

Guía de Inscripción 2025

PREMIANDO IDEAS QUE FUNCIONAN®



audap

asociación uruguaya de agencias de publicidad

PRESENTAN

KANTAR IBOPE MEDIA

369

JCDecaux

AUSPICIAN

MundoMac

CE
PPU
CANADA EMPRESARIAL
PPU
PPU
PPU
PPU

PUBLINTER
CONOCIENDO EL INTERIOR

ACADEMIC PARTNER

UCU

MEDIA PARTNERS

SEMANARIO
BÚSQUEDA

MAGNOLIO
SALA

DelSol
99.5 FM

tele

EL PAIS

COLABORAN

>>>
ACCESO®
FÁCIL

ALPU
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES
PROFESIONALES DE AUDIOVISUAL

DECODEUY

METROPOLIS
FILMS

AUDITA

cinve
CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS

Tabla de Contenidos

¿CÓMO PARTICIPAR?

- El Caso: Resumen Ejecutivo
- El Caso: Fuentes de Información
 - Orientación adicional para las fuentes
- El Caso: Video del Caso
 - Contenido
 - Contexto de juzgamiento
 - Recomendaciones para evitar descalificaciones del video del caso
- El Caso: Imágenes creativas
- El Caso: Reglas

OTROS REQUERIMIENTOS

- Materiales publicitarios
 - Resumen público del caso
 - Declaración de efectividad
 - Imagen identificadora del caso
 - Logo de la marca
 - Logos de la agencia y del anunciante
- Créditos
 - Agencias principales
 - Anunciantes
 - Otros involucrados
 - Créditos individuales
 - Asignación de créditos a otras empresas o personas que han contribuido al caso

CONFIDENCIALIDAD Y PUBLICACIÓN

- Publicaciones y permisos
- Juzgamiento
- Información indexada
- Uso del material creativo y publicitario

CRÉDITOS PARA EL EFFIE INDEX

- Rankings de Agencias
- Rankings de Red de Agencias y Holdings Empresariales

JUZGAMIENTO

CONSEJOS DE LOS JURADOS PARA UNA INSCRIPCIÓN EFECTIVA

PROCEDIMIENTO DE INSCRIPCIÓN

DETALLES DE LA INSCRIPCIÓN

- Cambios en el formulario de inscripción
- Restricciones de participación
- Fechas de cierre y costos de participación
- Guía para el pago de inscripciones

CONSULTAS Y ACLARACIONES

NOTAS FINALES

Bienvenid@s a Effie Awards Uruguay 2025

ANTES DE COMENZAR, RECOMENDAMOS LA LECTURA CUIDADOSA DE:

- LAS BASES,
- LA GUÍA DE INSCRIPCIÓN,
- MANUAL DEL USUARIO.

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 2025



¿CÓMO PARTICIPAR?

Effie Uruguay incorporó la posibilidad de descargar plantillas editables de muestra del Formulario de Inscripción General y del Formulario de Inscripción de Éxito sostenido.

De esta manera podrá redactar y modificar sus respuestas al trabajar off line con los miembros de su equipo, sus agencias asociadas y clientes.

Cada plantilla incluye todas las preguntas y requerimientos que deben completarse para inscribir su caso. Cuando tenga listo el formulario, copie sus respuestas a cada pregunta en la plataforma de inscripción en línea: <https://effie-uruguay.acclaimworks.com/uba/auth>

El Caso: Resumen Ejecutivo

Resuma su caso centrándose en cómo sus resultados se relacionaron directamente con su reto y objetivos a lo largo del tiempo.

El caso inscripto debe contar la historia del esfuerzo de principio a fin. En conjunto, las secciones del formulario deben contar una historia. Los jurados son profesionales de la industria: piense detenidamente las preguntas que pueden hacer y abórdelas en sus respuestas. Debido a que los jurados revisan de 10 a 12 casos en una sesión de juzgamiento, es importante que su caso sea claro y conciso. Revise las preguntas del formulario de inscripción en detalle.

Es posible que los jurados no conozcan las normas de la categoría o matices propios de la industria a la que pertenece su marca, por lo que es fundamental proporcionar contexto en el caso escrito.

El Caso: Fuentes de información

Todos los datos (data), hechos, etc., incluidos en cualquier parte del formulario de inscripción deben incluir una fuente específica que permita verificar su veracidad. Las inscripciones que no brinden fuentes serán descalificadas.

En la plataforma de inscripciones, el formulario de inscripción tiene un cuadro de FUENTES que se encuentra en la parte inferior de cada sección de puntuación para todas las referencias y notas a pie de página. Este espacio permite a los participantes proporcionar fuentes sin afectar las restricciones al límite de palabras.

Al final de una oración que requiere una fuente, use un SUPERÍNDICE para numerar sus fuentes. En el cuadro “Fuentes” enumere sus citas.

