



effie[®]
awards
panamá

BASES DEL CONCURSO 2018

2do. Concurso de Efectividad de Comunicaciones en Marketing

EFFIE, EFECTIVIDAD EN COMUNICACIONES DE MARKETING

Cada año la industria publicitaria produce cientos de casos, que forman parte de las estrategias de marketing de sus clientes. Sólo algunos logran pleno éxito en vencer las barreras y en alcanzar sus objetivos. La efectividad de las comunicaciones de marketing, por lo tanto, es y seguirá siendo el gran desafío enfrentado por anunciantes, agencias y medios.

Effie Awards Panamá constituye la única instancia profesional de evaluación en el medio, que centra su preocupación en la efectividad de las comunicaciones de marketing.

EFFIE AWARDS

Effie Worldwide

Los Effie fueron creados en 1968 por la American Marketing Association, New York, y desde entonces han recibido el reconocimiento de anunciantes y agencias como los premios de mayor relevancia en la industria publicitaria y de marketing. Effie Worldwide es sinónimo de eficacia en las comunicaciones de marketing, que pone en alto a las ideas de marketing que funcionan.

Effie Awards, ideas que funcionan – grandes ideas que originan estrategias que logran resultados reales. Si un caso tiene una estrategia basada en un notable insight, creatividad sobresaliente, y sus resultados de mercado prueban su éxito, entonces califica para ganar un Effie. La importancia de los Effie Awards ha sobrepasado las fronteras de su país de origen; en la actualidad se organiza en más de treinta y cinco países de Europa, Asia, América del Norte y Sudamérica.

ORGANIZACIÓN

Los Effie Awards Panamá son organizados por GRUPO VALORA PANAMÁ S.A., quien opera bajo licencia, de Effie Worldwide Inc., para su marca registrada Effie. Su domicilio está en Regus Financial Park piso 35, Costa del Este.

www.effiepanama.com

BASES DEL CONCURSO

QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR

Pueden participar casos que hayan ocurrido en Panamá y demuestren resultados entre abril de 2016 y abril de 2018. Se deben inscribir una empresa en dupla con una agencia. Puede ser una agencia creativa, de medios, directa, digital, etc., incluidas las agencias in-house. Esta debe ser sólo una, y tiene que ser la agencia que la empresa considere como la principal responsable de la ocurrencia de los resultados expuestos en el caso. En la sección “Agencia Contribución” deberán señalarse aquellas que hayan estado adicionalmente vinculadas al caso.

La asignación de puntos en el Effie Index se realiza en base a la información entregada en el Formulario de Responsabilidad. Es obligación de los firmantes del caso entregar la información correcta. No se aceptarán modificaciones una vez cerrada la inscripción.

No existe limitación en el número de casos a presentar. Puede participar más de un caso para una misma marca, producto, servicio o institución. Además, pueden participar casos que hayan concursado y no ganado en el concurso de años anteriores, a los que puede agregársele nuevos antecedentes disponibles y/o nuevos resultados obtenidos en el periodo correspondiente a este concurso.

PLAZOS Y FECHAS

Fechas Effie Panamá 2018	
Apertura	8 de mayo de 2018
Cierre 1	3 de agosto de 2018
Cierre 2	10 de agosto de 2018
Cierre 3	17 de agosto de 2018
1era. Sesión de Jurado	13 de septiembre de 2018
2da. Sesión de Jurado	26 de septiembre de 2018
Gran Jurado	18 de Octubre de 2018
Ceremonia de Premiación	18 de Octubre de 2018

CATEGORÍAS

CATEGORÍAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

1. Automotriz – Vehículos:

Autos, camiones, motocicletas, furgonetas.

2. Belleza:

Productos y servicios enfocados en belleza. Incluido cosméticos, fragancias, productos para el cabello, productos para uñas, etc...; servicios de belleza como salones de belleza, spa, etc...

3. Bebidas Alcohólicas:

Cerveza, champán, ron, tequila, vodka, vino, licores, etc.

4. Bebidas no Alcohólicas:

Gaseosas, café, té, jugo, leche, sustitutos de la leche, botella de agua, agua mineral, bebidas energizantes, etc.

