effie AWARDS

COLOMBIA

2020 Entry Kit

HONORING IDEAS THAT WORK

BIENVENIDOS

Es un placer presentarles la edición 2020 de los Effie Awards Colombia.

La misión de Effie es liderar , inspirar y promover, la práctica y a quienes practican la efectividad en mercadeo. Desde 1968, Effie incentiva a la industria a ser cada vez más efectiva y a mostrar los mejores ejemplos de esta evolución, impactando a profesionales en todas las etapas de sus carreras a través de sus programas: Effie College y los Effie Awards. Colombia se une a esta labor para seguir ofreciendo una vitrina para la excelencia del mercadeo colombiano, y los espacios para pensar críticamente sobre el futuro del mismo.

Para esta edición contamos con 38 categorías en las que anunciantes y agencias podrán participar. También tenemos 6 nuevas categorías que buscan mantenernos alineados con los desafíos de negocio que enfrenta la industria en nuestro país. Por ejemplo, las categorías de "software y aplicaciones", y "e-commerce" vienen para acompañar el crecimiento de start-ups tecnológicas. Del mismo modo, "marketing innovation solutions" llega para reconocer los esfuerzos de mercadeo que van más allá de comunicaciones, trabajando holísticamente en el mix de mercadeo en conjunto con las diferentes áreas de la compañía, para el crecimiento de la misma.

Nuevas categorías 2020

Productos y Servicios

- Belleza y Moda
- Cultura y Arte
- Software y Aplicaciones

Categorías especiales

- Marketing Innovation Solutions
- Reputación corporativa
- E-Commerce

Recursos de apoyo

Como ya es costumbre, seguiremos desarrollando los eventos de lanzamiento en Bogotá, Medellín y Cali para que puedan conocer en detalle esta nueva edición y las novedades que trae.

Nosotros sabemos que tienen una historia para contar, y queremos hacer lo posible por ayudarlos a contarla de la forma más efectiva. Por eso, en esta edición, previa solicitud y contratación de parte de agencias y anunciantes, acudiremos a sus empresas a realizar nuestro taller de efectividad "Escribiendo un caso efectivo". Con base en la retroalimentación de los jurados y con el apoyo de Kantar, y Effie Global, hemos diseñado un taller a la medida para que puedan presentar la mejor inscripción posible.

Adicionalmente, desde el año pasado ofrecemos un Insight Guide; un informe personalizado que brinda a los participantes la oportunidad de recibir comentarios directamente de los jurados que revisaron su caso. Esta retroalimentación permite identificar los elementos más débiles y fuertes del caso, lo cual facilita el aprendizaje sobre cómo escribir un caso efectivo.

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

Con todo entusiasmo los invito a participar en esta edición y les deseo los mayores éxitos,

Elizabeth Melo
Presidente Ejecutiva
ANDA Colombia

02 Bienvenida

03 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 imágenes
19 materiales de publicidad
20 créditos
21 contactos
22 effie index

23 Publicación y confidencialidad

23 publicación
25 dudas de confidencialidad

26 Juzgamiento

26 calificación
30 gran effie y reconocimientos
31 información ganadores

32 Categorías

32 estructura
33 categorías
34 categorías productos & servicios
36 categorías especiales
40 positive change effies

41 Contacto

Conceptos Básicos

Plazos y tarifas

PLAZOS / TARIFAS

FECHAS CIERRES DE INSCRIPCIONES	FECHAS	TARIFAS
Primer Corte Inscripciones	27 de febrero, 2020	$1.466.300 COP
Segundo Corte Inscripciones	9 de marzo, 2020	$1.831.470 COP
Tercer Corte Inscripciones	16 de abril, 2020	$2.202.250 COP

FECHAS CIERRES DE INSCRIPCIONES ÉXITO SOSTENIDO

Primer Corte Inscripciones	27 de febrero, 2020	$1.629.220 COP
Segundo Corte Inscripciones	9 de marzo, 2020	$2.033.700 COP
Tercer Corte Inscripciones	16 de abril, 2020	$2.441.580 COP

FECHA CIERRE DE INSCRIPCIONES MARKETING INNOVATION SOLUTIONS

Único Corte de Inscripciones	16 de abril, 2020	$1.629.220 COP

INSIGHT GUIDE

El Insight Guide proporciona retroalimentación directa (anónima) de los jurados que evaluaron su caso. Los jurados explican cuáles fueron los elementos más fuertes del caso, cuáles fueron los elementos más débiles y qué consejos les darían para inscribir los casos el próximo año.

El Insight Guide tiene un descuento cuando se compra al momento de la inscripción.

Hasta el 16 de abril: $250.000 por inscripción
Posterior a la inscripción: $450.000 por inscripción

Puede encontrar más información sobre el pago de inscripciones en la "guía de pagos".

Conceptos Básicos

Periodo de elegibilidad

Podrán concursar todos los esfuerzos de Marketing y Publicidad ocurridos y que demuestren resultados en **Colombia** entre el **1 de Enero de 2019 y hasta el 31 de Diciembre de 2019.**

- Todos los esfuerzos de Marketing ejecutados 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 posteriores al 31 de diciembre del 2019**. Esto podría resultar en descalificación.
- Los datos y resultados presentados en los casos inscritos, deben limitarse de manera exclusiva al territorio colombiano.
- Su trabajo debe haber tenido impacto durante el periodo de elegibilidad y los resultados deben corresponder a este periodo de tiempo. **Elementos de su trabajo pueden haber sido presentados previamente y pueden haber continuado después,** pero el caso, los datos y los resultados que utilice deben estar dentro del periodo de tiempo permitido. El jurado evaluará el éxito logrado durante el periodo de elegibilidad.
  - No obstante, es recomendado presentar detalles del contexto, datos y resultados anteriores a la fecha de elegibilidad, como una manera de proporcionar a los jurados información adicional para entender la relevancia de los objetivos y resultados y familiarizarse con la marca y su categoría.
- Las pruebas de mercado no son elegibles en la competencia.
- No se puede inscribir un mismo caso en la misma categoría por parte de diferentes organizaciones. Los equipos deben colaborar para desarrollar una única inscripción. Sin embargo, una de las organizaciones puede tomar el liderazgo en la labor de ajustar el caso para inscribirlo.
- Effie Awards Colombia se reserva el derecho a recategorizar los casos inscritos, dividir o cambiar las definiciones de las categorías y descalificar 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

CIRCUNSTANCIAS ESPECIALES

- **Éxito Sostenido:** como mínimo los casos inscritos en la categoría de Éxito Sostenido deben presentar resultados del periodo de **Enero 2017 hasta Diciembre 2019.** Los resultados deben corresponder al año inicial, año intermedio y año final (2019). Para mayor información diríjase a la Definición de la categoría Éxito Sostenidos & formato de inscripción.

