effie AWARDS
COLOMBIA

ENTRY KIT 2022

Tabla de Contenidos

02 Período de Elegibilidad

04 Plazos y Tarifas

05 ¿Cómo participar?

06 El Caso

12 Otros Requerimientos

14 Confidencialidad y Publicación

17 Effie Index

18 Juzgamiento

19 Ganarse un Effie

20 Categorías

23 Contacto

Período de Elegibilidad

Podrán concursar todos los esfuerzos de Marketing ocurridos y que demuestren resultados en Colombia entre el 1 de Enero de 2021 y el 31 de Diciembre de 2021*.

- Todos los esfuerzos de Marketing ejecutados en el país durante el período de elegibilidad, ya sean campañas completas o esfuerzos puntuales dentro de una campaña son elegibles para concursar. Pueden inscribir cualquier combinación múltiple de medios - cualquier ejemplo de trabajo que demuestre cómo abordó sus objetivos. Debe detallar el porqué detrás de la estrategia y probar que su trabajo logró resultados significativos.
- **No se deben incluir resultados posteriores al 31 de diciembre del 2021* -** Esto es motivo de descalificación.
- Los datos y los ejemplos creativos presentados en los casos inscritos deben limitarse de manera exclusiva al territorio colombiano.
- Su trabajo debe haber tenido impacto durante el período de elegibilidad y los resultados deben corresponder a este período de tiempo. Elementos de su trabajo pueden haber sido presentados anteriormente y pueden haber continuado después, pero el caso, los datos y los resultados que utilice deben corresponder al período de elegibilidad. **El jurado evaluará el éxito logrado durante este período.**
  - Es importante presentar contexto, datos y resultados anteriores al período de elegibilidad, con el fin de proporcionar a los jurados información adicional que les permita entender la relevancia de los objetivos y resultados. Tenga presente que no todos los jurados conocen a detalle su marca o categoría.
- Las pruebas de mercado no son elegibles.
- Un mismo caso no puede ser inscrito en la misma categoría por parte de diferentes organizaciones. Los equipos deben colaborar para desarrollar una única inscripción. Diferentes organizaciones pueden tomar el liderazgo para inscribir el mismo trabajo en diferentes categorías.
- Effie Worldwide se reserva el derecho a recategorizar los casos inscritos, dividir o cambiar las definiciones de las categorías y/o rechazar la inscripción en cualquier momento.

Período de Elegibilidad

Excepciones y Casos Especiales

- Si su esfuerzo concluyó en enero de 2022, puede incluir datos y trabajo creativo de ese período para que los jurados los evalúen como parte del período de elegibilidad. Para ser elegible para este período de gracia, su esfuerzo también debe haberse ejecutado dentro del período de elegibilidad estándar (1/1/2021 - 31/12/2021).
- Revise las definiciones y los requisitos de cada categoría para obtener pautas adicionales sobre su inscripción.

Inscripción de casos participantes en ediciones anteriores

Si su trabajo continuó en el período de elegibilidad de este año y tiene resultados adicionales para compartir, puede inscribirlo en la competencia del 2022. Los casos participantes en ediciones anteriores del premio, pueden inscribirse teniendo en cuenta los siguientes requisitos:

- Los casos ganadores de Effie Oro en el 2021 únicamente podrán re-ingresar en una categoría en la cual no ganaron Oro.
- Ganadores de Effie Plata y Effie Bronce, finalistas y no finalistas, 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. Ganadores de Oro en el 2019, o en años previos, están habilitados para participar en la edición del 2022.
- Campañas ganadoras en 2021 en la categoría David y Goliat (Oro/Plata/Bronce) no pueden participar en esta categoría en el 2022.

Restricciones de Categorías

- Puede inscribir un mismo caso en un máximo de 4 categorías, con máximo **1 inscripción en la categoría de Industria, y máximo 3 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 de inscripción correspondiente.
- Cada inscripción debe ser personalizada para que responda a los requisitios particulares de la categoría en la que concursa. Los jurados expresan frecuentemente que les cuesta hacer una evaluación adecuada cuando el caso no fue adaptado a la categoría.

