



2018
effie
awards
colombia

Effie Awards Colombia Bases del concurso 2018

Acerca de Effie Awards

Effie Awards, ideas que funcionan. Grandes ideas, que originan estrategias, que logran resultados. Si un caso tiene una estrategia basada en un notable insight, creatividad estratégicamente orientada y sus resultados prueban su éxito, entonces califica para ganar un Effie. La importancia de este concurso ha sobrepasado ampliamente las fronteras de su país de origen. En la actualidad se organiza en más de cuarenta países de Europa, Asia, América del Norte y Suramérica.

Cada año nuestra industria produce cientos de casos. Solo algunos logran pleno éxito en vencer todas las barreras y en alcanzar sus objetivos. La efectividad en las comunicaciones de marketing, por lo tanto, es y seguirá siendo el gran desafío enfrentado por anunciantes, agencias y medios.

Effie Awards Colombia, constituye la única instancia profesional de evaluación en nuestro medio, que centra su preocupación en promover y reconocer la efectividad de las comunicaciones comerciales.

Tabla de contenido

Presentamos la edición 2018	4
Información general	6
Plazos y tarifas	6
Periodo de elegibilidad.....	7
Inscripción de casos ganadores en ediciones anteriores.....	8
Inscripción de casos en múltiples categorías	8
Juzgamiento y calificación	9
Filtro Técnico	9
Comisarios	9
Presidente y vicepresidente de mesa de jurado	9
Jurado	10
Sistema de calificación	10
Primera ronda de juzgamiento.....	12
Ronda final de juzgamiento.....	12
El Gran Effie	12
Trofeos y certificados	12
Confidencialidad	14
Resumen	14
Permiso de publicación.....	14
Temas de confidencialidad relacionadas con el material presentado	15
Proceso de juzgamiento	15
Información indexada	15
Material creativo e información solicitada con fines publicitarios.....	16
Confidencialidad en el material creativo	16
Requisitos del caso	16
Aspectos Importantes	16
Plataforma de inscripciones On-line	17
Motivos de descalificación.....	17
Créditos	18
Créditos Como organización.....	18
Política de modificación de créditos.....	19
Formulario de inscripción	19
Plataforma de inscripciones en línea.....	19
Fuentes y recursos	20
Requisitos de formato	21
Reel creativo	22
¿Qué es un Reel creativo?.....	22
Para crear un Reel efectivo concéntrese en su ejecución creativa	22
Frases de cierre o conclusión	22
Edición del video creativo: características persuasivas	23
Características especiales del reel creativo para la categoría de éxito sostenido	24
Requerimientos técnicos	25
Lineamientos	25
Otro material creativo	25



2018
effie
awards
colombia

Imágenes de apoyo	25
Imágenes con fines publicitarios	25
Categorías 2017	27
Productos	27
Servicios	28
Categorías especiales.....	29
Chequeo Final	35
Recuerde completar los siguientes pasos:.....	35
Importante	36
Contacto Effie	37
Acerca de la ANDA	37

2018 effie awards colombia

Presentamos la edición 2018

Es con gran placer que los invito a ser parte de los Effie Awards Colombia 2018. Como todos los años, nos motivan 2 razones de gran importancia:

- Celebrar las comunicaciones de marketing más efectivas del año, en el concurso sobre efectividad en comunicaciones comerciales más prestigioso del mundo.
- Tener la oportunidad de aprender y compartir de las mejores prácticas en publicidad y mercadeo. Sin duda, usted y su equipo aprenderán muchas cosas nuevas y valiosas al construir sus casos, y a su vez, estos casos de éxito se convertirán en ejemplos de mejores prácticas para nuestra industria.

En la larga historia de Effie Awards, además de ser el más reconocido premio a la efectividad a nivel mundial, nos llena de orgullo nuestra herencia educativa. Cada año, muchos casos de éxito presentados al concurso se convierten en casos de estudio para la Effie Worldwide Database. Este es un repositorio para aquellas ideas que funcionan en el marketing y la publicidad a nivel global, donde el conocimiento compartido de mejores prácticas nos ayuda a hacer un mejor mercadeo y una mejor publicidad.

¿Qué hay de nuevo para esta edición?

Para este año, realizaremos el lanzamiento de Effie Impacto Positivo, una celebración de los esfuerzos de mercadeo que son efectivos en tratar temas sociales y ambientales. Ofrece cuatro categorías nuevas, impacto positivo ambiental - marcas, impacto positivo ambiental - sin ánimo de lucro, impacto positivo social - marcas e impacto positivo social - sin ánimo de lucro. También contaremos con la nueva categoría de especialidades, Shopper Marketing, que reconoce los esfuerzos más efectivos diseñados para involucrar al comprador y guiar su proceso de compra.

También contaremos con el señor Carlos Eduardo Upegui, presidente del Banco Popular, como presidente del jurado Effie, quien ofrecerá una mirada general desde su experiencia que oriente al grupo de jurados en su tarea de juzgamiento.

Apoyo a concursantes

Como ya es costumbre, seguiremos construyendo competencias en las agencias y los anunciantes a través de nuestros Workshops de Efectividad Effie, desarrollados en Barranquilla, Cali, Medellín y Bogotá.



Asimismo, previa solicitud de agencias y anunciantes, acudiremos a sus empresas a realizar réplicas de estos encuentros y a resolver dudas de manera personalizada con sus equipos de trabajo.

Contaremos con el documento Feedback del jurado, el cual, en breves páginas, describe los más importantes consejos de los jurados para realizar una inscripción efectiva.

Espero tener la oportunidad de conversar con varios de ustedes muy pronto en los eventos que se realizarán durante esta temporada de Effies y por supuesto, en nuestra gala a realizarse en el mes de mayo del 2018.

