



Entry Kit 2025



Entry Kit – 2025 CONTENIDOS

- 📖 1. ¿Quiénes pueden participar? **Pag.3**
- 📖 2. Calendario y costos de inscripción **Pag.4**
- 📖 3. Jurado **Pag.5**
- 📖 4. Premios **Pag.5**
 - 📌 4.1 Bronce, Plata, Oro y Gran Effie
 - 📌 4.2 Reconocimientos especiales
- 📖 5. El caso – Presentación y aspectos importantes **Pag.6**
- 📖 6. Cómo inscribir un caso **Pag.7**
- 📖 7. Pago de inscripciones – Procedimiento **Pag.7 /8**
- 📖 8. El caso – Secciones a evaluar **Pag.9**
- 📖 9. Consejos para la presentación del caso **Pag.10**
- 📖 10. Motivos de descalificación **Pag.11**
- 📖 11. Confidencialidad y publicación **Pag.13**
- 📖 12. Créditos de anunciantes y agencias **Pag.15**
- 📖 13. Materiales creativos **Pag.16**
- 📖 14. Revisión final **Pag.19**

1. 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 diciembre de 2023 y el 30 de junio de 2025 (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.

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.

Aquellos casos inscriptos en ediciones anteriores de Effie Argentina, podrán volver a participar:

¿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:

Ganadores Effie Oro: pueden volver a participar en una categoría en la que NO hayan ganado Oro siempre que el plazo 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.

2. CALENDARIO Y COSTOS DE INSCRIPCIÓN

Período de inscripción	De Mayo a Septiembre	
Primer deadline	Lunes 4 de Agosto	990.000 +IVA
Segundo deadline	Lunes 18 de Agosto	1.080.000 +IVA
¡Última oportunidad!	Viernes 5 de Septiembre	1.188.000 +IVA
Evaluación de jurados	Septiembre – Octubre	
Ceremonia de Premiación	Noviembre	

SISTEMA DE VOTACIÓN

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

- 1) **Desafío contexto y objetivos:** Capacidad y solidez de las estrategias de comunicación y marketing / Objetivos fijados.
- 2) **Insights e idea estratégica:** Proceso estratégico en función de los objetivos planteados.
- 3) **Dando vida a la estrategia e idea:** Implementación de la campaña: cómo y dónde se dio vida a la estrategia y a la idea.
- 4) **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.

3. 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.

4. 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, durante la votación del Jurado, siguiendo estándares de Effie Worldwide. El premio Gran Effie será otorgado al mejor Effie Oro. Todas las categorías serán consideradas para la elección del Gran Effie. La votación final para definir qué caso resultará ganador del Gran Effie se dará entre los casos ganadores de 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 de Effie Index.

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

5. EL CASO – PRESENTACIÓN Y ASPECTOS IMPORTANTES

La información brindada 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 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 servir de material base para la edición de publicaciones derivadas del Concurso.

6. CÓMO INSCRIBIR UN CASO

Los participantes podrán realizar la inscripción completando el formulario online que se encuentra disponible en la **Plataforma Acclaim**

Los participantes podrán usar las plantillas con el modelo de formulario de inscripción, disponibles en formato Word, como guía para redactar sus respuestas en equipo. Estos formularios pueden descargarse desde el sitio web de **Effie Argentina**

Hay formularios específicos para las categorías Éxito Sostenido y Performance Marketing. Para el resto de las categorías aplica el formulario de Inscripción General. Cuando el formulario esté completo, los participantes deberán copiar sus respuestas a cada pregunta en la plataforma de inscripción Acclaim. Una vez que el formulario de participación y demás materiales requeridos estén completos en la plataforma de inscripción online, los participantes deberán completar la autorización con las firmas correspondientes.

7. PAGO DE INSCRIPCIONES – PROCEDIMIENTO

Cada caso presentado en alguna de las categorías del certamen será considerado como una inscripción individual. 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 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 el documento proforma (invoice) que genera la plataforma Acclaim. Adicionalmente, envíe la siguiente información:
 - Razón Social a quien se debe elaborar la factura.
 - CUIT de la empresa a la cual se deberá emitir la factura.
 - Contacto del área financiera (correo y número telefónico) para el seguimiento de la recepción de la factura y su posterior pago.

4. Al cierre de cada deadline, Effie verifica los casos inscriptos por cada participante.
5. Effie Argentina (Conep Argentina S.A.) elaborará la factura electrónica y la misma será enviada al inscriptor o a un representante de la empresa. Este será el único documento válido para realizar el pago.
6. El cliente deberá realizar el pago de acuerdo con la factura enviada 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

Datos para pago de inscripciones (transferencia bancaria):

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 la inscripción, cada equipo deberá presentar materiales para fines promocionales (es decir, para dar difusión al caso si el mismo resulta finalista o ganador), créditos individuales y de la empresa y datos adicionales para fines de investigación/base de datos. Estos requerimientos están incluidos en los formularios de inscripción presentes en la plataforma Acclaim.