Plazos y Tarifas

Inscripciones Generales	Fechas	Tarifas
Primer Corte Inscripciones	24 de febrero 2022	$1.389.289 COP+IVA
Segundo Corte Inscripciones	10 de marzo, 2022	$1.782.832 COP+IVA
Tercer Corte Inscripciones	31 de marzo, 2022	$2.238.337 COP+IVA

Inscripciones Éxito Sostenido y Performance Marketing	Fechas	Tarifas
Primer Corte Inscripciones	24 de febrero 2022	$1.543.652 COP+IVA
Segundo Corte Inscripciones	10 de marzo, 2022	$1.979.439 COP+IVA
Tercer Corte Inscripciones	31 de marzo, 2022	$2.481.590 COP+IVA

Inscripciones Sin Ánimo de Lucro y Positive Change Bien Social/ Ambiental Sin Ánimo de lucro	Fechas	Tarifas
Primer Corte Inscripciones	24 de febrero 2022	
Segundo Corte Inscripciones	10 de marzo, 2022	$1.389.289 COP+IVA
Tercer Corte Inscripciones	31 de marzo, 2022	

Las tarifas están bloqueadas en función de la fecha de finalización de la inscripción, para considerar finalizado un caso se deben completar todos los requisitos, confirmar su inscripción y generar la proforma. Las tarifas aumentan después de las 6:00 a.m del día siguiente a la fecha límite.

Los casos no son reembolsables después de su inscripción.

Para mayor información sobre tarifas y pagos consulte el Instructivo de pagos en Effiecolombia.com

¿Cómo participar?

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

Descargue la plantilla del formulario de inscripción aquí.
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 sus clientes. La plantilla incluye todas las preguntas y requerimientos que deben completarse para inscribir su caso. Cuando ya tenga listo el formulario, los participantes deberán copiar sus respuestas a cada pregunta en la plataforma de inscripción.

Tómese el tiempo para completar todos los requerimientos dentro de la plataforma de inscripción antes de la fecha límite.

Hay formularios de inscripción específicos para las categorías de: Éxito Sostenido y Performance Marketing. El resto de las categorías utilizan el formulario de inscripción general.

Revisado por los Jurados	Otros requerimientos
❑ Formulario de inscripción	❑ Créditos otorgados a empresas e individuos
❑ Ejemplos Creativos (Reel e Imágenes)	❑ Materiales Publicitarios
	❑ Antecedentes del caso
	❑ Autorización y verificación

El Caso: Resumen

El caso inscrito debe contar la historia del esfuerzo de principio a fin. En conjunto, las secciones del formulario deben contar una historia. Los jurados son profesionales de la industria: piense detenidamiente las preguntas que pueden hacer y abordelas en sus respuestas. Debido a que los jurados revisan de 6 a 10 casos en una sesión de juzgamiento, es importante que su caso sea claro y conciso. Revise las preguntas del formulario de inscripción en detalle.

Es posible que los jurados no conozcan las normas de la categoría o matices propios de la industria a la que pertenece su marca, por lo que es fundamental proporcionar contexto en el caso escrito.

El formulario de inscripción está alineado a los pilares Effie de efectividad del marketing:

Sección de Calificación 1: Desafío, contexto y objetivos (23.3% del puntaje)

En esta sección, el jurado evalúa si tiene el contexto necesario sobre la categoría, los competidores, y la marca para entender su caso y el grado de dificultad del desafío representado por los objetivos. El jurado evaluará la idoneidad y la ambición del caso en el marco del desafío. Se tendrá en cuenta el grado de dificultad y si el participante ha proporcionado el contexto para demostrar la efectividad del caso en esta sección.

Sección de Calificación 2: Insights y estrategia (23.3% del puntaje)

Esta sección permite explicar el proceso estratégico y de pensamiento al jurado. Su idea debe nacer de estos "insights" únicos.

Sección de Calificación 3: Dando vida a la estrategia e idea (23.3% del puntaje)

Esta sección busca explicar cómo y dónde se dió vida su estrategia e idea, incluyendo las estrategias creativas, de comunicación, de medios y el trabajo creativo. El jurado está buscando entender porqué se escogieron canales específicos de mercadeo, y cómo se relacionan con su estrategia y audiencia. Sus piezas creativas como se ven en el Reel Creativo e imágenes, y el Resumen de Inversión, son juzgados en esta sección.