Orientación adicional para las fuentes

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

Todos los datos deben incluirse en su respuesta a las preguntas de las secciones 1 al 5. Los participantes no pueden agregar información o explicación adicional en la sección de fuentes. Las secciones de fuentes sólo se pueden utilizar para proporcionar citas.

Las fuentes deberán ser preferentemente empresas de investigación. Las compañías de investigación deben ser citadas por su nombre y los jurados aprecian los datos de terceros cuando estén disponible

Podrán aceptarse como fuentes de investigación la propia agencia o el propio anunciante, lo que se tomará como declaración jurada de las personas que firman la inscripción avalando con su nombre la veracidad de los datos entregados al Jurado.

Debido a que Effie es una competencia "agency blind", la investigación que provenga de una agencia sólo debe mencionar como fuente "investigación de agencia". Esto se aplica a todas y cualquiera de las agencias y no está limitado a la agencia que realizó la inscripción del caso.

Para hacer la fuente más detallada puede agregarse el tipo de agencia, por ejemplo, investigación de agencia de relaciones públicas, investigación de agencia de medios, etc. Al igual que con otras fuentes, debe incluir toda la información relevante de la cita (tipo de investigación/data, fechas cubiertas, etc.).

Effie Awards Uruguay se reserva el derecho de verificar la exactitud de todas las fuentes proporcionadas.

El Caso: video del caso

Su material creativo es evaluado como parte de la Sección de Calificación 3: Dando vida a la idea, la cual también incluye su respuesta escrita a las preguntas 3A - 3C y los datos presentados en el Resumen de Inversión. Esta sección en conjunto representa el 23.3% de la puntuación total.

Contenido

El video de piezas y/o actividades del caso, tal como se exhibieron al público. El objetivo es mostrar al Jurado ejemplos del material creativo con el que se dio vida a la idea.

No es un video promocional sobre su caso; es un montaje cronológico de los elementos comunicacionales del caso, aquellos que a su juicio constituyen factores esenciales en la obtención de los resultados.

Es fundamental que las piezas audiovisuales se exhiban completas.

Será motivo de descalificación por parte del Jurado o la organización mostrar en el video resultados o juicios de valor, trasgredir la duración máxima, o incluir logos de las agencias.

El video del caso no es evaluado por la calidad de su producción; sólo es evaluado el trabajo creativo exhibido al mercado, y cómo éste se relaciona con el desafío, el insight, la audiencia y la estrategia.

Debe ser cargado en la plataforma en formato MP4 de máximo 250 MB, con una duración máxima de 3 minutos, a excepción de Éxito sostenido, que podrá tener una duración máxima de 4 minutos.

Todas las piezas y/o actividades exhibidas en el video del caso deben haber sido exhibidas en el mercado dentro de las fechas de campaña.

Puede musicalizar el video siempre y cuando haya pagado los derechos correspondientes.

Podrá incluir una breve explicación del contexto si lo considera necesario, pero asegúrese de que esta explicación cumpla con la restricción de no incluir resultados de ningún tipo ni juicios de valor.

Se sugiere identificar el contenido del material creativo por el tipo de medio (televisión, radio, web, etc.).

Contexto del Juzgamiento

Tenga en cuenta que los jurados van a leer su caso antes de mirar su material creativo, por lo tanto, no es necesario repetir el caso escrito. Los ejemplos utilizados deben haber sido ejecutados en el mercado y deben relacionarse directamente con los objetivos estratégicos y los resultados a los que se hace referencia en el formulario escrito.

El propósito del video es mostrarles a los jueces la ejecución de la idea y permitirles experimentar su trabajo como si fueran su público-objetivo.

Incluya al menos un ejemplo de cada uno de los puntos de contacto de comunicación que hayan sido mencionados en el caso escrito. Destaque sólo aquellos que han sido relevantes para el éxito del caso y que estén mencionados en el formulario de inscripción.

Es motivo de bajas calificaciones si, por ejemplo, la importancia de los anuncios impresos se menciona en el caso escrito, pero no se muestran en el video del caso. Del mismo modo, los elementos creativos que se muestran en el video, pero no se describen en el caso escrito también pueden llevar a una calificación más baja.

El video del caso debe complementar las respuestas a las preguntas 3A, 3B y 3C.

Como los jurados leen primero el caso escrito y el foco del video es en el material creativo, no se debe incluir resultados de ningún tipo, tampoco métricas de redes sociales. Esto es motivo de descalificación.

Recomendaciones para evitar descalificaciones del video del caso

El video del caso debe incluir las piezas publicitarias tal cual se ejecutaron y las experimentó su audiencia, no debe ser un video creativo. Para prevenir la descalificación por favor tenga en cuenta los siguientes lineamientos:

DEBE INCLUIR

Al menos un ejemplo completo de cada uno de los puntos de contacto de comunicación para garantizar que los jurados vean una muestra amplia de su trabajo.

