



effieAWARDS
ARGENTINA

BASES DE INSCRIPCIÓN

EFFIE AWARDS ARGENTINA 2020



BIENVENIDOS A EFFIE AWARDS ARGENTINA

EDICIÓN 2020 - IDEAS QUE FUNCIONAN

Desde el año 2006, Effie Awards Argentina representa la máxima celebración de la industria publicitaria y el marketing en nuestro país. El certamen destaca la efectividad publicitaria en todas sus formas, brindando reconocimiento a los esfuerzos por posicionar un producto o servicio, incrementar las ventas o sorprender al consumidor.

En medio de una industria que cambia constantemente, la efectividad publicitaria es y seguirá siendo -cada vez con más fuerza- el gran reto que enfrenten las empresas anunciantes y las agencias.

Los premios Effie fueron creados en 1968 por **American Marketing Association**, en Nueva York, y desde entonces han alcanzado gran reconocimiento en la industria publicitaria y de marketing. Constituyen la principal distinción profesional al reconocer el aporte de las estrategias y la creatividad al logro de los objetivos propuestos y la obtención de resultados. En síntesis, Effie focaliza la atención en los esfuerzos de comunicación más efectivos, en las **ideas que realmente funcionan**. La importancia de los Effie ha sobrepasado vastamente las fronteras de su país de origen.

En la actualidad, el certamen es organizado en más de **cincuenta países** alrededor del mundo. Además cuenta con sus programas regionales en Asia Pacífico, Europa, Latinoamérica y Medio Oriente.

Este certamen se lleva a cabo con el propósito de honrar las estrategias de marketing y publicidad que demuestren un alto grado de efectividad en el cumplimiento de sus objetivos declarados.

ORGANIZACIÓN

Effie Awards Argentina es un certamen organizado bajo licencia de Effie Worldwide, con domicilio en Olleros 2125, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Teléfono: (54-11) 4777-1240.

BASES DEL CERTAMEN

Quiénes pueden participar

Podrán aspirar a ganar el premio Effie todas las empresas anunciantes tanto públicas como privadas, junto a sus agencias (creativas, de medios, digitales, in-house, etc.), con aquellas campañas o esfuerzos de comunicación que hayan sido difundidos en la Argentina y con resultados obtenidos entre **1 enero de 2019 y 30 junio de 2020 (inclusive)**, aún cuando el inicio de la campaña haya sido anterior.

Condiciones en categorías de participación:

- El mismo caso podrá participar en un máximo de **cuatro** categorías únicamente.

Ejemplos:

- Un caso podrá participar en una sola categoría de Producto o Servicio y en tres categorías Especiales.
- Un caso podrá participar en cuatro categorías Especiales.
- Un caso que participe en la categoría Lanzamiento de nuevos productos, etc no podrá participar de la categoría correspondiente al producto o servicio del que se trate. En cambio, sí podrá ser inscripto en alguna de las otras categorías especiales si se ajusta a la definición específica y al espíritu del caso.

Podrán participar aquellos casos inscriptos en las ediciones anteriores de Effie Argentina, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- **¿Es posible volver a presentar casos que NO hayan ganado en la edición anterior?**

Sí, los casos que hayan participado en ediciones anteriores y no hayan ganado pueden volver a concursar. Para esto, el caso debe estar comprendido dentro del actual período de elegibilidad.

- **¿Es posible volver a presentar casos que SÍ hayan ganado en la edición anterior?**

Sí, pueden participar los casos que hayan resultado ganadores en ediciones anteriores, teniendo en cuenta los siguientes criterios y requerimientos:

Ganadores Effie Oro: pueden volver a participar en una categoría en la que NO hayan ganado Oro siempre que estén comprendidos dentro del período de elegibilidad.

Ganadores Effie Plata y Bronce: pueden volver a participar de cualquier categoría.

Ganadores Effie Oro en Éxito sostenido: pueden volver a participar en la categoría una vez transcurridos 3 años.

No será divulgado el nombre de anunciantes, agencias y campañas concursantes que no resulten finalistas.