Por favor, si durante el transcurso de la competencia surgiera alguna duda, todo el equipo de los premios Effie y de la Asociación Nacional de Anunciantes, organizadores del concurso, bajo licencia de Effie Worldwide Inc. nos encontramos a su disposición para atenderles.

¡A todos les deseo los mayores éxitos!


ELIZABETH MELO ACEVEDO
Presidenta ejecutiva
Asociación Nacional de anunciantes de Colombia





2018
effie
awards
colombia

Información general

Plazos y tarifas



2018
2018
2018

S

LO INVITAMOS A CONSULTAR LA INFORMACIÓN DETALLADA SOBRE PLAZOS Y TARIFAS, EN EL "INSTRUCTIVO DE PAGOS" QUE PODRÁ ENCONTRAR EN WWW.EFFIECOLOMBIA.COM SECCIÓN: **PASO 5 - ZONA DE PAGOS.**

Periodo de elegibilidad

Podrán concursar todos los esfuerzos de marketing y publicidad ocurridos y que demuestren resultados en Colombia desde el **1 de enero de 2017 y hasta el 31 de diciembre de 2017**, aun cuando el inicio de las campañas se haya dado con anterioridad, o estas sigan vigentes después del periodo indicado.

Por favor, tenga en cuenta que:

- Todos los esfuerzos de marketing ocurridos en el país durante el periodo de elegibilidad para la presente edición son susceptibles de ser inscritos al concurso. Estos pueden ser campañas completas, o esfuerzos puntuales dentro de una campaña particular.
- No se deben incluir resultados más allá de la fecha final de elegibilidad. Esto podría dar lugar a descalificación.
- No obstante lo anterior, es preferible y recomendado presentar detalles de la situación del mercado, de la categoría o de su marca anteriores a la fecha de su campaña, como una manera de proporcionar contexto suficiente a los jueces que puedan no estar familiarizados con el desempeño de su negocio.
- Como mínimo, los casos inscritos en la categoría de “éxito sostenido” deberán presentar resultados entre los meses de **enero de 2015 y el mes de diciembre de 2017**, teniendo en cuenta que los resultados solicitados para esta categoría deben corresponder a 1 año inicial, 1 año intermedio y 1 año final. Para mayor información acerca de la categoría de “éxito sostenido”, por favor diríjase a la definición de la categoría en la sección correspondiente de este mismo documento.
- Los datos y resultados presentados en el caso inscrito, deben circunscribirse de manera exclusiva al territorio colombiano.

Effie Awards Colombia se reserva el derecho a re categorizar los casos inscritos, dividir o redefinir categorías, y a rechazar la inscripción de un caso en cualquier momento, por lo tanto se recomienda a los participantes revisar los requisitos de cada categoría y del concurso en general.

Effie Awards Colombia no aceptará casos que consistan en pruebas de campañas de publicidad o mercadeo.

No existe limitación en el número de casos a presentar. Igualmente, puede participar más de un caso para una misma marca, producto, servicio o institución.

La transparencia, responsabilidad corporativa y la sostenibilidad serán componentes transversales del proceso de construcción, inscripción, y juzgamiento de los casos. No podrá participar ningún caso que haya sido sancionado por la

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria CONARP o por los organismos administrativos de inspección, vigilancia y control competentes.

No podrá participar ningún caso de propaganda electoral.

Inscripción de casos ganadores en ediciones anteriores

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

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

Inscripción de casos en múltiples categorías

Tenga en cuenta que para la edición 2018 de los el Effie Awards Colombia, se podrá inscribir un mismo caso en una sola categoría de productos/servicios, pero en múltiples categorías especiales. Para cada una de las categorías en la que inscriba su caso deberá pagar una tarifa de inscripción individual y diligenciar el correspondiente formulario de inscripción.

Cada caso deberá ser escrito, respetando las características de la categoría en la que concurra y personalizándolo de manera que responda a los requisitos particulares de dicha categoría.

Effie Awards Colombia se reserva el derecho a recategorizar los casos inscritos, dividir o redefinir categorías, y a rechazar la inscripción de un caso en cualquier momento.

Juzgamiento y calificación

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:

1. Extensión del caso: que en ningún momento podrá exceder las 7 páginas.
2. Número de categorías a las que un mismo caso fue inscrito según la regla de 1 sola categoría de productos/servicios, múltiples categorías de especialidades.
3. Correspondencia de la información del caso con la categoría
4. Cumplimiento de especificaciones técnicas del material creativo entregado.
5. Cumplimiento del periodo de elegibilidad de la campaña.
6. 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. Por ejemplo: reclasificación de un caso dentro de una categoría, descalificación de un caso, contenido de criterios de calificación, etc.

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 de él garantizar el nivel de los debates que se presenten en la mesa que lidera, velando por la pertinencia de las intervenciones y que estas estén basadas en argumentos y no en juicios de valor. Verifica inhabilidades.

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

Jurado

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

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

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

Durante la edición 2018 de los Effie Awards Colombia, sus casos serán juzgados por algunos de los más brillantes y experimentados líderes de la industria del mercadeo y la publicidad de Colombia y la región. Los casos serán evaluados en dos etapas, y el proceso de evaluación y calificación es anónima y confidencial en ambas rondas de juzgamiento.

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

Inhabilidades

Effie Awards busca garantizar las mejores condiciones para que todos los casos sean evaluados de manera transparente y en condiciones de equidad, por

profesionales expertos. Es por esto, que evitar conflictos de interés es fundamental para el óptimo desarrollo de las jornadas de evaluación.

