

Categorías Effie Puerto Rico (Esp)

CATEGORÍAS DE LA INDUSTRIA

- Agrícola, Industrial y Construcción
- Alimentos
- Automotriz - Productos y Servicios
- Automotriz - Vehículos
- Bebidas
- Belleza y Fragancias
- Bienes de Consumo y Telecomunicaciones
- Compañías de Medios y Entretenimiento
- Cultura y Las Artes
- Educación y Capacitación
- Electrónica
- Entretenimiento, Deportes y Ocio
- Finanzas
- Gobierno y Servicio Público
- Introducción de Nuevo Producto o Servicio
- Juegos y Deportes Electrónicos
- Moda y Accesorios
- Restaurantes
- Programas y Aplicaciones
- Salud y Bienestar
- Seguros
- Servicios de Entrega
- Snacks y Postres
- Sin Fines de Lucro
- Transporte
- Venta al Detal
- Viajes y Turismo

SPECIALTY CATEGORIES

AUDIENCIA

- Negocio a Negocio
- Marketing Juvenil

CONTENIDO DE MARCA, ENTRETENIMIENTO Y MARKETING EXPERIENCIAL

- Contenido de Marca y Entretenimiento
- Integración de Marca y Alianzas de Entretenimiento
- Marketing de Experiencia (Brand Experience)

LOGROS DE NEGOCIO

- David vs Goliat
- Disruptores de Mercadeo
- Éxito Sostenido
- Oportunidad Oportuna
- Presupuestos Pequeños
- Reputación Corporativa
- Renacimiento

COMMERCE & SHOPPER

- Marketing de Comercio y Compradores *(incluye todas las categorías en el grupo de categorías de Comercio y Comprador)*

DIGITAL

- Comunidad Comprometida
- Inteligencia Artificial (IA)
- Marketing de Influencers
- Marketing de Resultados
- Redes Sociales

- Concientización y Educación sobre Enfermedades

SOLUCIONES DE INNOVACIÓN EN MARKETING

- Innovación en Marketing
- Soluciones de Negocio

MEDIOS

- Basado en Datos
- Idea de Medios
- Innovación en Medios

CAMBIO POSITIVO

- Cambio Positivo - Ambiental
- Cambio Positivo – Bien Social
- Cambio Positivo - Diversidad, Equidad e Inclusión

EVENTOS TEMÁTICOS Y ANUALES

- Pivot Respuesta a Crisis o Pivote Crítico
- Eventos con Tema o Anuales (*Incluye las categorías de Eventos Actuales y Marketing de Temporada*)

Definiciones de Categorías de la Industria

Agrícola, Industrial y Construcción: Todos los productos, materiales, herramientas y servicios relacionados.

Alimentos: Alimentos frescos, envasados y congelados. (Para snacks y postres, ver la categoría Snacks y Postres).

Automotriz – Postventa: Gasolina, aceite de motor, neumáticos, baterías, pintura, lubricantes de cambio rápido, cambios de aceite, silenciadores, transmisión, limpiaparabrisas, mejoras, etc.

Automotriz – Vehículos: Automóviles, camiones, motocicletas, furgonetas. Publicidad tanto de marca como de modelo.

Bebidas: Todas las bebidas, incluyendo alcohólicas y no alcohólicas.

Belleza y Fragancias: Incluye cosméticos, fragancias, productos para el cabello, productos para uñas, productos para el cuidado de la piel, tratamientos de spa, etc.

Bienes de Consumo de Rápida Rotación: Bienes de consumo de rápida rotación, incluyendo artículos para el hogar, productos de oficina, cuidado personal, cuidado de mascotas, etc.

Bienes de Consumo y Telecomunicaciones: Todos los productos y servicios relacionados con:

- **Electrónicos:** Dispositivos destinados a consumidores o empresas – televisores, radios, dispositivos móviles, entretenimiento en el hogar, laptops, tabletas, cámaras, hardware de computadora, consolas de juegos, drones, dispositivos VR/AR externos o integrados, sistemas de sonido, etc.
- **Internet y Telecomunicaciones:** Proveedores de redes móviles, servicios de acceso a Internet de alta velocidad, servicios en línea, comunicaciones empaquetadas (internet, teléfono y TV), etc.
- **Dispositivos y Mobiliario:** Todos los dispositivos y electrodomésticos para el hogar y la oficina, incluyendo dispositivos inteligentes para el hogar, electrodomésticos de cocina, etc.
- **Software:** Software, groupware, sistemas operativos, servicios SaaS/IaaS y basados en la nube, software/aplicaciones almacenadas localmente en una computadora/tableta/dispositivo móvil, etc.