CALENDARIO Y COSTOS DE INSCRIPCIÓN

Primer deadline	6 de agosto	\$47.500 + IVA
Segundo deadline	20 de agosto	\$52.500 + IVA
¡Última oportunidad!	2 de septiembre	\$59.500 + IVA

Evaluación de jurados	A CONFIRMAR
Ceremonia de premiación	A CONFIRMAR

SISTEMA DE VOTACIÓN

El Jurado analizará detalladamente cada caso y lo calificará según un criterio uniforme preestablecido que contempla una valoración de los siguientes aspectos:

- Desafío estratégico y objetivos: Capacidad y solidez de las estrategias de comunicación y marketing / Objetivos fijados.
- Creatividad: En función de los objetivos planteados. Estrategia.
- Ejecución: Implementación de la campaña.
- Resultados: Relevancia y magnitud de los resultados atribuidos a las comunicaciones de marketing.

El puntaje final resultará del promedio de puntajes entre los criterios detallados.

Sistema de puntuación

En la ronda de evaluación, los jurados analizarán la efectividad de los casos presentados utilizando el siguiente sistema de puntuación:

70% de la puntuación final:	
Desafío estratégico y objetivos:	23%
Creatividad:	23%
Ejecución:	23%
30% de la puntuación final:	
Resultados:	30%

JURADO

Jurado de notables

El Jurado de los Effie Awards Argentina estará compuesto por un grupo de profesionales designados en virtud de su experiencia y trayectoria en el campo empresarial, del marketing en general y de la publicidad en particular.

El Jurado se encargará de verificar que los casos participantes cumplan con las Bases del Concurso, presenten resultados contundentes y sólidamente demostrados que justifiquen su correcta participación. Tendrá facultades para rechazar o reclasificar casos en una categoría que considere más adecuada. También podrá abrir o fusionar categorías. Su misión será evaluar los trabajos presentados y asignar el puntaje correspondiente a través del cual se podrá determinar qué casos resultarán ganadores.

JURADO GRAN PREMIO

El Jurado Gran Premio tendrá como misión elegir al ganador del Gran Effie entre las campañas ganadoras del Premio Oro en cada categoría. Este Jurado estará conformado por los integrantes del Jurado de Notables que se encuentren habilitados para votar.

Las categorías de Impacto Positivo (Sin fines de lucro) y Éxito sostenido, no serán consideradas para la elección del Gran Effie. Los casos que participen en la categoría Medios, entretenimiento & ocio y obtengan un Effie Oro, podrán competir por el Gran

Premio siempre que su inversión en medios incluya pauta publicitaria exhibida en 2 o más medios de comunicación que no pertenezcan al grupo empresario participante.

Las acciones de bien público y/o entidades sin fines de lucro que resulten ganadoras de un Effie Oro y que hayan sido inscriptas en otras categorías, no serán consideradas para la elección del Gran Effie.

PREMIOS

Bronce, Plata, Oro y Gran Effie

El Jurado del Concurso otorgará un Effie Oro al primer lugar de la categoría, un Effie Plata al segundo y un Effie Bronce al tercero. Cada categoría podrá ser declarada desierta si las campañas no logran un puntaje mínimo preestablecido en las reglas del Concurso, durante la votación del Jurado.

El premio Gran Effie será otorgado al mejor Effie Oro de todas las categorías, con excepción de Impacto positivo (sin fines de lucro), Éxito sostenido y Medios de comunicación.

El premio Gran Effie surgirá entre los casos ganadores de Oro. La votación final se dará entre los Effie Oro que obtengan los mejores puntajes.

Reconocimientos especiales

Estos premios se entregan únicamente sobre la base de una sumatoria de puntos obtenidos según el Gran Effie, Effie Oro, Plata, Bronce y Finalistas de los Effie Awards Argentina. No son premios en los que se puedan inscribir casos para competir.