Sección de Calificación 4: Resultados (30.0% 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 sección 1.

El Caso: Reglas

Los siguientes aspectos llevarán a la descalificación del caso y se perderán los derechos de inscripción:

- **No cumplir con las reglas del período de elegibilidad.** Los datos presentados deben estar circunscritos al territorio colombiano durante el período de elegibilidad 1/1/2021 - 31/12/2021. No se pueden incluir resultados posteriores al 31/12/2021. Los datos anteriores al período de elegibilidad pueden incluirse para contexto. Consulte la sección Período de Elegibilidad para obtener más detalles y excepciones especiales.
- **La inscripción no cumple con los requisitos de definición de la categoría.** Las inscripciones se juzgan según la efectividad dentro de la categoría inscrita.
- **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 inversión, reel creativo, imagénes creativas). No incluya nombre de agencias en las fuentes - esto incluye otros nombres de agencias diferentes a la propia. Las fuentes de los datos deben ser referenciadas como "Investigación de agencia, Investigación de Agencia de Relaciones Públicas, Investigación Agencia de medios", etc.
- **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. Las fuentes deben ser lo más específicas posibles al documentar toda la evidencia, sin utilizar nombres de agencias. Incluya la fuente de los datos, el tipo de investigación, y el período de tiempo cubierto. En la Plataforma de inscripción podrá utilizar notas al pie de página. Encuentre mayor información en la sección de "Fuentes de Información".
- **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 entregar la traducción de los materiales.** Todos los casos con materiales creativos presentados en idioma diferente al español deben ser traducidos vía subtitulos o incluir la traducción en la casilla correspondiente en la sección de ejemplos creativos en la plataforma de inscripción.
- **No cumplir las reglas del material creativo (Reel e imágenes).** Los participantes deben seguir todas las reglas creativas resumidas en el Entry Kit. Esto incluye, pero no está limitado a: logos / trabajo creativo de competidores y resultados, los cuales no se pueden incluir en los ejemplos creativos; los límites de tiempo deben ser cumplidos. Para ver todas las reglas, incluyendo los lineamientos sobre contenido y edición, deben dirigirse a la sección de Reel Creativo en el Entry Kit.

El Caso: Fuentes de Información

Todos los datos (data), hechos, etc, incluidos en cualquier parte del formulario de inscripción deben incluir una fuente específica y verificable. Las inscripciones que no brinden fuentes serán descalificados.

En la plataforma de inscripciones el formulario de inscripción tiene un cuadro de FUENTES 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 no 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 "fuentes" enumere sus citas.

Diseño sugerido para fuentes de información

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

Nota: No se permite a los jurados visitar sitios web externos. Si cita un sitio web, por favor incluya los detalles claves de la fuente a través del texto (por ejemplo, publicación, nombre del articulo, fecha).

Orientación Adicional

- Debido al período elegibilidad específico de Effie, los participantes deben incluir las fechas cubiertas para todos los datos de resultados presentados en su caso.
- 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 solo se pueden utilizar para proporcionar citas.
- Utilice el nombre específico de la empresa para hacer referencia a una fuente, excepto cuando el origen sea una agencia (publicidad, medios 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 agencia". 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. Al igual que con otras fuentes, deben incluir toda la información relevante de la cita (tipo de investigación/dato, fechas cubiertas, etc). Las compañías de investigación deben ser citadas por su nombre y los jurados aprecian los datos de terceros cuando estén disponibles.
- Effie Worldwide se reserva el derecho de verificar la exactitud de todas las fuentes proporcionadas.

El Caso: Reel Creativo

Objetivo del reel creativo: mostrar ejemplos del material creativo con el que dio vida a la idea.

Su material creativo es evaluado como parte de la Sección de Calificación 3: Dando vida a la estrategia e idea, la cual también incluye su respuesta escrita a la preguntas 3A - 3C y los datos presentados en el Resumen de inversión. Esta sección en conjunto representa el 23.3% de la puntuación total.

