















effie AWARDS

ARGENTINA

EDICIÓN 2021

ÍNDICE

 Bienvenida	Página 3
 Bases del certamen	Página 4
 Quiénes pueden participar.....	Página 4
 Calendario y costos de inscripción	Página 5
 Sistema de puntuación	Página 5
 Jurado	Página 6
 Premios	Página 7
 Aspectos importantes.....	Página 8
 Cómo inscribir un caso	Página 8
 Pago de inscripciones	Página 8
 Consejos para la presentación del caso.....	Página 10
 Categorías	Página 12
 Materiales Creativos	Página 19
 Revisión Final.....	Página 22

BIENVENIDOS A EFFIE AWARDS ARGENTINA

EDICIÓN 2021 - IDEAS QUE FUNCIONAN

Desde el año 2006, Effie representa la máxima celebración de la industria publicitaria y el marketing en nuestro país. El certamen celebra la **efectividad de las comunicaciones en todas sus formas**, brindando el reconocimiento a los esfuerzos más destacados.

En 2020 fuimos protagonistas de un año de pandemia que transcurrió con grandes desafíos, cambios vertiginosos y gran incertidumbre y, aunque la situación persiste, continuamos afirmando que la efectividad publicitaria es el gran reto que enfrentan las compañías anunciantes y las agencias en el amplio ecosistema de la comunicación.

Por eso, en esta nueva edición de Effie Argentina, queremos alentarlos a presentar sus mejores casos de efectividad, siempre con el objetivo de promover las prácticas destacadas en el ámbito de las comunicaciones de marketing. La edición 2021 continuará desarrollando las instancias de juzgamiento y la entrega de premios de modo virtual, promoviendo que más profesionales de la industria puedan ser parte del certamen en cada una de sus etapas.

También hemos sumado categorías nuevas, entre las que se destaca **Diversidad e Inclusión** dentro de Impacto positivo, Bien social, promovida por Facebook. Además, presentamos la **nueva plataforma de inscripción Acclaim** y un formulario de participación orientado a contribuir con la excelencia y con una mayor claridad en el armado de casos para el mejor juzgamiento de cada uno de ellos.

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. Effie focaliza la atención en los esfuerzos más efectivos. 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 cincuenta países alrededor del mundo**. Además cuenta con sus programas regionales en Asia Pacífico, Europa, Latinoamérica y Medio Oriente.

Effie Argentina se lleva a cabo con el propósito de honrar las estrategias de marketing y publicidad que demuestren un alto grado de efectividad en el cumplimiento de sus objetivos declarados. En síntesis, Effie celebra **las ideas que funcionan**. ¡Bienvenidos!

ORGANIZACIÓN

Effie Awards Argentina es un certamen organizado bajo licencia de Effie Worldwide, con domicilio en Av. del Libertador 7766, oficina 805, (C1429BMX), Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.



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 o esfuerzos de comunicación que hayan sido difundidos en la Argentina y con resultados obtenidos entre el **1° de enero de 2020 al 30 de junio de 2021 (inclusive)**, aún cuando el inicio de la campaña haya sido anterior.

Condiciones establecidas para las diferentes categorías de participación:

- El mismo caso podrá participar en un máximo de **cuatro** categorías únicamente.

Ejemplos:

- Un caso podrá participar en una sola categoría de Producto o Servicio y en tres categorías Especiales.
- Un caso podrá participar en cuatro categorías Especiales.
- Un caso que participe en la categoría **Lanzamiento de nuevos productos, no podrá participar de la categoría correspondiente al producto o servicio del que se trate**. En cambio, sí podrá ser inscripto en alguna de las otras categorías especiales, siempre que se ajuste a la definición específica y al espíritu del caso.

Aquellos casos inscriptos en ediciones anteriores de Effie Argentina, podrán volver a participar. Aquí detallamos algunas dudas frecuentes al respecto:

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

Sí, los casos que hayan participado en ediciones anteriores y no hayan ganado pueden volver a concursar. Para esto, el caso debe estar comprendido 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 el caso esté comprendido 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 los 3 años.

