



EL PREMIO CREATIVO

MÁS GRANDE DEL PAÍS

HA LLEGADO

A large, stylized orange silhouette of a unicorn is positioned on the left side of the image, facing right. It serves as a background element for the text.

¡GRACIAS POR INSCRIBIRTE !

Este año celebramos la decimonovena edición del PMH junto a ti.
A continuación encontrarás el reto propuesto por la marca representante de tu categoría, desarróllalo y sigue todos los pasos para completar tu participación.

BIENVENIDOS AL

20 PREMIO 26
MARIO HERNÁNDEZ

RECUERDA: EL USO DE AL MENOS 1 HERRAMIENTA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL ES OBLIGATORIO
Y DEBERÁS MENCIONAR PARA QUÉ LA USASTE EN EL DESARROLLO DE TU PROYECTO.

BYD

BRIEF BYD AUTO
Premio Mario Hernández
Categoría: Estrategia de Marketing

QUIENES SOMOS

- BYD Auto Colombia hace parte de BYD (Build Your Dreams), la marca líder mundial en vehículos de nuevas energías y una de las compañías tecnológicas más innovadoras del mundo. Nuestra misión es impulsar una movilidad más limpia, inteligente y sostenible, a través de vehículos 100 % eléctricos que integran tecnología propia, diseño, seguridad y alto desempeño.
- En Colombia, BYD lidera el cambio hacia la movilidad eléctrica con un portafolio pensado para las nuevas generaciones y para quienes están listos para dar el salto de la gasolina a la electricidad. Más que vender autos, buscamos educar, inspirar y derribar mitos alrededor de las nuevas energías, construyendo confianza y acelerando la adopción de una movilidad que ya es una realidad.

Mercado colombiano

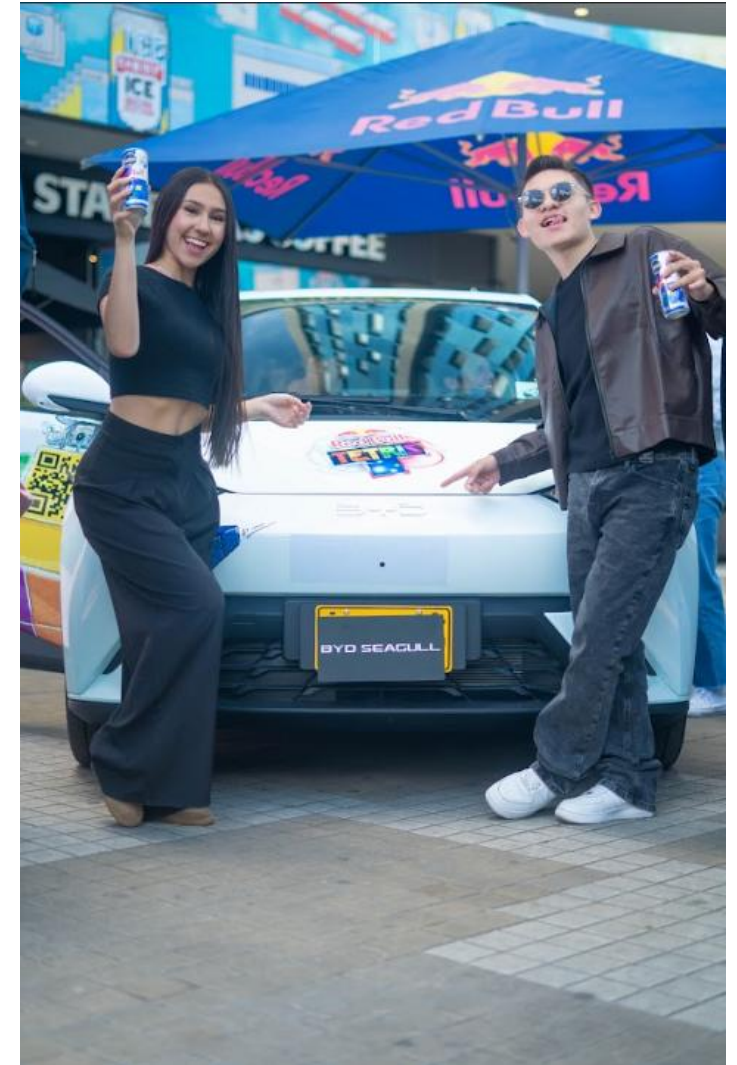
Insight

- En Colombia, **más de la mitad de los consumidores están considerando comprar un vehículo eléctrico o híbrido en los próximos años**, lo que convierte al país en uno de los mercados con mayor intención de compra en Latinoamérica. Esta tendencia está impulsada por la conciencia ambiental y los altos precios de los combustibles, aunque aún existen barreras como la infraestructura de carga y la percepción de costos.

Insight estratégico

- Más de la mitad de los colombianos consideran la posibilidad de adquirir un vehículo eléctrico en los próximos dos años, impulsados por la conciencia ambiental y el impacto de los combustibles tradicionales, pero aún existen barreras de conocimiento, confianza e infraestructura que frenan la decisión de compra.