Conceptos Básicos

Periodo de elegibilidad

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:

- Ganadores de **Effie de oro** únicamente podrán re-ingresar en una categoría en la cual no ganaron Oro. Ganadores de Oro 2018 y anteriores pueden re-ingresar en cualquier categoría.
- Ganadores de **premios de plata y bronce** en años anteriores pueden volver a concursar en cualquier categoría.
- Anteriores ganadores de Oro en la categoría Éxito Sostenido pueden volver a inscribirse en la categoría de Éxito Sostenido después de 3 años de ganarse el premio. Ganadores de Éxito Sostenido en el 2017, o en años previos, están habilitados para participar en la edición del 2020.
- Campañas ganadoras en 2019 en la categoría David y Goliat (Oro/Plata/Bronce) no están habilitados para participar en esta categoría este año. Ganadores del 2018 y cualquier año previo, pueden volver a inscribirse en esta categoría en el 2020.

Inscripción de casos en varias categorías

- Puede inscribir un mismo caso en un máximo de 5 categorías, con máximo **1 inscripción en la categoría de productos/servicios, y máximo 4 inscripciones en 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 personalizandolo de manera que responda a los requisitos particulares de dicha categoría. Los jurados expresan frecuentemente la dificultad que tienen al evaluar apropiadamente el caso cuando no fue presentado cumpliendo con la definición de la categoría.

Conceptos Básicos

Guía de pagos

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.effiecolombia.com

EFFIE AWARDS 2020 ▸▸▸ Zona de pagos

Conceptos Básicos

Guía de pagos

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 – Pagos Virtuales

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

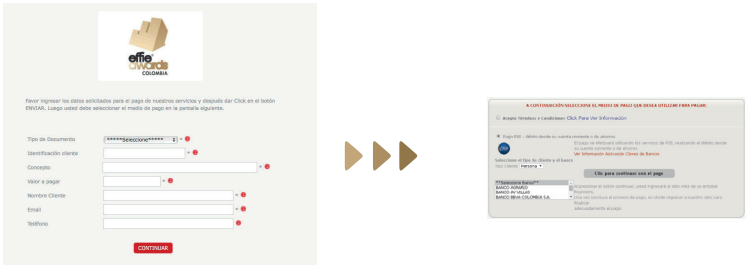
ANDA

Conceptos Básicos

Guía de pagos

4. Seleccione el nombre del comercio e ingrese. Haga clic en ingresar

5. Taquilla de pago básica:



Llene sus datos y siga las instrucciones

Transferencia desde cualquier banco

A la cuenta 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@andacol.com.co con los siguientes datos:

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

Contacto y correo de la persona del área financiera.

Formulario de entrada y requerimientos

Resumen

Las inscripciones deben enviarse online en la plataforma de inscripción en: https://effie-colombia.acclaimworks.com

Hay formularios de inscripción general para la mayoría de las categorías y formularios específicos para las categorías de: Shopper Marketing, Marketing Innovation Solutions, Éxito Sostenido y Positive Change: Ambiental.

Los participantes pueden usar las plantillas del formulario de inscripción como guía para redactar sus respuestas y trabajar con los miembros de su equipo, sus agencias asociadas y los clientes. Cuando ya tenga listo el formulario, los participantes deberán copiar sus respuestas a cada pregunta a la plataforma de inscripción.

El formulario de inscripción debe contar la historia del esfuerzo de principio a fin. En conjunto, las secciones del formulario deben tener un hilo conductor que construya un caso coherente. Es posible que los jurados no conozcan las normas o matices propias de las categorías en la industria, por lo que es fundamental proporcionar un contexto en el caso escrito.

Formulario de inscripción

PUNTAJE SECCIÓN 1 Desafío, contexto y objetivos (23.3% del puntaje)

En esta sección , el jurado evalúa si la descripción tiene el contexto necesario sobre la industria, los competidores, y la marca para entender su caso y el grado de dificultad del desafío representado por los objetivos. El jurado evaluará el caso dependiendo del nivel de ambición y viabilidad del desafío. Se le dará peso al grado de dificultad y si el participante ha proporcionado el contexto para evaluar la efectividad del caso en esta sección.

PUNTAJE SECCIÓN 2; Insights e idea estratégica (23.3% del puntaje)

Esta sección permite explicar el proceso estratégico al jurado. Debe quedar claro cómo la idea estratégica viene del insight.

PUNTAJE SECCIÓN 3 Dando vida a la idea (23.3% del puntaje)

Esta sección busca explicar cómo y dónde se trajo la idea a la vida, incluyendo las estrategias creativas, de comunicación, de medios y también las piezas creativas. El jurado está buscando entender porqué se escogieron canales específicos de medios, y cómo se relacionan con su estrategia y audiencia. Sus piezas creativas, mostradas en el Reel Creativo y en imágenes, son juzgadas en esta sección.

PUNTAJE SECCIÓN 4: RESULTADOS (30% del puntaje)

Esta sección se relaciona a los resultados. Asegúrese de ofrecer suficiente contexto (categoría y año anterior) para dimensionar el valor de sus resultados frente al negocio de su marca. Ate sus resultados con los objetivos definidos en la primera sección.