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

CALENDARIO Y COSTOS DE INSCRIPCIÓN

Primer deadline	Jueves 24 de junio	\$71.250 + IVA
Segundo deadline	Jueves 8 de julio	\$78.750 + IVA
¡Última oportunidad!	Jueves 22 de julio	\$89.250 + IVA

Evaluación de jurados	Agosto – Septiembre
Ceremonia de premiación	Octubre

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 las rondas 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%

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 finalistas y ganadores.

JURADO GRAN PREMIO

El Jurado Gran Premio tendrá como misión elegir al ganador del Gran Effie entre las campañas ganadoras del Premio Oro. Este Jurado estará conformado por destacados profesionales que se encuentren habilitados para votar.

PREMIOS

Bronce, Plata, Oro y Gran Effie

El Jurado del certamen otorgará -por medio del puntaje- 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. Todas las categorías serán consideradas para la elección del Gran Effie, con excepción de Éxito sostenido. La votación final para definir qué caso resultará ganador del Gran Effie se dará entre los Effie Oro que obtengan los mejores puntajes.

Reconocimientos especiales

Estos premios se entregan únicamente sobre la base de una sumatoria de puntos obtenidos según el Gran Effie, Effie Oro, Plata, Bronce y Finalistas de los Effie Awards Argentina. No son premios en los que se puedan inscribir casos para competir.

Estos reconocimientos serán calculados teniendo en cuenta el sistema de puntuación que se detalla a continuación:

Sistema de puntos según Effie Index

Agencias, marcas y anunciantes

Gran Effie: 12 puntos
Oro: 8 puntos
Plata: 6 puntos
Bronce: 4 puntos
Finalistas: 2 puntos

Agencias secundarias/contribuyentes

Gran Effie: 6 puntos
Oro: 4 puntos
Plata: 3 puntos
Bronce: 2 puntos
Finalistas: 1 puntos

Para más información, visitar www.effieindex.com

Agencias principales vs. Agencias que hayan contribuido

El reglamento de Effie Awards permite que sean reconocidas hasta ocho agencias diferentes al momento de la inscripción. Los créditos podrán incluir hasta un máximo de dos agencias principales, consideradas como las mayores responsables del trabajo que se presente a concurso, dos agencias colíderes y hasta cuatro agencias que hayan contribuido con el caso en menor medida.

Si un ganador Oro se convierte en ganador del Gran Effie, será otorgado el mayor puntaje. (Solo será contabilizado con 12 puntos, y no con 12 puntos + 8 puntos).

Cuando múltiples oficinas de la agencia están incluidas/mencionadas para los créditos en un solo ganador, las *networks* y *holdings* recibirán solamente un set de puntos en el respectivo ranking.

NOTA: Los ganadores de los reconocimientos especiales NO recibirán puntaje en el Effie Index.

Todas las decisiones del Jurado y de la Organización respecto de los resultados de casos ganadores son finales.

ASPECTOS IMPORTANTES

La información entregada 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 Effie Worldwide y 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 UN CASO

Los participantes podrán realizar la inscripción completando el formulario online y demás materiales desde la plataforma Acclaim. El acceso a la plataforma de inscripción se encuentra disponible en el [sitio web](#) del certamen.

Una vez que el formulario de participación esté completo en la plataforma, solicitamos incluir la información adicional requerida (Créditos, materiales para fines promocionales/difusión, información de contexto, etc.).

PAGO DE INSCRIPCIONES

¿Cómo proceder?

Cada caso presentado en alguna de las categorías de participación del certamen será considerado como una inscripción. Si el mismo caso fuera presentado en varias categorías conforme el reglamento, corresponderá pagar el valor de inscripción para cada categoría seleccionada.