- Colombia está experimentando un cambio acelerado hacia la movilidad sostenible: las ventas de vehículos eléctricos han crecido de manera exponencial y la intención de compra de este tipo de autos está entre las más altas de la región. Sin embargo, aún persisten barreras perceptuales y funcionales relacionadas con infraestructura, conocimiento y confianza del consumidor.
- BYD Auto Colombia, como marca líder en vehículos 100 % eléctricos, quiere inspirar y activar a una generación joven de consumidores para que:
 - entiendan el valor real de los vehículos eléctricos.
 - consideren seriamente el cambio desde los autos de combustión tradicional.
 - y se conviertan en embajadores de la nueva movilidad sostenible.



Objetivo del Reto

- Diseñar una Estrategia de Marketing 360° que:
 - Eduque y cultive a un público joven colombiano sobre la movilidad eléctrica.
 - Incremente el interés y la intención de compra de vehículos BYD (tanto para primer comprador como para quienes están en transición desde gasolina).
 - Proponga tácticas y formatos innovadores, incluyendo el uso estratégico de la creatividad, la data y herramientas emergentes como IA.

Enfoque Creativo

La estrategia deberá partir de una idea creativa que conecte la movilidad eléctrica con el estilo de vida, los valores y las aspiraciones de una generación joven, que busca tomar decisiones más conscientes sin renunciar a la tecnología, el diseño ni la emoción de conducir.

El reto creativo no es solo hablar de vehículos eléctricos, sino hacer tangible y cercana la experiencia de vivir con nuevas energías: mostrar cómo se conduce, cómo se carga, cómo se siente y cómo impacta positivamente el día a día de las personas. La creatividad debe ayudar a romper mitos, simplificar lo complejo y convertir la información técnica en historias relevantes y fáciles de entender.

Las propuestas deberán explorar nuevos formatos, narrativas y usos de la tecnología, incluyendo inteligencia artificial, contenidos interactivos, experiencias híbridas

Público objetivo

- Primario:
 - Jóvenes colombianos entre 20 y 35 años, interesados en auto-movilidad, sostenibilidad y tecnología.
- Secundario:
 - Personas entre 35 y 45 años que están en proceso de cambiar su vehículo tradicional por uno eléctrico o híbrido.

Lo que esperamos

- Los participantes deben presentar una propuesta que incluya:
- Estrategia general 360°: Concepto creativo integrador, Declaración de posicionamiento y Mensajes clave
- Estrategia digital: Social media y contenido, Paid media (Meta, Google, YouTube) y Uso de nuevas tecnologías (IA, automatización, analítica)
- Experiencias offline + activaciones: Experiencias físicas o híbridas que conecten con el público
- Ideas creativas: Formatos nuevos (AR/VR, TikTok challenges, contenidos UGC, etc.) y Ejemplos de copy y piezas principales
- KPIs y métricas: Awareness (alcance, share of voice), Engagement (interacción social), Consideración (clics, formularios), Conversión (test drives, leads) y Uso de benchmarks.

ENTREGABLE FINAL

Creativo, ya has llegado a la recta final y es por eso que debes leer detalladamente el entregable final que deberás cargar a la plataforma de mi Saber Mario Hernández:

Deberás entregar UN ARCHIVO PDF **(2GB)** ÚNICO, que deberá incluir:

- 1-Nombre del proyecto.
- 2-Concepto creativo y explicación.
- 3-Moodboard.
- 4-ENTREGABLES REQUERIDOS POR LA MARCA según tu categoría de participación
(Estos son diferentes para cada categoría: Renders, estrategias, mockups, piezas gráficas,etc).
- 5-Tabla de estructura de costos y presupuestos del proyecto.

IMPORTANTE: En la primera y última diapositiva deberás incluir tu nombre completo, número de cédula, categoría en la que estás participando y nombre de la Institución educativa de la cual haces parte.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

SE TENDRÁN EN CUENTA PARA LA SELECCIÓN DE PROYECTOS

1.	2.	3.	4.	5.
IDENTIDAD	ORIGINALIDAD Y CREATIVIDAD	CALIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD	IMPACTO
<p>Coherencia entre la propuesta, el brief y la empresa.</p> <p>Claridad en la comunicación del propósito o mensaje detrás del proyecto.</p>	<p>Grado de profundidad de la investigación.</p> <p>Interpretación original de los resultados.</p> <p>Ejecución coherente y creativa de la propuesta final.</p>	<p>Nivel de habilidad y destreza técnica demostrada en la ejecución del proyecto.</p> <p>Utilización efectiva de herramientas, software y técnicas según la categoría.</p>	<p>Posibilidad de realización del proyecto presentado.</p> <p>Análisis de la utilidad, y la facilidad de uso del proyecto en su aplicación real</p>	<p>Impacto del mensaje, diseño o proyecto al público objetivo.</p>

PREMIO MARIO HERNÁNDEZ

ES EL MOMENTO DE

PERSEGUIR

TUS SUEÑOS