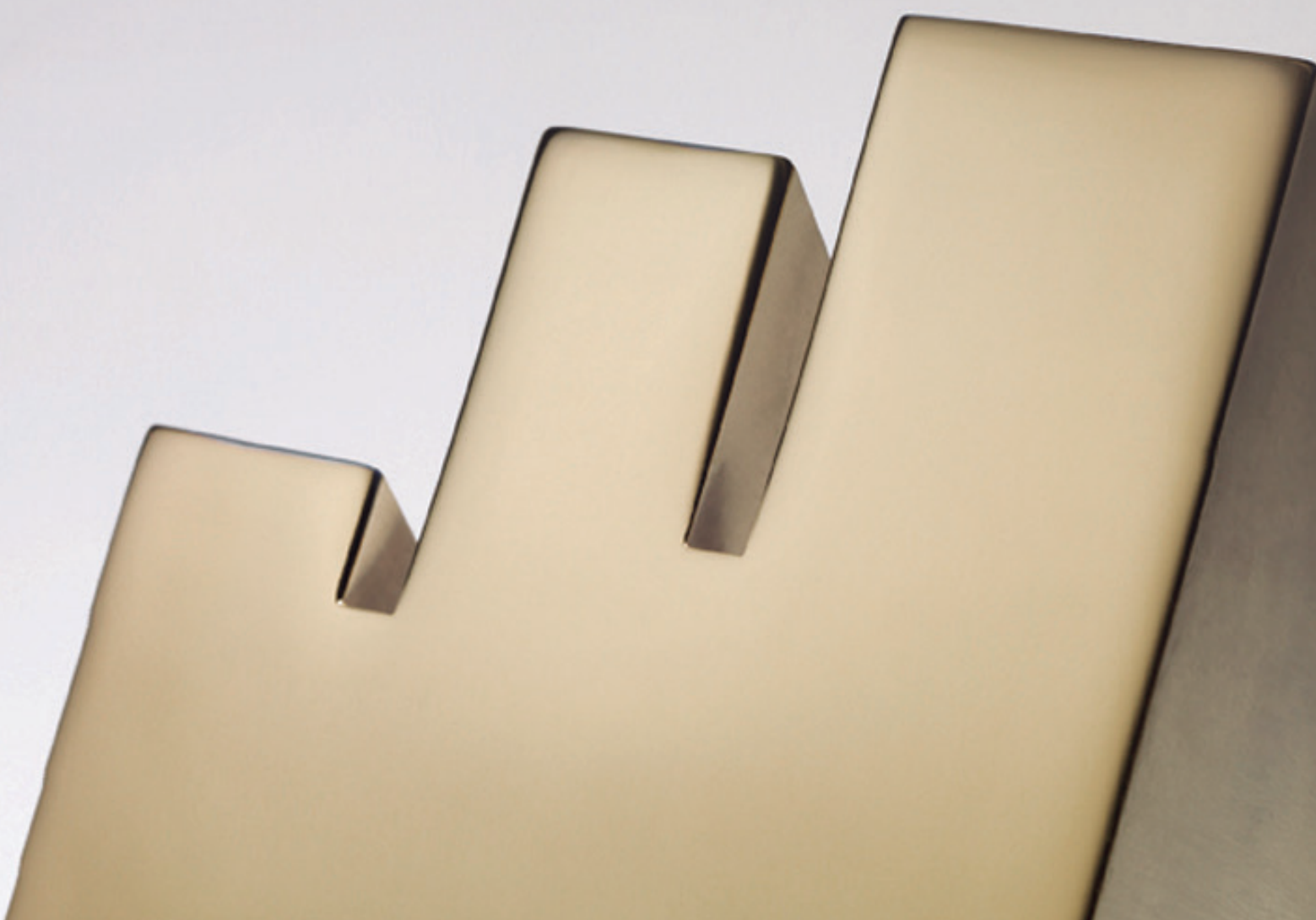


# BASES DE INSCRIPCIÓN

---



## **Bienvenidos A Effie Awards Argentina, Edición 2017**

Desde el año 2006, Effie Awards Argentina representa la máxima celebración de la industria publicitaria y el marketing en nuestro país. El certamen destaca la efectividad publicitaria en todas sus formas, brindando reconocimiento a los esfuerzos por posicionar un producto o servicio, incrementar las ventas o sorprender al consumidor.

En medio de una industria cambiante y agitada, la efectividad publicitaria es y continuará siendo -cada vez con más fuerza- el gran reto que enfrentan las empresas anunciantes y las agencias.

