

# ENTRY KIT



**effie**

Latin America



## Contenidos

- 1. Calendario Effie Awards Latin America**
  - 1.1 Deadlines, costos de inscripción y período de elegibilidad
- 2. Reglas de participación**
- 3. Consideraciones generales**
- 4. ¿Cómo participar?**
- 5. ¿Cómo realizar el pago de la inscripción?**
- 6. Categorías**
- 7. El Caso:**
  - 7.1 Formulario de inscripción
  - 7.2 Fuentes de información
  - 7.3 Materiales creativos
- 8. Otros requerimientos**
  - 8.1 Materiales para publicidad
- 9. Información útil**
  - 9.1 Tips para una inscripción exitosa
  - 9.2 Razones de descalificación
- 10. Permisos de Publicación**
- 11. Créditos de las Compañías & el Effie Index**
- 12. Juzgamiento**
- 13. Ganar un Effie**
- 14. Checklist**
- 15. Información de contacto**

## 1. CALENDARIO 2024 - EFFIE AWARDS LATIN AMERICA

Período de inscripción ————— De marzo a julio

DEADLINES	ENTRY FEES	
Primer deadline	Lunes, 20 de mayo	USD 1425
Segundo deadline	Lunes, 7 de junio	USD 1580
¡Última oportunidad!	Lunes, 28 de junio	USD 1990

Sesión de Jurados - Primera Ronda	Julio - Agosto 2024
Sesión de Jurados - Segunda Ronda	Agosto - Septiembre 2024
Anuncio de Finalistas	Octubre 2024
Ceremonia de Premiación	24 de octubre, 2024 Cartagena de Indias, Colombia

### PERÍODO DE ELEGIBILIDAD:

1° de diciembre de 2022 al 30 de junio de 2024

(Aquellos casos con resultados posteriores al 30 de junio de 2024 no serán tenidos en cuenta y serán descalificados).

Podrán participar del certamen todos los países de Latinoamérica y el Caribe:

Antigua & Barbuda, Argentina, Bahamas, Barbados, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Colombia, Cuba, El Salvador, Ecuador, Granada, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Montserrat, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Santa Lucía, San Cristóbal y Nieves, San Vicente & the Granadinas, Suriname, Trinidad & Tobago, Uruguay, Venezuela.

## 2. REGLAS DE PARTICIPACIÓN

- Podrán participar todos los esfuerzos en comunicaciones de marketing, ya sean campañas completas o esfuerzos únicos dentro de alguna campaña: experiencias de retail, buzz, viral, marketing directo, PR, Radio, TV, -es decir, cualquier medio y sus correspondientes combinaciones-.

- Podrá participar del certamen cualquier trabajo que demuestre cómo logró alcanzar los objetivos del cliente. Es importante detallar las razones detrás de la estrategia y dar pruebas acerca de cómo se alcanzaron los resultados esperados.

- Podrán participar aquellos casos que se encuentren dentro del siguiente período: 1° de diciembre de 2022 al 30 de junio de 2024 inclusive. Si bien el caso puede haber comenzado antes, es esencial que los resultados estén comprendidos dentro del período mencionado.

IMPORTANTE: No incluir resultados posteriores al 30 de junio de 2024 ya que esto podría ser motivo de descalificación.

- Para la categoría Éxito sostenido

(\*) los resultados pueden datar como mínimo del año 2021. Será requisito la presentación de al menos 3 años de resultados de éxito consecutivo.

(\*) Para más información, revise la definición de la categoría así como la Guía de Inscripción.

- Solo podrán participar del certamen aquellos casos que hayan sido desarrollados en mercados de Latinoamérica y el Caribe.

- Los casos que hayan tenido presencia en dos o más países podrán ser inscritos en categorías Single-Market o Multi-Market, o en ambas, teniendo en cuenta las siguientes limitaciones de las Bases de Inscripción:

## SINGLE-MARKET

\* Los casos que participen de la categoría Single-Market, deberán presentar resultados de un único mercado.

Nota: Si la agencia/empresa participante considera que el caso ha sido activado o ejecutado en otro mercado de forma diferente y desea presentar el mismo caso como una inscripción separada, deberá contactar a los organizadores del certamen para la correspondiente aprobación.