Compañías de Medios y Entretenimiento: Abierto a todas las empresas de medios y entretenimiento, incluyendo emisoras, servicios de streaming, sitios web (de entretenimiento, estilo de vida, noticias, comercio, etc.), revistas, periódicos, medios de consumo o especializados, estaciones de radio y televisión.

Cultura y Las Artes: Museos, obras de teatro, experiencias inmersivas, organizaciones musicales y festivales, series de conciertos, festivales culturales, festivales de teatro.

Educación y Capacitación: Incluye todas las organizaciones e instituciones educativas, programas de capacitación, sitios de empleo/carrera, etc.

Electrónica / Electronics: Televisores, radios, dispositivos móviles, entretenimiento en el hogar, computadoras portátiles, tabletas, cámaras, dispositivos inteligentes para el hogar, hardware de computadora, consolas de videojuegos, drones, tecnología VR/AR, sistemas de sonido, etc. Los dispositivos electrónicos pueden estar dirigidos a consumidores o empresas.

Entretenimiento, Deportes y Ocio:

- **Entretenimiento:** Incluye aplicaciones, películas, programas (TV, en línea, radio), libros, música, DVDs, juegos, juguetes, cómics, podcasts, etc.
- **Cultura y Las Artes:** Obras de teatro, museos, organizaciones musicales, series de conciertos, festivales culturales, festivales de teatro.
- **Deportes y Ocio:** Todos los eventos deportivos, equipos deportivos, patrocinios deportivos, etc. Productos y servicios destinados a pasatiempos, ocio y recreación, incluyendo, entre otros, servicios/aplicaciones de citas, plataformas de planificación de bodas, programas/aplicaciones de desarrollo/mejora personal, servicios de pruebas genéticas/ascendencia, bienes/servicios deportivos y de camping, etc.

Finanzas: Productos y servicios financieros, incluyendo imagen corporativa/de marca general, capacidades de una institución financiera o productos o servicios específicos. Incluye: tarjetas de crédito/débito, tarjetas de recompensa/lealtad, planificación financiera, servicios de pago móvil, fondos de jubilación, inversión, banca en el hogar, préstamos, hipotecas, fondos mutuos, etc.

Gobierno y Servicio Público: Desarrollo económico municipal o estatal, loterías, servicios públicos, servicios civiles, diplomáticos o fuerzas armadas, parques, bibliotecas, servicios públicos, etc. Incluye mensajes políticos y esfuerzos de reclutamiento.

Introducción de Nuevo Producto o Servicio: Esfuerzos utilizados para introducir un nuevo producto o servicio. Ya sea la creación de una marca completamente nueva, un nuevo producto de una marca existente o una extensión de línea, las presentaciones en esta categoría deben mostrar cómo se aprovecharon los conocimientos de la audiencia para superar las barreras enfrentadas por los productos/servicios que se lanzaron por primera vez. Aborde la situación de la categoría y cómo su producto/servicio era nuevo y la situación que enfrentó como resultado de ser nuevo. Por ejemplo, ¿qué fue específicamente nuevo? ¿Por qué importó la novedad?

Juegos y Deportes Electrónicos: Todas las formas de deportes electrónicos y videojuegos de un solo jugador y multijugador, incluyendo realidad virtual, arcade, consola, juegos móviles, en línea y de computadora.

Moda y Accesorios: Incluye toda la indumentaria, accesorios, joyería, servicios de estilismo, alquiler de ropa, etc.

Restaurantes: Servicio rápido, comida informal, de escala media, alta cocina, con mantel y cualquier otro restaurante.

Salud y Bienestar: Productos y servicios de salud y bienestar que pueden ser adquiridos directamente por un consumidor con o sin la participación de un médico. Los esfuerzos también pueden estar dirigidos a médicos o profesionales de la salud. También incluye trabajos relacionados con seguros de salud, servicios dentales y médicos.

Seguros: Marketing que promueve productos o servicios específicos relacionados con seguros y las capacidades de las instituciones financieras que ofrecen estos servicios. Todos los tipos de seguros son elegibles (hogar, auto, financiero, vida, viajes, negocios, etc.), excepto los proveedores de servicios de salud. (Compañías de seguros de salud, ver Servicios de Salud).

