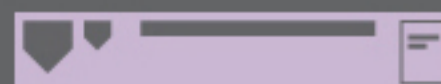




SINUS



ROMPIENDO PARADIGMAS

NACIÓ HACE TRES AÑOS COMO UNA AGENCIA TRADICIONAL Y HOY TRABAJA CASI EXCLUSIVAMENTE EN CAMPAÑAS DIGITALES. EL DIRECTOR DE SINUS REPASA SUS TRABAJOS MÁS DESTACADOS DE 2009 Y MUESTRA SU OPTIMISMO PARA CON EL FUTURO DE LA INDUSTRIA.

➔ [VER MEDIA](#)



Sebastián García Padín tiene 36 años y hace tres que fundó Sinus. "Cuando empecé en esto, jamás pensé que iba a tener una agencia digital –dice-. Si bien nos lanzamos como una agencia ATL, nuestro fuerte hoy es la oferta de servicios digitales en un 90%. Y eso para mí fue toda una sorpresa. Hoy la creatividad publicitaria en Internet es algo que me resulta súper desafiante".

Sinus emplea hoy a 15 personas con un promedio de edad de 24 años. Allí conviven los "nativos digitales" con otros que no lo son, como García Padín. Este año, el foco de la agencia estará puesto en expandirse hacia Latinoamérica. "Estamos buscando socios en la región –cuenta el director de Sinus-. Nos atraen mucho mercados como México, Brasil y la zona de Perú, Colombia y Ecuador".

Este año tuvieron la oportunidad de trabajar por primera vez para 7Up. "Fue un placer trabajar para una marca tan tradicional y emblemática –explica García Padín-. Como productora, logramos hacer un sitio totalmente diferente, que rompe el paradigma del sitio-institucional-aburrido-que-nadie-quiere-ver". La propuesta en este caso fue una plataforma dinámica que permitía al usuario convertirse en una burbuja para navegar por un mundo ilustrado. Allí era posible compartir e interactuar con otros usuarios del mundo en tiempo real. El sitio integró redes sociales, video y música a través de acuerdos con Universal Music (que ofreció temas de sus artistas dentro del sitio) y Burger King (que promocionó sus productos).

Sinus desarrolló también un segundo trabajo para 7Up. Se trató de una acción viral para la campaña *Cualquiedance*. "Fue una producción audiovisual en la que participó Juan María Listorti y que tuvo excelentes resultados –agrega el responsable de la agencia-. Tuvimos casi 300 mil visitas en dos meses".

¿Con qué parámetros se evalúa si la cantidad de entradas que genera una acción es un éxito o no?

Eso es algo que la industria tiene que terminar de resolver, porque no hay muchos parámetros. La evaluación se realiza de acuerdo con nuestra experiencia, con los objetivos que se fijan para cada acción puntual y con la experiencia de la marca.

¿Qué herramienta utilizan para medir resultados?

Usamos Google Analytics.

Además de 7Up, ¿qué otros trabajos te gustaría destacar del último tiempo?

Hicimos una acción muy novedosa para Actimel para contrarrestar los virales negativos que circulaban por Internet diciendo que el producto genera acostumbamiento. Creamos una aplicación que te permitía crear un rumor y hacerlo correr. Y tuvimos 40 mil visitas en un mes. Otro trabajo que resultó muy bueno fue el de *Quilmes en tu ciudad*, la acción digital que acompañó la campaña de verano de Quilmes. En ese caso, tuvimos 631 mil visitas en 3 meses.

¿Están ahora con algo nuevo?

Acabamos de lanzar la acción *Toto Musculetto, el personal trainer de las estrellas* (www.totomotivador.com) para Voltarén, de Novartis. Es una acción muy bizarra y divertida que incluye una producción audiovisual con Fabio Alberti. Se trata de una marca que nunca hizo Internet, así que es una apuesta fuerte del cliente. La campaña incluye también acciones en Facebook, LinkedIn y Twitter. La idea es motivar a tus amigos y conocidos para hacer deporte o mover un poco el cuerpo.

¿Qué tiempo demanda una acción digital de este tipo?

Es relativo. Como mínimo, un mes. Aunque algunas llevan tres meses, como el caso del primer sitio que hicimos para 7Up, porque requieren muchísima programación e ilustración.

¿Cómo se modificaron los presupuestos para el área digital últimamente?

En 2009 hubo muchos recortes presupuestarios por la crisis y el primer afectado fue Internet. Este año notamos un cambio. Vemos más vocación y más decisión de invertir en el medio.

TEXTO S.A. JOURNALISTS

FOTOS ANDY CHERNIAVSKY

ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA AGUSTINA TATO – MARIANA GATTO