Otros requerimientos de Inscripción

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

Formulario de entrada y requerimientos

Tips

Tips para una inscripción efectiva

1. "Empieza con el resumen ejecutivo antes de empezar a inscribir las secciones. Pule tu historia para que sea clara, inspiradora y poderosa".
2. "Asegúrate de dar suficiente contexto; la mayoría del juradono no conoce en profundidad tu categoría, ni que significa ser exitoso en ella".
3. "Las inscripciones más concisas se destacan. No solo son agradecidas por el jurado, sino que también promueven calificaciones más altas".
4. "Las inscripciones que construyen el caso de forma honesta, auténtica y simple vs llenas de jerga de mercadeo tienden a ser las más fuertes".
5. "Asegúrate que el "insight" se relacione con el comportamiento humano. Un dato no es un insight, lo que significa ese dato para tu marca y tu público objetivo lo vuelve un insight"
6. "Acuérdate que las estrategias de comunicaciones incluyen estrategias creativas y de medios no solo tácticas".
7. "Asegúrate que tu reel creativo no solo repita lo que dices en la inscripción. Utilizalo para complementar la información".
8. "Conecta los resultados con tus objetivos claramente. No trates de fingir y escribir objetivos para que cumplan con los resultados. Nos damos cuenta cuando hacen eso y afectará la calificación de tu caso".
9. "Revisen la ortografía, errores matemáticos e inconsistencias".

Formulario de entrada y requerimientos

Motivos de descalificación

Los siguientes temas 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. Si se verifica una fuente y se encuentra que es falsa, será motivo de descalificación. 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.
- **La inscripción no cumple con los requisitos de definición de categoría.** Las inscripciones se juzgan según la efectividad dentro de la categoría ingresada.
- **Nombres o logos de agencias en el formulario de inscripción o en el material creativo.** Effie es una competencia "agency-blind". Esto significa que ningún nombre o logo de agencia, de ningún tipo, deberá ser incluido en ninguno de los materiales que se pondrán a disposición de los jurados para evaluación (formulario de inscripción, resumen de inversiones, reel creativo, imagénes creativas. No incluya nombre de agencia en las fuentes. La fuente de data debe ser referenciada como "Investigación de agencia, Agencia Pr, Agencia Investigación de medios", etc.
- **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 jurados a sitios web externos.** Los participantes son juzgados únicamente por los materiales presentados en su caso escrito y ejemplos creativos (Reel Creativo + imágenes). No es permitido dirigir a los jurados a sitios web para obtener más información o para obtener más ejemplos del trabajo.
- **No cumplir con las reglas del periodo de elegibilidad.** Los datos presentados deben estar circunscritos al territorio colombiano durante el periodo de elegibilidad de la correspondiente edición 2019.
- **No se deben incluir capturas de pantalla o imagenes del trabajo creativo en el caso escrito.** Incluir capturas de pantalla u otras imagenes de material creativo en la parte escrita del formulario de inscripción. Las inscripciones no deben incluir capturas de pantalla de redes sociales u otras páginas web, o cualquier otro elemento pictórico. Todas las imagenes del material creativo deben estar incluidas en la sección 3 -Dando vida a la idea para ser evaluado por el jurado.
- **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.
- **Violar las reglas del material creativo (Reel e imágenes).** Los participantes deben seguir todas las reglas creativas resumidas en el Entry Kit. Para ver todas las reglas, incluyendo los lineamientos sobre contenido y edición, deben dirigirse a la sección de Reel Creativo en el Entry Kit.

Formulario de entrada y requerimientos

Fuentes de Información

Todos los datos (data), hechos, etc, incluidos en cualquier parte del formulario de inscripción deben incluir una fuente específica y verificable.

En la plataforma de inscripciones el formulario de inscripción tiene un cuadro de FUENTE que se encuentra en la parte inferior de cada sección de puntuación para todas las referencias / notas a pie de página. 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, use un superíndice para numerar sus fuentes.
2. En el cuadro "fuente", enumere sus citas.

Diseño sugerido para fuentes de información

Origen de la data/investigación, tipo de investigación, periodo de tiempo cubierto.

Orientación Adicional

- 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 jurados 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, ya que los jurados no pueden hacer clic en los links durante el juzgamiento.
- Todos los datos deben incluirse en su respuesta a las preguntas 1-4. Los participantes no pueden agregar información o explicación adicional 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 una fuente, excepto cuando el origen sea una agencia (publicidad, 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 y no está limitado a la agencia que realizó la inscripción. Si quieren hacer la fuente más detallada pueden especificar el tipo de agencia. Por ejemplo: investigación de agencia de relaciones públicas, investigación de agencia de medios, etc.
    - Las compañias de investigación si se deben citar por el nombre.
- Los jurados aprecian los datos de terceros cuando estén disponibles.
- Effie Awards se reserva el derecho de verificar fuentes proporcionadas para la precisión de los datos.

Recordatorio Effie: al citar datos, no enumere los nombres de ninguna agencia. Los datos proporcionados en cualquier parte del formulario de inscripción deben tener una fuente.

Formulario de entrada y requerimientos

Reel Creativo

Objetivo del reel creativo: Mostrar los ejemplos del trabajo creativo que su audiencia experimentó.

Su material creativo es evaluado como parte de la sección 3: Dando vida a la idea, la cual también incluye su respuesta escrita a la pregunta 3 y los datos presentados sobre la inversión.

Contenido

- El reel debe mostrar ejemplos del material creativo que se ejecutó en la campaña
- Se sugiere identificar el material creativo por el tipo de medio (televisión, radio, web, etc.)
- No se pueden incluir resultados de ningún tipo.
- 3 minutos máximo, no es un video caso.

- 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 son necesarios aquellos que se consideren fundamentales 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 muestran en el reel creativo. Del mismo modo, los elementos creativos que se muestran en el reel, pero no se describen en el caso escrito. El reel creativo debe complementar la respuesta a la pregunta 3.
- 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. Como los jurados leen primero el caso escrito y el foco del reel es en el material creativo, no se pueden poner resultados en el reel creativo.

Formulario de entrada y requerimientos

Reel Creativo

Para prevenir la descalificación por favor tenga en cuenta los siguientes lineamientos:

NO DEBE INCLUIR

- El reel Creativo no debe ser más de 3 minutos (excepto en la categoría de Éxito Sostenido).
- Resultados de cualquier tipo – incluyendo números de likes de redes sociales, seguidores, etc. *
- Trabajo competitivo: material creativo o logos.
- Nombres de agencias, logotipos o imágenes.
- Cualquier tipo de música/imágenes que causen confusión para los jurados con la forma en cómo su trabajo funcionó en el mercado. Cualquier tipo de música/imágenes que no se ejecutaron en la pieza original y que no tienen derecho a incluir.
- Efectos de edición que causan confusión con la forma en que el trabajo se ejecutó en el mercado, por ejemplo, música o locución sobrepuesto a los spots de televisión.
- Debe ser un reel con piezas publicitarias tal cual se ejecutaron y su audiencia experimentó, no debe ser un video caso.