Puede ser útil marcar cada trabajo creativo por tipo de medio (spot de TV, cuña de radio, etc.).

Puede editar videoclips de más de 60 segundos de video, sin embargo, se recomienda mostrar lo más que pueda del ejemplo para que los jurados tengan una comprensión clara de lo que experimentó su audiencia.

Si presenta varios ejemplos de un punto de contacto (por ejemplo: 3 anuncios de televisión), después de mostrar el primero por completo, podrá editar los ejemplos adicionales para cumplir con el tiempo.

NO DEBE INCLUIR

Resultados de cualquier tipo – incluyendo números de likes de redes sociales, seguidores, etc.- que aludan al producto o servicio ni al éxito del caso que puedan influir en el análisis que realizan los jueces.

Nombres de agencias, logos o imágenes.

Logo o trabajo creativo de la competencia. (Excepción: permitido si se incluyeron logos/trabajos de la competencia en los materiales de su campaña).

Efectos de edición que causen confusión con la forma en que el trabajo se ejecutó en el mercado, por ejemplo, cambiar el audio en un anuncio de televisión.

Cualquier información confidencial, considerando que los videos de los casos finalistas ganadores se harán públicos.

ESPECIFICACIONES

Un video del caso por inscripción. 3 minutos de duración máxima. Éxito sostenido: 4 minutos.

250 MB tamaño máximo de archivo. Formato MP4. Alta Resolución: 16:9 a 1920x1080.

No incluya nombres/logos de agencias en el video o en el nombre del archivo.

TALENTO / LICENCIA

No agregue ningún tipo de música/imágenes de stock que no se hayan ejecutado en su trabajo original, a menos que obtenga los derechos para incluir esos materiales complementarios.

Se entiende que las piezas creativas usadas en el caso poseen todos los derechos de uso.

No podrán hacerse modificaciones de ningún tipo en los videos una vez entregados luego del cierre de la inscripción, a excepción de las observaciones que sean planteadas expresamente y por escrito por parte de la empresa auditora.

El Caso: Imágenes creativas

No es obligatorio incluir imágenes, en la Sección 6: Materiales Creativos, Materiales del trabajo creativo, pero si lo hace, incluya 2 imágenes como mínimo y 6 como máximo.

Después de leer su caso y observar el video del caso los jurados revisan las imágenes de su trabajo creativo. Las imágenes cargadas deben complementar lo exhibido en su video del caso y ayudar a los jurados a evaluar mejor los elementos creativos que se ejecutaron frente a su audiencia.

Puede ser útil proporcionar imágenes del trabajo que se ven mejor como una imagen fija (por ejemplo, un sitio web, un anuncio impreso, un correo directo, etc.). O bien, es posible que quiera subir el trabajo

que desea que los jurados vean nuevamente después de ver el video del caso

Esta es una oportunidad para mostrar su trabajo creativo:

- Resalte los elementos que se ven mejor como una imagen fija frente al formato de video.
- Llame más la atención en los elementos creativos clave que desea destacar.

Requisitos técnicos: formato jpg, alta resolución, 15 MB máximo. No incluya nombres o logos de agencias en ningún material creativo enviado ni en el nombre de los archivos.

El Caso: Reglas

Los siguientes aspectos llevarán a la descalificación del caso y se perderán los derechos de inscripción:

- 👉 No cumplir con las reglas del período de elegibilidad. Los datos presentados deben estar circunscritos al territorio uruguayo durante el período de elegibilidad entre el 1º de enero de 2024 al 31 de diciembre de 2024.
- 👉 La inscripción no cumple con los requisitos de definición de la categoría. Las inscripciones se juzgan según la efectividad dentro de la categoría inscrita.
- 👉 Nombres o logos de agencias en el formulario de inscripción o en el material creativo. Effie es una competencia “agency-blind”. Esto significa que ningún nombre o logo de agencias, de ningún tipo, deberá ser incluido en ninguno de los materiales que se pondrán a disposición de los jurados (formulario de inscripción, resumen de inversión, video del caso, imágenes creativas).
- 👉 Tampoco deben incluirse en los nombres de los archivos del material creativo que se envía. No incluya nombre de agencias en las fuentes (esto incluye nombres de agencias diferentes a la propia). Cuando la información proviene de una agencia, la fuente de los datos debe ser referenciada solamente como “Investigación de Agencia, Investigación de Agencia de Relaciones Públicas, Investigación de Agencia de Medios”, etc.
- 👉 Datos sin Referencia. Todos los datos, hechos, cifras, etc. presentados en cualquier lugar del formulario de inscripción deben hacer referencia a una fuente específica y verificable. Las fuentes deben ser lo más específicas posibles al documentar toda la evidencia, sin utilizar nombres de agencias de ningún tipo.
- 👉 Las compañías de investigación deben ser citadas por su nombre. Incluya la fuente de los datos, el tipo de investigación y el período de tiempo cubierto. En la plataforma de inscripción podrá utilizar notas al pie de página. Podrá encontrar mayor información en la sección de “Fuentes de Información”.
- 👉 Dirigir a los jurados a sitios web externos. Los participantes son juzgados únicamente por los materiales presentados en su caso escrito y ejemplos creativos (video del caso + imágenes). No está permitido dirigir a los jurados a sitios web para obtener más información o para obtener más ejemplos del trabajo.