Los premios Effie fueron creados en 1968 por **American Marketing Association**, en Nueva York, y desde entonces han alcanzado gran reconocimiento en la industria publicitaria y de marketing. Constituyen la principal distinción profesional al reconocer el aporte de las estrategias y la creatividad al logro de los objetivos propuestos y la obtención de resultados. En síntesis, Effie focaliza la atención en la publicidad efectiva, en las **ideas que realmente funcionan**. La importancia de los Effie ha sobrepasado vastamente las fronteras de su país de origen. En la actualidad, el certamen es organizado en más de **cuarenta países** alrededor del mundo.

Este certamen se lleva a cabo con el propósito de honrar los esfuerzos de comunicación que demuestren un alto grado de efectividad en el cumplimiento de sus objetivos declarados.

### **Organización**

Effie Awards Argentina es un certamen organizado por:

CONEP ARGENTINA S.A. (Concursos y Evaluaciones Profesionales de Marketing S.A.), bajo licencia de Effie Worldwide, con domicilio en Olleros 2125, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. T.: (54-11) 4777-1240.

## Bases del certamen

### Quiénes pueden participar

Podrán aspirar a ganar el premio Effie todas las empresas anunciantes tanto públicas como privadas, junto a sus agencias (creativas, de medios, digitales, in-house, etc.), con aquellas campañas que hayan sido difundidas en la Argentina y con resultados obtenidos entre **Enero de 2016 y Junio de 2017 (inclusive)**, aún cuando su inicio haya sido anterior.

No existe limitación en el número de casos a presentar y los mismos podrán ser inscriptos en más de una categoría.

Podrán participar aquellos casos inscriptos en ediciones anteriores de Effie Argentina, según las siguientes consideraciones:

**¿Es posible volver a presentar casos que no hayan ganado en la edición anterior?**

Sí, los casos que ya hayan participado de ediciones anteriores y no hayan ganado pueden volver a intentarlo, siempre que estén comprendidos dentro del actual período de elegibilidad.

**¿Es posible volver a presentar casos que sí hayan ganado en la edición anterior?**

Sí, pueden participar los casos que hayan resultado ganadores en ediciones anteriores, teniendo en cuenta los siguientes criterios y requerimientos:

**Ganadores Effie Oro:** pueden volver a participar en una categoría en la que no hayan ganado Oro siempre que estén comprendidos dentro del período de elegibilidad.

**Ganadores Effie Plata y Bronce:** pueden volver a participar de cualquier categoría.

**Ganadores Effie Oro en Éxito Sostenido:** pueden volver a participar en la categoría una vez transcurridos 3 años.

No será divulgado el nombre de anunciantes, agencias y campañas concursantes que no resulten finalistas.

### Plazos y fechas

---

<b>Cierre de inscripción:</b>	<b>Viernes 4 de agosto de 2017</b>
-------------------------------	------------------------------------

---

Evaluación de Jurados:	<b>Septiembre de 2017</b>
------------------------	---------------------------

---

Ceremonia de Premiación:	<b>Noviembre de 2017</b>
--------------------------	--------------------------

---

## Definición de las categorías

### CATEGORÍAS

- 1. Alimentos**  
Productos alimenticios en general. Incluye golosinas, postres, snacks, etcétera.
- 2. Bebidas alcohólicas**
- 3. Bebidas no alcohólicas**
- 4. Higiene y cuidado personal**  
Artículos de belleza, perfumería, cosmética, medicamentos, etc.
- 5. Mantenimiento y accesorios para el hogar**  
Electrodomésticos y demás productos electrónicos, muebles, artículos de higiene y mantenimiento del hogar, etc.
- 6. Vehículos**  
Campañas de autos, motos, etc.
- 7. Accesorios para vehículos**  
Campañas de neumáticos, combustibles, lubricantes, etc.
- 8. OTC y RX**  
Productos medicinales de venta libre.
- 9. Indumentaria y calzado**
- 10. Productos y/o servicios online**  
Campañas de productos o servicios ofrecidos únicamente en Internet (productos online y/o ecommerce)
- 11. Productos varios**
- 12. Medios de comunicación**  
Campañas publicitarias de radio, televisión, diarios, revistas, vía pública, internet.
- 13. Servicios financieros**
- 14. Servicios no financieros**
- 15. Marketing promocional**  
La oferta del producto o servicio debe estar acompañada de un beneficio adicional específico, que haya sido un factor determinante en la generación de los resultados. Si el elemento promocional no fue relevante en la obtención de los resultados, deberá participar en alguna de las otras categorías del certamen.