DEBE INCLUIR

- Al menos un ejemplo completo de cada uno de los puntos de contacto de comunicación que considere fundamentales 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 jurados tengan una comprensión clara de lo que experimentó su audiencia.
- Cualquier elemento de video de 60 segundos o menos debe mostrarse en su totalidad.

Contenido Inscripciones de Éxito Sostenido

- Se sugiere mostrar material creativo del primer año de la campaña, por lo menos uno de los años intermedios y del último año del caso.
- Se sugiere identificar claramente el año en el que se ejecutó la pieza, al mismo tiempo al que se muestra en el reel creativo.
- 4 minutos máximo.

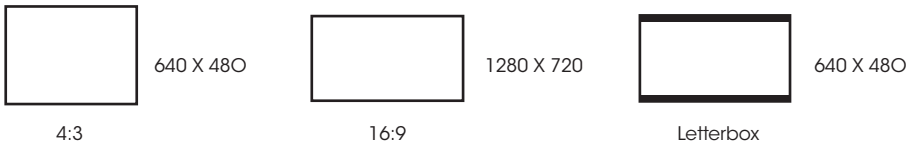
Formulario de entrada y requerimientos | Técnico

Guía

- 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.
- No incluya el nombre o logo de ninguna agencia, incluyendo la suya en ningún lugar del reel. El nombre del archivo tampoco deberá incluir ningún nombre de agencia.
- Incluya una traducción o subtitulos en todo el material creativo presentado que se encuentre en idioma español.
- Debe garantizar que los textos y elementos gráficos sean legibles para los jurados. Tenga en cuenta que los jurados verán su reel en una sola pantalla central en cada sala de juzgamiento. Ajuste el tamaño de sus textos y elementos gráficos en consecuencia.

Especificaciones Técnicas

- Un solo reel creativo por inscripción .
- 3 minutos de duración máxima. A excepción, de la categoría de éxito sostenido en donde podrá tener 4 minutos máximos de duración.
- 250 MB máximo.
- formato mp4.
- Resolución



Formulario de entrada y requerimientos | Imágenes

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 apoyar lo visto en su reel creativo y ayudar a los jurados 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 jurados vean nuevamente después de ver el reel creativo.

- Esta es una oportunidad para mostrar su trabajo creativo:
  - Resalte los elementos que se ven mejor como una imagen fija frente al formato de video.
  - 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 jurados del año pasado fue que los participantes no estaban aprovechando al máximo la oportunidad de mostrar el trabajo en estas imágenes.

Nota: El material creativo provisto en la inscripción (reel creativo e imagenes) será utilizado con propósitos publicitarios si su caso queda como ganador o finalista.

Formulario de entrada y requerimientos

Materiales de Publicidad

Imagen para publicidad

- **Imagen principal de publicidad.** Esta imagen debe representar a su caso. Esta imagen será la primera imagen de su trabajo para publicidad y propósitos promocionales si su caso resulta finalista o ganador. Se utilizará en las publicaciones impresas y digitales, prensa y material publicitario con ocasión del premio. Esta imagen puede ser usada en el Case Database. Debido a que está imagen eventualmente podría ser impresa, por favor envíe sólo imágenes en alta resolución.
  - **Requerimientos técnicos:** .jpg de alta resolución. Formato CMYK. 20 MB máximo.

- **Logos de agencias y empresas.** Los logotipos de la empresa son necesarios para todas las agencias principales y los clientes acreditados en el caso.
  - **Requerimientos técnicos:** Formato .eps o .ai. 2 logos necesarios. 3-4 logos si está acreditada una agencia principal o un cliente adicional. Puede subir .jpg si no tiene disponibles .eps/ .ai.

- **Fotos del equipo participante.** Suba las fotos del equipo de trabajo de la agencia y del cliente. Pude cargar máximo una foto por agencia principal y cliente. Solo puede enviar una tercera o cuarta foto del equipo si tiene una segunda agencia principal o cliente. Si no tiene una foto de su equipo al momento de inscribir el caso, podrá proporcionar una imagen una vez conozca que su caso fue ganador.
  - **Requerimientos técnicos:** 300 dpi .jpg o .jpeg, 1000 píxeles mínimo ancho o alto. 20 MB máximo.
  - 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@effiecolombia.com a más tardar el 31 de abril de 2020.

- **Material creativo.** El trabajo creativo proporcionado para en la inscripción (Reel Creativo e imagenes) también se usará para fines publicitarios.

Formulario de entrada y requerimientos

Créditos

Effie reconoce que el trabajo en equipo efectivo es necesario para construir un caso exitoso. Es obligatorio dar credito a los aliados creativos y estratégicos que contribuyeron a este esfuerzo. Piense cuidadosamente sobre sus aliados- clientes; agencias de todos los tipos incluyendo servicio completo, medios, digital, promo, relaciones públicas, eventos, dueños de medios; etc.

Créditos como organización

- **En el formulario de autorización, disponible 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.
- 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.
- 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.

Créditos individuales

- Créditos individuales principales (10 máx): Es posible acreditar hasta 10 individuos de cualquiera de las compañías acreditadas que fueron claves para el éxito del caso. Estos individuos estarán mencionadas en el Case Data Base (Base de datos de casos Effie mundial).
- Créditos individuales secundarios (10 máx): Es posible acreditar hasta 10 individuos adicionales de cualquiera de las compañias acreditadas que fueron claves para el éxito del caso. Estos individuos estarán mencionadas en el Case Data Base (Base de datos de casos Effie mundial).

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. Todos los créditos deben ser aprobados por los líderes en el "Formulario de Autorización" disponible en la plataforma.
- **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.

Todas las solicitudes de créditos serán revisadas y aprobadas a discresión de Effie Global y no son garantizadas.