Estos reconocimientos serán calculados teniendo en cuenta el sistema de puntuación que se detalla a continuación:

Sistema de puntos según Effie Index

Agencias, marcas y anunciantes

Gran Effie: 12 puntos
Oro: 8 puntos
Plata: 6 puntos
Bronce: 4 puntos
Finalistas: 2 puntos

Agencias secundarias/contribuyentes

Gran Effie: 6 puntos
Oro: 4 puntos
Plata: 3 puntos
Bronce: 2 puntos
Finalistas: 1 puntos

Para más información, visitar www.effieindex.com

Agencias principales vs. Agencias que hayan contribuido

El reglamento de Effie Awards permite que sean reconocidas hasta ocho agencias diferentes al momento de la inscripción. Los créditos podrán incluir hasta un máximo de dos agencias principales, consideradas como las mayores responsables del trabajo que se presentará a concurso, dos agencias colíderes y hasta cuatro agencias que hayan contribuido con el caso en menor medida.

Si un ganador Oro se convierte en ganador del Gran Effie, será otorgado el mayor puntaje. (Solo será contabilizado con 12 puntos, y no con 12 puntos+8 puntos).

Cuando múltiples oficinas de la agencia están incluidas/mencionadas para los créditos en un solo ganador, las networks y holdings recibirán solamente un set de puntos en el respectivo ranking.

NOTA: Los ganadores de los reconocimientos especiales NO recibirán puntaje en el Effie Index.

Todas las decisiones del Jurado y de la Organización respecto de los resultados de casos ganadores son finales.

ASPECTOS IMPORTANTES

La información entregada en el formulario de participación es esencial para una correcta evaluación por parte de los Jurados. No se aceptará información complementaria y se solicita respetar el espacio establecido.

Los firmantes del formulario deberán ser las personas con los cargos ejecutivos indicados en él, en señal de aprobación de la inscripción al Concurso, de veracidad de la información presentada y de aceptación de todos los aspectos contenidos en esta sección.

Los anunciantes y las agencias que participan otorgan y ceden a Effie Worldwide y Valora Argentina los derechos de publicación y divulgación de los casos que resulten ganadores de algún premio, con el objeto de ser difundidos y/o debatidos públicamente, y de servir de material base para la edición de publicaciones derivadas del Concurso.

CÓMO INSCRIBIR UN CASO

Los participantes podrán realizar la inscripción completando el formulario online y demás materiales. Podrán acceder a la plataforma de inscripción desde el sitio web del certamen: www.effieargentina.com.ar.

Una vez que el formulario de participación esté completo en la plataforma, solicitamos imprimir la autorización y completarla con las firmas correspondientes. El documento debe ser escaneado (formato PDF) y cargado en la sección "Media Uploads" de la plataforma.

CONSEJOS PARA LA PRESENTACIÓN DEL CASO

Generalidades

La preparación de un caso para este certamen implica identificar como punto de partida los **objetivos** del anunciante y el trabajo realizado con la agencia en el desarrollo de una estrategia adecuada y una valiosa creatividad. Luego, sólo restará presentar los **resultados** medibles y comprobables que permitan demostrar el éxito alcanzado.

Effie Awards Argentina busca identificar estrategias y campañas exitosas en el logro de los objetivos planteados inicialmente. El certamen se fundamenta en la convicción de que la publicidad contribuye a lograr resultados exitosos y que estos pueden ser evaluados sobre la base de criterios mayoritariamente aceptados, expresados por la voz de su Jurado.

Es importante tener en cuenta que el Jurado no medirá resultados, sólo los analizará y se manifestará frente a ellos. Quien debe haberlos medido oportunamente para exponerlos con precisión y confiabilidad, es el anunciante o su agencia. El Jurado se reservará el derecho de reclasificar alguna campaña si lo considera conveniente.

PREPARACIÓN

La preparación del caso deberá ser realizada por un equipo idealmente integrado por anunciante-agencia que favorezca la discusión. Es importante que los participantes tengan en cuenta estas recomendaciones específicas:

- Dejar tiempo para revisiones finales que aseguren la presentación de una buena síntesis, un relato claro y consistente de lo ocurrido en la realidad.
- Observar bien las indicaciones y ejemplos señalados como ayuda para presentar la información en cada punto del formulario.
- Utilizar información cuantificada cada vez que sea posible. Si no lo es, será conveniente que los resultados sean expresados por medio de índices.