5. Entretenimiento y Deportes:

Incluye todas las maneras de entretenimiento ej. Películas, programas (TV, internet, radio), libros, juegos de DVD, juguetes, apps de entretenimientos, etc.

Eventos y equipos deportivos.

6. Moda:

Marcas de ropa, joyería, carteras, accesorios, accesorios de óptica, zapatos, etc.

7. Finanzas:

Productos y servicios financieros: Comunicaciones que promueven la imagen y capacidades generales de una institución financiera; productos o servicios específicos que incluyen una planificación financiera, fondos de jubilación, fondos de inversión, préstamos, casa de valores, hipotecas, cheques, etc.

8. Tarjetas financieras:

Tarjetas de crédito, Tarjetas de débito, Loyalty card, gift card, etc.

9. Gobierno/Institucional:

Desarrollo económico municipal, provincial y estatal, loterías, servicios básicos, instituciones y organizaciones educativas, comunicaciones de promoción de las fuerzas armadas. Incluye comunicaciones de grupos de interés y organizaciones de comercio.

10. Medios:

Canales de televisión, redes, páginas web (entretenimiento, estilo de vida, noticias, etc.), revistas, periódicos, estaciones de radio, etc.

11. Lanzamiento de Productos o Servicios:

Cualquier campaña de comunicación para introducir un nuevo producto o servicio que no sea una Effie define extensión de línea como:

- Cualquier variación de un producto que ya existe, que comparta el mismo nombre de marca y se encuentra en la misma categoría como otro producto pero puede ofrecer nuevos beneficios (sabor, tamaño, empaque, tipografía, etc.)
- Productos derivados que incluyen o varían características sin cambiar significativamente el precio.
- Productos que llevan el mismo nombre de marca y ofrece al consumidor varias opciones (ej.: versiones de bebidas dietéticas.)

El caso debe ser escrito para explicar cómo el producto o servicio es nuevo y la situación que enfrenta como resultado de ser nuevo.

extensión de línea. Marcas de productos nuevos.

12. Alimentos Congelados o Empaquetados:

Empaque y alimentos congelados tanto regulares como dietéticos.

13. Bienes raíces:

Sitios web de bienes raíces, corredores, venta y alquiler de casas, condominios, centros comerciales, etc. Bienes raíces comerciales y residenciales.

14. Retail:

Abierto a todas las empresas minoristas de mercadería general o específica ej.: tiendas departamentales, minoristas en línea; ropa, zapatos o tiendas de joyas; minoristas de alimentos; películas/librerías; jugueterías; tiendas especializadas; etc.

15. Snacks y postres:

Helados, caramelos, papas fritas, galletas, productos de panadería, nueces, snacks de frutas y verduras, canguil, etc.

16. Transporte:

Aéreo, trenes, autobuses, taxis, sistemas de metro, ciclovía, alquiler de automóviles, ferries, etc.

17. Artículos de uso doméstico:

Productos de limpieza, ceras, detergente, productos para el cuidado del piso, fabricantes de suavizadores, productos de papel, servicio doméstico, cortacésped, fertilizantes, cuidado del césped y servicio de jardinería.

18. Internet y telecomunicaciones:

Proveedores de redes móviles, servicios de acceso a Internet de alta velocidad, servicios en línea, comunicaciones agrupadas (internet, teléfono y TV), etc.

19. Restaurantes:

Comida rápida, comidas informales, de mediana categoría, restaurantes de lujo. Cualquier tipo de restaurante puede ingresar.

20. Seguros:

Comunicaciones que promueven productos o servicios específicos relacionados con seguros y las capacidades de las instituciones financieras que ofrecen estos servicios. Todos los tipos de seguros pueden participar: hogar, automóviles, financieros, vida, viajes, negocios, etc.)

21. Software y APP:

Software, groupware, sistemas operativos, software o aplicaciones almacenados localmente en una computadora /tablets/celulares, etc.

22. Viajes y turismo:

Cruceros, hoteles, centros turísticos, parques de atracciones, sitios web de viajes y servicios de reserva, campañas de turismo de viajes, etc.