**16. Lanzamientos de nuevas marcas, productos o servicios**

Incluye casos de extensión de línea.

**17. Relanzamientos**

Casos de marcas y/o productos con cambio de diseño, packaging, etc.

**18. Medios de comunicación**

Campañas publicitarias de radio, televisión, diarios, revistas, vía pública, internet.

**19. Bien público, con fines sociales o de utilidad pública**

(quedan excluidas las campañas políticas).

**20. Imagen Corporativa**

Campañas de publicidad institucional.

**21. Presupuesto Reducido**

Casos con una inversión total menor a US\$200.000 (tarifa bruta producción + medios).

**22. Programas de Fidelización**

Casos de fidelización de clientes (internos, externos o de canales de distribución).

**23. Shopper Marketing**

Campañas que a través de la comunicación o experiencias en el punto de venta involucren al comprador y guíen su proceso de compra hacia el resultado final deseado.

**24. Innovación en Medios**

Casos con una excelente idea de medios, lo suficientemente poderosa como para que haya sido la generadora de la efectividad de la campaña.

**25. Activaciones**

**26. Real Time Marketing**

Esta categoría es para todas las comunicaciones en las que las compañías, las marcas o los productos crean contenido de marketing, sobre la marcha y sin una planificación exhaustiva, alrededor de un evento de actualidad. Los resultados se generan a partir de una conversación en tiempo real que tiene lugar en las redes sociales y en las plataformas de tiempo real, en respuesta a dicho evento. La efectividad del marketing en tiempo real (real time marketing) encuentra su máxima expresión cuando es posible delinear un plan para los eventos conocidos (el Mundial de Fútbol, la premiación de los Oscars, etc.) y reaccionar rápidamente y de manera relevante cuando sucede algo inesperado. Quien ejecuta la acción de real-time no es quien ejecuta el evento.

### **27. Éxito sostenido**

Campañas de productos o servicios que hayan experimentado éxito sostenido por un período de 3 ó más años (no debe ser anterior al 1° de Enero de 2013). Las campañas que participen en esta categoría deberán tener un objetivo común en las ejecuciones estratégicas, creativas, y en la evolución de sus piezas. Deberán demostrar efectividad durante todo el período de la campaña.

**Nota:** El formulario de participación para esta categoría está disponible en [www.effieargentina.com.ar](http://www.effieargentina.com.ar)

### **28. Interactiva**

El espíritu de esta categoría es construir una interacción efectiva con el consumidor. La categoría está abierta a aquellas marcas que están creando experiencias, activaciones, plataformas, contenido y todo tipo de esfuerzos de comunicación con resultados alcanzados a través del componente interactivo. Podrán participar casos en los que el componente digital sea un canal para la interacción, aunque la categoría no es exclusiva de este tipo de trabajos.

### **29. Programática ¡NUEVA!**

Programática en medios se define como la implementación de data y tecnología para identificar y conectar la audiencia correcta con el medio correcto en el momento correcto.

Se espera que los casos en esta categoría:

- Usen data para entender a su audiencia
- Utilicen mensajes creativos, personalizados y dirigidos.
- Se comuniquen mediante mecanismos programáticos, a través de todos los canales utilizados.

Los esfuerzos presentados deberían demostrar cómo optimizaron los medios de comunicación en relación a los KPI y ROI de la empresa o la marca, basándose en el valor de un público personalizado. Los mejores ejemplos de esta categoría reconocen la interacción y el uso de plataformas tecnológicas automatizadas junto a la inteligencia humana para alcanzar un público preciso y lograr los mejores resultados. Para participar, el caso debe detallar el rol que una estrategia de medios de comunicación programática tuvo en el logro de las metas de la marca y el negocio.

## Jurado

### Jurado de notables

El Jurado de los Effie Awards Argentina estará compuesto por un grupo de profesionales designados en virtud de su experiencia y trayectoria en el campo empresarial, del marketing en general y de la publicidad en particular.

El Jurado se encargará de verificar que los casos participantes cumplan con las Bases del Concurso, presenten resultados contundentes y sólidamente demostrados que justifiquen su correcta participación. Tendrá facultades para rechazar o reclasificar casos en una categoría que considere más adecuada. También podrá abrir o fusionar categorías. Su misión será evaluar los trabajos presentados y asignar el puntaje correspondiente a través del cual se podrá determinar qué casos resultarán ganadores.

#### Jurado Gran Premio

El Jurado Gran Premio tendrá como misión elegir al ganador del Gran Effie entre las campañas ganadoras del Premio Oro en cada categoría. Este Jurado estará conformado por los integrantes del Jurado de Notables que se encuentren habilitados para votar.