FORMULARIO DE PARTICIPACIÓN

Es importante tener en cuenta que los integrantes del Jurado deberán analizar un importante número de casos. Por este motivo rogamos que sea preciso con los datos que proporcione y que no intente influir con juicios de valor.

Recomendamos también el especial cuidado en la redacción y la ortografía. Estos detalles podrán jugar en contra de notables casos que podrían perder puntos frente a la mirada del Jurado, sólo por descuidar estos aspectos.

El Formulario presentado deberá contener las firmas exigidas en las Bases del Certamen. Firmas por poder, provenientes de personas que ocupen cargos de menor rango que los específicamente indicados, podrán no ser aceptadas.

MOTIVOS DE DESCALIFICACIÓN

- Podrán ser descalificados aquellos casos cuyos resultados no cuenten con el detalle de fuentes confiables para su aval. La Organización del concurso se reserva el derecho de verificar la veracidad de la información presentada, a los fines de preservar la transparencia del certamen.
- Logos, gráficos o cualquier material de creatividad no deben ser incluidos en el formulario de inscripción. (Nota: esto excluye aquellos gráficos que complementen específicamente la información presentada.)
- El nombre de la agencia no debe aparecer en el formulario escrito ni en los materiales creativos.
- Los videos y materiales creativos que contengan resultados, serán descalificados.
- Podrán quedar descalificados aquellos casos que, al momento del cierre de inscripción, tengan su presentación incompleta (pago de derechos de participación, envío de materiales creativos o Formulario de Autorización debidamente firmado, etcétera)

GUÍA DE INSCRIPCIÓN

Effie Worldwide ofrece a los concursantes la oportunidad de que su caso escrito sea publicado en el website de Effie Awards, Effie Worldwide Case Database, websites de partners o bien cualquier publicación que cuente con la aprobación de Effie Awards.

En el marco del espíritu de aprendizaje que Effie representa, los alentamos a compartir sus casos con el fin de ser inspiración para la industria y mejorar las prácticas del marketing. Al permitir la publicación del caso escrito, usted está:

- **Contribuyendo a mejorar la industria:** permitiendo que otros marketers aprendan de los logros obtenidos por su equipo, impulsando a que la industria eleve su vara y mejorando las prácticas de marketing.
- **Contribuyendo con los futuros líderes de la industria:** escuelas y universidades tomarán como ejemplo los casos Effie durante sus clases, y aprenderán cómo escribir un caso Effie considerando el suyo como ejemplo.

- **Demostrando el éxito de su equipo**, al alcanzar uno de los premios más destacados de la industria. Ganar un Effie contribuye a atraer talentos, demuestra la importancia del marketing en los negocios y refuerza la relación de agencia y cliente.

La organización del certamen respeta que los casos concursantes puedan tener información confidencial para el cliente o la agencia.

Por favor, indicar en la sección de su inscripción online cuál es la opción elegida para los permisos de publicación del CASO ESCRITO.

Las opciones son:

A. SI- PUBLICAR EL CASO TAL COMO FUE PRESENTADO PARA PARTICIPAR

Significa que está de acuerdo con que la Guía de Inscripción completa se publique, reproduzca o visualice a través de diferentes canales para fines educativos y/o promocionales.

B. SI- PUBLICAR UNA VERSIÓN EDITADA DEL CASO ESCRITO

Significa que está de acuerdo con presentar una versión editada del caso escrito para su publicación que será reproducida o difundida para fines educativos. Puede reescribir o remover cualquier información confidencial. La organización del certamen tendrá la opción de publicar, reproducir y mostrar la imagen del caso, el Resumen del caso así como los Materiales creativos en sus versiones originales.

C. PUBLICAR EL CASO COMO SE ENTREGÓ DESPUÉS DE TRES AÑOS

Significa que el caso escrito se publicará tal como se presentó después de tres años. El caso se publicará tal como fue presentado y reproducido o exhibido para fines educativos.

D. PUBLICAR UNA VERSIÓN EDITADA DEL CASO ESCRITO DESPUÉS DE TRES AÑOS

Significa que acepta enviar una versión editada de su caso para publicar, que se reproducirá o mostrará con fines educativos después de tres años. Puede editar cualquier información confidencial.