CATEGORÍAS ESPECIALES

Las categorías especiales están diseñadas para abordar una situación o desafío comercial específico. Hay 4 categorías especiales con retos de negocios.

Al ingresar en estas categorías, debe presentar su caso de una manera que se describa una situación o desafío que represente la definición de la categoría. Es fundamental revisar cuidadosamente estas definiciones de categorías para asegurar que su caso cumple con los criterios de la definición de categoría específica. Los jueces bajarán la puntuación de su caso si usted falta a la información requerida por la definición de la categoría.

1. Reputación corporativa:

Esta categoría es para comunicaciones que promueven corporaciones, no exclusivamente sus productos o servicios. Son campañas cuyo objetivo principal es mejorar, reforzar, levantar la imagen, percepción, recordación, valor, posicionamiento, de una marca, y/o empresa.

Además de presentar métricas relacionadas con la reputación, se recomienda a los participantes que también aborden la forma en que estas métricas se relacionan con el negocio de la marca y por qué son importantes.

2. David vs. Goliat:

Esta categoría incluye casos de marcas nuevas, pequeñas (David) en un mercado donde hay competidores de marcas líderes dominantes (Goliat). Aplica para empresas que han ingresado en un nuevo segmento de producto o servicio ocupado por competidores grandes y bien establecidos.

- Compiten contra líderes grandes y establecidos
- Enfrentarse con gigantes dormidos
- Mudarse a un nuevo campo de producto/servicio más allá de su categoría actual y un conjunto de competidores para afrontar a un líder dominante.

Los participantes en esta categoría deben detallar el reto de negocio, entorno competitivo y cómo consiguieron triunfar a pesar de las probabilidades. Se deberá definir el escenario de competencia, incluyendo las diferencias de mercado de David versus Goliat para demostrar por qué su marca fue David. Los jueces definirán en cada caso si la marca ha probado de manera suficiente ser el “David” en la situación descrita en el caso.

3. Bajo presupuesto: productos, servicios:

Los casos elegidos para esta categoría deben ser los únicos casos de comunicación para esta marca durante el período de tiempo en que se ejecutó la campaña.

Para calificar en esta categoría, la inversión total del caso debe ser mayor a usd \$15.000 y menor a usd \$125.000, a valor tarifa neta de comisión de agencia y excluido IVA; debe incluirse la valoración de las donaciones recibidas para su ejecución -en caso de que se hayan recibido-, así como la inversión en medios no tradicionales. No pueden participar campañas de extensiones de línea, sub-marcas/productos, o campañas que tengan otra como paraguas. La inversión total de la marca entre enero 2016 y la fecha de cierre del caso, no debe haber excedido los usd \$500.000.

4. Carpe Diem: Productos y Servicios:

Esta categoría busca aquellas marcas que tuvieron la idea de saber cómo y cuándo "tirar una piedra en un estanque" y maximizar el efecto dominó de ese lanzamiento inicial.

Los casos ingresados en la categoría mostrarán cómo poner una marca o producto/servicio en un foco intensamente brillante para crear un impacto inmediato y cuantificable.

Los ganadores representarán a aquellos que tuvieron la visión y la creatividad para crear esos momentos inesperados y poco convencionales para una marca. Los mejores ejemplos verán experiencias en vivo, momentos, acrobacias y tácticas, en línea y fuera de línea, tal vez amplificadas a través de relaciones públicas, redes sociales, participación digital, o incluso el uso de contenido creado en el momento para impulsar campañas pagadas.

Esta categoría destaca aquellos casos estratégicos efectivos que fueron capaces de generar resultados realmente deseados como resultado directo de un solo momento significativo de actividad.

Los ganadores de este premio serán los casos que muestren cómo los anunciantes se acercan a las audiencias para establecer relaciones significativas, experiencias memorables, atractivas y conexiones únicas con sus marcas. Los participantes en la categoría de experiencia de marca deben abordar la forma en que la experiencia de la marca se relacionó con la estrategia general de la marca.

