



effie AWARDS

COLOMBIA



Bienvenidos a la edición 2019

Este año marca un hito importante para los Effie, su aniversario número 50. Desde 1968 los Effie han unido a la industria para reconocer, celebrar y aprender de las comunicaciones más efectivas del mercadeo a nivel global. Esta conmemoración nos da la oportunidad de reflexionar sobre el trabajo que ha dado forma a nuestra industria durante el último medio siglo, y también de mirar hacia adelante y explorar lo que podemos hacer para seguir evolucionando y aportar cada vez más a la creación de negocios efectivos.

Colombia se une a esta celebración y su decimotercera edición será inolvidable, nuevas categorías, nuevos espacios de celebración y más novedades. Una de las más importantes es que tendremos una plataforma nueva, alineada con Effie global, para la inscripción de los casos; por lo que el primer paso para empezar este proceso, será descargar el material del Entry Kit donde podrá guiarse, conocer los formularios y estar al tanto del proceso que se llevará a cabo hasta el 12 de junio, donde se celebrará y reconocerá a lo más efectivo de la comunicación comercial en Colombia en el Effie Summit.



¿Qué hay de nuevo para esta edición?

Para este año, tendremos una categoría especial de temporada dedicada a las campañas más efectivas del mundial de fútbol 2018, que se suma a la segunda versión de Effie Positive Change y a otras 28 categorías, en las que anunciantes y agencias podrán inscribirse para participar por los galardones.

En esta edición contaremos con Alberto Mario Rincón, como Presidente del jurado y Diana Díaz, Vicepresidente, dos figuras representativas de la industria, con una gran trayectoria y más de 20 años de experiencia en áreas de mercadeo. Ellos guiarán el proceso de juzgamiento, que cada año valora aspectos como la idea, la estrategia, la ejecución y sus resultados medibles.

Apoyo a concursantes

Como ya es costumbre, seguiremos desarrollando competencias en las agencias y los anunciantes a través de nuestros Workshops de Effie, desarrollados en Barranquilla, Cali, Medellín y Bogotá. Asimismo en esta edición, previa solicitud de agencias y anunciantes, acudiremos a sus empresas a realizar encuentros uno a uno para resolver dudas de manera personalizada con sus equipos de trabajo.

Si durante el transcurso de la competencia surgiera alguna duda, el equipo del programa Effie y de la Asociación Nacional de Anunciantes, organizadores del concurso bajo licencia de Effie Worldwide Inc., nos encontramos a su disposición para atenderle a través del correo effie@effiecolombia.com

Con todo el entusiasmo los invito a ser parte de los Effie Awards Colombia 2019 y les deseo los mayores éxitos.

ELIZABETH MELO ACEVEDO
 Presidente Ejecutiva
 Asociación Nacional de Anunciantes

- 02** **bienvenida**
- 04** **conceptos básicos**
04 plazos y tarifas
05 periodo de elegibilidad
08 guía de pagos
- 11** **formulario de entrada y requisitos**
11 resumen
12 tips
13 motivos de descalificación
14 fuentes de información
15 reel creativo
17 técnico
18 imagenes
19 material publicitario
20 créditos
21 entrada
21 effie index
- 22** **publicación y confidencialidad**
22 publicación
24 dudas de confidencialidad
- 27** **juzgamiento**
26 calificación
30 gran effie
31 sistema de puntos
32 información ganadores
- 33** **categorías**
33 estructura
34 productos & servicios
37 positive change effies
- 38** **contacto**

Conceptos Básicos

Plazos/Tarifas

[Conceptos básicos](#) / [formulario de entrada & requerimientos](#) / [publicación & confidencialidad](#) / [juzgamiento](#) / [categorías](#) / [contacto](#)

PLAZOS / TARIFAS

<u>FECHAS CORTES INSCRIPCIÓN</u>	<u>FECHAS</u>	<u>TARIFA</u>
Primer Corte Inscripciones	Marzo 20, 2019	\$1.435.000 COP
Segundo Corte Inscripciones	Abril 1, 2019	\$1.793.000 COP
Tercer Corte Inscripciones	Abril 8, 2019	\$2.156.000 COP

FECHAS CORTES INSCRIPCIÓN Éxito Sostenido

Primer Corte Inscripciones	Marzo 20, 2019	\$1.595.000 COP
Segundo Corte Inscripciones	Abril 1, 2019	\$1.990.000 COP
Tercer Corte Inscripciones	Abril 8, 2019	\$ 2.390.000 COP

INSIGHT GUIDES

Insight Guides entrega la retroalimentación de los jurados que evaluaron sus casos.

Más información de tarifas y casos pueden ser encontrados en el "instructivo de pagos".

Conceptos Básicos

Periodo de elegibilidad

Conceptos básicos / formulario de entrada & requerimientos / publicación & confidencialidad / juzgamiento / categorías / contacto

Podrán concursar todos los esfuerzos de Marketing y Publicidad ocurridos y que demuestren resultados en Colombia entre el 1 de Enero de 2018 y hasta el 31 de Diciembre de 2018, aun cuando el inicio de las campañas se haya dado con anterioridad, o estas sigan vigentes después del periodo indicado.

- Todos los esfuerzos de Marketing ocurridos en el país durante el periodo de elegibilidad, ya sean **campañas completas o esfuerzos puntuales dentro de una campaña** son elegibles para concursar. Deben detallar la "razón" detrás de la estrategia y proporcionar prueba de que su trabajo logró resultados significativos.
- **No se deben incluir resultados más allá de la fecha final de elegibilidad: Diciembre 31, 2018.** Esto podría resultar en descalificación.
- Su trabajo debe haber tenido impacto durante el periodo de elegibilidad y los resultados que ustedes proveen deben ser en este periodo de tiempo. **Elementos de su trabajo pueden haber sido presentados anteriormente y pueden haber continuado después**, pero su caso debe estar apoyado con datos durante el tiempo de calificación. Jurados evaluarán sólo el éxito logrado durante este periodo de elegibilidad.
 - No obstante lo anterior, es preferible y recomendado presentar detalles del contexto, datos y resultados anteriores a la fecha de elegibilidad, como una manera de proporcionar a los jurados con información adicional para familiarizarlos con la marca y su categoría.
- Effie Awards Colombia no aceptará casos que consistan de pruebas de campañas de publicidad y/o mercadeo.
- Los datos y resultados presentados en los casos inscritos, deben circunscribirse de manera exclusiva al territorio colombiano
- Un único esfuerzo no puede inscribirse como esfuerzo en diferentes categorías.
- Effie Awards se reserva el derecho re categorizar los casos inscritos, dividir/recategorizar y/o rechazar alguna inscripción en cualquier momento. Se recomienda a los participantes revisar los requisitos de cada categoría y del concurso en general.

Conceptos Básicos

Periodo de elegibilidad

[Conceptos básicos](#) / [formulario de entrada & requerimientos](#) / [publicación & confidencialidad](#) / [juzgamiento](#) / [categorías](#) / [contacto](#)

CIRCUNSTANCIAS ESPECIALES

- **Marketing Estacional : Mundial de Fútbol** : esta categoría tiene un periodo de elegibilidad dentro de Enero 1, 2018 a Diciembre 31, 2018.
- **Éxito Sostenido**: como mínimo los casos inscritos en la categoría de Éxito Sostenido deben presentar resultados del periodo de **Enero 2016 hasta Diciembre 2018**. Los resultados deben corresponder al año inicial, año intermedio y año final (2018). Para mayor información dirijase a la [Definición de la categoría Éxito Sostenidos](#) & [formato de inscripción](#).

Conceptos Básicos

Periodo de elegibilidad

[Conceptos básicos](#) / [formulario de entrada & requerimientos](#) / [publicación & confidencialidad](#) / [juzgamiento](#) / [categorías](#) / [contacto](#)

Inscripción de casos ganadores en ediciones anteriores

Usted y su equipo pueden inscribir trabajos ganadores en ediciones anteriores del premio, teniendo en cuenta los siguientes requisitos:

- Si su caso ganó un premio Effie de oro en una edición anterior, puede ingresar nuevamente en una categoría diferente a aquella en la que ya ganó, o en la categoría ya conquistada, siempre y cuando hayan transcurrido dos ediciones del premio.
- Los ganadores de premios de plata y bronce pueden volver a concursar en cualquier categoría.
- Los ganadores de premios de oro en la categoría “éxito sostenido”, pueden volver a inscribir la misma campaña solo después de tres años.
- Los ganadores de la categoría David vs. Goliath, en cualquiera de los premios oro, plata o bronce no pueden volver a participar en el año inmediatamente siguiente en que ganaron.