Contenido

- El reel debe mostrar ejemplos del material creativo que se ejecutó en la campaña, no es un video caso. La clave es asegurar que los jurados quedaron con un buen entendimiento de cómo se dió vida a su idea y estrategia.
- Se sugiere identificar el material creativo por el tipo de medio (televisión, radio, web, etc).
- No se pueden incluir resultados de ningún tipo - esto es motivo de descalificación.
- 3 minutos máximo; no es necesario utilizar los tres minutos. Casos de Éxito Sostenido: 4 minutos máximo; revise todos los requisitos en la definición de la categoría.

Contexto del Juzgamiento

Tenga en cuenta que los jurados van a leer su caso antes de mirar su material creativo, por lo tanto no es necesario repetir el caso escrito. Los ejemplos utilizados deben haber sido ejecutados en el mercado y deben relacionarse directamente con los objetivos estratégicos y los resultados a los que se hace referencia en el formulario escrito.

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 también pueden llevar a una calificación más baja. El reel creativo debe complementar las respuestas a las preguntas 3A y 3C.

Como los jurados leen primero el caso escrito y el foco del reel es en el material creativo, no se pueden incluir resultados en el reel creativo. Por favor, recuerde no incluir resultados de ningún tipo (tampoco métricas relacionadas con desempeño en redes sociales) en su trabajo creativo.

Los jurados a menudo manifiestan su molestia cuando no se les proporcionan suficientes ejemplos del trabajo creativo y los concursantes vuelven a contar el caso escrito e incluyen declaraciones que hacen referencia a los resultados.

El Caso: Reel Creativo

El reel creativo debe incluir las piezas publicitarias tal cual se ejecutaron y experimentó su audiencia, no debe ser un video caso. Para prevenir la descalificación por favor tenga en cuenta los siguientes lineamientos:

Debe Incluir

- **Al menos un ejemplo completo** de cada uno de los puntos de contacto de comunicación integrales descritos en su respuesta en la sección de calificación 3.
- Puede editar videoclips de más de 60 segundos de video, sin embargo, se recomienda mostrar lo más que pueda del ejemplo para que los jurados tengan una comprensión clara de lo que experimentó su audiencia.
- Si presenta varíos ejemplos de un punto de contacto (por ejemplo: 3 anuncios de televisión), después de mostrar el primero por completo, podrá editar los ejemplos adicionales para cumplir con el tiempo.

No Debe Incluir

- Resultados de cualquier tipo – incluyendo números de likes de redes sociales, seguidores, etc.
- Nombres de agencias, logos o imágenes.
- Logo o trabajo creativo de la competencia. (Excepción: permitido si se incluyeron logo/trabajo de la competencia en los materiales de su campaña).
- Efectos de edición que causen confusión con la forma en que el trabajo se ejecutó en el mercado, por ejemplo, cambiar el audio en un anuncio de televisión.
- Cualquier información confidencial, considerando que los reel creativos de los casos finalistas y ganadores se harán públicos.

Especificaciones

- Un reel creativo por inscripción.
- 3 minutos de duración máxima.
  Éxito Sostenido: 4 minutos
- 250 MB tamaño máximo de archivo.
- Formato mp4.
- Alta Resolución: 16:9 a 1920x1080.
- No incluya nombres/logos de agencias en el video o en el nombre del archivo.

Talento / Licencia

- No agregue a su reel creativo, cualquier tipo de música/ imágenes de stock que no se hayan ejecutado en su trabajo original, a menos que obtenga los derechos para incluir esos materiales complementarios.
- Effie Worlwide es una organización sin fines de lucro que muestra el trabajo con fines educativos al honrar las ideas de marketing efectivas y los equipos exitosos (anunciante y agencia) que las crean. **Siempre que los elementos que aparecen en el reel creativo sean del trabajo para la campaña/esfuerzo que está ingresando, no debe tener problemas con los derechos/licencias.**

El Caso: Imágenes Creativas

Imágenes del trabajo creativo (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 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 proporcionar 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 quiera 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.
- Llame más la atención en los elementos creativos clave que desea resaltar.