CATEGORÍAS

Definición de las categorías

PRODUCTOS & SERVICIOS

1. Accesorios para vehículos

Campañas de neumáticos, combustibles, lubricantes, etc.

2. Alimentos

Productos alimenticios en general.

3. Bebidas alcohólicas

Cerveza, champagne, ron, vodka, vino, enfriadores de vino, tragos, etc.

4. Bebidas no alcohólicas

Gaseosas regulares y dietéticas, café, té, jugos, agua embotellada, agua con gas, leche y/o sustitutos de la leche, etc.

5. Belleza y cuidado personal

Productos y servicios de belleza y cuidado personal como cosméticos, perfumes, champú, cera/laca para cabello, jabones, desodorantes, afeitadoras, tinturas, cuidado personal y servicios de bienestar como salones, spas, programas de pérdida de peso, etc.

6. Comunicación interna

Campañas y esfuerzos de comunicación dentro de la empresa.

7. Eventos

Esta categoría incluye festivales, fiestas, ceremonias, exposiciones, competencias, convenciones, conferencias, eventos de lanzamiento de producto, foros, inauguraciones, clausuras, etc.

8. Golosinas, snacks y postres

Chocolates, postres, helados, dulces, papas fritas, galletas, productos de panadería, frutos secos y vegetales, bocadillos, pochoclo, etc.

9. Imagen Corporativa

Campañas de publicidad institucional.

10. Indumentaria y calzado

11. Lanzamientos de nuevas marcas, productos o servicios

Incluye casos de extensión de línea.

12. Mantenimiento y accesorios para el hogar

Electrodomésticos y demás productos electrónicos, muebles, artículos de higiene y mantenimiento del hogar, etc.

13. Medios, entretenimiento & ocio. ¡NUEVA!

- a. Compañías de medios: incluye emisoras, revistas, periódicos, sitios web, medios de consumo o comerciales, estaciones de radio y televisión.
- b. Entretenimiento/Eventos deportivos: incluye entretenimiento, eventos deportivos y productos. Ej.: equipos deportivos, películas específicas, libros, DVD, juegos, aplicaciones de entretenimiento, etc.
- c. Cultura y artes: obras de teatro, museos, organizaciones musicales, series de conciertos, festivales culturales, festivales de teatro, etc.

14. Productos y/o servicios online

Campañas de productos o servicios ofrecidos únicamente en Internet (productos online y/o ecommerce)

15. Productos varios

16. OTC y RX

Productos medicinales de venta libre.

17. Retail

Tiendas o websites como grandes almacenes, alimentos, en general. O tiendas o websites que se especialicen en algún producto en particular (indumentaria, moda, calzado, joyería, juguetes, etc.).

18. Servicios financieros

19. Servicios no financieros

20. Vehículos

Campañas de autos, motos, etc.

CATEGORÍAS ESPECIALES

1. Bajo Presupuesto

Casos con una inversión total menor a us\$200.000 (tarifa bruta producción + medios).

2. Branded content

Esta categoría destaca los esfuerzos que efectivamente llegan a su audiencia a través de la creación de contenido de marca original que no es publicitario.

El premio celebra el contenido de marca liderado por aquellas ideas que constituyen el corazón del plan de comunicaciones. Los participantes deben detallar el contenido creado, cómo se relacionó con la marca y con los objetivos comerciales, cómo se distribuyó y compartió con la audiencia y qué resultados obtuvo la marca y el negocio.

3. Commerce & Shopper

Esta categoría es para campañas diseñadas específicamente para atraer a un grupo objetivo de compradores, ya sea en el espacio minorista o de comercio electrónico tradicional (o en ambos). La inscripción debe demostrar cómo las marcas aprovechan la información obtenida del comportamiento de los compradores en mundos fuera de línea o en línea, para crear viajes integrados y atractivos así como experiencias que influyan en la compra.

Nota: El formulario de participación para esta categoría está disponible en www.effieargentina.com.ar.