## MULTI-MARKET

\* Los casos que participen de la categoría Multi-Market, deberán presentar información de un mínimo de dos (2) mercados relevantes y podrán elegir hasta tres (3) mercados para destacar en el caso. Será requisito fundamental para la inscripción que los datos estén organizados por país y que los resultados figuren desglosados por mercado.

### **¿Cómo seleccionar y combinar las categorías de participación?**

a. 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.

b. Un caso que participe en la categoría Lanzamientos de nuevas marcas, productos o servicios 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 si se ajusta a la definición específica y al espíritu del caso.

## ¿Pueden participar los casos inscriptos en ediciones anteriores de Effie Latam?

- Los casos que hayan participado en ediciones anteriores del certamen y que no hayan ganado pueden volver a participar siempre que estén comprendidos dentro del período de elegibilidad actual.
- Los casos que hayan resultado finalistas o ganadores en ediciones anteriores, pueden participar nuevamente 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 en cualquier categoría.
  - 🏆 **Ganadores Effie Oro en Éxito sostenido:** pueden volver a participar en la categoría una vez transcurridos los 3 años.
  - 🏆 **Ganadores Effie Oro, Plata y Bronce en David vs. Goliat:** no pueden participar de la misma categoría al año siguiente de haber ganado.

Effie Awards Latin America no aceptará esfuerzos de prueba en el certamen.

### 3. CONSIDERACIONES GENERALES

1. Cada inscripción que se realice en una categoría adicional será considerada como una nueva inscripción. Para inscribir el caso deberá pagar la inscripción, completar la Guía de Inscripción (en la plataforma online), descargar el Formulario de Autorización desde la plataforma y volver a cargarlo con las firmas solicitadas. Además es requisito adjuntar el Material Creativo que corresponda. Nota: La Guía de Inscripción debe ser adaptada para cada nuevo caso, de modo que refleje el éxito del trabajo en el contexto particular de la categoría.

2. Cuando varias agencias hayan trabajado en el desarrollo del caso, deberán acordar de antemano qué compañía estará realizando la inscripción. Los créditos en Effie permiten que sean reconocidas hasta ocho compañías/agencias. El espíritu de colaboración permite que los casos sean más sólidos, que las compañías se animen a darle crédito a todos los partners relevantes y que trabajen juntos para recolectar la información y completar el trabajo. Esto, por lo general, conduce a que los casos sean más efectivos.

3. Toda la información que se presente en la Guía de Inscripción deberá contar con las referencias y fuentes correspondientes. No presentar el debido respaldo de la información puede resultar en la descalificación del caso.

4. Cada inscripción debe estar respaldada por las firmas de un representante de la agencia y del cliente en el Formulario de Autorización con el fin de certificar la veracidad de los datos presentados.

5. Las categorías Single Market, Multi-Market, Performance Marketing y Éxito sostenido cuentan con formularios de inscripción diferentes. Por favor, asegúrese de utilizar el formulario correcto para cada categoría de inscripción.

Nota: Las categorías de Performance Marketing y Éxito sostenido están disponibles únicamente como categorías Single-Market.

6. Traducciones: Las inscripciones que presenten material creativo que no esté en español deberán enviar su correspondiente traducción. Las inscripciones de Brasil y países del Caribe, podrán ser presentadas en español o en inglés (Formulario/Guía de Inscripción + material creativo). Los casos correspondientes al resto de los países participantes podrán ser inscritos únicamente en español.

7. Las inscripciones no se considerarán completas hasta que el Formulario requerido y el material creativo hayan sido cargados y presentados online a través de la plataforma Acclaim, junto con el pago de inscripción realizado y el comprobante enviado. Solo serán procesadas las inscripciones que estén completas y pagas. Las inscripciones que queden incompletas serán descalificadas y no se reembolsará el dinero, SIN EXCEPCIÓN.
8. Effie Awards es una competencia anónima. Por favor, no mencione el nombre de ninguna agencia (publicidad, medios, etc.) ni coloque logos de la misma en la Guía de Inscripción, en la evidencia de resultados o en el material creativo. Esto conducirá a la descalificación.
9. La Organización se reserva el derecho de crear, unir, redefinir, combinar categorías y cambiar inscripciones a otras categorías que considere más adecuadas. También podrá rechazar inscripciones en cualquier momento.
10. No se realizará reembolso por aquellos casos que se retiren de la competencia una vez que hayan sido inscriptos. Tampoco se aceptará su reemplazo por un caso con diferente número de Entry ID.
11. La Organización se reserva el derecho de descalificar cualquier caso presentado que no respete los requerimientos de inscripción establecidos. No se realizarán reembolsos en estos casos.
12. Todas las decisiones tomadas por la Organización, en todos los asuntos referidos al certamen, serán finales y vinculantes.



