|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| **FORMULARIO DE PARTICIPACIÓN- EFFIE COLLEGE 2025 – ARGENTINA****Las preguntas contenidas en este documento son las mismas que deberán completar y enviar para participar de Effie College Argentina 2025. Utilizar este documento para trabajar en equipo antes de enviar el documento final.** |
| **RECOMENDACIONES*** **BREVEDAD:** Sean claros, concisos y convincentes. Las propuestas más cortas y bien escritas se suelen destacar, ya que los jurados deben revisar varios casos inscriptos.
* **HABLAR EN FUNCIÓN DEL DESAFÍO DE LA MARCA:** Asegúrense de abordar eficazmente el desafío de la marca y de proporcionar soluciones que respondan directamente al mismo. También deben escribir teniendo en cuenta a su audiencia; es decir a los jurados de Effie College (equipo de la marca, sus agencias, etc).
* **CONTAR UNA HISTORIA:** Los jurados esperan encontrar una historia atractiva, bien escrita y consistente que vincule cada sección del formulario.
* **REVISIÓN:** Antes de presentar la información, se anima a los participantes a revisar su gramática, ortografía, puntuación, etc. Revisar también todos los requisitos del bief del cliente para asegurarse de que han respondido a cada parte del desafío.
* **PROBAR TIEMPO DE LECTURA:** Muchas veces se incluye información tanto textual como gráfica en exceso; es importante calcular previamente cuánto toma hacer toda la lectura del formulario. Los jurados tienen alrededor de 15 minutos para leer toda la propuesta y la visualización del video.
 | **REQUERIMIENTOS** * **USO DE FUENTES:** Toda información y/o supuestos utilizados para respaldar su propuesta deben estar sustentadas con investigaciones de fuente primaria o secundaria.
* **LÍMITE DE PALABRAS:** Se ha establecido un límite de palabras para usar los espacios con eficiencia.
* **TABLAS Y GRÁFICOS:** Se recomienda a los participantes mostrar datos a través de gráficos y tablas dentro de los límites asignados en cada pregunta.
* **ELEMENTOS CREATIVOS:** Todo elemento creativo debe estar en el video únicamente.
* **SIN ENLACES EXTERNOS:** No dirijan a los jurados a sitios web externos, ellos solo pueden revisar el contenido proporcionado en su propuesta escrita y creativa.
* **INSTITUCIÓN EDUCATIVA:** En ninguna sección del formulario o video se debe hacer referencia a la universidad o instituto de procedencia. Tampoco en la presentación al jurado final.
* **REEL CREATIVO:** Presentar un video que ilustre los elementos creativos. La duración máxima es de 4 min. Se permiten las imágenes/música libre/en stock.
* **CONFIDENCIALIDAD Y USO DE ACTIVOS DE LA MARCA**: Logotipos y cualquiera de los activos creativos proporcionados por la marca, solo se utilizarán para esta competencia. Las ejecuciones creativas solo deben ser vistas por miembros del equipo y tutor y si utilizaron alguna metodología de evaluación (testeo) los participantes deben asegurar la confidencialidad. La distribución pública de ejecuciones creativas diseñadas para este concurso constituye un motivo de descalificación. Recuerden que al participar en el concurso han cedido los derechos sobre estas.
 |
|

|  |
| --- |
|  |
| **INFORMACIÓN GENERAL** |
|  |
| **TÍTULO DE LA PROPUESTA/CASO***Proporcione a su campaña un título que se utilizará con fines publicitarios si su caso es finalista o ganador.* |  |
| **MARCA ELEGIDA** |  |
|  |  |

 |

|  |
| --- |
| **SECCIÓN 1: DESAFÍO, CONTEXTO Y OBJETIVOS25% DEL PUNTAJE TOTAL****Esta sección proporciona a los jurados los antecedentes de su desafío y objetivos. En esta sección, evalúan si capturaron el contexto necesario sobre la marca, los competidores y el mercado para entender su propuesta. También evalúan el grado de desafío representado en sus objetivos. Se recomienda a los participantes que vayan más allá de repetir la información proporcionada en el *brief* de la marca.** |