Servicios de Entrega: Mensajería, envío de paquetes/carga, entrega de alimentos y bebidas, entrega de comestibles, entrega de flores/regalos, entrega al día siguiente, seguimiento de paquetes, servicio internacional, etc.

Snacks y Postres: Helados, dulces, papas fritas, galletas, productos de panadería, nueces, frutas y verduras, palomitas de maíz, etc.



Programas y Aplicaciones: Software, groupware, sistemas operativos, SaaS/laaS y servicios basados en la nube, software/aplicaciones almacenadas localmente en una computadora/tableta/dispositivo móvil, etc.

Sin Fines de Lucro: Organizaciones sin fines de lucro de todo tipo, incluyendo caritativas, sociales, cívicas, de defensa, comerciales, de interés especial, religiosas, etc. Incluye campañas de membresía, reclutamiento, recaudación de fondos, etc.

Nota: Las campañas de concientización y defensa de la salud sin fines de lucro, ver las Categorías de Especialidad -> Salud y Bienestar - Categoría de Concientización y Educación sobre Enfermedades.

Transporte: Todos los métodos de transporte: aéreo, tren, autobús, taxi, servicios de viajes compartidos, sistemas de metro, bicicletas compartidas, patinetes compartidos, alquiler de coches, transbordadores, etc.

Venta al Detal: Todas las empresas minoristas (en línea y/o físicas) con mercancía general o específica, como grandes almacenes; tiendas de ropa, zapatos o joyería; supermercados; tiendas de hogar y jardín; tiendas de películas/libros; minoristas de descuento/a granel; cuidado de mascotas; jugueterías; tiendas de muebles, tiendas de conveniencia; etc.

Viajes y Turismo: Cruceros, hoteles, resorts, parques de atracciones, sitios web de viajes y servicios de reserva, viajes organizados, campañas de turismo, etc.

Definiciones de Categorías de Especialidad

CATEGORÍAS DE AUDIENCIA

Negocio a Negocio: Para esfuerzos de marketing de negocios dirigidos a otros negocios. Incluye esfuerzos B2B para cualquier tipo de producto o servicio, de cualquier segmento de mercado.

Marketing Juvenil: Esta categoría reconoce el trabajo que involucra eficazmente a adolescentes o adultos jóvenes. Su entrada debe demostrar claramente cómo la campaña fue diseñada específicamente para esta audiencia y cómo tuvo éxito. Detalle los elementos y estrategias adaptados al mercado juvenil, y explique cómo abordó las dinámicas, tendencias, valores y matices lingüísticos relevantes que resuenan con este grupo demográfico.

Nota: Los jueces pueden no estar familiarizados con esta audiencia en particular, así que muestre detalles que puedan pasarse por alto.

CONTENIDO DE MARCA, ENTRETENIMIENTO Y MARKETING EXPERIENCIAL

Contenido de Marca y Entretenimiento: Esta categoría es para esfuerzos que alcanzaron eficazmente a su audiencia a través de la creación de contenido de marca original que no es publicidad. El núcleo de la entrada debe ser contenido diseñado para ser consumido/experimentado y buscado por el consumidor por razones de entretenimiento o informativas. Los participantes deben detallar el contenido, cómo se relacionó con la marca general y los objetivos comerciales, cómo se distribuyó y compartió por la audiencia, y los resultados que logró para la marca y el negocio. El contenido de marca puede ser producido y distribuido por editores o de forma independiente y puede incluir entretenimiento de formato largo.

Nota: Los jueces esperarán entender por qué se eligió el contenido de marca como táctica.

Integración de Marca y Alianzas de Entretenimiento: Esta categoría honra a las marcas que han alcanzado eficazmente a su audiencia a través de integraciones estratégicas y alianzas de entretenimiento. Las presentaciones deben detallar cómo la marca se entrelazó sin problemas de manera atractiva. Detalle el razonamiento estratégico detrás de la alianza – ¿por qué se eligió a este socio sobre otros? Explique claramente el proceso de selección del socio y cómo esta alianza llevó a los resultados que cumplieron los objetivos de la marca.

