

# effie AWARDS

ARGENTINA

---

## ENTRY KIT 2019



## BIENVENIDOS A EFFIE AWARDS ARGENTINA

### EDICIÓN 2019 - 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 **Enero de 2018 y Julio de 2019 (inclusive)**, aún cuando el inicio de la campaña haya sido anterior.

No existe limitación en el número de casos a presentar y los mismos podrán ser inscriptos en más de una categoría.

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

<b>Primer deadline</b>	Viernes 9 de agosto	\$31.500+iva
<b>Segundo deadline</b>	Viernes 16 de agosto	\$35.100+iva
<b>¡Última oportunidad!</b>	Viernes 23 de agosto	\$40.500+iva

<b>Evaluación de jurados</b>	Septiembre
<b>Ceremonia de premiación</b>	Noviembre

## 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:

<b>70% de la puntuación final:</b>	
Desafío estratégico y objetivos:	23%
Creatividad:	23%
Ejecución:	23%
<b>30% de la puntuación final:</b>	
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 de Comunicación 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.

## **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 CONEP 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.affieargentina.com.ar](http://www.affieargentina.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 "Permisos" 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 y en todo caso, disminuirán la credibilidad del caso frente al Jurado. El Jurado podrá negarse a evaluar un caso que no sea presentado con firmas de ejecutivos del nivel establecido en el Formulario.

### **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)

### **CONSULTAS**

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

## **CATEGORÍAS**

### **Definición de las categorías**

#### **PRODUCTOS & SERVICIOS**

- **Accesorios para vehículos**  
Campañas de neumáticos, combustibles, lubricantes, etc.



- **Alimentos**  
Productos alimenticios en general.
- **Bebidas alcohólicas**
- **Bebidas no alcohólicas**
- **Comunicación interna**  
Campañas y esfuerzos de comunicación dentro de la empresa.
- **Eventos**  
Esta categoría incluye festivales, fiestas, ceremonias, exposiciones, competencias, convenciones, conferencias, eventos de lanzamiento de producto, foros, inauguraciones, clausuras, etc.
- **Golosinas, snacks y postres**  
Chocolates, postres, helados, dulces, papas fritas, galletas, productos de panadería, frutos secos y vegetales, bocadillos, pochoclo, etc.
- **Higiene y cuidado personal**  
Artículos de belleza, perfumería, cosmética, medicamentos, etc.
- **Imagen Corporativa**  
Campañas de publicidad institucional.
- **Indumentaria y calzado**
- **Lanzamientos de nuevas marcas, productos o servicios**  
Incluye casos de extensión de línea.
- **Mantenimiento y accesorios para el hogar**  
Electrodomésticos y demás productos electrónicos, muebles, artículos de higiene y mantenimiento del hogar, etc.
- **Medios de comunicación**  
Campañas publicitarias de radio, televisión, diarios, revistas, vía pública, internet.
- **Vehículos**  
Campañas de autos, motos, etc.
- **Productos y/o servicios online**  
Campañas de productos o servicios ofrecidos únicamente en Internet (productos online y/o ecommerce)

- **Productos varios**
- **OTC y RX**  
Productos medicinales de venta libre.
- **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.).
- **Servicios financieros**
- **Servicios no financieros**

## CATEGORÍAS ESPECIALES

- **Bajo Presupuesto**  
Casos con una inversión total menor a us\$200.000 (tarifa bruta producción + medios).
- **Branded content: ¡NUEVA!**  
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.
- **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 2015). 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.effieargentina.com.ar](http://www.effieargentina.com.ar).

- **Influencer: ¡NUEVA!**  
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.

- **Innovación en Medios**

Casos con una excelente idea de medios, lo suficientemente poderosa como para que haya sido la generadora de la efectividad de la campaña.

- **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.

- **Marketing estacional**

Se refiere a campañas que se realizan en períodos específicos como algún día festivo o evento cultural, con el fin de impulsar resultados de negocio (campañas y acciones en días festivos como Navidad, Pascua, Día del Padre, Día de la Madre, etcétera).

- **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.

- **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:

**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.

**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.

- **Programas de Fidelización**

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

- **Programática/Data**

Programática en medios se define como la implementación de data y tecnología para identificar y conectar la audiencia correcta con el medio correcto en el momento correcto.

Se espera que los casos en esta categoría:

- Usen data para entender a su audiencia
- Utilicen mensajes creativos, personalizados y dirigidos.
- Se comuniquen mediante mecanismos programáticos, a través de todos los canales utilizados.

Los esfuerzos presentados deberían demostrar cómo optimizaron los medios de comunicación en relación a los KPI y ROI de la empresa o la marca, basándose en el valor de un público personalizado. Los mejores ejemplos de esta categoría reconocen la interacción y el uso de plataformas tecnológicas automatizadas junto a la inteligencia humana para alcanzar un público preciso y lograr los mejores resultados. Para participar, el caso debe detallar el rol que una estrategia de medios de comunicación programática tuvo en el logro de las metas de la marca y el negocio.

- **Relanzamientos**

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

- **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. Quien ejecuta la acción de real-time no es quien ejecuta el evento.

- **Shopper Marketing & E-commerce**

Campañas que a través de la comunicación o experiencias en el punto de venta involucren al comprador y guíen su proceso de compra hacia el resultado final deseado.

## 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.

Todas las piezas que componen la campaña deberán registrarse observando las siguientes especificaciones:

- **PIEZAS TV** y/o cine, en el formato recomendado de QuickTime H264 1280x720 (máximo datarate 4 mbps). Enviar un máximo de 3 spots (1 archivo por spot). También se aceptan otros formatos como WMV, AVI, .MPG o .MOV para video.
- **PIEZAS RADIO** en formato recomendado MP3 (mínimo datarate 128kbps). Máximo de 2 piezas.
- **PIEZAS GRAFICAS** (avisos en revistas, diarios, etc.) Deberán ser presentadas en formato recomendado JPEG/RGB a 2500 px por lo que corresponda. Presentar un máximo de 3 piezas. NO se acepta formato CMYK.
- **PIEZAS VIA PUBLICA** un máximo de 2 piezas, en jpg.
- **PIEZAS DE INTERNET** Captura de site, mini site o campañas interactivas en formato de video. Formato: Quicktime (.mov) sin compresión. Tamaño: 720x480 píxeles, FPS: 29,97, NTSC. Máximo de 3 piezas.
- **PRENSA**, si lo desea puede enviar un máximo de 3 piezas que reflejen repercusión en medios (fotos, recortes, captura de pantalla, etc.) Si se trata de imágenes de video deberá incluirlas en el video del caso.
- **VIDEO DEL CASO** en QuickTime o .MOV. Tiempo máximo de duración: **4 minutos.**

**IMPORTANTE:** este video no debe incluir información acerca de resultados obtenidos ni juicios de valor.

El video debe mostrar las piezas de comunicación que dieron vida a la “gran idea” (no es necesario exhibir aquí todas las piezas sino aquellas que considere esenciales en el éxito expuesto en el formulario de participación). Para la utilización de música deberá contar con los derechos correspondientes.

## **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
- ✓ Pago de la inscripción según la fecha de cierre (para más detalles, ver página 3).