4. Data-Driven

Esta categoría está orientada a casos con aplicación de datos y tecnología para identificar y hacer coincidir las audiencias correctas con el mensaje correcto en los momentos correctos. Estos esfuerzos deberían demostrar cómo utilizaron específicamente los datos para optimizar los medios y mejorar así los resultados comerciales (KPI de marca, ROI, medidas de marketing de rendimiento, etc.) Los mejores ejemplos reconocerán la interacción y la aplicación de la automatización, la tecnología aplicada y la inteligencia humana y artificial (AI) para llegar a un público preciso y lograr los mejores resultados. Para participar, su caso debe detallar el papel que tuvieron los datos dentro de la estrategia de medios en el logro de la marca y los objetivos comerciales.

Se espera que los casos en esta categoría:

- a. Utilicen mensajes creativos personalizados / personalizados.
- b. Expliquen cómo los datos afectaron el plan de medios a través de mediciones y análisis claros.
- c. Demuestren las ideas capturadas de los datos utilizados para comprender la audiencia.

5. Éxito sostenido

Campañas de productos o servicios que hayan experimentado éxito sostenido por un período de 3 ó más años (no debe ser anterior al 1º de enero de 2017). Las campañas que participen en esta categoría deberán tener un objetivo común en las ejecuciones

estratégicas, creativas, y en la evolución de sus piezas. Deberán demostrar efectividad durante todo el período de la campaña.

Nota: El formulario de participación para esta categoría está disponible en www.affieargentina.com.ar.

6. Idea de Medios

Esta categoría busca destacar la efectividad como resultado de las ideas. La línea entre lo que constituye una idea creativa y una idea de medios, es 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 el contenido, pero este premio intenta reconocer aquellos casos que fueron dirigidos por el pensamiento de medios. Se busca distinguir a las ideas de medios que sean lo suficientemente poderosas como para convertirse en la génesis del programa de comunicaciones.

Todos los esfuerzos conducidos por una idea de medios, son aptos para competir.

Ejemplos:

- Content Led -- Casos motivados por una idea de contenido.
- Tech Led -- Casos motivados por una idea de tecnología.
- Media Idea Led -- Casos motivados por una idea de medios, diferente a las ya mencionadas anteriormente.

7. Influencer

Celebra los casos en los que una marca conecta con un grupo objetivo clave que tiene influencia sobre sus clientes potenciales. Los *influencers* pueden ser personajes influyentes de los medios sociales, embajadores de marca, patrocinadores de celebridades, periodistas, bloggers, etc. Esta categoría premia el esfuerzo de identificar a los *influencers* más destacados y convertirlos en entusiastas de la marca. Los casos deben definir claramente el grupo influyente, el grupo influenciado y su significado.

8. Interactiva

El espíritu de esta categoría es construir una interacción efectiva con el consumidor. La categoría está abierta a aquellas marcas que están creando experiencias, activaciones, plataformas, contenido y todo tipo de esfuerzos de comunicación con resultados alcanzados a través del componente interactivo.

Podrán participar casos en los que el componente digital sea un canal para la interacción, aunque la categoría no es exclusiva de este tipo de trabajos.

9. Marketing de actualidad ¡NUEVA!

Casos que aprovecharon efectivamente la relevancia, el interés o la importancia inmediata de sucesos actuales a través de una estrategia de marketing o PR específica en torno a dichos eventos. Ejemplo: casos de temática Covid-19.

10. Marketing estacional

Las temporadas, los días festivos y los eventos brindan a los especialistas en marketing la oportunidad de construir comunicaciones estratégicas en torno a los intereses de su público objetivo. Esta categoría honrará aquellos esfuerzos que efectivamente capitalizaron una temporada, un día festivo o un evento cultural para generar resultados para sus negocios.

11. Marketing promocional

La oferta del producto o servicio debe estar acompañada de un beneficio adicional específico, que haya sido un factor determinante en la generación de los resultados. Si el elemento promocional no fue relevante en la obtención de los resultados, deberá participar en alguna de las otras categorías del certamen.

