

Effie Awards Colombia

# Categorías

## 2024

# 2024 Effie Awards Colombia

## Categorías

### Límite de categorías

Puede inscribir una campaña en un **máximo de 4 categorías**. Solo una inscripción en categorías de industria, y tres para categorías especiales. No es obligatorio inscribir el caso en una categoría de industria. Así, puede inscribir 4 casos en categorías especiales.

- 👉 Debe presentar la inscripción del caso de una forma que resuelva la situación o reto alineada en la descripción de la categoría. Es crítico revisar minuciosamente la definición de las categorías para asegurar que el caso atienda los criterios de la definición específica de la categoría. Los jurados bajarán su calificación en el caso si la información no concuerda con la requerida por la definición de dicha categoría.
- 👉 Cada inscripción debe adaptarse a la categoría inscrita. Es común que el jurado exprese que es difícil evaluar un caso porque no se ajusta a la categoría.
- 👉 Debe completar un formulario de inscripción individual y pagar la tarifa para cada categoría.
- 👉 Las descripciones de las categorías ofrecen una guía de acuerdo al tipo de productos y servicios que pueden inscribir casos en aquella categoría, sin embargo, no es una lista exclusiva. Si no está seguro que la categoría se ajusta a su marca por favor envíe un mensaje a [effie@effiecolombia.com](mailto:effie@effiecolombia.com)
- 👉 Effie se reserva el derecho a recategorizar casos, dividir o cambiar las definiciones de las categorías y descalificar una inscripción en cualquier momento. Las pruebas de mercado no son elegibles.

### Categorías de Industria

Hay veintiséis categorías de industria para elegir. Por campaña, solo puede inscribirse en una de ellas; aunque no es necesario ingresar en una categoría de industria.

### Categorías especiales

Las categorías especiales están diseñadas para resolver una situación específica del negocio o reto. Hay veintinueve categorías especiales con enfoque en audiencias, Branded Content, Entretenimiento y Marketing Experiencial, desafíos comerciales, Shopper Marketing, Digital, Salud y Bienestar, Medios, Marketing Innovation Solutions, Cambio positivo y tendencias de la industria.



# Categorías de Industria

Máximo una inscripción por esfuerzo en categorías de industria.

No es obligatorio inscribir la campaña en una categoría de industria.

**Alimentos**

**Automotriz**

**Bebidas Alcohólicas**

**Bebidas no Alcohólicas**

**Belleza, Moda y Accesorios**

**Compañías de Medios y Entretenimiento**

**Cuidado de Mascotas**

**Cultura y Arte**

**Educación y Formación**

**Extensión de línea**

**Gobierno y Servicios Públicos**

**Higiene y Cuidado Personal**

**Internet y Telecomunicaciones**

**Juegos y Deportes Electrónicos**

**Lanzamientos**

**Productos y Servicios para el Cuidado de la Salud y Bienestar**

**Productos y Servicios del Hogar**

**Restaurantes y Comida Rápida**

**Retail**

**Seguros**

**Servicios de Entrega y/o Domicilios**

**Servicios Financieros**

**Sin Ánimo de Lucro**

**Snacks, Postres y Golosinas**

**Software y Aplicaciones**

**Transporte, Viajes y Turismo**



# Categorías Especiales

**Bajo Presupuesto**  
**Branded Content**  
**Data Driven Media**  
**David y Goliat**  
**Comercio Digital** (Anteriormente E-commerce)  
**Éxito Sostenido**  
**Gran Idea de Medios**  
**NUEVA** Inteligencia Artificial (IA)  
**Marketing a Jóvenes**  
**Marketing Estacional**  
**Marketing Experiencial - Productos**  
**Marketing Experiencial - Servicios**  
**Marketing Innovation Solutions**  
**Omnichannel Shopper Solution**  
**Promociones**  
**Real Time Marketing**  
**Renacimiento**  
**Reputación Corporativa**  
**Respuesta a la crisis**  
**NUEVA** Retail Media

**Categorías Digitales**  
**Engaged Community**  
**Influencer Marketing**  
**Performance Marketing**  
**Social Media**

## Categorías Positive Change

**Positive Change Bien Social**

- Marcas
- Sin Ánimo de lucro

**Positive Change Ambiental**

- Marcas
- Sin Ánimo de lucro

**Positive Change Bien Social**  
**Diversidad, Equidad e Inclusión**



# Categorías de Industria

## **Alimentos**

Alimentos frescos, empacados y congelados.

