



Bases 2024

PREMIANDO IDEAS QUE FUNCIONAN®

ORGANIZA:



asociación uruguaya de agencias de publicidad

Bienvenid@s a Effie Awards Uruguay 2024

15 años

ANTES DE COMENZAR, RECOMENDAMOS LA LECTURA CUIDADOSA DE:

- LAS BASES,
- LA GUÍA DE INSCRIPCIÓN,
- LOS FORMULARIOS DE INSCRIPCIÓN.

La organización Effie Internacional puede introducir cambios en cada nueva edición, por lo que es indispensable estar bien informad@ antes de comenzar la inscripción.

Comité Effie Awards Uruguay 2024



Effie Awards, premiando “Ideas que funcionan”[®]”

El programa Effie apoya y promueve el rol de la publicidad y de las comunicaciones de marketing, así como el uso eficaz y eficiente de los recursos. Es un premio anual en reconocimiento a los casos que hayan conseguido los resultados más altos al alcanzar sus objetivos.

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 premios de máxima relevancia en la industria del marketing y la publicidad.

En su trayectoria Effie ha trascendido fronteras y actualmente se organiza en más de cincuenta países de Europa, Asia, América del Norte y Sudamérica.

Effie en el Uruguay – 15^ª edición

Los Effie Awards en Uruguay son representados y organizados desde 2009 por la [Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad](#)- AUDAP- bajo licencia de [Effie Worldwide Inc.](#) para su marca registrada Effie.

Este año realizaremos la decimoquinta edición de los premios.

¿Quiénes pueden participar?

Podrán participar todos los casos de comunicaciones de marketing difundidos en Uruguay entre el 1º de enero de 2023 y el 31 de diciembre de 2023 aun cuando su inicio haya sido anterior y/o se hayan continuado después del mismo (con excepción de las categorías “Éxito sostenido” y “Marketing estacional” que tienen otras fechas límite).

Si el caso comenzó con anterioridad al período de elegibilidad, puede incluir esa información, pero sólo como contextualización del mismo, NO como parte de los resultados.

Los casos que participen en la categoría “Marketing estacional” deberán contar con datos y resultados comprobables entre el 1º mayo de 2023 y el 30 de abril de 2024.

Los casos de “Éxito sostenido” deberán mostrar una efectividad sostenida a lo largo de 3 o más años (36 meses o más), comprendidos entre el 1º de enero de 2021 y el 30 de abril de 2024.

No existe limitación en el número de casos a presentar. Puede participar más de un caso para una misma marca, producto, servicio o institución.

Pueden participar campañas completas o casos únicos dentro de alguna campaña, experiencias de retail, buzz, viral, marketing directo, PR, radio, digital, TV, etc.

Podrá inscribirse un mismo caso hasta en dos categorías diferentes: una de industria y una especial, o dos especiales. (Ver especificaciones en “Inscripción de un mismo caso en múltiples categorías” en la “[Guía de Inscripción](#)”).

Al inscribir un caso en 2 categorías, cada inscripción deberá hacerse con un formulario personalizado para la categoría en que se inscriba. El uso del recurso copy-paste puede afectar seriamente su éxito en el Certamen.

No podrá participar ningún caso que haya sido sancionado por un fallo del CONARP, aun cuando con posterioridad al dictamen se hubiera modificado la publicidad sancionada.

No podrá participar ningún caso que corresponda a una campaña política.

Casos inscriptos en ediciones anteriores de Effie Awards Uruguay

Podrán participar casos que hayan concursado y no ganado en el Certamen del año anterior, a los que se les podrán agregar nuevos antecedentes y nuevos resultados obtenidos en el período correspondiente a este Certamen.

También podrán participar casos que hayan ganado la versión 2023 del Certamen siempre y cuando lo hagan en una categoría distinta de la que obtuvieron el premio.

Si desea volver a inscribir un caso que participó en un Effie anterior y no está seguro si transgrede las bases, envíe una breve descripción del mismo (objetivo, estrategia, muestra de creatividad) explicando cómo difiere del caso anterior a info@effieuruguay.com.uy, previo a efectuar la inscripción. El Comité de Effie Awards analizará el caso y podrá responderle esta consulta previamente.

Recuerde que luego de inscripto, el caso puede ser descalificado sin reembolso de los costos de inscripción.

Inscripciones

Cada caso debe estar inscripto por un anunciante en dupla con una agencia. Puede ser una agencia creativa, de medios, directa, digital, etc., incluidas las agencias in-house.