#### 4 ¿CÓMO PARTICIPAR?

Las inscripciones deben enviarse en línea en la plataforma de inscripción:  
**[effie-latam.acclaimworks.com](https://effie-latam.acclaimworks.com)**

Descargue el formulario de inscripción en **[latameffie.com](https://latameffie.com)** para trabajar de manera colaborativa con los integrantes de su equipo, agencias asociadas y clientes.

El Formulario o Guía de inscripción incluye todas las preguntas y requerimientos que deben completarse para inscribir su caso.

Cuando ya tenga listo el Formulario, los participantes deberán copiar sus respuestas a cada pregunta en la plataforma de inscripción de Acclaim.

## 5. ¿CÓMO REALIZAR EL PAGO DE LA INSCRIPCIÓN?

Cada caso presentado en alguna de las categorías del certamen será considerado como una (1) inscripción. Si el mismo caso fuera presentado en varias categorías conforme el reglamento, corresponderá pagar el valor de inscripción para cada categoría seleccionada.

### Métodos de pago:

-Transferencia bancaria

-Pago con tarjeta de crédito VISA o Mastercard: aplica +3,5% de recargo

### Guía de pasos:

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 Acclaim. Valide la totalidad de los casos inscriptos en cada deadline.
3. Envíe un correo con el Entry ID de los casos inscriptos a las siguientes direcciones: [abasile@latameffie.com](mailto:abasile@latameffie.com) y [rgaleano@latameffie.com](mailto:rgaleano@latameffie.com). Además incluya la siguiente información:

- Contacto (correo y número telefónico) del área financiera para el seguimiento de la recepción de la factura y su posterior pago.
- Razón Social que corresponde para elaborar la factura.
- CUIT/RFC/TAX ID de la empresa a la cual se emite la factura.

4. Al cierre de cada deadline, Effie verifica los casos inscriptos por cada organización.
5. Effie Awards Latin America (Tredway S.A.) elaborará la factura electrónica y la misma será enviada a la empresa con el soporte de los casos inscriptos.

6. El cliente debe realizar el pago de acuerdo con la factura enviada por Tredway y enviar el comprobante de pago a [abasile@latameffie.com](mailto:abasile@latameffie.com), con cc a [rgaleano@latameffie.com](mailto:rgaleano@latameffie.com).

7. Finalizada la inscripción del caso, la plataforma Acclaim generará de manera automática un documento proforma final (no válido como factura) que refleja el valor de la inscripción para el correspondiente deadline.

Effie Latam deberá recibir como pago, el valor neto de la inscripción, es decir, libre de los descuentos, retenciones o quitas que imponga cada país.

**AVISO IMPORTANTE:**

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

**EFFIE LATIN AMERICA 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.**

## 6. CATEGORÍAS

Los participantes podrán inscribir los casos en las categorías Single-Market o Multi-Market, o en ambas.

- Categorías Single-Market están abiertas a todos los casos, ya sea que hayan tenido presencia en un solo mercado o en varios de la región. En este caso, los participantes deberán seleccionar el mercado que cuente con los resultados más sólidos y destacados.
- Categorías Multi-Market aplican para aquellos casos que se hayan desarrollado en dos o más mercados de la región. Los participantes deberán seleccionar hasta tres mercados para presentar el caso.

