

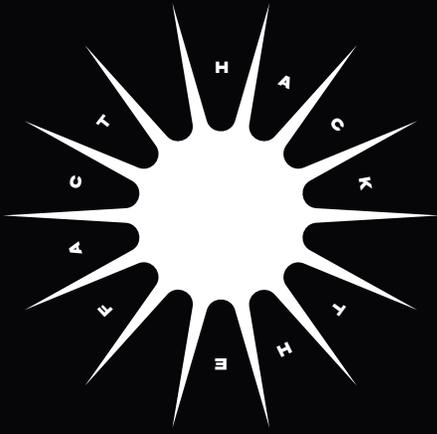
STRATEGY
INTRODUCING

RANDOM REFF

UNA BOCANADA DE CAMPAÑAS
PUBLICITARIAS BUSCANDO INSPIRARNOS
MÁS ALLÁ DEL DÍA A DÍA.

006 - ENERO - 2025

D14S



REFFF*

Prepárate para entrar a la sexta edición de
RANDOM REFF:

Nueve campañas que lo único que tiene en común es el desafío estratégico que tuvieron que romper, posiblemente no serán las mismas de la lista de mejores campañas de Ad Age, AdLatina o igual ninguna gana en Cannes, recuerden que acá no es mostrarnos como unos “eruditos” de la Publicidad, más bien es buscar como inspirarlos, así como provocar e incitar el PODER DE LA OBSERVACIÓN.

Veremos desde un ring donde el terror y el humor chocan, un mural que inmortaliza pérdidas que duelen, una Navidad envuelta en misterio y postres desaparecidos. Cada selección nos recuerda que las marcas no solo venden, también narran historias que resuenan en lo más profundo.

Este RandomReff no es un paseo por anuncios, es una sacudida para quienes creen que en la publicidad aún queda mucho por decir.

CAMPAIGN

RIYADH SEASON

El boxeo se convierte en un teatro de lo absurdo y lo visceral. Este trailer-horror no vende una pelea, vende un enfrentamiento emocional, donde el terror y el humor desatan un espectáculo que te deja sin aliento.

HACK THE FACT:

El boxeo deja de ser deporte y se vuelve narrativa.

Signal: la audiencia busca historias que trasciendan lo físico y toquen lo emocional.

VERDAD CULTURAL

El deporte no solo entretiene; crea mundos donde la audiencia pelea, siente y vive.

OPORTUNIDAD MARCA

Contar historias electrizantes puede convertir lo ordinario en extraordinario.

AGENCIA: BIG TIME CREATIVE SHOP



CLICK ACÁ PARA 00
LA CAMPAÑA

CAMPAIGN

TIGER BEER SAYS CHEERS TO DOING IT TOGETHER

¡Rugir en manada! Tiger Beer pinta el éxito como un acto colectivo. Entre calles vibrantes y tormentas personales, celebra la valentía de avanzar con el apoyo de tu tribu. Una declaración cultural: nadie llega solo.

HACK THE FACT:

El individualismo está perdiendo su brillo.

Signal: el éxito colectivo emerge como el nuevo sueño personal.

VERDAD CULTURAL

La verdadera fuerza no está en el individuo, sino en quienes lo acompañan.

OPORTUNIDAD MARCA

Las marcas que cultivan comunidades cosechan relevancia.

AGENCIA: LE PUB



CLICK ACÁ PARA 00
LA CAMPAÑA

CAMPAIGN

GETS TALKIN LIKE WALKEN

Un mensaje que golpea como una declaración de principios: solo hay un Walken, solo hay un BMW. En un mar de imitadores, la auténtica perfección es inconfundible.

HACK THE FACT:

En un mundo ruidoso, ser auténtico es un acto revolucionario.

Signal: las marcas deben dejar de imitar y enfocarse en lo que las hace únicas.

VERDAD CULTURAL

La imitación es ruido; la autenticidad es música.

OPORTUNIDAD MARCA

Enfocarse en lo que nadie puede copiar: su esencia.

AGENCIA: GOODBY SILVERSTEIN & PARTNERS



CLICK ACÁ PARA 00
LA CAMPAÑA

CAMPAIGN

TANGO RETURNS TO ITS MISCHIEVOUS WAYS

Tango no es una bebida, es un detonador. La nostalgia noventera revienta con el sabor que provoca reacciones exageradas y comportamientos extremos. Es el caos encapsulado en una lata.

HACK THE FACT:

El caos es una propuesta de valor.
Signal: la nostalgia, mezclada con humor extremo, conecta porque permite exagerar nuestra realidad.

VERDAD CULTURAL

El caos del pasado es el motor que impulsa las emociones del presente.

OPORTUNIDAD MARCA

La nostalgia no es memoria, es detonante.