(Para snacks, postres y golosinas, revise la categoría Snacks, Postres y Golosinas).

## **Automotriz**

Autos, camiones, motocicletas, así como los productos y servicios relacionados con la categoría, tales como: gasolina, gas natural vehicular, aceites para motor, neumáticos, baterías para vehículos, pinturas, lubricación, mejoras, etc.

## **Bebidas Alcohólicas**

Cerveza, champaña, ron, tequila, vodka, vino, aperitivos, licores, etc.

## **Bebidas no Alcohólicas**

Gaseosas, café, té, jugos, leche, sustitutos de la leche, agua, bebidas energizantes.

## **Belleza, Moda y Accesorios**

Incluye cosméticos, fragancias, productos para el pelo y uñas, tratamientos para la piel, maquillaje. Joyería, ropa, carteras, accesorios, zapatos. Incluye servicios como salones de belleza, spas, etc.

## **Compañías de Medios y Entretenimiento**

Cadenas de TV, servicios de streaming, websites (entretenimiento, estilo de vida, noticias, comercio), revistas, periódicos, estaciones de radio.

## **Cuidado de Mascotas**

Productos para el cuidado de los animales y servicios de todo tipo, incluyendo alimentos, juguetes, servicios veterinarios y de guarderías, entrenamiento, etc.

## **Cultura y Arte**

Museos, obras de teatro, experiencias inmersivas, festivales y organizaciones de música, conciertos, festivales culturales y/o de teatro.

## **Educación y Formación**

Incluye todas las organizaciones e instituciones educativas de formación profesional; programas de desarrollo, capacitación, sitios de búsqueda de empleo y/o carrera.

## **Extensión de Línea**

Esfuerzos utilizados para apoyar una variación de un producto existente que comparte el mismo nombre de la marca, está en la misma categoría y comparte las mismas características de la marca principal, pero ofrece un nuevo beneficio (sabor, tamaño, empaque, etc).

Nuevas extensiones pueden entrar en esta categoría o en alguna categoría de industria.

Aborde la situación de la categoría y cómo su producto/servicio fue nuevo y la situación que enfrentó como resultado de ser nuevo. Por ejemplo, ¿Qué específicamente fue nuevo? ¿Por qué importó la novedad?



# Categorías de Industria

## **Gobierno y Servicios Públicos**

Comunicaciones de mercadeo relacionadas al desarrollo económico del estado o el municipio, loterías, fuerza civil, diplomática y fuerzas armadas, parques y bibliotecas. Incluye mensajes políticos y comunicaciones dirigidas a grupos comerciales de interés. Servicios públicos como acueducto y alcantarillado, energía y gas natural.

## **Higiene y Cuidado personal**

Jabones, cuidado oral, cremas y limpiadores para la cara y el cuerpo, productos básicos para el cuidado de ojos y oídos (copitos de algodón, gotas para ojos) desodorantes, productos de higiene femenina, máquinas de afeitar, crema de afeitar, tinturas, etc. (Ítems focalizados en belleza deben inscribirse en la categoría de Belleza, Moda y Accesorios).

## **Internet y Telecomunicaciones**

Redes de telefonía móvil, servicios de telefonía celular, servicio de internet, servicios en línea, portales, paquetes de comunicación (internet, teléfono y TV).

## **Juegos y Deportes Electrónicos**

Todas las formas de deportes electrónicos y videojuegos para uno o varios jugadores, incluyendo realidad virtual, arcade, consolas, dispositivos móviles, en línea y juegos de computador.

## **Lanzamientos**

Esfuerzos para introducir un nuevo producto o servicio que pertenezca a cualquier categoría, que no sea una extensión de línea. Nuevas marcas/productos en una nueva categoría deben participar en esta categoría en vez de su categoría de industria.

Aborde la situación de la categoría y como su producto/servicio fue nuevo y la situación que enfrentó como resultado de ser nuevo. Por ejemplo: ¿Qué específicamente fue nuevo? ¿Por qué importó la novedad?

## **Productos y Servicios para el Cuidado de la Salud y Bienestar**

Productos farmacéuticos, OTC, suplementos, servicios médicos. Educación para la salud y programas de prevención de enfermedades que refuercen la salud y el bienestar de los consumidores.

Productos y servicios para el cuidado de la salud y una vida saludable. Incluye productos de salud digitales, fitness trackers, apps de salud/ fitness, equipos para ejercicios, vitaminas, barras y bebidas energéticas; estudios de fitness, programas para bajar de peso/fitness.

## **Productos y Servicios del hogar**

Electrodomésticos, productos, materiales, herramientas y servicios relacionados con el hogar y la construcción, así como empresas y proyectos del sector inmobiliario. Productos como detergentes, jabones, blanqueadores, escobas, suavizantes, quitamanchas, productos antigrasa, productos especializados en aseo de cocina, cuidado de la madera y pisos, etc.



# Categorías de Industria

## Restaurantes y Comida Rápida

Restaurantes y establecimientos de comidas rápidas, comida casual, cualquier tipo de restaurante puede participar.

## Retail

Compañías de retail (en línea o/directas) con mercancía específica o general. Ejemplo: tiendas por departamento, tiendas de ropa, calzado y/o joyería, gafas, tiendas de alimentos, tiendas de libros, discounters, tiendas de especialidades, tiendas de conveniencia.

## Seguros

Marketing que promueve productos o servicios específicos relacionados con los seguros y las capacidades de las instituciones financieras que ofrecen estos servicios. Son elegibles todos los tipos de seguros (hogar, vehículos, financiero, de vida, de viaje, de empresa, etc).

## Servicios de Entrega y/o Domicilios

Mensajería/embalaje, envío de carga, domicilios de comida y bebidas, entrega de alimentos (tiendas), envío de flores y regalos, entrega de un día para otro, seguimiento entrega de paquetes, servicio internacional.

## Servicios Financieros

Productos y servicios financieros que incluyen la imagen general de la marca corporativa y las capacidades de una entidad financiera; productos y servicios específicos incluyendo tarjetas de crédito/débito, tarjetas de fidelización-lealtad, planeación financiera, pago de servicios móviles, apps móviles financieras, fondos de jubilación, inversión, préstamos, hipotecas, fondos de inversión, etc.

## Sin Ánimo de Lucro

Organizaciones sin fines de lucro de todo tipo: incluye organizaciones benéficas, sociales, cívicas, de defensa, comercio, intereses especiales, religiosas, etc. Incluye campañas de afiliación, reclutamiento, recaudación de fondos, etc.

## Snacks, Postres y Golosinas

Chocolates, postres, helados, dulces, snacks en paquete, galletas, productos de panadería, snacks de frutas y vegetales, palomitas de maíz, etc.

## Software y Aplicaciones

Software, servicios colaborativos, sistemas operativos, servicios de nube, software/apps para computadores/tabletas/móviles, etc.

## Transporte, Viajes y Turismo

Productos y servicios de transporte automotriz, aéreo, tren, autobús, taxi, sistemas de transporte masivo, ciclovías y transporte ecológico, medios alternativos de transporte, alquiler y venta de automóviles, etc. Cruceros, hoteles, balnearios, parques de atracciones, sitios web de viaje y servicios de reserva y compra de tiquetes, hoteles, excursiones, campañas turísticas, etc.



# Categorías Especiales

## **Bajo Presupuesto**

Los casos elegibles para esta categoría deben representar un único esfuerzo de la marca durante el periodo evaluado. La inscripción no puede ser una extensión de línea.

Los valores de bonificados y medios no tradicionales, así como costos de activaciones, deben ser incluidos. El presupuesto no puede ser mayor a \$ 200 millones.

## **Branded Content**

Esfuerzos que llegaron efectivamente a su audiencia a través de la creación de branded content original que no es publicidad. Este contenido debe ser diseñado para que el consumidor lo busque, lea/vea/escuche por su valor de entretenimiento o información. Los participantes deben detallar cómo el contenido desarrollado se relaciona con los objetivos generales de la marca y el negocio, cómo se distribuyó y compartió con la audiencia, y los resultados que logró para la marca y el negocio. Los contenidos de marca pueden ser producidos y distribuidos por editores, o de forma independiente, y pueden incluir entretenimiento de larga duración.

## **Data Driven Media**

Es la aplicación de data y/o tecnología para conectar personas con la marca en el momento correcto. Estos esfuerzos deben probar cómo específicamente utilizaron la data para impulsar la creatividad o para optimizar medios, y así aumentar los resultados del negocio (KPI's de las marcas, ROI, métricas de Performance Marketing, etc).