Inscripción de casos en múltiples categorías

- Tenga en cuenta que para la edición 2019 de los **Effie Awards Colombia**, se podrá inscribir un mismo caso en una sola categoría de productos/servicios, pero en múltiples categorías especiales.

*Para cada una de las categorías en la que inscriba su caso deberá pagar una tarifa de inscripción individual y diligenciar el formulario correspondiente de inscripción.

- Cada caso deberá ser escrito, respetando las características de la categoría en la que concursa y personalizándolo de manera que responda a los requisitos particulares de dicha categoría.
- Effie Awards Colombia se reserva el derecho a re categorizar los casos inscritos, dividir o redefinir categorías, y a rechazar la inscripción de un caso en cualquier momento.

Conceptos Básicos

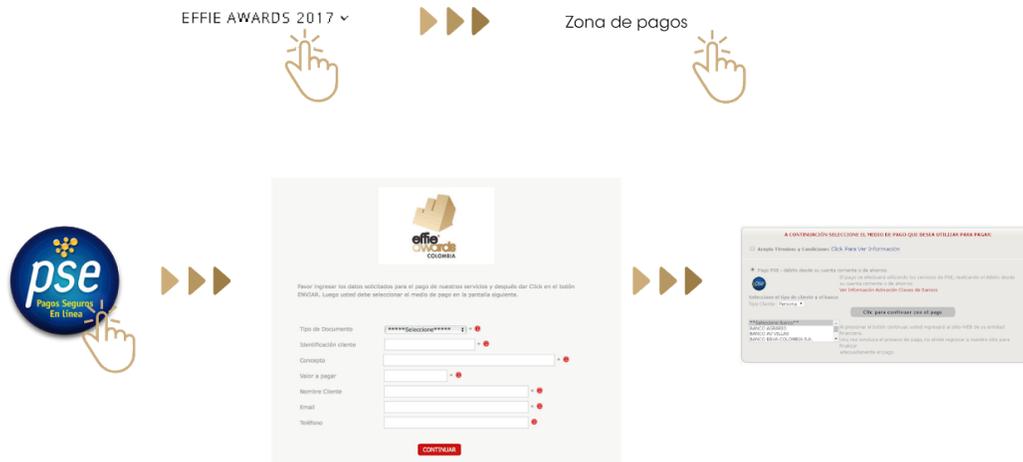
Guía de pagos

Conceptos básicos/ formulario de entrada & requerimientos/ publicación & confidencialidad /juzgamiento/ categorías/ contacto

Los pagos se deben realizar a nombre de la Asociación nacional de Anunciantes de Colombia - ANDA Nit No 860.071.180-1

Los canales de pago serán los siguientes:

Boton PSE desde la página: www.efficolombia.com



Conceptos Básicos

Guía de pagos

Conceptos básicos / formulario de entrada & requerimientos / publicación & confidencialidad / juzgamiento / categorías / contacto

● La Sucursal virtual de 🏠 DAVIVIENDA

Solo 5 sencillos pasos

1. Ingrese a través de su navegador y digite:

www.davivienda.com 🔍



2. Seleccione la opción: Pagos en línea y PSE fi Pagos Virtuales

💰 Pagos en línea y PSE



3. Elija la categoría por tipo de comercio o en el buscador ingrese las palabras claves



ANDA 🔍



Conceptos Básicos

Guía de pagos

Conceptos básicos / formulario de entrada & requerimientos / publicación & confidencialidad / juzgamiento / categorías / contacto

4. Seleccione el nombre del comercio e ingrese y haga clic en ingresar:



5. Taquilla de Pago Básica:

Llene sus datos y siga las instrucciones

Transferencia desde cualquier banco



A la cuenta de corriente de Davivienda No. 474369997900 a nombre de la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia - ANDA
NIT: 860.071.180-1

También puede realizar su consignación desde cualquier oficina **DAVIVIENDA** del país.

Información adicional



Una vez realizado el pago favor enviar copia del pago o transferencia al correo effie@effiecolombia.com con los siguientes datos:

- Asunto: pago campañas
- Nombre de la empresa a facturar
- Nit.
- ID del caso
- Dirección y teléfono

Haremos llegar la factura a la dirección reportada, la semana siguiente al pago realizado.

Formulario de entrada & requerimientos

Resumen

Conceptos básicos/ [formulario de entrada & requerimientos](#) / [publicación & confidencialidad](#) / [juzgamiento](#) / [categorías](#) / [contacto](#)

Los participantes pueden usar las plantillas del formulario de entrada como guía para redactar sus respuestas y colaborar con los miembros de su equipo, las agencias asociadas y los clientes. Cuando ya tenga listo el formulario, los participantes deberán pasar sus respuestas a cada pregunta del formulario de entrada en la pregunta correspondiente en el Portal de entrada.

La entrada escrita cuenta la historia del esfuerzo de principio a fin. Cada parte de la presentación debe tener un hilo conjunto y contar una historia. Al escribir su formulario de inscripción, asegúrese de revisar los recursos descritos en la página anterior. Es posible que los jueces no conozcan las normas o matices de la categoría dentro de la industria de su marca, por lo que es fundamental proporcionar un contexto en todo el caso escrito.

Formulario de inscripción

PUNTAJE SECCIÓN 1 Estrategia, desafíos y Objetivos (23.3% del puntaje)

Calidad y aporte a los resultados de las estrategias de marketing y de comunicaciones presentadas. Coherencias entre de ellas, tanto con los objetivos que se persiguen, como entre sí mismas **(23.33%)**

PUNTAJE SECCIÓN 2; Gran Idea (23.3% del puntaje)

Calidad y aporte de la idea central que llevó a desarrollar la estrategia presentada **(23.33%)**

PUNTAJE SECCIÓN 3 Ejecución de la idea (23.3% del puntaje)

Creatividad y manejo de medios estratégicamente orientada al logro de los objetivos comunicacionales perseguidos **(23.33%)**

PUNTAJE SECCIÓN 4: RESULTADOS(30% del puntaje)

Relevancia y magnitud de los resultados atribuibles a las comunicaciones de marketing, tanto en sí mismos, como en relación a la dificultad de lograrlos y a los recursos utilizados para ello. Adicionalmente, calidad y credibilidad de la evidencia con que se demuestran **(30%)**

Otros requerimientos de Inscripción

Además de los materiales para juzgar, debe enviar materiales publicitarios, créditos individuales y de la empresa, y puntos de datos adicionales para fines de investigación / base de datos.

Puede ver un resumen completo de estos elementos adicionales aquí. Las siguientes páginas resumen información y requisitos adicionales que serán útiles para revisar al preparar su envío

Formulario de entrada & requerimientos

Tips

Conceptos básicos/ **formulario de entrada & requerimientos** / publicación & confidencialidad / juzgamiento/ categorías/ contacto

Tips para una inscripción efectiva

1. Antes de presentar un caso a los Effie Awards, verifique que sea claro, conciso y honesto. Esto permitirá que los jueces entiendan y califiquen su caso.
2. Al ser casos presentados por escrito, es importante que su narrativa sea clara y simple. Para ello, estructure bien su historia para lograr enganchar y evidenciar el alcance de los resultados que deben relacionarse con los KPIS definidos desde un principio para su estrategia. Haga la prueba de lectura: Pida a alguno de sus colegas que no esté familiarizado con la marca que lea el caso antes de finalizar la inscripción para asegurarse de que toda la información necesaria esté incluida.
3. Recuerde que los Effie Awards son sobre efectividad en las comunicaciones. Los casos que se presenten con textos largos y sin contenido, dejarán pensando al jurado que así también fue la ejecución de la campaña.
4. Tenga en cuenta que su caso va a ser leído por una persona que puede tener una mente creativa, una mente enfocada en medios o una mente analítica. Considere todos los posibles escenarios, haciendo que la presentación de su caso sea fácil, agradable y entretenida para leer. No se enfoque mucho en la estrategia creativa y deje de un lado la estrategia de medios, lo que debe hacer es proporcionar un marco general que dé a conocer la manera en cómo todos los actores de su iniciativa se involucraron.
5. Revise con cuidado la ortografía y posibles inconsistencias en la redacción de sus respuestas y recuerde respetar el límite de caracteres que se le indica en el formulario para cada pregunta.
6. Centre su atención en cómo su campaña aportó al cumplimiento de los objetivos de la marca, no se complique: "menos es más".
7. Dedique el tiempo que requiera para escribir su caso. Escríbalo como si se lo dirigiera a una persona completamente ajena a su equipo de trabajo y que no está involucrada con la categoría o cliente en específico.
8. Trabaje en equipo con su cliente/agencia. Esto puede brindarle un mejor contexto, dirección y soporte en temas que posiblemente su agencia/cliente no se había cuestionado.
9. Inscriba el caso teniendo especial cuidado con la lectura del formulario, revise las instrucciones debajo de cada pregunta. La idea es proveer toda la información que se le solicita. Para cada pregunta, le recomendamos guiarse por los tips del jurado para la inscripción. Esto le dará mayor claridad de lo que se espera en cada sección.
10. Revise la definición de la categoría en la que se inscribe. Asegúrese que su caso es realmente elegible para ella.