AGENCIA: VCCP



**CLICK ACÁ PARA 00
LA CAMPAÑA**

CAMPAIGN

'TIL I DIED'

'Til I Died' no habla de muerte, habla de vidas interrumpidas. Los murales no solo immortalizan a jóvenes corazones; son un grito urgente que exige mirar de frente una tragedia que no espera edades.

HACK THE FACT:

La tragedia no puede ser ignorada cuando se convierte en arte público. Signal: los espacios urbanos siguen siendo vitrinas poderosas para causas humanas.

VERDAD CULTURAL

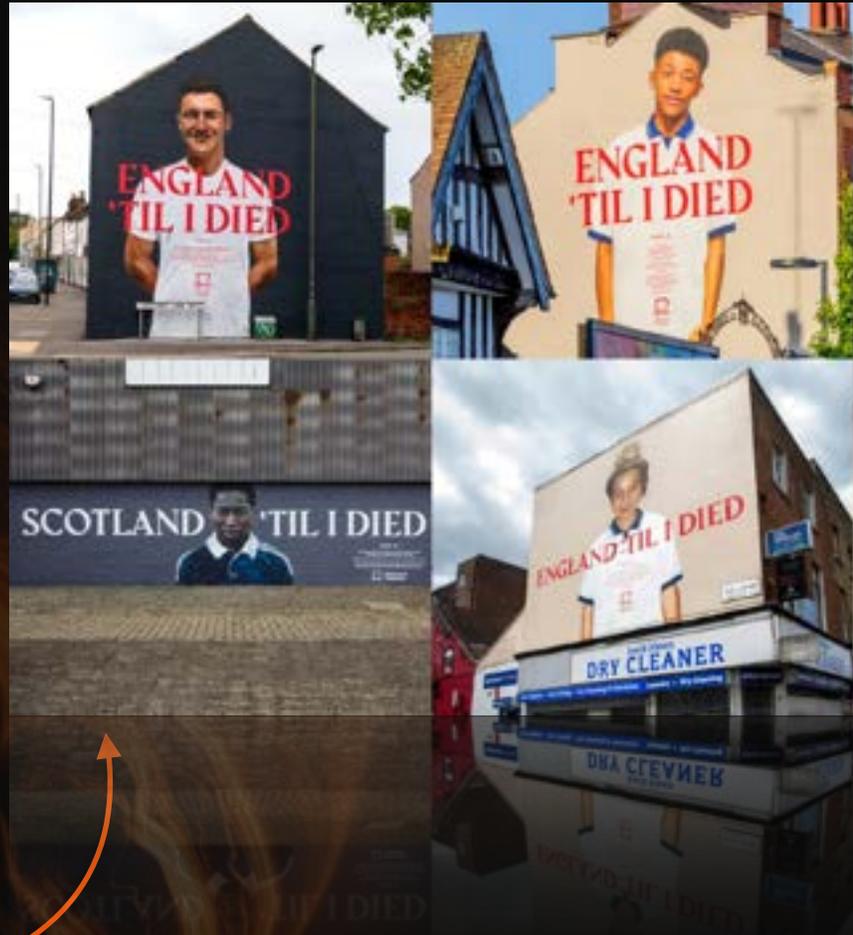
Cada mural es una herida que exige atención, una pérdida que exige acción.

OPORTUNIDAD MARCA

Transformar espacios públicos en vitrinas emocionales genera impacto real.

AGENCIA: SAATCHI & SAATCHI

**CLICK ACÁ PARA 00
LA CAMPAÑA**



CAMPAIGN

CELEBRATE UNIQUE INVITES FOR A MEAL

Los jóvenes transforman los Arcos Dorados en un símbolo de resistencia cultural. Sin logos ni comida, esta campaña celebra cómo la juventud ha tomado la marca y la ha hecho suya, en sus propios términos.

HACK THE FACT:

Los jóvenes crean rituales a partir de espacios comunes. Señal: las marcas deben observar, no imponer.

VERDAD CULTURAL

Cuando la marca calla, el consumidor crea.

OPORTUNIDAD MARCA

Escuchar y permitir apropiaciones culturales puede transformar a una marca en un fenómeno social.

AGENCIA: LEO BURNETT



CLICK ACÁ PARA 00
LA CAMPAÑA

CAMPAIGN

CELEBRATES THE BEAUTIFUL GAME WITH A BEAUTIFUL BEER

El fútbol y Guinness comparten un pulso que late en cada pasión. Esta campaña trasciende estadios y pintas, convirtiéndose en el punto de encuentro donde la tradición y la comunidad se abrazan.

HACK THE FACT:

Lo global encuentra su fuerza en lo local.