Guía de pasos para realizar el pago:

1. Verifique las fechas de vencimiento/cierre de cada deadline para tener en cuenta el monto a pagar.
2. Registre sus casos en la plataforma de inscripción. Valide la totalidad de los casos inscriptos en cada deadline.
3. Envíe un correo a rgaleano@effieargentina.com.ar y clucero@adlatina.com con el resumen de los casos inscriptos y sus proformas, y la siguiente información:
 - Razón Social a quien se debe elaborar la factura.
 - CUIT de la empresa a la cual se emite la factura.
 - Contacto (correo y número telefónico) del área financiera para el seguimiento de la recepción de la factura y su posterior pago.
4. Al cierre de cada deadline, Effie Argentina verificará los casos inscriptos por cada organización.
5. Effie Argentina (Conep Argentina S.A.) elaborará la factura electrónica y la misma será enviada a la empresa con el soporte de los casos inscriptos.
6. El inscriptor/cliente deberá realizar el pago de acuerdo con la factura emitida por Conep Argentina S.A. (pago de contado) y enviar el comprobante de pago a clucero@adlatina.com, con cc a rgaleano@effieargentina.com.ar

El pago se realiza vía transferencia bancaria a:

CONEP ARGENTINA S. A.
CUIT: 30-70957832-0
BANCO SUPERVIELLE
CLAVE BANCARIA UNIFORME 02702799 10034650100017
CUENTA CORRIENTE PESOS N° 03465010-001

AVISO IMPORTANTE:

Cada inscriptor será responsable de la gestión del pago para que sea cumplimentado en tiempo y forma, conforme el deadline de inscripción elegido. Como parte del proceso, el inscriptor será responsable también de subir la factura si correspondiese en el portal de su compañía.

Effie Argentina se reserva el derecho de descalificar sin previo aviso ni comunicación, cualquier inscripción que no cuente con el soporte de pago al momento del deadline.

Otros requerimientos de inscripción

Además de los materiales que serán parte del juzgamiento, cada inscriptor deberá completar también la siguiente información:

- **Materiales para fines promocionales** de su caso (serán difundidos si el caso resulta finalista o ganador).
- **Créditos** individuales y de la empresa.
- **Datos** adicionales para **fines de investigación/base de datos**.
- **Autorización y Permisos de publicación**.

Estos requerimientos están incluidos en los formularios de inscripción y en las secciones disponibles dentro de la plataforma de inscripción Acclaim.

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 hay esfuerzos de comunicación que contribuyen a lograr resultados exitosos y que los mismos 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 idealmente integrado por 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.

FORMULARIO DE PARTICIPACIÓN

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 Formulario presentado deberá contener 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.

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.)
- El **nombre de la agencia** no debe aparecer en el formulario escrito ni en los materiales creativos.
- **Los videos y materiales creativos que contengan resultados, serán descalificados.**
- 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 Autorización debidamente firmado, etcétera).

GUÍA DE INSCRIPCIÓN

Effie Worldwide ofrece a los concursantes la oportunidad de que su caso escrito sea publicado en el website de Effie Awards, Effie Worldwide Case Database, websites de partners o bien cualquier publicación que cuente con la aprobación de Effie Awards.

En el marco del espíritu de aprendizaje que Effie representa, los alentamos a compartir sus casos con el fin de ser inspiración para la industria y mejorar las prácticas del marketing. Al permitir la publicación del caso escrito, usted está:

- **Contribuyendo a mejorar la industria:** permitiendo que otros marketers aprendan de los logros obtenidos por su equipo, impulsando a que la industria eleve su vara y mejorando las prácticas de marketing.
- **Contribuyendo con los futuros líderes de la industria:** escuelas y universidades tomarán como ejemplo los casos Effie durante sus clases, y aprenderán cómo escribir un caso Effie considerando el suyo como ejemplo.
- **Demostrando el éxito de su equipo,** al alcanzar uno de los premios más destacados de la industria. Ganar un Effie contribuye a atraer talentos, demuestra la importancia del marketing en los negocios y refuerza la relación de agencia y cliente.

La organización del certamen respeta que los casos concursantes puedan tener información confidencial para el cliente o la agencia.