Marketing Experiencial (Experiencia de Marca): Esta categoría es para mostrar cómo se puede crear una experiencia de marca más allá de la publicidad tradicional. Se debe presentar el trabajo que realmente dio vida a una marca o producto e interactuó con una audiencia específica para lograr los objetivos deseados. Es posible que haya reinventado la demostración del producto, reimaginado la tienda pop-up o liderado una renovación minorista "física"; podría haber creado un nuevo juego, una experiencia de realidad alternativa o virtual o una experiencia cinematográfica interactiva/inmersiva que muestre eficazmente un nuevo producto o personalidad de marca, o cualquier otra cosa. Siempre que pueda demostrar que realmente cobró vida y funcionó. Los ganadores de este premio mostrarán cómo los anunciantes están llegando a sus audiencias para establecer relaciones significativas, experiencias memorables y atractivas, y conexiones únicas con sus marcas.

Los participantes deben abordar cómo la experiencia de marca se relacionó con la estrategia general de la marca.

CATEGORÍAS DE LOGRO DE NEGOCIOS

David vs Goliath: Este es un premio para marcas más pequeñas, nuevas o emergentes:

- Abriendo camino frente a líderes grandes y establecidos.
- Enfrentándose a "gigantes dormidos".
- Entrando en un nuevo campo de producto/servicio más allá de su categoría actual y conjunto de competidores para enfrentar a un líder dominante. Los participantes deben detallar el desafío comercial, el panorama competitivo y cómo su negocio tuvo éxito a pesar de las probabilidades. Se requiere que defina su panorama competitivo, incluyendo la diferencia de mercado entre David y Goliath para demostrar por qué su marca era un David. Los jueces deducirán puntos de su caso si no demuestra suficientemente que su marca es un David en la situación.

Disruptores de Marketing: Para esfuerzos que hicieron crecer el negocio/marca cambiando el modelo de marketing de maneras que impulsan la industria hacia adelante. Un disruptor de marketing de cualquier tamaño puede participar. Detalle el desafío de marketing, el panorama competitivo y cómo la marca tuvo éxito cambiando el modelo de marketing existente para la marca/categoría.

Nota: Los jueces deducirán puntos del caso si no hay una articulación clara sobre cómo el marketing fue disruptivo para la marca/categoría.

Éxito Sostenido: Los esfuerzos que experimentaron un éxito sostenido durante al menos tres años son elegibles para participar. Como mínimo, incluya al menos tres años de trabajo creativo y resultados del caso, e incluya los resultados del año de competencia actual. El trabajo debe tener un objetivo común tanto en la estrategia como en las ejecuciones creativas; con una continuación de los elementos de ejecución centrales (por ejemplo, portavoz, canción, tema, eslogan, etc.) que demuestre la eficacia a lo largo del tiempo. Como parte de la entrada, aborde específicamente cómo el esfuerzo evolucionó con el tiempo (por ejemplo, opciones de medios, segmentación, nuevos productos/servicios, etc.). Responda todas las preguntas para el año inicial y describa cómo/por qué ocurrió el cambio con el tiempo.

Nota: Existe un formulario de inscripción especial y requisitos creativos diferentes para el Premio al Éxito Sostenido. Los requisitos creativos, incluyendo reglas diferentes para el reel creativo, se pueden encontrar en el formulario de Éxito Sostenido.

Oportunidad Oportuna: Esta categoría destaca los esfuerzos estratégicos efectivos que pudieron generar los resultados deseados como un resultado directo de un momento significativo de actividad.

- Los casos deben mostrar cómo la marca o producto/servicio se puso en un foco intensamente brillante para crear un impacto inmediato, medible, inesperado y no convencional. Los mejores ejemplos incluyen experiencias en vivo, momentos, acrobacias y tácticas, en línea y fuera de línea, quizás amplificadas a través de relaciones públicas, redes sociales, participación digital o incluso el uso de contenido creado en el momento para impulsar campañas pagadas.

Presupuestos Pequeños: Para ser elegible, la entrada no debe ser una extensión de línea y debe representar los únicos esfuerzos de marketing para la marca durante el período de tiempo. El valor de los medios donados y no tradicionales, así como los costos de activación, deben incluirse.

Reputación Corporativa: Esfuerzos de marketing que promueven corporaciones, no exclusivamente sus productos. Incluye patrocinios, imagen e identidad. Además de presentar métricas relacionadas con la reputación, se anima a los participantes a abordar también cómo estas métricas se relacionan con el negocio de la marca y por qué son importantes.

Renacimiento: Para campañas de renacimiento. Para participar, su marca debe haber experimentado una caída de varios años y un período de al menos seis meses de ventas al alza. Los participantes deben detallar el desafío comercial, la situación de la marca, el panorama competitivo y cómo el esfuerzo tuvo éxito.