Posibles conflictos de interés son:

- El jurado hizo o hace parte de una organización o empresa que compite en el mismo sector que el caso que está siendo juzgado
- El jurado hace parte de la agencia, holding y/o empresa que desarrolló el caso a evaluar

En estos casos, el jurado deberá declararse inhabilitado para la evaluación del caso particular y abstenerse de calificar.

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

Sistema de calificación

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

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

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

	Adicionalmente, calidad y credibilidad de la evidencia con que se demuestran (30%)
--	--

Los jurados son especialmente escogidos para evaluar casos que no representen en ellos conflictos de intereses. Por ejemplo, un jurado con experiencia y trayectoria en el sector automotriz no podrá revisar casos de la categoría “automóviles”.

Es por esta razón que resulta importante proveer contexto suficiente a los jurados a través del caso escrito, con el propósito de dar suficiente información acerca de la situación de la categoría y explicar sus objetivos en el contexto de su categoría en particular. Por ejemplo, ¿qué significa un incremento del 1% en el sector de bebidas?, o ¿cuál ha sido el desempeño pasado de su marca?, etc.

Primera ronda de juzgamiento

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

Ronda final de juzgamiento

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

El Gran Effie

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

Trofeos y certificados

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



2018
effie
awards
colombia

Si su caso fue ganador en la edición 2017 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@andacol.com.co con el asunto “Copia trofeos Effie”.

∞
2017
2018
effie
awards
colombia

Confidencialidad

Resumen

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

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

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

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

Permiso de publicación

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

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

Los concursantes podrán seleccionar alguna de las siguientes tres opciones:

1. Permiso de publicación completa: otorga permiso a Effie Worldwide y a Effie Awards Colombia para publicar, reproducir y utilizar el caso escrito tal cual como fue enviado a la organización, para propósitos educativos.

2. Permiso de publicación con edición: autoriza la publicación, reproducción y utilización del material para propósitos educativos una vez el concursante haya realizado la edición del material, con el propósito de proteger datos sensibles.
3. Bajo revisión: solo en caso de convertirse en finalista o ganador se discutirá la posibilidad de publicación del caso, teniendo el concursante la posibilidad de no autorizar la utilización del material.

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

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

Temas de confidencialidad relacionadas con el material presentado

Proceso de juzgamiento

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

Información indexada

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

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

Material creativo e información solicitada con fines publicitarios

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

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

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

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

Confidencialidad en el material creativo

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

Requisitos del caso

Aspectos Importantes

La información entregada al concurso en el “Formulario de Inscripción” es esencial y requerida para una correcta evaluación por parte del Jurado. No se aceptará información complementaria; el espacio provisto en el formulario es suficiente para la información que se solicita. La veracidad de la información será avalada por los

firmantes del “formulario de autorización”, éstos deberán ser personas con capacidad para autorizar la participación del caso en el concurso, su firma será garantía de confiabilidad de la información presentada y de aceptación de todos los términos y condiciones del concurso.

Plataforma de inscripciones On-line

Todos los casos para la edición 2018 de los Effie Awards Colombia deberán ser inscritos a través de la plataforma online dispuesta para este propósito por la organización del concurso. No es necesario enviar copias físicas de los materiales relacionados con la inscripción.

Con el propósito de facilitar a los participantes trabajar un documento borrador de sus respuestas que les permita trabajar de manera colaborativa con su equipo, un formato de formulario de inscripción estará disponible en la página web www.effiecolombia.com; sin embargo, es importante recordar que la inscripción de casos debe hacerse completamente a través de la plataforma dispuesta para este propósito por la organización del concurso.

Motivos de descalificación

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

Datos sin referencia

Todos los datos, hechos, cifras, etc. presentados en cualquier lugar del formulario inscripción deben hacer referencia a una fuente específica y verificable. Todas las fuentes deben ser tan específicas como sea posible para documentar toda la evidencia de éxito de su caso; tenga en cuenta la necesidad de proporcionar, por ejemplo, la fuente de sus datos, el tipo de investigación realizada, y el periodo de tiempo cubierto por la misma. Por favor, no incluya ningún nombre de agencia en sus fuentes, esto aplica para todas las agencias incluida la suya. En caso de necesitar hacer referencia a una agencia como fuente de información, indíquela como “Agencia de investigación”, “Agencia de relaciones públicas”, “Agencia de medios” etc.

Nombres o logos de agencias

Effie es una competencia “agency-blind”. Esto significa que ningún nombre o logo de agencia, de ningún tipo, deberá ser incluida en ninguno de los materiales que se pondrán a disposición de los jurados para evaluación.

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.

Presentar resultados por fuera de las fechas de elegibilidad

Los datos presentados al concurso deben estar circunscritos al territorio colombiano durante el periodo de elegibilidad de la correspondiente edición 2018.

No aportar la traducción de los materiales

Todos los casos con materiales creativos presentados en idioma diferente del español deben incluir la traducción de los mismos, O en su defecto ser subtítulos.

No cumplir con los requisitos de formato establecidos por el concurso

Créditos

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

Créditos Como organización

- Effie reconoce el trabajo en equipo necesario para crear un caso de efectivo. Como concursante es su responsabilidad conceder los créditos a todos los participantes tanto estratégicos como creativos que contribuyeron con su esfuerzo al éxito de su caso. En el formulario de autorización, disponible en www.effiecolombia.com, y en la plataforma de inscripción, encontrará espacio para acreditar un máximo de dos agencias principales, dos clientes y cuatro agencias contribuyentes. Como mínimo debe acreditarse a 1 cliente y 1 agencia principal.
- Si como anunciante, se encuentra enviando un trabajo realizado in-house, por favor diligencie el formulario acreditando a su empresa como cliente principal y como agencia. De la misma manera puede incluir a otras empresas o agencias que lo apoyaron en el desarrollo de su esfuerzo.
- Es posible acreditar hasta 2 agencias como agencias principales, estas serán tomadas como corresponsables del trabajo y recibirán el mismo reconocimiento en caso de resultar finalista o ganadoras. Sin embargo, con el propósito de considerar a 2 agencias como corresponsables, se deberá

certificar que el trabajo realizado por cada agencia tuvo igual peso y que cada agencia merece el mismo reconocimiento. Las agencias corresponsables deben ser designadas al momento de la inscripción del caso y no podrán ser adicionadas o removidas una vez terminado el periodo de inscripciones.