**SINGLE MARKET**

## Categorías de Productos y Servicios

1. Accesorios para vehículos
2. Alimentos
3. Bebidas alcohólicas
4. Bebidas sin alcohol
5. Belleza y cuidado personal
6. Compañías de medios y entretenimiento
7. Cuidado de animales **¡NUEVA!**
8. Cuidado de la salud
9. Cultura y Arte
10. Educación y programas de formación
11. Electrónica y bienes durables
12. Gaming & E-sport
13. Gobierno e Instituciones
14. Golosinas, snacks y postres
15. Lanzamientos de nuevas marcas, productos o servicios
16. Lanzamiento de nuevos productos o servicios - Extensión de línea.
17. Mantenimiento y accesorios para el hogar
18. Moda
19. OTC y RX
20. Otros productos
21. Otros servicios
22. Productos y servicios financieros
23. Restaurantes
24. Retail
25. Seguros **¡NUEVA!**
26. Servicios de entrega a domicilio
27. Software y aplicaciones
28. Telecomunicaciones
29. Transporte, viajes y turismo
30. Vehículos

**SINGLE MARKET**

## Categorías Especiales

1. Bajo presupuesto (productos y servicios)
2. Branded content
3. Business-to-business
4. Carpe diem
5. Comunicación interna
6. Data-driven
7. David versus Goliat
8. E-commerce / Retail media
9. Engaged community
10. Éxito sostenido
11. Gran idea de medios
12. IMPACTO POSITIVO - POSITIVE CHANGE
  - 12.1. Impacto positivo – Ambiental (Marcas)
  - 12.2. Impacto positivo – Ambiental (Sin fines de lucro)
  - 12.3. Impacto positivo – Social (Marcas)
  - 12.4. Impacto positivo – Social (Sin fines de lucro)
  - 12.5. Impacto positivo - Diversidad e inclusión
  - 12.6. Impacto positivo - Concientización y educación sobre enfermedades **¡NUEVA!**
13. Influencer
14. Inteligencia artificial **¡NUEVA!**
15. Marketing de actualidad
16. Marketing de experiencia (productos y servicios)
17. Marketing estacional
18. Marketing joven
19. Marketing promocional
20. Media content partnership
21. Omnichannel shopper solution
22. Performance marketing
23. Real-Time marketing
24. Redes sociales
25. Relanzamientos
26. Reputación corporativa/Servicios profesionales
27. Respuesta a la crisis
28. Revitalización de marca
29. Soluciones de Innovación en marketing (Marketing Innovation Solutions)

**MULTI MARKET**

## Categorías de Productos y Servicios

1. Accesorios para vehículos
2. Alimentos
3. Bebidas alcohólicas
4. Bebidas sin alcohol
5. Belleza y cuidado personal
6. Compañías de medios y entretenimiento
7. Cuidado de animales **¡NUEVA!**
8. Cuidado de la salud
9. Cultura y Arte
10. Educación y programas de formación.
11. Electrónica y bienes durables
12. Gaming & E-sport.
13. Golosinas, snacks y postres
14. Lanzamientos de nuevas marcas, productos o servicios
15. Lanzamiento de nuevos productos o servicios - Extensión de línea.
16. Mantenimiento y accesorios para el hogar
17. Moda
18. OTC y RX
19. Otros productos
20. Otros servicios
21. Productos y servicios financieros
22. Restaurantes
23. Retail
24. Seguros **¡NUEVA!**
25. Servicios de entrega a domicilio
26. Software y aplicaciones
27. Telecomunicaciones.
28. Transporte, viajes y turismo
29. Vehículos

**MULTI MARKET**

## Categorías Especiales

1. Bajo presupuesto (productos y servicios)
2. Branded Content
3. Business-to-Business
4. Carpe Diem
5. Comunicación interna
6. Data-Driven
7. David versus Goliat
8. E-commerce / Retail media
9. Engaged Community
10. Gran idea de medios
11. IMPACTO POSITIVO - POSITIVE CHANGE
  - 11.1. Impacto positivo - Ambiental (Marcas)
  - 11.2. Impacto positivo - Ambiental (Sin fines de lucro)
  - 11.3. Impacto positivo - Social (Marcas)
  - 11.4. Impacto positivo - Social (Sin fines de lucro)
  - 11.5. Impacto positivo - Diversidad e inclusión
  - 11.6. Impacto positivo - Concientización y educación sobre enfermedades **¡NUEVA!**
12. Influencer
13. Inteligencia artificial **¡NUEVA!**
14. Marketing de actualidad
15. Marketing de experiencia (productos y servicios)
16. Marketing estacional
17. Marketing joven
18. Marketing promocional
19. Media Content Partnership
20. Omnichannel shopper solution
21. Real-Time Marketing
22. Redes sociales
23. Relanzamientos
24. Reputación corporativa/Servicios profesionales
25. Respuesta a la crisis
26. Revitalización de marca
27. Soluciones de Innovación en Marketing (Marketing Innovation Solutions)

Effie Awards se reserva el derecho de abrir, recategorizar, separar, redefinir categorías y rechazar cualquier inscripción, en cualquier momento.

