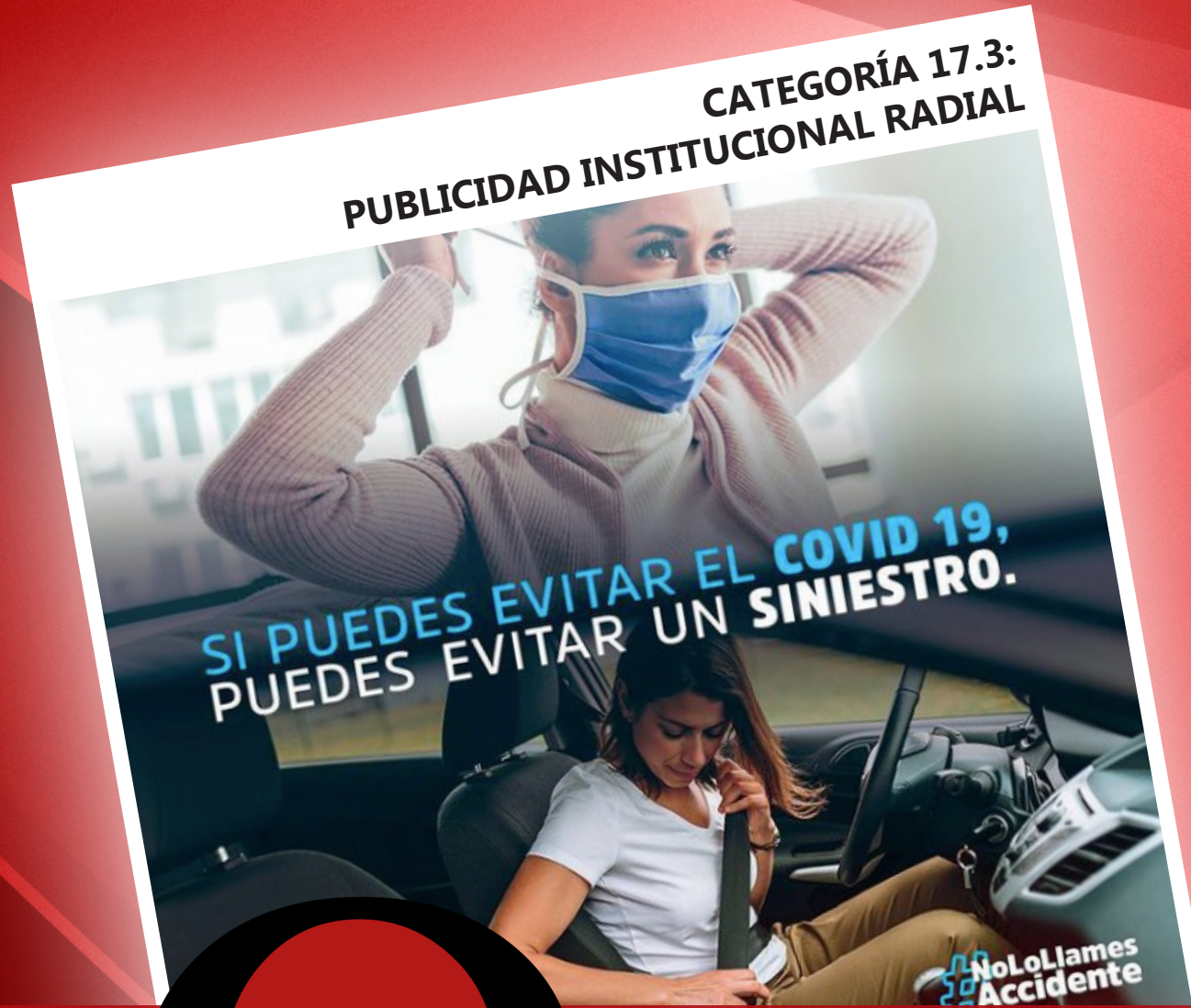
2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