- Lo invitamos a considerar cuidadosamente al momento de inscribir su caso el aporte de todas las compañías y agencias participantes, y aquellas a quienes se les otorgará crédito por la campaña teniendo en cuenta que éstas no podrán ser adicionadas o removidas una vez terminado el período de inscripciones.
- Por favor, verifique que los nombres de las agencias y clientes participantes se encuentren escritos de manera correcta, con el propósito de que sean apropiadamente reconocidos en los diferentes espacios y publicaciones del premio.

Política de modificación de créditos

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

Formulario de inscripción

Plataforma de inscripciones en línea

- La plataforma de inscripciones para los Effie Awards Colombia 2018 estará disponible en línea a partir del 22 de noviembre del 2017 en la página web www.effiecolombia.com

Fuentes y recursos

Todos los datos, hechos, cifras, etc., incluidos en cualquier parte del formulario deben incluir una fuente específica y verificable. Las entradas que no especifiquen las fuentes de la información suministrada podrá ser descalificadas.

Igualmente:

- Sea lo más específico posible para documentar toda la información presentada; proporcione las fuentes de datos, investigaciones y el período de tiempo cubierto por ellas. Debido al período de elegibilidad específico de Effie, es decisivo incluir las fechas para todos los resultados presentados en su caso.
- No se requiere que siga un formato específico para referenciar fuentes, sin embargo, Effie recomienda decididamente incluirlas en la información de su caso. En la plataforma de inscripciones en línea, se proporcionará una casilla denominada "fuentes" en la parte inferior de cada sección en la cual se le invita a proporcionar la información detallada. Esto le permitirá proporcionar su fuente sin que esta esté incluida en el límite de palabras para cada pregunta. Como alternativa, puede incluir sus fuentes entre paréntesis junto al dato que corresponda.
- Fuentes aceptables pueden ser: datos de anunciantes, investigación de agencias o empresas, e investigaciones de terceros. Utilice el nombre específico de la empresa que proporciona la información para hacer referencia a una fuente, excepto cuando la fuente sea una agencia (publicitaria, de medios, etc.).
- Debido a que Effie es una competencia "agency-blind" se requiere que la investigación de la agencia sea referenciada como "Investigación de Agencia", sin especificar el nombre de la misma o incluir su logo. Esto se aplica a todas las agencias, no se limita a la agencia concursante.
- No obstante lo anterior, trate de ser lo más específico posible sobre dicha fuente (período de tiempo cubierto, tipo de investigación, etc.)
- Este requerimiento, sobre los datos de las fuentes de información no se limitan a la sección de resultados. Asegúrese de que todos los datos del formulario de inscripción estén correctamente referenciados.
- Effie Awards Colombia se reserva el derecho de revisar todas las fuentes proporcionadas por los concursantes para verificar su exactitud.

Requisitos de formato

No incluya logotipos ni material creativo de su competencia.

Los logotipos de sus competidores y su trabajo creativo no se pueden incluir en ninguna parte de su formulario de inscripción o reel creativo.

No incluya capturas de pantalla u otras imágenes de los elementos creativos de su trabajo en el formulario de inscripción

Estos deben ir en su Reel creativo para la evaluación del jurado. No incluya ningún elemento gráfico en su formulario de inscripción escrito.

Responda todas las preguntas.

Si una pregunta no es aplicable a su caso, debe indicarlo directamente en el espacio destinado a la respuesta de la pregunta en cuestión. La plataforma de inscripciones no le permitirá continuar con el proceso si deja alguna pregunta sin diligenciar.

Se deben seguir las reglas y los límites de tiempo para el Reel creativo.

Los nombre y logotipos de sus competidores o su material creativo no se pueden incluir en ninguna parte de su formulario de inscripción o reel creativo. Todos los casos en competencia tienen un tiempo máximo de 4 minutos para su Reel creativo. Los participantes también deben seguir todas las demás reglas para el Reel creativo incluidas en este documento, entre otras: no incluir resultados (aplica también para métricas de desempeño en redes sociales), mantenga el foco en la presentación de ejemplos de su propio trabajo creativo, no incluya logos, nombres o trabajo de su competencia, etc.

Excepción: Los casos presentados a la categoría de “éxito sostenido” tienen un límite de tiempo de 5 minutos para su Reel creativo y deben seguir los requisitos específicos de este como se indica en el presente documento.

Reel creativo

¿Qué es un Reel creativo?

El Reel creativo debe mostrar la creatividad que llevó la gran idea a la vida. No se trata de una versión en video de su caso escrito. Es una manera de mostrar a los jurados su trabajo tal como fue exhibido al público. Los jueces a menudo manifiestan su molestia cuando no se les proporcionan suficientes ejemplos del trabajo creativo y los concursantes dedican demasiado tiempo a volver a contar la historia ya contada en su formulario de inscripción.

Los jueces alientan a dedicar no menos del 70% de su Reel creativo a mostrar ejemplos de su trabajo. Los elementos creativos y de comunicación presentados deben relacionarse directamente con sus objetivos estratégicos y resultados indicados en el formulario de inscripción, y deben haber sido efectivamente exhibidos al público.