## 7. EL CASO

### 7.1 FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

El caso inscripto debe contar la historia del esfuerzo de principio a fin. En conjunto, todas las secciones del formulario deben contar una historia. Es posible que los jurados no conozcan las normas de la categoría o matices del sector al que pertenece su marca, por lo que es fundamental proporcionar contexto en el caso escrito.

El formulario de inscripción está alineado con los pilares Effie de efectividad del marketing:

#### **Sección 1:**

Desafío, contexto y objetivos (23.3%)

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 el participante ha proporcionado el contexto para demostrar la efectividad del caso en esta sección.

#### **Sección 2:**

Insights y estrategia (23.3%)

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%)

Esta sección busca explicar cómo y dónde se dio vida a su estrategia e idea, incluyendo las estrategias creativas, de comunicación, de medios y el trabajo creativo. El jurado está buscando entender por qué se escogieron canales específicos de mercadeo, y cómo se relacionan con su estrategia y audiencia. Sus piezas creativas como se ven en el Reel Creativo e imágenes, y el Resumen de Inversión, son juzgados en esta sección.

### **Sección 4:**

Resultados (30.0%)

Esta sección se relaciona a 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 sus resultados con los objetivos definidos en la sección 1.

## **7.2 FUENTES DE INFORMACIÓN**

Todos los datos (data), hechos, etc., que se mencionen en cualquier parte del formulario de inscripción deben incluir una fuente específica y verificable. Las inscripciones que no brinden fuentes serán descalificados.

En la plataforma de inscripción, el formulario tiene un apartado de FUENTES que se encuentra en la parte inferior de cada sección de puntuación para incluir todas las referencias o notas a pie de página. Esto permite a los participantes proporcionar fuentes sin que afecte las restricciones en el límite de palabras.

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



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

Debido al período elegibilidad específico de Effie, los participantes deben incluir las fechas cubiertas para todos los datos de resultados presentados en su caso.

📌 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 "anónima", 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 indicar 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 están disponibles.

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

### 7.3 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.

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 Latin America 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

- 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 (mínimo 2 / máximo 6)

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 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.

El video creativo DEBE INCLUIR al menos un ejemplo completo de los puntos de contacto de la comunicación. Si el ejemplo superase los 60 segundos podrá ser editado para aprovechar el tiempo del video mostrando otras piezas o acciones creativas.

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: 250MB máx.

**OPCIÓN C: video de 3 minutos + imágenes (máximo 2)**

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 IMÁGENES:

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

Especificaciones VIDEO:

- Máxima duración de 3 minutos
- Los archivos de video deben presentarse en formato mp4.
- Tamaño de archivo: 250MB máx.

## 8. OTROS REQUERIMIENTOS: MATERIALES PARA PUBLICIDAD

Los participantes deben proporcionar los siguientes materiales publicitarios al momento de la participación.

### 📁 Imagen principal de publicidad

Esta imagen debe representar el 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 EN JPG. 15 MB máx.

### 📁 Logos de la Agencia líder y Cliente

Proporcione los logos de la agencia líder y el cliente. No son necesarios los logos para las empresas designadas como contribuyentes.

Requerimientos técnicos: Formato jpg/png.

### 📁 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 o menos, proporcione un resumen de su caso que no debe contener información confidencial.

### 📁 Declaración de Efectividad

En 15 palabras o menos, proporcione una declaración que ejemplifique los resultados del caso, asegurese de no incluir información confidencial.