ARCOS DORADOS RESTAURANTES DE CHILE
PASA COMO QUIERAS

**CATEGORÍA 17.3:
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL RADIAL**

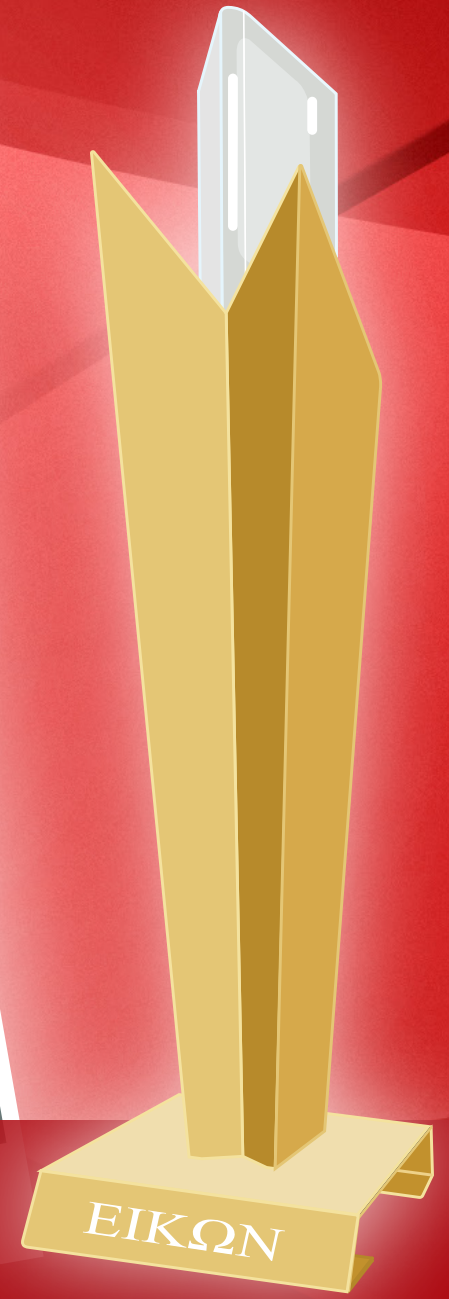


**GANADOR
PREMIOS
EIKON**

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**ISA INTERVIAL / MGC
DIFUSIÓN RADIAL CONTAGIA SEGURIDAD**

CATEGORÍA 17.5:
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL ON LINE



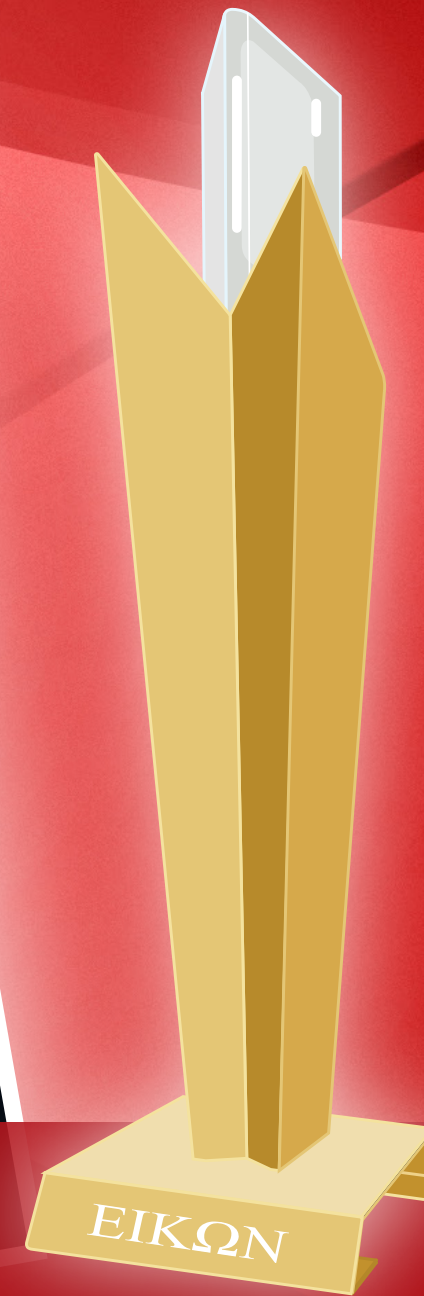
HUELLAS
DE EXTINCIÓN

GANADOR
PREMIOS
EIKΩN

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



WWF CHILE / INBRAX
HUELLAS DE EXTINCIÓN

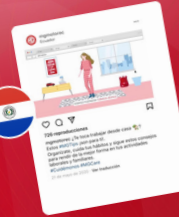
CATEGORÍA 18.1: PUBLICACIONES INSTITUCIONALES/ MULTIMEDIA, CAMPAÑA GENERAL

Replicados en
distintos países



#MGCARE

PARAGUAY



ECUADOR

Con la llegada de la **pandemia a nivel mundial**, **MG Motor**, la exitosa firma internacional y ganadora del reconocimiento a mejor marca 2020, tuvo como objetivo mantener su posicionamiento en el mercado chileno, generando más valor para sus clientes, aún con el desafío de que todas las **concesionarias del país estuvieran cerradas** debido a las cuarentenas totales.

MG Care, un concepto que nos permite estar cerca de nuestros clientes, pero de una manera distinta. Para esto, creamos una serie de videos animados, llevando al mundo de la animación a su modelo más popular MG ZS y el n°1 en ventas en Chile, entregando tips a los amantes de MG Motor, con la siguiente premisa: si ellos están encerrados, sus autos también.

Entregamos tips a nuestros usuarios enseñándoles como mantener sus MG en buen estado, teniendo en consideración la protección, limpieza, niveles de batería, presión de neumáticos, encendido de aire acondicionado, desinfección de instrumentos, distanciamiento para estacionarse y como el piloto también es parte del auto, le dimos tips para sobrellevar el encierro y, por supuesto, el home office.

¿Cómo cuidar de todos?



Tips para el teletrabajo



Como cuidar de tu MG



Tu MG en buen estado

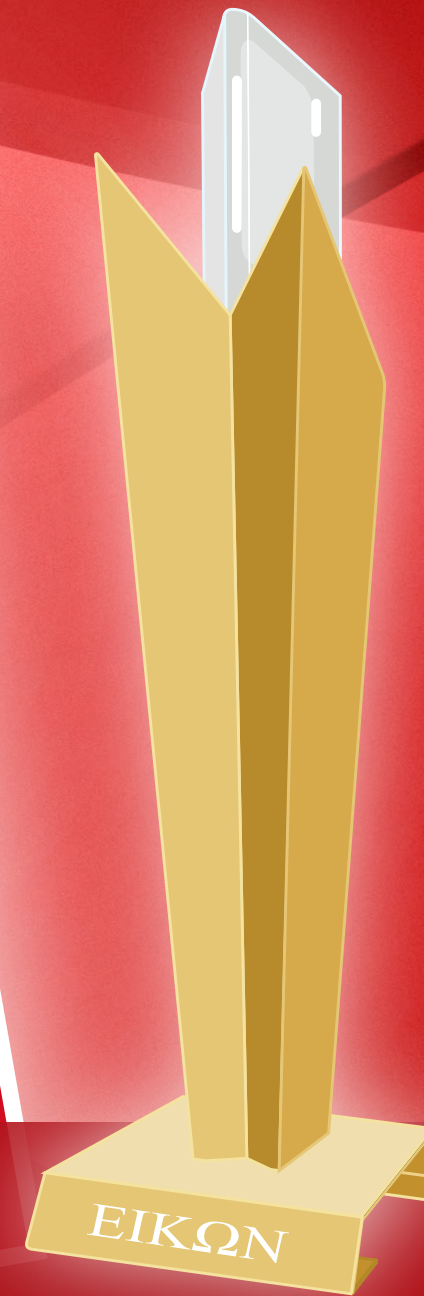


GANADOR
PREMIOS
EIKΩN

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



EIKΩN

MG MOTORS / MGC
MG CARE

CATEGORÍA 20:
CAMPAÑA GENERAL DE DIFUSIÓN



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



ABINBEV / ALTA COMUNICACION
LA SOSTENIBILIDAD
ES NUESTRO NEGOCIO

**CATEGORÍA 20:
CAMPAÑA GENERAL DE DIFUSIÓN**

#ConverseCityForests

LA IDEA
Realización de un mural artístico con pintura sostenible que limpia el aire y en su diseño, rinde homenaje a las comunidades latinas. Llevar esta idea a los medios de comunicación y relacionarla con la comunidad de influenciadores y usuarios de Converse.

DESAFÍOS

- ★ Generar posicionamiento en la comunidad con el fin de romper las barreras de discriminación en la igualdad de género y racial.
- ★ Generar una campaña integral, que incluyera acciones de PR tradicional, digital e influencers.
- ★ Crear una relación directa con los periodistas y medios de comunicación, relacionados al mundo de la sustentabilidad y medios sneakers.