No es necesario incluir ejemplos de todos los elementos indicados en la lista de “puntos de contacto” de comunicaciones del formulario de inscripción, solo aquellos que se consideren determinantes para el éxito de su caso. Es motivo de bajas calificaciones si, por ejemplo, la importancia de los anuncios impresos se menciona en el caso escrito, pero no se demuestra en el Reel creativo. Del mismo modo, los elementos creativos que se muestran en el Reel, pero no se describen en el caso escrito.

Por favor, al crear su Reel tenga en cuenta las respuestas dadas en la sección número 3 del formulario de inscripción y en el anexo de medios.

Para crear un Reel efectivo concéntrese en su ejecución creativa

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

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

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

- Los jueces son prevenidos, en el sentido que, cualquier resultado exhibido en el reel creativo es causal descalificación.
- Es mejor no incluir ninguna referencia a los resultados, así los jueces pueden más concentrados en los méritos de su caso, que en tratar de advertir potenciales causales de descalificación.
- Visualmente, está prohibido mostrar cualquier resultado, incluyendo métricas relacionadas con redes sociales.

Edición del video creativo: características persuasivas

Es posible utilizar características de edición en el reel creativo, para explicar mejor el trabajo que se está mostrando. Sin embargo, tenga en cuenta que sólo podrá utilizar aquellos recursos cuando estos no interfieran con la habilidad de los jueces para interpretar cómo fue que el trabajo ocurrió en el mercado.

Por ejemplo, no es permitido incluir una pista de música adicional a un comercial de televisión, cuando en la emisión original del comercial esta música no estaba incluida. Es posible incluir pistas de música mientras el concursante tenga los derechos/permisos para utilizarlas, por ejemplo, mientras sus piezas creativas se proyectan, pero debe hacerse claridad que cuando ese material fue exhibido al público no contó con la música incorporada a través del proceso de edición.

Si se está presentando a consideración de los jurados material creativo en un idioma diferente al español debe contar con la debida traducción o subtítulos incluidos.

Teniendo en cuenta el límite de cuatro minutos establecido por Effie Awards Colombia como duración máxima del reel creativo, los comerciales o videos con una duración mayor a este tiempo deberán ser editados para cumplir con el requisito de tiempo límite indicado.

El uso de imágenes y música está permitido siempre y cuando el concursante cuente con los derechos/permisos correspondientes, y de tal manera que no induzcan al error al jurado acerca de la manera como las piezas creativas fueron exhibidas al público.

Recuerde, el propósito principal del reel creativo es mostrar a los jurados su trabajo tal cual como fue exhibido al público originalmente.



Ejemplo de un buen reel creativo: [24030.webm](#)

Características especiales del reel creativo para la categoría de éxito sostenido

Teniendo en cuenta las características especiales de la categoría de “éxito sostenido”, el reel creativo de los casos presentados en esta categoría podrán tener un límite máximo de 5 minutos, en lugar de los 4 minutos otorgados a las otras categorías. Lo anterior, porque los concursantes deberán mostrar el “cuándo, cómo, y dónde” de su conexión con su audiencia a través del tiempo.

Por favor tenga en cuenta que su reel creativo para la categoría de éxito sostenido deberá incluir:

- Ejemplos del trabajo creativo realizado durante el año inicial de la campaña.
- Ejemplos del trabajo creativo realizado en por lo menos 1 de los años intermedios.
- Ejemplos del trabajo creativo realizado en el año más reciente de la campaña.

No olvide indicar claramente a los jurados el año en el cual se exhibió al público determinada pieza o material creativo de los presentados en el reel.

∞ effie
01 awards
2 colombia

Requerimientos técnicos

Lineamientos

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

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

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

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

Imágenes con fines publicitarios

Imagen del caso

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

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

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



Logotipos de agencias y empresas

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

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

Fotos del equipo participante

Envíe al concurso fotos del equipo conformado por la agencia principal y el equipo del cliente. Estas imágenes se mostrarán en pantalla en la ceremonia de premiación 2018 y en línea en www.affiecolombia.com para promover su victoria.

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

Si no tiene una foto del equipo del caso para enviar al momento de la inscripción, por favor, tenga en cuenta que si su caso resulta finalista, deberá enviarla a la organización del concurso a través del correo effie@andacol.com.co a más tardar el 09 de Abril de 2018.





2018
effie
awards
colombia

Categorías 2018

Productos

Hogar, inmobiliario y construcción

Electrodomésticos, aparatos de aire acondicionado, alfombras, muebles, papel tapiz y todos los productos, materiales, herramientas y servicios relacionados con el hogar y la construcción, así como empresas y proyectos del sector inmobiliario.

Aseo del hogar

Productos como detergentes, jabones, blanqueadores, escobas, suavizantes, quitamanchas, productos antigrasa, productos especializados en aseo de cocina, cuidado de la madera y pisos, etc.

Construcción y Mantenimiento y accesorios para el hogar

Productos de limpieza, ceras, detergentes, cuidado del piso, productos de papel, servicios domésticos, fertilizantes, etc. Muebles para el hogar, electrodomésticos, aparatos de aire acondicionado, alfombras, muebles, papel tapiz y todos los productos, materiales, herramientas y servicios relacionados con el hogar y la construcción, así como empresas y proyectos del sector inmobiliario.

Alimentos

Todas las categorías de alimentos empacados: helados, confites, chips, galletas, panaderías, pastelería, snacks, frutas y vegetales, palomitas, y cualquier otro tipo de producto alimenticio.

Restaurantes y comidas rápidas

Restaurantes y establecimientos de comidas rápidas.