- 👉 No entregar la traducción de los materiales. Todos los casos con materiales creativos presentados en idioma diferente al español deben ser traducidos vía subtítulos o incluir la traducción en la casilla correspondiente en la sección de ejemplos creativos en la plataforma de inscripción.
- 👉 No cumplir las reglas del material creativo (video e imágenes). Los participantes deben seguir todas las reglas creativas resumidas en esta Guía de Inscripción. Esto incluye, pero no está limitado a: logos / trabajo creativo de competidores y resultados, los cuales no se pueden incluir en los ejemplos creativos; los límites de tiempo deben ser cumplidos.

OTROS REQUERIMIENTOS

Materiales publicitarios

Junto con la inscripción, los participantes deben proporcionar los siguientes materiales referidos al caso para ser usados con fines promocionales. El trabajo creativo proporcionado para la inscripción (video del caso e imágenes) también podrá ser usado para fines publicitarios.

Resumen público del caso

En 90 palabras o menos, proporcione un resumen de su caso que no debe contener información confidencial.

Declaración de efectividad

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

Imagen identificadora del caso

Deberá presentar una imagen de su caso que será utilizada con fines promocionales si su caso es finalista o ganador. Elija la imagen que mejor represente su caso.

Formato de alta resolución, 100% del tamaño, 15 MB máximo.

Logo de la marca

Deberá presentar el logo de la marca referida al caso para ser usado con fines promocionales. Formato jpg o jpeg, 100% del tamaño.

Logos de la agencia y del anunciante

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

Formatos eps / ai / jpg / png. 100% del tamaño.

Créditos

Effie reconoce que el trabajo en equipo efectivo es necesario para construir un caso exitoso. Es obligatorio dar crédito a los aliados creativos y estratégicos que contribuyeron a este esfuerzo. Piense cuidadosamente sobre sus aliados - clientes; agencias de todos los tipos incluyendo servicio completo, medios, digital, promo, relaciones públicas, eventos, dueños de medios, etc.

La política Effie es que solo aquellos acreditados al momento de la inscripción, merecen el reconocimiento en caso de ganar. En ningún momento se permitirá que individuos o empresas acreditadas al momento de la inscripción sean eliminadas o reemplazadas.

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

Agencias principales

Los participantes tienen la opción de dar crédito a un máximo de dos agencias principales (sólo una es obligatoria). Si da crédito a una segunda agencia principal, ambas recibirán igual reconocimiento, tanto en publicaciones como en el Effie Index.

Para indicar una segunda agencia principal, debe asegurar que el trabajo realizado por cada agencia tiene el mismo peso y ambas merecen el reconocimiento. Si corresponde, debe agregar primero a la primera agencia principal, luego a la segunda.

Anunciantes

Los participantes tienen la opción de dar crédito a un máximo de dos anunciantes (uno es requerido). Si hubo dos anunciantes involucrados en su caso, acredite al segundo anunciante en el espacio designado a continuación.

Ambos anunciantes recibirán igual reconocimiento en toda la publicidad y en el Effie Index, si su caso es finalista o ganador.

Otros involucrados

Los participantes deben acreditar a todos los socios estratégicos clave en un esfuerzo. Puede enumerar hasta cuatro compañías contribuyentes. Los contactos principales de la empresa colaboradora serán contactados si su caso se convierte en ganador y no se incluirá en la lista pública.

Créditos individuales

En cada inscripción puede acreditar hasta diez personas principales y treinta personas secundarias que contribuyeron al caso.

La política de Effie es honrar a aquellos acreditados en el momento de la participación si el caso es finalista o ganador. Por lo tanto, no puede eliminar ni reemplazar créditos individuales después de que se haya enviado la inscripción.

NOTAS: Los nombres de los/las locutores/as, las productoras audiovisuales o cualquiera que haya contribuido al éxito del caso pueden ser agregados en esta sección.

Asignación de créditos a otras empresas o personas que han contribuido al caso

Detrás de un caso ganador existen múltiples empresas del sector y proveedores de servicios que contribuyeron a obtener los resultados.