RESULTADOS
La campaña comunicacional del lanzamiento del mural logró más de 200 publicaciones en todos los soportes. Esto permitió alcanzar un:

PR Value de USD \$380,000

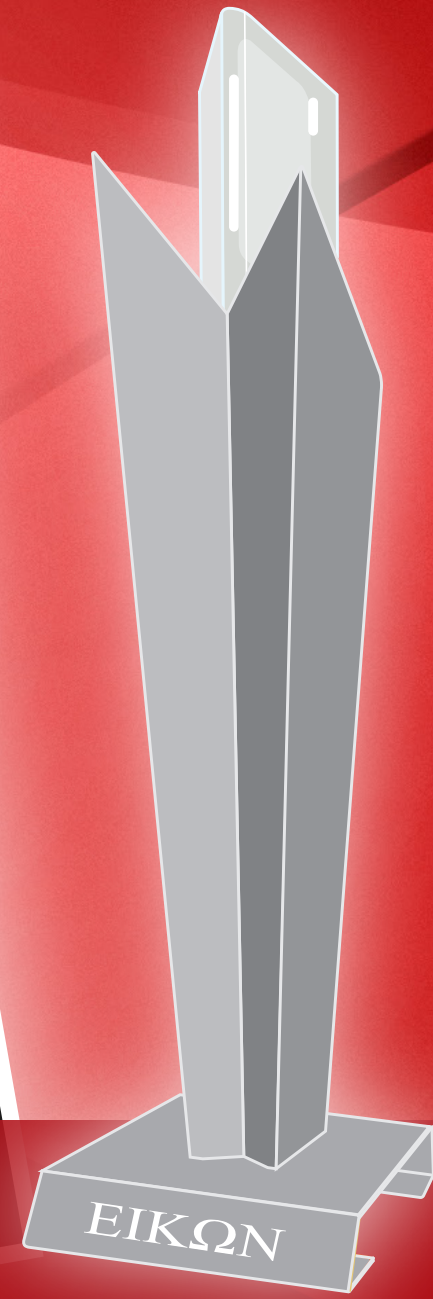
Para lograr esta exitosa cobertura, sólo se utilizó:

- 1 comunicado de prensa
- 10 entrevistas exclusivas en TV y Radio
- +50 notas en sitios online
- 6 influenciadores

CONVERSE




CHILE **2021**
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



CONVERSE / MGC
#CONVERSECITYFOREST

**CATEGORÍA 20:
CAMPAÑA GENERAL DE DIFUSIÓN**

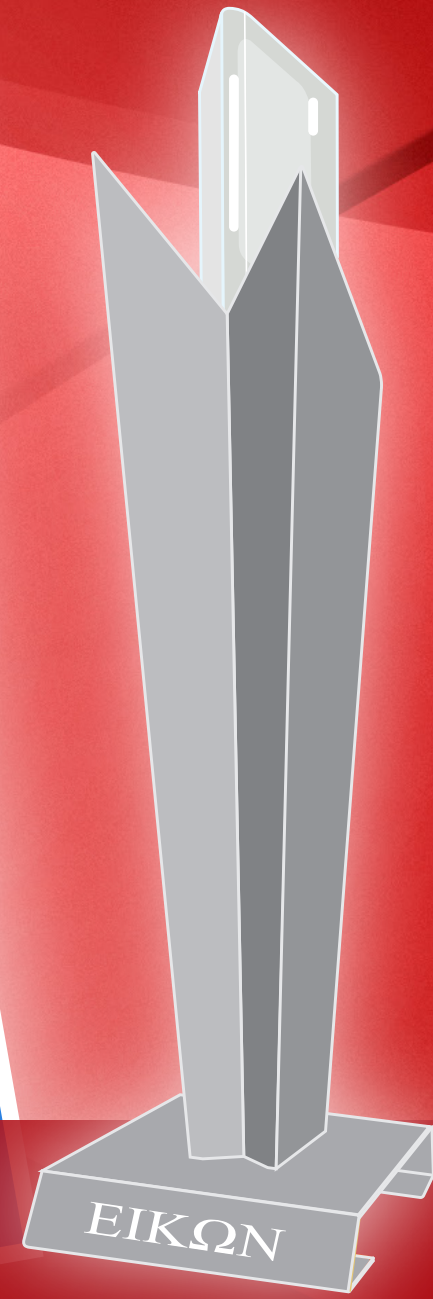
DiDi

Te acompañamos
a votar

Obtén **1 Viaje Gratis**
de hasta \$3.000 para que
vayas a votar con el código:

VOTEMOS

- 1 Ingresa al **Menú Principal** en la esquina superior izquierda en tu app y presiona **Códigos promocionales**
- 2 Ingresa el código **VOTEMOS** y recibe tu descuento!



DIDI / AGENCIA JELLY
CAMPAÑA VOTEMOS CON
DIDI EN EL PLEBISCITO NACIONAL 2020

CATEGORÍA 20: CAMPAÑA GENERAL DE DIFUSIÓN

Lanzamiento de PS5 by PlayStation

OBJETIVOS:

- Incrementar la venta de la consola, mediante acciones de PR e influenciadores.
- Brand Power: Convertir a PlayStation 5 en líder en ventas en el mercado de las nuevas consolas en el mercado local, que por primera vez se vendería 100% digital.
- Agotar las preventas gracias a la acción de PR gratuito e influencers, pese a las restricciones sanitarias impuestas por la pandemia.
- Generar una campaña integral, que incluyera acciones de PR tradicional y digital, que permitiera reunir a los máximos exponentes de las áreas de gaming, tecnología y entretenimiento en torno al lanzamiento.
- Crear una relación directa con los periodistas y medios de comunicación, ya que PlayStation no tenía agencia ni equipo de marketing que los representara en Chile.
- Impactar a través de las acciones de PR al menos dos veces a cada chileno.