Requisitos técnicos: formato .jpg, alta resolución. 15 MB max. No incluya los nombres o logos de las agencias en ningún material creativo enviado para su evaluación.

Las imágenes creativas se mostrarán publicamente si su caso es finalista o ganador.

Otros requerimientos: Publicidad

Los participantes deben proporcionar los siguientes materiales publicitarios al momento de la participación.

❑ Imagen principal de publicidad

Esta imagen debe representar a su caso. Esta será la primera imagen de su trabajo para propósitos publicitarios y promocionales si su caso es finalista o ganador.

Requerimientos técnicos: Imagen de alta resolución. Formato CMYK, 100% del tamaño. 15 MB máximo.

❑ Logos de la Agencia líder y Cliente.

Proporcione los logos de la agencia líder y el cliente. No son necesarios los logos para las empresas designadas como contribuyentes.

Requerimientos técnicos: Formato eps/ai; también son aceptados formatos jpg/png.

❑ Ejemplos Creativos del Juzgamiento

El trabajo creativo proporcionado para la inscripción (Reel Creativo e imágenes) también se utilizará para fines publicitarios.

❑ Resumen público del Caso

En 100 palabras o menos, proporcione un resumen de su caso que no debe contener información confidencial.

❑ Declaración de Efectividad

En 15 palabras o menos, proporcione una declaración que ejemplifique los resultados del caso, asegurese de no incluir información confidencial.

Otros requerimientos: Créditos

Effie reconoce que el trabajo en equipo efectivo es necesario para construir un caso exitoso. Es obligatorio dar crédito 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 para empresas

Agencia líder (1 obligatoria, 2 máximo)
Cliente (1 obligatorio, 2 máximo)
Empresas contribuyentes (0 obligatorio, 4 máximo)

Co-Agencia Líderes: Puede acreditar a una segunda agencia líder, esta será tomada como corresponsable del trabajo y recibirá el mismo reconocimiento por parte de Effie Worldwide. Para ser considerada como la segunda agencia líder, se debe certificar que el trabajo realizado por cada agencia tuvo igual peso y que cada agencia merece el mismo reconocimiento. La segunda agencia líder debe ser designada al momento de la inscripción del caso y no podrá ser adicionada o eliminada una vez terminado el periodo de inscripciones.

Trabajo In-House: Si como anunciante, se encuentra enviando un trabajo realizado In-House, por favor diligencie el formulario acreditando a su empresa como cliente líder y como agencia.

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 el Effie Index y en los diferentes espacios y publicaciones del premio si su caso es finalista o ganador.

Créditos individuales

Créditos individuales principales (0 obligatorios, 10 máximo)
Créditos individuales secundarios (0 obligatorios, 30 máximo)

Los Créditos Individuales Principales se utilizarán en situaciones en las que el espacio sea limitado; de lo contrario todas las personas se incluirán en los créditos.

Las personas acreditadas en su caso deben ser empleados actuales o anteriores de cualquiera de las empresas acreditadas.

La política Effie es que sólo aquellos acreditados al momento de la inscripción, merecen el reconocimiento en caso de ganar. En ningún momento se permitirá que individuos o empresas acreditadas al momento de la inscripción sean eliminadas o reemplazadas.

Créditos del cliente y la agencia principal son permanentes al finalizar la inscripción y no se pueden eliminar o agregar después de enviar la misma. Todas las agencias, anunciantes o individuos acreditados deberán ser revisadas de manera cuidadosa por los líderes de la empresa. Todos los créditos deben ser aprobados por los líderes al firmar el "Formulario de Autorización" disponible en la plataforma de inscripción una vez se haya diligenciado la sección de créditos.

Es posible agregar créditos de las empresas e individuos después de finalizar la inscripción sólo si en el caso no se han acreditado el número máximo permitido. Las adiciones de créditos requieren una tarifa de $300.000 y no se permitiran ediciones / adiciones de créditos después del 31 de marzo. Todas las solicitudes de créditos serán revisadas y aprobadas a discreción de Effie Worldwide y no son garantizadas.