Signal: el arraigo cultural es la clave para que las marcas sean parte de los rituales colectivos.

VERDAD CULTURAL

El fútbol es idioma, tradición y comunidad; Guinness es el traductor perfecto.

OPORTUNIDAD MARCA

Las marcas que celebran rituales locales se convierten en tradiciones globales.

AGENCIA: AMV BBDO



CLICK ACÁ PARA 00
LA CAMPAÑA

CAMPAIGN

LIKE THE FEEL OF FAST BROADBAND

Un walrus desafiando las olas es la metáfora perfecta del "internet que libera". Con humor y velocidad, Virgin Media O2 captura el sentimiento de navegar sin límites, y lo convierte en su manifiesto.

HACK THE FACT:

La velocidad ya no es solo una promesa, es una emoción.

Signal: las experiencias tecnológicas deben hablarle al corazón, no solo a la mente.

VERDAD CULTURAL

La velocidad no es solo conexión, es una revolución silenciosa que libera. Virgin Media O2 transforma la tecnología en un manifiesto de poder y fluidez, donde cada clic es una declaración de independencia.

OPORTUNIDAD MARCA

Humanizar la tecnología no es una opción; es una necesidad.

AGENCIA: AMV BBDO



CLICK ACÁ PARA  LA CAMPAÑA

CAMPAING

SOLVES A MURDER MYSTERY THIS XMAS

Un thriller navideño donde la intriga no está en el árbol, sino en el postre. Waitrose transforma la cena de Navidad en una experiencia digna de un crimen culinario por resolver.

HACK THE FACT:

La comida es el telón donde se proyectan los conflictos más humanos: desde la tensión por compartir hasta el deseo de destacar.

Signal: la narrativa culinaria no solo deleita, revela las dinámicas emocionales que conectan y dividen en la mesa.

VERDAD CULTURAL

La mesa navideña no es solo un espacio de alegría; es un campo de tensiones y emociones escondidas.

OPORTUNIDAD MARCA

La mesa navideña se convierte en un escenario de tensión donde el postre no solo alimenta, sino también despierta emociones y secretos. Waitrose convierte lo cotidiano en un thriller culinario que conecta con las fibras más humanas de compartir y competir.

AGENCIA: SAATCHI & SAATCHI

[CLICK ACÁ PARA](#) 
LA CAMPAÑA



RANDOM REFF

IN A TIKTOK
SPLIT SCREEN
COMING SOON!!

A pesar de que transformamos el Random Reff en un formato visual que creemos es un tanto más amigable para su lectura y que realmente si provoque que terminen consumiendo el curado del mismo, seguimos buscando como siempre evolucionar y estamos explorando el formato TIKTOK SPLIT SCREEN que sin duda puede ser una buena forma de contar un buen storytelling para dimensionar las campañas curadas y que así exploremos como agencia formatos actuales que hoy en día se consumen de forma nativa y tiene un buena conversión,

Con el choro anterior, esperen pronto el **RANDOM REFF** en el formato **SPLIT SCREEN** tanto para **TIKTOK** y Why not, Reel en Instagram, LinkedIn.

☐Ya andamos armándolo!



AVISO LEGAL SOBRE EL DERECHO DE ESTA PROPUESTA.

· Todos los derechos del contenido incluido las imágenes, textos, ilustraciones y programas informáticos ("Contenido") son propiedad de CATORCE DIAS S.A. de C.V conocida como CATORCE DIAS. Todos los elementos, incluyendo sin limitaciones el diseño general y el contenido están protegidos por las leyes de la Propiedad Intelectual y de la Propiedad Industrial.

· Ninguno de los elementos incluidos en el presente material podrá ser utilizado para ningún uso publicitario, promocional, editorial o cualquier otro uso que implique una aplicación comercial, sea remunerada o no.

· Ninguna de las imágenes, diseños o contenidos podrán ser utilizados para licenciar, vender, publicar y distribuir ya sea en parte o en su totalidad, ni podrán ser colocados en otro sistema informático de ninguna clase para ser distribuido en un formato susceptible de descarga, FTP o similares.

· Cualquier uso del contenido sin autorización previa por parte de CATORCE DIAS S.A. de C.V. (CATORCE DIAS), constituye una infracción de los derechos de propiedad intelectual, lo que permite a CATORCE DIAS S.A. de C.V. (CATORCE DIAS), ejercer todos los derechos otorgados por la legislación aplicable en estos casos.

© CATORCE DIAS S.A. de C.V. Todos los derechos reservados.

D14S®

MIEMBRO DE:

AMAPRO

a-v-e

iab.

CC
Círculo Creativo

POWERED BY



WALLACE&DARWIN

D14S

D14S^{col}

 D14S

BOOK

 dci.

 Prozia