



effie
awards
uruguay

BASES 2011

“Ideas que funcionan”

El primer premio a la efectividad publicitaria.

El programa Effie apoya y promueve el rol de la publicidad y de las comunicaciones de marketing así como el uso efectivo y eficaz de los recursos.

Es un premio anual en reconocimiento a las campañas más eficaces del año que hayan proporcionado los resultados más altos en el momento de alcanzar los objetivos para las que fueron diseñadas.

Su principal valor es premiar esa eficacia mediante resultados comprobados pero también considerando a la creatividad como parte del proceso, siendo esto un factor importante al momento de otorgar un Effie.

Effie en el mundo

Los Premios Effie fueron creados en 1968 por American Marketing Association, New York, y desde entonces han recibido el reconocimiento de anunciantes y agencias como premios de máxima relevancia en la industria publicitaria.

Constituyen la principal distinción profesional que valora el aporte de las estrategias y la creatividad al logro de objetivos y la obtención de resultados.

La importancia de los Effie sobrepasó las fronteras de su país de origen Estados Unidos, y actualmente se organiza en más de cuarenta países de Europa, Asia, América del Norte y Sudamérica.

Effie en Uruguay

Los Premios Effie en Uruguay son organizados desde 2009 por la Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad que opera bajo licencia de Effie Worldwide Inc. para su marca registrada Effie®.

¿Quiénes pueden participar?

Anunciantes del sector privado y público, en conjunto con sus agencias de publicidad y/o agencias de marketing y promociones, con campañas difundidas en Uruguay que cuenten con resultados comprobables entre el **1º de enero de 2010 y el 31 de diciembre de 2010**, aún cuando su inicio haya sido anterior a este período.

Podrán participar más de una campaña para una misma marca, producto, servicio o institución, no existiendo cantidad límite a presentar.

Jurado

Estará integrado por profesionales de larga trayectoria, representando una variedad de disciplinas publicitarias y de marketing, constituyéndose con integrantes de:

- Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad
- Cámara de Anunciantes del Uruguay
- Círculo Uruguayo de la Publicidad
- Empresas investigadoras de mercado
- Medios de comunicación
- Sector académico

Plazos y Fechas

El **cierre de inscripción** anticipada de campañas será el **21 junio de 2011**, y el **28 de junio de 2011**, en plazo extendido.

La **etapa de evaluación** se desarrollará en **julio de 2011**.

La **entrega de premios** se realizará el **27 de julio de 2011**.

DETALLE DE TÍTULOS

- **Bases del Certamen**
 - Objetivos
 - Participación
 - Plazos y Fechas
 - Categorías
 - Jurado
 - *Proceso de selección*
 - *Criterios de evaluación*
 - *Criterios de puntuación*
 - Premios
 - Procedimiento de Inscripción
- **Razones por las cuales su caso puede ser pasible de descalificación por parte de la Organización de Effie Uruguay**
- **Asignación de Créditos a otras empresas o personas que han contribuido al éxito del caso.**
- **Effectiveness Index**
- **Copia resumida del Formulario de inscripción**
- **Copia resumida del Formulario de autorización**
- **Copia resumida del Formulario de Permisos**
- **Instrucciones para una correcta presentación de casos.**
- **Tips para una correcta inscripción.**
- **Preguntas y Respuestas frecuentes.**

BASES DEL CERTAMEN

OBJETIVOS

- I) El Programa Effie consiste en la entrega de premios por la realización de campañas publicitarias y de comunicaciones de marketing eficaces.
- II) El Programa Effie apoya y promueve el rol de la publicidad y de las comunicaciones de marketing, así como el uso efectivo y eficaz de los recursos.
- III) Effie es en principio y fundamentalmente un premio a la eficacia. La creatividad es considerada parte del proceso y es también un factor importante al momento de la evaluación de la entrega de un premio Effie.

PARTICIPACION

- Podrán participar del Premio Effie Uruguay las empresas anunciantes del sector público y privado, en conjunto con sus agencias de publicidad y/o agencias de marketing y promociones, con campañas llevadas a cabo en nuestro país con resultados obtenidos entre el **1° de enero de 2010 y el 31 de diciembre de 2010** aún cuando su inicio haya sido anterior a este período.
- No existe cantidad límite de campañas a presentar. Podrá participar más de una campaña para una misma marca, producto, servicio o institución.