RESULTADOS GENERALES:

La campaña comunicacional del lanzamiento de PlayStation 5 logró

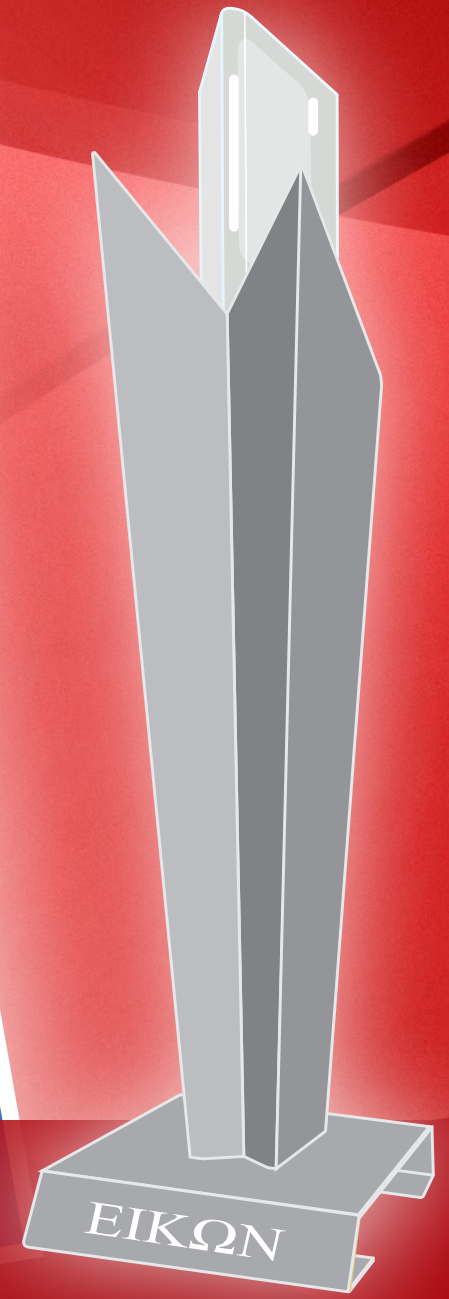
1.726 publicaciones en todos los soportes.

Esto permitió alcanzar un PR Value de **USD \$ 3,023,657**

Los impactos totales relacionados a la campaña muestran un alcance superior a los **330 millones** es decir, 20 veces más que toda la población chilena (17.948.141 habitantes). Además, las impresiones superaron las 410 millones.

Para lograr esta exitosa cobertura, sólo se utilizaron 25 consolas PlayStation 5, redactaron 12 comunicados de prensa y artículos, generó 1 entrevista exclusiva y utilizaron 28 influenciadores.

Se retornó **62 veces** lo invertido.

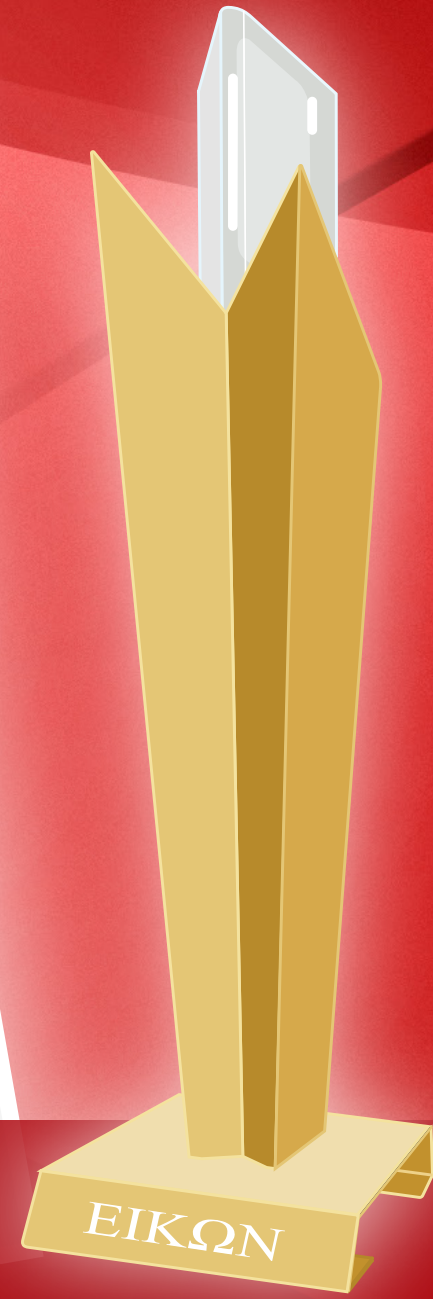



PLAYSTATION / MGC
LANZAMIENTO PS5 BY PLAYSTATION

**CATEGORÍA 20:
CAMPAÑA GENERAL DE DIFUSIÓN**



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**FUNDACIÓN ADN CHILE / LLYC /
FENPOF / FELCH / DIMUS
SONRISAS DE DUCHENNE**

**CATEGORÍA 21.1: COMUNICACIÓN
DE GESTIÓN DE GOBIERNO NACIONAL**

ECONOMÍA EN SIMPLE



REACTOR



**GANADOR
PREMIOS
EIKON**

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



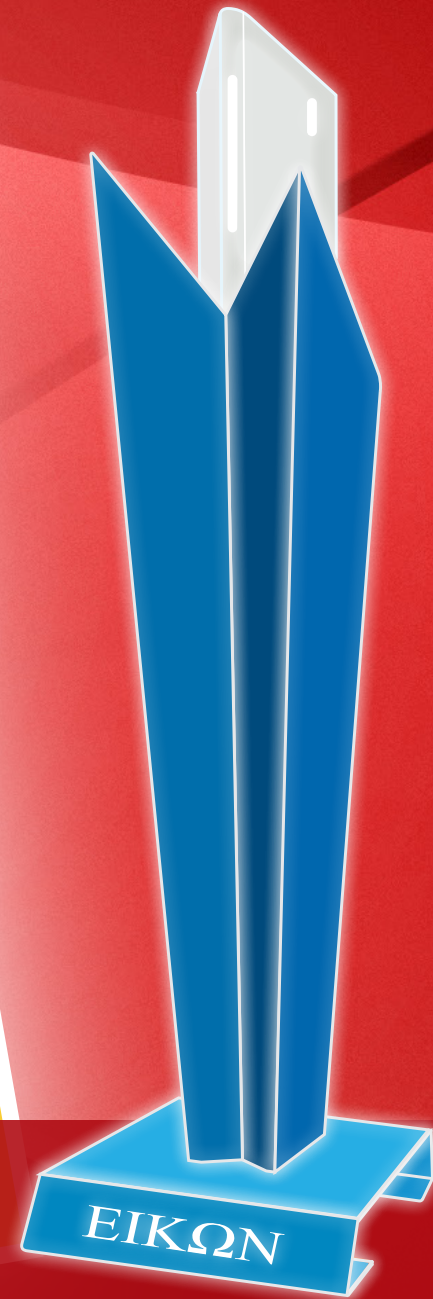
**MINISTERIO DE HACIENDA DE CHILE / REACTOR
ECONOMÍA EN SIMPLE**

CATEGORÍA 23:
MARKETING SOCIAL

OXFORD
STORE



#PasaElCambio



OXFORD STORE
ALTA COMUNICACION / ATLAS
PASA EL CAMBIO

**CATEGORÍA 23:
MARKETING SOCIAL**

Los trabajadores
de plataformas digitales

**NO PODÍAN
ESPERAR**

Por eso, en Mutua de Seguridad
encontramos la forma de darles
acceso al Seguro de Accidentes
del Trabajo y Enfermedades
Profesionales.