Los mejores ejemplos reconocerán la interacción y aplicación de la data, incluyendo la automatización y la IA, para entregar a una audiencia precisa y lograr los mejores resultados. Para participar, el caso debe detallar el rol que tuvo la data dentro de la estrategia creativa y la de medios. Se espera que las inscripciones:

- Utilicen mensajes creativos personalizados/hechos a la medida.
- Explicar cómo la data impactó el plan de medios a través de una medición y analítica.
- Demostrar insights capturados de los datos utilizados para entender la audiencia.

## **David y Goliat**

Este es un premio para marcas pequeñas, nuevas o emergentes que están haciendo incursiones en contra de marcas grandes, líderes establecidos, enfrentándose a "gigantes dormidos", o entrando a un nuevo campo de productos y servicios, más allá de su categoría y competidores actuales, para enfrentar al líder.

Los participantes deberán detallar el desafío del negocio, escenario competitivo y cómo el negocio tuvo éxito más allá de las adversidades. Se requiere definir el entorno competitivo, incluyendo las diferencias de mercado entre un David versus Goliat, para demostrar por qué su marca fue David.

Nota: Los jurados descontarán de su caso si no demuestra suficientemente que su marca es un David en la situación específica.



# Categorías Especiales

## **Comercio Digital (Anteriormente E-Commerce)**

Esta categoría es para campañas que efectivamente usaron insights, estrategia, creatividad y analítica para impulsar la conversión del comprador (shopper) de comercio electrónico. Muestre como utilizando la data y un conocimiento profundo del shopper, marca y retailers pueden tener éxito en un entorno digital.

Un esfuerzo exitoso combina un fuerte conocimiento del shopper con prácticas de marketing digital para aumentar la conversión online. El esfuerzo debe estar basado en un insight del shopper y debe ser impulsado por el shopper (shopper driven).

Explique cómo su esfuerzo se ejecutó en el mercado a través de la estrategia de e-commerce. Las inscripciones en esta categoría serán evaluadas únicamente con base en la efectividad del e-commerce.

## **Éxito Sostenido**

Esfuerzos que han experimentado un éxito sostenido durante 3 o más años son elegibles para participar. Como mínimo incluyan 3 años de trabajo creativo y resultados del caso, es necesario presentar resultados del período de elegibilidad actual. El trabajo debe tener un objetivo en común tanto en la estrategia como en las ejecuciones creativas; con una continuidad de elementos ejecucionales clave (ej: voceros, música, canciones, tagline, etc) que demuestren la efectividad en el tiempo. Responda todas las preguntas para el año inicial y describa cómo/ por qué ocurrieron los cambios a través del tiempo.

Nota: Hay un Formato de Inscripción específico y diferentes requisitos creativos para la categoría de Éxito Sostenido. Los requisitos creativos, incluidas las diferentes reglas para el reel creativo, se pueden encontrar en el formulario.

## **Gran Idea de Medios**

Esta categoría es acerca de la efectividad sobresaliente como resultado de las ideas dirigidas por medios. La línea entre lo que constituye una idea creativa y una línea de medios es a veces borrosa. Hay ocasiones en las que una idea de medios condujo por completo un esfuerzo de comunicación. Por supuesto los medios no pueden existir sin su contenido, pero este premio intenta reconocer aquellos casos que fueron dirigidos por el pensamiento de medios donde la integración de ellos y el mensaje llevaron al éxito. Se busca distinguir a las ideas de medios que sean lo suficientemente poderosas como para convertirse en la génesis del programa de marketing, en la medida que no podría haber sido exitoso sin la idea estratégica de medios.



# Categorías Especiales

## **¡NUEVA! Inteligencia Artificial (IA)**

Esta categoría reconoce el uso de la tecnología de IA para mejorar la efectividad del marketing. Esta incluye la segmentación de audiencia, experiencia interactiva, programática, generación de contenidos e innovación. Los participantes deben ilustrar cómo la IA impulsó la efectividad, desde la motivación inicial del público hasta el comportamiento final del consumidor.