Por eso, al inscribir un caso, la agencia y el anunciante tendrán la posibilidad de registrar a otras empresas o personas involucradas en el desarrollo de la comunicación de marketing (hasta un máximo de 4), a quienes se podrá reconocer ante la obtención de un Effie Awards (por ejemplo: otras agencias creativas, de medios, directas, digitales, etc.).

Las mismas podrán ser mencionadas de forma pública como vinculadas al caso ganador, tanto en la ceremonia de entrega de premios como en el sitio web de Effie Awards Uruguay.

Además, si su caso resulta ganador de Effie Awards Uruguay 2025, los créditos serán incluidos y

sumados en los resultados de Effie Effectiveness Index 2026.

Para eso es importante que todos los involucrados sean debidamente mencionados, teniendo en cuenta que las agencias principales y las contribuyentes reciben diferente puntaje.

Por favor asegúrese de que todos los créditos estén correctamente detallados. Una vez reportados los datos, no habrá posibilidades de modificaciones en los créditos.

CONFIDENCIALIDAD Y PUBLICACIÓN

Effie Awards Uruguay es una organización sin ánimo de lucro con la misión de liderar, inspirar y promover la práctica y a quienes practican la efectividad del marketing. Con el propósito de cumplir esta misión y proporcionar herramientas para el desarrollo de la industria, Effie confía en la voluntad de los concursantes para compartir sus casos finalistas y ganadores con la industria.

Al otorgar permiso para la publicación de sus casos, usted estará:

- Mostrando el éxito de su equipo en lograr uno de los máximos honores de marketing del año.
- Effie ayuda a atraer nuevos talentos, demostrar la importancia del marketing en los negocios y fortalecer las relaciones agencia-cliente.
- Aportando al desarrollo de la industria.
- Al permitir que otros profesionales de marketing aprendan de sus éxitos, estará inspirando a la industria para subir sus expectativas sobre la efectividad del marketing.
- Aportando a la formación de los futuros líderes del marketing y la publicidad.
- Escuelas y Universidades tendrán acceso a casos de estudio ganadores de Effie y los participantes podrán aprender cómo escribir un caso exitoso a partir de sus inscripciones.

Respetamos que las inscripciones puedan contener información confidencial. En la plataforma de inscripción se solicita a los participantes definir los permisos para la publicación de sus casos inscriptos.

Para atender las preocupaciones de confidencialidad, puede consultar las políticas internacionales de Effie sobre confidencialidad y las opciones de publicación de los casos en la siguiente página: https://www.effie.org/privacy_policy

Publicaciones y permisos

El proceso de inscripción y juzgamiento de Effie Awards fue diseñado para ayudar a todos los participantes a presentar sus trabajos de manera efectiva, a la vez de garantizar la confidencialidad de la información que el concursante considera clasificada.

Los participantes que otorguen permiso por escrito para publicar su caso podrán aparecer en el sitio web de Effie Worldwide o en el sitio web y/o publicaciones de Effie Uruguay.

La Organización del Certamen respeta que las inscripciones puedan contener información considerada confidencial. Por eso, en el Formulario de Autorización y Permisos se les pregunta a los participantes si otorgan permiso de publicación para el caso escrito.

La única parte del caso que debe contener información confidencial es el caso escrito. Por esta razón, es la que se incluye en el permiso de publicación mencionado arriba.

El material creativo (video del caso e imágenes), resumen del caso y la declaración de efectividad solicitados en el formulario no deberán contener información confidencial, y podrán ser publicados de diferentes maneras (Effie.org, sitios web y publicaciones de Effie) junto con su caso inscripto si éste resulta finalista o ganador.

El trabajo presentado debe ser original y debe contar con los derechos y permisos necesarios para enviarlo.

Juzgamiento

Las jornadas de juzgamiento tienen estrictos protocolos de confidencialidad y están supervisadas de forma segura por los presidentes de mesa y el equipo Effie. Los jurados firman acuerdos de confidencialidad antes del inicio de las jornadas de juzgamiento. Los jurados tienen prohibido retirar o descargar materiales de las sesiones de juzgamiento, hacer grabaciones o fotografías del material presentado. Además, los jurados sólo pueden conocer y evaluar casos en los que no tienen un conflicto de interés y son recusados de participar si los hubiere.

Información indexada

A pesar de que el proceso de juzgamiento es confidencial y los participantes pueden definir los permisos de publicación de sus casos inscriptos, Effie entiende que algunos concursantes pueden tener preocupaciones en relación a información sensible. En consecuencia, al presentar información numérica como sustento del caso, los concursantes pueden elegir presentar estos números como porcentajes o hacerlo de manera indexada con el propósito de proteger esta información. Asegúrese de incluir contexto para que los jurados comprendan la importancia de los datos. Adicionalmente, a menos que los concursantes autoricen la publicación del material como fue presentado, sólo los jurados verán la información enviada en sus casos inscriptos.

