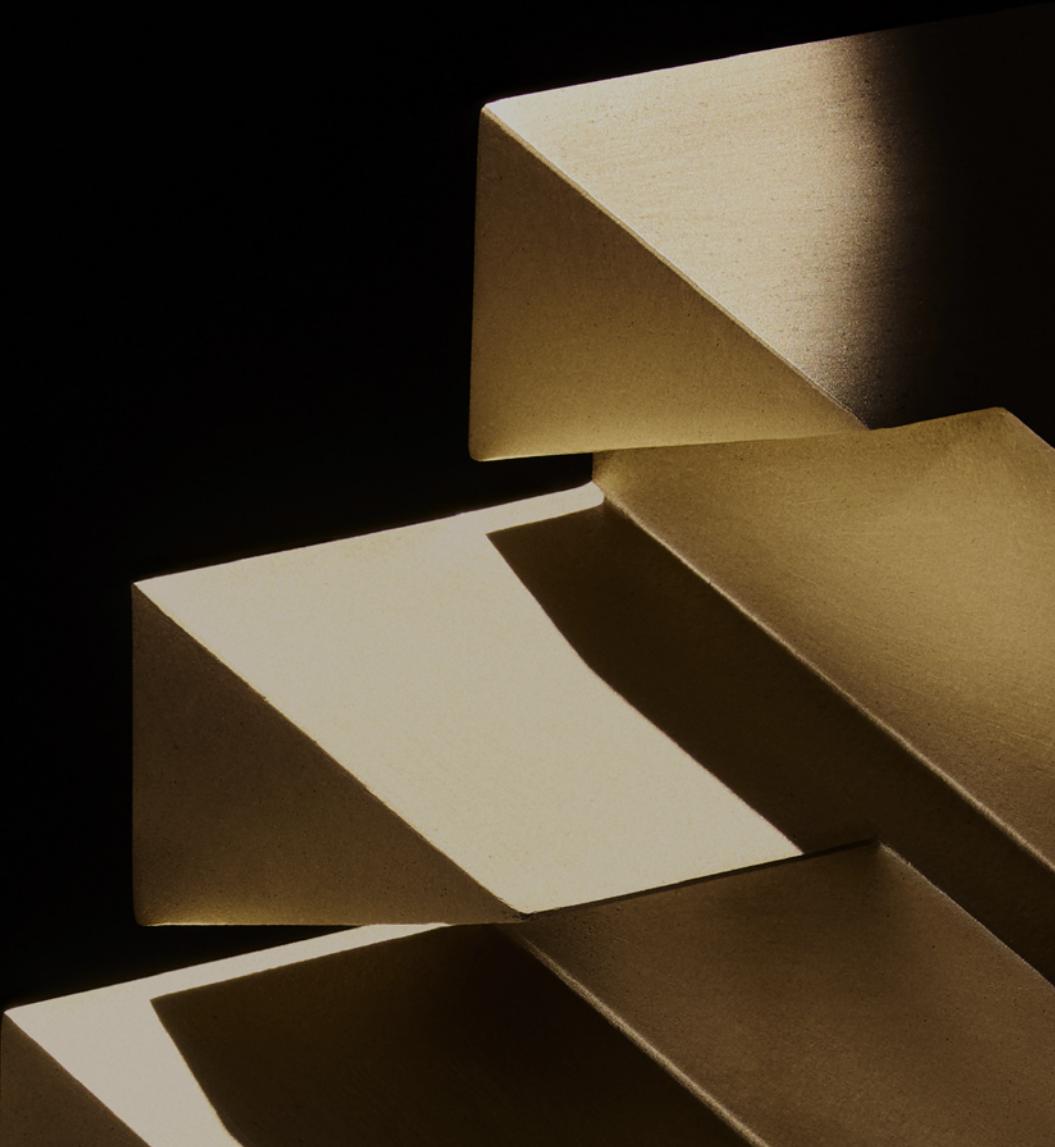




Effie Awards Colombia

Entry Kit

2026



Introducción

Los Effie Awards son un símbolo global de logros destacados. Estamos orgullosos de honrar todos los tipos de marketing efectivo y a las personas que lo hacen posible. Al participar, están ayudando a construir un legado de pensamiento innovador que inspirará a los marketers en los años venideros.

Este documento está diseñado para compartirles toda la información necesaria para escribir y presentar su inscripción. Incluye toda la información práctica, como qué trabajo es elegible para participar, qué categorías están disponibles, recursos creativos y créditos aceptados, cómo funcionan los permisos de publicación, cómo obtener fuentes de datos, etc. También explica el Formulario de inscripción sección por sección, para ayudarles a entender exactamente lo que los jurados buscan. Adicionalmente, tendrán información de lo que pasa durante y posterior al juzgamiento.

Para apoyar a los participantes en el proceso de inscripción ofrecemos una Masterclass, la cual los orientará en la creación de casos más efectivos.

Si les interesa la Masterclass o tienen preguntas en cualquier paso del proceso de inscripción, por favor, contactarnos en effie@andacol.com.co

¡Les deseamos lo mejor en la competencia de este año!



Novedades Effie Awards Colombia 2026

Sabemos que tienen una historia que contar, y queremos ayudarles a contarla de una forma efectiva.

Nuevo para 2026:

Refinamiento de Categorías:

- **Audiencia:** este grupo de categorías ha cambiado su nombre a **Marketing de Precisión**.
- **Positive Change:** la definición de categoría ha sido actualizada.

Nueva Categoría

Deportes y Entretenimiento

Reglas de la competencia:

Actualizaciones en el permiso de publicación de su caso y en los reglas presentes en el formulario de autorización y verificación.



Tabla de Contenidos

Pág.

04 ¿Cómo participar?

- ↳ Periodo de elegibilidad
- ↳ Plazos y tarifas
- ↳ ¿Cómo pagar?
- ↳ ¿Cómo presentar su inscripción?
- ↳ Categorías

12 ¿Cómo llenar el formulario de inscripción?

- ↳ Resumen
- ↳ Pilares 1-4 en el Marco de Effie

18 ¿Cómo presentar su caso de acuerdo a los lineamientos?

- ↳ Requerimientos
- ↳ Fuentes de información
- ↳ Reel creativo
- ↳ Imágenes creativas
- ↳ Publicidad
- ↳ Créditos
- ↳ Confidencialidad y publicación

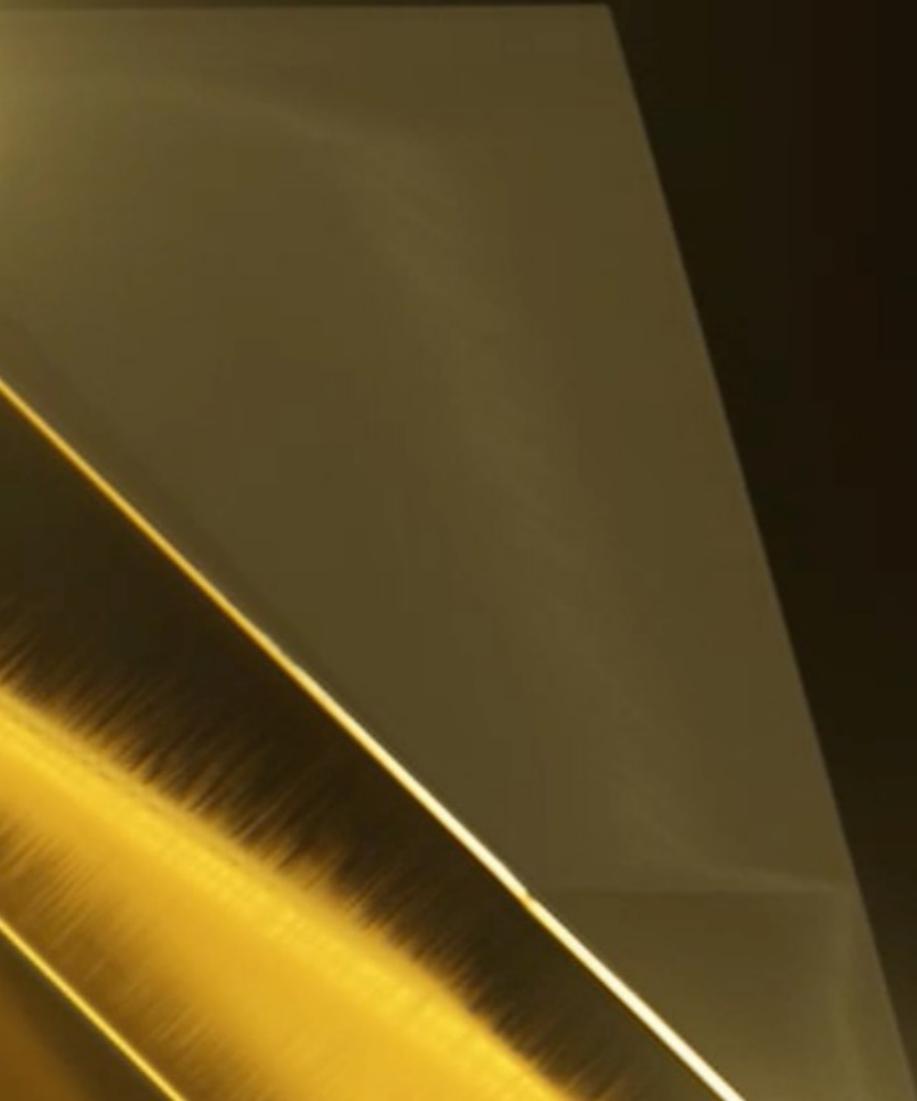
30 ¿Qué sigue?

- ↳ Juzgamiento
- ↳ Ganarse un Effie
- ↳ Effie Index

34 Contacto



¿Cómo participar?



Periodo de Elegibilidad

Podrán concursar todos los esfuerzos de Marketing ocurridos y que demuestren resultados en Colombia entre el 1 de Enero de 2025 y el 31 de Diciembre de 2025.

Todos los esfuerzos de Marketing, de cualquier disciplina, ya sean campañas completas o actividades específicas dentro de una campaña son elegibles para concursar. Los datos y los ejemplos creativos presentados deben limitarse al territorio colombiano. Las pruebas de mercado no son elegibles.

El trabajo creativo y el texto escrito de la inscripción debe ser el trabajo original de las compañías acreditadas y sus autores.

Pueden inscribir cualquier combinación múltiple de medios - cualquier ejemplo de trabajo que demuestre cómo abordaron sus objetivos. Deben detallar el porqué detrás de la estrategia y probar que su trabajo logró resultados significativos.

Su trabajo debe haber tenido impacto durante el periodo de elegibilidad (1 de enero - 31 de diciembre, 2025). Elementos de su trabajo pueden haber sido presentados anteriormente y pueden haber continuado después, pero el caso, los datos y los resultados que utilicen deben corresponder al periodo de elegibilidad. **Excepción:** Si el esfuerzo finalizó en enero de 2026, pueden incluir resultados de este periodo.

Es importante presentar contexto, datos y resultados anteriores al periodo de elegibilidad, con el fin de proporcionar a los jurados información adicional que les permita entender la relevancia de los objetivos y resultados. Tengan en mente que no todos los jurados conocen a detalle su marca o categoría.

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. Revisen las definiciones de categorías y los requisitos de ingreso para obtener directrices adicionales.

Asegúrense de que disponen de las licencias, consentimientos y derechos necesarios para participar. Para obtener más detalles, consulten el formulario de autorización y verificación de los premios Effie, que contiene las reglas del concurso, en la plataforma de inscripción.

Las categorías de Éxito Sostenido y Performance Marketing tienen formularios de inscripción independientes. Encontrarán mayor información en la definición de la categoría.



Período de Elegibilidad

Inscripción de casos participantes en ediciones anteriores

- Los participantes, finalistas, y ganadores de la competencia del año anterior deben actualizar su inscripción al periodo de elegibilidad actual, incluyendo los resultados.
- Los casos ganadores de Effie Oro en el 2025 únicamente podrán re-ingresar en una categoría en la cual no ganaron Oro.
- 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 2022, o en años previos, están habilitados para participar.
- Campañas ganadoras en 2025 en la categoría David y Goliat (Oro/Plata/Bronce) no pueden participar en esta categoría en el 2026.

Inscripción en multiples Categorías

- Pueden inscribir un mismo caso en un máximo de 4 categorías, **1 inscripción en la categoría de Industria, y 3 inscripciones en categorías especiales.**
- Para cada una de las categorías en la que inscriban su caso deberán pagar una tarifa de inscripción individual y diligenciar el formulario de inscripción correspondiente.
- Cada inscripción debe ser personalizada para que responda a los requisitos 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

Inscripción General	Fecha	Tarifa
Primer Corte de Inscripciones	Febrero 12	\$2.860.000 COP+IVA
Segundo Corte de Inscripciones	Febrero 23	\$3.960.000 COP+IVA
Tercer Corte de Inscripciones	Marzo 9	\$4.960.000 COP+IVA

Inscripción Éxito Sostenido y Performance Marketing	Fecha	Tarifa
Primer Corte de Inscripciones	Febrero 12	\$3.178.000 COP+IVA
Segundo Corte de Inscripciones	Febrero 23	\$4.397.000 COP+IVA
Tercer Corte de Inscripciones	Marzo 9	\$5.500.000 COP+IVA

La tarifa se determina 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.

Descuento en Insight Guide

Este descuento se aplica automáticamente en la plataforma para los Insight Guides comprados en el momento de la inscripción. Si tienen alguna pregunta, pónganse en contacto con nuestro equipo en effie@andacol.com.co

¿Cómo pagar?

Los pagos se deben realizar a nombre de la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia – ANDA Nit No 860.071.180-1, mediante pse o transferencia bancaria. No se acepta tarjeta de crédito.

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



¿Cómo presentar su inscripción?

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

Para participar, deberán completar todas las preguntas de la plataforma de inscripción y firmar el Formulario de autorización. Para preparar su inscripción, les recomendamos:

1. Crear una cuenta en la plataforma de inscripción y revisar el Formulario de autorización, que contiene las reglas del concurso. Una vez que hayan completado todos los créditos y permisos de publicación en la plataforma de inscripción, deberán descargar una copia del Formulario de autorización y hacer que lo firmen los representantes de las empresas.
2. Utilicen la plantilla del formulario de inscripción correspondiente para preparar sus respuestas a las preguntas; la próxima sección de este documento explica qué se requiere para cada parte. Pueden acceder a las plantillas del formulario de inscripción en Effiecolombia.com

- La plantilla incluye todas las preguntas y requerimientos que deben completarse para inscribir su caso.
- Cuando ya tengan listo el formulario, los participantes deberán copiar sus respuestas a cada pregunta en la plataforma de inscripción.
- Tómense el tiempo para completar todos los requerimientos dentro de la plataforma de inscripción antes de la fecha límite.
- Asegúrense de haber acreditado a sus principales socios estratégicos y creativos, colaboren con todos sus socios para inscribir sus trabajos efectivos.

Nota: 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.

Aquí encontrarán la lista de requisitos para inscripciones:

Revisado por los Jurados

Otros Requerimientos

- Formulario de inscripción
- Ejemplos Creativos (Reel e Imágenes)

- Antecedentes del caso
- Créditos de empresas e individuos
- Materiales Publicitarios
- Autorización y verificación



Categorías

Límites para categorías inscritas

Para honrar aún más su trabajo, las campañas se pueden inscribir en un **máximo de 4 categorías**.

Solo 1 inscripción en categorías de industria, y 3 para categorías especiales. No es obligatorio inscribir en una categoría de industria, pueden inscribir 4 casos en categorías especiales.

Cada inscripción debe adaptarse a las características de la categoría en la que participa.

Inscripciones en varias categorías:

La plataforma de inscripción les permite enviar su trabajo a varias categorías. Los datos estándar (como los créditos) se pueden replicar en todas las inscripciones, mientras que las respuestas a las preguntas específicas de cada categoría se pueden personalizar.

Para una nueva inscripción, exploren la lista de categorías y hagan clic en "**Crear una inscripción**" junto a cada categoría deseada. También pueden añadir más categorías después desplazándose hasta la parte superior del formulario y haciendo clic en "**Inscribir a otras categorías**".

Adicionalmente, pueden añadir categorías después de iniciar una inscripción: desplácese hasta la parte superior y hagan clic en "Inscribir a otras categorías". Deberán adaptar el formulario en función de la definición de la categoría y pagar la tarifa de cada categoría en la que participen.

De forma predeterminada, sus respuestas se transferirán a todas las categorías seleccionadas. En la plataforma, utilicen el botón "**Mostrar/Ocultar" de la inscripción en múltiples categorías**" para elegir qué categorías tendrán respuestas personalizadas, lo que les permitirá adaptar su caso a los requisitos específicos de cada categoría.

Categorías de Industria

Hay veintiseis categorías de industria para elegir. Solo pueden inscribir un caso en categorías de industria; aunque no es necesario ingresar en una categoría de industria.

Categorías especiales

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

Al ingresar a cualquiera de estas categorías, deben presentar su caso de una manera que aborden la situación o desafío como se describe en la definición de la categoría. Es fundamental revisar minuciosamente estas definiciones para garantizar que su caso cumpla con los criterios de la definición de cada categoría. Los jurados bajarán su calificación si les falta información requerida.



Categorías de industria

Revisen las definiciones en el documento de categorías disponible en effiecolombia.com

Alimentos

Automotriz

Bebidas Alcohólicas

Bebidas no Alcohólicas

Belleza, Moda y Accesorios

Compañías de Medios y Entretenimiento

Cuidado de Mascotas

Cultura y Arte

Deportes y Entretenimiento ¡Nueva!

Educación y Formación

Extensión de línea

Gobierno y Servicios Públicos

Higiene y Cuidado Personal

Internet y Telecomunicaciones

Juegos y Deportes Electrónicos

Lanzamientos

Productos y Servicios para el Cuidado de la Salud y Bienestar

Productos y Servicios del Hogar

Restaurantes y Comida Rápida

Retail

Seguros

Servicios de Entrega y/o Domicilios

Servicios Financieros

Snacks, Postres y Golosinas

Software y Aplicaciones

Transporte, Viajes y Turismo



Categorías Especiales

Marketing de Precisión

Marketing a Jóvenes

**Branded content y
Marketing Experiencial**

Branded Content

Marketing Experiencial - Productos

Marketing Experiencial - Servicios

Comercio y Shopper

Comercio Digital

Omnichannel Shopper Solution

Retail Media

Digital

Engaged Community

Influencer Marketing

Inteligencia Artificial (IA)

Performance Marketing

Social Media

Eventos Actuales y Anuales

Marketing Estacional

Real Time Marketing

Respuesta a la Crisis

Marketing Innovation

Marketing Innovation Solutions

Medios

Data Driven Media

Gran Idea de Medios

Logros de negocio

Bajo Presupuesto

David y Goliat

Éxito Sostenido

Promociones

Renacimiento

Reputación Corporativa

Positive Change

Positive Change Ambiental

- Marcas

- Sin Ánimo de lucro

Positive Change Bien Social

- Marcas

- Sin Ánimo de lucro

- Diversidad, Equidad e Inclusión



¿Cómo llenar el formulario de inscripción?