Las categorías Bien público y Éxito Sostenido, no serán consideradas para la elección del Gran Effie. Los casos que participen en la categoría Medios de Comunicación y obtengan un Effie Oro, podrán competir por el Gran Premio siempre que su inversión en medios incluya pauta publicitaria exhibida en 2 o más medios de comunicación que no pertenezcan al grupo empresario participante.

Las acciones de bien público ganadoras de Effie Oro y que hayan sido inscriptas en otras categorías, no serán consideradas para la elección del Gran Effie.

#### Sistema de votación

El Jurado analizará detalladamente cada caso y lo calificará según un criterio uniforme preestablecido que contempla una valoración de los siguientes aspectos:

- **Desafío estratégico y objetivos:** Capacidad y solidez de las estrategias de comunicación y marketing/Objetivos fijados.
- **Creatividad:** En función de los objetivos planteados. Estrategia.
- **Ejecución:** Implementación de la campaña.
- **Resultados:** Relevancia y magnitud de los resultados atribuidos a las comunicaciones de marketing.

El puntaje final resultará del promedio de puntajes entre los criterios detallados.

#### Sistema de puntuación

En la ronda de evaluación, los jurados analizarán la efectividad de los casos presentados utilizando el siguiente sistema de puntuación:

- **70% de la puntuación final:**
  - Desafío estratégico y objetivos: 23%
  - Creatividad: 23%
  - Ejecución: 23%
- **30% de la puntuación final:**
  - Resultados: 30%

## Premios

### Bronce, Plata, Oro y Gran Effie

El Jurado del Concurso otorgará un Effie Oro al primer lugar de la categoría, un Effie Plata al segundo y un Effie Bronce al tercero. Cada categoría podrá ser declarada desierta si las campañas no logran un puntaje mínimo preestablecido en las reglas del Concurso, durante la votación del Jurado.

El premio Gran Effie será otorgado al mejor Effie Oro de todas las categorías, con excepción de Bien público, Éxito sostenido y Medios de comunicación.

#### Aspectos importantes

La información entregada al Concurso en el formulario de participación es esencial para una correcta evaluación por parte de los Jurados. No se aceptará información complementaria y se solicita respetar el espacio establecido. Los firmantes del formulario deberán ser las personas con los cargos ejecutivos indicados en él, en señal de aprobación de la inscripción al Concurso, de veracidad de la información presentada y de aceptación de todos los aspectos contenidos en esta sección.

Los anunciantes y las agencias que participan otorgan y ceden a CONEP ARGENTINA S.A. los derechos de publicación y divulgación de los casos que resulten ganadores de algún premio, con el objeto de ser difundidos y/o debatidos públicamente, y de servir de material base para la edición de publicaciones derivadas del Concurso.

#### Cómo inscribir su caso

Los participantes podrán realizar la inscripción completando el formulario online y demás materiales. Podrán acceder a la plataforma de inscripción desde el sitio web del certamen: [effieargentina.com.ar](http://effieargentina.com.ar)

#### Derechos de participación:

La formalización de los derechos de participación ascienden a **\$15.000** + IVA por cada caso que participe en su correspondiente categoría de inscripción.



## Consejos para la presentación del caso

### Generalidades

La preparación de un caso para este certamen implica identificar como punto de partida los objetivos del anunciante y el trabajo realizado con la agencia en el desarrollo de una estrategia adecuada y una valiosa creatividad. Luego, sólo restará presentar los resultados medibles y comprobables que permitan demostrar el éxito alcanzado.

Effie Awards Argentina busca identificar estrategias y campañas exitosas en el logro de los **objetivos** planteados inicialmente. El certamen se fundamenta en la convicción de que la publicidad contribuye a lograr **resultados** exitosos y que estos pueden ser evaluados sobre la base de criterios mayoritariamente aceptados, expresados por la voz de su Jurado.

Es importante tener en cuenta que el Jurado no medirá resultados, sólo los analizará y se manifestará frente a ellos. Quien debe haberlos medido oportunamente para exponerlos con precisión y confiabilidad, es el anunciante o su agencia. El Jurado se reservará el derecho de reclasificar alguna campaña si lo considera conveniente.