Uso del material creativo y publicitario

Al inscribir su caso al Certamen, todo el material creativo (video del caso, imágenes y materiales publicitarios), resumen del caso y declaración de efectividad se convierten en propiedad exclusiva de Effie Worldwide y Effie Awards Uruguay, sin opción de devolución.

Al inscribir su trabajo en la competencia, Effie Worldwide y Effie Awards Uruguay adquieren el derecho de realizar copias, reproducir y mostrar el material creativo, el resumen de su caso y la declaración de efectividad, para propósitos educativos, publicitarios y de divulgación.

El material creativo, el resumen del caso y la declaración de efectividad podrán ser utilizados en las distintas publicaciones de Effie Worldwide y Effie Awards Uruguay, la página de Internet de estas organizaciones, comunicados de prensa, eventos, conferencias y durante la ceremonia de premiación.

Debido a que se publicará el material publicitario y el material creativo de todos los finalistas y ganadores, no se debe incluir información confidencial en estos elementos.

Empresas de todo el espectro, desde grandes a pequeñas y de todos los sectores de la industria, participan en los premios Effie.

La política de confidencialidad de los Effie Worldwide, la capacidad de indexar datos y la capacidad de establecer permisos de publicación se establecen para garantizar que cualquier empresa pueda ingresar su trabajo efectivo sin dudarlo.

CRÉDITOS PAR EL EFFIE INDEX

IMPORTANTE: Si un anunciante o agencia inscribe más de un caso, debe asegurarse de que la identificación o el nombre sea exactamente el mismo en cada caso. De esa manera el puntaje de Effie Index pueda ser sumado a una misma empresa. El ranking mundial de efectividad del marketing, utiliza los créditos presentados al momento de inscripción para tabular los rankings anuales. Los rankings incluyen:

- Anunciantes
- Marca
- Agencia
- Agencia independiente
- Red y Holding

Si su caso se convierte en un finalista o ganador de Effie 2024, los créditos enviados se utilizarán para calcular los resultados del Effie Index. Debido a que se otorgan valores de puntos diferentes a las compañías líderes y contribuyentes, es fundamental que todas las marcas y compañías estén debidamente acreditadas en el momento de la inscripción.

Solicitamos a todos los participantes garantizar que todos los nombres de las compañías de los clientes y agencias se acrediten correctamente. Esta información también debe ser comunicada a las empresas contribuyentes.

Para más información sobre Effie Index consultar [aquí](#).

Rankings de Agencias

Las clasificaciones de las agencias se compilan utilizando el nombre de la agencia y la ciudad que se enumera en la pestaña “Créditos otorgados a empresas e individuos” en la plataforma de inscripción. Independientemente de si la ciudad se incluye o no en el campo “Nombre de la agencia”, las clasificaciones del Index se basarán en la ubicación de la oficina utilizando los campos ciudad/país. Effie fomenta la consistencia año tras año.

Asegúrese de anotar el nombre de la compañía de manera igual en cada inscripción, incluyendo mayúsculas, espacios, puntuación, abreviaturas, etc. Esto asegurará que todos los casos finalistas/ganadores de una misma oficina puedan ser tabulados juntos.

Rankings de Red de Agencias y Holdings Empresariales

Las redes de agencias y los holdings empresariales se seleccionan mediante un menú desplegable en la plataforma de inscripción.

La forma en que se ingresa el nombre de la agencia en ese campo no afecta la clasificación de la Red de la Agencia o del Holding, aunque será revisado para mayor precisión.

JUZGAMIENTO

Su inscripción será evaluada por profesionales que representan distintos sectores: avisadores, agencias, medios de comunicación, académicos y proveedores con gran experiencia en la industria.

Los jurados sólo pueden evaluar casos con los que no tengan un conflicto de interés. Por ejemplo, un jurado que se relacione con el mercado automotriz se inhabilitará de revisar casos de esa categoría.

Ofrezca a los jurados una comprensión clara de la situación de la categoría y explique qué significan sus KPI's en el contexto de su categoría.

El Jurado no mide resultados, sólo los analiza y se manifiesta sobre ellos. El anunciante y/o su agencia son los responsables de haberlos medido oportunamente y de exponerlos con precisión y confiabilidad al momento de presentar el caso en el formulario de inscripción.

Al presentar datos numéricos dentro del formulario de inscripción, los participantes pueden optar por proporcionar esos números como porcentajes o índices, de modo que se retengan los números reales.

Las inscripciones se juzgan en dos fases. En ambas rondas, los jurados evalúan el caso escrito y el material creativo. La calificación se realiza de forma anónima y confidencial. Los jurados proporcionan comentarios sobre cada caso para el Insight Guide.