Resumen del Formulario de Inscripción

El formulario de inscripción escrito tiene tres secciones:

1. Detalles del caso y Resumen Ejecutivo para preparar el escenario de su inscripción.
2. Caso escrito completo. Aquí es donde ustedes cuentan su historia de marketing de principio a fin a través de los cuatro pilares Effie enumerados a continuación. Es importante tener una historia coherente que contar a través de todo el caso.

Sección 1: Desafío, Contexto y Objetivos (23.3% del puntaje)

Sección 2: Insights y Estrategia (23.3% del puntaje)

Sección 3: Dando Vida a la Estrategia e Idea (23.3% del puntaje)

Sección 4: Resultados (30% del puntaje)

3. Resumen de Inversión (una descripción de lo que se invirtió y dónde, en otras palabras, presupuestos para el desarrollo/producción y activación/medios).

Las próximas páginas dan un resumen de cada pilar del marco de Effie para explicar los requerimientos de cada sección.



1. Desafío, Contexto y Objetivos

Esta sección establece el fundamento de su caso y constituye el 23,3% de la calificación total. Si esta sección es débil, toda la inscripción se verá perjudicada porque es la clave para comprender cuán grande era la idea y cuán profundos fueron los resultados. 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 los participantes han proporcionado el contexto para demostrar la efectividad del caso en esta sección.

Nota: es posible que los jurados no estén familiarizados con la industria de su marca. Traten de evitar la jerga de la industria.

PREGUNTA 1A

Es el contexto de su marca y situación del negocio. Podrían incluir el gasto de los principales competidores, la posición en el mercado, puntos de referencia de la categoría, etc. Expliquen las características o tendencias del mercado (por ejemplo, regulaciones gubernamentales, tendencias sociales, situaciones climáticas/ambientales). Enmarquen cómo se ve el éxito en su categoría.

PREGUNTA 1B

Los jurados buscan objetivos claros que no se adapten a los resultados del caso. Les pedimos que describan sus objetivos en los siguientes 3 tipos:

- ▣ **Negocio:** este debería ser el objetivo clave que desean lograr. El último objetivo comercial que se estaba discutiendo en la sala de juntas. Escríbanlo de la forma más clara y sencilla posible.
- ▣ **Marketing:** Estos objetivos deben estar directamente relacionados con el cliente o público objetivo y suelen centrarse en cambios de comportamiento específicos que se desean lograr. Algunos ejemplos son: iniciar un nuevo comportamiento, aumentar uno existente, reducirlo o eliminarlo por completo. Se pueden tener hasta 3 objetivos - sólo 1 es requerido.
- ▣ **Campaña/Actividad:** ¿Qué se propusieron cambiar o reforzar a través de su actividad? Por ejemplo, actitudes, percepción, discurso social, etc. Pueden tener hasta 3 de estos objetivos, sólo 1 es requerido.

Guía específica de la categoría:

- ▣ **Casos de Performance Marketing:** pueden proporcionar tanto objetivos previos a la conversión como métricas de conversión. Deben proporcionar al menos un objetivo de conversión. Por favor consulten la **Guía de objetivos** para ver ejemplos de métricas de conversión y preconversión a lo largo del viaje del cliente. Presenten los objetivos de Performance Marketing y expliquen cómo se relacionan con la estrategia y los objetivos generales de la marca u organización.
- ▣ **Casos de Éxito Sostenido:** es importante incluir cambios a lo largo del tiempo para ambas preguntas.



2. Insights y Estrategia

En esta sección se les pide que expliquen su pensamiento estratégico, que les permitió pasar de su desafío a los resultados. Representa el 23,3% de la calificación total.

PREGUNTA 2A

Expliquen quién es el público objetivo y por qué es el adecuado para su marca, teniendo en cuenta el contexto, desafío y objetivos. Expliquen si es un público existente, nuevo o ambos. Descríbanlos utilizando datos demográficos, cultura, comportamientos mediáticos, etc.

PREGUNTA 2B

Describan sus ideas clave y cómo se basan en los comportamientos y actitudes de su público, su investigación y/o la situación de su empresa. Puede tratarse de información sobre el consumidor, el canal o el mercado, etc. Tengan en cuenta que un insight no es un hecho u observación, es el insight estratégico, exclusivo de su marca y audiencia, que se aprovechó para ayudarles a alcanzar sus objetivos.

Casos de Performance Marketing: su respuesta debe incluir los datos y los conocimientos de la audiencia que llevaron a su estrategia e idea; por ejemplo, podrían incluir uno o más de los siguientes:

- ▣ Cualquier conocimiento no relacionado con los datos (por ejemplo, observación del comportamiento, investigación de mercado) que complemente su conocimiento sobre los datos.
- ▣ Cualquier análisis de datos que haya supuesto un gran avance para dar forma a su estrategia.
- ▣ Nuevas formas de identificar a su público, su comportamiento de búsqueda y compra.
- ▣ Cualquier conocimiento sobre canales de marketing que haya servido de base para su combinación de canales de inversión en marketing.

PREGUNTA 2C

Los jurados esperan que describan la idea central o el cambio que impulsó su esfuerzo y condujo a los resultados. ¿Cuál fue la clave del éxito de este caso? Muestren cómo su pensamiento se relaciona con su insight y su audiencia.

- ▣ **Casos de Performance Marketing:** además de lo anterior, su respuesta debe dar vida a su estrategia e idea iniciales sobre cómo dirigirse a su audiencia y convertirla.

Nota: En la Sección 3 (Dando vida a la Estrategia e Idea), pueden describir cómo optimizaron o cambiaron su estrategia basándose en el rendimiento en tiempo real.

- ▣ **Casos de Éxito Sostenido:** es importante incluir cambios a lo largo del tiempo.



3. Dando vida a la Estrategia e Idea

Los jurados buscan un resumen de los elementos clave del plan, incluido su trabajo creativo y la estrategia del canal. Es importante ayudarles a entender cómo su plan se relaciona con su estrategia y audiencia, y cómo los componentes principales trabajaron juntos para obtener resultados. Esta sección se calificará según sus respuestas, la información del resumen de inversión y los activos que muestren en el reel creativo e imágenes. En conjunto suman el 23,3% de la calificación total.

Los jurados revisan el caso escrito antes de ver el trabajo creativo.

PREGUNTA 3A

Expliquen cómo activó su estrategia. Pueden incluir uno o varios de los siguientes elementos: comunicaciones, experiencia de marca, empaque, una extensión de producto, un espacio comercial (en la tienda o independiente), una promoción, patrocinio o asociación, programa CRM, marketing en buscadores, publicidad gráfica, marketing de afiliación, etc.

PREGUNTA 3B

Describan los componentes creativos clave de las ejecuciones de sus principales vehículos de marketing, call-to-action, opciones de formato, texto SEM, anuncios gráficos, textos e imágenes de correo electrónico, videos cortos o largos, etc. Si lo creen relevante, incluyan aquellos cambios importantes que optimizaron la creatividad mientras se desarrollaba la actividad.

PREGUNTA 3C

Su plan de medios, con una justificación clara de las opciones elegidas. Los jurados buscan comprender por qué eligió canales específicos y cómo se relacionan con su estrategia y audiencia. Expliquen cómo los elementos integrales trabajaron juntos para obtener resultados. Si lo consideran importante, expliquen cómo cambió su gasto en los diferentes medios como parte de la optimización de su campaña.

KEY VISUAL

Tienen la opción de subir una sola imagen para acompañar su explicación, para mostrar cómo se dió vida a su estrategia e idea. Puede ser un plan de medios, una imagen del marketing mix, un diagrama de flujo, un calendario, un storyboard, etc.



4. Resultados

Aten la historia de cómo su trabajo condujo a los resultados. Esta sección es clave para una inscripción ganadora y representa el 30% del puntaje total. Los jurados buscan correlaciones directas entre los objetivos y los resultados del caso.

PREGUNTA 4A

Los resultados deben estar relacionados con sus objetivos y los KPI's como se describe en la Sección 1.

- 👉 Expliquen cómo los resultados impactaron la marca y el negocio de la marca. ¿Por qué estas métricas/resultados eran importantes para la marca?
- 👉 Demuestren que los resultados son significativos utilizando el contexto de categoría, competencia y marca. Para ello, proporcionen contexto con datos históricos, puntos de referencia de la industria, competidores, etc. para que los jurados puedan contextualizar los resultados. Deben incluir un periodo de tiempo claro para todos los datos.
- 👉 Cuando proporcionen métricas sociales/de participación en particular, detallen lo que significaron para la marca y el negocio/organización.
- 👉 Si lograron resultados adicionales, expliquen cuáles fueron y por qué son importantes.
- 👉 Cuando se ocultan métricas clave sin explicación, los jurados pueden asumir que se debe a que los resultados fueron débiles.

PREGUNTA 4B

El marketing rara vez funciona de forma aislada. Fuera de su esfuerzo, ¿Qué otra cosa en el mercado podría haber afectado los resultados de este caso, positiva o negativamente?

- 👉 Es importante presentar un argumento convincente sobre cómo el marketing condujo a los resultados obtenidos, eliminando o atribuyendo otros factores como el clima, eventos de negocio, etc. que pueden haber contribuido a su éxito.
- 👉 Cuando esta sección no se trata a profundidad los jurados pueden asumir atribuciones a otros factores.



¿Cómo presentar su
caso de acuerdo a
los lineamientos?

El Caso: Requerimientos

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

- 👉 No cumplir con las reglas del periodo de elegibilidad. El trabajo creativo y el texto escrito del caso debe ser obra original de las compañías y autores acreditados, el caso debe cumplir con los requerimientos de la competencia. Los datos presentados deben limitarse a Colombia y el trabajo debe haberse realizado en algún momento entre el 1/1/25 y el 31/12/25. Se pueden presentar resultados anteriores al periodo de elegibilidad que ayudan a proporcionar contexto a los jurados para evaluar la importancia de los resultados obtenidos. Consulten la sección 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, imágenes creativas). No incluyan nombres 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.

Nota: está bien que el nombre de una agencia aparezca en una inscripción en situaciones como: la agencia es la marca para el caso inscrito o el nombre de la agencia aparece en el trabajo creativo que fue publicado.

- 👉 **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. Incluyan la fuente de los datos, el tipo de investigación, y el periodo de tiempo cubierto. En la Plataforma de inscripción podrán utilizar notas al pie de página. Podrán encontrar mayor información en la sección de "Fuentes de Información".
- 👉 **Dirigir a los jurados a sitios web externos.** Las inscripciones son juzgadas únicamente por los materiales presentados en el 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. Asegúrense que todos los datos, detalles de las fuentes, etc, estén incluidos en el caso escrito.



- **No entregar la traducción de los materiales.** Todos los casos con materiales creativos presentados en idioma diferente al español deben ser traducidos vía subtítulos 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 creativo 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 descalificadas.

En la plataforma de inscripción el formulario 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. Esto es lo que tienen que hacer:

1. Al final de una oración que requiere una fuente, usen un SUPERÍNDICE para numerar sus fuentes.
2. En el cuadro "fuentes" enumeren sus citas. **Formato sugerido para las fuentes: origen de los datos/investigación, tipo de datos/investigación, periodo de tiempo cubierto.**

No se permite a los jurados visitar sitios web externos. Si citan un sitio web, por favor incluyan los detalles claves de la fuente a través del texto. Por ejemplo, publicación, nombre del artículo, fecha, periodo de tiempo cubierto y cualquier detalle adicional que ayude a los jurados a entender la legitimidad de sus fuentes y a verificar los datos. Incluyan el sitio web de la fuente cuando esté disponible, además de todos los detalles mencionados anteriormente. Sin embargo, la URL no sustituye la información adicional.



Orientación Adicional

- 👉 Debido al periodo 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.
- 👉 Utilicen 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 están disponibles.
- 👉 Effie Worldwide se reserva el derecho de verificar la exactitud de todas las fuentes proporcionadas.