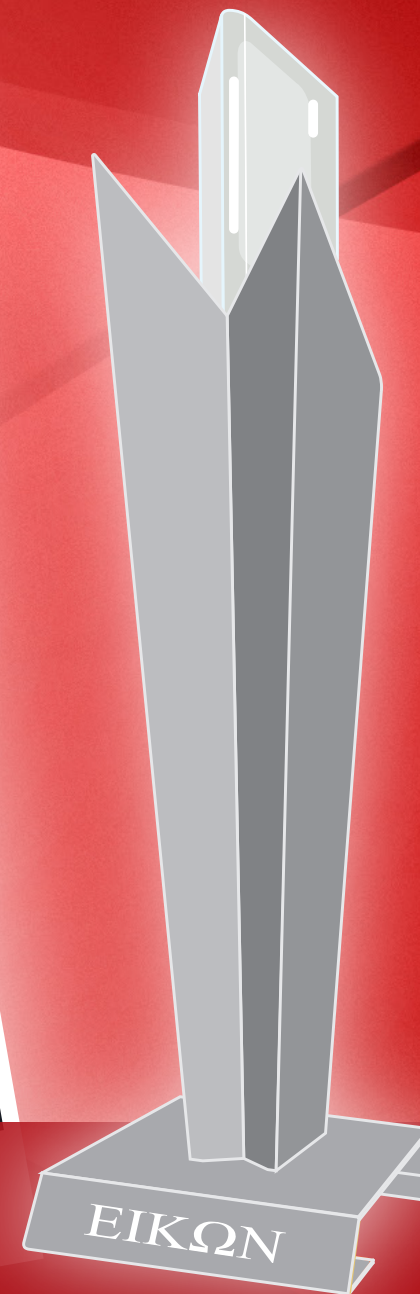
MUTUAL
de seguridad
somos CChC

GANADOR
PREMIOS
EIKΩN

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



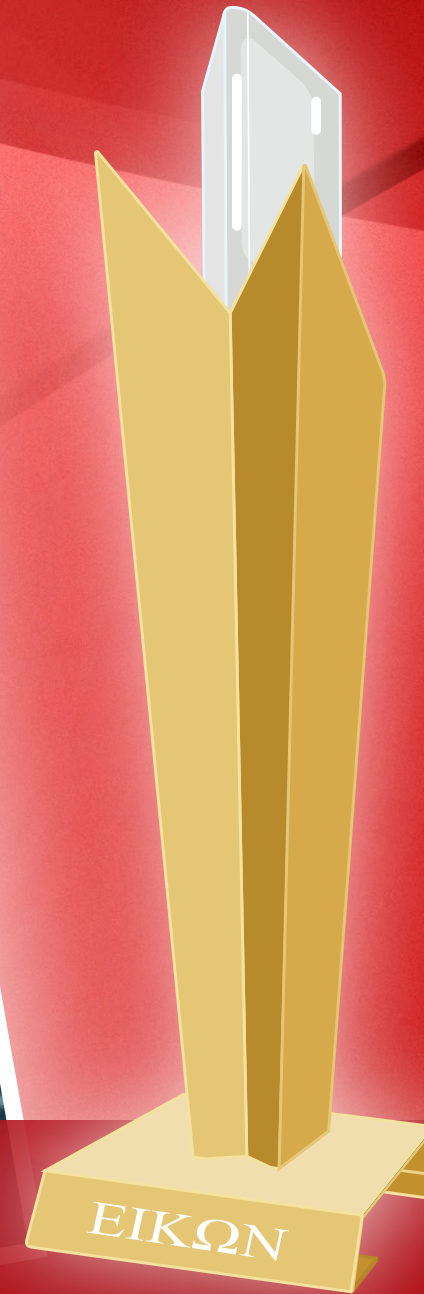
**MUTUAL DE SEGURIDAD / AZERTA /
ARENA / MRM MCCANN**

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA DAR ACCESO A LA
SEGURIDAD LABORAL A LOS REPARTIDORES DE DELIVERY

**CATEGORÍA 23:
MARKETING SOCIAL**



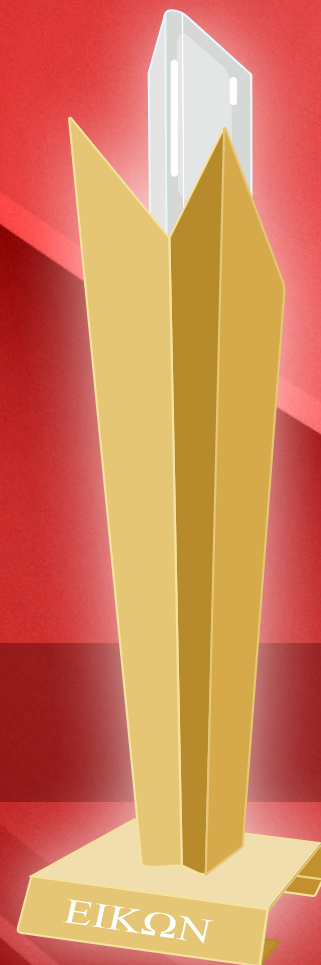
A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**DOVE / UNILEVER / URBAN GRUPO
DE COMUNICACIONES**

PROYECTO LA AUTOESTIMA DE LA SELFIE

GANADORES EIKON CHILE 2021



FACULTAD DE COMUNICACIONES
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

CAPÍTULO ONG



**[ONG] CATEGORÍA 2.6:
SUSTENTABILIDAD EN SALUD**

EL CÁNCER NO DISCRIMINA

Situación:
En nuestro País Vivieren 3 personas por hora de cáncer, una se podría haber salvado si se hubiera detectado a tiempo. "Chile Sin Cáncer" conscientes de esta realidad es que Nació "Chile Sin Cáncer" una fundación que lucha contra la desigualdad en el tratamiento de esta enfermedad. Pero como luchar contra algo que no tiene visibilidad en la opinión pública? El desafío era lograr comunicar y dar a conocer lo que hacemos y nuestro mensaje... **Cómo lograr el máximo de impacto sin recursos?**

Idea: "El Cáncer No Discrimina"
Mostrar que a todos nos podría dar cáncer, pero que no todos tenemos las mismas oportunidades de tratamiento.