Formulario de entrada y requerimientos

Contactos

Effie recopila información de contacto en cada empresa acreditada. Todos los contactos, excepto el CEO / Top ejecutivos de marketing, pueden agregarse a las listas de correo de Effie, que pueden cancelarse en cualquier momento. Se puede contactar a las personas para indagar sobre su inscripción en cualquier momento; las explicaciones a continuación son ejemplos de las razones más comunes para comunicarse con una persona; sin embargo, esta no es una lista exclusiva.

Los contactos del caso no se listarán públicamente. Solo las personas que figuran en la sección Créditos individuales serán publicados si el caso es ganador o finalista.

Participante

El contacto del participante es la persona que creó la cuenta y realizó el registro del caso. Es el contacto principal para todas las notificaciones de inscripción: confirmación de envío, pago, solicitudes de revisión/problemas de descalificaciones, notificaciones de finalistas, ganadores, guías de información, etc.

Agencia Líder

Contacto Principal de la Agencia Líder

A este contacto se le enviará una nota de felicitación, junto con información clave para celebrar su éxito, si el caso es ganador. Este es un contacto secundario en la inscripción: si Effie no puede comunicarse con el participante, se comunicará con este contacto.

Contacto de la agencia principal de relaciones públicas

A este contacto se le enviará una nota de felicitación, junto con información clave para celebrar su éxito, si el caso es ganador. También se puede contactar a esta persona si hay una oportunidad de relaciones públicas/publicidad, o en caso de que Effie no pueda comunicarse con el participante/ contacto principal de la agencia líder.

Contacto del CEO/Top Ejecutivo de Mercadeo

A este contacto se le enviará la nota de felicitación si el caso resulta ganador.

Contacto del cliente

Contacto Principal del cliente

Este contacto recibirá una nota de felicitación si el caso es ganador. Effie también puede comunicarse con este contacto si tiene alguna pregunta relacionada con su compañía, los créditos proporcionados u otros problemas de inscripción que requieren la participación del cliente. Esto se considera un contacto secundario en la inscripción: si Effie no puede comunicarse con el participante o el contacto de la Agencia Líder, Effie puede comunicarse con esta persona.

Contacto Cliente CEO/CMO

Este contacto recibirá una nota de felicitación si el caso es ganador.

Contacto Principal Agencia Contribuyente

Este contacto recibirá una nota de felicitación si el caso es ganador. Este contacto no se agregará a las listas de correo de Effie; sin embargo, se les puede enviar una invitación de evaluación si son seleccionados para ser un Jurado de los Premios Effie.

Formulario de entrada y requerimientos

Effie Index

Effie Index

El Effie Index (effieindex.com), el ranking mundial de efectividad de marketing, utiliza los créditos presentados al momento de inscripción 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 2020, 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 inscripción.
- Solicitamos a todos los participantes deben garantizar que todos los nombres de las compañías de los clientes y agencias se acrediten correctamente. Esta información también debe ser comunicada a las empresas contribuyentes.

Rankings de Agencias

- Las clasificaciones de las agencias se compilan utilizando el Nombre de la agencia y la ciudad en la pestaña Créditos del Portal de inscripción. 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 tras 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 dirección de oficina puedan fácilmente ser tabulados juntos.
- Las redes de agencias y compañías se seleccionan mediante un menú desplegable en el Portal de inscripción.

Rankings de Red de Agencias y Holding Empresariales

- Las redes de agencias y los holding empresariales se seleccionan mediante un menú desplegable en la plataforma de inscripción.
- La forma en que se ingresa el nombre de la agencia en ese campo no afecta la clasificación de la Red de la Agencia o del Holding, aunque será revisado para mayor precisión.

Publicación y confidencialidad

Publicación

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.**

   Al permitir que otros profesionales de mercadeo aprendan de sus éxitos, estará inspirando a la industria para subir sus expectativas sobre la efectividad del mercadeo.

2. **Aportando a la formación de los futuros líderes del mercadeo y la publicidad**

   Universidades tendrán acceso a casos de estudio ganadores de Effie y los participantes de Effie College podrán aprender cómo escribir un caso exitoso al realizar sus propias inscripciones.

3. **Mostrando el éxito de su equipo en lograr uno de los máximos honores de marketing del año.**

   Effie ayuda a atraer nuevos talentos, demostrar la importancia del marketing en los negocios y fortalecer las relaciones agencia-cliente.

El proceso de inscripción y juzgamiento de Effie Awards Colombia está diseñado para ayudar a todos los concursantes a presentar sus trabajos de manera efectiva, al tiempo que garantiza la confidencialidad de la información clasificada.

Para prevenir los problemas de confidencialidad, puede consultar las políticas de Effie sobre confidencialidad y publicación de casos en las siguientes páginas. Se exhorta a los participantes a comunicarse con Effie Colombia (effie@effiecolombia.com) con cualquier pregunta o inquietud sobre nuestras políticas de confidencialidad.

Publicación y confidencialidad

Publicación

Effie Worldwide y Effie Awards Colombia ofrecen a los finalistas y ganadores la oportunidad de publicar sus casos escritos en el Effie Case Database, con el propósito de inspirar a la industria y cumplir con su misión de desarrollar aún más el 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:

- **"Publicar mi caso escrito como fue presentado"**- Usted acepta que el formulario de inscripción escrito puede publicarse, reproducirse y utilizarse tal como fue enviado para propósitos educativos.
- **"Publicar mi caso escrito como una versión editada"**- Usted acepta enviar una versión editada de su caso que puede publicarse, reproducirse y utilizarse para propósitos educativos. Puede redactar cualquier información confidencial.
- **"Publicar mi caso escrito como fue presentado después de 3 años "** - El caso escrito se publicará tal como se presentó después de tres años. El caso puede publicarse, reproducirse y utilizarse tal como fue enviado para propósitos educativos.
- **"Publicar mi caso escrito como una versión editada después de 3 años"** - Usted acepta enviar una versión editada de su estudio de caso que puede publicarse, reproducirse y utilizarse para propósitos educativos después de 3 años. Puede redactar cualquier información confidencial.

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 de diferentes maneras y formatos si su caso se convierte en finalista o ganador.