El Caso: Reel Creativo

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 las preguntas 3A - 3C y los datos presentados en el Resumen de inversión.

El foco del reel debe ser el trabajo creativo para el caso inscrito. No es necesario mostrar todos los items seleccionados en la lista de puntos de contacto (del Resumen de Inversión), solo aquellos que son esenciales para el éxito del caso escrito. Los jurados deben tener un claro entendimiento del trabajo creativo tal cual lo experimentó la audiencia.



Debe Incluir	No Debe Incluir
<ul style="list-style-type: none"> ▣ El trabajo creativo original del caso que se ejecutó en el territorio colombiano durante el periodo de elegibilidad de la competencia. ▣ Al menos un ejemplo completo de cada uno de los puntos de contacto de comunicación, para asegurar que los jurados puedan ver la amplitud del trabajo descrito. Puede ser útil marcar cada trabajo creativo por tipo de medio (Spot de TV, Cuña de radio, etc.). ▣ Pueden editar videoclips de más de 60 segundos de video, sin embargo, se recomienda a los participantes a que se mantengan lo más cerca posible del original. ▣ Si presentan varios ejemplos de un punto de contacto (por ejemplo: 3 anuncios de televisión), después de mostrar el primero por completo, podrán editar los ejemplos adicionales para cumplir con el tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Nombres de agencias, logos o imágenes salvo que formen parte del trabajo creativo publicado. ▣ 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 el reel creativo de los finalistas y ganadores será publicado.
<h3>Especificaciones</h3>	<h3>Talento / Licencia</h3>
<ul style="list-style-type: none"> ▣ 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 incluyan nombres/logos de agencias en el video o en el nombre del archivo. ▣ Es útil etiquetar cada ejemplo creativo por tipo de medio ("Exterior", "Redes Sociales", etc.). ▣ Éxito Sostenido: Se requieren ejemplos creativos de tres o más años, con la indicación del año/periodo en el reel creativo y las imágenes. 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ No agreguen a su reel creativo, cualquier tipo de música/ imágenes de stock que no se hayan ejecutado en su trabajo original, a menos que obtengan los derechos para incluir esos materiales complementarios y que estos no causen confusión ni resten tiempo a la presentación del trabajo creativo integral. ▣ Effie reconoce las ideas de marketing más efectivas y a los equipos exitosos (anunciante y agencias) que las crean. Si su caso es finalista o ganador, el trabajo creativo (reel e imágenes) se publicará.



El Caso: Imágenes Creativas

Imágenes del trabajo creativo (2 requeridas, 6 máximo).

Cuando los jurados hayan leído su caso y visto el reel, revisarán 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 quieran subir el trabajo que desean que los jurados vean nuevamente después de ver el reel creativo.

Esta es una oportunidad para mostrar su trabajo creativo:

- 👉 Resalten los elementos que se ven mejor como una imagen fija vs. formato de video.
- 👉 Llamen más la atención en los elementos creativos clave que desean resaltar.

Requisitos técnicos:

- 👉 Formato .jpg.
- 👉 Alta resolución. 15 MB máx.
- 👉 Es útil etiquetar cada ejemplo creativo por tipo de medio ("Exterior", "Redes Sociales", etc.).
- 👉 No incluyan los nombres o logos de las agencias en ningún material creativo enviado para su evaluación.
- 👉 **Éxito Sostenido:** indiquen el periodo de tiempo como parte de la etiqueta.

Las imágenes creativas se mostrarán públicamente 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 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. Jpg.15 MB máx.

Logos de la Agencia Líder y Anunciante

Proporcionen los logos de la agencia líder y el anunciante. No son necesarios los logos para las empresas designadas como contribuyentes. Esto aparecerá en la ceremonia de premiación Effie si ustedes son ganadores, por favor asegúrense de que los logos estén en alta resolución.

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

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 90 palabras, proporcionen un resumen de su caso que no debe contener información confidencial.

Declaración de Efectividad

En 15 palabras o menos, proporcionen una declaración que ejemplifique los resultados del caso, asegúrense 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. Piensen cuidadosamente sobre sus aliados-clientes; agencias de todos los tipos incluyendo servicio completo, medios, digital, promo, relaciones públicas, eventos, dueños de medios; etc.

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 líder 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.

- Sólo se permitirán adiciones a los créditos, después del cierre, si la inscripción no acreditaba el número máximo de créditos para empresas e individuos. Las modificaciones de créditos tendrán una tarifa de \$600.000+IVA por cambio y no se permitirán después del 30 de abril de 2026. Todas las solicitudes están sujetas a revisión y aprobación de Effie Global, por lo cual no están garantizadas.
- No es responsabilidad de Effie Colombia el cambiar/modificar nombres de agencias y anunciantes que sean escritos de forma diferente (Ej. Anda, Anda Colombia). Si existen errores en los créditos posterior al 30 de abril, la agencia líder deberá pagar una tarifa de \$2.000.000+IVA para modificar y uniformizar los nombres de las empresas inscritas en sus casos.
- Es responsabilidad del participante confirmar y enviar correctamente todos los nombres de las oficinas de la agencia, redes, holdings, marcas y nombres de clientes. Si el equipo de Effie detecta alguna inconsistencia, Effie se reserva el derecho de modificar los créditos. Las decisiones de Effie en todos los asuntos relacionados con el concurso serán definitivas y vinculantes.



Otros requerimientos: créditos

Créditos para empresas	Créditos individuales
Agencia Líder (1 obligatoria, 2 máximo)	Créditos individuales principales (0 obligatorios, 10 máximo)
Anunciante (1 obligatorio, 2 máximo)	Créditos individuales secundarios (0 obligatorios, 30 máximo)
Empresas contribuyentes (0 obligatorio, 4 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.
Co-Agencias Líderes: Pueden 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.	Las personas acreditadas en su caso deben ser empleados actuales o anteriores de cualquiera de las empresas acreditadas.
Trabajo In-House: Si como anunciante, se encuentra enviando un trabajo realizado In-House, por favor diligencien el formulario acreditando a su empresa como cliente líder y como agencia.	
Por favor, verifiquen 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.	
Más acerca del Effie Index aquí: effieindex.com/about/	



Confidencialidad y Publicación

Acuerdo de permisos actualizado: nuestras reglas del concurso y los permisos otorgados por los participantes se han actualizado para 2026. A continuación se proporcionan todos los detalles sobre la publicación, la confidencialidad y el uso de los materiales presentados. Pueden encontrar más información en el **Formulario de autorización y verificación** (que contiene las reglas del concurso) disponible en la plataforma de inscripción. **Es importante que lean y comprendan este formulario, que contiene los Términos de participación en el concurso, antes de enviar su inscripción.** Todos los finalistas y ganadores del concurso se publican tal y como se describe a continuación. Los participantes también pueden optar por que se publique su caso si no resulta finalista.

