



2017

effie
awards®
méxico

K I T D E E N T R A D A

INFORMACIÓN GENERAL



► CALENDARIO 2017

Inicio de inscripciones	17 de abril
Cierre de inscripciones	9 de junio
Cierre de inscripciones con prórroga*	16 de junio
Primera Ronda	11 de julio
Segunda Ronda	30 de agosto
Premiación	18 de octubre

► PROCESOS DE INSCRIPCIÓN



REGISTRO EN PÁGINA WEB

1. Crear Usuario y Password
2. Recibirás un mail de confirmación para activar la cuenta



DESCARGA DE FORMATOS

3. Deberás descargar los formatos 1-8 y revisar que correspondan a la categoría en la que participarás.
4. No olvides checar las especificaciones de los materiales y reglas de video.



CREA Y SUBE TU FOLIO

5. Debes abrir la pestaña “Mi Effie” y crear tu folio de participación para cada una de las campañas que inscribas.
6. Una vez que tengas todos los documentos, súbelos a “Mi Effie”



INSCRIPCIÓN

7. Realiza el pago de inscripción de tu caso y entrega la documentación impresa en AMAP.

▶ FORMATOS

Los formatos a descargar son los siguientes:



1. Créditos de la campaña. (1 Copia)
2. Index Effie Worldwide 2017. (Se llena únicamente el formato en Excel y se sube a la carpeta **MATERIAL ADMINISTRATIVO** dentro de una USB. **Es forzoso e importante completar todo el documento en Inglés**)
3. Control de pago e información de contacto. (2 copias)
4. Autorizaciones. (Original y copia)
5. Check list. (2 copias)
6. Tarjetas de inscripción. (2 copias)
7. Etiqueta.
8. Resumen del caso en español e inglés. (1 copia)

El formato de Brief a descargar dependerá de la categoría en la que el caso participará. Si ésta pertenece a las categorías de **productos y servicios** deberá descargar el formato tradicional (Inciso A).

a) Formato de Brief Tradicional

Por el contrario, si pertenece a **categorías especiales** deberá descargar el formato correspondiente a la categoría especial (Inciso b-f).

- b) Formato de Brief Shopper Marketing Trade
- c) Formato de Brief Promociones
- d) Formato de Brief Real Time Marketing
- e) Formato de Brief Eventos
- f) Formato de Brief Innovación en Medios

► CONSIDERACIONES DE FORMATOS DE BRIEF

El formato de Brief es el documento que presenta el caso y sus resultados.

Este documento detalla la problemática del caso, el planteamiento estratégico, la idea y la evidencia del desempeño.

Consideraciones de llenado del Formato Brief:

- El caso debe ser presentado máximo en 7 páginas, cualquier página adicional no será tomada en cuenta y puede ser motivo de descalificación.
- Incluye fuentes específicas y verificables para los datos y hechos presentados en todo el formulario de inscripción. Las fuentes deben incluir período de tiempo cubierto, tipo de investigación, etc. Omitirlas puede ser motivo de descalificación.
- No incluyas el nombre o imágenes de la agencia, logos, etc. Puede ser motivo de descalificación.
- Consulta el listado de categorías 2017.
- Las preguntas, instrucciones y gráficos no pueden ser eliminados del formato de brief.
- La tipografía de todos los textos debe ser Arial o Time a 12pts.
- Se pueden incluir gráficas o imágenes a color.
- El número de folio debe estar en cada una de las hojas del Formato de Brief.
- Debes contestar todas las secciones del formato. Toda omisión puede ser motivo de descalificación si los jueces consideran el caso incompleto.
- Debes imprimir 15 veces el Formato de Brief (la versión online y la versión impresa debe ser idéntica. No se permiten variaciones). Recuerda que estos briefs son los que tendrán los jueces al momento de la evaluación.
- Imprime los formatos administrativos de acuerdo a la tabla que se presenta más adelante, mismos que deberás entregar a la AMAP.
- Únicamente el formato administrativo N° 2 NO se entrega impreso; éste deberá colocar en una carpeta llamada **MATERIAL ADMINISTRATIVO** dentro de una **USB**. Recuerda que este formato se utilizará para efectos del Ranking Mundial de Effie Worldwide, por lo que deberás poner especial atención en su llenado.
- Tu caso debe haberse llevado a cabo en México entre el 01/01/2016 y 31/12/2016. Todos los resultados deben relacionarse directamente con este periodo de tiempo. Datos de años anteriores podrán ser incluidos para el contexto. La campaña pudo iniciar antes y continuar después, pero deben tener información de resultados relativa al periodo de calificación.

*El comité de Effie Awards® México 2017 podrá solicitar al participante información adicional para asegurar la veracidad de los datos presentados y se reserva el derecho de descalificar al caso si éste presenta algún dato no verídico.