Para más consejos sobre una guía detallada de cada una de las cuatro secciones de puntuación, revise la Guía de entrada efectiva.

Formulario de entrada & requerimientos

Motivos de descalificación

Conceptos básicos/ **formulario de entrada & requerimientos** / publicación & confidencialidad / juzgamiento/ categorías/ contacto

Los siguientes eventos darán lugar a la descalificación del caso inscrito y la pérdida de la tarifa de inscripción pagada:

- Datos sin Referencia**
 Todos los datos, hechos, cifras, etc. presentados en cualquier lugar del formulario de inscripción deben hacer referencia a una fuente específica y verificable. Todas las fuentes deben ser tan específicas como sea posible para documentar toda la evidencia de éxito de su caso; tenga en cuenta la necesidad de proporcionar, por ejemplo, la fuente de sus datos, el tipo de investigación realizada, y el periodo de tiempo cubierto por la misma. Por favor, no incluya ningún nombre de agencia en sus fuentes, esto aplica para todas las agencias incluida la suya. En caso de necesitar hacer referencia a una agencia como fuente de información, indique como "Agencia de investigación", "Agencia de relaciones públicas", Agencia de medios", etc.
- La entrada no cumple con los requisitos de definición de categoría**
 Las entradas se juzgan según la efectividad dentro de la categoría ingresada.
- Nombres o logos de agencias**
 Effie es una competencia "agency-blind". Esto significa que ningún nombre o logo de agencia, de ningún tipo, deberá ser incluida en ninguno de los materiales que se pondrán a disposición de los jurados para evaluación.
- Fuentes de información**
 Todos los datos, claims, hechos, etc. incluidos en cualquier lugar del formulario de inscripción deben incluir una fuente específica y que puedan ser verificada. Las entradas que no provean datos de origen serán descalificadas.
- Incluir resultados en el material creativo**
 El material creativo tiene el propósito de mostrarle a los jurados cómo fue exhibido al público su trabajo creativo. Por favor, tenga en cuenta no incluir ningún tipo de resultado o cifra en este material.
- Dirigir a los jueces a sitios web externos**
 Los participantes son juzgados únicamente por los materiales presentados en sus entradas escritas y ejemplos creativos (Creative Reel + imágenes). No es permitido dirigir a los jueces a sitios web para obtener más información o para obtener más ejemplos de trabajo.
- Presentar resultados por fuera de las fechas de elegibilidad**
 Los datos presentados al concurso deben estar circunscritos al territorio colombiano durante el periodo de elegibilidad de la correspondiente edición 2018.
- No aportar la traducción de los materiales**
 Todos los casos con materiales creativos presentados en idioma diferente del español deben incluir la traducción de los mismos, o en su defecto ser subtitulados.

Formulario de entrada & requerimientos

Fuentes de información

Conceptos básicos/ **formulario de entrada & requerimientos** / publicación & confidencialidad / juzgamiento/ categorías/ contacto

Todos los datos, claims, hechos, etc. incluidos en cualquier lugar del formulario de inscripción deben incluir una fuente específica y que puedan ser verificada. Las entradas que no provean datos de origen serán descalificadas.

En el portal de entrada el formulario de entrada tiene un cuadro de FUENTE que se encuentra en la parte inferior de cada sección de puntuación para todas las referencias / notas al pie. Esto permite a los participantes proporcionar fuentes que afectan las restricciones de límite de palabras.

1. Al enviar sus respuestas a las preguntas 1-4, debe proporcionar una fuente de todos los datos y hechos. Al final de una oración que requiere una fuente.
2. En el cuadro "proveer fuente", enumere numéricamente sus citas.

Diseño sugerido para fuentes de información

- Debido al período de tiempo de elegibilidad específico de Effie, los participantes deben incluir las fechas cubiertas para todos los datos de resultados presentados en su caso.
- No se permite a los jueces visitar sitios web externos. Si cita un sitio web, por favor enumere el nombre del sitio web, el nombre del artículo (si corresponde), y cualquier otra información relevante de citación, para que los jueces conozcan la fuente sin hacer clic en el enlace.
- Todos los datos deben incluirse en su respuesta a las preguntas 1-4. Los participantes no pueden agregar información adicional o explicación en la sección de fuentes. Las secciones de fuentes sólo se pueden utilizar para proporcionar la citación.
- Utilice el nombre específico de la empresa para hacer referencia a un origen, excepto cuando el origen sea una agencia (ad, media u otra). Debido a que Effie es una competencia "Agency blind", requerimos que se haga referencia a la investigación de la agencia a través del término "investigación de agencias". Esto se aplica a todas las agencias.

Formulario de entrada & requerimientos

Reel creativo

Conceptos básicos/ [formulario de entrada & requerimientos](#) / [publicación & confidencialidad](#) / [juzgamiento](#) / [categorías](#) / [contacto](#)

¿Qué es un reel creativo? El Reel de piezas creativas debe mostrar la creatividad que llevó la gran idea a la vida.

- No se trata de una versión en video de su caso escrito. Es una manera de mostrar a los jurados su trabajo tal como fue exhibido al público. Los jurados a menudo manifiestan su molestia cuando no se les proporcionan suficientes ejemplos del trabajo creativo y los concursantes dedican demasiado tiempo en volver a contar la historia ya contada en el formulario de inscripción.
- No es necesario incluir ejemplos de todos los elementos indicados en la lista de “puntos de contacto” de comunicaciones del formulario de inscripción, solo aquellos que se consideren determinantes para el éxito de su caso. Es motivo de bajas calificaciones si, por ejemplo, la importancia de los anuncios impresos se menciona en el caso escrito, pero no se muestra en el reel creativo. Del mismo modo, los elementos creativos que se muestran en el reel, pero no se describen en el caso escrito.

Para crear un reel efectivo concéntrese en su ejecución creativa

Tenga en cuenta que los jurados van a leer su caso antes de mirar su material creativo.

En ese momento ellos ya conocerán sus objetivos, desafío, estrategia y resultados, así que es necesario enfocarse en mostrar ejemplos exclusivamente del trabajo creativo. El propósito del reel creativo es mostrarle a los jurados la ejecución de la idea y permitirles experimentar su trabajo como si fueran su público objetivo. Por favor, recuerde no incluir resultados de ningún tipo (tampoco métricas relacionadas con desempeño en redes sociales) en su trabajo creativo.

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

Formulario de entrada & requerimientos

Reel creativo

Conceptos básicos/ [formulario de entrada & requerimientos](#) / [publicación & confidencialidad](#) / [juzgamiento](#) / [categorías](#) / [contacto](#)

New for 2019: The time limit for creative reels is now 3 minutes. Reels are not required to be a full 3 minutes. Entrants must showcase at least one complete example of each integral communications touchpoint – additional examples are encouraged where helpful to judges in evaluating the creative work.

NO DEBE INCLUIR

- Resultados de cualquier tipo – incluyendo números de likes de redes sociales, seguidores, etc. *
- Trabajo competitivo o logos.
- Nombres de agencias, logotipos o imágenes
- Cualquier tipo de música/imágenes que causen confusión para los jueces con la forma en cómo su trabajo funcionó en el mercado. Cualquier tipo de música/imágenes que no se ejecutaron en la pieza original.
- Efectos de edición que causan confusión con la forma en que el trabajo se ejecutó en el mercado, por ejemplo, música o locución añadida en la parte superior de los spots de televisión.