|  |
| --- |
| **1A. CONTEXTO Y DESAFÍO DE LA MARCA¿Cuál es el desafío o las oportunidades específicas a los que se enfrenta la marca? ¿Cuál es el contexto sobre la categoría/mercado, la marca, el entorno competitivo o de consumo que creó este desafío u oportunidad para la marca?** *(Máximo: 300 palabras)* |
| Responda aquí |
| **1B. PÚBLICO OBJETIVODefinir el público al que se intenta llegar. Proporcionar una definición clara y una visión de su público objetivo. Hablar sobre las actitudes y comportamientos de su audiencia. Realizar una descripción usando datos demográficos, hábitos de consumo, uso de medios, etc., toda la información relevante que esté relacionada con el desafío planteado y la propuesta frente a este.***(Máximo: 150 palabras)* |
| Responda aquí |
| **1C. OBJETIVOS E INDICADORES CLAVE (KPIs)****¿Cuáles son los objetivos que esperan alcanzar? Los objetivos deben ser medibles. Indicar por qué estos objetivos son importantes para la marca. ¿Cuáles son los indicadores clave (KPI) para medir dichos objetivos?** **Indiquen el objetivo general y los específicos (sugerencia: no más de 4). Proporcionar un % de avance o un plazo estimado para alcanzar dichos objetivos.***(Máximo: 150 palabras)* |
| Responda aquí |
| **FUENTES UTILIZADAS EN ESTA SECCIÓN****Aquí deben proporcionar las fuentes de todos los datos y hechos presentados en cualquier parte del formulario.****CITA SUGERIDA (modelo): Fuente, Tipo de Datos/Investigación, Cobertura (periodo, ámbito, público objetivo)****IMPORTANTE: Este espacio es SOLO para citar las fuentes utilizadas en la sección, no es para agregar más información.** |
| Detallar fuentes: |

|  |
| --- |
| **SECCIÓN 2: INSIGHT E IDEA ESTRATÉGICA25% DEL PUNTAJE TOTAL****Esta sección requiere que expliquen el proceso de pensamiento y las ideas que conformaron la idea estratégica de la propuesta. Los jurados evaluarán cuán creativa y eficaz es la idea y la estrategia para hacer frente al desafío planteado.** |

|  |
| --- |
| **2A. INSIGHT****¿Cuál fue el *Insight* que los llevó a definir la idea estratégica? ¿Qué observaciones llevaron a identificar esta idea?** **Expliquen cómo la información del público objetivo, los medios, la oportunidad del mercado o las tendencias, así como otras informaciones relevantes impulsaron su idea. Detallar cualquier investigación que contribuya a validar su idea.***(Máximo: 200 palabras)* |
| Responda aquí |
| **2B. IDEA ESTRATÉGICA****En una frase, diga su idea estratégica. ¿Cuál es la idea principal que impulsará su propuesta?** *(Una frase de máximo 20 palabras)* |
| Responda aquí  |
| **FUENTES UTILIZADAS EN ESTA SECCIÓN****Debe proporcionar las fuentes de todos los datos y hechos presentados en cualquier parte del formulario.****CITA SUGERIDA (modelo): Fuente, Tipo de Datos/Investigación, Cobertura (periodo, ámbito, público objetivo)****IMPORTANTE: Este espacio es SOLO para citar las fuentes utilizadas en la sección, no es para agregar más información.** |
| Detallar fuentes: |

|  |
| --- |
| **SECCIÓN 3: DAR VIDA A LA IDEA25% DEL PUNTAJE TOTAL****En esta sección deben brindar los detalles de cómo y dónde llevarán su idea a la vida, incluidas las estrategias creativas, de comunicaciones y de medios; es decir, la ejecución en sí. Los jurados buscan entender por qué eligieron tales medios y cómo se relacionan con su estrategia, con los objetivos y con la audiencia. Los jurados proporcionarán su puntuación para esta sección en función de la información que proporcionen en las preguntas 3A, 3B y el trabajo creativo que se presente en el *reel (PASO 5)*. Con las respuestas a esta sección y con el reel creativo, los jurados deben tener una comprensión clara de los elementos creativos/acciones que experimentaría su audiencia y cómo dichos elementos trabajarán juntos para lograr sus objetivos.** |