► MATERIAL CREATIVO

MATERIAL	CARACTERÍSTICAS	ESPECIFICACIONES
VIDEO CREATIVIDAD	Video que muestre cómo la creatividad fue difundida en los diferentes puntos de contacto sin contar la historia . NO DEBE CONTENER RESULTADOS NI OBJETIVOS	-3 min. de duración máxima. -250 MB máximo
GRÁFICOS JPG	Materiales gráficos en JPG	Imágenes con tamaño mínimo de 300 dpi.

Los videos y gráficos se deben subir en línea una vez creado el folio en MI EFFIE igual que el material administrativo.

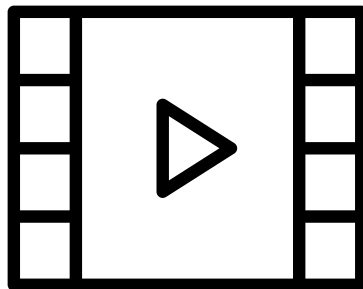
También puedes entregarlo en las oficinas de la AMAP en una USB.

► REGLAS DE VIDEO

El video debe tener una duración máxima de 3 minutos, es motivo de descalificación rebasar este tiempo.

NO se puede presentar el video como una historia del caso. Sólo se puede mostrar cómo la creatividad fue difundida en los diferentes medios o puntos de contacto.

El trabajo presentado debe ser original y deben tenerse asegurados los Derechos de Autor para presentarlo.



► TIPS DE VIDEO

- Debes mostrar la creatividad o la idea tal como fue difundida en los vehículos de comunicación, sin hacer una historia para explicar el caso.
- Para presentar la creatividad puedes utilizar pizarras o teaser. NO debes incluir el nombre, logotipo o cualquier identificación de la(s) Agencia (s) creadora(s).
- Se deben mostrar anuncios completos, excepto cuando la edición sea necesaria por falta de tiempo (por ejemplo: eventos, actividades de guerrilla de marketing, muestreo, contenidos de la marca en televisión o en juegos, etc.).
- Debes incluir al menos un ejemplo de cada uno de los puntos de contacto mencionados en el caso escrito, así como cualquier impresión, correo directo, etc.
- Puede haber música, locutor, voz en off, texto en súper, **sin** que describa el caso, muestre reto estratégico, objetivos, target o presente resultados.

► MATERIAL ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
USB que tendrá una carpeta llamada MATERIAL ADMINISTRATIVO: Formato de Brief, Formato Index para Effie Worldwide, Créditos de la campaña y Resumen del caso.*	1 (USB)
FORMATO DE BRIEF: Todas las hojas del Brief deben tener el número de folio y debes engraparlas en la parte superior izquierda.	15 copias
CRÉDITOS DE LA CAMPAÑA	1 copia
AUTORIZACIONES: NO se aceptarán casos que no tengan la firma original tanto del Cliente como de la Agencia.	Original y copia
TARJETAS DE INSCRIPCIÓN	2 copias
INFORMACIÓN DEL CONTACTO Y PAGO	2 copias
RESUMEN DEL CASO: En inglés y español.	1 copia

Los documentos se deben subir en línea una vez creado el folio en **MI EFFIE** y por otra parte serán entregados en la AMAP con sus copias correspondientes.

*El Formato de Brief, Créditos y el Index Effie Worldwide 2017 (documentos descargables) deberán estar contenidos en una USB dentro de una carpeta con el nombre: **MATERIAL ADMINISTRATIVO**.

► PROCESO DE EVALUACIÓN

Todas las campañas serán evaluadas en una Primera Ronda y del resultado de sus calificaciones, se determinarán las campañas finalistas que serán juzgadas en una Segunda Ronda.

Los responsables de calificar cada una de las campañas son destacados directivos de negocios, mercadotecnia, comunicación y publicidad, al igual que sobresalientes profesionales de la creatividad, investigación y sector académico.

Ronda Uno: se juzgan los casos individualmente, sin hacer comparaciones con las otras campañas de la categoría.

Ronda dos: se juzgan comparativamente a los finalistas por categoría y se lleva a cabo un debate de cada caso.

En ambas rondas se califica el **planteamiento, la creatividad y los resultados.**

► ¿QUÉ EVALÚA EL JURADO? (PONDERACIÓN)

Reto estratégico Antecedentes Problema a resolver (key issue) Oportunidades ¿Cuáles fueron los objetivos de la campaña? ¿Cuál fue el target para esta campaña?	23%
La Idea	23%
Cómo se le dio vida a la idea	23%
Resultados	31%

Cada uno de los puntos se califica del 0 al 100 con base en la siguiente tabla:

Effie Scoring Scale

NOT AT ALL EFFECTIVE

EXTREMELY EFFECTIVE



0

60

70

80

90

100

► **CONTACTO**

contacto@effie.com.mx
2623-0561 al 64