DEBE INCLUIR

- Al menos un ejemplo completo de cada uno de los puntos de contacto de comunicación integrales mencionados en el caso escrito (pregunta 3) *: incluye cualquier tipo de trabajo (impresión, radio, web, OOH, TV, etc.)
- Si el tiempo lo permite, ejemplos adicionales de materiales creativos específicos.
- * Puede editar clips de vídeo de más de 60 segundos cuando sea necesario para mostrar otros ejemplos de su trabajo. Sin embargo, debe mostrar la mayor cantidad de ejemplos posible para que los jueces tengan una comprensión clara de lo que experimentó su audiencia.
- Cualquier elemento de video de 60 segundos o menos debe mostrarse en su totalidad.

Formulario de entrada & requerimientos

Técnico

Conceptos básicos/ **formulario de entrada & requerimientos** / publicación & confidencialidad /juzgamiento/ categorías/ contacto

Guía

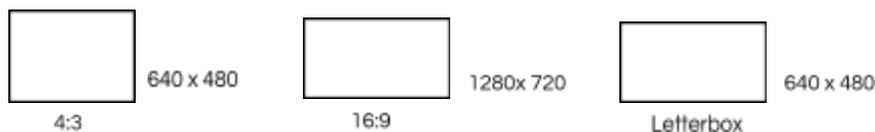
1. Por favor, no incluya ningún tipo de resultado o cifra en su reel creativo, tampoco métricas relacionadas con redes sociales, logos o trabajo creativo de su competencia, ni tampoco el nombre o logo de ninguna agencia, incluyendo la suya en ningún lugar del video. El nombre del archivo tampoco deberá incluir ningún nombre de agencia.
2. Incluya una traducción o subtítulos en todo el material creativo presentado que nos encuentre en idioma español.
3. Debe garantizar que los textos y elementos gráficos sean legibles para los jurados. Tenga en cuenta que los jurados verán su video en una sola pantalla central en cada sala de juzgamiento. Ajuste el tamaño de sus textos y elementos gráficos en consecuencia.

Al cargar su video creativo(piezas publicitarias) en la plataforma online de inscripciones tenga en cuenta las siguientes especificaciones:

- Un solo video.
- 4 minutos de duración máxima, a excepción que esté concursando en la categoría de éxito sostenido en donde podrá tener 5 minutos máximos de duración.
- 250 MB máximo.

Para esta edición de los Effie Awards Colombia, el único material creativo que será considerado y evaluado por el jurado, será el reel creativo. No está permitido enviar imágenes de apoyo adicionales.

- 250 MB maximum file size
- .mp4 format



Formulario de entrada & requerimientos

Imágenes

Conceptos básicos / **formulario de entrada & requerimientos** / publicación & confidencialidad / juzgamiento / categorías / contacto

Imágenes del trabajo creativo para jurados (2 requeridos, 6 máx.)

Después de que los jurados leen su caso y observan el reel creativo, revisan las imágenes de su trabajo creativo. Las imágenes cargadas deben complementar su creative reel y ayudar a los jueces a evaluar mejor los elementos creativos que se ejecutaron frente a su audiencia.

Puede ser útil proveer imágenes del trabajo que se ven mejor como una imagen fija (por ejemplo, un sitio web, un anuncio impreso, un correo directo, etc.). O bien, es posible que desee subir el trabajo que desea que los jueces vean nuevamente después de ver el reel creativo.

- Esta es una oportunidad para mostrar su trabajo creativo:
 - o Resalte los elementos que se ven mejor como una imagen fija frente al formato de video.
 - o Preste mayor atención a los elementos creativos clave que desea resaltar.
- Suba 2-6 (se requieren 2) ejemplos del trabajo creativo.

Requisitos técnicos: formato .jpg, alta resolución. 15 MB max.

No incluya los nombres o logotipos de las agencias en ningún material creativo enviado para su evaluación.

Una de las principales quejas de los jueces del año pasado fue que los participantes no estaban aprovechando al máximo la oportunidad de mostrar el trabajo en estas imágenes.

Formulario de entrada & requerimientos

Material publicitario

Conceptos básicos/ **formulario de entrada & requerimientos** / publicación & confidencialidad / juzgamiento/ categorías/ contacto

Imagen del caso

Esta imagen debe representar a su caso. Se utilizará en las publicaciones impresas y digitales con ocasión del premio, con propósitos promocionales y publicitarios, si su caso resulta finalista o ganador.

Debido a que esta imagen eventualmente podría ser impresa, por favor envíe sólo imágenes en alta resolución.

Requisitos técnicos: *.jpg o *.jpeg de alta resolución para la impresión, formato CMYK.

Logotipos de agencias y empresas

Los logotipos de la empresa son necesarios para todas las agencias principales y los clientes acreditados en el caso.

Requisitos técnicos: Imágenes en formato *.eps o *.ai.

Fotos del equipo participante

Requisitos técnicos: 300 dpi .jpg o .jpeg, 1000 píxeles mínimo ancho o alto. 5MB máx.

Si no tiene una foto del equipo del caso para enviar al momento de la inscripción, por favor, tenga en cuenta que si su caso resulta finalista, deberá enviarla a la organización del concurso a través del correo effie@effiecolombial.com, a más tardar el 20 de mayo de 2019.

Formulario de entrada & requerimientos

Créditos

Conceptos básicos / **formulario de entrada & requerimientos** / publicación & confidencialidad / juzgamiento / categorías / contacto

Los créditos otorgados a empresas o individuos no podrán ser removidos o reemplazados después del periodo de inscripciones. Es muy importante que su equipo revise de manera cuidadosa la adjudicación de créditos por participación antes de enviar el caso.

Créditos como organización

- Effie reconoce el trabajo en equipo necesario para crear un caso efectivo. Como concursante es su responsabilidad conceder los créditos a todos los participantes tanto estratégicos como creativos que contribuyeron con su esfuerzo al éxito de su caso. En el formulario de autorización, disponible en www.effiecolombia.com, y en la plataforma de inscripción, encontrará espacio para acreditar un máximo de dos agencias principales, dos clientes y cuatro agencias contribuyentes. Como mínimo debe acreditarse a 1 cliente y 1 agencia principal.
- Si como anunciante, se encuentra enviando un trabajo realizado in-house, por favor diligencie el formulario acreditando a su empresa como cliente principal y como agencia. De la misma manera puede incluir a otras empresas o agencias que lo apoyaron en el desarrollo de su esfuerzo.
- Es posible acreditar hasta 2 agencias como agencias principales, estas serán tomadas como corresponsables del trabajo y recibirán el mismo reconocimiento en caso de resultar finalistas o ganadoras. Sin embargo, con el propósito de considerar a 2 agencias como corresponsables, se deberá certificar que el trabajo realizado por cada agencia tuvo igual peso y que cada agencia merece el mismo reconocimiento. Las agencias corresponsables deben ser designadas al momento de la inscripción del caso y no podrán ser adicionadas o removidas una vez terminado el periodo de inscripciones.
- Lo invitamos a considerar cuidadosamente al momento de inscribir su caso el aporte de todas las compañías y agencias participantes, y aquellas a quienes se les otorgará crédito por la campaña teniendo en cuenta que éstas no podrán ser adicionadas o removidas una vez terminado el periodo de inscripciones.
- Por favor, verifique que los nombres de las agencias y clientes participantes se encuentren escritos de manera correcta, con el propósito de que sean apropiadamente reconocidos en los diferentes espacios y publicaciones del premio.

Política de modificación de créditos

- Todas las agencias, clientes o individuos acreditados ante el concurso como contribuyentes en determinado caso, deberán ser revisadas de manera cuidadosa por el concursante.
- La política de la organización es que solo aquellos acreditados al momento de la inscripción, merecen el reconocimiento en caso de ganar. En ningún momento se permitirá que clientes o agencias acreditadas al momento de la inscripción sean removidas o reemplazadas.
- Aquellos clientes, agencias principales o agencias secundarias incluidas en el formulario de inscripción, una vez el caso es finalizado en la plataforma y aceptado por la organización del concurso se consideran permanentes.