## **Marketing a Jóvenes**

Esta categoría honra esfuerzos de comunicación exitosa a jóvenes o adultos jóvenes. El caso debe estar escrito de una forma que identifique cómo fue creado y específicamente dirigido a esta audiencia y cómo tuvo éxito. Identifique los elementos en el trabajo creativo o la estrategia que se dirigen concretamente al mercado joven y cualquier dinámica relevante y/o matices, tendencias, valores, características lingüísticas, y el significado relacionado a su caso.

## **Marketing Estacional**

Estacionalidad, festividades y eventos le dan la oportunidad a las personas de marketing para construir esfuerzos estratégicos basados en temas de interés de su público objetivo. Esta categoría honrará aquellos esfuerzos que efectivamente capitalizaron una estacionalidad, festividad o evento para obtener resultados de negocio.

## **Marketing Experiencial - Productos**

Esta categoría debe mostrar cómo crear experiencias de marca más allá de la publicidad tradicional - esfuerzo que realmente trajo a una marca o producto a la vida e interactuó con una audiencia específica para alcanzar objetivos deseados. Puede incluir demo de un producto re-inventado, re-imaginado una tienda con ubicación temporal o renovado alguna tienda física o establecimiento, puede haber creado un juego, una experiencia virtual o experiencia interactiva que realmente muestre la personalidad de la marca, probando que cobró vida y funcionó.

Los ganadores de esta categoría mostrarán cómo los anunciantes están alcanzando sus audiencias para establecer relaciones significativas memorables y conexiones únicas con sus marcas. Los participantes deben demostrar cómo la experiencia de marca se relacionó con la estrategia de la marca. Los jurados esperan entender la participación de la marca como un factor principal.



# Categorías Especiales

## **Marketing Experiencial - Servicios**

Esta categoría debe mostrar cómo crear experiencias de marca más allá de la publicidad tradicional - esfuerzo que realmente trajo a una marca o servicio a la vida e interactuó con una audiencia específica para alcanzar objetivos deseados. Puede incluir demo de un producto re-inventado, re-imaginado una tienda con ubicación temporal o renovado alguna tienda física o establecimiento, puede haber creado un juego, una experiencia virtual o experiencia interactiva que realmente muestre la personalidad de la marca, probando que cobró vida y funcionó.

Los ganadores de esta categoría mostrarán cómo los anunciantes están alcanzando sus audiencias para establecer relaciones significativas memorables y conexiones únicas con sus marcas. Los participantes deben demostrar cómo la experiencia de marca se relacionó con la estrategia de la marca. Los jurados esperan entender la participación de la marca como un factor principal.

## **Marketing Innovation Solutions**

En esta categoría, actividades individuales de marketing o programas completos de marketing serán premiados. Pueden inscribir una acción o idea de negocio relacionada con innovación para el producto, servicio o negocio que ha tenido un impacto excepcional en la posición del mercado.

Ejemplos de actividades elegibles en esta categoría incluye: innovación de producto/servicio, cambio de empaque, en términos de apariencia y tamaño, diseño, tecnología para el negocio, producto o servicio, tecnología o innovación en ux para el negocio, producto o servicio, participación del consumidor en el desarrollo del producto; cambio en operaciones, etc.

## **Omnichannel Shopper Solution**

Los ganadores de esta categoría representarán los mejores ejemplos de fabricantes y comerciantes comprometidos con la oferta de programas de shopper efectivos de compra omnicanal. Participe con marcas que han asegurado el viaje del comprador efectivo y conectado, muestre cómo los fabricantes y comerciantes están conectando los puntos en sus estrategias de engagement para garantizar experiencias simples, fluidas y efectivas a través del camino de los consumidores hacia la compra.

En la tienda, en línea, en el servicio de atención al cliente, en los programas de fidelización, en las aplicaciones móviles, en los servicios de entrega, en las redes sociales, en los pasillos; puede tratarse de cualquier cosa, siempre y cuando el caso ilustre cómo estaba todo conectado para ofrecer un recorrido del comprador (shopper journey) totalmente integrado de principio a fin.

## **Promociones**

Casos en que la oferta del producto o servicio va acompañada de un beneficio adicional específico. Este debe haber constituido un factor determinante en la generación de los resultados, por ejemplo: obsequios por la compra del producto; si el elemento promocional no representó una relevancia mayor en la obtención de los resultados, deberá participar en otra categoría que corresponda.