## 9. INFORMACIÓN ÚTIL TIPS PARA UNA INSCRIPCIÓN EXITOSA

1. Sea directo. Presente su historia en un estilo fácil de seguir con un mínimo de hipérboles. El nexo entre los desafíos estratégicos, los objetivos, la gran idea, las ejecuciones creativas y los resultados debe ser claro.
2. Identifique el escenario de competencia. Asegúrese de brindar una clara imagen de la situación del mercado, la categoría y el contexto competitivo. Es importante enmarcar y explicar el contexto del mercado, dado que se trata de una competencia regional. Los jurados suelen desestimar los casos que no brindan un contexto claro ya que no es posible evaluar la relevancia de los resultados obtenidos sin esa información.
3. Sea conciso. Utilice el espacio establecido y respete el límite de extensión.
4. Incluya tablas y cuadros que sean relevantes, simples y claros. Si están diseñados correctamente permitirán que los jurados comprendan fácilmente el éxito de la iniciativa de marketing.
5. Conozca las reglas. Revise los requerimientos de formatos, de inscripción y las razones de descalificación antes de enviar su inscripción. Revise las definiciones de las categorías para asegurarse de que su caso esté correctamente inscripto.
6. Cite las fuentes correspondientes para datos y resultados. La razón principal por la que los jurados deciden descalificar algún caso tiene que ver con la falta de fuentes específicas y verificables para cualquier dato incluido en la Guía de Inscripción.

7. Asegúrese de que su inscripción no incluya el nombre de ninguna agencia o logo en la Guía de Inscripción ni en los Materiales Creativos. Effie es una competencia anónima.
8. Provea traducciones al inglés o español para todos los materiales creativos que presente.
9. Cuente a los jurados por qué el caso fue exitoso. Para cada uno de los objetivos provea resultados claros y comprobables, así como el detalle del contexto para que los jurados puedan evaluar los objetivos y los resultados correctamente. Reafirme sus objetivos y KPIs en el apartado de resultados. Por ejemplo, lo que se gastó para su marca el año anterior, para la competencia, etc. Cuáles fueron los resultados del año anterior vs. ahora para su marca y el panorama competitivo, etc.
10. Sea convincente. Su caso debe ser estimulante para leer. Ofrezca a los jurados una historia convincente con hechos que la respalden.
11. Haga la prueba de lectura. Pida a alguno de sus colegas que no esté familiarizado con la marca que lea el caso antes de finalizar la inscripción para asegurarse de que toda la información necesaria esté incluida.
12. Adapte su inscripción según las diferentes categorías en las que desee inscribir. Si el mismo caso es inscripto en múltiples categorías, animamos a los participantes a adaptar el caso escrito de modo que puedan demostrar cómo el caso ha tenido una buena performance en el marco de la categoría en la que se inscribió.

### **RAZONES DE DESCALIFICACIÓN**

Los motivos expuestos resultarán en descalificación y los aranceles correspondientes a la inscripción no serán devueltos.



### **1. Resultados sin referencias (\*)**

Todos los datos, hechos, etc. deben estar respaldados por una fuente de referencia, específica y verificable. La misma puede consistir en datos de la agencia creativa, de la agencia de investigación de mercado o de otras compañías de investigación.

### **2. Falta de información**

Debe incluir en el Video al menos un ejemplo de los puntos de comunicación expuestos en el Formulario de Inscripción que haya sido relevante para el éxito del caso.

### **3. Nombre de agencias/logos publicados en la Guía de Inscripción y/o Materiales Creativos**

Effie es un certamen anónimo. No citar nombres de agencias involucradas en el armado del caso ni incluir logos como su fuente de referencia. Si una agencia inscriptora es la fuente de su investigación, menciónelo como "Investigación de la agencia". Si está permitido mencionar a las agencias de research o similares como fuente.

### **4. Mención de resultados o material de la competencia en el material creativo**

No debe incluir resultados ni material de la competencia (logos, comerciales, etc.) de ningún tipo en el material creativo.

### **5. Presentar la Guía de Inscripción incompleta**

Se deben completar todas las secciones de la Guía de Inscripción: no deje blancos o información incompleta. Si alguna pregunta no aplica, debe indicarlo debajo de la pregunta. Cualquier pregunta que deje en blanco será motivo de descalificación.

## **6. Olvidar la traducción**

Todos los casos con material creativo que no estén traducidos al español o al inglés, deben incluir la correspondiente traducción (también se aceptan subtítulos incluidos en el video).