Desde la plataforma online, le pediremos que indique **cuál es la opción elegida como permiso de publicación para su caso escrito.**

Las opciones son:

- A. SI- PUBLICAR EL CASO TAL COMO FUE PRESENTADO PARA PARTICIPAR.** Significa que está de acuerdo con que la Guía de Inscripción completa se publique, reproduzca o visualice a través de diferentes canales para fines educativos y/o promocionales.
- B. SI- PUBLICAR UNA VERSIÓN EDITADA DEL CASO ESCRITO.** Significa que está de acuerdo con presentar una versión editada del caso escrito para su publicación que será reproducida o difundida para fines educativos. Puede reescribir o remover cualquier información confidencial. La organización del certamen tendrá la opción de publicar, reproducir y mostrar la imagen del caso, el Resumen del caso así como los Materiales creativos en sus versiones originales.
- C. PUBLICAR EL CASO TAL COMO SE ENTREGÓ DESPUÉS DE TRES AÑOS.** Significa que el caso escrito se publicará tal como se presentó después de tres años. El caso se publicará tal como fue presentado y reproducido o exhibido para fines educativos.
- D. PUBLICAR UNA VERSIÓN EDITADA DEL CASO ESCRITO DESPUÉS DE TRES AÑOS.** Significa que acepta enviar una versión editada de su caso para publicar, que se reproducirá o mostrará con fines educativos después de tres años. Puede editar cualquier información confidencial.

CATEGORÍAS

Definición de las categorías

PRODUCTOS & SERVICIOS

1. **Accesorios para vehículos.** Campañas de neumáticos, combustibles, lubricantes, etc.
2. **Alimentos.** Productos alimenticios en general.
3. **Bebidas alcohólicas.** Cerveza, champagne, ron, vodka, vino, enfriadores de vino, tragos, etc.
4. **Bebidas no alcohólicas.** Gaseosas regulares y dietéticas, café, té, jugos, agua embotellada, agua con gas, leche y/o sustitutos de la leche, etc.
5. **Belleza y cuidado personal.** Productos y servicios de belleza y cuidado personal como cosméticos, perfumes, champú, cera/laca para cabello, jabones, desodorantes, afeitadoras, tinturas, cuidado personal y servicios de bienestar como salones, spas, programas de pérdida de peso, etc.
6. **Compañías de medios y entretenimiento.** Cadenas de TV, servicios de streaming, websites (entretenimiento, estilo de vida, noticias, comercio) revistas, diarios y periódicos, estaciones de radio, etc.
7. **Cultura y arte.** Museos, obras y festivales de teatro, festivales culturales, organizaciones musicales como festivales y conciertos.
8. **Gobierno y servicios públicos.** Comunicaciones de marketing relacionadas al desarrollo económico del estado o la municipalidad, loterías, servicios públicos (ej: mensajes de conservación de agua, campañas de reciclado, etc.), instituciones u organizaciones educativas, etc. Están incluidos los mensajes políticos y las comunicaciones dirigidas a grupos comerciales de interés.
9. **Golosinas, snacks y postres.** Chocolates, postres, helados, dulces, papas fritas, galletas, productos de panadería, frutos secos y vegetales, bocadillos, pochoclo, etc.
10. **Indumentaria y calzado**
11. **Lanzamientos de nuevas marcas, productos o servicios.** Incluye casos de extensión de línea.
12. **Mantenimiento y accesorios para el hogar.** Electrodomésticos y demás productos electrónicos, muebles, artículos de higiene y mantenimiento del hogar, etc.

13. OTC y RX. Productos medicinales de venta libre.

14. Productos varios

15. Retail. Compañías de retail (en línea o directas) con productos específicos o generales. Ejemplo: tiendas por departamento, tiendas de ropa, calzado y/o joyería, gafas, tiendas de alimentos, tiendas de libros, cuidado de mascotas, tiendas de especialidades, tiendas de conveniencia.