Nota: La entrada debe abordar la inversión y estrategia de marketing anteriores como parte del contexto y proporcionar detalles sobre la duración del renacimiento.

CATEGORÍA COMMERCE & SHOPPER MARKETING

Marketing de Comercio y Shopper: Honra las campañas integradas más efectivas basadas en un conocimiento específico del comprador y diseñadas para involucrar al comprador y guiar el proceso de compra para lograr la conversión. Las campañas elegibles incluyen aquellas para marcas individuales o múltiples, y/o una solución de categoría. Las entradas pueden ser impulsadas por la marca, por el minorista o una combinación de ambos.

CATEGORÍAS DIGITAL

Reconociendo la convergencia más efectiva de datos, tecnología y todas las formas de creatividad que maximizan el engagement y la conversión del usuario final.

Comunidad Comprometida: Esta categoría trata sobre la gestión de comunidades efectivas y comprometidas. Los participantes son marcas que están creando contenido, experiencias, plataformas, noticias, etc. que hacen que sus comunidades crezcan, se involucren, compartan, actúen o amplifiquen los mensajes de una manera que se relacione directamente con los objetivos de la marca. Indique claramente cómo la marca gestionó la comunidad, definió la eficacia en torno a la comunidad, qué lograron específicamente y por qué la comunidad comprometida fue significativa para el desarrollo de la marca/negocio.

Inteligencia Artificial (IA): Para la categoría de IA, se requiere que los participantes demuestren su uso efectivo de la inteligencia artificial para impulsar resultados comerciales significativos. Esta categoría reconoce campañas e iniciativas destacadas donde la IA se aprovechó como una herramienta fundamental para lograr objetivos comerciales específicos, ya sea mejorando la participación del cliente, optimizando operaciones, aumentando las ventas o cualquier otro objetivo medible.

Los participantes deben proporcionar evidencia clara de cómo la IA se integró en su estrategia y demostrar el impacto tangible que tuvo en el crecimiento de su negocio y los resultados deseados. Esto incluye métricas detalladas, análisis y cualquier otro dato relevante que destaque la eficacia de la implementación de la IA. Los jueces buscarán entradas que no solo muestren creatividad y destreza técnica, sino también una profunda comprensión de cómo la IA puede aprovecharse para producir un éxito real y cuantificable.

Marketing de Influencers: Esta categoría reconoce a las marcas que se asociaron con éxito con influencers para lograr objetivos de marketing a corto o largo plazo. Los influencers pueden variar desde micro hasta macro e incluir personalidades de redes sociales, embajadores de marca y bloggers. Defina claramente la estrategia, el público objetivo y por qué se eligió al influencer. Destaque cómo el influencer involucró a la audiencia, influyó en el comportamiento del consumidor y contribuyó al éxito de la marca impulsando resultados comerciales medibles.

Marketing de Rendimiento: Esta categoría celebra las estrategias de marketing de rendimiento más impactantes, donde una combinación de tácticas generó resultados y conversiones significativos e incrementales. Describa cómo aprovechó la sinergia entre sus ecosistemas orgánicos y pagados para crear un efecto halo, utilizando conocimientos basados en datos, pruebas ágiles y optimización continua. Su presentación debe estar orientada al rendimiento, demostrando cómo enfoques como (pero no limitados a) el marketing de afiliados, la búsqueda pagada, el SEO, las campañas de correo electrónico, la personalización a escala, el marketing de influencers o el contenido patrocinado impulsaron directamente resultados medibles como el aumento de ingresos o leads.

Redes Sociales: Esta categoría celebra las campañas diseñadas en torno a las redes sociales como punto de contacto principal, aprovechando su influencia para involucrar a los consumidores conectados. Concéntrese en campañas donde las redes sociales fueron la idea central, no solo un elemento. Proporcione una justificación clara para usar las redes sociales, demuestre su impacto directo en el comportamiento de la audiencia y muestre cómo impulsó resultados comerciales medibles.

CATEGORÍAS SALUD Y BIENESTAR

Concientización y Educación sobre Enfermedades: Esfuerzos dedicados a generar financiación/donaciones/apoyo para la investigación, el tratamiento y el cuidado de condiciones de salud específicas.