Confidencialidad y Publicación

Effie Awards Colombia es una organización sin ánimo de lucro que representa la efectividad en los esfuerzos de marketing, resaltando aquellas ideas que funcionan y que ayuden en el desarrollo de la industria. 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:

Aportando al desarrollo 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.

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 a partir de sus inscripciones.

Mostrando el éxito de su equipo en lograr uno de los máximos honores de marketing del año.
Effie ayuda atraer nuevos talentos, demostrar la importancia del marketing en los negocios y fortalecer las relaciones agencia-cliente.

Respetamos que las incripciones puedan contener información confidencial. En la plataforma de inscripciones se solicita a los participantes definir los permisos para la publicación de sus casos inscritos. Los concursantes podrán seleccionar alguna de las siguientes opciones:

"Publicar el caso escrito como fue inscrito"

Usted acepta que el formulario de inscripción escrito puede publicarse, reproducirse y utilizarse tal como fue enviado para propósitos educativos.

"Publicar el 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; sin embargo, no puede redactar toda la sección de resultados.

La única parte del caso presentado al concurso que debe contener información confidencial es el caso escrito. Por esta razón, el caso escrito es la única parte de la inscripción que se incluye en el permiso de publicación presente arriba. El material creativo (reel creativo e imagenes), resumen del caso y la declaración de efectividad solicitadas en el formulario no deberán contener información confidencial, y podrán ser publicadas de diferentes maneras (Effie.org, sitios web y publicaciones de Effie) junto con su caso inscrito, si su caso se convierte en finalistas o ganador. El trabajo enviado debe ser original y usted debe tener los derechos para enviarlo.

Confidencialidad y Publicación

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.

Juzgamiento

Las jornadas de juzgamiento tienen estrictos protocolos de confidencialidad y están supervisadas de forma segura por los presidentes de mesa y el equipo Effie. Los jurados firman acuerdos de confidencialidad antes del inicio de las jornadas de juzgamiento. Los jurados tienen prohibido retirar o descargar materiales de las sesiones de juzgamiento, hacer grabaciones o fotografías del material presentado y son asignados individualmente con inscripciones y categorías que no plantean un conflicto de interés. Por ejemplo, un jurado de la industria de bebidas no juzgará la categoria de Bebidas.

Informacion indexada

A pesar de que el proceso de juzgamiento es confidencial y los participantes pueden definir los permisos de publicación de sus casos inscritos, Effie entiende que algunos concursantes pueden tener 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. Asegúrese de incluir contexto para que los jurados comprendan la importancia de los datos. Adicionalmente, a menos que los concursantes autoricen la publicación del material como fue presentado, sólo los jurados verán la información enviada en sus casos inscritos.

Material creativo y Material publicitario

Al inscribir su caso al concurso, todo el material creativo (reel creativo, imágenes y material de publicidad), resumen del caso y declaración de efectividad se convierten en propiedad exclusiva de Effie Worldwide y Effie Awards, sin opción de devolución. Al inscribir su trabajo en la competencia, Effie Worldwide y Effie Awards adquieren el derecho de realizar copias, reproducir y 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. Debido a que se publicará el material publicitario y el material creativo de todos los finalistas y ganadores, no se debe incluir información confidencial en estos elementos.

Consulte la sección de Reel Creativo del Entry Kit de participación para obtener más orientación sobre licencias / talentos.

En circunstancias extraordinarias, Effie revisará las solicitudes para enviar un reel creativo editado para su publicación. Dichas solicitudes deben enviarse si el caso se convierte en finalista, debido a que los reels creativos de los casos que no sean finalistas, solo los verán los jurados y no serán publicados.

Confidencialidad y Publicación

El período de elegibilidad de este año es Enero 1, 2021 - Diciembre 31, 2021 y los premios se entregarán en el segundo semestre de 2022.

Empresas de todo el espectro, desde grandes a pequeñas y de todos los sectores de la industria, participan en los premios Effie. La política de confidencialidad de Effie Worldwide, la capacidad de indexar datos, la capacidad de establecer permisos de publicación, etc.se establecen para garantizar que cualquier empresa pueda ingresar su trabajo efectivo sin dudarlo.