12. POSITIVE CHANGE - Impacto Positivo

Reconoce los esfuerzos de comunicación de marketing, que son efectivos en tratar problemas sociales o expandir un programa existente de manera que beneficie a la sociedad. Cualquier esfuerzo que demuestre haber generado un impacto positivo a la sociedad, es elegible para participar en esta categoría. Cualquier esfuerzo de comunicación, sean campañas completas o acciones individuales dentro de una campaña, con el objetivo de generar rentabilidad o no, son elegibles para concursar, siempre y cuando tengan resultados medibles vinculados a su impacto positivo en la sociedad.

Las categorías son:

12.1 Impacto Positivo – Marcas: Reconoce a aquellas marcas o empresas que están haciendo del mundo un mejor lugar para vivir, utilizando el poder de sus plataformas de comunicación para bien. Esta categoría celebra las campañas que lograron combinar de manera efectiva el objetivo de negocio con una causa social (salud, educación, comunidad, familia, entre otras) y de manera exitosa relacionaron esta causa con la estrategia de marca, generando resultados positivos de negocio e impacto social.

12.2 Impacto Positivo – Entidades sin fines de lucro: Reconoce organizaciones y asociaciones sin fines de lucro, cuyos esfuerzos de comunicación han resultado o generado un impacto positivo en la sociedad y de forma exitosa contribuyeron al propósito de la

organización. Las campañas deben mostrar de forma medible el impacto y los resultados probados.

13. Programas de Fidelización

Casos de fidelización de clientes (internos, externos o de canales de distribución).

14. Relanzamientos

Casos de marcas y/o productos con cambio de diseño, packaging, etc.

15. Real-Time Marketing

Esta categoría es para todas las comunicaciones en las que las compañías, las marcas o los productos crean contenido de marketing, sobre la marcha y sin una planificación exhaustiva, alrededor de un evento de actualidad. Los resultados se generan a partir de una conversación en tiempo real que tiene lugar en las redes sociales y en las plataformas de tiempo real, 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 los eventos conocidos (el Mundial de Fútbol, la premiación de los Oscars, etc.) y reaccionar rápidamente y de manera relevante cuando sucede algo inesperado.

REGISTRO DE PARTICIPACIÓN

Una vez definida la participación del caso, deberá acceder a la plataforma de registro, desde el sitio oficial de Effie Awards Argentina, y completar los datos solicitados para la inscripción. Desde la misma plataforma podrá cargar el formulario de inscripción online y el material creativo.

Materiales Creativos

El propósito de los materiales creativos/video es mostrar su trabajo creativo. El video no es una síntesis o recuento de su caso escrito.

Sus materiales creativos deben reflejar la creatividad que dio vida a la gran idea y mostrar a los jurados el trabajo creativo tal como se ejecutó en el mercado. Está bien incluir un poco de contexto y alguna explicación si lo considera necesario, pero asegúrese de que esto no interfiera con la capacidad del jurado para revisar suficientes ejemplos de su trabajo creativo.

Los materiales creativos enviados deben relacionarse directamente con los objetivos estratégicos y los resultados presentados en el caso escrito.

Solamente destaque aquellos puntos de contacto que han sido relevantes para el éxito del caso y que estén mencionados en el caso escrito.

NO INCLUYA RESULTADOS DE NINGÚN TIPO EN LOS MATERIALES CREATIVOS (tampoco métricas relacionadas con desempeño en redes sociales).

Para las inscripciones de la categoría Éxito sostenido: los materiales creativos deben mostrar el racional de la continuidad del caso a lo largo del tiempo y la naturaleza sostenida del trabajo. Destaque los trabajos desarrollados a lo largo de los 3 o más años de plazo que serán tomados como referencia, siempre indicando el año inicial, el año intermedio y el año actual del caso. Indique a qué año pertenece el material. Los casos con materiales creativos que no indiquen el detalle de la secuencia de años serán descalificados.

Los materiales creativos que se presenten pasarán a ser propiedad de Effie Awards Argentina y Effie Worldwide. El certamen se reserva el derecho de reproducir libremente todos los materiales creativos y videos presentados para fines educativos y propósitos de publicidad.