CATEGORÍA SOLUCIONES DE INNOVACIÓN EN MARKETING

Innovación en Marketing o Soluciones de Negocio: En esta categoría, se premiarán actividades de marketing y negocios innovadoras o programas de marketing completos. Puede presentar cualquier acción o idea de negocio que haya tenido un impacto excepcionalmente positivo en la posición de mercado de una marca, producto o servicio. Si la comunicación fue un elemento significativo de la mezcla de marketing, el trabajo debe presentarse en otra categoría. Ejemplos de actividades elegibles en esta categoría incluyen: innovación de producto/servicio; cambio en el empaque, tanto en términos de apariencia como de tamaño; diseño, tecnología o innovación de UX; participación del consumidor en el desarrollo de productos; introducción/cambio de un programa de lealtad, introducción de un nuevo canal de distribución, cambio de operación, etc.

CATEGORÍAS MEDIOS

Estas categorías reflejan la importancia del uso de los medios para impulsar la efectividad y serán juzgadas por expertos de la industria de los medios, incluyendo marcas, agencias y propietarios de medios. Las candidaturas deben abordar las elecciones de canales de medios y las metodologías de medición.

Basado en Datos: Basado en datos es la aplicación de datos y/o tecnología para conectar a las personas con la marca en el momento/s adecuado/s. Estos esfuerzos deben demostrar cómo utilizaron específicamente los datos para impulsar la creatividad o para optimizar los medios para mejorar los resultados comerciales (KPIs de marca, ROI, medidas de marketing de rendimiento, etc.).

Los mejores ejemplos reconocerán la interacción y aplicación de datos, incluyendo la automatización y la IA, para interactuar y/o entregar a una audiencia precisa y lograr los mejores resultados. Para participar, su caso debe detallar el papel que tuvieron los datos dentro de la estrategia creativa y/o de medios para lograr los objetivos de la marca y el negocio.

Se espera que las presentaciones:

- Utilicen mensajes creativos personalizados/a medida.
- Expliquen cómo los datos impactaron el plan de medios a través de mediciones y análisis claros.
- Demuestren los conocimientos obtenidos de los datos utilizados para comprender a la audiencia.

Idea de Medios: Esta categoría trata sobre la eficacia sobresaliente como resultado de ideas impulsadas por los medios. La línea entre lo que constituye una idea creativa y una idea de medios se está difuminando y hay ocasiones en que la idea de medios impulsó todo el esfuerzo. Por supuesto, los medios no pueden existir sin el contenido, pero este premio está destinado a reconocer aquellos casos que fueron liderados por el pensamiento de los medios, donde la integración de medios y mensajes llevó al éxito. El premio honra las ideas impulsadas por los medios que son lo suficientemente poderosas como para convertirse en la génesis del programa de marketing en sí, hasta el punto de que el programa no habría tenido éxito sin la idea estratégica de medios.

Innovación en Medios: Este premio muestra a quienes tuvieron la perspicacia y la creatividad para cambiar la forma en que se consume un canal de medios en particular, o para crear un nuevo canal. El premio se otorgará a las marcas que salieron del enfoque convencional para captar a su audiencia y comprometerla eficazmente. Ya sea que el esfuerzo haya sido una ejecución o múltiples, y/o haya utilizado uno o múltiples canales de participación, el trabajo debe representar un uso nuevo y creativo de los canales de medios que conocemos y amamos, o que aún no hemos conocido.

Nota: Todas las entradas deben abordar específicamente lo que fue innovador y los resultados obtenidos. Aborde la situación de la categoría y proporcione una articulación clara de cómo se utilizaron los medios de forma innovadora y cómo la estrategia/plan de medios optimizó los resultados.

CATEGORÍA CAMBIO POSITIVO

en colaboración con el Foro Económico Mundial

Los Effie de Cambio Positivo (Positive Change Effies) premian y celebran a las marcas y organizaciones sin fines de lucro que promueven el bien común a través de un marketing con propósito. El programa tiene dos vías/ejes: Bien Ambiental y Bien Social.

Cambio Positivo – Ambiental: Para esfuerzos que han cambiado de manera medible el comportamiento de la audiencia hacia opciones más sostenibles ambientalmente, y/o han aumentado la demanda de productos y servicios más sostenibles al incorporar mensajes conscientes del medio ambiente en su marketing. Muestre cómo los programas de marketing efectivos que incorporan estrategias sostenibles pueden marcar una diferencia positiva para las marcas y para el medio ambiente. Además de los requisitos estándar de Effie para demostrar un impacto positivo en el negocio, hay áreas específicas de interés relacionadas



con este premio. Los esfuerzos presentados deben tener como uno de sus principales objetivos estratégicos cambiar el comportamiento de la audiencia hacia opciones más sostenibles ambientalmente y los mensajes conscientes del medio ambiente deben ser parte del marketing. Los participantes deben abordar cómo el objetivo de sostenibilidad se relaciona con la estrategia general de la marca y el negocio.