PLAZOS Y FECHAS

- El cierre de inscripción de casos será el **21 de junio de 2011 a las 17 hrs.** de forma anticipada y el **28 de junio de 2011 a las 17 hrs.** en plazo extendido.
- La etapa de evaluación se desarrollará en el mes de **julio de 2011**
- La entrega de premios se realizará el **27 de julio de 2011.**

CATEGORÍAS.

Las **categorías** definidas para los **Premios Effie Uruguay 2011** son las siguientes.

- **Institucional / corporativa.** (casos de comunicaciones de marca o servicio de instituciones, empresas y/o corporativas, imagen de marca institucional, etc.)
- **Alimentos y bebidas** (bebidas alcohólicas y no alcohólicas, productos alimenticios en general)
- **Higiene y Cuidado personal.** (artículos de belleza, perfumería, cosmética, etc.)
- **Salud** (Centros de salud públicos y privados, centros de estética, laboratorios, industria farmacéutica).
- **Servicios Financieros.** (casos de comunicaciones de marketing desarrolladas por bancos, financieras, tarjetas de crédito, préstamos, etc.)
- **Telecomunicaciones.** (telefonía celular, tecnología, etc.)
- **Medios de Comunicación.** (casos de comunicaciones de marketing realizados por cualquier sistema de medio de comunicación, plataformas digitales, sitios de internet, etc.)
- **Bien Público y Responsabilidad social empresarial.** (casos de comunicaciones de marketing realizados por entidades de bien público u organizaciones sin fines de lucro y/o casos originados por entidades con fines de lucro que promueven el fortalecimiento de una marca a través de apoyar un bien u obra social y pública)
- **Otros Productos.** (no contemplados en las categorías detalladas anteriormente)
- **Otros Servicios** (no contemplados en las categorías detalladas anteriormente)
- **Promociones.** (casos de acciones específicas de marketing o comunicación, que involucran el otorgamiento de un beneficio o plus para el consumidor. Puede ser en especie, bonificación, descuento, sorteo de un premio instantáneo o final, acumulación de chances, realización de una actividad para obtener "algo" a lo que solo puede acceder mediante la aplicación de una mecánica promocional, en un período acotado de tiempo)

- **Bajo presupuesto.** *(Los casos inscriptos en esta categoría deben constituir la única campaña realizada para la marca durante el periodo de calificación (1/1/10 – 31/12/10). No puede corresponder a una extensión de línea, una sub marca o 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 estas campañas no debe superar los \$ 1.500.000 (un millón quinientos mil pesos uruguayos) o su equivalente en dólares americanos al tipo de cambio promedio del periodo en el que se realizó y difundió la campaña. Dicho monto incluye medios tradicionales, no tradicionales y valorización de espacios donados).*

Asimismo, los casos deberán acompañarse de una certificación donde se exprese claramente que en el periodo de exhibición de la campaña la marca no tuvo otras actividades comunicaciones (en cualquier medio o punto de contacto con el grupo objetivo) en forma paralela.

La Organización de Effie Uruguay se reservará el derecho de recategorizar los casos inscriptos, modificar las categorías, o crear una nueva categoría, según la cantidad y naturaleza de los casos inscriptos y/o rechazar alguna inscripción en cualquier momento. Las decisiones adoptadas en este sentido, serán inapelables.

JURADO

El Jurado de Premios Effie Uruguay estará integrado por excelentes profesionales de larga trayectoria que representen una gran variedad de disciplinas publicitarias y de marketing, incluidos: agencias de publicidad, anunciantes, investigadores de mercado, medios de comunicación y autoridades universitarias (académicos).

Se designará un Presidente de Jurado y un comité evaluador independiente (constituido en esta instancia por una empresa auditora de reconocida trayectoria en plaza y una persona del staff de AUDAP). Este último hará las veces de veedor del proceso.

Dicho comité evaluador independiente deberá conocer los procedimientos de inscripción, de valuación y las reglas pero no podrá participar como juez de Effie. Su función será la de revisar todo el puntaje antes de que los mismos sean procesados a fin de asegurar razones en eventuales casos de descalificación por parte de los jueces. Por otra parte, una vez finalizada la revisión reportará el puntaje para que sea procesado y determinar así la lista de finalistas.

Proceso de Selección por parte del jurado.