Bebidas no alcohólicas

Gaseosas, café, té, jugos, leche, agua, sustitutos de la leche embotellada, bebidas energizantes, etc.

Bebidas alcohólicas

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

Higiene y cuidado personal

Cremas faciales, corporales, perfumes, jabones, shampoo, tratamientos capilares y faciales, accesorios de belleza, desodorantes, cuidado bucal, etc.

OTC (Medicamentos de venta libre)

Medicamentos de venta libre al público que no requieren fórmula médica.

Tecnología audiovisual

Dispositivos de audio y/o vídeo, tales como: televisores, radios, entretenimiento para el hogar (DVD/ Reproductores Blu-ray), cámaras, equipos informáticos, videojuegos, computadores, tabletas, sistemas de sonido, accesorios para computadores, ofimática, etc. Teléfonos celulares, accesorios y aplicaciones. Software, groupware y sistemas operativos, entre otros.

Automóviles

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.

Transporte, viajes y turismo

Servicios de transporte aéreo, tren, autobús / tranvía, taxi, sistemas de transporte masivo, ciclovías y transporte ecológico, medios alternativos de transporte, alquiler de automóviles, transbordadores, etc. Cruceros, hoteles, balnearios, parques de atracciones, sitios web de viaje y servicios de reserva y compra de tiquetes, hoteles, excursiones, campañas turísticas, etc.

Servicios

Servicios financieros y seguros

Productos o servicios específicos como la banca en casa, préstamos, hipotecas, fondos de inversión, cheques de viaje, giros etc. Productos de Crédito, débito, recompensas, fidelización, seguros de vehículos, seguros de vivienda, etc.

Servicios públicos y privados

Acueducto y alcantarillado, internet, cable, TV-like services, energía, gas natural, telefonía celular.

Campañas de gobierno

Mensajes de utilidad pública que el Gobierno dirige a los ciudadanos en el ejercicio de su función ejecutiva, en cuanto responsable de la Administración del Estado. Su objetivo es establecer relaciones de calidad entre las instituciones y los públicos a los que se dirige, para darse a conocer socialmente y proyectar una imagen pública adecuada a sus fines y actividades. Incluye mensajes de Instituciones educativas y fuerzas armadas.

Campañas institucionales

Dirigido a campañas cuyo objetivo principal es mejorar, reforzar, levantar la imagen, percepción, recordación, valor, posicionamiento, de una marca y/o empresa. La campaña no debe tener como objetivo – ni en su contenido – vender, ofrecer y/o promocionar algún tipo de productos y/o servicios. Quedan excluidas las campañas provenientes de entidades o gremios del sector público.

Categorías especiales

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 (ej: Café instantáneo, gratis mug); Si el elemento promocional no representó una relevancia mayor en la obtención de los resultados, deberá participar en la categoría que corresponda.

Activaciones - Productos

Ideas de marketing, de marcas correspondientes a productos, que se implementen en un período determinado de tiempo, destacándose por su ejecución, creando un impacto inmediato y medible. Busca captar la atención de los consumidores, acercar las marcas a ellos, y sorprenderlos. Se basa en la persuasión para impactar al consumidor y lograr su compenetración con la marca.

Activaciones - Servicios

Ideas de marketing, de marcas correspondientes a servicios, que se implementen en un período determinado de tiempo, destacándose por su ejecución, creando un impacto inmediato y medible. Busca captar la atención de los consumidores, acercar las marcas a ellos, y sorprenderlos. Se basa en la persuasión para impactar al consumidor y lograr su compenetración con la marca.

Gran idea de medios

Esta categoría busca destacar la efectividad como resultado de las ideas. La línea entre lo que constituye una idea creativa y una idea de medios, es 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 el contenido, pero este premio intenta reconocer aquellos casos que fueron dirigidos por el pensamiento de medios. Se busca distinguir a las ideas de medios que sean lo suficientemente poderosas como para convertirse en la génesis del programa de

comunicaciones. Todos los esfuerzos conducidos por una idea de medios, son aptos para competir.

Ejemplos:

- **Content Led:** Casos motivados por una idea de contenido.
- **Data Driven Insights:** Casos motivados por insights resultantes de data/información.
- **Tech Led:** Casos motivados por una idea de tecnología.
- **Media Idea Led:** Casos motivados por una idea de medios, diferente a las ya mencionadas anteriormente.

Marketing relacional

Tiene el fin de generar relaciones rentables con los clientes. Esto parte del estudio de comportamiento de los compradores con base en el diseño de estrategias y acciones destinadas a facilitar la interacción con los mismos y brindarles una experiencia memorable. Comprende un cambio cultural donde toda acción se realiza centrada en el conocimiento del cliente. Es también aplicable al desarrollo de proveedores y canales de distribución lográndose una mayor sinergia con los mismos.

Endomarketing

Campañas de transformación de cultura organizacional, puede ser una iniciativa al interior de la compañía, no necesariamente compromete a una agencia.

Productos y/o servicios online

Campañas de productos o servicios ofrecidos únicamente en Internet (productos online y/o ecommerce).

Redes sociales - Producto

Categoría enfocada en las campañas de promoción de productos, que se basan en su totalidad en una idea ejecutada en plataformas online. Estos casos deben demostrar que la idea digital fue el catalizador que le dio impulso a la campaña y que sin elementos online y/o componentes sociales no hubiera funcionado. Tanto objetivos como resultados deben estar referidos únicamente a lo conseguido a través de la estrategia de redes sociales.