El criterio para este premio es el resultado del cambio de comportamiento hacia opciones más sostenibles ambientalmente, considerando los siguientes elementos en la evaluación:

- **Concientización** - Hacer que la audiencia sea consciente de un producto, servicio o acción sostenible.
- **Prueba** - Probar el producto, servicio o acción sostenible por primera vez.
- **Sustitución de Producto/Servicio** - Cambiar a un producto, servicio o acción más sostenible.
- **Cambio de Uso** - Usar un producto/servicio de manera más sostenible que antes o tomar una acción más sostenible.

Cambio Positivo – Bien Social: Para esfuerzos de marketing probados como efectivos para resolver/impactar un problema social o para expandir un programa existente de maneras 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 acciones inspiradas. Ejemplos incluyen iniciativas que abordan la pobreza alimentaria; el acceso a la atención médica o la educación; la creación de una sociedad más diversa, equitativa e inclusiva; o la creación de igualdad de oportunidades en el trabajo y en la sociedad en general para todos sus miembros. Cualquier esfuerzo que busque retribuir de alguna manera para el bien común es elegible para participar, y cualquier esfuerzo de marketing, ya sean campañas completas o esfuerzos únicos dentro de una campaña, son elegibles para participar siempre que existan resultados medibles.

Nota: Los esfuerzos centrados en la concientización y educación sobre enfermedades deben presentarse en las categorías de Concientización y Educación sobre Enfermedades; no son elegibles en las categorías de Cambio Positivo.

Cambio Positivo – Diversidad, Equidad e Inclusión: Esta categoría aplica a cualquier campaña, de marca o sin fines de lucro, cuyo éxito dependió de conectar de manera efectiva y auténtica con grupos o comunidades culturales, étnicas o subrepresentadas específicas (ejemplo: LGBT, personas con capacidades diferentes, pueblos indígenas, etc.). Los esfuerzos pueden incluir mensajes de igualdad de derechos, eliminación de estereotipos, anti-prejuicios u otros que trabajen para impactar positivamente a dichos grupos o comunidades. Si la inscripción tuvo múltiples audiencias, es necesario demostrar resultados para la audiencia específica detallada en la inscripción. Identifique cualquier elemento en el trabajo creativo o la estrategia que esté específicamente dirigido a esta comunidad y cualquier diferencia cultural, dinámica y/o matiz, tradición, valor, característica lingüística relevante, y su significado con respecto a su presentación. Es posible que los jueces no estén familiarizados con su segmento particular, por lo que esta es su oportunidad para mostrar los detalles que podrían pasar por alto.

CATEGORÍAS EVENTOS TEMÁTICOS Y ANUALES

Respuesta a Crisis o Pivote Crítico: Esta categoría reconoce a las marcas que navegaron con éxito cambios estructurales y culturales significativos o momentos de crisis (por ejemplo, pandemia, movimientos de justicia social, eventos políticos) al pivotar eficazmente su estrategia de marketing o actividades comerciales. Los participantes deben identificar claramente el pivote y explicar cómo se adaptaron los mensajes, la campaña, el enfoque de producción o la estrategia de comercialización. Destaque el impacto y la eficacia de estas acciones en el éxito de la marca. Los ejemplos pueden incluir cambios en el posicionamiento de la marca, la gestión de la cartera, la aceleración digital y más.

Eventos Tópicos o Anuales (Incluye las categorías de Eventos Actuales y Marketing Estacional): Para esfuerzos efectivos en torno a un momento particular en el tiempo o un evento actual. Deben presentarse los esfuerzos en las siguientes categorías:

- **Marketing Estacional:** Esfuerzos centrados en los intereses basados en el tiempo de su público objetivo.
- **Eventos Actuales:** Esfuerzos que aprovecharon eficazmente la relevancia, el interés o la importancia inmediata a través de una estrategia dirigida en torno a eventos actuales (por ejemplo, elecciones, Copa del Mundo, Juegos Olímpicos, economía, etc.).