Podrán inscribirse hasta dos anunciantes y dos agencias principales, sin que esto sea requisito, y éstos tienen que ser solamente los principales responsables de la ocurrencia de los resultados expuestos en el caso.

Si se da crédito a un segundo anunciante o a una segunda agencia principal, ambos recibirán igual reconocimiento que los primeros por lo que se debe asegurar que el trabajo realizado tiene el mismo peso y ambos merecen el reconocimiento.

Con el objetivo de que el Jurado pueda tener una mejor comprensión del caso, cada formulario deberá ser personalizado para cada categoría en la que se inscriba.

La adecuación de las inscripciones a las normas de este Certamen está supervisada por la auditoría de Price Waterhouse Uruguay - [PwC Uruguay](#).

En 2023 Effie Awards Uruguay incorporó dos nuevos tipos de inscripciones, que siguen vigentes en 2024:

FIRST CASE EVER

Esta inscripción es para agencias que NUNCA haya inscripto un caso o para aquellas que no hayan realizados inscripciones en los últimos 4 años.
La opción es únicamente para el primer caso y tiene una tarifa especial de descuento del 35%.
El resto de los casos serán inscriptos bajo la tarifa regular.
CONDICIONES ESPECIALES:
Ser una agencia socia de AUDAP.
Inscribir en el desde la apertura el 7 de mayo a las 9 horas, hasta el 21 de junio a las 18 horas.

Book x 4

Para aquellas agencias que inscriban 4 casos con la misma fecha de cierre de inscripción, se aplicará una tarifa de descuento en el último caso del 40%.
El descuento se aplica cada 4 casos.
CONDICIONES ESPECIALES:
<ul style="list-style-type: none"> • Ser una agencia socia de AUDAP.
<ul style="list-style-type: none"> • La inscripción puede hacerse desde la fecha de apertura, el 7 de mayo a las 9 horas hasta el 2º cierre, con fecha límite al 21 de junio a las 18 horas.

Calendario de Inscripciones

Apertura de inscripciones:	miércoles 7 de mayo, hora 9 am
Primer cierre:	viernes 7 de junio*
Segundo cierre:	viernes 21 de junio*
Último cierre:	viernes 5 de julio*

*Todas las fechas de cierre son válidas hasta las 18 horas, a través del Software Universal de Effie Worldwide.

Categorías del Certamen

Las descripciones de las categorías son una guía del tipo de casos que pueden inscribirse en cada una; sin embargo, no es una lista exhaustiva.

Presente su caso de manera que aborde la situación o desafío tal como se describe en la definición de la categoría. Es fundamental revisar cuidadosamente estas definiciones para asegurar que su esfuerzo cumpla específicamente con los criterios establecidos.

Effie Awards Uruguay se reserva el derecho de modificar, dividir, unir o combinar categorías, o crear una nueva categoría según la cantidad y naturaleza de los casos inscriptos, así como reclasificar casos inscriptos a otras categorías que considere pertinentes.

Si no está seguro de que su caso corresponde a la definición de una categoría, o en cuál debería inscribirlo, envíe una consulta a info@effieuruguay.com.uy con una breve descripción del caso, ejemplos de la creatividad y las categorías que está considerando. Le brindaremos pautas para encontrar la categoría adecuada. Sólo se atenderán consultas por escrito y serán respondidas a la brevedad posible.

Effie Awards Uruguay 2024 tiene 36 categorías, divididas en:

- 16 de la industria (productos y servicios).
- 20 especiales.

Este año, se suma al Certamen 1 nueva categoría:

Inteligencia Artificial: Esta categoría tiene como objetivo reconocer el uso de la tecnología de IA para mejorar la efectividad del marketing. Esto incluye la segmentación de la audiencia, la experiencia interactiva, la programática, la generación de contenido e innovación. Los participantes deben ilustrar cómo la IA impulsó la efectividad, desde la motivación inicial de las audiencias hasta impulsar el comportamiento del consumidor.

Categorías de la Industria (productos y servicios)

1. Alimentos
2. Automotriz
3. Bebidas alcohólicas
4. Bebidas no alcohólicas
5. Comercios y retail
6. Higiene y cuidado personal
7. Indumentaria
8. IT / Telecomunicaciones
9. Mantenimiento del hogar, oficinas, jardines y mascotas
10. Medios de comunicación y plataformas de entretenimiento
11. Productos de electrónica, artefactos y bienes durables
12. Salud
13. Servicios / productos bancarios y financieros
14. Viajes, turismo y servicios anexos
15. Otros productos
16. Otros servicios

Categorías Especiales

Permiten abordar una situación comercial o desafío específico para cualquier producto, servicio o institución, con enfoques en audiencias, desafíos comerciales, estacionales, media, etc.