Effie Uruguay contará con un proceso de selección en una sola etapa. La votación durante ese proceso será anónima y confidencial.

El Jurado se encargará de verificar que los casos participantes cumplan con las bases del concurso y presenten resultados contundentes y sólidamente demostrados, de modo de justificar su participación en un concurso de esta naturaleza.

Tendrá facultades para rechazar, eliminar o reclasificar casos en una categoría que sea considerada más adecuada.

Su misión será evaluar los casos y elegir aquellos que serán premiados por demostrar la mayor efectividad en el logro de sus objetivos. Este cuerpo evaluador no mide resultados, sólo los analiza y se manifiesta frente a ellos. Quien debe haberlos medido oportunamente, de modo de poder exponerlos con precisión y confiabilidad es el anunciante y/o su agencia.

En el caso de estar involucrado con alguna de las campañas inscriptas, -existiendo de ese modo un conflicto de intereses,- el o los jueces deberán recusar a dar su opinión sobre un brief o una categoría.

En particular, los jueces deberán renunciar a opinar sobre un caso específico si el mismo pertenece a la agencia o empresa para la cual trabajan, o si el mismo le genera conflicto de interés.

Ronda de Jurados

El jurado de Premios Effie Uruguay revisará cada participación para evaluar el éxito de la campaña en el logro de sus objetivos de marketing específicos.

Los materiales creativos serán también observados por parte del Jurado.

Las campañas serán juzgadas dentro de sus categorías.

El jurado revisará y calificará cada caso teniendo en cuenta la efectividad del marketing y de la ejecución creativa. Todos los finalistas de una misma categoría serán evaluados dentro de su propia categoría.

Se calificará la creatividad y el brief del caso utilizando la escala de 1 – 100 (1= no eficaz, 100 = extremadamente eficaz).

Para obtener un puntaje alto, una campaña deberá tener objetivos claros y presentar pruebas irrefutables de que los objetivos fueron alcanzados por los esfuerzos en la comunicación de marketing.

El puntaje final surgirá del promedio de las calificaciones obtenidas luego de eliminar un máximo y un mínimo puntaje de los otorgados por los jurados.

Criterios de Evaluación

El jurado analizará y calificará las campañas según un criterio uniforme pre establecido que considera los siguientes ítems:

- **Desafío estratégico y objetivos.** (Capacidad y solidez de las estrategias de comunicación y marketing / Objetivos fijados).
- **Creatividad** (En función de la meta comunicacional planteada / Estrategia)
- **Ejecución** (Implementación de la campaña).
- **Resultados.** (Resultados aplicados a la campaña / Certificaciones que avalen dichos resultados).

El puntaje final deberá ser un promedio de los puntajes de los diferentes componentes descritos anteriormente, considerando lo que fue creado y siendo el puntaje del factor "Resultados", el de mayor peso.

Criterios de puntuación

En la etapa de juzgamiento, los jurados evaluarán la efectividad de las campañas, usando el siguiente sistema de puntuación:

70% de la puntuación final

Desafío estratégico y objetivos – 23%

Creatividad – 23%

Ejecución (Implementación de la campaña) – 23%

Resultados. – 30% sobre el puntaje final.

PREMIOS

El Jurado de Premios Effie Uruguay otorgará un Effie Oro al primer lugar de cada categoría, un Effie Plata al segundo lugar y un Effie Bronce, al tercero. El mismo podrá ser declarado desierto si ninguna campaña obtiene el puntaje mínimo pre establecido.

Se entregará además un premio Gran Effie a la campaña con el puntaje más alto considerada entre los Effie Oro de todas las categorías.

Los ganadores no serán dados a conocer hasta el día de la ceremonia de premiación de Effie Uruguay.

PROCEDIMIENTOS DE INSCRIPCIÓN

Los participantes podrán concretar su participación completando los formularios de "Inscripción", "Autorización" y "Permisos", disponibles en el sitio web de Effie Uruguay. (www.effieuruguay.com.uy)

Detalle de formularios

- **Formulario de Inscripción.** En el mismo se deberá describir el caso detallando nombre de la marca, producto, título, categoría en la que inscribe, desafío Estratégico y Objetivos, Creatividad en función del objetivo comunicacional planteado, Ejecución (implementación de la campaña), Resultados y resumen del caso. Dicho documento no podrá exceder las 7 páginas.
- **Formulario de Autorización.** En dicho documento el anunciante y la agencia participantes dejarán constancia que la información presentada en el caso es verdadera y constituye una descripción exacta de los objetivos y resultados de la campaña referida. Asimismo autoriza que la inscripción en el certamen implica el permiso a ser incluido en un conjunto de datos establecidos con fines de investigación por parte de los Premios Effie tanto a nivel nacional como internacional, y que no violan la confidencialidad de los mismos.
- **Formulario de Permisos.** Mediante este formulario agencia y anunciante participante aceptan, - a modo de declaración jurada,- las reglas del certamen y autorizan la publicación total o parcial de los materiales e información del caso inscripto.

Los formularios de Autorización y Permisos deberán ser suscritos por los responsables de la empresa anunciante y de su agencia de publicidad.

Los 3 formularios requeridos deberán ser presentados según los siguientes requerimientos:

- formulario de inscripción: 12 copias;
 - formulario de permisos: 1 copia;
 - formulario de autorización: 1 copia,
- y entregados junto a los materiales creativos en la Sede Social de AUDAP (Constituyente 1467 Piso 2 Oficina 204 – Torre El Gaucho), en los términos fijados a esos efectos antes del **21 de junio de 2011 en plazo anticipado y 28 de junio de 2011 en plazo extendido.**

Los datos presentados deberán hacer referencia a una fuente específica, a fin de ser verificada la veracidad de los mismos. La fuente a incluir deberá ser una empresa de investigación. Sin perjuicio de ello podrá aceptarse como excepción la fuente de investigación de la propia agencia o del 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. En el caso de que la fuente mencionada sea la propia agencia, deberá referirse como "Agencia", sin incluir el nombre de la misma, dado que dicha inclusión es considerada motivo de descalificación. Igual requerimiento se exigirá para el caso de que la fuente sea el Anunciante.

COSTO DE INSCRIPCIÓN

El monto por concepto de derecho a participación de los Premios Effie Uruguay, será el siguiente

Agencias asociadas a AUDAP y Anunciantes asociados a CAU.

- Inscripción anticipada - \$U 8.900 (ocho mil novecientos pesos uruguayos)
- Inscripción extendida – \$U 11.600 (once mil seiscientos pesos uruguayos)

Agencias de publicidad no asociadas y Anunciantes no asociados a CAU.

- Inscripción anticipada – \$U 17.400 (diecisiete mil cuatrocientos pesos uruguayos)
- Inscripción extendida – \$U 20.300 (veinte mil trescientos pesos uruguayos)

**A los costos de inscripción deberá adicionarse el Impuesto al Valor Agregado.*

REGLAS GENERALES

- La información que se entregará a los organizadores del certamen deberá estar íntegramente contenida en el formulario de inscripción a excepción de los anexos que se podrán adjuntar sólo a los efectos de documentar las fuentes citadas dentro de dicho formulario.
- Quienes suscriban el formulario de autorización y de permiso, serán los responsables de la veracidad de datos contenidos en el mismo y deberán ser los mismos referentes citados en el formulario de autorización.
- Los anunciantes y las agencias participantes cederán a Premios Effie Uruguay los derechos de publicación y divulgación de los casos que resulten ganadores de algún premio (incluido el video de 4 minutos de duración), dejando constancia a estos efectos en el formulario respectivo (formulario de permisos). Si desea que la información contenida en el formulario de inscripción de campaña, (a excepción del resumen de campaña y el video de 4 minutos), permanezcan como confidenciales, deberá también indicarlo expresamente en el mismo formulario de permisos.
- El material que resulte ganador quedará en poder de la organización de Premios Effie Uruguay.
- Los Premios Effie se reservan el derecho de re categorizar las inscripciones, re definir las categorías y rehusarse a aceptar cualquier inscripción en cualquier momento.
- Las reglas del certamen no podrán ser modificadas (tanto sea en lo referido a requerimientos de evaluación como de inscripción). Una vez que el período de inscripción ha abierto, todos los participantes estarán informados sobre los requisitos de inscripción y de cómo su caso inscripto será juzgado, lo que asegurará la transparencia del certamen.

Atención.

- No podrá participar ningún caso que haya sido sancionado por algún fallo del CONARP en su contra, aún cuando con posterioridad a éste se le hubieren realizado las modificaciones requeridas.