Formulario de entrada & requerimientos

Effie index

Conceptos básicos / **formulario de entrada & requerimientos** / publicación & confidencialidad / juzgamiento / categorías / contacto

EFFIE INDEX

- El Effie Index (effieindex.com), el ranking mundial de efectividad de marketing, utiliza los créditos presentados al momento de ingresar para tabular los rankings anuales. Las clasificaciones incluyen: anunciantes, marca, agencia, agencia independiente, red y holding. A continuación hay una guía sobre cómo los créditos conducen a las clasificaciones.

Si su caso se convierte en un finalista o ganador de Effie 2019, los créditos enviados se utilizarán para calcular los resultados del Índice Effie. Debido a que se otorgan valores de puntos diferentes a las compañías principales y contribuyentes, es fundamental que todas las marcas y compañías estén debidamente acreditadas en el momento de la entrada.

Solicitamos que todos los participantes deben garantizar que todos los nombres de compañías de clientes y agencias se acrediten correctamente. Esta información también debe ser comunicada a las empresas contribuyentes.

RANKINGS DE AGENCIA

- Las clasificaciones de las agencias se compilan utilizando el Nombre de la agencia y la ciudad en la pestaña Créditos del Portal de entrada. Independientemente de si la ciudad se incluye o no en el campo "Nombre de la agencia", las clasificaciones del índice se basarán en la ubicación de la oficina utilizando los campos ciudad / estado. Effie fomenta la consistencia año con año.

Asegúrese de guiar a todos los equipos que participen en la competencia dentro de su oficina para anotar el nombre de la compañía de manera consistente; esto incluye mayúsculas, espacios, puntuación, abreviaturas, etc. consistentes. Esto asegurará que todos los casos finalistas / ganadores desde su ubicación de oficina puedan fácilmente ser tabulados juntos.

- Las redes de agencias y compañías se seleccionan mediante un menú desplegable en el Portal de entrada.

publicación & confidencialidad

Publicación

[Conceptos básicos](#) / [formulario de entrada & requerimientos](#) / **[publicación & confidencialidad](#)** / [juzgamiento](#) / [categorías](#) / [contacto](#)

Effie Awards Colombia es una organización sin ánimo de lucro que representa la efectividad en comunicaciones de marketing, resaltando aquellas ideas y trabajos que proporcionen un diálogo significativo acerca de las mejores prácticas de mercadeo y publicidad que generan resultados. Con el propósito de cumplir su misión y proporcionar herramientas para el desarrollo de la industria, Effie confía en la voluntad de los concursantes para compartir sus casos finalistas y ganadores con la industria.

Al otorgar permiso para la publicación de sus casos, usted estará:

1. Aportando al mejoramiento de la industria.
2. Aportando a la formación de los futuros líderes del mercadeo y la publicidad.
3. Promocionando las capacidades y el éxito de su equipo al alcanzar uno de los más importantes reconocimientos de la industria del mercadeo en el año.

publicación & confidencialidad

Publicación

Conceptos básicos/ formulario de entrada & requerimientos/ **publicación & confidencialidad** /juzgamiento/ categorías/ contacto

El proceso de inscripción y juzgamiento de Effie Awards Colombia fue diseñado para ayudar a todos los concursantes a presentar sus trabajos de manera efectiva, a la vez que garantiza la confidencialidad de la información que el concursante considera clasificada.

Effie Worldwide y Effie Awards Colombia ofrecen a los finalistas y ganadores la oportunidad de publicar sus casos en el Effie Worldwide Database, con el propósito de inspirar a la industria y cumplir con su misión de aportar al desarrollo de la del marketing a nivel global. Aquellos participantes que den su autorización para la publicación de sus casos inscritos podrán tener la oportunidad de ver sus casos publicados en la página web de Effie Worldwide y Effie Awards Colombia, así como en las publicaciones realizadas por estas organizaciones.

Teniendo en cuenta que alguna información de los casos inscritos puede ser considerada como confidencial, en la plataforma de inscripciones online, los participantes podrán manifestar su voluntad de otorgar permiso para la publicación de sus casos inscritos.

Los concursantes podrán seleccionar alguna de las siguientes tres opciones:

- Permiso de publicación completa: otorga permiso a Effie Worldwide y a Effie Awards Colombia para publicar, reproducir y utilizar el caso escrito tal cual como fue enviado a la organización, para propósitos educativos.
- Permiso de publicación con edición: autoriza la publicación, reproducción y utilización del material para propósitos educativos una vez el concursante haya realizado la edición del material, con el propósito de proteger datos sensibles.
- Bajo revisión: solo en caso de convertirse en finalista o ganador se discutirá la posibilidad de publicación del caso, teniendo el concursante la posibilidad de no autorizar la utilización del material.

Es importante tener en cuenta que la única parte del caso presentado al concurso que debe contener información confidencial es el caso escrito. El material creativo, así como el resumen del caso y la declaración de efectividad solicitadas en el formulario no deberán contener información confidencial, y podrán ser publicadas en diferentes maneras y formatos si su caso se convierte en finalista o ganador.

Por último, tenga en cuenta que todo el trabajo enviado al concurso debe ser original, o contar con los derechos y permisos necesarios para hacer inscrito por parte de sus propietarios y responsables.

publicación & confidencialidad

Dudas de confidencialidad

Conceptos básicos/ formulario de entrada & requerimientos/ [publicación & confidencialidad](#) /juzgamiento/ [categorias](#)/ [contacto](#)

JUZGAMIENTO

Los jurados del concurso son requeridos para firmar acuerdos de confidencialidad antes del inicio de las jornadas de juzgamiento de casos. Igualmente, los jurados tienen prohibido retirar o descargar materiales de las sesiones de juzgamiento, tomar grabaciones o fotografías del material presentado.

Información indexada

No obstante, el proceso de juzgamiento es confidencial y los participantes pueden decidir acerca del permiso de publicación sobre sus casos inscritos, la organización del premio entiende que algunos concursantes pueden tener todavía preocupaciones en relación a información sensible.

En consecuencia, de lo anterior, al presentar información numérica como sustento del caso, los concursantes pueden elegir presentar estos números como porcentajes o hacerlo de manera indexada con el propósito de proteger esta información. Adicionalmente, a menos que los concursantes autoricen a la organización la publicación del material, sólo los jurados verán la información enviada en sus casos inscritos.

Material creativo e información solicitada con fines publicitarios

Al enviar su caso al concurso, todo el material creativo (Reel creativo), resumen del caso y declaración de efectividad se convierten en propiedad de la organización. Al inscribir su trabajo en la competencia, Effie Worldwide y Effie Awards Colombia adquieren el derecho de realizar copias, reproducir o mostrar el material creativo, el resumen de su caso y la declaración de efectividad, para propósitos educativos, publicitarios y de divulgación.

El material creativo, el resumen del caso y la declaración de efectividad podrán ser utilizados en las distintas publicaciones de Effie Worldwide y Effie Awards Colombia, la página de Internet de estas organizaciones, comunicados de prensa, eventos, conferencias y durante la ceremonia de premiación de la correspondiente edición.

El material creativo enviado al premio incluye el reel creativo de cuatro minutos, con todas las imágenes y ejemplos de su trabajo. El resumen del caso es el resumen de 90 palabras solicitado en el formulario de inscripción, y la declaración de efectividad corresponde a la declaración de 80 caracteres solicitada al momento de inscribir el caso.

Recomendamos de manera muy especial no incluir ningún tipo de información confidencial en estos elementos.

publicación & confidencialidad

Dudas de confidencialidad

Conceptos básicos/ formulario de entrada & requerimientos/ **publicación & confidencialidad** /juzgamiento/ categorías/ contacto

Confidencialidad en el material creativo

El material creativo (reel creativo, imágenes, material publicitario) y el resumen del caso que envíe a la competencia pasarán a ser propiedad de Effie Worldwide y de los Premios Effie y no se devolverán. Al ingresar a su trabajo en la competencia, a Effie Awards / Effie Worldwide se le otorga automáticamente el derecho de hacer copias, reproducir y mostrar los materiales creativos, resúmenes de casos y declaraciones de efectividad dentro del contexto de su participación en Effie con fines educativos y publicitarios.

El trabajo creativo, los resúmenes de casos y la declaración de efectividad pueden aparecer en el Effie Awards Journal, el sitio web de Effie Worldwide, sitios web asociados, comunicados de prensa / boletines, programación / conferencias y la Gala de los Premios Effie. Debido a que los materiales para publicidad y trabajo creativo se publicarán para todos los finalistas y ganadores, no se debe incluir información confidencial en estos elementos.