16. Servicios financieros. Productos y servicios financieros que incluyen la imagen general de la marca corporativa y las capacidades de una entidad financiera; productos y servicios específicos incluyendo tarjetas de crédito y débito, tarjetas de fidelización-lealtad, planificación financiera, pago de servicios, fondos de jubilación, inversión, préstamos, fondos de inversión, etc.

17. Servicios no financieros

18. Software y aplicaciones. Software, servicios colaborativos, sistemas operativos, servicios de nube, software/apps para computadores/tabletas/móviles.

19. Vehículos. Campañas de autos, motos, etc.

CATEGORÍAS ESPECIALES

1. Bajo presupuesto. Casos con una inversión total menor a us\$100.000 (tarifa bruta producción + medios). *En este caso indicar tipo de cambio de referencia a valor oficial y período que corresponda.

2. Branded content. Esta categoría destaca los esfuerzos que efectivamente llegan a su audiencia a través de la creación de contenido de marca original que no es publicitario. El premio celebra el contenido de marca liderado por aquellas ideas que constituyen el corazón del plan de comunicaciones. Los participantes deben detallar el contenido creado, cómo se relacionó con la marca y con los objetivos comerciales, cómo se distribuyó y compartió con la audiencia y qué resultados obtuvo la marca y el negocio

3. Comunicación interna. Campañas y esfuerzos de comunicación dentro de la empresa.

4. Data-driven. Esta categoría está orientada a casos con aplicación de datos y tecnología para identificar y hacer coincidir las audiencias correctas con el mensaje correcto en los momentos correctos. Estos esfuerzos deberían demostrar cómo utilizaron específicamente los datos para optimizar los medios y mejorar así los resultados comerciales (KPI de marca, ROI, medidas de marketing de rendimiento, etc.)

Los mejores ejemplos reconocerán la interacción y la aplicación de la automatización, la tecnología aplicada y la inteligencia humana y artificial (AI) para llegar a un público preciso y lograr los mejores resultados. Para participar, su caso debe detallar el papel que tuvieron los datos dentro de la estrategia de medios en el logro de la marca y los objetivos comerciales.

Se espera que los casos en esta categoría:

- a. Utilicen mensajes creativos personalizados / personalizados.
- b. Expliquen cómo los datos afectaron el plan de medios a través de mediciones y análisis claros.
- c. Demuestren las ideas capturadas de los datos utilizados para comprender la audiencia.

5. **Éxito sostenido.** Campañas de productos o servicios que hayan experimentado éxito sostenido por un período de 3 ó más años. 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. *Como mínimo los casos inscritos en la categoría de Éxito Sostenido deben presentar resultados en el período de Enero 2018 hasta Junio de 2021. Se deben proporcionar resultados hasta el año de competencia actual.

Nota: El formulario de participación para esta categoría está disponible en www.fffieargentina.com.ar. *Esta categoría no participa por el Gran Effie 2021.

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

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

7. **Imagen corporativa.** Campañas de publicidad institucional.
8. **Influencer.** Celebra los casos en los que una marca conecta con un grupo objetivo clave que tiene influencia sobre sus clientes potenciales. Los *influencers* pueden ser personajes influyentes de los medios sociales, embajadores de marca, patrocinadores de celebridades, periodistas, bloggers, etc. Esta categoría premia el esfuerzo de identificar a los *influencers* más destacados y convertirlos en entusiastas de la marca. Los casos deben definir claramente el grupo influyente, el grupo influenciado y su significado.

- 9. 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.
- 10. Marketing de actualidad.** Casos que aprovecharon efectivamente la relevancia, el interés o la importancia inmediata de sucesos actuales a través de una estrategia de marketing o PR específica en torno a dichos eventos.
- 11. Marketing estacional.** Las temporadas, los días festivos y los eventos brindan a los especialistas en marketing la oportunidad de construir comunicaciones estratégicas en torno a los intereses de su público objetivo. Esta categoría honrará aquellos esfuerzos que efectivamente capitalizaron una temporada, un día festivo o un evento cultural para generar resultados para sus negocios.
- 12. 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.
- 13. Performance marketing.** Esta categoría reconoce los esfuerzos más efectivos de performance marketing. Para participar, su esfuerzo debe estar dirigido por el performance marketing y usted debe demostrar cómo su esfuerzo generó resultados para el negocio utilizando KPI's de performance marketing.