# Categorías Especiales

## **Real Time Marketing**

Esta categoría es para todas las comunicaciones en las que las compañías, las marcas y los productos y/o servicios crean contenido de marketing sobre la marcha y sin una planificación exhaustiva, alrededor de un evento de la actualidad. Los resultados se generan a partir de una conversación en tiempo real que tiene lugar en las redes sociales, y en las plataformas en vivo, en respuesta a dicho evento.

La efectividad del marketing en tiempo real (Real Time Marketing) encuentra su máxima expresión cuando es posible delinear un plan para eventos conocidos (Eliminatorias Sudamericanas, Oscars, etc) y reaccionar rápidamente y de manera relevante cuando sucede algo inesperado.

## **Renacimiento**

Para participar su marca debe haber experimentado una caída de varios años y un período de repunte en ventas de al menos seis meses. Los participantes deben detallar el desafío del negocio, la situación de la marca, el panorama competitivo y cómo tuvo éxito el esfuerzo.

Nota: su esfuerzo debe abordar la inversión y la estrategia de marketing anteriores como parte del contexto del caso. Además, proporcionar detalles sobre la duración del renacimiento.

## **Reputación Corporativa**

Esfuerzos de marketing que promueven a las corporaciones, no exclusivamente sus productos. Incluye patrocinios, imagen e identidad. Adicionalmente a las métricas que presentan relacionadas a reputación, se anima a los participantes que aborden cómo estas métricas se relacionan al negocio de la marcas y porqué son importantes.

## **Respuesta a la crisis**

Para marcas que crearon un cambio positivo al cambiar la dirección de manera efectiva su programa de marketing o actividades de negocio en respuesta a cambios estructurales y culturales significativos y momentos de crisis (por ejemplo, pandemia, movimiento de justicia sociales y eventos políticos, etc.) en el panorama actual. Los participantes tendrán que señalar el cambio y enmarcar para los jurados cómo el mensaje / campaña cambió, cómo el equipo ajustó su enfoque a la producción o a la planeación de la ejecución. Demostrar la efectividad de cada acción para la marca. Los ejemplos pueden incluir un cambio en el posicionamiento, un cambio en el portafolio, una aceleración digital, etc.

## **¡NUEVA! Retail Media**

Esta categoría muestra la efectividad del marketing conseguida mediante la colaboración entre medios (canales) del retail y las marcas. Las colaboraciones pueden suceder tanto digitalmente como en los puntos de venta.



# Categorías Especiales Digitales

## Engaged Community

Esta categoría se trata de manejar comunidades efectivas y comprometidas. Los participantes son aquellas marcas que están creando contenidos, experiencias, plataformas, noticias, etc. que consiguen que sus comunidades crezcan, se comprometan, compartan, actúen o amplifiquen el mensaje de una manera que se relacione directamente con las metas de las marcas. Los participantes deben indicar claramente cómo manejaron la comunidad, cómo definieron la efectividad alrededor de esa comunidad, qué lograron específicamente y por qué esta comunidad comprometida fue significativa en el desarrollo de la marca/negocio.

## Influencer Marketing

Esta categoría honra aquellas marcas que trabajaron con influencers clave para alcanzar su público objetivo y alcanzar sus metas de mercadeo a corto o largo plazo. Influencers/líderes de opinión puede ser un líder "social media"/embajadores de marca, bloggers, etc.

Identificar claramente cuál fue la estrategia, quién fue su audiencia, y por qué el influencer fue importante para su audiencia. Por qué la marca lo escogió, cómo fueron utilizados para desarrollar actividades de marketing y qué comportamientos del consumidor cambiaron y, como resultado, cómo esto impactó al negocio.

## Performance Marketing

Esta categoría reconoce los esfuerzos más efectivos de Performance Marketing. Para ser elegible, su esfuerzo debe haber sido dirigido por performance marketing y el caso debe demostrar cómo esfuerzos en marketing de afiliación, la búsqueda paga, SEO o el contenido patrocinado generaron resultados para la empresa utilizando los KPI's de performance marketing.

Nota: Los participantes deben utilizar el formulario de inscripción de Performance Marketing cuando se inscriben en esta categoría. Hay guías especiales al presentar su creatividad y cómo dió vida a la idea, que se describirán en el formulario de inscripción.