Dudas de confidencialidad del Reel Creativo

1. Tenga en cuenta no incluir ningún resultado, de ningún tipo, en el material creativo (reel creativo) enviado al concurso.
2. El material creativo sólo debe consistir en ejemplos de la ejecución creativa del trabajo. Por favor no incluir ninguna información confidencial en estas piezas.
3. Los concursantes deben ser propietarios de los derechos y/o tener autorización para inscribir todo el material creativo presentado al concurso otorgado por los propietarios del mismo.

juzgamiento

Calificación

Conceptos básicos/ formulario de entrada & requerimientos/ publicación & confidencialidad /[juzgamiento](#)/ categorías/ contacto

Juzgamiento

El Jurado de los Premios Effie se caracteriza por estar compuesto de un grupo multidisciplinario de profesionales de alto nivel designados en virtud de su experiencia y trayectoria en la industria del marketing y la publicidad.

Se compone de representantes de los anunciantes, agencias de publicidad y medios, firmas de investigación de mercados, académicos y consultores independientes.

Filtro técnico

Tiene como objetivo garantizar que los casos cumplen con los requerimientos mínimos para ser juzgados.

Los requisitos que serán objeto de filtro técnico son:

- Número de categorías a las que un mismo caso fue inscrito según la regla de 1 sola categoría de productos/servicios, múltiples categorías de especialidades.
- Correspondencia de la información del caso con la categoría
- Cumplimiento de especificaciones técnicas del material creativo entregado.
- Cumplimiento del periodo de elegibilidad de la campaña.
- Campos del formulario diligenciado con los caracteres que se exigen.

Nota: En la etapa de filtro técnico se recomendará a los concursantes, de ser necesario, la recategorización siendo su decisión definitiva, por lo cual en las rondas de juzgamiento no será posible la re categorización de los casos. Los jurados deberán evaluar las campañas asignadas a la luz de los requerimientos de la categoría en la cual fue inscrito el caso por el participante.

Comisarios

Reúnen el conocimiento y la experiencia en procesos de juzgamiento de Effie. Se trata de un experto en las reglas del premio que apoya a presidentes y vicepresidentes de mesa en la interpretación de las bases del concurso, de presentarse una duda que estos no estén en la capacidad de resolver durante el juzgamiento. Por ejemplo: reclasificación de un caso dentro de una categoría, descalificación de un caso, contenido de criterios de calificación, etc.

juzgamiento

Calificación

Conceptos básicos / formulario de entrada & requerimientos / publicación & confidencialidad / **juzgamiento** / categorías / contacto

Presidente y vicepresidente de mesa de jurado

Profesionales de marketing de alto nivel y reconocida experiencia. Su labor es la de facilitar el desarrollo del juzgamiento, a partir de la aplicación de las normas del concurso, dando ritmo y manejando el tiempo de la mesa. Igualmente, se espera garantizar el nivel de los debates que se presenten en la mesa que lidera, velando por la pertinencia de las intervenciones y que estas estén basadas en argumentos y no en juicios de valor. Verifica inhabilidades.

El Vicepresidente de la mesa apoyará al presidente de la misma, cuando este tenga que excusarse por considerarse inhabilitado para la discusión de un caso, ejerciendo los roles antes descritos.

Jurado

El Jurado de los Premios Effie se caracteriza por estar compuesto de un grupo multidisciplinario de profesionales de alto nivel designados en virtud de su experiencia y trayectoria en la industria del marketing y la publicidad. Se compone de representantes de los anunciantes, agencias de publicidad y medios, firmas de investigación de mercados, académicos y consultores independientes.

El Jurado verificará que los casos participantes, presenten resultados contundentes y sólidamente demostrados, relacionados con la naturaleza, la naturaleza del concurso, es decir, efectividad en comunicaciones comerciales. Tendrá facultades para rechazar o descalificar casos si así lo considerara, de acuerdo a los criterios contenidos en este lineamiento. Su misión será evaluar los casos y elegir aquellos que serán premiados por demostrar la mayor efectividad en el logro de sus objetivos.

Por su parte, el Gran Jurado Effie tiene como misión elegir el ganador del Gran Effie, entre los ganadores de cada categoría distinguidas con Effie Oro. Este Jurado estará compuesto por los presidentes de mesa de jurados que no estén inhabilitados para votar. Las categorías de "impacto ambiental/ social", "Medios de Comunicación" y "Éxito Sostenido" no podrán concursar por el Gran Effie.

Durante la edición 2019 de los Effie Awards Colombia, sus casos serán juzgados por algunos de los más brillantes y experimentados líderes de la industria del mercadeo y la publicidad de Colombia y la región. Los casos serán evaluados en dos etapas, y el proceso de evaluación y calificación anónima y confidencial en ambas rondas de juzgamiento.

El puntaje concedido por los jueces determina cuáles son aquellos casos que serán finalistas, y cuáles de esos finalistas serán premiados con un trofeo un trofeo de oro, plata o bronce. Para ser un finalista, así como para recibir uno de los trofeos de oro, plata o bronce, es necesario alcanzar un puntaje mínimo especificado por la organización del concurso. Los trofeos se entregarán en cada categoría a discreción de los jurados. Es posible que una categoría tenga un solo ganador, varios ganadores, o sea declarada desierta. No todos los finalistas se convierten en ganadores.

juzgamiento

Calificación

Conceptos básicos/ formulario de entrada & requerimientos/ publicación & confidencialidad /juzgamiento/ categorías/ contacto

Inhabilidades

Effie Awards busca garantizar las mejores condiciones para que todos los casos sean evaluados de manera transparente y en condiciones de equidad, por profesionales expertos. Es por esto, que evitar conflictos de interés es fundamental para el óptimo desarrollo de las jornadas de evaluación.

Posibles conflictos de interés son:

- El jurado hizo o hace parte de una organización o empresa que compite en el mismo sector que el caso que está siendo juzgado.
- El jurado hace parte de la agencia, holding y/o empresa que desarrolló el caso a evaluar.
- En estos casos, el jurado deberá declararse inhabilitado para la evaluación del caso particular y abstenerse de calificar.

Nota: No obstante, los casos descritos, dependen del criterio ético de cada jurado para identificar sus posibles conflictos de interés y expresar su inhabilidad.

Sistema de calificación:

A los jurados de los Effie Awards Colombia se les pide que evalúen criterios específicos de los diferentes casos de marketing y publicidad presentados al concurso con el propósito de calificar la efectividad general de la campaña o esfuerzo de comunicación comercial.

Los jueces evalúan de manera separada cuatro atributos específicos del caso, a los cuales se les asigna un porcentaje de la calificación total de la siguiente manera:

Estrategia, desafíos y Objetivos	Calidad y aporte a los resultados de las estrategias de marketing y de comunicaciones presentadas. Coherencias entre ellas, tanto con los objetivos que se persiguen, como entre sí mismas (23.33%)
Gran Idea	Calidad y aporte de la idea central que llevó a desarrollar la estrategia presentada (23.33%)
Ejecución de la idea	Creatividad y manejo de medios estratégicamente orientada al logro de los objetivos comunicacionales perseguidos (23.33%)
Resultados	Relevancia y magnitud de los resultados atribuibles a las comunicaciones de marketing, tanto en sí mismos, como en relación a la dificultad de lograrlos y a los recursos utilizados para ello. Adicionalmente, calidad y credibilidad de la evidencia con que se demuestran (30%)

juzgamiento

Calificación

[Conceptos básicos](#) / [formulario de entrada & requerimientos](#) / [publicación & confidencialidad](#) / **[juzgamiento](#)** / [categorías](#) / [contacto](#)

Primera ronda de juzgamiento

Durante la primera ronda de juzgamiento, los jurados evaluarán, con el apoyo de una plataforma on-line de Effie las campañas, a partir de la información presentada en los casos escritos y el material creativo enviado al concurso. Estos casos son evaluados de manera individual sin ser comparados con otros. Aquellos casos que alcancen el puntaje mínimo necesario para este propósito se convierten en finalistas y pasarán a la ronda final de juzgamiento.

