



Bases y Formulario de Participación
13° CONCURSO DE EFECTIVIDAD
EN COMUNICACIONES DE MARKETING
Cierre de inscripciones martes 29 de agosto 2017



Effie® Awards Guatemala 2017

Los Effie® Awards 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 y la principal distinción profesional en nuestra industria, reconociendo las ideas que funcionan.

Si un caso tiene: un gran desafío con objetivos ambiciosos claramente definidos, una Gran Idea que responde al desafío y los objetivos planteados, una estrategia de comunicación basada en un notable insight, creatividad sobresaliente; y sus resultados de mercado a la luz del desafío y los objetivos prueban su éxito, entonces califica para ganar un Effie. La importancia de este concurso ha sobrepasado ampliamente las fronteras de su país de origen. En la actualidad, se organiza en cuarenta y nueve mercados de Europa, Asia, África, Norte y Sudamérica bajo licencia de Effie Worldwide, Inc.

CON EL AUSPICIO DE: Cada año nuestra industria de mercadeo y publicidad produce muchos casos. Sólo algunos logran pleno éxito en vencer las barreras y en alcanzar sus objetivos. La efectividad en comunicaciones de Marketing, por lo tanto, es, y seguirá siendo, el gran desafío enfrentado por anunciantes, agencias y medios. Effie Awards Guatemala, constituye la única instancia profesional de evaluación de Marketing/Publicidad en nuestro medio, que centra su preocupación en la efectividad de las comunicaciones de Marketing. Este certamen se lleva a cabo con el auspicio institucional de AAG, AGG y AmCham. Adicionalmente, cuenta con el auspicio de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Marroquín.



CONSEJO CONSULTIVO:

ANUNCIANTES	Carlos Granados	Gerente de Mercadeo	Banco G&T Continental
	Francisco Castro	Gerente de Mercadeo	Industrias Alimenticias Kern's
	Geovanni Alvarado	Gerente de Mercadeo de Alimentos Cocinados	Toledo y Pollo Rey
	Hugo Tello	Director de Marketing	Kellogg
	Juan Pedro Godoy	Gerente Comercial de Canales de Distribución	Cementos Progreso
	Julio Arauz	Director Regional de Mercadeo	Molinos Modernos
	Michael Hernández	Gerente de Mercadeo	Grupo Quala
	Mónica Escaler	Gerente de Mercadeo	El Globo
	Nathalie Hasbun	Directora Regional de Marketing	CBC
	Owen Oliva	Director de la Unidad de Negocio de Marcas Propias	Wal-mart México y CA
Ramiro Pellecer	Gerente de Medios	Colgate Palmolive	
Ricardo Santizo	Gerente General	Grupo Cobán, División Industrial	
Rodrigo Beherán	Director General	Nestlé / Malher	
Vinicio Ávila	Gerente de Mercadeo	Alimentos Maravilla	
Yara Argueta	Presidente Ejecutiva	Grupo Solid	
AGENCIAS	Elisa Sinibaldi	Gerente General	Central de Medios
	Javier Medrano	Gerente General	Atrevia
	Juan Carlos Florido	Gerente General	Asterisco
	Lucía Ponce	Gerente General	Starcom Mediavest Group
	Luis Quintero	Gerente General	Punto y Aparte
MEDIOS	Fernando Villanueva	Vice-Presidente	Albavisión
INVESTIGACION DE MERCADOS	Jason Steele	CEO	Explico Analytics
ACADÉMICOS	Manuel Pérez Lara	Rector	UNIS
	Maribel Cruz Barth	Coordinadora Minor de Mercadeo	UFM
	Maru Hurtarte	Catedrática	UFM
CONSULTORES	Derek Steele	Presidente	Centro de Ideas
	Edgar Díaz	Consultor	Independiente
	Marvin Par-González	Director General	ISO
	Virgilio Cordón	Director	The Virtus Institute
INSTITUCIONES	José Carmelo Torrebiarte	Presidente	Asociación de Gerentes de Guatemala
	María Ofelia Elías	Directora Ejecutiva	Asociación de Anunciantes de Guatemala
	Rodrigo Cordón	Presidente	Asociación de Anunciantes de Guatemala
	Waleska Sterkel	Directora Ejecutiva	AmCham

ORGANIZACIÓN: Effie Awards Guatemala es organizado por Guatemala Marketing y Asociados, S.A. entidad que opera bajo licencia de Effie Worldwide, Inc. para su marca registrada Effie.