Le recomendamos nominar a las personas en cargos directivos de sus clientes o agencias para que sean miembros del jurado. Participar como jurado es una de las formas más valiosas de aprender sobre el premio, entender cómo funciona el juzgamiento y vivir nuestras reglas de seguridad y confidencialidad de primera mano.

Para nominar un jurado complete nuestro formulario **https://forms.gle/mujgtjDgVJ833zj36**

Effie Index

El Effie Index (effieindex.com), el ranking mundial de efectividad del marketing, utiliza los créditos presentados al momento de inscripción para tabular los rankings anuales. Los rankings incluyen: anunciantes, marca, agencia, agencia independiente, red y holding.

Si su caso se convierte en un finalista o ganador de Effie 2022, los créditos enviados se utilizarán para calcular los resultados del Effie Index. Debido a que se otorgan valores de puntos diferentes a las compañías líderes y contribuyentes, es fundamental que todas las marcas y compañías estén debidamente acreditadas en el momento de la inscripción.

Solicitamos a todos los participantes 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 que se enumera en la pestaña Créditos otorgados a empresas e individuos en la Plataforma de inscripción. Independientemente de si la ciudad se incluye o no en el campo "Nombre de la agencia", las clasificaciones del Index se basarán en la ubicación de la oficina utilizando los campos ciudad/país. 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 de la ubicación de su oficina puedan ser tabulados juntos.

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.

Juzgamiento

Su inscripción será evaluada por líderes empresariales con gran experiencia en la industria. Nos apoyamos en su experiencia no solo para juzgar el trabajo de sus pares, sino también para resaltar aprendizajes para la industria en general. Las inscripciones se juzgan en dos fases. En ambas rondas, los jurados evalúan el caso escrito y el material creativo. La calificación se realiza de forma anónima y confidencial. Los jurados proporcionan comentarios sobre cada caso para el Insight Guide.

A los jurados se les asignan casos con los que no tengan un conflicto de interés. Por ejemplo, un jurado con experiencia en automóviles no revisaría casos de Automotriz. Por esta razón, es fundamental que los participantes proporcionen un contexto de mercado y categoría en sus inscripciones. Ofrezca a los jurados una comprensión clara de la situación de la categoría y explique qué significan sus KPI's en el contexto de su categoría.

Las evaluaciones de los jurados determinan qué casos serán finalistas y qué finalistas recibirán un trofeo de oro, plata o bronce. El nivel de finalista y cada nivel ganador (oro, plata, bronce) tienen puntajes mínimos requeridos. Los trofeos Effie se otorgan en cada categoría a discreción de los jurados. Es posible que una categoría produzca uno o varios ganadores de cualquier nivel o tal vez ningún ganador, sin importar el número de finalistas.

Los casos ganadores de oro con las puntuaciones más altas son elegibles para el premio Gran Effie. El Gran Effie, representa el caso más efectivo entre los inscritos en la competencia de cada año. Dado que el gran jurado es senior y expresan su opinión colectiva, el caso ganador representa tanto el caso más efectivo del año como un mensaje que se enviará a la industria sobre lecciones para el camino a seguir. Solo un número selecto de los casos ganadores de oro con las puntuaciones más altas y mejores comentarios del jurado, se consideran candidatos al premio Gran Effie.

En todas las rondas de juzgamiento, los jurados proporcionan puntajes en las cuatro secciones de calificación de Effie:

Desafío, contexto y objetivos	Insights y estrategia	Dando vida a la estrategia e idea	Resultados
23,3%	23,3%	23,3%	30,0%

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 innovadora y perspicaz, una creatividad efectiva y resultados en el mercado que prueban que funcionaron. A medida que la competencia continúa creciendo, ganarse un Effie se vuelve cada vez más difícil.

Las notificaciones de los ganadores se enviarán en el segundo semestre de 2022. Los ganadores recibirán información adicional sobre la Ceremonia de Premiación.