## **7. Conducir a los jurados hacia otros links o sitios web**

Los participantes son juzgados únicamente por los materiales presentados en el caso escrito y los materiales creativos. No está permitido que los participantes dirijan a los jurados a otros sitios web para obtener más información o más ejemplos de su trabajo.

## **10. PERMISOS DE PUBLICACIÓN**

Los casos finalistas o ganadores en los Effie Awards Latin America 2024 serán exhibidos de varios modos. La publicación de los mismos es a la sola discreción de Effie Worldwide.

El trabajo presentado debe ser original y deberá contar con los derechos para presentarlo.

## **MATERIALES CREATIVOS, IMÁGENES DEL CASO Y SUMARIO**

Los materiales creativos, las imágenes del caso y el sumario que se presenten en competencia se convierten en propiedad de Effie Awards Latin America y Effie Worldwide.

Al inscribir sus trabajos en el certamen se conceden automáticamente los derechos a Effie Worldwide para realizar copia de los materiales y reproducir tanto la creatividad como los sumarios para fines educativos y propósitos publicitarios, tales como el sitio web de Effie Awards Latin America, newsletters, conferencias & ceremonia de premiación, aunque no sólo se limita a lo que aquí se menciona.

## GUÍA DE INSCRIPCIÓN

Además de lo expuesto en el punto anterior, 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. Por favor, indicar en la sección de su inscripción online cuál es la opción elegida para los permisos de publicación del CASO ESCRITO.

**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 Latin America, 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.

## 11. CRÉDITOS DE LAS COMPAÑÍAS Y EL EFFIE INDEX

Si su caso resulta finalista o ganador de los Effie Awards Latin America 2024, los créditos serán incluidos y sumados en los resultados del Effie Index 2024. Es importante que todas las partes sean debidamente mencionadas, teniendo en cuenta que las agencias principales y las contribuyentes reciben diferente puntaje.

Los alentamos a tener en cuenta a sus partners: clientes y agencias de todo tipo (medios, digital, promoción, etcétera).

**Solicitamos a los participantes que se comuniquen con sus oficinas corporativas a los fines de chequear que los créditos estén correctos. Esto debe ser comunicado también a las agencias contribuyentes.**

Las diferencias de puntuación podrían influir en el resultado final acerca de cómo la compañía es rankeada en el Index. Por favor asegúrese de que todos los créditos estén correctamente detallados.

Más información en [\*\*Effie Index\*\*](#).

### **CAMBIOS EN LOS CRÉDITOS**

Cualquier cambio que quiera realizar en los créditos una vez que haya finalizado el período de inscripción deberá ser aprobado por la Organización. Estos cambios incluyen agregados y cambios de estilo. De ningún modo se permitirá borrar o reemplazar créditos.

Effie Awards Latin America se reserva el derecho de rechazar cualquier pedido de cambio de créditos.

## 12. JUZGAMIENTO

El Jurado estará compuesto por algunos de los más brillantes y experimentados líderes de negocio –CEO`s, marketers, estrategas/planners, directores creativos, ejecutivos de medios y de research. Las inscripciones serán juzgadas en dos instancias. Los casos que hayan obtenido el mayor puntaje en la primera instancia (Primera Ronda Online), llegarán a la ronda final.

Los jurados realizarán la evaluación según criterios específicos al puntuar la efectividad de un caso de marketing. La calificación se realiza de forma anónima y confidencial. Adicionalmente, los jurados proporcionan comentarios sobre cada caso en la sección Insight Guide (Guía de Feedback).

En todas las rondas de juzgamiento, los jurados proporcionan puntajes en las cuatro secciones de calificación de Effie:

### Criterios de evaluación

Desafío, contexto y objetivos	23.3%
Insights y estrategia	23.3%
Dando vida a la estrategia e idea	23.3%
Resultados	30%
<b>TOTAL:</b>	<b>100%</b>

El puntaje asignado por los jurados determinará qué casos serán finalistas y cuáles serán premiados con trofeos oro, plata o bronce. El nivel de finalistas y de cada uno de los premios -oro, plata o bronce-, será otorgado a través de un puntaje designado para formar parte del grupo de finalistas o ganadores.

Es posible que una categoría cuente con varios finalistas o ganadores de cualquier nivel, o bien, que esté desierta de premio. Los jurados leerán el caso y luego analizarán el material creativo. Asegúrese de que su equipo haga este trabajo con anterioridad para estar seguros de que tanto el caso escrito como el video se complementan adecuadamente antes de confirmar la inscripción.