Michele de Valdeavellano, Presidente Ejecutiva
 Gloria de Gularte, Vicepresidenta y Directora General
 Leslie Roldán de Rivera, Directora Ejecutiva

Comprometidos con la efectividad de comunicaciones de Marketing

Effie Awards Guatemala se realiza en alianza con un grupo de medios y empresas de gran relevancia en la industria del Marketing, en una manifestación concreta de su compromiso con la efectividad en comunicaciones.



MEDIOS ASOCIADOS



ORGANIZADO POR



CON EL APOYO DE



Bases del Concurso

¿QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR?

Anunciantes en conjunto con sus agencias (incluidas las in-house), con casos que hayan ocurrido en Guatemala entre julio 2016 y junio 2017 aun cuando su inicio haya sido anterior, lo que se presenta es los resultados dentro de ese período. No existe limitación en el número de casos a presentar. Puede participar más de un caso para una misma marca, producto, servicio o institución en diferentes categorías. Además, pueden participar casos que hayan participado y no ganado en el concurso del año pasado, a los que puede agregárseles nuevos antecedentes disponibles y/o nuevos resultados obtenidos en el período correspondiente a este concurso. No podrá participar ningún caso que haya sido sancionado por algún fallo del CEP en su contra, aun cuando con posterioridad a éste se le hubieren realizado las modificaciones requeridas y que riñan con los principios de veracidad, lealtad, moralidad, decencia, honestidad, legalidad y confiabilidad; y donde se respete la dignidad y derechos de las personas o entidades.

NUEVO

PLAZOS Y FECHAS

Cierre de inscripción: MARTES 29 DE AGOSTO 2017 HASTA LAS 17:00 HRS.
Cierre de inscripción extemporánea: martes 5 de septiembre de 2017 hasta las 17:00 hrs.
2º Cierre de inscripción extemporánea: martes 12 de septiembre de 2017 hasta las 17:00 hrs.
Etapa de evaluación: OCTUBRE 2017.
Ceremonia de premiación: enero 2018.

INSCRIPCIÓN EN CATEGORÍAS

Los casos pueden participar en tres categorías (una general y dos especiales, o tres especiales) a excepción de Marketing Social, y Éxito Sostenido que únicamente pueden participar en su categoría. Para esto debe enviar 1 set de inscripción por cada categoría **redactado en el contexto de la categoría en que está participando** y pagar el derecho a cada una de las inscripciones. Si su caso corresponde a una categoría especial, deberá inscribirlo en ella particularmente en Marketing Social, Promociones y Éxito Sostenido. Si no pertenece a una categoría especial, revise las categorías generales e inscribalo en la que mejor se ajuste. Todos los casos de instituciones de bien público o sin fines de lucro, deben ser inscritos exclusivamente en la categoría de Marketing Social.

No pueden participar casos de comunicaciones de Marketing de medios de comunicación o soportados en medios propios. Quedan excluidos los casos provenientes de entidades del sector público y campañas políticas.

CATEGORÍAS GENERALES

Productos: de consumo, de compra impulsiva, bienes durables, perecederos, bienes inmuebles, equipos electrónicos y móviles, vehículos, productos farmacéuticos, etc.

Servicios Financieros: bancarios, tarjetas de crédito, seguros, etc.

Servicios no Financieros: servicios básicos (agua, luz y teléfono), educación, transporte, salud, seguridad, internet, restaurantes, gasolineras, retail, etc.

Institucionales: casos cuyo objetivo principal es mejorar, reforzar, levantar la imagen, percepción, recordación, valor, posicionamiento, de una empresa. El caso no debe tener como objetivo – ni en su contenido – vender, ofrecer y/o promocionar algún tipo de productos / servicios.