CONSEJOS DE LOS JURADOS PARA UNA INSCRIPCIÓN EFECTIVA

- 👉 **Comience con el Resumen Ejecutivo antes de intentar escribir secciones individuales.** Consiga que su historia general sea realmente sólida, nítida, clara e inspiradora.
- 👉 **Asegúrese de proporcionar contexto.** La mayoría de los jueces no conocen su categoría o cómo se ve el éxito.
- 👉 **No subestime el poder de una historia concisa y bien escrita.** No solo es refrescante, sino que fomenta las altas calificaciones. ¡Menos es más!
- 👉 **Los participantes que construyen sus casos desde un lugar de honestidad, autenticidad y simplicidad frente a la jerga de marketing son realmente los más fuertes.**
- 👉 **Elabore una visión real.** Una que sea fiel a la audiencia y a la marca, no solo una observación, datos o una declaración esperada sobre la audiencia objetivo.
- 👉 **Recuerde:** las estrategias de comunicación incluyen estrategias creativas y de medios, no sólo tácticas.
- 👉 **Asegúrese de que su video del caso no sólo reitere lo que dijo en su inscripción.** Úselo para complementar esa información.
- 👉 **Sea transparente con los resultados y cómo se relacionan claramente con los objetivos.** No intente fingir y escribir objetivos para alcanzar los resultados existentes.
- 👉 **Haga que personas ajenas a la industria revisen su presentación.** Debe quedar claro para todos, independientemente de su experiencia en la misma.
- 👉 **Verifique la gramática,** los errores tipográficos, los errores matemáticos y las inconsistencias.
- 👉 **Sea directo.** Presente su caso en un estilo fácil de seguir, sea preciso y no incluya juicios de valor en ninguno de los materiales que componen el caso.
- 👉 **Sea conciso.** Use el espacio y las secciones predeterminadas en el formato establecido.
- 👉 **El nexo entre el desafío estratégico y los resultados debe de estar claramente detallado en el formulario de inscripción.** Este es un punto en el que los jurados ponen mucho énfasis al momento del análisis y evaluación del caso.
- 👉 **Identifique el escenario competitivo.** Brinde una imagen clara de la situación del mercado, la categoría y el contexto competitivo. Describa el escenario del mercado en el cual el caso fue desarrollado, pero no utilice logotipos o trabajos de la competencia en ninguna parte del formulario de inscripción o los videos del caso. La competencia solo puede mencionarse a los efectos de mostrar un marco genérico, pero no especificando las marcas propiamente dichas. Si utiliza como comparativos otras marcas de la misma compañía, deberá hacerlo sin mencionarlas, sólo refiriéndose a ellas como Marca “1” o “A”, Marca “2” o “B”, etc.

- 👉 **Demuestre/fundamente los resultados y éxito del caso.** Para cada objetivo provea resultados fundamentados y claros. Los resultados del caso deben estar directamente ligados al objetivo descrito en el formulario de inscripción. Provea fuentes específicas y verificables que fundamenten los resultados. Toda información presentada debe hacer referencia a una fuente. Las mismas deben ser mencionadas en el formulario de inscripción al pie de cada sección. La razón principal por la cual los jurados deciden descalificar algún caso se relaciona con la falta de fuentes.
- 👉 **Incluya tablas y gráficos claros, simples y relevantes.** Si están diseñados correctamente, los gráficos y las tablas permiten a los jueces evaluar más fácilmente el éxito del caso. (formato jpg 700/900 pixeles). Todo texto o referencia gráfica debe de ser de fuente color negro, con excepción de los links de internet o tablas de gráficos, los que podrán contener color. Podrán también utilizarse bullets y bolds como recursos, pero éstos siempre en color negro.
- 👉 **Datos.** En el caso de que en el formulario de inscripción se mencionen datos porcentuales, establezca la base sobre la cual están calculados, a fin de dar una referencia a los jueces (“base 100 en relación a..”). Otra opción para este ítem podría ser acompañar el share.
- 👉 **No incluya referencias a reconocimientos obtenidos por el caso con antelación a su participación en Effie Uruguay** (sin importar la fecha en que fueran otorgados).
- 👉 **Formularios.** Debe de completar cada campo del formulario de inscripción y no dejar nada en blanco. Si una pregunta no es aplicable, debe dejarlo en claro, especificando “No aplica”. Todo el texto debe estar con letra fuente negro tamaño 10 o superior.
- 👉 **Asegúrese que la inscripción NO incluya el nombre de la agencia en el formulario o en los materiales creativos.** Effie Awards es una competencia anónima.
- 👉 **Revise las definiciones de las categorías para asegurarse de que su caso esté correctamente inscripto.**
- 👉 **Adapte su inscripción: si un mismo caso es inscripto en múltiples categorías, adapte cada inscripción a la categoría en la que desea inscribirlo.** Tenga en cuenta que no es una copia del mismo caso.
- 👉 **Conozca las bases y revise los requerimientos de formatos, de inscripción y las razones de descalificación antes de presentar su inscripción.**
- 👉 **Haga una prueba de lectura.** Pida a alguno de sus colegas que no esté familiarizado con la marca que lea el caso antes de realizar la inscripción para asegurarse de que toda la información necesaria esté incluida.

PROCEDIMIENTO DE INSCRIPCIÓN

Los participantes deben inscribir sus casos a través del Software Universal de Effie Worldwide.

PASO 1: COMPLETE EL FORMULARIO ON LINE.

Cargue todo el material solicitado a través de <https://effie-uruguay.acclaimworks.com/uba/auth>

Tenga siempre un archivo de respaldo en block de notas (texto sin formato) de toda la información que cargue en el Formulario on line.

Utilice la aplicación Chrome, ya que el sitio está optimizado para ese navegador.

PASO 2: COMPLETE EL FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN Y PERMISOS

Una vez que haya llenado todas las secciones del Formulario con la versión final para su presentación, imprima el Formulario de Autorización, obtenga la correspondiente firma y cárguelo nuevamente en la sección que corresponde.

Atención: No podrá hacerlo mientras no esté completa la sección “Créditos”. Tenga en cuenta que la subida de este formulario sólo podrá hacerla una vez durante la inscripción.

PASO 3: GENERE EL DETALLE PARA EL PAGO

Genere el detalle para el pago en la plataforma online solamente con los casos para los cuales hará el pago de inscripción. Deberá indicar el mail al cual se deberá enviar la factura, así como los datos para la emisión de la misma.

PASO 4: REALICE EL PAGO

Diríjase a la plataforma para el pago de los derechos de participación y efectúe la transferencia bancaria tal como se especifica en estas bases. (ver “Guía para el pago de inscripciones”).

DETALLES DE LA INSCRIPCIÓN

Cambios en el formulario de inscripción

Podrán realizarse cambios en el formulario de inscripción, incluyendo cambio de categoría, siempre que estos se hagan previo a su envío y antes de formalizar el pago de la inscripción.

Fechas de cierre y costos de participación

PRIMER CIERRE: viernes 30 de mayo

	Promo Code*	Socios AUDAP	Socios CUAM, CUP, CAU	No socios
INSCRIPCIÓN		\$21.000	\$27.000	\$32.000
FIRST CASE EVER	35%	\$13.650		
BOOK X4	40%	\$12.600		

SEGUNDO CIERRE: viernes 13 de junio

	Promo Code*	Socios AUDAP	Socios CUAM, CUP, CAU	No socios
INSCRIPCIÓN		\$26.000	\$32.000	\$38.000
FIRST CASE EVER	35%	\$16.900		
BOOK X4	40%	\$15.600		

ÚLTIMO CIERRE: viernes 4 de julio

		Socios AUDAP	Socios CUAM, CUP, CAU	No socios
INSCRIPCIÓN		\$38.000	\$38.000	\$46.000

* Luego de haber hecho las 3 primeras inscripciones, puede solicitar un Promo Code enviando un mail a info@effieuruguay.com.uy

Todas las fechas de cierre son válidas hasta las 18 horas a través del Software Universal de Effie Worldwide. Indefectiblemente no se recibirán inscripciones luego de pasadas las 18 horas del día viernes 4 de julio de 2025 (cierre final).

Todos los costos de inscripción están expresados en pesos uruguayos y no incluyen impuestos.

Effie Awards Uruguay se reserva el derecho de descalificar cualquier inscripción que no respete los requerimientos establecidos.

Guía para el pago de inscripciones

El pago debe realizarse en pesos uruguayos mediante transferencia o depósito bancario en la siguiente cuenta:

Banco: Itaú
Cuenta Corriente: N° 7323100 (pesos uruguayos)
Titular: Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad - AUDAP
RUT: 215017390010

Una vez realizado el pago, deberá enviarse el comprobante de la transferencia online o del depósito a: administracion@audap.com.uy indicando los siguientes datos:

1. Identificación del caso y la categoría en la que participa
2. N° de detalle para el pago asignado en la plataforma online
3. Monto correspondiente con IVA incluido
4. Razón Social de la empresa a facturar
5. Número de RUT
6. Dirección postal, teléfono y persona de contacto
7. Mail al que debe enviarse la factura

La factura será enviada por la Organización de Effie Awards Uruguay (AUDAP) a la dirección reportada previo al cierre de inscripciones.

IMPORTANTE:

Las inscripciones sólo se darán como válidas una vez que se haya verificado el pago.

Con posterioridad al cierre de inscripciones, no se realizarán reembolsos para aquellos casos que se retiren de la competencia.

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 el Certamen se deben fundamentar en las disposiciones que surgen de las Bases 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.