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

Publicación y confidencialidad

Formulario de Autorización

Formulario de autorización

El formulario de Autorización y Verificación debe ser firmado por una agencia o un ejecutivo del cliente en una posición de liderazgo de cuenta o departamento (por ejemplo, Jefe de Planificación de Cuentas, Jefe de Servicios al Cliente, Director de Cuentas de Grupo, etc.). Revise cuidadosamente este documento en su totalidad.

El formulario de autorización confirma:

- Veracidad de la información del caso.
- Autorización de presentación del caso.
- Los créditos individuales y de la empresa han sido revisados por alguien con liderazgo sénior en la compañía para garantizar que todos los socios estratégicos integrales reciban el crédito para el Effie Index y el reconocimiento del premio.

Si realiza algún cambio en la empresa o en los créditos individuales, deberá realizar estas correcciones en la pestaña Créditos y volver a imprimir el Formulario de autorización y verificación que se firmará. Una vez revisado y confirmado como correcto, cargue una copia firmada de este documento a continuación.

Si está enviando un caso en varias categorías, se deben firmar formularios de autorización y verificación separados para cada envío.

Gracias por asegurar que todos los miembros del equipo sean reconocidos apropiadamente.

Publicación y confidencialidad

Dudas de confidencialidad

Juzgamiento

Las jornadas de juzgamiento se llevan a cabo en lugares seguros dirigidos por los moderadores de Effie. Los jurados firman acuerdos de confidencialidad antes del inicio de las jornadas de juzgamiento. Igualmente, los jurados tienen prohibido retirar o descargar materiales de las sesiones de juzgamiento, tomar grabaciones o fotografías del material presentado.

Informacion 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, 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 y Material publicitario

Al enviar su caso al concurso, todo el material 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. **Debido a que se publicarán material publicitario y material creativo para todos los finalistas y ganadores, no se debe incluir información confidencial en estos elementos.**

Con respecto a la confidencialidad en el Reel creativo:

- Según las reglas de inscripción, los resultados de cualquier tipo no pueden incluirse en el reel creativo.
- Se requiere que los participantes muestren ejemplos del trabajo creativo que se ejecutó en el mercado. La información confidencial no debe aparecer en el reel creativo.

Los participantes deben tener los derechos para mostrar todos los elementos presentados en el reel creativo.

Juzgamiento | Calificación

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 una sola categoría de productos/servicios, 4 categorías especiales.
- Que corresponda 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 recategorización 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.

Juzgamiento | Calificación

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, academia y consultores independientes.

El Jurado verificará que los casos participantes, presenten resultados contundentes y sólidamente demostrados, relacionados con la naturaleza del concurso, es decir, efectividad en comunicaciones comerciales. Tendrá facultades para proponer descalificar casos, pendiente revisión final por el Comité de Revisión de Calificación. 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 categoría de Éxito Sostenido no podrá concursar por el Gran Effie.

Durante la edición 2020 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. Los casos serán evaluados en dos etapas, y el proceso de evaluación y calificación anónima y confidencial en ambas rondas de juzgamiento.

Juzgamiento | Calificación

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

Desafio, contexto y objetivos 23,3%	El jurado evalúa si la descripción tiene el contexto necesario sobre la industria, los competidores, y la marca para entender la inscripción y el grado de dificultad del desafío representado por los objetivos. El jurado le da puntos dependiendo del nivel de ambición y viabilidad del desafío.También, si se ofrece el contexto necesario en esta sección para poder evaluar la efectividad del caso más adelante. (23.33%)
Insights e idea estratégica 23,3%	Esta sección permite explicar el proceso estratégico al jurado. Debe quedar claro cómo la idea estratégica viene del insight . (23.33%)
Dando vida a la idea 23,3%	Esta sección busca explicar cómo y dónde se dio vida a la idea, incluyendo las estrategias creativas, de comunicación, de medios y las piezas creativas. El jurado busca entender porqué se escogieron canales y medios específicos, y cómo se relacionan con su estrategia y audiencia. Sus piezas creativas, mostradas en el Reel Creativo y en imagenes, son juzgadas en esta sección. (23.33%)
Resultados 30%	Asegúrese de ofrecer suficiente contexto (categoría y años anteriores) para dimensionar el valor de sus resultados frente al negocio de su marca. Debe relacionar sus resultados con los objetivos definidos en la primera sección. (30%)

Juzgamiento | Calificación

Primera ronda de juzgamiento

Durante la primera ronda de juzgamiento los jurados evaluarán, con el apoyo de una plataforma global 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. En esta ronda se permite la reclasificación y descalificación de casos.

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 jurados de la ronda final de juzgamiento tienen la posibilidad de discutir los finalistas de cada categoría antes de asignar sus puntajes. En esta ronda **no** se permite la reclasificación y descalificación de casos.

Juzgamiento | Gran Effie y Reconocimientos

El Gran Effie

Los casos ganadores de oro con la puntuación más alta son elegibles para el 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 premio Gran Effie podrá quedar desierto

Reconocimientos

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.

Anunciante del año

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

Juzgamiento | Información Ganadores

Ganarse un Effie

Ganarse un Effie significa que su trabajo es reconocido como uno de los esfuerzos de marketing más efectivos del último año, incorporando una estrategia de comunicaciones innovadora y perspicaz, una creatividad efectiva y resultados en el mercado que prueban que funcionan. A medida que la competencia continúa creciendo, ganarse un Effie se vuelve cada vez más dificil y prestigioso.

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 de las agencias y los anunciantes. De manera estándar, los trofeos serán grabados con el nombre de la agencia principal y del anunciante 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 2019 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".

Categorías | Estructura

Límites para Categorías inscritas

Para honrar aún más su trabajo, las campañas se pueden ingresar en un **máximo de 5 categorías. Sólo un caso para la categoría de productos & servicios, y cuatro para categorías especiales.**

- Cada inscripción debe adaptarse a la categoría inscrita. Es común que el jurado exprese que es difícil evaluar un caso porque no está adaptada a la categoría en la que está inscrita.
- Debe completar un formulario de inscripción individual y pagar la tárifa para cada categoría.
- Effie se reserva el derecho a recategorizar casos, dividir o cambiar las definiciones de las categorías y descalificar una inscripción en cualquier momento.