Para prevenir una posible descalificación por favor tenga en cuenta los siguientes consejos:

NO DEBE INCLUIR

- Trabajo competitivo o logos de la competencia.
- Nombres de agencias, logotipos o imágenes.
- Resultados de cualquier tipo –incluyendo números de likes de redes sociales, seguidores, etc.
- Cualquier tipo de música/imágenes que causen confusión para los jueces con la forma en cómo su trabajo funcionó en el mercado. (Ej.: un comercial de TV que en el video creativo tenga una banda sonora que no fue la original al momento de la difusión de la pieza).
- Efectos de edición que causan confusión con la forma en que el trabajo se ejecutó en el mercado, por ejemplo, música o locución añadida al inicio de los spots de televisión.

Los participantes deberán presentar alguna de las siguientes opciones:

OPCIÓN A: Presentación de imágenes

Esta opción es recomendada para inscripciones que no tengan material de TVC/video/audio como parte del caso.

Los participantes deberán presentar un **máximo de 12 imágenes** que muestren los puntos de comunicación integral mencionados en el caso escrito. Las imágenes presentadas podrán ser acompañadas con notas cortas al pie para explicar mejor el trabajo.

Especificaciones:

- Máximo de 12 imágenes.
- Formato: .jpg o .jpeg, 300 dpi. (máx.: 2500 px en su base mayor).
- Tamaño total: 50MB máx.

OPCIÓN B: video creativo de 4 minutos

Esta opción es recomendada para las inscripciones que tengan material de TVC/audio/video.

Se requiere mostrar los comerciales completos, excepto en los casos que haya que editar por una cuestión de tiempo. **No se aceptarán comerciales sueltos.** Ejemplos de eventos, guerrilla, juegos, sampling, branded content en TV, deben ser incluidos en el video.

Herramientas de edición

Los comerciales o el contenido de video puede ser editado por cuestiones de tiempo, solo si es necesario para incluir otros elementos. Se pueden usar herramientas de edición como voz en off, texto, etc. para explicar mejor lo que se ve en pantalla. No está permitido incluir en el reel ningún trabajo del que no se tengan los derechos.

Declaraciones de cierre en el video

Puede incluir alguna declaración general, sin mencionar números, con el fin de dar un cierre al video. Por favor, revise los siguientes ejemplos de declaraciones de cierre que se consideran aceptables o inaceptables.

Aceptable:

- La marca tuvo uno de sus mejores años.

Inaceptable:

- Las ventas aumentaron 20%.
- Derrotamos a nuestro principal competidor y llegamos a ser primeros en la categoría.
- Recibimos cerca de 10,000 Likes en Facebook.

Especificaciones:

- Máxima duración de 4 minutos.
- Los archivos de video deben presentarse en formato mp4.
- Tamaño de archivo: 500MB máx.

OPCIÓN C: video de 4 minutos + imágenes

Podrá complementar el video con imágenes destacadas de los trabajos que se muestren en video, con el fin de que sea beneficioso que los jurados vean algunas imágenes (texto en una revista o aviso de diario, texto en una página de Internet, una pieza de marketing directo etc.)

Especificaciones (para las imágenes estáticas):

- Máximo de 2 imágenes.
- En formato .jpg o .jpeg, 300 dpi. (max: 2500 px en su base mayor)
- Tamaño total: 50MB máx.

Especificaciones (para el video):

- Máxima duración de 4 minutos
- Los archivos de video deben presentarse en formato mp4.
- Tamaño de archivo: 500MB máx.

Requerimiento adicional:

Imagen del caso:

Enviar una imagen del caso que será usada para fines promocionales (ejemplo: reel de finalistas & ganadores, PR, etcétera). Elija la imagen que mejor represente su caso para ser difundido en materiales promocionales del certamen. En formato jpg o jpeg, 300 dpi.

Revisión Final

La carga de materiales se realiza a través de la plataforma de inscripción online. Para completar su caso debe incluir:

- ✓ Formulario de Inscripción completo de manera online
- ✓ Formulario de Autorización con firmas originales (formato PDF recomendado)
- ✓ Materiales creativos, según requerimiento.
- ✓ Pago de la inscripción según la fecha de cierre (para más detalles, ver página 3).

CONSULTAS

Para más información sobre Effie Awards Argentina o para obtener los datos de contacto, visite nuestro sitio web: www.effieargentina.com.ar.