## **RECUSAMIENTO DE JURADOS**

Los miembros del jurado están específicamente relacionados con casos que no representan un conflicto de interés. Por ej.: un jurado con experiencia en la industria automotriz no debería revisar los casos de la categoría Vehículos. Por esta razón, es crítico que los participantes proporcionen contexto del mercado y de la categoría en sus inscripciones. Brinde a los jurados una comprensión clara de la categoría y explique qué significan sus KPIs en ese contexto.

Un jurado no tendrá permitido emitir su voto en aquellos trabajos que pertenezcan a su agencia o compañía en el mismo país en el que desempeña su rol. Se le solicitará que se abstengan de votar ese caso en particular. También puede haber otras razones para que un jurado se abstenga de votar un determinado caso o categoría.

## 13. GANAR UN EFFIE

Ganar un Effie significa que su trabajo es reconocido como uno de los esfuerzos de marketing más efectivos del último año, incorporando una estrategia innovadora y perspicaz, una creatividad efectiva y resultados en el mercado que prueban que funcionaron. A medida que la competencia continúa creciendo, ganarse un Effie se vuelve cada vez más difícil.

### TROFEOS

Los ganadores reciben dos trofeos. El cliente y la agencia que lideran la inscripción aparecerán en la placa del trofeo.

Cada agencia y/o cliente ganador deberá coordinar el envío de trofeos con la organización del certamen pagando los costos correspondientes. Para los trofeos adicionales se podrán adquirir o solicitar duplicado o copia personalizada con las preferencias que aparecerán en placa. Esto tendrá un valor adicional, por favor consultar.

### GRAN EFFIE AWARD

El premio Gran Effie surgirá entre los casos ganadores de Oro. La votación final se dará entre los Effie Oro que obtengan los mejores puntajes y se definirá por consenso.

Todas las categorías podrán competir por la elección del Gran Premio con excepción de la categoría Éxito sostenido.

### SPECIAL AWARDS

Se trata de premios que 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 Latin America. No son premios en los que se puedan inscribir casos para competir.



## 14. CHECKLIST FINAL

Ítems	Detalles/Especificaciones
Guía de Inscripción/Formulario	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se completa en plataforma Acclaim</li> </ul>
<b>MATERIALES CREATIVOS</b> <b>Opción A:</b> Presentación de Imágenes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Máximo 6 imágenes</li> <li>Formato .jpg o .jpeg, 300 dpi (máx: 2500 px en su base mayor)</li> <li>Tamaño total: 50 MB máx.</li> </ul>
<b>Opción B:</b> Video creativo de 3 minutos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Máxima duración 3 minutos</li> <li>Formato .mp4</li> <li>Tamaño del archivo: 250 MB máx</li> </ul>
<b>Opción C:</b> Video creativo de 3 minutos + imágenes	<p>Especificaciones (para imágenes):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Máximo de 2 imágenes</li> <li>Formato .jpg o .jpeg, 300 dpi. (máx: 2500 px en su base mayor)</li> <li>Traducción escrita al inglés o al español (si corresponde)</li> <li>Tamaño total: 50MB máx.</li> </ul> <p>Especificaciones (para el video):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Máxima duración de 3 minutos</li> <li>Formato .mp4</li> <li>Tamaño de archivo: 250MB máx.</li> </ul>
Formulario de Autorización	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descargarlo desde Acclaim (PDF)</li> <li>Firma de responsables por parte de cliente y agencia</li> </ul>
Imagen con fines promocionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formato .jpg o .jpeg</li> <li>300 dpi</li> </ul>
Pago	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vía Transferencia Bancaria</li> <li>Pago con tarjeta VISA o MASTERCARD (recargo 3,5% sobre el total de la inscripción)</li> <li>Enviar comprobante</li> </ul>

## 15. INFORMACIÓN DE CONTACTO

Ante cualquier inquietud o consulta relacionada con el programa Effie Awards Latin America, no dude en contactar a nuestro equipo:

### **CONSULTAS GENERALES:**

**Email: [info@latameffie.com](mailto:info@latameffie.com)**