Productos & Servicios

Las descripciones de las categorías ofrecen 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 la categoría se ajusta a su marca por favor envíe un mensaje a effie@effiecolombia.com

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 concuerda con la requerida por la definición de dicha categoría.**

Categorías

Categorías

Categorías de Productos & Servicios

Alimentos
Automotriz
Bebidas alcohólicas
Bebidas no alcohólicas
Belleza y Moda
Campañas institucionales y/o de Gobierno
Comercio y retail
Cultura y Arte
Higiene y cuidado personal
Internet y Telecomunicaciones
Productos y servicios para el cuidado de la salud
Productos y servicios del Hogar
Lanzamientos
Restaurantes y comida rápida
Serviciones financieros y seguros
Servicios públicos y privados
Software y aplicaciones
Transporte, viajes y turismo

Categorías Especiales

Bajo Presupuesto
Data Driven Media
David y Goliat
E-Commerce
Endomarketing
Engaged community (Redes Sociales- Productos y servicios)
Éxito Sostenido
Experiencia de marca (Activaciones Productos)
Experiencia de marca (Activaciones Servicios)
Gran Idea de medios
Marketing Estacional
Marketing Innovation Solutions
Reputación Corporativa
Promociones
Real Time Marketing
Shopper Marketing

Categorías Positive Change

Positive Change Ambiental Marcas
Positive Change Ambiental Sin Ánimo de lucro
Positive Change Social Marcas
Positive Change Social Sin Ánimo de lubro

Categorías | Productos y servicios Definiciones Categorías

Alimentos
Alimentos frescos, empacados: y congelados: frutas y vegetales, helados, confitería, galletería, panaderías, pastelería y Snacks.

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 alcohólicas
Cerveza, champaña, ron, tequila, vodka, vino, aperitivos, licores, etc.

Bebidas no alcohólicas
Gaseosas, café, té, jugos, leche, sustitutos de la leche, agua, bebidas energizantes.

NUEVO: Belleza y Moda
Incluye cosméticos, fragancias, productos para el cabello y uñas, joyería, ropa, carteras, accesorios, maquillaje zapatos. Incluye servicios como salones de belleza, spas, etc.

Campañas institucionales y/o de Gobierno
Comunicaciones de mercadeo relacionadas al desarrollo económico del estado o el municipio, loterías, servicios públicos (ejemplo. mensajes de conservación de agua), instituciones u organizaciones educativas, fuerzas armadas y campañas de afiliación. Esto incluye mensajes políticos y comunicaciones dirigidas a grupos comerciales de interés.

Comercio y Retail
Compañías de retail (en línea o / directas) con mercancía específica o general. Ejemplo: tiendas por departamento, tiendas de ropa, calzado y/o joyería, gafas, tiendas de alimentos, tiendas de libros, discounters, cuidado de mascotas, tiendas de especialidades.

NUEVO: Cultura y Arte
Museos, obras y festivales de teatro, festivales culturales, organizaciones musicales como festivales y conciertos.

Higiene y Cuidado personal
Jabones, productos dentales, cremas y limpiadores para la cara y el cuerpo , productos higiene femenina, máquinas de afeitar, crema de afeitar, desodorantes, productos de cuidado bucal, tinturas, etc (ítems focalizados en belleza deben inscribirse en la categoría de Belleza y Moda)

Internet y 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.

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.

Productos y Servicios del Hogar
Electrodomésticos, 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.

Categorías

Productos y servicios Definiciones Categorías

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.)

Restaurantes y Comidas rápidas
Restaurantes y establecimientos de comidas rápidas, comida casual, cualquier tipo de restaurante puede participar.

Serviciones financieros y Seguros
Productos y servicios financieros incluyendo específicos como la banca en casa, préstamos, hipotecas, fondos de inversión, cheques de viajero, giros etc. productos de crédito, débito, fidelización. Productos como seguros de vehículos, seguros de hogar , salud,etc.

Servicios públicos y privados
Acueducto y alcantarillado, internet, cable, energía, gas natural.

NUEVO: Software y Aplicaciones
Software, servicios colaborativos, sistemas operativos, servicios de nube, software/apps para computadores/ tabletas/ móviles.

Transporte, Viajes y Turismo
Productos y servicios de transporte automotriz, aéreo, tren, autobús , 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.

Categorías

Categorías Especiales
Definiciones Categorías

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. Para ser elegido la inscripción no puede ser para extensión de línea.
El valor de bonificados y medios no tradicionales , así como costos de activaciones, deben ser incluidos.
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.

Data Driven Media
Data Driven en medios se define como la aplicación de data y tecnología para identificar y conectar la audiencia correcta con el mensaje correcto en el momento correcto. Estos esfuerzos deben probar como utilizaron específicamente la data para optimizar medios para mejorar los resultados del negocio (KPI´s de las marcas, ROI; métricas de desempeño en marketing,etc)

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.

Para participar, el caso debe detallar el rol que la "data" tuvo dentro de la estrategia de medios para alcanzar los objetivos de la marca y el negocio

Se espera que los casos en esta categoría:
-Utilicen mensajes personalizados y creativos
-Expliquen como la data impactó el plan de medios a
través de mediciones y analítica clara
-Demostrar los insights capturados de la data para entender la audiencia

David y Goliat
Este es un premio para marcas pequeñas, nuevas o emergentes que:

-Están haciendo incursiones en contra de marcas grandes, establecidas.
-Enfrentándose a "gigantes dormidos "
-Entrando a un nuevo campo de productos y servicios, más allá de su categoría y competidores actuales, para enfrentar a un líder.

Los participantes deberán detallar desafío del negocio, escenario competitivo y cómo el negocio tuvo éxito más allá de las adversidades. Se requiere definir el entorno competitivo, incluyendo las diferencias de mercado entre un David versus Goliat, para demostrar por qué su marca fue David. Los jurados definirán en cada caso si la marca ha probado de manera suficiente ser el "David" de cada situación.

GOLIAT: Líder Dominante de la categoría.
DAVID: Marcas nuevas, pequeñas, emergentes. Baja participación.

NUEVO: E-Commerce
Esta categoría es para campañas que efectivamente usan insights, estrategia, creatividad y analítica para impulsar la conversión del comprador (shopper) de comercio electrónico. Utilizando data y un conocimiento profundo del shopper, marca y retailers pueden tener éxito en un escenario de e-commerce.