CONSULTAS Y ACLARACIONES.

Las mismas serán respondidas por la organización de Premios Effie Uruguay únicamente por escrito y vía mail (info@effieuruguay.com.uy), en un plazo máximo de 3 días hábiles a partir del recibo de la misma.

PRESENTACION DE MATERIALES

La presentación de los casos deberá ser realizada por un equipo anunciante – agencia de publicidad, agencia de marketing o agencia de promociones.

Premios Effie Uruguay estipula criterios unificados para la presentación de materiales, considerando los siguientes:

- **Video de un máximo de 4 minutos** conteniendo todas las ejecuciones creativas que fueron críticas para la estrategia de la campaña y su efectividad. (formato .mov quicktime, 50MB, por lo menos con resolución de 452 x 339 ó fto AVI, con compresión en mpg y en MPG.)

Todos los medios (TV, radio, vía pública, internet, piezas gráficas, etc) deberán ser incluidos en dicho formato único e inscripto en DVD formateado de manera que pueda ser visto en reproductor de DVD y computadora (opción: DVD + CD con Quicktime).

En la parte exterior del disco deberá colocarse etiqueta con los siguientes datos: número de inscripción y nombre del anunciante, marca y título del caso.

A los efectos de una mejor explicación del caso, la producción de dicho video queda a criterio de la agencia y /o el anunciante que lo presenta pero no podrá contener resultados ni calificativos que aludan al producto o servicio que trata.

- **Piezas gráficas. (prensa, revistas, vía pública, impresos, etc.)** Además de ser incluidas en el video explicativo del caso (en fto jpg), las mismas piezas deberán presentarse en hardcopy (montadas en cartón, previendo un passe-partout de 2 cm por cada lado de la pieza (1 copia por cada pieza). El número máximo total a presentar es de 6 piezas gráficas distintas. Las piezas incluidas en el dvd y las que se presentan impresas deben ser exactamente iguales. La constatación de diferencias en las piezas presentadas en ambos soportes, será motivo de descalificación. Los impresos deberán incluir en su dorso los siguientes datos: número de inscripción y nombre del anunciante, marca y título del caso.

- **Video editado.** Video de 1 minuto de duración con las imágenes más representativas del caso presentado, a fin de su eventual utilización y proyección durante la ceremonia de premiación si su caso resultare premiado (máximo de hasta 1 minuto de duración en DVD con editor de video de resolución completa. Pantalla completa fto quicktime mov, 50 MB, al menos 452 x 339 de resolución).

- **Imagen del caso.** Se deberá presentar una imagen de su campaña para publicar en el sitio web de Premios Effie Uruguay. (soporte: CD. Fto: jpg o jpeg, 300dpi, 5 MB)

IMPORTANTE

Razones por las cuales su caso puede ser pasible de descalificación por parte de la Organización de Effie Uruguay

- No se aceptarán materiales con textos, logos o imágenes que no hayan sido parte de la campaña. (No incluir nombre ni logo de la agencia).
- No se aceptarán en el formulario de inscripción logos, viñetas, gráficos con fuentes a color u otros materiales creativos. Todo texto que se incluya en el formulario de inscripción debe de ser escrito en fuente estándar de color negro. Sin embargo podrán ser incluidos y aceptados gráficos y charts en color conteniendo información sobre el caso
- No se aceptarán DVD's (video de 4 minutos) conteniendo datos sobre resultados de la campaña ni calificativos sobre el producto o servicio que tiendan a influir en el juzgamiento de las mismas.
- No se aceptarán piezas gráficas impresas que no coincidan exactamente con las incluidas en el video de 4 minutos.
- El formulario oficial de inscripción es de 7 páginas, incluyendo preguntas 1-9, (fuente Arial 10) . Si se excede el número oficial de páginas, toda información correspondiente a la presentación del caso, a excepción de los anexos, será removido y no será visto por los jurados.
- No se aceptarán formularios de inscripción donde el resumen del caso exceda las 90 palabras.
- No se aceptarán formularios con secciones en blanco. Si una pregunta no es aplicable se deberá declarar.
- Todos los materiales deberán ser identificados con el número de inscripción y nombre del anunciante, marca y título del caso.
- Todo el material será presentado en idioma español.
- El material será entregado en la sede social de AUDAP (Constituyente 1467 Piso 2 oficina 204 – Torre El Gaucho), en el día y hora pre fijado en estas bases.