Caso escrito

Effie es sinónimo de efectividad en marketing, destacando las ideas que funcionan y fomentando un diálogo reflexivo sobre los factores que impulsan la efectividad del mercado. Al otorgar permiso para la publicación de sus casos, estarán:

Aportando al desarrollo de la industria

Al permitir que otros profesionales de mercadeo aprendan de sus éxitos, estarán 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 Academy 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 a atraer nuevos talentos, demostrar la importancia del marketing en los negocios y fortalecer las relaciones agencia-cliente.

Finalistas y Ganadores

Respetamos que las inscripciones 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

Si son finalistas o ganadores, aceptan que su inscripción se publique tal como fue enviada y podrá ser reproducida o utilizada por Effie según lo establecido en el Formulario de Autorización y Verificación.

👉 Publicar una versión editada del caso escrito

Si son finalistas o ganadores, pueden optar por enviar una versión editada de su caso para publicar, que podrá ser reproducida o utilizada por Effie tal y como se establece en el Formulario de Autorización.



Confidencialidad y Publicación

Cualquier modificación debe ajustarse fielmente a la inscripción original. Si bien pueden ocultar datos confidenciales, no pueden ocultar ninguna sección por completo, incluidos los resultados.

El caso escrito editado debe enviarse a Effie en un plazo de 60 días a partir de la recepción del correo electrónico de notificación de finalista de Effie. Si el caso escrito editado no se recibe en ese plazo, Effie se reserva el derecho de publicar la inscripción escrita original tal y como se envió. Cuando se proporcione un caso escrito editado, esa versión de la campaña será la única publicada y/o utilizada públicamente.

No finalistas

Los casos que no sean finalistas pueden optar por que se publiquen sus materiales de inscripción. A menos que un participante haya otorgado a Effie el permiso para utilizar sus materiales de inscripción no finalistas, estos solo se utilizarán de forma agregada.

- Si están interesados en que se publiquen sus materiales de inscripción, independientemente de si son finalistas o ganadores, seleccionen esta opción al inscribirse.

El caso escrito es la única parte que debe contener información confidencial. Por esta razón, el caso escrito es la única parte de la inscripción que se incluye en el permiso de publicación presente arriba.

Trabajo creativo y material Publicitario - Resumen

Al enviar su inscripción, ustedes aceptan que los materiales de la misma se utilicen como se detalla en el Formulario de autorización de Effie. Deben asegurarse de que disponen de todos los derechos y permisos necesarios para que los materiales de su caso puedan utilizarse, incluyendo (pero sin limitarse a):

- el envío de los materiales de inscripción al jurado para su evaluación;
- incluir los materiales del caso en un conjunto de datos con fines de investigación de Effie que no incumpla ninguna obligación de confidencialidad que podamos tener con usted; y
- el uso, la publicación y la proyección de los materiales de los ganadores y finalistas por parte de Effie, sus filiales, socios y terceros autorizados.

A menos que sean ganadores o finalistas, o hayan decidido concedernos derechos adicionales de publicación o uso, sus materiales de inscripción solo se utilizarán de forma agregada.



Confidencialidad y Publicación

Si son ganadores o finalistas del concurso, o si no lo son pero han decidido concedernos estos derechos, sus materiales (es decir: su trabajo creativo; un resumen público; una declaración pública de efectividad, los datos internos proporcionados en la inscripción y un caso escrito aprobado para su publicación por ustedes, de acuerdo con sus permisos de publicación) podrán ser publicados y/o utilizados por nosotros, nuestros socios, afiliados u otras organizaciones asociadas con nosotros o autorizadas por nosotros. Esto incluye, entre otros: (a) publicar dichos materiales en la biblioteca de casos de Effie y en otros sitios web y/o publicaciones de socios; (b) utilizar dichos materiales para promocionar el Concurso; (c) analizar los materiales para crear informes o comentarios sobre tipos o categorías o casos concretos; y (d) mostrar los materiales en presentaciones públicas o privadas. Respetaremos sus preferencias de publicación elegidas para su caso escrito. Sus materiales no deben contener ninguna información confidencial, ya que pueden ser utilizados como consideremos oportuno. Para obtener más detalles, revise el **formulario de autorización de Effie**, que incluye las condiciones del concurso, en la plataforma de inscripción.

Consulten la sección del Reel Creativo para obtener más información sobre licencias y talentos. El trabajo creativo y los materiales publicitarios se publicarán si su caso es finalista o ganador. En circunstancias extraordinarias, Effie revisará las solicitudes para enviar un reel editado para su publicación. Dichas solicitudes deben enviarse si el caso se convierte en finalista, los reels creativos que no son finalistas solo los ven los jurados y no se publican.