### Preparación

La preparación del caso deberá ser realizada por un equipo anunciante-agencia que favorezca la discusión. Es importante que los participantes tengan en cuenta estas recomendaciones específicas:

- Dejar tiempo para revisiones finales que aseguren la presentación de una buena síntesis, un relato claro y consistente de lo ocurrido en la realidad.
- Observar bien las indicaciones y ejemplos señalados como ayuda para presentar la información en cada punto del formulario.
- Utilizar información cuantificada cada vez que sea posible. Si no lo es, será conveniente que los resultados sean expresados por medio de índices.
- Respetar las indicaciones referidas al espacio asignado.

### Formulario de participación online

Es importante tener en cuenta que los integrantes del Jurado deberán analizar un importante número de casos. Por este motivo rogamos que sea preciso con los datos que proporcione y que no intente influir con juicios de valor.

Recomendamos también el especial cuidado en la redacción y la ortografía. Estos detalles podrán jugar en contra de notables casos que podrían perder puntos frente a la mirada del Jurado, sólo por descuidar estos aspectos.

El caso presentado deberá contar con las firmas exigidas en las Bases del Certamen. Firmas por poder, provenientes de personas que ocupen cargos de menor rango que los específicamente indicados, podrán no ser aceptadas y en todo caso, disminuirán la credibilidad del caso frente al Jurado. El Jurado podrá negarse a evaluar un caso que no sea presentado con firmas de ejecutivos del nivel establecido en el Formulario.

#### **Motivos de descalificación**

- Podrán ser descalificados aquellos casos cuyos resultados no cuenten con el detalle de fuentes confiables para su aval. La Organización del concurso se reserva el derecho de verificar la veracidad de la información presentada, a los fines de preservar la transparencia del certamen.
- Logos, gráficos o cualquier material de creatividad no deben ser incluidos en el formulario de inscripción. (Nota: esto excluye aquellos gráficos que complementen específicamente la información presentada.)
- Quedarán descalificados aquellos formularios de inscripción que excedan las limitaciones de espacio.
- Podrán quedar descalificados aquellos casos que, al momento del cierre de inscripción, tengan su presentación incompleta (pago de derechos de participación, envío de materiales creativos o Formulario de participación debidamente firmado, etcétera)

#### **Consultas**

Para más información sobre Effie Awards Argentina o para obtener los datos de contacto, visite nuestro sitio web: [www.effieargentina.com.ar](http://www.effieargentina.com.ar)

## Registro de participación

Una vez definida la participación del caso, Ud. deberá acceder a la plataforma de registro, desde el sitio oficial de Effie Awards Argentina, y completar los datos solicitados para la inscripción. Desde la misma plataforma podrá cargar el formulario de inscripción online y el material creativo.

Todas las piezas que componen la campaña deberán registrarse observando las siguientes especificaciones:

- **Piezas TV** y/o cine, en el formato recomendado de QuickTime H264 1280x720 (máximo datarate 4 mbps). Enviar un máximo de 3 spots (1 archivo por spot).
- También se aceptan otros formatos como WMV, AVI, .MPG o .MOV para video.
- **Piezas radio** en formato recomendado MP3 (mínimo datarate 128kbps).
- Máximo de 2 piezas.
- **Piezas gráficas** (avisos en revistas, diarios, etc.) Deberán ser presentadas en formato recomendado JPEG/RGB a 2500 px por lo que corresponda. Presentar un máximo de 3 piezas. NO se acepta formato CMYK.
- **Piezas vía pública**, un máximo de 2 piezas, en jpg.
- **Piezas de internet**, Captura de site, mini site o campañas interactivas en formato de video. Formato: Quicktime (.mov) sin compresión . Tamaño: 720x480 pixéles, FPS: 29,97, NTSC. Máximo de 3 piezas.
- **Prensa**, si lo desea puede enviar un máximo de 3 piezas que reflejen repercusión en medios (fotos, recortes, captura de pantalla, etc.) Si se trata de imágenes de video deberá incluirlas en el video del caso.
- **Video del caso** en QuickTime o .MOV. Tiempo máximo de duración: 4 minutos.  
Importante: este video no debe incluir información acerca de resultados obtenidos ni juicios de valor.

El video debe mostrar las piezas de comunicación que dieron vida a la "gran idea" (no es necesario exhibir aquí todas las piezas sino aquellas que considere esenciales en el éxito expuesto en el formulario de participación). Para la utilización de música deberá contar con los derechos correspondientes.

### Revisión final

La carga de materiales se debe realizar a través de la plataforma de inscripción online. Para completar su caso debe incluir:

**\*Formulario de Inscripción completo de manera online**

**\*Formulario de Autorización con firmas originales (formato PDF recomendado)**

**\*Materiales creativos**

El plazo de inscripción se extenderá hasta el **viernes 4 de agosto**.