Nota: El formulario de participación para esta categoría está disponible en www.affieargentina.com.ar.

- 14. POSITIVE CHANGE - Impacto positivo.** Reconoce los esfuerzos de comunicación de marketing, 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. Cualquier esfuerzo de comunicación, sean campañas completas o acciones individuales dentro de una campaña, con el objetivo de generar rentabilidad o no, son elegibles para concursar, siempre y cuando tengan resultados medibles vinculados a su impacto positivo en la sociedad.

Las categorías son:

14.1 Impacto Positivo – Marcas: Reconoce a aquellas marcas o empresas 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 combinar de manera efectiva el objetivo de negocio con una causa social (salud, educación, comunidad, familia, entre otras) y de manera exitosa relacionaron esta causa con la estrategia de marca, generando resultados positivos de negocio e impacto social.

14.2 Impacto Positivo – Entidades sin fines de lucro: Reconoce organizaciones y asociaciones sin fines de lucro, cuyos esfuerzos de comunicación han resultado o generado 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 los resultados probados.

14.3 Impacto positivo - Diversidad e inclusión – PRESENTADA POR FACEBOOK



Esta categoría aplica para cualquier campaña de marca o entidades sin fines de lucro, cuyo éxito estuvo directamente vinculado a la conexión efectiva y auténtica con una cultura, etnia, grupo o comunidad subrepresentados (ejemplo: LGBT, personas con capacidades diferentes, pueblos indígenas, etc.).

Estos esfuerzos pueden incluir mensajes sobre igualdad de derechos, eliminación de estereotipos, anti-prejuicios o cualquier otro mensaje con impacto positivo en dicho grupo o comunidad. Si el caso a presentar fue dirigido a varias audiencias, es necesario demostrar los resultados obtenidos para la audiencia específica que se menciona en la inscripción.

Debe identificar cualquier elemento creativo o estratégico que esté dirigido específicamente a esta comunidad así como cualquier diferencia cultural relevante, dinámicas o matices, tradiciones, valores, características lingüísticas, y su importancia con respecto a la presentación del caso.

Es posible que los jurados no estén familiarizados con su segmento particular, por lo que aconsejamos destacar aquellos detalles que podrían pasar por alto.

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

16. Omnichannel shopper solution. En una época en que la gente tiene más opciones que nunca, resulta clave para el éxito empresarial el ofrecer a los consumidores una experiencia omnicanal eficaz.

En esta categoría se destacarán aquellos casos que ejemplifiquen a fabricantes y retailers que hayan garantizado una experiencia de compra eficaz y de conexión. La categoría pretende mostrar cómo los fabricantes y los retailers están conectando los puntos en sus estrategias de *engagement* para garantizar experiencias simples, fluidas y efectivas a través del "viaje de los consumidores" hacia la compra.

En el punto de venta, en el servicio de atención al cliente, en los programas de fidelización, en las aplicaciones móviles, en los servicios de entrega, en las redes sociales o en línea, en los pasillos; puede tratarse de cualquier momento y espacio, siempre que se pueda mostrar que el "viaje del consumidor" o *customer journey* está totalmente integrado de principio a fin.

17. Real-Time Marketing. Esta categoría es para todas las comunicaciones en las que las compañías, las marcas y los productos y/o servicios crean contenido de marketing sobre la marcha y sin una planificación exhaustiva, alrededor de un evento de la actualidad. Los resultados se generan a partir de una conversación en tiempo real que tiene lugar en las redes sociales, y en las plataformas en vivo, en respuesta a dicho evento. La efectividad del marketing en tiempo real (*real time marketing*) encuentra su máxima expresión cuando es posible delinear un plan para eventos conocidos y reaccionar rápidamente y de manera relevante cuando sucede algo inesperado.