Ronda final de juzgamiento

Los casos son evaluados junto con otros finalistas de la misma categoría, y de manera similar a la primera ronda, todos los elementos de cada caso son revisados y calificados. Los jueces de la ronda final de juzgamiento tienen la posibilidad de discutir los finalistas de cada categoría antes de asignar sus puntajes.

juzgamiento

Gran effie

[Conceptos básicos](#) / [formulario de entrada & requerimientos](#) / [publicación & confidencialidad](#) / **[juzgamiento](#)** / [categorías](#) / [contacto](#)

El Gran Effie

Los casos ganadores de premios de oro son susceptibles de ser elegidos como ganadores del gran premio Effie. El Gran Effie, representa el caso más efectivo entre los inscritos en la competencia en el año correspondiente.

Nota: No podrán participar de esta votación los casos de la categoría Éxito Sostenido. . El trofeo Gran Effie podrá quedar desierto.

Premios Especiales Effie

Se trata de premios que 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 Colombia. No son premios en los que se puedan inscribir casos para competir.

Agencia del año

Reconoce a la agencia que haya hecho las contribuciones más destacadas para el éxito de sus clientes. Todas las agencias que hayan presentado inscripciones cuentan con la posibilidad de ser elegidas.

Agencia independiente del año

Reconoce a la agencia independiente que haya hecho la contribución más destacada para el éxito de sus clientes. Todas las agencias independientes que hayan presentado inscripciones cuentan con la posibilidad de ser elegidas

Anunciantes del año

Reconoce al anunciante o al cliente que haya alcanzado el mejor desempeño colectivo a través de todas sus marcas.

juzgamiento

Sistema de puntos

Conceptos básicos / formulario de entrada & requerimientos / publicación & confidencialidad / **juzgamiento** / categorías / contacto

Premios especiales Effie Awards Colombia serán calculados teniendo en cuenta el sistema de puntuación que se encuentra a continuación.

Sistema de puntos

Agencias, marcas y anunciantes

Gran Effie: 12 puntos

Oro: 8 puntos

Plata: 6 puntos

Bronce: 4 puntos

Finalistas: 2 puntos

Agencias que han contribuido

Gran Effie: 6 puntos

Oro: 4 puntos

Plata: 3 puntos

Bronce: 2 puntos

Finalistas: 1 punto

Nota: Los ganadores de agencia, anunciante y agencia independiente del año NO recibirán puntaje en el Effie Effectiveness Index.

juzgamiento | Información ganadores

Conceptos básicos/ formulario de entrada & requerimientos/ publicación & confidencialidad / **juzgamiento**/ categorías/ contacto



Trofeos y certificados

Dos trofeos son entregados en la ceremonia de premiación a los equipos ganadores, como una manera de celebrar el trabajo en equipo las agencias y sus clientes. De manera estándar, los trofeos serán grabados con el nombre de la agencia principal y del cliente principal de la campaña. Sin embargo, si así es especificado por el concursante, podrán aparecer en el trofeo los nombres de las agencias/clientes secundarios.

Si su caso fue ganador en la edición 20197 o en una edición anterior del concurso, es posible comprar copias personalizadas de los trofeos, a través de la organización del premio, realizando la correspondiente solicitud al correo electrónico effie@effiecolombia.com con el asunto "Copia trofeos Effie".

categorias

Estructura

Conceptos básicos/ formulario de entrada & requerimientos / publicación & confidencialidad / juzgamiento/ **categorias**/ contacto

Nuevo para 2019

Productos & Servicios

Las descripciones de las categorías son una guía de acuerdo al tipo de productos y servicios que pueden inscribir para aquella categoría, sin embargo no es una lista exclusiva. Si no está seguro que categoría se ajusta mejor a su marca por favor envíe un mensaje a effie@effiecolombia.com

Puede ingresar solo un caso por cada categoría de producto/servicios

Categorías especiales

Las categorías especiales están diseñadas para resolver a una situación específica del negocio o reto.

Cuando inscriba el caso en estas categorías, debe presentar su inscripción del caso de una forma que resuelva la situación o reto delineada en la descripción de la categoría. Es crítico revisar minuciosamente la definición de las categorías para asegurar que el caso atienda el criterio de la definición específica de la categoría. Los jurados bajarán su calificación en el caso si la información de la categoría no está completa requerida por la definición de la categoría.

categorías

Productos & servicios Definiciones categorías

Conceptos básicos/ formulario de entrada & requerimientos / publicación & confidencialidad / juzgamiento/ **categorías**/ contacto

- Productos & Servicios del Hogar:** Electrodomésticos, muebles, y todos los productos, materiales, herramientas y servicios relacionados con el hogar y la construcción, así como empresas y proyectos del sector inmobiliario. Productos como detergentes, jabones, blanqueadores, escobas, suavizantes, quitamanchas, productos antigrasa, productos especializados en aseo de cocina, cuidado de la madera y pisos, etc.
- Alimentos:** Alimentos empacados: helados, confitería, galletería, panaderías, pastelería, snacks, frutas y vegetales, palomitas, etc.
- Automotriz:** Autos, camiones, motocicletas, así como los productos y servicios relacionados con la categoría, tales como: gasolina, gas natural vehicular, aceites para motor, neumáticos, baterías para vehículos, pinturas, lubricación, mejoras, etc.
- Bebidas No Alcohólicas:** Gaseosas, café, té, jugos, leche, sustitutos de la leche, agua, bebidas energizantes.
- Bebidas Alcohólicas:** Cerveza, champaña, ron, tequila, vodka, vino, aperitivos, licores, etc.
- Higiene y Cuidado Personal:** Cosméticos, Cremas faciales, corporales, perfumes, jabones, shampoo, tratamientos capilares y faciales, accesorios de belleza, desodorantes, cuidado bucal, tinturas, etc.
- Productos y Servicios para el Cuidado de la Salud:** Productos farmacéuticos, OTC, suplementos, servicios médicos. Educación para la salud y programas de prevención de enfermedades para consumidores.
- Transporte, Viajes y Turismo:** Productos y servicios de transporte automotriz, aéreo, tren, autobús / tranvía, taxi, sistemas de transporte masivo, ciclovías y transporte ecológico, medios alternativos de transporte, alquiler y venta de automóviles, etc. Cruceros, hoteles, balnearios, parques de atracciones, sitios web de viaje y servicios de reserva y compra de tiquetes, hoteles, excursiones, campañas turísticas, etc.
- Lanzamientos:** Aplica a esfuerzos de comunicación para introducir un nuevo producto o servicio que pertenezca a cualquier categoría. Incluye extensiones de línea y/o variaciones de un producto que comparte el mismo nombre de la marca y se encuentra en la misma categoría que el producto existente compartiendo las mismas características, pero ofrece nuevos beneficios (sabor, tamaño, paquete, tipo, etc.) nuevos beneficios (sabor, tamaño, paquete, tipo, etc.)
- Servicios Financieros y Seguros:** Productos o servicios específicos como banca en casa, préstamos, hipotecas, fondos de inversión, cheques de viaje, giros etc. Productos de Crédito, débito, recompensas, fidelización, seguros de vehículos, seguros de vivienda, etc.
- Servicios Públicos y Privados:** Acueducto y alcantarillado, internet, cable, energía, gas natural, telefonía celular.
- Campañas Institucionales y/o de Gobierno:** Mensajes de utilidad pública que el Gobierno dirige a los ciudadanos en el ejercicio de su función ejecutiva, en cuanto responsable de la Administración del Estado.

Su objetivo es establecer relaciones de calidad entre las instituciones y los públicos a los que se dirige. Incluye mensajes de Instituciones educativas y fuerzas armadas.