Implementación:
Buscamos y sumamos 10 rostros para que se sumaran a la campaña, entre periodistas, actores y periodistas, quienes vivieron una drástica transformación, como si estarían tratándose con quimioterapia.

Plan masivo 100% Gratuito:
3 Canales de TV - TV3 - TVN - Chilevisión
4 estaciones de Radio Onda - Sonar - Play - T13
Vía pública: 10 del COXU, 10 pantallas durante un mes
3 Medios Impreso: Publimetro - La Tercera - La cuarta

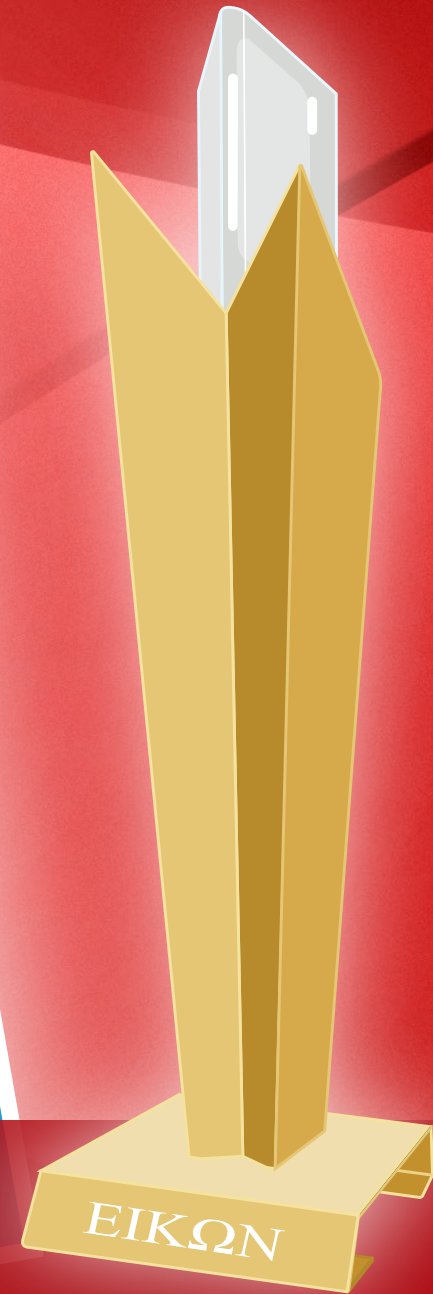
Plan Digital Orgánico
Querimos que la mayor cantidad de personas interactuaran y compartieran información de la fundación y la campaña, con el mínimo de inversión. FB - IG - LinkedIn - Google Ads. - Youtube - Web de la fundación
70 influencers compartieron la historia de forma gratuita logrando que se viralizara a través de sus seguidores.

Plan PR
Querimos generar interés de los medios con respecto a esta campaña para ampliar la cobertura y generar comunicación a través de entrevistas y notas de prensa.

Resultados

- Más de **4.500.000** Personas vieron nuestra campaña
- Crecimiento en visitas a la web V/S mes anterior / usuarios: **+495%**
- Crecimiento en Social media v/s mes anterior: **+850%** VISITAS AL FAN PAGE
- + de 500** personas compartieron la historia
- + de 250.000** visualizaciones en Youtube
- Cobertura gratuita de medios.**
- TOTAL DONACIÓN EN MEDIOS, ROSTROS Y AGENCIA: **\$150.000.000.-**