|  |
| --- |
| **3A. EJECUCIÓN DE LA IDEA ESTRATÉGICA****¿Cómo darán vida a la idea? Expliquen aquí cómo su idea estratégica se llevará a cabo: elementos, medios, momentos, etc. Proporcionar razones para tal diseño y la selección de medios. Demuestren cómo sus ejecuciones creativas abordan el desafío, cómo funcionan juntas sus estrategias creativas y de medios para llegar al público objetivo.** *(Máximo: 400 palabras)* |
| Responda aquí |
| **3B. ASIGNACIÓN PRESUPUESTARIA****Enumeren los principales puntos de contacto para su propuesta y calculen el porcentaje (%) del presupuesto total que se asignará a cada uno. Justificar esta asignación.***(Máximo: 100 palabras)* |
| Responda aquí |
| **FUENTES UTILIZADAS EN ESTA SECCIÓN****Debe proporcionar las fuentes de todos los datos y hechos presentados en cualquier parte del formulario.****CITA SUGERIDA (modelo): Fuente, Tipo de Datos/Investigación, Cobertura (periodo, ámbito, público objetivo)****IMPORTANTE: Este espacio es SOLO para citar las fuentes utilizadas en la sección, no es para agregar más información.** |
| Detallar fuentes: |

|  |
| --- |
| **SECCIÓN 4: MEDICIÓN DE RESULTADOS25% DEL PUNTAJE TOTAL****Asegúrense de explicar la importancia de sus resultados con relación a la marca. Enlace los objetivos descritos en Sección 1 (pregunta 1C.) con los KPI’s que los medirán. Se permiten gráficos o tablas para mostrar proyecciones.** |

|  |
| --- |
| **4A. METODOLOGÍA DE MEDICIÓN¿Cómo saben que su estrategia funcionará? Identificar la metodología de medición que se utilizará para determinar los resultados. Asegúrense de abordar la medición de todos los objetivos planteados en 1C. Sustentar las razones para utilizar dichas metodologías.***(Máximo: 200 palabras)* |
| Responda aquí |
| **4B. RESULTADOS POTENCIALES****¿Cuáles son los posibles resultados?, ¿en qué basan sus proyecciones? ¿Cómo planean hacer la retroalimentación de su estrategia en función de los resultados? Además, es importante que mencionen variables internas o externas que podrían impactar en estos resultados.***(Máximo: 100 palabras)* |
| Responda aquí |
| **FUENTES UTILIZADAS EN ESTA SECCIÓN****Debe proporcionar las fuentes de todos los datos y hechos presentados en cualquier parte del formulario.****CITA SUGERIDA (modelo): Fuente, Tipo de Datos/Investigación, Cobertura (periodo, ámbito, público objetivo)****IMPORTANTE: Este espacio es SOLO para citar las fuentes utilizadas en la sección, no es para agregar más información.** |
| Detallar fuentes: |

|  |
| --- |
| **REEL Y FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN****REEL CREATIVO: Los participantes deben presentar una compilación que muestre la creatividad que da vida a la gran idea. Los elementos creativos y de comunicación deben relacionarse directamente con los objetivos estratégicos. Se permiten las imágenes/músicas libres/en stock.****El trabajo creativo se revisa como parte de la Sección 3: Ejecución, junto con sus respuestas a las preguntas 3A y 3B.****OTROS ARCHIVOS A PRESENTAR: Formulario de Autorización, Confidencialidad y Cesión de derechos firmado por el tutor del equipo.** |

|  |
| --- |
| **INSTRUCCIONES PARA CARGAR ARCHIVOS** |
| * La duración máxima del video es de 4 minutos.
* Nombrar archivo como: **Marca\_Idequipo\_Universidad (video).mp4**
* El **Formulario de Autorización, Confidencialidad y Cesión de derechos** acredita que ni el tutor académico ni los alumnos tienen vínculo alguno con la marca, su competencia y/o alguna de sus agencias. Este formulario, además, explicita que el tutor académico desempeña funciones en la institución donde se forman los alumnos miembros del equipo. Subir en formato PDF y tener un tamaño menor a 200KB. Nombrar **Marca\_Idequipo\_Universidad (firma).pdf**
 |