8. EL CASO – SECCIONES A EVALUAR

El caso inscripto debe contar la historia del esfuerzo de principio a fin. Cada una de las secciones que componen el formulario de inscripción, debe contribuir a completar la historia. Los jurados son profesionales de la industria: tenga en cuenta qué preguntas podrían surgir al leer el caso y aborde esto en sus respuestas. Es posible que los jurados no conozcan las normas o matices propios de la categoría o industria a la que pertenece su marca, por lo que es fundamental proporcionar contexto en el caso escrito.

El formulario de inscripción está alineado a los pilares Effie que reflejan la efectividad en los esfuerzos de marketing y comunicación:

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

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

Sección 2: Insights e idea estratégica (23.3% del puntaje)

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

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

Esta sección busca explicar cómo y dónde cobró vida su estrategia e idea, incluyendo las estrategias creativas, de comunicación, de medios y el trabajo creativo. El jurado busca entender por qué se escogieron canales específicos y cómo se relacionan con su estrategia y audiencia. En esta sección son juzgadas las piezas creativas como se muestran en el Video Creativo y en las imágenes. También se evalúa el Resumen de Inversión.

Sección 4: Resultados (30% del puntaje)

Esta sección se relaciona con los resultados. Asegúrese de ofrecer suficiente contexto (categoría y año anterior) para dimensionar el valor de sus resultados frente al negocio de su marca. Conecte los resultados con los objetivos definidos en la sección 1.

9. 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. 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.
- 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.

10. MOTIVOS DE DESCALIFICACIÓN

Período de elegibilidad:

Podrán ser descalificados los casos que no se ajusten al período de elegibilidad establecido.

Datos sin referencias:

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).

Presencia del nombre o logo de la agencia inscriptora:

Effie es una competencia "agency blind". Esto significa que ningún nombre o logo de agencia, de ningún tipo, podrá 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, etc.). No incluya nombre de agencias inscriptoras en las fuentes – esto incluye también otros nombres de agencias diferentes a la propia y que están participando de la inscripción –. Las fuentes de los datos deben ser referenciadas como "Investigación de agencia, Investigación de Agencia de Relaciones Públicas, Investigación Agencia de medios", etc.

Resultados:

Los videos y materiales creativos que contengan resultados serán descalificados.

Formulario incompleto:

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).

FUENTES DE INFORMACIÓN

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

En la plataforma de inscripción, hay un apartado de "Fuentes" que se encuentra disponible en la parte inferior de cada sección para que los participantes completen allí todas las referencias/notas a pie de página. Esto permite proporcionar fuentes sin afectar las restricciones en el límite de palabras.

1. Al enviar sus respuestas a las preguntas 1- 4, debe proporcionar una fuente de todos los datos y hechos. Al final de una oración que requiere una fuente, use un superíndice para numerar sus fuentes.
2. En el cuadro "Fuentes" enumere sus citas.

DISEÑO SUGERIDO PARA CITAR FUENTES DE INFORMACIÓN Ejemplo: Origen de datos/investigación (*) (nombre de la empresa investigadora o fuente de origen de datos), tipo de investigación (focus group, entrevistas, estudio, etc.), período de tiempo cubierto (fechas, período, etc). (*) Recuerde que si los datos corresponden a la agencia inscriptora, no se podrá mencionar.

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

ORIENTACIÓN ADICIONAL

Para respaldar el período de elegibilidad específico de Effie, los participantes deben incluir las fechas que correspondan para todos los datos de resultados presentados en su caso. Todos los datos deben estar incluidos en su respuesta a las preguntas 1-4. Los participantes no pueden agregar información o explicación adicional en la sección de fuentes. Las secciones de fuentes solo se pueden utilizar para proporcionar citas.

Utilice el nombre específico de la empresa para hacer referencia a una fuente, excepto cuando el origen sea una agencia (publicidad, medios u otra). Debido a que Effie es una competencia "agency blind", requerimos que se haga referencia a la investigación de la agencia a través del término "investigación de agencia".

Esto se aplica a todas las agencias involucradas en la inscripción.

Si quieren citar la fuente de manera más detallada pueden especificar el tipo de agencia.

Por ejemplo: investigación de agencia de relaciones públicas, investigación de agencia de medios, etc. Al igual que con otras fuentes, deben incluir toda la información relevante de la cita (tipo de investigación/dato, fechas cubiertas, etc).

Las compañías de investigación deben ser citadas por su nombre y los jurados aprecian los datos de terceros cuando estén disponibles.

Effie Worldwide se reserva el derecho de verificar la exactitud de todas las fuentes proporcionadas.

11. CONFIDENCIALIDAD Y PUBLICACIÓN

Effie Awards Argentina representa la efectividad de los esfuerzos de marketing, destacando aquellas ideas que funcionan y que contribuyen al desarrollo de la industria en el país. Con el propósito de cumplir con esta misión y proporcionar herramientas para el desarrollo de la industria, Effie confía en el interés de los participantes de compartir sus mejores prácticas -es decir, los casos finalistas o ganadores-, con los participantes de la industria.

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.

En la plataforma de inscripción se solicita a los participantes definir los permisos para la publicación de sus casos escritos.