chile sin cáncer

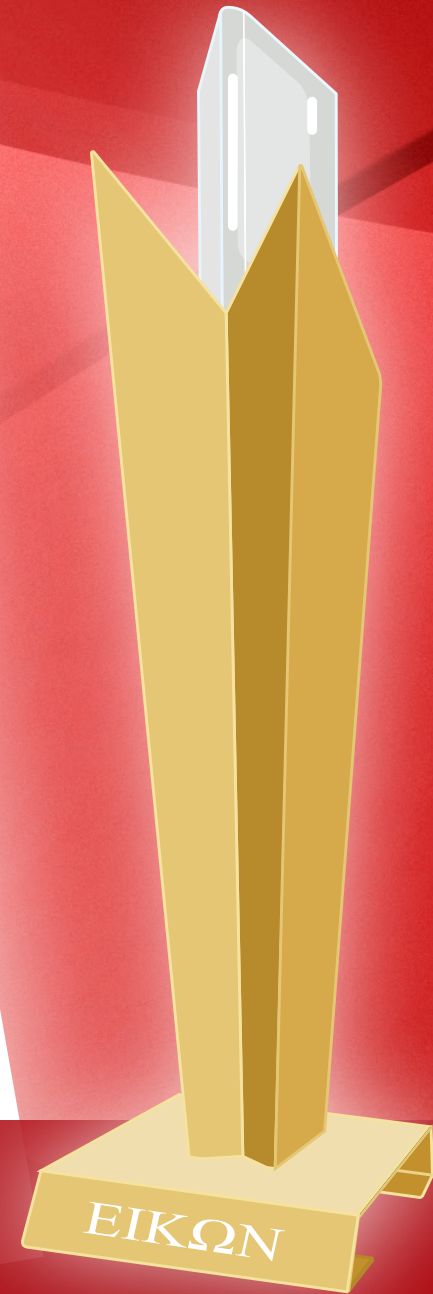


A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

FUNDACIÓN CHILESINCÁNCER / FURIA, AGENCIA DE PUBLICIDAD
EL CÁNCER NO DISCRIMINA, A TODOS NOS PUEDE PASAR

[ONG] CATEGORÍA 23:
MARKETING SOCIAL

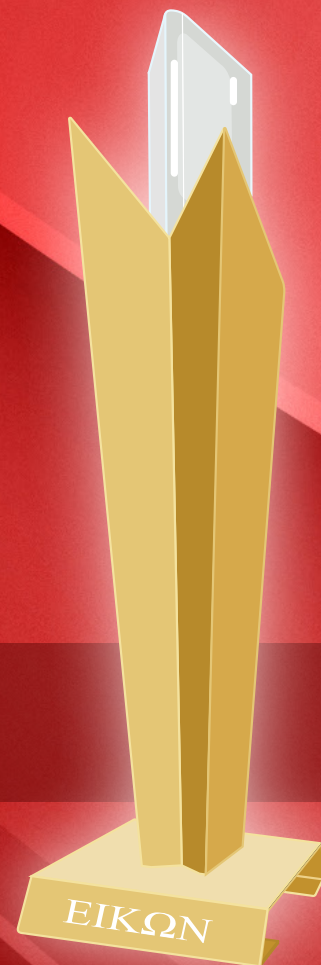
EL COLEGIO ESTÁ PARA TÍ



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

FUNDACIÓN BELÉN EDUCA
CAMPAÑA EL COLEGIO ESTÁ PARA TÍ

GANADORES EIKON CHILE 2021



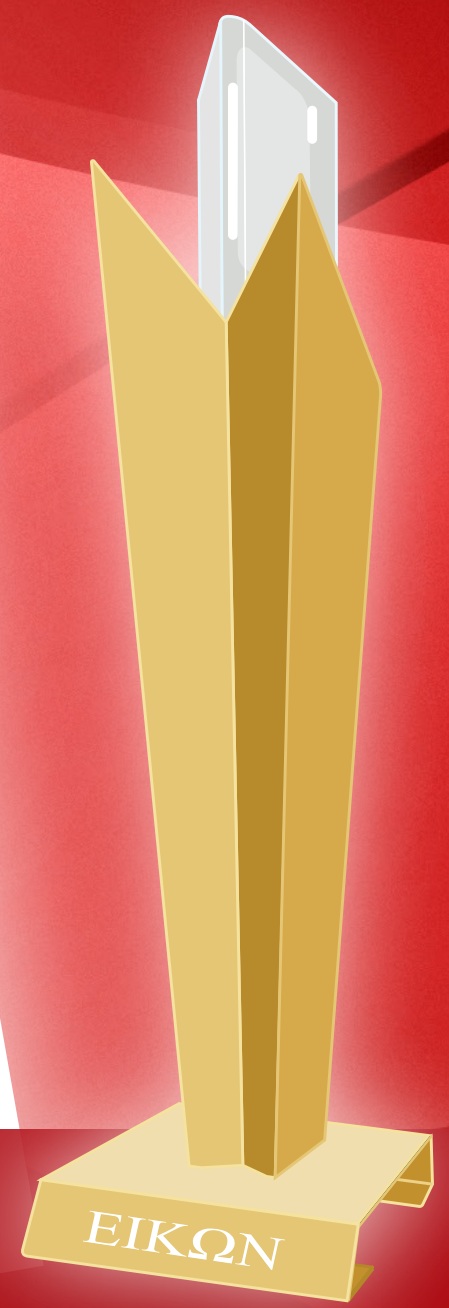
FACULTAD DE COMUNICACIONES
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

CAPÍTULO PYME



[PYME] CATEGORÍA 2.6:
SUSTENTABILIDAD EN SALUD

SEMANA del
 **ACV** 20
Accidente Cerebro Vascular

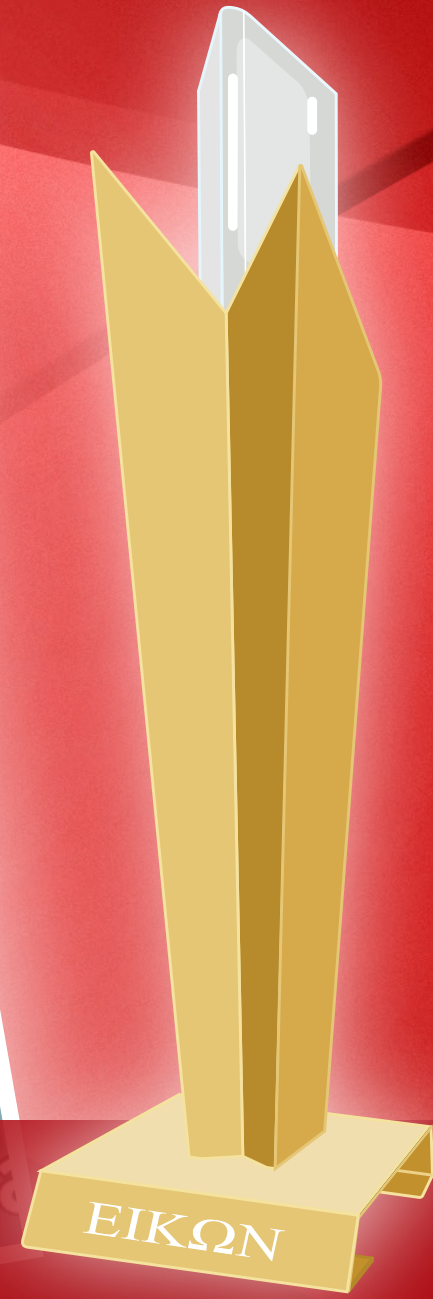


**SONEPSYN / AGENCIA MI VOZ / MEDTRONIC /
BOEHRINGER-INGELHEIM
SEMANA DEL ACV 2020**

**[PYME] CATEGORÍA 2.9: SUSTENTABILIDAD
DE DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y GÉNERO**



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**NIÑA NIÑO FILMS / SIENTE LA MAREA / JIRAFÁ
FILMS / PRODUCTORA REKIA
CROWDFUNDING LA ISLA DE LAS GAVIOTAS**

**[PYME] CATEGORÍA 4:
RELACIONES CON LA PRENSA**

THE
COPPER
COMPANY

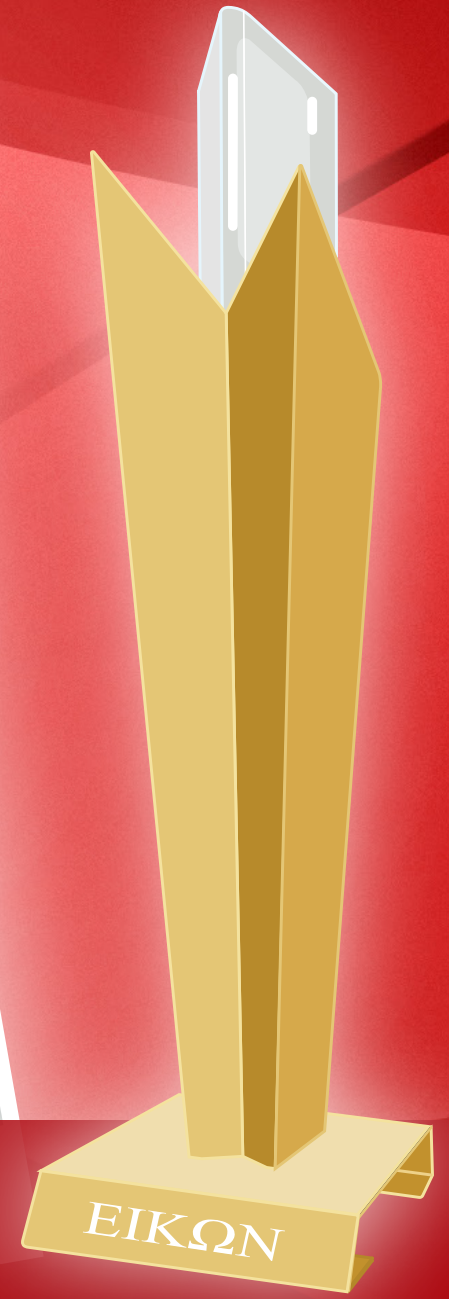
GANADOR
PREMIOS
EIKΩN

CHILE

2021

A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

**THE COPPER COMPANY / SIENTE LA MAREA
ESTUDIO UNIVERSIDAD DE BERNA
POR THE COPPER COMPANY**

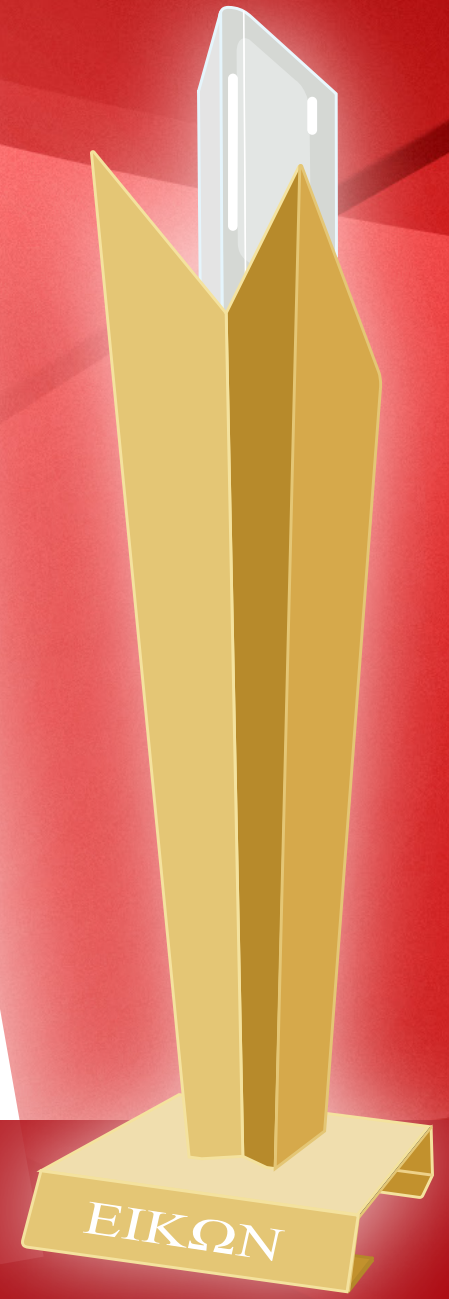


[PYME] CATEGORÍA 23:
MARKETING SOCIAL

Nación Placer

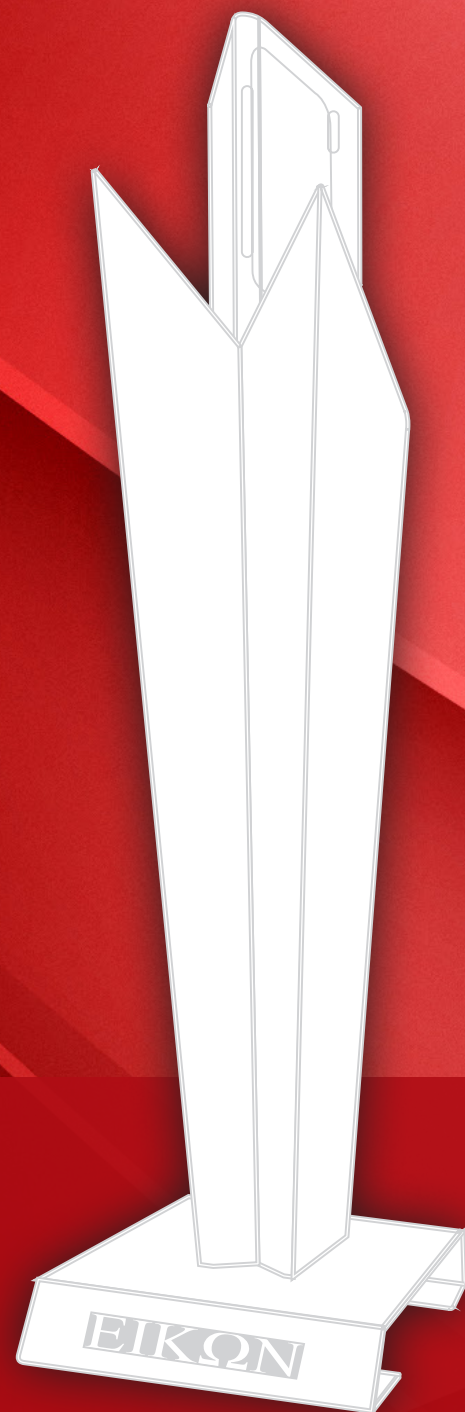


A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



**JAPI JANE / URBAN GRUPO
DE COMUNICACIONES**

**NACIÓN PLACER: LA PRIMERA ENCUESTA
SOBRE EL PLACER SEXUAL EN CHILE**



PREMIO EIKON CHILE 2021



FACULTAD DE COMUNICACIONES
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE



PANDEMIA

PREMIO EIKON CHILE 2021 PANDEMIA



A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



Entre los ganadores cuyos casos están relacionados con la pandemia, el mejor evaluado será quien reciba esta estatuilla. Lo develaremos el día de entrega de estatuillas.



**PREMIO
EIKON
CHILE
2021**



FACULTAD DE COMUNICACIONES
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE



INNOVACIÓN

PREMIO EIKON CHILE 2021 INNOVACIÓN



Entre los ganadores, el caso con mayor puntaje en innovación, será quien reciba esta estatuilla. Lo develaremos el día de entrega de estatuillas.

PREMIOS EIKON A LA EXCELENCIA EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



FACULTAD DE COMUNICACIONES
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

CHILE 67

2021 ESTATUILLAS

2020 45

2019 24