1. Bajo presupuesto
2. Brand experience
3. Challengers
4. Comercio digital (anteriormente E-commerce)
5. Éxito sostenido: productos / servicios / sin fines de lucro
6. Gran Idea de Medios
7. Institucional / Corporativa
8. Lanzamientos

9. Marketing estacional
10. Promociones
11. Real Time Marketing
12. Respuesta a la crisis / Pivote crítico

Categorías Especiales Digitales

13. Digital / Branded content
14. Digital / Directo al consumidor
15. **Digital / Inteligencia Artificial NUEVA**
16. Digital / Redes sociales: productos y servicios
17. Digital / Influencer marketing

Categorías Especiales de Cambio Positivo

18. Bien social / Marcas-Empresas
19. Bien social / Sin fines de lucro
20. Bien social / Diversidad e Inclusión

Los casos que corresponden a Éxito sostenido, Cambio Positivo y Medios de comunicación deben ser obligatoriamente inscriptos en esas categorías, y no pueden participar en otra.

Effie Awards Uruguay se reserva el derecho de modificar, dividir, unir o combinar categorías, o crear una nueva categoría según la cantidad y naturaleza de los casos inscriptos, así como reclasificar casos inscriptos a otras categorías que considere pertinentes.

Nota: El máximo reconocimiento a entregarse en la categoría Éxito sostenido, será el Effie Oro.

Descripción de las categorías Industria (productos y servicios)

1) ALIMENTOS

Productos alimenticios en general.

2) AUTOMOTRIZ

Vehículos de todo tipo: domésticos y utilitarios / accesorios (aceites, neumáticos, baterías, pinturas, lubricación, etc.).

3) BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Cervezas, Vinos, Whisky, Champagne, Licores, otras.

4) BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

Gaseosas (regulares o dietéticas), café, té, jugos, agua embotellada, leche y/o sustitutos de la leche, bebidas energizantes, etc.

5) COMERCIO Y RETAIL

Establecimientos comerciales, tiendas, hipermercados y supermercados, retail en general.

6) HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL

Belleza, perfumería, cosmética, pañales, servicios de bienestar como salones, spas, programas de pérdida de peso, gimnasios, centros de estética, etc.

7) INDUMENTARIA

Marcas de ropa, calzado, joyería, accesorios, anteojos, etc.

8) IT / TELECOMUNICACIONES

Software de computadoras, aplicaciones, telefonía fija o móvil, cloud computing, servicios de Internet, servicios online, portales, motores de búsqueda, productos y servicios vinculados a Internet, televisión satelital o por cable, etc.

9) MANTENIMIENTO DEL HOGAR, OFICINA, JARDINES Y MASCOTAS

Productos de limpieza, detergentes, cuidado del piso, productos de escritorio, papelería, fertilizantes, control de plagas, productos veterinarios, alimentos de mascotas, etc.

10) MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PLATAFORMAS DE ENTRETENIMIENTO

Televisión, Radio, Prensa, Vía Pública, Internet, Cine, Tv para abonados, Tv Networks, plataformas de streamings, etc.

11) PRODUCTOS DE ELECTRÓNICA, ARTEFACTOS Y BIENES DURABLES

Dispositivos de audio o video como TV, radio, celulares, cámaras, hardware de computadoras, laptops, tablets, sistemas de sonido, electrodomésticos; materiales, herramientas y servicios relacionados con el hogar y la construcción, etc.

12) SALUD

Instituciones públicas o privadas, mutualistas, sanatorios, hospitales, emergencias móviles, laboratorios, industria farmacéutica, servicios de acompañantes, educación para la salud y programas de prevención de enfermedades para consumidores, etc.

13) SERVICIOS / PRODUCTOS BANCARIOS Y FINANCIEROS

Bancos públicos o privados, instituciones financieras, tarjetas de crédito y débito, préstamos, planes de

ahorro, seguros, etc.

14) VIAJES, TURISMO Y SERVICIOS ANEXOS

Cruceros, hoteles, balnearios, restaurantes, parques de atracciones, sitios web de viaje y servicios de reserva de viajes, excursiones, campañas turísticas, etc.

15) OTROS PRODUCTOS

No contemplados en las categorías anteriores.

16) OTROS SERVICIOS

No contemplados en las categorías anteriores.

Categorías Especiales

1) BAJO PRESUPUESTO

Esta categoría busca incentivar la participación de pequeños anunciantes o marcas con bajo presupuesto. Los casos inscriptos en esta categoría deben constituir la única campaña/actividad realizada para la marca durante el período de calificación (entre el 1° de enero de 2024 y el 31 de diciembre de 2024).

No puede corresponder a una extensión de línea, una sub-marca, ni apoyarse en una campaña general que la respalde. Esto significa que la inversión total de la marca desde 6 meses antes de la fecha de inicio del caso deberá haber sido igual a cero.

El monto de presupuesto asignado para estos casos no debe superar \$ 1.200.000 (un millón doscientos mil pesos uruguayos) o su equivalente en dólares americanos al tipo de cambio promedio del período en el que se realizó y difundió la campaña/actividad. Dicho monto incluye medios tradicionales y no tradicionales, así como la valorización de espacios donados al mismo costo de contratación del anunciante en ese Medio. No se incluyen remuneraciones de agencias ni costos de producción. Los casos deberán acompañarse de una certificación donde se exprese claramente que en el período de exhibición de la campaña la marca no tuvo otras actividades comunicacionales en forma paralela (en cualquier medio o punto de contacto con el grupo objetivo).

2) BRAND EXPERIENCE

Casos de experiencias de marca más allá de la publicidad tradicional: se debe ingresar el trabajo que realmente dio vida a una marca o producto e interactuó con una audiencia específica para lograr los objetivos deseados. Puede incluir un demo de producto reinventado, una tienda pop-up mejorada para una experiencia en tienda. Es posible que haya creado un nuevo juego, una experiencia de realidad virtual o alternativa, o una experiencia de película interactiva/inmersiva que muestre efectivamente un nuevo producto o personalidad de marca. Debe demostrar cómo la marca se acerca a sus audiencias para establecer relaciones significativas, experiencias memorables e interesantes y conexiones únicas. Los participantes deben abordar cómo se relaciona el marketing experiencial con la estrategia general de la marca. El Jurado deberá entender la "participación" en la experiencia como un factor central.

3) CHALLENGERS

Casos de marcas pequeñas, nuevas o emergentes que se abren paso frente a grandes líderes establecidos, enfrentando a "gigantes" o moviéndose hacia un nuevo campo de productos/servicios más allá de su categoría actual y conjunto de competidores, para abordar un mercado dominante. Los participantes deben detallar el desafío comercial, el escenario competitivo y cómo el negocio tuvo éxito más allá de las adversidades. Se requiere definir el entorno competitivo, incluyendo las diferencias de mercado entre un David versus Goliat, para demostrar por qué su marca era un David.

Nota: Los jurados descontarán puntos de su caso si no demuestra suficientemente que su marca es un David en la situación específica.

4) COMERCIO DIGITAL (anteriormente E-COMMERCE)

Campañas que utilizaron de manera efectiva información, estrategia, creatividad y análisis de datos para impulsar la conversión de compradores a través de e-commerce. Un caso exitoso de e-commerce debiera combinar un fuerte conocimiento del comprador con prácticas de marketing digital para aumentar la conversión online. El caso debe basarse en insights de los compradores y en las respuestas (ventas) de ellos gracias a la campaña. Explique la estrategia y cómo se realizó el caso para difundir el e-commerce.

Los participantes en esta categoría serán evaluados únicamente en cuanto a la efectividad del e-commerce.

5) ÉXITO SOSTENIDO: Productos / Servicios / Sin fines de lucro

Casos de productos, de servicios o sin fines de lucro (se inscriben por separado en cada sub categoría) que hayan experimentado un éxito sostenido durante 3 o más años, que demuestren efectividad durante todo el período. Como mínimo los casos inscriptos deben presentar resultados en el período comprendido entre el 1° de enero de 2021 hasta el 30 abril de 2024 (sumando 3 años completos de campaña y resultados).

Se deben proporcionar resultados hasta el año de competencia actual (período de elegibilidad del Certamen). Las comunicaciones deben tener un objetivo común, tanto en la estrategia como en las ejecuciones creativas; con una continuación de los elementos básicos de ejecución (por ejemplo: vocero, canción, tema, eslogan, etc.) que se asocien a la efectividad a lo largo del tiempo.

Nota: Hay un Formato de Inscripción específico y diferentes requisitos creativos para el premio Éxito sostenido. Los requisitos creativos, incluidas las diferentes reglas para el video creativo, se puede encontrar en el formulario de Éxito sostenido.

6) GRAN IDEA DE MEDIOS

Ideas provenientes de la estrategia y/o utilización de medios que fueron determinantes para la efectividad de los resultados obtenidos. Asegúrese que sus resultados estén directamente relacionados con el rol que la Idea de Medios tuvo en el logro de los objetivos. Casos que fueron dirigidos por el pensamiento de medios, donde la integración de los medios y el mensaje llevaron al éxito. Se busca distinguir a las ideas de medios que sean lo suficientemente poderosas como para convertirse en la génesis del programa de marketing, en la medida que el programa no podría haber sido tan exitoso sin la idea estratégica de medios.

7) INSTITUCIONAL / CORPORATIVA

Comunicaciones de marca institucional / corporativa, incluido patrocinios, imagen e identidad.

Adicionalmente a las métricas que presentan relacionadas a reputación, se espera que expliquen cómo se relacionaron al negocio de la marca y porqué son importantes.

8) LANZAMIENTOS

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

9) MARKETING ESTACIONAL

Casos de marketing que aprovecharon una fecha o una estacionalidad para construir comunicaciones estratégicas asociadas a momentos, fechas o temporadas específicas, relevantes para su público objetivo; casos que efectivamente capitalizaron una temporada, una fecha o una celebración habitual para impulsar los resultados de su negocio, difundidos en Uruguay y con resultados comprobables entre el 1° de mayo de 2023 y el 30 de abril de 2024.

Nota: Cualquier producto o servicio que presente una estacionalidad no mayor a 3 meses y cuya comunicación esté asociada a fechas específicas del calendario (Días "D", Navidad, Fin de año, Reyes, Carnaval, Vuelta a clases, alguna estación del año, etc.) puede participar en esta categoría de forma indiscriminada pero sus resultados no pueden exceder del 30 de abril de 2024, de lo contrario el caso será descalificado. Si el elemento principal de esta actividad es una oferta

promocional, el caso sólo podrá inscribirse en la categoría Promociones.

10) PROMOCIONES

Casos en que la oferta de un producto o servicio va acompañada de un beneficio adicional que se obtiene mediante una mecánica promocional durante un determinado periodo de tiempo. Este debe haber constituido un factor determinante en la generación de los resultados. Si el elemento promocional no representó una relevancia mayor en la obtención de los resultados, deberá participar en una categoría distinta de Promociones.

11) REAL TIME MARKETING

Comunicaciones en las que las compañías, las marcas y los productos y/o servicios crean contenido de marketing sobre la marcha y sin una planificación exhaustiva, alrededor de un evento o una circunstancia de la actualidad. Los resultados se generan a partir de una conversación en tiempo real que tiene lugar en las redes sociales, y en las plataformas en vivo, en respuesta a dicho evento.

La efectividad del marketing en tiempo real (Real Time Marketing) encuentra su máxima expresión cuando es posible delinear un plan para eventos conocidos (Copa Mundial de fútbol, Premios Oscar, etc.) y reaccionar rápidamente y de manera relevante cuando sucede algo inesperado.

12) RESPUESTA A LA CRISIS / PIVOTE CRÍTICO

Esta categoría premia a las marcas que adaptaron de manera efectiva su programa de marketing o actividades comerciales en respuesta a cambios estructurales y culturales significativos (por ejemplo, COVID 19) en el panorama actual para conectarse de manera más efectiva con el consumidor a lo largo del camino hacia la compra e impulsar la conversión. Los participantes deberán demostrar la eficiencia de la acción para la marca. Los ejemplos pueden incluir un cambio de posicionamiento, un giro en la gestión de la cartera, una aceleración digital, etc.

Categorías Especiales Digitales

13) DIGITAL / BRANDED CONTENT

Esfuerzos que efectivamente llegan a su audiencia a través de la creación de contenido de marca original que no es publicitario. (Contenido completamente generado por la marca y no PNTs, por ejemplo). El premio celebra el contenido de marca liderado por aquellas ideas que constituyen el corazón del plan de comunicaciones. Deben detallar el contenido creado, cómo se relacionó con la marca y con los objetivos comerciales, cómo se distribuyó y compartió con la audiencia y qué resultados obtuvo para la marca y el negocio. Este contenido debe ser diseñado para que el consumidor lo busque, lea/vea/escuche por su valor de entretenimiento e información. Los contenidos de marca pueden ser producidos y distribuidos por editores, o de forma independiente, y pueden incluir entretenimiento de larga duración.

14) DIGITAL / DIRECTO AL CONSUMIDOR

Casos de marketing efectivos de negocios directos al consumidor. Los esfuerzos de esta categoría para cualquier tipo de producto o servicio, de cualquier segmento del mercado, son elegibles para participar.

15) DIGITAL / INTELIGENCIA ARTIFICIAL – NUEVA

Esta categoría tiene como objetivo reconocer el uso de la tecnología de IA para mejorar la efectividad del marketing. Esto incluye la segmentación de la audiencia, la experiencia interactiva, la programática, la generación de contenido e innovación. Los participantes deben ilustrar cómo la IA impulsó la efectividad, desde la motivación inicial de las audiencias hasta impulsar el comportamiento del consumidor.

16) DIGITAL / REDES SOCIALES: PRODUCTOS Y SERVICIOS

Campañas que fueron desarrolladas con el propósito explícito de usar redes sociales como punto de contacto principal. El tipo de idea que está diseñada específicamente para aprovechar al consumidor socialmente conectado y la influencia de lo social. Los jurados tendrán en cuenta las campañas que comenzaron con una idea social, en lugar de ser campañas de publicidad o campañas integradas con un

elemento de redes sociales.

Necesitarán una justificación clara de por qué las redes sociales fueron la forma correcta de abordar el brief y que el caso demuestre cómo la actividad social impulsó de manera medible y material el resultado comercial. No basta con contar el número de impresiones, likes o shares. Deberá medir y demostrar el valor comercial de las redes sociales a través del efecto directo que tuvo en el comportamiento o las percepciones de la audiencia y demostrar la correlación con los resultados de negocio obtenidos.

17) DIGITAL / INFLUENCER MARKETING

Casos de marcas que trabajaron de manera efectiva con personas influyentes para llegar a su público objetivo y lograr objetivos de marketing a corto o largo plazo. Los influencers pueden ser personajes influyentes de los medios sociales, embajadores de marca, patrocinadores de celebridades, periodistas, bloggers, etc. Esta categoría premia el esfuerzo de identificar a los influencers más destacados y convertirlos en entusiastas de la marca. Califican micro y macro influencers.

Identifique claramente la estrategia, la audiencia deseada y por qué el influencer era importante para esa audiencia. Explique por qué la marca seleccionó a ese influencer, qué hizo el influencer por la audiencia, cómo se llevaron a cabo las actividades de marketing, qué comportamientos de los consumidores se vieron afectados y, como resultado, cómo se vio afectado el negocio de la marca. Los casos deben definir claramente el grupo influyente, el grupo influenciado y su significado.

Categorías Especiales de Cambio Positivo

Reconoce los casos de marketing que han demostrado ser efectivos para abordar un problema social o expandir un programa existente en formas que beneficien a nuestra sociedad. Se trata de crear un cambio social y cultural positivo, desafiar el statu quo establecido y cambiar las normas y estereotipos que crean desigualdades sociales.

Los ejemplos incluyen iniciativas que abordan la pobreza alimentaria, el acceso a la salud y la educación, creando una sociedad más diversa e inclusiva, creando igualdad de oportunidades en el trabajo y en la sociedad en general para todos sus miembros.

Todos los casos, ya sean campañas completas o casos únicos dentro de una campaña, son elegibles para participar siempre que existan resultados medibles.

18) BIEN SOCIAL / MARCAS-EMPRESAS

Casos de marcas o empresas que están haciendo del mundo un lugar mejor, utilizando el poder de sus plataformas de marketing para "el bien". Esta categoría reconoce los casos de marcas con fines de lucro que combinaron de manera efectiva los objetivos comerciales con una causa social (salud, educación, comunidad, familia, etc.) y se relacionaron con éxito con la estrategia general de marca de la empresa, lo que resultó en un impacto comercial y social positivo.

19) BIEN SOCIAL / SIN FINES DE LUCRO

Casos de organizaciones y asociaciones sin fines de lucro cuyos esfuerzos de marketing han impulsado de manera efectiva un cambio positivo para la sociedad y han contribuido con éxito al propósito de la organización. Las campañas deben mostrar un impacto medible y resultados probados en apoyo de la causa

20) BIEN SOCIAL / DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Esta categoría se aplica a cualquier caso cuyo éxito dependa de la conexión efectiva y auténtica con grupos o comunidades culturales, étnicas o sub-representadas (ejemplo: LGBTQ+, personas con capacidades diferentes, pueblos indígenas, etc.). Los casos pueden incluir mensajes de igualdad de derechos, eliminación de estereotipos, eliminación de prejuicios u otras iniciativas que busquen impactar positivamente a dichos grupos o comunidades.

Si el caso tuvo múltiples audiencias, es necesario demostrar los resultados para la audiencia específica que se detalla en la inscripción. Identifique los elementos del trabajo creativo o la estrategia que se dirigen específicamente a esta comunidad y las diferencias, dinámicas y/o matices culturales relevantes, tradiciones, valores, características lingüísticas y su importancia con respecto a su caso.

Es posible que el Jurado no esté familiarizado con su segmento en particular, por lo que esta es su oportunidad de mostrar los detalles que pueden pasar por alto.

Jurado

El Jurado de Effie Awards Uruguay está compuesto por profesionales de reconocida trayectoria que representan una gran variedad de disciplinas publicitarias y de marketing, incluidos agencias de publicidad, anunciantes, investigadores de mercado, medios de comunicación y autoridades universitarias (académicos).

El mismo tendrá a su cargo la evaluación y calificación de los casos inscriptos en dos etapas y en salas separadas por categorías. En ambas rondas los jueces evalúan el caso escrito y las ejecuciones creativas. La puntuación se realiza de forma anónima y confidencial.

Effie Awards Uruguay cuenta con unos Veedores Internacionales cuyo rol es controlar que el desarrollo del juzgamiento transcurra de acuerdo a lo establecido por las normas.

Ronda Inicial

Los jueces analizan que los casos participantes, además de cumplir con las Bases del Certamen, presenten resultados contundentes y sólidamente demostrados que justifiquen su participación. Su misión es evaluar los casos para definir la nómina de los finalistas.

Ronda Final

Los jueces evalúan y califican los casos finalistas para elegir aquellos que serán premiados por demostrar la mayor efectividad en el logro de sus objetivos dentro de la categoría en que fueron inscriptos. Los jurados de ambas rondas tienen facultades para proponer el rechazo, la eliminación o la reclasificación de casos en una categoría que sea considerada más adecuada.

Jurado Gran Effie

Este Jurado tiene como misión elegir el ganador del Gran Effie entre los casos ganadores de Premios Oro en cada categoría, con excepción de la categoría Éxito sostenido. La lista de jurados que eligen el Gran Effie se determinará en su momento y serán 12 los integrantes además del Presidente del Jurado 2024, y los Veedores Internacionales designados por Effie.

Confidencialidad del Jurado

Los eventos de evaluación tienen estrictos protocolos de confidencialidad y están supervisados de forma segura por los moderadores de Effie. Para ello se requiere que los jueces firmen acuerdos de confidencialidad antes de que comience el análisis de los casos. Los jurados no pueden guardar materiales de la sesión de evaluación y deben considerar el conflicto de intereses.

Inhabilitación de Jurados

Para garantizar las mejores condiciones de evaluación y evitar conflictos de interés, el o los jueces deberán inhabilitarse de votar o dar su opinión sobre un caso en particular si el mismo pertenece a la agencia, empresa para la cual trabaja/n, si pertenece a un competidor directo en la misma categoría o cuando implique un conflicto de intereses de cualquier naturaleza.

Criterios de Evaluación

El Jurado evaluará los casos asignándoles cuatro puntajes diferentes que evalúan atributos específicos, según los siguientes criterios preestablecidos:

SECCIÓN DE CALIFICACIÓN 1: Desafío, contexto y objetivos (23.3% del puntaje)

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.

SECCIÓN DE CALIFICACIÓN 2: Insights e idea estratégica (23.3% del puntaje)

Esta sección permite explicar el proceso estratégico y de pensamiento al Jurado. Su idea debe nacer de estos "Insights" únicos. Se evalúa cómo se llegó y definió la gran idea, y cómo ésta se hizo cargo de la estrategia.

SECCIÓN DE CALIFICACIÓN 3: Dando vida a la idea (23.3% del puntaje)

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 marketing, y cómo se relacionan con su estrategia y audiencia. Sus piezas creativas como se ven en el video creativo e imágenes, y el Resumen de Inversión, son juzgados en esta sección.

SECCIÓN DE CALIFICACIÓN 4: Resultados (30.0% del puntaje)

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

Premios

El Jurado de Premios Effie Uruguay otorga un Effie Oro al puntaje más alto de cada categoría, un Effie Plata al segundo y un Effie Bronce al tercero. Cada premio requiere un puntaje mínimo preestablecido. Si ningún caso alcanza ese puntaje, el premio se declara desierto.

En el caso de ganar un Effie, sólo se entregará un trofeo a la agencia principal. El resto de los involucrados podrán posteriormente adquirir réplicas del trofeo.

Los casos finalistas que lograron superar el puntaje mínimo de la categoría, pero no alcanzaron a obtener un premio Oro, Plata o Bronce, recibirán un reconocimiento que se enviará a la agencia principal a posteriori.

Una categoría será declarada desierta si ningún caso obtiene el puntaje mínimo preestablecido en el Manual del Jurado del Certamen.

El Gran Effie se elige entre los casos ganadores de Effie Oro de todas las categorías con excepción de Éxito sostenido.

Effie Index

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

Los finalistas también acumulan puntos para el Effie Index. Un finalista es un caso que alcanzó y/o superó el puntaje mínimo establecido, pero no llegó a obtener un premio ORO, PLATA o BRONCE dentro de su categoría.

El puntaje de Effie Index para agencias principales se asigna de la siguiente manera:

Gran Effie:	48 puntos
Effie de Oro:	24 puntos
Effie de Plata:	12 puntos
Effie de Bronce:	6 puntos
Finalista:	2 puntos

Para más información sobre Effie Index consultar: <https://www.effieindex.com/about/>

Aspectos importantes

La transgresión de cualquiera de los puntos indicados en estas Bases significará la inmediata descalificación, lo que no será apelable y no considerará la devolución del pago de la inscripción y podrá ocurrir en cualquier momento, perdiendo su condición de Finalista o Ganador, según corresponda.

Una vez cerrada la inscripción no se aceptarán cambios ni material o información adicional.

La información entregada al Certamen 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 presentación del caso deberá ser autorizada por el firmante responsable indicado en la Autorización de Presentación del Caso. Con su firma, autoriza la presentación del caso y declara que:

- Acepta todos los términos indicados en las Bases del Certamen.
- La información presentada en esta inscripción es un retrato fiel y preciso tanto de las fechas de ocurrencia como de los objetivos y resultados del caso.
- Cede y otorga a Effie Worldwide Inc. y a AUDAP –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 del video con las piezas comunicacionales, para que puedan formar parte de la base de casos de Effie Worldwide (de acceso pagado), ser analizados, difundidos y debatidos públicamente; servir de base para la edición de publicaciones derivadas de los Effie Awards, y ser utilizados como casos académicos en funciones docentes.

- Todo el material gráfico, audiovisual y de otros formatos del caso presentado al Certamen cuenta con los derechos musicales, de rostros u otros derechos requeridos en su utilización, eximiendo a Effie Worldwide y a AUDAP de toda responsabilidad al respecto.
- Todos los nombres de agencias y avisadores se indican correctamente de acuerdo con la política de cada compañía y precisamente como deben aparecer en el Effie Index y en todas las publicaciones del Certamen.

La Autorización de Presentación del Caso debe ser firmada por el responsable de la presentación del caso por parte de la agencia (CEO, Director o Gerente General, y Director General de Cuentas, Planificación o Creativo) o del avisador (Gerente General, Comercial o de Marketing).

No se aceptarán firmas "por poder" ni de ejecutivos con cargos que no correspondan a los niveles exigidos.

Las firmas digitales son aceptadas.

Consultas y aclaraciones

Agradecemos que las dudas y aclaraciones sean consultadas exclusivamente por escrito enviando un e-mail a info@effieuruguay.com.uy

Las mismas serán respondidas en un plazo máximo de 3 días hábiles a partir de su recepción.

Notas finales

Effie Awards tiene como política institucional que todas las resoluciones que se adopten durante la edición se deben fundamentar en las disposiciones que surgen de las Bases del Certamen y de las atribuciones que en ellas se otorgan al Jurado.

Estos dictámenes se encuentran regidos por las normas internacionales del Certamen y deben ser aceptadas por los participantes, quienes, respetando la política de privacidad de Effie Worldwide, se abstendrán de solicitar revisiones o explicaciones sobre las resoluciones adoptadas por el Jurado.