## Social Media

Esta categoría es para campañas que se establecieron con el propósito explícito de usar redes sociales como punto de contacto principal. El tipo de idea que está diseñada específicamente para aprovechar al consumidor socialmente conectado y la influencia de lo social. Los jurados buscan campañas que comienzan con una idea social, en lugar de publicidad o campañas integradas con un elemento de redes sociales.

Necesitarán una justificación clara de por qué las redes sociales fueron la forma correcta de abordar el brief y probar cómo la actividad social impulsó de manera medible y material el resultado comercial. No basta con contar el número de impresiones, likes o shares. Deberá medir y demostrar el valor comercial de las redes sociales a través del efecto directo que tuvo en el comportamiento o las percepciones de la audiencia y demostrar la correlación con los resultados de negocio obtenidos.



# Categorías Especiales

## Positive Change

Los "Positive Change Effies" premian y celebran las marcas y organizaciones sin ánimo de lucro que promueven el bien común a través de las comunicaciones de marketing. Las categorías tienen dos pilares: Bien Social y Ambiental.

### **Positive Change Bien Social**

Para los esfuerzos de marketing probados efectivos en resolver/impactar un problema social o expandir un programa en formas que beneficien a nuestra sociedad. Se trata de crear un cambio social y cultural positivo, desafiando el status-quo establecido y cambiando las normas y estereotipos aceptados que crean desigualdades sociales con acción inspirada. Los ejemplos incluyen iniciativas que abordan la pobreza alimentaria, acceso a la atención médica o a la educación. Cualquier esfuerzo que se proponga de alguna manera retribuir por el bien común es elegible para participar, y todos los esfuerzos de marketing, ya sean campañas completas o esfuerzos únicos dentro de una campaña, son elegibles para participar siempre que existan resultados medibles.

### **Participe en una de las dos subcategorías:**

- Bien Social – Marcas
- Bien Social – Sin Ánimo de Lucro

### **Positive Change Ambiental**

Para esfuerzos que han cambiado considerablemente el comportamiento de la audiencia (B2B o B2C) hacia alternativas ambientalmente sostenibles, y/o incrementado la demanda de productos o servicios ambientalmente sostenibles, incorporando mensajes ambientalmente conscientes en su marketing. Mostrar cómo los programas de marketing efectivos que incorporan estrategias sostenibles pueden lograr una diferencia positiva para las marcas y para el medio ambiente.

Más allá de los requisitos estándar de Effie de demostrar un impacto positivo en el negocio, existen áreas específicas de interés que se relacionan a este premio. Los esfuerzos inscritos deben tener como uno de sus principales objetivos estratégicos cambiar el comportamiento de la audiencia hacia opciones más ambientalmente sostenibles y los mensajes ambientalmente conscientes deben ser parte del marketing.

Los participantes deben resaltar cómo el objetivo de sostenibilidad se relaciona con la marca en general y a la estrategia del negocio. El criterio para este premio es el resultado del cambio de comportamiento hacia opciones más ambientalmente sostenibles, con estos elementos considerados para juzgamiento:

- Conocimiento (Awareness): haciendo a la audiencia consciente de un producto, servicio o acción sostenible
- Trial (prueba): probando el producto, servicio o acción sostenible por primera vez.
- Sustitución de Producto/Servicio: cambiando a un producto, servicio o acción más sostenible.



# Categorías Especiales

## Positive Change

• Cambio en Uso: utilizar un producto/servicio de manera más sostenible que antes o tomar una acción más sostenible.

**Participe en una de las dos subcategorías:**

- Ambiental – Marcas
- Ambiental – Sin Ánimo de Lucro

**Positive Change Bien Social**  
**Diversidad, Equidad e Inclusión**

Esta categoría aplica para cualquier campaña de marca o entidades sin ánimo de lucro, cuyo éxito dependa de la conexión efectiva y auténtica con grupos o comunidades culturales, étnicas que son minorías (ejemplo: LGBTQ+, personas con capacidades diferentes, pueblos indígenas, etc). Estos esfuerzos pueden incluir mensajes sobre la igualdad de derechos, la eliminación de estereotipos, la lucha contra los prejuicios u otras iniciativas que trabajen para tener un impacto positivo en dichos grupos o comunidades. Ejemplos incluyen iniciativas que crean una sociedad más diversa, equitativa e inclusiva o crear igualdad de oportunidades en el trabajo y en la sociedad en general para todos los miembros de nuestra sociedad.