Redes sociales - Servicios

Categoría enfocada en las campañas de promoción de servicios, que se basan en su totalidad en una idea ejecutada en plataformas online. Estos casos deben demostrar que la idea digital fue el catalizador que le dio impulso a la campaña y que sin elementos online y/o componentes sociales no hubiera funcionado. Tanto

objetivos como resultados deben estar referidos únicamente a lo conseguido a través de la estrategia de redes sociales.

Bajo presupuesto

Esta categoría busca incentivar la participación de pequeños anunciantes. Los casos elegibles para esta categoría deben representar el único esfuerzo de comunicación de la marca durante el periodo evaluado. Tampoco pueden acreditar un presupuesto mayor a 200 millones de pesos. En esta categoría es posible presentar esfuerzos de comunicación comercial basados en medios digitales, pero no podrán consistir en ellos de manera exclusiva.

Comercio y/o retail, vestuario, calzado y accesorios

Abierto a todas las empresas de venta al por menor con mercancía general o específica.

Incluye ropa, accesorios y calzado para todas las edades. Por ejemplo: joyas, gafas, zapatos, medias, abrigos, bolsos, maletas, etc.

Mascotas y/o alimentos e insumos para animales

Productos para el cuidado de animales y servicios de todo tipo, incluidos alimentos, juguetes, servicios veterinarios, criaderos, guarderías, etc.

Innovación en medios

Casos que tuvieron la visión y la creatividad para cambiar la forma en que se consume un canal de medios o donde se creó un nuevo canal. El premio se otorga a aquellos que lograron captar su audiencia y atraerlos de manera efectiva, de una manera poco convencional.

Ya sea que el esfuerzo haya sido único o correspondiente a múltiples ejecuciones, el caso debe mostrar un uso nuevo y creativo de los canales de medios que conocemos y amamos, o de los que aún no conocemos.

- Innovación en medios – Creación de un nuevo canal
- Innovación en medios – Canal existente

Nota: La inscripción debe ser redactada de manera que de contexto sobre la situación de la categoría y proporcione una articulación clara de cómo los medios se utilizaron de manera innovadora.

Éxito sostenido

Comunicación de productos o servicios que han experimentado un éxito sostenido durante 3 o más años, son elegibles para participar. Los casos deben incluir los resultados del año en curso. Los casos presentados a concurso deberán tener un

objetivo común en la estrategia y ejecuciones creativas; con una continuación de elementos centrales ejecucionales que demuestren su eficacia en el tiempo. Para ingresar debe ser capaz de proporcionar datos sobre el caso en su primer año, un año intermedio y el año más reciente.

Nota: Esta categoría cuenta con una guía de inscripción diferente. Podrá encontrar la guía de este formato de inscripción en www.ffiocolombia.com, paso 3 - Descargue los materiales de inscripción.

David y Goliat

Esta categoría incluye casos de marcas, nuevas, emergentes, pequeñas o regionales (David) en un mercado donde hay competidores de marcas líderes dominantes (Goliat). Aplica para empresas que han entrado en un nuevo segmento de producto o servicio ocupado por competidores grandes y bien establecidos. Los participantes en esta categoría deben detallar el reto de negocio, entorno competitivo y cómo consiguieron triunfar a pesar de las probabilidades. Se deberá definir el escenario de competencia, incluyendo las diferencias de mercado de David versus Goliat para demostrar por qué su marca fue David. Los jueces definirán en cada caso si la marca ha probado de manera suficiente ser el “David” en la situación descrita en el caso.

GOLIAT: Líder Dominante de la categoría.

DAVID: Marcas nuevas, pequeñas, emergentes. Baja participación.

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.)

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.

Nota: Esta categoría cuenta con una guía de inscripción diferente. Podrá encontrar la guía de este formato de inscripción en www.ffiocolombia.com, paso 3 - Descargue los materiales de inscripción.

IMPACTO POSITIVO AMBIENTAL

Reconoce los esfuerzos que han cambiado el comportamiento del público objetivo hacia alternativas o acciones ambientalmente más sostenibles y/o Incrementado la demanda de productos o servicios ambientalmente más sostenibles, mediante la incorporación de mensajes en su comunicación de mercadeo que generen conciencia ambiental.

Los ganadores de esta categoría muestran cómo comunicaciones de mercadeo efectivas que incorporan estrategias de sostenibilidad pueden generar un cambio positivo para las marcas, organizaciones y el medio ambiente.

Los casos inscritos deben tener como uno de sus objetivos estratégicos principales, el cambio del comportamiento de su público objetivo hacia opciones ambientalmente más sostenibles, por medio de la incorporación de mensajes que generen conciencia ambiental en sus comunicaciones de mercadeo. Los concursantes deben describir como la meta de sostenibilidad se relaciona a la marca, organización y/o estrategia del negocio.

El criterio para ser acreedor de este premio es el resultado del cambio de comportamiento hacia alternativas ambientalmente sostenibles, considerando los siguientes elementos:

- Conocimiento – Lograr que el público objetivo sea consciente de un producto, servicio o acción sostenible
- Prueba – Generar prueba del producto, servicio o acción sostenible por primera vez
- Sustitución – Hacer que el público objetivo se cambie a un producto, servicio o acción más sostenible.
- Cambio en Uso – Utilizando un producto o servicio de manera más sostenible, o desarrollando una acción sostenible con mayor continuidad.

Impacto Positivo 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

Nota: Es necesario diligenciar un formato de inscripción especial para las categorías Impacto Positivo Ambiental. Podrá encontrar la guía de este formato de inscripción en www.effiecolombia.com, paso 3 - Descargue los materiales de inscripción.

Impacto Positivo Ambiental – Sin ánimo de Lucro

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

Nota: Es necesario diligenciar un formato de inscripción especial para las categorías Impacto Positivo Ambiental. Podrá encontrar la guía de este formato de inscripción en www.effiecolombia.com, paso 3 - Descargue los materiales de inscripción.