Así como campañas cuyo objetivo principal es mejorar, reforzar, levantar la imagen, percepción, recordación, valor, posicionamiento, de una marca y/o empresa. La campaña no debe tener como objetivo – ni en su contenido – vender, ofrecer y/o promocionar algún tipo de productos y/o servicios.
- Internet y/o telecomunicaciones:** Software de computadores, servicios de celular, servicio de internet, servicios online, portales, motores de búsqueda, paquetes de comunicación (internet, teléfono y TV) y productos y servicios vinculados a internet.
- Restaurantes y Comidas Rápidas:** restaurantes, restaurantes casuales y comidas rápidas.

categorías

Productos & servicios

Definiciones categorías

Conceptos básicos / formulario de entrada & requerimientos / publicación & confidencialidad / juzgamiento / categorías / contacto

- **Activaciones-productos:** Ideas de marketing, marcas correspondientes a productos que implementen en un periodo determinado de tiempo, destacándose por su ejecución, creando un impacto inmediato y medible. Busca captar la atención de los consumidores, acercar las marcas a ellos y sorprenderlos. Se basa en la persuasión para impactar al consumidor y lograr su compenetración con la marca.
- **Activaciones-productos:** Ideas de marketing, de marcas correspondientes a servicios, que se implementen en un periodo determinado de tiempo, destacándose por su ejecución, creando un impacto inmediato y medible. Busca captar la atención de los consumidores, acercar las marcas a ellos y sorprenderlos. Se basa en la persuasión para impactar al consumidor y lograr su compenetración con la marca.
- **Gran 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 línea de medios es a veces borrosa. Hay ocasiones en las que una idea de medios condujo por completo a un esfuerzo de comunicación. Por supuesto los medios no pueden existir sin su 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 poderosos 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.

Data Driven Insights: casos motivados por insights provenientes de data/ información.

Tech Led: casos motivados por una idea tecnológica.

Media Idea Led: casos motivados por una idea de medios diferente a las anteriores.

- **Data/ Programática** Programática en medios se define como la implementación de data y tecnología para identificar y conectar la audiencia correcta con el mensaje correcto en el momento correcto.

Se espera que los casos en esta categoría:

- Usen data para entender a su audiencia
- Utilicen mensajes personalizados y creativos

Los esfuerzos presentados deberán demostrar cómo optimizaron los medios al negocio o a los KPI's y ROI de la marca, basándose en el valor de una audiencia personalizada.

Los mejores ejemplos de esta categoría reconocen la interacción y aplicación de automatización, tecnología aplicada e inteligencia humana y artificial para alcanzar un público preciso y lograr los mejores resultados. Para participar, su caso debe detallar el rol que tuvo la data en la estrategia de medios para alcanzar las metas de la marca y el negocio.

- **Marketing Estacional: Mundial FIFA-2018**
Este es un premio para aquellos casos que sus esfuerzos de comunicación hayan capitalizado en la estrategia de marketing dirigida a la Copa del Mundo - FIFA 2018.
- **Comercio y retail:** Abierta a todas las compañías de retail (en línea o / directas) con mercancía específica o general. Ejemplo: tiendas por departamento, comerciante en línea, tiendas de ropa, calzado y/o joyería, tiendas de alimentos, libros, vídeos, cuidado de mascotas, tiendas de especialidades.
- **Redes sociales - Productos y Servicios:**
Categoría enfocada en las campañas de promoción productos y servicios, que se basan en su totalidad en una idea ejecutada en plataformas online. Estos casos deben demostrar que la idea digital fue el catalizador que dió impulso a la campaña y que sin elementos online y/o componentes sociales no hubiera funcionado. Tanto objetivos como resultados deben estar referidos únicamente a lo conseguido a través de la estrategia de redes sociales.

categorías

Productos & servicios Definiciones categorías

Conceptos básicos/ formulario de entrada & requerimientos / publicación & confidencialidad / juzgamiento/ **categorías**/ contacto

- Bajo presupuesto:** Esta categoría busca incentivar la participación de pequeños anunciantes. Los casos elegibles para esta categoría deben representar el único esfuerzo de comunicación de la marca durante el periodo evaluado. Tampoco pueden acreditar un presupuesto mayor a 200 millones de pesos. En esta categoría es posible presentar esfuerzos de comunicación comercial basados en medios digitales, pero no podrán consistir en ellos de manera exclusiva.
- Éxito sostenido:** Comunicación de productos o servicios que han experimentado un éxito sostenido durante 3 o más años son elegibles para participar. Los casos que participen deben demostrar un objetivo común tanto en la estrategia como en las ejecuciones creativas; con una continuidad de elementos centrales ejecucionales clave que demuestre la efectividad en el tiempo. Para participar debe ser capaz de proporcionar datos del primer año, el año intermedio y los resultados más recientes.

Nota: hay una guía de inscripción específica para participar en esta categoría.
- David y Goliat:** Este es un premio para marcas pequeñas, nuevas o emergentes que están dando pelea a las marcas grandes. También para marcas que estén dando pelea a los gigantes dormidos. También pueden participar las compañías que se mueven hacia un producto o servicio nuevo con competidores bien establecidos y grandes. Sin embargo, no se tendrá en cuenta para esta categoría la participación de submarcas de grandes empresas. Los participantes deberán detallar desafíos de negocio, escenario competitivo y cómo el negocio tuvo éxito más allá de las adversidades. Se deberá definir el escenario de la competencia, incluyendo las diferencias de mercadeo de David versus Goliat para demostrar por qué su marca fue David. Los jueces definirán en cada caso si la marca ha probado de manera suficiente ser el "David" en la situación.

Goliat: Líder dominante de la categoría
David: Marcas nuevas, pequeñas, emergentes. Baja participación.
- Marketing Relacional:** Tiene el fin de generar relaciones rentables con los clientes. Esto parte del estudio de comportamiento de los compradores con base en el diseño de estrategias y acciones destinadas a facilitar la interacción con los mismos y brindarles una experiencia memorable. Comprende un cambio cultural donde toda la acción se realiza centrada en el conocimiento del cliente. Es también aplicable al desarrollo de proveedores y canales de distribución logrando una mayor sinergia con los mismos.
- Shopper marketing:** Esta categoría aplica para campañas de comunicaciones integradas que hayan sido diseñadas para dirigirse a un grupo de compradores y guiar los procesos de compra hacia los resultados deseados. La inscripción debe demostrar cómo los insights de shopper data y el entorno de retail son considerados al formular las estrategias que influyen en la compra. Esta categoría no se limita a acciones de marketing dentro de la tienda y está abierta a retailers y productores.
- Promociones:** Casos en que la oferta del producto o servicio va acompañada de un beneficio adicional específico. Este debe haber constituido un factor determinante en la generación de los resultados, por ejemplo: obsequios por la compra del producto. Si el elemento promocional no representó una relevancia mayor en la obtención de los resultados, deberá participar en la categoría que corresponda.
- 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 la 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 delinear un plan para eventos conocidos (Mundial de Fútbol, Oscars, etc) y reaccionar rápidamente y de manera relevante cuando sucede algo inesperado.

categorias

positive change effies

Definiciones categorías

[Conceptos básicos](#) / [formulario de entrada & requerimientos](#) / [publicación & confidencialidad](#) / [juzgamiento](#) / **[categorias](#)** / [contacto](#)

Positive Change Effies

Los "Positive Change Effies" premian y celebran las marcas y organizaciones sin ánimo de lucro que promueven el bien común a través de las comunicaciones de marketing. Los programas tienen dos pilares: Ambiental y Bien Social.

SOCIAL

Marcas:

Reconoce marcas 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 otros) y de manera exitosa relacionaron esta causa con la estrategia de marca, generando resultados positivos de negocio e impacto social.

Sin Animo de Lucro:

Reconoce organizaciones y asociaciones sin ánimo de lucro, cuyos esfuerzos de comunicación han resultado/generado en 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 resultados probados.

AMBIENTAL

Marcas: Reconoce marcas con programas de mercadeo que han cambiado el comportamiento de sus público objetivo (B2B o B2C) hacia alternativas o acciones ambientalmente sostenibles, y/o incrementado la demanda de productos o servicios ambientalmente sostenibles, incorporando mensajes en su comunicación de mercadeo que generen conciencia ambiental

Sin Animo de Lucro:

Reconoce organizaciones y asociaciones sin ánimo de lucro con acciones de comunicación y/o campañas que han cambiado el comportamiento de su público objetivo (B2B o B2C) hacia alternativas o acciones ambientalmente sostenibles, incrementado la demanda de productos o servicios ambientalmente sostenibles, y/o de forma medible generó un impacto positivo a la causa de su organización, incorporando mensajes en sus comunicaciones de mercadeo que generen conciencia ambiental.

contacto

Conceptos básicos/ formulario de entrada & requerimientos / publicación & confidencialidad /juzgamiento/ categorías/ **contacto**

Entering the Effie Awards United States

Para cualquier consulta sobre el proceso de entrada, Materiales, categorías, reglas, etc., porfavor dirijase a:

effie@effiecolombia.com

Preguntas sobre modalidad de pagos

pilar.sierra@andacol.com.co

gloria.aristizabal@andacol.com.co