Dos trofeos son entregados a los equipos ganadores de la agencia líder y el cliente. De manera estándar, los trofeos serán grabados con el nombre de la agencia líder y el anunciante de la campaña, a menos que se designen agencias co-líderes o co-anunciantes, en cuyo caso ambas agencias/clientes líderes aparecerán en el trofeo. Los trofeos de cortesía serán entregados al contacto principal de la agencia líder, después de la ceremonia de premiación.

Si su caso es finalista o ganador, puede comprar trofeos y certificados personalizados adicionales con su elección de empresas acreditadas o individuos presentados.

Para ordenar trofeos & certificados escriba a effie@effiecolombia.com

Categorías

Límite de Categorías

Para honrar aún más su excelente trabajo, las campañas se pueden inscribir en un **máximo de cuatro categorías.**

Solo una inscripción en categorías de industria, y tres para categorías especiales. No es obligatorio inscribir el caso en una categoría de industria. En su lugar, puede inscribir cuatro casos en categorías especiales.

Cada caso debe adaptarse a la categoría inscrita. Es común que el jurado exprese que es díficil evaluar un caso porque no está adaptada en la que está inscrita.

Debe completar un formulario de inscripción individual y pagar la tárifa para cada categoría.

Effie Awards se reserva el derecho a recategorizar casos, dividir o cambiar las definiciones de las categorías y descalificar una inscripción en cualquier momento. Las pruebas de mercadeo no son elegibles en Effie Awards Colombia.

Categorías de Industria

Hay veinticinco categorías de industria para elegir. Las descripciones de las categorías ofrecen una guía de acuerdo al tipo de productos y servicios que pueden inscribir casos en aquella categoría, sin embargo no es una lista exclusiva.

Categorías especiales

Las categorías especiales están diseñadas para resolver una situación específica del negocio o reto. Hay veinticinco categorías especiales con enfoque en audiencias, desafíos comerciales, salud, medios, shopper marketing y tendencias de las industria.

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 los criterios de la definición específica de la categoría.

Categorías de industria

Alimentos	Extensión de línea	Retail
Automotriz	Gobierno y Servicios Públicos	Servicios Financieros
Bebidas Alcohólicas	Higiene y Cuidado Personal	Seguros
Bebidas no Alcohólicas	Internet y Telecomunicaciones	Sin Ánimo de Lucro ¡NUEVA!
Belleza y Moda	Juegos y deportes electrónicos ¡NUEVA!	Snacks, Postres y Golosinas ¡NUEVA!
Compañías de Medios y Entretenimiento	Lanzamientos	Software y Aplicaciones
Cuidado de mascotas ¡NUEVA!	Productos y Servicios para el Cuidado de la salud	Transporte, viajes y turismo
Cultura y Arte	Productos y Servicios del Hogar	
Educación y Formación ¡NUEVA!	Restaurantes y Comida Rápida	

Categorías Especiales

Bajo Presupuesto	Éxito Sostenido	Renacimiento
Branded Content	Marketing Experiencial - Productos (Anteriormente Experiencia de Marca - Productos)	Reputación Corporativa
Data Driven Media		Respuesta a la crisis / Cambio de dirección
David y Goliat	Marketing Experiencial - Servicios (Anteriormente Experiencia de Marca - Servicios)	**Categorías Positive Change**
E-Commerce	Gran Idea de Medios	Positive Change Ambiental Marcas
Categorías Digitales	Marketing Estacional	Positive Change Bien Social Marcas
Engaged Community	Marketing Innovation Solutions	Positive Change Bien Social/ Ambiental Sin Ánimo de lucro
Influencer Marketing	Omnichannel Shopper Solution	Positive Change Bien Social Diversidad, Equidad e Inclusión
Performance Marketing	Promociones	
Social Media	Real Time Marketing	

Contacto

Consulta sobre el proceso de inscripción, materiales, categorías, reglas, etc.
effie@effiecolombia.com
Preguntas sobre modalidad de pago
effie@andacol.com.co, contabilidad@andacol.com
Juzgamiento Effie
Formulario aplicación jurados: https://forms.gle/mujgtjDgVJ833zj36 effie@effiecolombia.com
Preguntas sobre Insight Guide
effie@andacol.com.co
Oportunidades de patrocinio
effie@andacol.com.co