



Reconocen las estrategias más innovadoras y efectivas

Campaña de Aguardiente Amarillo de Manzanares fue premiada en los Effie Awards Colombia 2025



Manizales, 29 de agosto de 2025.

La campaña publicitaria de Aguardiente Amarillo de Manzanares llamada “Aguardiente vs. Guaro, la pelea del siglo”, desarrollada por la Industria Licorera de Caldas (ILC) junto a su agencia CJ Martins de Manizales, fue premiada con el Effie de Plata en la categoría David y Goliat, en la 19^a edición de los Effie Awards Colombia que se realizó ayer en Bogotá.

Estos reconocimientos, organizados por la Asociación Nacional de Anunciantes ANDA, como licenciataria de Effie Awards en Colombia, reúnen a lo mejor de la industria del mercadeo y la publicidad nacional, evaluando y premiando las campañas que alcanzan los resultados más relevantes para las marcas y anunciantes a través de ideas, estrategias y campañas innovadoras y efectivas.

Diego Angelillis Quiceno, gerente general de la Industria Licorera de Caldas, destacó que recibir este prestigioso premio es un orgullo para la empresa y para todo el equipo que hizo posible la campaña de Aguardiente Amarillo de Manzanares, y los impulsa a seguir trabajando para expandir su presencia en nuevos mercados.

“Este premio no solo valida la creatividad y el esfuerzo detrás de nuestra estrategia, sino también la capacidad que tuvimos de superar diversas adversidades para posicionar al Aguardiente Amarillo de Manzanares como uno de los preferidos por los colombianos. Este Effie confirma que nuestras acciones son innovadoras, generan impacto y resultados medibles”, afirmó el directivo.

La categoría David y Goliat premia marcas nuevas o emergentes que se enfrentan a marcas grandes o líderes establecidos del mercado, probando a través de ideas y estrategias, cómo la marca y su negocio tuvo éxito más allá de las adversidades.

La campaña “Aguardiente vs. Guaro, la pelea del siglo” realizada en 2024, cuenta la historia de cómo el Aguardiente Amarillo de Manzanares, que contaba con 8% de participación del mercado de aguardientes y menos de 8 millones de botellas vendidas, le dio la pelea al líder de la categoría en el país, dueño del 60% del mercado, en medio de las restricciones para la comercialización de aguardientes que estaban vigentes en Colombia hasta el año pasado.

Al final de 2024 el Aguardiente Amarillo de Manzanares vendió 12,8 millones de botellas, un 72,6% más que en 2023, alcanzó un 13% de participación en el mercado y aumentó 14% el conocimiento total de marca, alcanzando un 56%.

Este galardón que se destaca como el principal reconocimiento a la creatividad publicitaria y efectividad en marketing en el país, marca un hito para Caldas, gracias al trabajo conjunto realizado entre los equipos de la Industria Licorera de Caldas, la marca Aguardiente Amarillo de Manzanares y la agencia CJ Martins.