CATEGORÍAS ESPECIALES

Lanzamientos: de nuevas marcas, productos o servicios que se introducen por primera vez al mercado y que no constituyen una extensión de línea.

Relanzamientos o Extensiones de Línea: de marcas, empresas, productos o servicios que se vuelven a lanzar al mercado o que se sumen a una línea de marcas, productos o servicios; ya sea por nuevo posicionamiento o por nuevas presentaciones, tamaños, tipos, colores, cantidades, modalidades o precios.

De Presupuesto Reducido: casos con inversión en medios de menos de US\$30,000 a valor tarifa de mercado neta de comisión de agencia y excluido el IVA, incluye medios masivos, alternos y digitales, así como equivalencia económica de espacios donados (al tipo de cambio promedio de diciembre 2016). Si el caso se refiere a una marca que en el período señalado haya tenido presencia comunicacional adicional a la contenida en el caso, éste sólo podrá participar si la inversión total de la marca no fue mayor que US\$175,000 y siempre que no haya existido otra inversión de la marca desde 6 meses antes de la fecha de inicio del caso. Las empresas participantes deberán tener menos de 50 empleados.

Marketing Social: casos orientados a contribuir con programas o acciones de ayuda social. Cualquier esfuerzo de comunicación enfocado a retribuir a la comunidad, de alguna manera, en pro de un bien mayor. Pueden haber sido con o sin fines de lucro, es decir, casos de comunicaciones de Marketing realizados por entidades de bien público u organizaciones sin fines de lucro; o que persiguen el fortalecimiento de una marca o entidad como parte de su proyección de Responsabilidad Social Empresarial con apoyo de los medios. Cualquier caso que contenga estos componentes o sea de instituciones sin fines de lucro o de bien público, no podrá participar en otras categorías.

Interactivos: casos cuyos resultados se dieron principalmente por estrategias interactivas, digitales y/o redes sociales o la parte digital de una campaña mayor, cuyos resultados se atribuyen principalmente a una estrategia de Marketing interactiva/digital. Si el caso corresponde a una autopromoción soportada en medios propios, no podrá ser inscrito.

Idea de Medios: reconoce casos con destacadas ideas de medios lo suficientemente poderosas para ser el origen y el eje conductor de la efectividad de todo el programa de comunicaciones de Marketing. No es eficiencia en compra de medios. Los participantes deben describir en detalle cómo la idea de medios fue el detonador del caso y los resultados se deben relacionar directamente con el rol de la idea de medios en la efectividad del caso presentado.

David vs Goliat: podrán participar marcas pequeñas, nuevas o emergentes que estén dando pelea a las marcas grandes o a gigantes dormidos. También pueden participar las compañías que se muevan hacia un producto o servicio nuevo con competidores bien establecidos y grandes. No se tendrá en cuenta la participación de submarcas de grandes empresas. Se deberán detallar desafíos de negocio, escenario competitivo y cómo el negocio tuvo éxito a pesar de las adversidades, así como definir el escenario competitivo, incluyendo las diferencias de Mercado de David vs Goliat para demostrar por qué su marca fue David. El jurado definirá si la marca ha probado de manera suficiente ser el "David" en la situación.

DAVID: Marcas nuevas, pequeñas, emergentes. Baja participación de mercado.

GOLIAT: Líder Dominante de la categoría.

Éxito Sostenido: Podrán participar casos de productos o servicios con esfuerzos de comunicación que demuestren un período de 3 o más años de éxito sostenido, como mínimo desarrollados desde el año 2014. Los casos que participen deben demostrar un objetivo común tanto en la estrategia como en las ejecuciones creativas, con una continuidad de elementos ejecucionales clave que demuestre la efectividad a lo largo del tiempo. Para participar hay que proporcionar datos del primer año, el año intermedio y los resultados más recientes. Cualquier caso de esta categoría, no podrá participar en las otras.

Nota: Hay un formulario de Inscripción específico para participar en esta categoría.

Importante:

La Organización con el apoyo del Comité de Revisión nombrado por el Consejo Consultivo, tiene la facultad de rechazar o recategorizar un caso inscrito en el Concurso si no cumple con las bases, a fin de permitir una mejor evaluación de éste y su decisión será inapelable.

NUEVO

Bases del Concurso



JURADO

El Jurado del concurso está compuesto por un grupo de alrededor de 70 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 verificará que los casos participantes cumplan con las Bases del Concurso, presenten resultados contundentes y sólidamente demostrados, a modo de justificar su participación en un concurso de esta naturaleza. Tiene facultades para rechazar o eliminar casos o reclasificarlos en una categoría que sea considerada más adecuada. También puede abrir o fusionar categorías. Su misión es evaluar los casos que como resultado de su calificación serán premiadas por demostrar la mayor efectividad en el logro de sus objetivos frente al desafío planteado.

El Gran Jurado tiene como misión elegir al ganador del Gran Effie entre los ganadores de Effie Oro en cada categoría. Este Jurado está compuesto por los integrantes del Jurado anterior que estén habilitados para votar y de acuerdo a las disciplinas requeridas. Las categorías de Marketing Social y Éxito Sostenido, no serán consideradas para la elección del Gran Effie.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Desafío estratégico y objetivos: Solidez y ambición del desafío, así como de los objetivos planteados.

La Gran Idea: En función del desafío y los objetivos. Deberá ser una idea original y no copia o adaptación de estrategias previamente usadas por la competencia.

Cómo la idea cobró vida: Estrategia de comunicación, creativa y de medios. Materiales creativos.

Resultados: Relevancia y magnitud de los resultados atribuidos a las comunicaciones de Marketing a la luz del desafío y los objetivos planteados, debidamente sustentados por fuentes internas o externas comprobables. El puntaje final deberá ser un promedio de los puntajes de los diferentes componentes descritos anteriormente. El criterio "Resultados" será el de mayor peso.

CRITERIOS DE CALIFICACION

En la ronda de evaluación, los jurados analizarán la efectividad de los casos presentados utilizando el siguiente sistema de puntuación:

70% de la puntuación final: Desafío estratégico y objetivos: 23.33% La Gran Idea: 23.33% Cómo la idea cobró vida: 23.33%

30% de la puntuación final: Resultados: 30%

PREMIOS EFFIE PLATA, ORO Y GRAN EFFIE

El Jurado del concurso otorgará un Effie Oro al primer lugar de la categoría y un Effie Plata al segundo. Cualquiera de ellos, o ambos, serán declarados desiertos si el caso no obtiene en la votación del Jurado el puntaje mínimo preestablecido en las reglas del concurso. El premio Gran Effie será otorgado al considerado el mejor entre los Effie Oro de todas las categorías, con excepción de la categoría de Marketing Social y Éxito Sostenido, las que no participarán por el Gran Premio.

ASPECTOS IMPORTANTES

La información entregada al concurso en el Formulario de Participación 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. El material concursante no será devuelto. La veracidad de la información será avalada por los firmantes del Formulario de Autorización (y estos deberán ser las personas con los cargos ejecutivos indicados), en señal de aprobación de su participación en el concurso, que la información presentada es veraz y completa; y de aceptación de todos los aspectos contenidos en esta sección:

Las empresas/anunciantes y las agencias participantes que resulten finalistas o ganadoras, ceden y otorgan a Effie Worldwide, Inc. y a Guatemala Marketing y Asociados, S.A., los derechos de publicación, reproducción, comunicación y divulgación de la información y contenidos que se encuentran en el Formulario de Participación y video (DVD u otros) entregados a Guatemala Marketing y Asociados, S.A. Dicha información y contenido digital serán usados exclusivamente para formar parte de la base de casos de Effie Worldwide, Inc. y de Guatemala Marketing y Asociados, S.A. (de acceso libre o pagado); ser analizados, difundidos y/o debatidos públicamente y podrán servir de base para la edición de publicaciones derivadas de los Effie Awards y de casos docentes de conformidad con el artículo 63 de la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos decreto 33-98 de la República de Guatemala.

Los firmantes del caso, en nombre de las empresas/anunciantes y las agencias participantes, declaran que la información y contenidos son originales y verídicos y que ya cuentan con los derechos musicales, de imagen, rostro u otros derechos requeridos por las leyes de propiedad industrial e intelectual en la utilización de todo el material o soporte físico y/o audiovisual del caso y del video de presentación a este concurso, eximiendo de toda responsabilidad a Effie Worldwide, Inc. y a Guatemala Marketing y Asociados, S.A.

¿CÓMO INSCRIBIRSE?

Recomendamos proceder a leer detenidamente y llenar el Formulario de Participación y de Autorización, tomando en cuenta las Bases del Concurso.

Descargue el Formulario de Participación del caso o de Éxito Sostenido y de Autorización en la sección de Bases y Formularios del sitio web del concurso www.effie.com.gt

Una vez que los Formularios de Participación y de Autorización estén llenos, con la versión final del texto de su presentación, imprímalo y obtenga las firmas correspondientes en el Formulario de Autorización. Entregue dos originales firmados tanto del Formulario Autorización como del Formulario de Participación y el material del caso dentro del plazo establecido, en las oficinas de Guatemala Marketing y Asociados, S.A. Adicionalmente al Formulario de Autorización firmados en 2 originales y el de Participación, presentar 20 juegos del Formulario de Participación, impresos en blanco y negro. una vez se le haya confirmado por correo electrónico que puede hacerlo.

EFFECTIVENESS INDEX

El Índice de Efectividad de Effie proporciona a la Industria el ranking de las agencias, los anunciantes y las marcas más efectivas. Effie Worldwide presentó en mayo 2017 el séptimo ranking internacional de la efectividad de las comunicaciones de Marketing. En base al análisis de los resultados de los 3,600 casos finalistas y ganadores de Effie Awards entre el **1 de enero y el 31 de diciembre 2016** en más de 40 mercados alrededor del mundo. Tanto las agencias que presentan el caso como las agencias que contribuyen son reconocidas, por lo que es importante que sean listadas correctamente en el Formulario de Autorización. Más información: <http://www.effieindex.com>

Agencias, Anunciantes y Marcas:	
Gran Effie	12 puntos
Effie Oro	8 puntos
Effie Plata	6 puntos
Finalista	2 puntos

Agencias que contribuyen:	
Gran Effie	6 puntos
Effie Oro	4 puntos
Effie Plata	3 puntos
Finalista	1 punto

Recomendaciones

Leer detenidamente para la preparación y presentación del caso

GENERALIDADES

Los Effie Awards persiguen identificar estrategias y casos que fueron exitosos en el logro de sus objetivos frente al desafío. Más que encontrar complejas correlaciones entre las variables en juego, se busca identificar consistencias demostrables entre el desafío, los objetivos, la Gran Idea, cómo ésta cobra vida y resultados. El concurso se basa en la convicción de que las comunicaciones de Marketing tienen la capacidad de producir los resultados perseguidos y que su efectividad pueda ser evaluada en base a criterios mayoritariamente aceptados por la industria, expresados por la voz del Jurado. En todo caso, este cuerpo evaluador no mide resultados, sólo analiza y se manifiesta frente a ellos. Quien debe haberlos medido oportunamente, a modo de poder exponerlos con precisión y confiabilidad, es el anunciante y/o su agencia. Hay casos en los que usted pudiese dudar respecto a la categoría en que le corresponde participar. En esta situación usted debe inscribirlo en la categoría que sea más afín con el caso, la empresa, el producto o servicio, así como las categorías especiales del concurso. El Comité de Revisión y el Jurado se reservan el derecho de reclasificar cualquier caso.

PLANIFICACIÓN

Planifique contar con el tiempo y la dedicación necesaria para preparar su caso. Esto requiere revivir en sus aspectos principales, un éxito ya ocurrido algún tiempo atrás, por lo que deberá rescatar información que, muchas veces, no se encuentra a mano. Lo mismo sucede con las piezas comunicacionales que constituyeron el caso.

Por otro lado, la demostración de los resultados le podrá hacer recurrir a distintas fuentes. Planifique disponer del tiempo adecuado para todo ello. Recomendamos hacerlo en un lapso de dos a tres semanas. Lo ideal sería ir documentando el caso conforme se van dando los resultados.

PREPARACIÓN

Prepare el caso por medio de un equipo anunciante – agencia, involucrando también a las agencias contribuyentes. Discuta el caso colectivamente. Déjese tiempo para revisiones finales que le aseguren presentar, en una buena síntesis, un relato claro y consistente de lo ocurrido en la realidad. Observe bien las indicaciones y ejemplos señalados como ayuda para presentar la información en cada punto del formulario.

Ponga especial cuidado con la consistencia entre la información presentada en los puntos 5, 6, 7 y 8. Cada vez que le sea posible, use información cuantificada. Si no lo es, recurra a expresar los resultados por medio de índices.

Use sólo los espacios disponibles en blanco después de cada pregunta, sin cubrir los textos de éstas. Utilice tipografía Arial con un tamaño mínimo de 9 puntos. En los resultados puede presentar gráficas, tomando en cuenta que serán impresas en blanco y negro. Recuerde que el contenido del caso no debe exceder de 7 páginas en todas las categorías, a excepción de Éxito Sostenido que puede tener un máximo de 10.

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

Presente el formulario con las firmas exigidas en él, según las Bases del Concurso. Firmas por poder, provenientes de personas que ocupen cargos de menor rango que los específicamente indicados, no serán aceptadas y, en todo caso, expondrán y/o disminuirán la credibilidad del caso. El Jurado no evaluará un caso que no sea presentado con las firmas de los ejecutivos del nivel establecido en el Formulario de Autorización. Asegúrese que los nombres y cargos sean exactos, ya que así aparecerán en las publicaciones, así como complementar la información para el Effectiveness Index y las dos preguntas nuevas al final del formulario requeridas por Effie Worldwide.

NUEVO

FORMULARIO DE PARTICIPACIÓN

El Jurado está compuesto por un grupo experto de alrededor de 70 miembros, especialistas en negocios, Marketing y Publicidad, Consultoría, Investigación de Mercados y/o Docencia Profesional. Tenga en cuenta que éste tendrá que analizar muchos casos adicionales al que usted presentará, por lo que por favor, sea preciso y no trate de influir con juicios de valor. La redacción y la ortografía han jugado en contra de notables casos que, claramente, perdieron puntos en la evaluación debido al descuido de estos aspectos. Es importante cuidar la consistencia entre los resultados, la Gran Idea, cómo ésta cobra vida, los objetivos y el Desafío.

MOTIVOS DE DESCALIFICACIÓN

Podrán ser descalificados aquellos casos cuyos resultados sean presentados sin la correspondiente fuente. La organización del concurso se reserva el derecho de verificar la veracidad de la información presentada para concursar, a fin de preservar la transparencia y seriedad del certamen y revisará lo siguiente:

- Si el caso no cuenta con las firmas del nivel jerárquico requerido.
- Si el formulario está incompleto. Si hubiera alguna casilla que no se puede responder, colocar "No Aplica".
- Si se envía material adicional a lo solicitado.
- Logos, gráficos o cualquier material de creatividad no podrán ser incluidos en el Formulario de Participación.
- Quedarán descalificados aquellos Formularios de Participación que no respeten las indicaciones de tipografía y que excedan las limitaciones de espacio.
- Si el video excede los 4 minutos, contiene juicios de valor, resultados o identificación de la agencia, locución con tono promocional o textos adicionales a los especificados, será descalificado. Infórmese en detalle de las especificaciones del Video de Piezas del Caso en la sección **Instrucciones para el Correcto Envío de Piezas**.
- En la categoría de Éxito Sostenido, el reel debe destacar los trabajos desarrollados a los largo de los 3 años de plazo: año inicial, año intermedio y año actual del caso, indicando a qué año pertenece el material. Los casos con materiales creativos que no indiquen el detalle de la secuencia de años serán descalificados.

El Comité de Revisión verificará que el caso cumpla con las bases del concurso.

CONSULTAS

Si necesita hacer alguna consulta a la organización del concurso, hágalo a través de nuestra sección de contáctenos en www.effie.com.gt, al teléfono 2490-2030 o al correo: leslie.roldan@effie.com.gt

Descargar Formularios de Autorización y Participación en sección Bases y Formularios de www.effie.com.gt

Instrucciones para el correcto envío de las piezas

No deje de leer estas instrucciones de envío de las piezas que componen el caso.

Todas las piezas comunicacionales que componen el caso deben ser enviadas observando estrictamente las siguientes especificaciones:

El video del caso, los comerciales de TV y/o cine, spots radiales, piezas gráficas, videos de internet y de acciones BTL, deberán ser enviadas en uno o dos DVDs de datos (dependiendo del espacio que necesite), que además de todos los materiales, incluya el PDF del Formulario de Participación y del Formulario de Autorización escaneado con las firmas correspondientes, junto a los logos del anunciante, la marca y la agencia en formato JPG a 300 dpi.

Adicionalmente del Formulario de Autorización, presentar 20 juegos del Formulario de Participación impresos en blanco y negro, una vez se le confirme por correo electrónico que puede hacerlo.

Video del caso

El reel del caso es un componente esencial de la presentación de su caso al Jurado y es un complemento a la presentación escrita del caso en el Formulario de Participación. **El reel no es un video promocional sobre su caso escrito.** En cambio, debe mostrar las piezas comunicacionales que le dieron vida a la Gran Idea en no más de 4 minutos de duración. Los elementos comunicacionales, deben estar relacionados con el desafío, sus objetivos estratégicos y la Gran Idea. No está permitido mostrar en el video resultados logrados ni juicios de valor. Muestre, en forma cronológica, el cómo-cuándo-dónde entró en contacto con su grupo objetivo. No es necesario mostrar todas las piezas comunicacionales, sino aquellas que considera esenciales en el éxito expuesto en el formulario. Es fundamental que las piezas se exhiban completas. No puede usar recursos de edición tales como voiceover, textos sobreimpresos o música de fondo al exhibir la gráfica, para explicar el trabajo mostrado. Únicamente puede usar créditos para identificar las piezas mostradas. Para la categoría de Éxito Sostenido, el reel debe indicar los trabajos desarrollados a lo largo de los 3 años del plazo; año inicial, año intermedio y año actual del caso, indicando a qué año pertenece el material.

- Para la utilización de música en las piezas presentadas se deberá contar con los derechos sobre la(s) pista(s) usada(s).
- Todas las piezas y/o actividades de BTL/digital incluidas en el reel deben haber sido exhibidas en el mercado guatemalteco.
- No musicalice el video (los videos solamente podrán contener el audio de las piezas y/o la música ambiente de filmaciones de eventos y activaciones).
- No agregue sobreimpresiones de textos, locuciones ni logotipos que no sean parte integral de las piezas a excepción de locución descriptiva de filmaciones de eventos y activaciones.
- No agregue ningún logotipo de agencia(s).
- Para casos que son únicamente de piezas gráficas, BTL o interactivos, se puede describir con créditos o una locución narrativa.

NOTA: Será motivo de descalificación inmediata del caso la inclusión de resultados y/o juicios de valor, locuciones con tono promocional, si se menciona a la agencia, así como si se excede la duración máxima de 4 minutos.

Deberá enviar un DVD que contenga todo lo solicitado en la siguiente tabla y en los formatos que aquí se indican:

Pieza	Soporte	Cantidad Máxima	Duración Máxima	Formato
Video del caso	DVD de datos	1 reel	4 minutos	WMV, MPG y QuickTime* 720 x 486 pixeles, en H.264
Spots de TV y/o Cine	DVD de datos	3 piezas distintas	30 seg. c/u	WMV, MPG y QuickTime* 720 x 486 pixeles, en H.264
Spots de Radio	DVD de datos	3 piezas distintas	30 seg. c/u	AIFF y MP3
Piezas de Internet	DVD de datos	3 piezas distintas	30 seg. c/u	WMV, MPG y QuickTime* 720 x 240 pixeles, en H.264
Piezas Gráficas	DVD de datos	6 piezas distintas**		JPG en 2 carpetas, una con el material a 300 dpi y otra a 72 dpi. Altura máxima 3 pulgadas de alto.
BTL, Activaciones, Placement y otras acciones de Marketing	DVD de datos	2 piezas distintas	30 seg. c/u	WMV, MPG y QuickTime* 720 x 486 pixeles, en H.264

*Para revisar que el QuickTime esté grabado correctamente, compárelo con la lista de especificaciones del archivo que puede descargar en nuestra página web.

** Identifique en la parte inferior derecha de cada imagen, el medio (genérico) al que corresponden las piezas publicitarias.

Importante

No agregue textos ni logos de ningún tipo, ni ninguna imagen que no haya sido parte del caso. Identifique externamente el DVD con los nombres del anunciante, agencia, marca y título del caso. Asegúrese de revisar que todo el material que va a enviar funcione correctamente.

Chequeo Final

Antes de entregar su caso, verifique que cada elemento esté debidamente identificado y que contemple:

• Formulario de Autorización debidamente lleno, impreso en original B/N y con las firmas de los ejecutivos de nivel jerárquico que se exigen en las bases. Incluir 2 formularios impresos y firmados en original cada uno y el PDF con todo y la carátula firmada. Revisar que todos los datos, cargos y nombres estén escritos en forma correcta, ya que estos aparecerán del mismo modo en diplomas y publicaciones posteriores al concurso, así como en el Effectiveness Index. **Completar la información al final del mismo solicitada por Effie Worldwide.**

• Formulario de Participación debidamente lleno, 7 páginas máximo (10 el de Éxito Sostenido). Incluir 2 ejemplares impresos en original B/N y el PDF correspondiente. Utilice tipografía Arial con un tamaño mínimo de 9 puntos.

• El DVD con todo el material del caso, asegurándose que contenga el video reel de 4 minutos, los comerciales de TV y/o cine, spots radiales, gráfica, videos de internet y de acciones BTL en carpetas separadas e identificadas. Incluyendo los archivos PDF del Formulario de Autorización y del Formulario de Participación, así como el logo del anunciante, la marca y de la agencia en formato JPG a 300 dpi.

• Todo el material deberá ser presentado en español.

• Una vez aceptado el caso y codificado, traer 20 copias del mismo.

• En el DVD incluir una fotografía espontánea del equipo de marca, la agencia y anunciante involucrados en la preparación del caso.

Valor de Inscripción por caso

Número de casos	Valor Inscripción al cierre (29 de agosto)	Valor Inscripción al cierre extemporáneo (5 de septiembre)	Valor Inscripción al 2º cierre extemporáneo (12 de septiembre)
1 a 3 inscripciones*	US\$ 495.00 + IVA	US\$ 520.00 + IVA	US\$ 545.00 + IVA
4 inscripciones o más*	US\$ 475.00 + IVA	US\$ 500.00 + IVA	US\$ 525.00 + IVA

* Al inscribir un mismo caso en dos categorías diferentes, debe pagarse Inscripción por cada categoría

NOTA: La inscripción de casos antes del 22 de agosto hasta las 17:00 horas, tendrá un descuento de US\$10 cada uno.

Pago exclusivamente por medio de cheque en Quetzales al tipo de cambio del Banco de Guatemala del día de la emisión. No olvidar incluir el IVA al total. Cheques a nombre de Guatemala Marketing y Asociados, S.A. por el total menos la retención del ISR de la factura por estar sujetos a retención definitiva.

Favor proporcionar datos para la factura: Nombre, Dirección y NIT, para enviar scan de la factura a fin de emitir la retención y el cheque por la diferencia.

Entregue a más tardar, el martes 29 de agosto hasta las 17:00 horas, todo el material revisado en las oficinas de Guatemala Marketing y Asociados:

Diagonal 6, 12-42 zona 10, Edificio Design Center, Torre 2, 4to. nivel, oficina 406.

Si necesita hacer alguna consulta, por favor hacerla a través de:

leslie.rolan@effie.com.gt o al teléfono 2490-2030