JURADOS

El jurado Effie Awards Ecuador estará compuesto por un grupo de profesionales designados en virtud de su experiencia y trayectoria en el campo del marketing, comunicaciones de marketing y disciplinas asociadas. El jurado se encargará de verificar que los casos participantes cumplan con las Bases del Concurso y presenten resultados contundentes y sólidamente demostrados, de modo de justificar su participación en un concurso de esta naturaleza.

Tendrá facultades para rechazar, eliminar o reclasificar casos en una categoría que sea considerada más adecuada. Su misión será evaluar los casos y elegir aquellos que serán premiados por demostrar la mayor efectividad en el logro de sus objetivos.

El jurado Gran Premio tendrá como misión elegir el ganador del premio Gran Effie, entre los casos ganadores de Premios Oro en cada categoría.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Estrategia, Desafíos y Objetivos:	23,3%
Gran Idea: Estratégicamente orientadas en pro de los objetivos.	23,3%
Ejecución de la Idea: Ejecución e Implementación.	23,3%
Resultados: En relación a los objetivos y al mercado.	30,1%

PREMIOS GRAN EFFIE, ORO, PLATA Y BRONCE

Se otorgará un Effie Oro al primer lugar de la categoría, un Effie Plata al segundo lugar de la categoría y un Effie Bronce al tercer lugar de la categoría.

Cualquiera de ellos, serán declarados desiertos si ningún caso obtiene en la votación del jurado el puntaje mínimo preestablecido en las reglas del concurso.

El premio Gran Effie será otorgado al caso considerado como el mejor entre los Effie Oro de todas las categorías.

ASPECTOS IMPORTANTES

La información entregada al concurso en el Formulario de Inscripción es esencial para una correcta evaluación por parte de los jurados.

No se aceptará información complementaria; el espacio provisto es suficiente para el tipo de información que se pide.

La veracidad de la información será avalada por los firmantes del Formulario de Responsabilidad y éstos deberán ser las personas con los cargos ejecutivos indicados, en señal de aprobación de su participación en el concurso, tanto de veracidad y completitud de la información presentada y de aceptación de todos los aspectos contenidos en esta sección.

Las empresas y agencias participantes que resulten finalistas o ganadores, ceden y otorgan a Effie Worldwide Inc. y a Grupo Valora Panamá S.A. – quien a su vez podrá traspasarlos a entidades académicas o de investigación de comunicaciones de marketing- los derechos de publicación y divulgación de la información contenida en el Formulario de Inscripción y presentación con las piezas comunicacionales, con el objeto de formar parte de la base de casos de Effie Worldwide (de acceso pagado), ser analizados, difundidos y debatidos públicamente, y de servir de base para la edición de publicaciones derivadas de los Effie Awards y de casos docentes.

Los firmantes del caso declaran contar con los derechos musicales, de rostros u otros derechos requeridos en la utilización de todo el material audiovisual del caso y videos presentados a este concurso, eximiendo de toda responsabilidad al respecto a todas las instituciones antes mencionadas. No se aceptarán campañas políticas.

CÓMO INSCRIBIR SU CASO

Para su mayor comodidad y simplificación en la presentación del caso, usted puede proceder a descargar el Formulario de Responsabilidad y Formulario de Inscripción en su computador a través de nuestro sitio web del concurso www.effiepanama.com

Una vez que el Formulario de Inscripción esté lleno con la versión final del texto de su presentación, y el Formulario de Responsabilidad incluya todas las firmas correspondientes, proceda a entregar:

- 10 ejemplares del Formulario de Inscripción
- 1 ejemplar del Formulario de Responsabilidad
- 1 reel donde deberán ir todas sus piezas publicitarias (revisar las **Instrucciones de envío de piezas**, no se aceptarán más de lo permitido.)

Entregar dentro del plazo establecido Costa del Este, Regus Financial Park piso 25.

***Nota: No se aceptarán videos explicativos ni narraciones de los casos, en caso de recibirlos, estos no serán presentados durante las Sesiones de Jurado.**

DERECHOS DE PARTICIPACIÓN

Cierre 1	3 de agosto de 2018	\$600 + ITBMS por campaña
Cierre 2	10 de agosto de 2018	\$700 + ITBMS por campaña
Cierre 3	17 de agosto de 2018	\$800 + ITBMS por campaña