IMPACTO POSITIVO SOCIAL

Reconoce esfuerzos de comunicación de mercadeo, que son efectivos en tratar problemas sociales o expandir un programa existente de manera que beneficie a la sociedad. Cualquier esfuerzo, que demuestre haber generado un impacto positivo a la sociedad, es elegible para participar en esta categoría. Pudo haber sido desarrollada con el objetivo de generar rentabilidad o no, ó un ingreso, cualquier esfuerzo de comunicaciones de mercadeo, sean campañas completas o acciones individuales dentro de una campaña, son elegibles para concursar, siempre y cuando tengan resultados medibles de su impacto positivo en la sociedad.

Impacto Positivo 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

Impacto Positivo Social – Sin ánimo 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.



2018
effie
awards
colombia

Chequeo Final

Antes de finalizar su caso en la plataforma digital verifique que toda la información y materiales requeridos estén debidamente diligenciados y cargados en la herramienta.

Imprima en la página web (www.affiecolombia.com) el Documento de validación FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN – EDICIÓN 2018 y envíelo debidamente diligenciado y firmado, junto con el soporte de pago o transferencia a Pilar Sierra, asistente administrativa de la Asociación Nacional de Anunciantes al correo pilar.sierra@andacol.com

Recuerde que en el formulario de autorización se deben relacionar las agencias/clientes que hicieron parte de la campaña o caso que se está presentando de acuerdo a los lineamientos indicados en la sección CREDITOS de este documento.

Aquellos formularios que no cuenten con las firmas requeridas por parte de anunciante y agencia concursante NO serán aceptados por el concurso y el caso correspondiente no podrá ser inscrito hasta cumplir con el requisito.

Recuerde completar los siguientes pasos:

1. Leer detenidamente bases del concurso.
2. Ingresar a la plataforma de inscripción online disponible en www.affiecolombia.com
3. Registrar su caso en la plataforma de inscripción.
4. Diligenciar el formulario sin dejar campos en blanco.
5. Revisar cuidadosamente la información diligenciada.
6. Subir su reel creativo a la plataforma.
7. Verificar que el reel creativo enviado se reproduzca adecuadamente.
8. Realizar el pago de su inscripción teniendo en cuenta las instrucciones proporcionadas en la página web del concurso www.affiecolombia.com
9. Diligenciar el formato de autorización, el cual está disponible para ser descargado en la página www.affiecolombia.com
10. Entregar su comprobante de pago y formato de autorización en las oficinas de la Asociación Nacional de Anunciantes, Calle 98 #9-03 Oficinas 606-607.
11. Hacer seguimiento a la aprobación de sus casos inscritos a través de la plataforma on-line.

Importante

- Conocer y aceptar las condiciones y requerimientos del reglamento: la sola inscripción de sus casos en Effie Awards Colombia implica la aceptación de los términos y condiciones del concurso.
- La participación de su (s) caso (s) debe estar autorizada por la empresa creadora del material y por el anunciante.
- Que autoriza a Effie para utilizar el material inscrito con diversos fines, como promoción y difusión; presentaciones en instituciones educativas (Effie College), grupos empresariales, profesionales de la comunicación y público en general; asimismo que autoriza a Effie a ejercer el derecho de publicar las premiaciones en medios públicos y privados.
- Que el participante mantendrá exento a Effie ante cualquier acción legal o reclamo que surja de la promoción, exhibición y / o uso del material inscrito, siendo de su exclusiva responsabilidad todo conflicto emergente.
- Que el material inscrito debe cumplir con las normas y los códigos de ética determinados por los organismos calificadoros de la actividad.
- Que conoce y acepta que todo el material participante se incorpora al archivo de Effie para sus fines y objetivos.
- La información suministrada por el participante debe ser real y veraz; cualquier falsedad provocará su automática descalificación.
- Si existiera alguna denuncia fundamentada referente a alguna inscripción, Effie podrá requerir al responsable su descargo hasta tanto surja una aclaración o resolución, su participación o premiación podrá quedar en suspenso.
- La calidad técnica de los archivos enviados será responsabilidad de los participantes. Effie no está obligado a controlar la calidad de origen de los archivos enviados; sin perjuicio de ello, realizará esfuerzos razonables para chequear y clasificar los archivos cuando fueron enviados dentro de los plazos de inscripción originalmente establecidos. En caso de tener algún problema técnico, Effie podrá notificar al participante y recomendar su corrección.
- No podrá presentarse ninguna pieza o campaña cuyo mensaje/contenido haya sido declarado ilícito por los tribunales, autoridades administrativas de inspección, vigilancia y control, u organismos de autorregulación publicitaria, mediante sentencia, concepto o resolución firme. En el caso de que dicha declaración firme de ilicitud lo sea con posterioridad a la premiación de la misma, la organización procederá a retirar del premio concedido, sin importar el tiempo transcurrido entre el otorgamiento del premio y el fallo en cuestión.
- **En ningún caso realizarán reembolsos por concepto de valores de inscripción.**



2018
effie
awards
colombia

Contacto Effie

EMILIO PIZANO

effie@andacol.com.co

Calle 98 # 9 - 03 Piso 6, Oficinas 606 - 607

Tels: (571) 218 2931 - (571) 218 2935 - (57)

3114826057

www.effiecolombia.com

Acerca de la ANDA

La Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia ANDA, es una organización gremial sin ánimo de lucro que representa los intereses de las empresas anunciantes del país. Opera en Colombia los programas Effie Awards® y Effie College® bajo licencia de Effie Worldwide Inc.

∞
2018
effie
awards
colombia