Los concursantes podrán seleccionar alguna de las siguientes opciones:

A. "PUBLICAR EL CASO TAL COMO FUE PRESENTADO" El participante acepta que la Guía de Inscripción completa se publique, tal como fue enviada, con fines educativos.

B. "PUBLICAR UNA VERSIÓN EDITADA DEL CASO ESCRITO" El participante acepta enviar una versión editada de su caso que podrá ser publicado y reproducido con fines educativos. Puede redactar cualquier información confidencial; sin embargo tenga en cuenta que no podrá redactar/editar la sección de Resultados en su totalidad.

La única parte del caso presentado al concurso que debe contener información confidencial es el caso escrito. Por esta razón, el caso escrito es la única parte de la inscripción que se incluye en el permiso de publicación, definido anteriormente.

El material creativo (reel creativo e imágenes), resumen del caso y la declaración de efectividad solicitadas en el formulario no deberán contener información confidencial, y podrán ser publicadas de diferentes maneras (sitio web de Effie Argentina, Effie.org, publicaciones de Effie y medios de comunicación con fines de promoción) junto con su caso escrito (respetando la opción elegida de publicación), si su caso se convierte en finalista o ganador.

El trabajo enviado debe ser original y usted debe tener los derechos para enviarlo.

INFORMACIÓN INDEXADA

A pesar de que el proceso de juzgamiento es confidencial y los participantes pueden definir los permisos de publicación de sus casos inscriptos, Effie entiende que algunos concursantes pueden tener preocupaciones en relación a información sensible.

En consecuencia, al presentar información numérica como sustento del caso, los participantes pueden elegir presentar estos números como porcentajes o hacerlo de manera indexada con el propósito de proteger esta información. En ese caso, asegúrese de incluir contexto para que los jurados comprendan la relevancia de los datos.

Adicionalmente, a menos que los concursantes autoricen la publicación del material tal como fue presentado (es decir, sin ediciones), sólo los jurados verán la información enviada en los casos inscriptos.

12. CRÉDITOS DE ANUNCIANTES Y AGENCIAS

Effie reconoce al equipo de trabajo que se necesita para crear un caso exitoso. Se requiere acreditar a cualquier socio creativo o estratégico que contribuyó con el esfuerzo. Piense cuidadosamente acerca de todos los equipos involucrados: clientes y agencias (ATL, BTL, medios, digital, relaciones públicas, evento, etc.).

A. Los casos pueden ser presentados por el anunciante o por su agencia. Se puede presentar el anunciante solo, sin agencia, si la campaña fue ejecutada in-house.

B. Los casos pueden acreditar hasta 2 anunciantes, 2 agencias líderes y hasta 4 agencias/empresas contribuyentes.

C. De resultar ganador el caso, se entregará el trofeo físico al anunciante y a la agencia líder #1. Los demás acreditados pueden adquirir trofeos adicionales. Por ello es importante definir la agencia que consignará en el formulario como Agencia Líder 1.

D. La política de Effie es que todos los acreditados en la inscripción merecen el mismo reconocimiento al momento de ganar. Effie no permitirá que se remuevan o reemplacen créditos individuales o de compañías.

E. Los créditos de Anunciante y Agencia Líder son considerados finales al momento de la inscripción y no pueden ser añadidos luego de que el formulario fue ingresado.

F. Los créditos deben ser revisados por un responsable senior y aprobados en el formulario de Autorización y Verificación, el cual debe descargar desde la plataforma Acclaim luego de haber ingresado todos los créditos. Con esta firma quedan confirmadas las acreditaciones finales.

13. 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 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.

Los materiales creativos que se presenten pasarán a ser propiedad de Effie Awards Argentina y Effie Worldwide. 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

- A.** Trabajo competitivo o logos de la competencia.
- B.** Nombres de agencias, logotipos o imágenes.
- C.** Resultados de cualquier tipo - incluyendo números de likes de redes sociales, seguidores, etc.
- D.** Cualquier tipo de música/imágenes/efectos de edición que puedan ser motivo de confusión para los jurados.

(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).

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 (mínimo: 2 imágenes).

Formato: .jpg o .jpeg, 300 dpi. (máx.: 2500 px en su base mayor).

Tamaño total: 50MB max.

OPCIÓN B: video creativo de 3 minutos.

Casos de Éxito Sostenido: 4 minutos máximo; revise todos los requisitos en la definición de la categoría.

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 3 minutos.

Los archivos de video deben presentarse en formato mp4.

Tamaño de archivo: 300MB máx.

OPCIÓN C: video de 3 minutos + 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

Formato: .jpg o .jpeg, 300 dpi. (máx.: 2500 px en su base mayor).

Tamaño total: 50MB max

Especificaciones (para el video):

Máxima duración de 3 minutos.

Los archivos de video deben presentarse en formato mp4.

Tamaño de archivo: 300MB máx.

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.

14. 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 (para más detalles, ver página 3).

CONSULTAS

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

ORGANIZACIÓN

Effie Awards Argentina es un certamen organizado bajo licencia de Effie Worldwide, con domicilio en Av. Córdoba 5635/7 Piso 9°, (C1414BBC), Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina