



Mejores campañas de marketing en Colombia ganaron los YouTube Works Awards 2022

- La plataforma destaca los trabajos innovadores en las categorías de Marcas como creadores, Innovación de medios, Mejor campaña creativa, Rompiendo barreras y El Rubí.

Bogotá, agosto de 2022. La tercera versión de los [YouTube Works Awards](#) se llevó a cabo este jueves para premiar a las agencias y marcas con las campañas más efectivas e innovadoras en Colombia a través de YouTube.

En el evento, que reunió a cientos de asistentes de la industria, se otorgaron premios a las campañas más creativas, estratégicas y de resultados de alto impacto en el negocio de las marcas. Para esta versión, los [jurados](#) escogieron cuatro ganadores en las siguientes categorías: *Marcas como creadores, Innovación en medios, Mejor Campaña Creativa y Rompiendo Barreras*.

En la jornada, uno de los ganadores también resultó galardonado con el icónico reconocimiento El Rubí, insignia que usualmente se otorga a canales con más de 50 millones de seguidores

"Agradecemos a todos los equipos que participaron este año en la tercera versión de YouTube Works Awards. Colombia es un país con mucho talento y esto se ve reflejado en los proyectos que vimos, que resaltan por su capacidad de lograr resultados. YouTube es un potenciador de negocios y una ventana de creatividad y desde la compañía extendemos nuestras más sinceras felicitaciones a todos los participantes, haciendo un reconocimiento especial a las agencias y empresas ganadoras", expresó **Giovanni Stella**, director general de Google Colombia.

A continuación, los ganadores:

- **Categoría Marcas como creadores:** Entregado a la campaña que demuestre que las marcas se comportan como creadores, utilizando formatos de YouTube que aprovechen las tendencias de los consumidores, las comunidades en crecimiento y colaboraciones con creadores, generando los mejores resultados de negocio.

En esta oportunidad, la **campaña ganadora fue [Mano a Mano](#)** de ABInBev Colombia, en donde las agencias Adbid Latinoamérica, Dirty Kitchen y Alina Vélez, unieron sus talentos para crear este proyecto que fue la evolución de una campaña que inició en 2020 y que buscaba llevar diversión a los hogares colombianos en la pandemia. La tercera temporada muestra de una manera inteligente cómo crear contenido usando el humor, bloopers, fails, que saca a la audiencia del día a día y dando muy buenos resultados a través de un acercamiento creativo ganador.

- **Categoría Innovación de medios:** Celebra la campaña que mejor demuestre una sobresaliente planeación en medios, generando resultados para el negocio. Se buscan las campañas que adopten un primer enfoque en medios.

Para esta categoría, la **campaña ganadora fue H2OH! Va bien con todas tus comidas**, un proyecto en el que Pepsico Colombia, de la mano de OMD Colombia y Sancho BBDO utilizaron las herramientas de YouTube y mostraron cómo sacar el mayor provecho del presupuesto y lograr transmitir cada uno de los mensajes de la campaña, sin tener que hacer infinidad de piezas diferentes.

- **Categoría Mejor campaña creativa:** Premio entregado a la campaña que mejor demuestre cómo el impacto del trabajo creativo, el storytelling y la innovación dentro de YouTube generan resultados medibles y valiosos para una empresa.

La campaña galardonada fue BudX Records, la cual fue liderada por las agencias Leo Burnett Colombia y Draftline. Este proyecto es un ejemplo de cómo una disquera logra crear comunidad y multiplicar contenido creativo, relevante y de interés para la audiencia clave de la disquera, artistas emergentes del género urbano que no tienen representante aún.

- **Categoría Rompiendo barreras:** Reconoce a la campaña que representa auténticamente a consumidores diversos. Se tendrán en cuenta propuestas que sean disruptivas y amplifiquen diversas perspectivas alineadas con los valores de la marca. **Reconocimiento El Rubí:** Distinción a la campaña con mejor desempeño, creatividad, innovación y que mejor demuestra el impacto de YouTube en la generación de resultados de negocio. Un premio inspirado en la recompensa más prestigiosa entregada por YouTube únicamente a los canales con más de 50 millones de suscriptores.

La campaña **¿Que las mujeres manejan mal?** de **General Motors Colmotores** resultó ganadora de ambos reconocimientos. Usando un estereotipo de género, que hace alusión a que “las mujeres manejan mal”, la campaña se destacó por visibilizar cómo las mujeres, además de manejar vehículos, tienen múltiples roles de liderazgo. Este proyecto fue ejecutado por Carat Colombia Commonwealth y McCann.

Acerca	de	YouTube
Lanzado en mayo del 2005, la misión de YouTube es darles a todos una voz y mostrarles al mundo. Creemos que todos merecen tener una voz, y que el mundo es un mejor lugar cuando escuchamos, compartimos y construimos comunidad a través de nuestras historias. YouTube es una compañía de Google.		

Para mayor información, contactar a:

Larissa Tovar
larissa@milenium.group
m. (+57) 300 2738402

Paola Awad
paola@milenium.group
m. (+57) 312 4202195