Información adicional

Juzgamiento

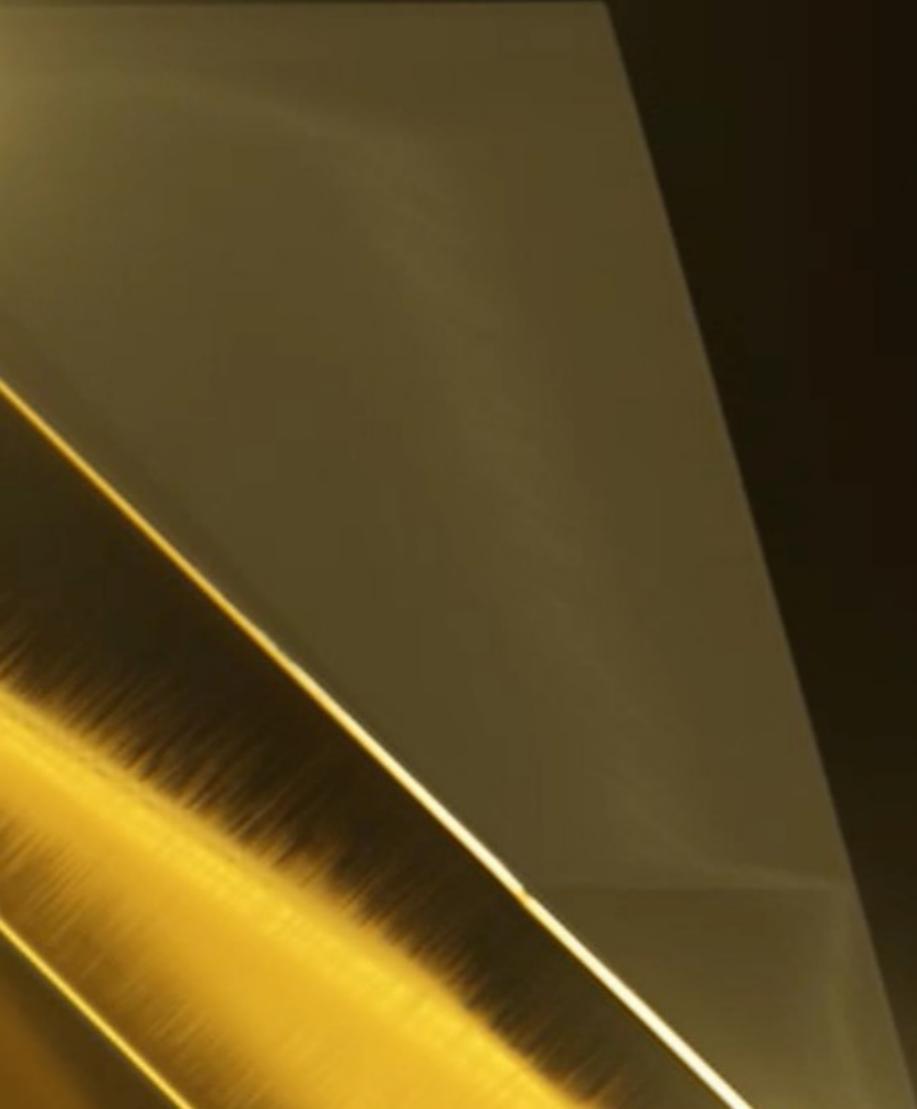
Las jornadas de juzgamiento tienen estrictos protocolos de confidencialidad y están supervisadas de forma segura por los presidentes de mesa y el equipo Effie. Los jurados firman acuerdos de confidencialidad antes del inicio de las jornadas de juzgamiento. Los jurados tienen prohibido retirar o descargar 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.

Información 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, los participantes tienen la opción de seleccionar si desean publicar el caso escrito o una versión editada del caso escrito si son finalistas o ganadores.



¿Qué sigue?



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.

Los casos son juzgados en dos fases. En ambas rondas, los jurados evalúan el caso escrito primero y luego revisan el trabajo creativo (reel e imágenes). La calificación se hace de forma anónima y confidencial. Los jurados proporcionan una retroalimentación escrita sobre cada caso para el Insight Guide.

El Insight Guide es una herramienta útil que incluye retroalimentación directa y consejos de los jurados que revisaron el caso, proporcionando una comprensión más detallada de la calificación de su caso. El Insight Guide se puede adquirir en la plataforma en el momento de la inscripción o después de la misma. Consulten la sección «Plazos y tarifas» de este Entry kit para obtener más información.

A los jurados se les asignan casos con los que no tengan un conflicto de interés. Por esta razón, es fundamental que los participantes proporcionen un contexto de mercado y categoría en sus casos. Ofrezcan a los jurados una comprensión clara de la situación de la categoría y expliquen qué significan sus KPI's en el contexto de su categoría. En todas las rondas de juzgamiento, los jurados proporcionan puntajes en las cuatro secciones de calificación de Effie:



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 tienen puntajes mínimos requeridos. 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, reconocimiento al 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.

¿Están interesados en ser jurados?

Son bienvenidas las nominaciones de los marketers más senior en la industria para juzgamiento. Participar como jurado es una de las formas más valiosas de aprender sobre el premio. Para nominar un jurado completen nuestro formulario: <https://forms.gle/mujgtjDgVJ833z36>



Ganarse un Effie

Ganarse un Effie significa que su trabajo sobresale como uno de los esfuerzos de marketing más efectivos e impactantes, combinando una estrategia perspicaz, creatividad brillante y resultados de mercado probados. Mientras esta competencia sigue creciendo, ganar nunca había sido tan retante o gratificante.

Las notificaciones de los ganadores se enviarán en el segundo semestre de 2026. Los ganadores recibirán información adicional sobre la Ceremonia de Premiación.

Trofeo

Dos trofeos serán 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/anunciantes 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, pueden comprar trofeos y certificados personalizados adicionales con su elección de empresas acreditadas o individuos presentados.

Para ordenar trofeos y certificados escriban a effie@effiecolombia.com



Effie Index

El ranking mundial de efectividad del marketing (effieindex.com), identifica y clasifica a las agencias, anunciantes, marcas, redes y holdings analizando los datos de los finalistas y ganadores de Effie Awards en todo el mundo. Anunciado anualmente, es la clasificación mundial más completa de la efectividad del marketing.

Si su caso se convierte en finalista o ganador de Effie 2026, 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.

La acreditación de la oficina de la agencia se basa en qué oficina(s) de la agencia realizaron el trabajo para el caso ganador o finalista. Si dos oficinas de la agencia hicieron el trabajo, ambas deben ser acreditadas conforme a los requerimientos del Index de acreditar a todos los socios estratégicos y creativos.

Asegúrense 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. 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 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.

Effie se reserva el derecho de modificar los créditos para garantizar la consistencia y la precisión. Las decisiones de Effie en todos los asuntos relacionados con el concurso serán definitivas y vinculantes.



Contacto

Preguntas sobre el proceso de inscripción, materiales, categorías, reglas, etc.

effie@effiecolombia.com

Preguntas sobre modalidad de pago

contabilidad@andacol.com, effie@andacol.com.co

Juzgamiento Effie

effie@effiecolombia.com

Aplicativo convocatoria jurados: <https://forms.gle/mujgtjDgVJ833zj36>

Preguntas sobre el Insight Guide

effie@andacol.com.co

Oportunidades de patrocinio

effie@andacol.com.co

Información de Effie Academy College

college@effiecolombia.com



**¡Mucho suerte en
la competencia!**