18. Redes sociales. Esta categoría destaca aquellas campañas que fueron desarrolladas con el propósito explícito de usar redes sociales como punto de contacto principal. El tipo de idea que está diseñada específicamente para aprovechar al consumidor socialmente conectado y la influencia de lo social. Los jurados tendrán en cuenta las campañas que comenzaron con una idea social, en lugar de ser campañas de publicidad o campañas integradas con un elemento de redes sociales. Necesitarán una justificación clara de por qué las redes sociales fueron la forma correcta de abordar el brief y probar cómo la actividad social impulsó de manera medible y material el resultado comercial. No basta con contar el número de impresiones, *likes* o *shares*. Deberá medir y demostrar el valor comercial de las redes sociales a través del efecto directo que tuvo en el comportamiento o las percepciones de la audiencia y demostrar la correlación con los resultados de negocio obtenidos.

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

20. Respuesta a la crisis. Este premio es para las marcas que crearon un cambio positivo y, de manera efectiva, han dado un giro en la dirección de su programa de marketing o sus actividades comerciales como respuesta frente a los significativos cambios estructurales y culturales (por ejemplo, Covid 19, elecciones, etc.) en el panorama actual. Los participantes deberán demostrar la efectividad de la acción para la marca.

Los ejemplos pueden incluir un cambio en el posicionamiento, un cambio en el portafolio, una aceleración digital, etc.

21. Soluciones de Innovación en Marketing (Marketing Innovation Solutions). En esta categoría, pueden ser premiadas aquellas acciones individuales de marketing o programas completos. Es posible inscribir una acción o idea de negocio relacionada con la innovación del producto, servicio o negocio que haya tenido un impacto excepcional en el posicionamiento del negocio, marca, producto o servicio en el mercado.

Si la comunicación fue un elemento significativo del marketing mix, su trabajo debe ser presentado en otra categoría de Effie. Algunos ejemplos de actividades elegibles en esta categoría: innovación del producto/servicio, cambio de apariencia, tamaño, diseño, o tecnología para el negocio, producto o servicio, cambio en operaciones, introducción a un nuevo canal de distribución, etc.

REGISTRO DE PARTICIPACIÓN

Una vez definida la participación del caso, deberá acceder a la plataforma de registro Acclaim, 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.

Materiales Creativos

El propósito de los materiales creativos/video es mostrar su trabajo creativo. El video no es una síntesis o recuento de su caso escrito.

Sus materiales creativos deben reflejar la **creatividad que dio vida a la gran idea** y mostrar a los jurados el trabajo creativo tal como se ejecutó en el mercado. Está bien incluir un poco de contexto y alguna explicación si lo considera necesario, pero asegúrese de que esto no interfiera con la capacidad del jurado para revisar suficientes ejemplos de su trabajo creativo. **Sugerimos que el 70% del contenido del video refleje la creatividad y los puntos de contacto mencionados en el formulario del caso y que han sido relevantes para el éxito del caso.** Los materiales creativos enviados deben relacionarse directamente con los objetivos estratégicos y los resultados presentados en el caso escrito.

NO INCLUYA RESULTADOS DE NINGÚN TIPO EN LOS MATERIALES CREATIVOS (tampoco métricas relacionadas con el desempeño en redes sociales).

Para las inscripciones de la categoría Éxito sostenido: los materiales creativos deben mostrar el racional de la continuidad del caso a lo largo del tiempo y la naturaleza sostenida del trabajo.

Destaque los trabajos desarrollados a lo largo de los 3 o más años de plazo que serán tomados como referencia, siempre indicando el año inicial, el año intermedio y el año actual del caso. Indique a qué año pertenece el material. Los casos con materiales creativos que no indiquen el detalle de la secuencia de años serán descalificados.

El certamen se reserva el derecho de reproducir libremente todos los materiales creativos y videos presentados para fines educativos y propósitos de publicidad.