Un esfuerzo exitoso combina un fuerte conocimiento del shopper con prácticas de marketing digital para aumentar la conversión

Categorías

Categorías Especiales
Definiciones Categorías

online. El esfuerzo debe estar basado en un insight del shopper y debe ser impulsado por el shopper(shopper driven). Expliquen como la estrategia del esfuerzo llegó al mercado con e-commerce. Las inscripciones en esta categoría serán evaluadas solamente en la efectividad del e-commerce.

Endomarketing
Campaña de transformación cultural organizacional. Puede ser una iniciativa al interior de la compañia. Es marketing interno con el apoyo de una serie de herramientas desarrollada para sensibilizar, informar y motivar a los empleados de una empresa para que se comprometan a alcanzar objetivos y metas de la misma.

Engaged community (Redes Sociales-Productos y Servicios)
Esta categoría se trata de de manejar comunidades efectivas y comprometidas, participantes son aquellas marcas que están creando contenidos, experiencias, plataformas, noticias que consiguen que las comunidades crezcan, se comprometan, compartan, actuén o amplifiquen el mensaje de una manera que se relacione directamente con las metas de las marcas. Participantes deben indicar claramente como manejaron la comunidad, como definieron efectividad alrededor de esa comunidad, que lograron especificamente y porqué esta comunidad comprometida fue significativa en el desarrollo de la marca/negocio. Estos casos deben demostrar que la idea digital fue el catalizador que le dió impulso a la campaña y que sin elementos online y/o componentes sociales no hubiera funcionado.

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 ejecucionales clave (ej: voceros, música, canciones, tagline,etc) que demuestren 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 Formato de Inscripción específico para participar en esta categoría.

Experiencia de marca (Activaciones-productos)
Esta categoría no es para esfuerzos que se focalizaron en TV, radio o impresos para conectar con sus audiencias. Debe mostrar como crear una experiencia de marca más allá de la publicidad tradicional. Esfuerzo que realmente trajo a una marca o producto a la vida e interactuó con una audiencia específica para alcanzar objetivos deseados. Se pueden haber re-inventado el demo de un producto , re-imaginado una tienda con ubicación temporal o renovado alguna tienda física o establecimiento, puede haber creado un juego, una experiencia virtual o experiencia interactiva que realmente muestre la personalidad de la marca, probando que cobró vida y funcionó. Los ganadores de esta categoría mostrarán como los anunciantes están alcanzando a sus audiencias para establecer relaciones significativas, memorables y conexiones únicas con sus marcas

Nota: como en todas las categorías Effie puede participar mostrando como el trabajo trajo la marca a la vida como esfuerzo total de marketing, o como parte de un programa más grande de marketing.

Categorías

Categorías Especiales Definiciones Categorías

Experiencia de marca (Activaciones-servicios)
Esta categoría no es para esfuerzos que se focalizaron en TV, radio o impresos para conectar con sus audiencias. Debe mostrar como crear una experiencia de marca más allá de la publicidad tradicional. Esfuerzo que realmente trajo a una marca o servicio a la vida e interactuó con una audiencia específica para alcanzar objetivos deseados. Se pueden haber re-inventado el demo de un producto, re-imaginado una tienda con ubicación temporal o renovado alguna tienda física o establecimiento, puede haber creado un juego, una experiencia virtual o experiencia interactiva que realmente muestre la personalidad de la marca, probando que cobró vida y funcionó. Los ganadores de esta categoría mostrarán como los anunciantes están alcanzando a sus audiencias para establecer relaciones significativas, memorables y conexiones únicas con sus marcas.

Nota: como en todas las categorías Effie puede participar mostrando como el trabajo trajo la marca a la vida como esfuerzo total de marketing, o como parte de un programa más grande de marketing.

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 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- donde la integración de los medios y el mensaje llevaron al éxito. Se busca distinguir a las ideas de medios que sean lo suficientemente poderosas como para convertirse en la génesis del programa de comunicaciones. Todos los esfuerzos conducidos por una gran 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.

Marketing Estacional
Este es un premio para aquellos casos que sus esfuerzos hayan capitalizado en la estrategia de marketing dirigida a diferentes eventos.

Estacionalidad, festividades y eventos le dan la oportunidad a las personas de marketing para construir comunicaciones estratégicas basadas en temas de interés de su público objetivo. Esta categoría honrará aquellos esfuerzos que efectivamente capitalizaron en la estacionalidad, festividades o eventos para obtener resultados para su negocio Ej. Copa América

NUEVO: Marketing Innovation Solutions
En esta categoría, actividades individuales de marketing o programas completos de marketing serán premiados.

Pueden inscribir una acción o idea de negocio que ha tenido un impacto excepcional en el posicionamiento de la marca, producto o servicio en el mercado. Si la comunicación fue un elemento significativo del marketing mix, su trabajo debe ser presentado en otra categoría de Effie.

Ejemplos de actividades elegibles en esta categoría incluye: innovación de producto, cambio de empaque, en términos tanto de apariencia como tamaño, introducción/cambio de un programa de lealtad, introducción a un nuevo canal de distribución, etc.

Categorías

Categorías Especiales
Definiciones Categorías

Nota: Hay una Formato de Inscripción específico
para participar en esta categoría.

NUEVO: Reputación Corporativa
Esta categoría es para comunicaciones que promueven a las corporaciones, no exclusivamente sus productos. Incluye sponsorships, imagen e identidad. Adicionalmente a las métricas que presentan relacionadas a reputación, los participantes podrán mostrar como estas métricas se relacionan al negocio de la marcas y porqué son importantes.

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 y los productos y/o servicios 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 su máxima expresión cuando es posible delinear un plan para eventos conocidos (Copa América, Oscares , etc) y reaccionar rápidamente y de manera relevante cuando sucede algo inesperado.

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.

Categorías

Positive change effies Definiciones Categorías

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 combinaron 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 de 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, y/o incrementando la demanda por productos y servicios incorporando mensajes con conciencia ambiental en sus comunicaciones de mercadeo.

Contacto

Para cualquier consulta sobre el proceso de inscripción, materiales, categorías, reglas, etc., por favor diríjase a:

effie@effiecolombia.com

Preguntas sobre modalidad de pago:

effie@andacol.com
pilar.sierra@andacol.com.co