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

NO DEBE INCLUIR

- Trabajo competitivo o logos de la competencia.
- Nombres de agencias, logotipos o imágenes.
- Resultados de cualquier tipo – incluyendo números de likes de redes sociales, seguidores, etc.
- Cualquier tipo de música/imágenes que causen confusión para los jueces con la forma en cómo su trabajo funcionó en el mercado. (Ej.: un comercial de TV que en el video creativo tenga una banda sonora que no fue la original al momento de la difusión de la pieza).
- Efectos de edición que causan confusión con la forma en que el trabajo se ejecutó en el mercado, por ejemplo, música o locución añadida al inicio de los spots de televisión.

Los participantes deberán presentar alguna de las siguientes opciones:

OPCIÓN A: Presentación de imágenes

Esta opción es recomendada para inscripciones que no tengan material de TVC/video/audio como parte del caso. Los participantes deberán presentar un **máximo de 6 imágenes** que muestren los puntos de comunicación integral mencionados en el caso escrito. Las imágenes presentadas podrán ser acompañadas con notas cortas al pie para explicar mejor el trabajo.

Especificaciones:

- Máximo de 6 imágenes.
- Formato: .jpg o .jpeg, 300 dpi. (máx.: 2500 px en su base mayor).
- Tamaño total: 50MB máx.

OPCIÓN B: video creativo de 4 minutos

Esta opción es recomendada para las inscripciones que tengan material de TVC/audio/video.

Se requiere mostrar los comerciales completos, excepto en los casos que haya que editar por una cuestión de tiempo. **No se aceptarán comerciales sueltos.** Ejemplos de eventos, guerrilla, juegos, sampling, branded content en TV, deben ser incluidos en el video.

Herramientas de edición

Los comerciales o el contenido de video puede ser editado por cuestiones de tiempo, solo si es necesario para incluir otros elementos. Se pueden usar herramientas de edición como voz en off, texto, etc. para explicar mejor lo que se ve en pantalla. No está permitido incluir en el reel ningún trabajo del que no se tengan los derechos.

Declaraciones de cierre en el video

Puede incluir alguna declaración general, sin mencionar números, con el fin de dar un cierre al video. Por favor, revise los siguientes ejemplos de declaraciones de cierre que se consideran aceptables o inaceptables.

Aceptable:

- La marca tuvo uno de sus mejores años.

Inaceptable:

- Las ventas aumentaron 20%.
- Derrotamos a nuestro principal competidor y llegamos a ser primeros en la categoría.
- Recibimos cerca de 10,000 Likes en Facebook.

Especificaciones:

- Máxima duración de 4 minutos.
- Los archivos de video deben presentarse en formato mp4.
- Tamaño de archivo: 500MB máx.

OPCIÓN C: video de 4 minutos + 2 imágenes

Podrá complementar el video con imágenes destacadas de los trabajos que se muestren en video, con el fin de que sea beneficioso que los jurados vean algunas imágenes (texto en una revista o aviso de diario, texto en una página de Internet, una pieza de marketing directo etc.)

Especificaciones (para las imágenes estáticas):

- Máximo de 2 imágenes.
- En formato .jpg o .jpeg, 300 dpi. (max: 2500 px en su base mayor)
- Tamaño total: 50MB máx.

Especificaciones (para el video):

- Máxima duración de 4 minutos
- Los archivos de video deben presentarse en formato mp4.
- Tamaño de archivo: 500MB máx.

FINES PROMOCIONALES Y DE DIFUSIÓN - Requerimiento adicional:

Imagen del caso:

Enviar una imagen del caso que será usada para fines promocionales (ejemplo: reel de finalistas & ganadores, PR, etcétera). Elija la imagen que mejor represente su caso para ser difundido en materiales promocionales del certamen. En formato jpg o jpeg, 300 dpi.

Revisión Final

La carga de materiales se realiza 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, según requerimiento.
- ✓ Pago de la inscripción según la fecha de cierre.

CONSULTAS

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