ASIGNACIÓN DE CRÉDITOS A OTRAS EMPRESAS O PERSONAS QUE HAN CONTRIBUIDO AL ÉXITO DEL CASO.

Es de público conocimiento que detrás de un caso ganador existen múltiples proveedores de servicios que contribuyeron a obtener los resultados.

Por ello, a partir de la presente edición, al inscribir un caso, la agencia y el anunciante tendrán la posibilidad de detallar otras empresas o personas involucradas en el desarrollo de la comunicación de marketing a quienes se podrá reconocer. (por ejemplo: otras agencias creativas, de medios, directas, digitales, etc.) (ver formulario de autorización)

Dichas empresas y/o personas serán mencionadas de forma pública como vinculadas al caso ganador, tanto en la ceremonia de entrega de premios como en el sitio web de Effie Uruguay. Asimismo serán comunicados a Effie Worldwide en el reporte anual, de modo que los mismos sean considerados junto con la agencia y el anunciante ganador en el Índice de eficiencia (Effectiveness Index) que la organización madre desarrollará a partir del presente año. (ver información específica del E.I.).

En el caso de que esas empresas y/o personas deseen recibir un trofeo Effie, deberán una vez finalizada la edición, solicitar a la Organización Effie Uruguay la adquisición, -con costo,- de una réplica.

Los datos que se declaren deberán ser chequeados exhaustivamente previo a la inscripción ya que una vez recibida la documentación por parte de la Organización Effie Uruguay, no habrá posibilidades de modificaciones en los créditos.

EFFECTIVENESS INDEX

Por primera vez Effie Worldwide ha introducido el ranking global de las comunicaciones de marketing efectivas: "The Effie Effectiveness Index".

Para ello, a partir de 2011 analizará los ganadores de los representantes de Effie alrededor del mundo, evaluando de este modo la eficacia de las comunicaciones de las empresas y de las marcas.

El objetivo del mismo es reconocer a las empresas en la creación y desarrollo de las ideas más eficientes sin considerar si se trata de una pequeña, mediana o gran empresa.

El sistema de ranking se forma a partir de la asignación de un puntaje estándar provisto por Effie W y aplicado a los casos ganadores por parte de los representantes de Effie en cada país.

En ese sentido un Gran Effie será calificado con 10 puntos; un Effie Oro con 7 puntos; un Effie Plata con 5 puntos y un Effie Bronce con 3 puntos.

El resultado de la puntuación de Effie Uruguay 2011 será reportado a Effie Worldwide quien lo incluirá en el ranking Mundial.

Del cruce de reportes locales que realizará Effie W., surgirán los siguientes reconocimientos internacionales:

- Most Effective Advertiser
- Most Effective Media Agency
- Most Effective Holding company
- Most Effective Brands
- Most Effective Individual Marketers

Dichos reconocimientos serán difundidos públicamente alrededor del Mundo y publicados en el sitio web de Effie Worldwide.

Copia resumida del formulario de inscripción, sólo a efectos ilustrativos. Los originales deben de descargarse de los archivos correspondientes ubicados en el sitio web de Effie Uruguay (www.effieuruguay.com.uy)

Formulario de inscripción

1. Nombre de la marca _____
2. Producto / Tipo o Descripción del Servicio _____
3. Título _____
4. Categoría para esta Inscripción _____
 - a) Periodo de exhibición (fecha de inicio – fecha de finalización) _____
 - b) Clasificación Marque todo lo que corresponda.
 Local Nacional Regional Multinacional

Usted tiene un máximo de siete páginas para describir su caso (incluida esta página). Puede usar todo el espacio que desee para cada pregunta en la medida en que el caso total escrito no exceda las siete páginas. Los lineamientos que aparecen con cada pregunta no deben borrarse ya que sirven como guía tanto para los participantes como para los jueces. Todo el texto debe estar con letra fuente Arial en tamaño 10 y todos los datos deben incluir una fuente de información específica, verificable. (Vea el instructivo correspondiente o las bases de Effie Uruguay). Los datos sin fuente harán que su participación sea descalificada. No incluya nombres de Agencias (aviso, medios, otros) en ninguna parte del formulario. Responda cada pregunta o indique "no aplicable" y defina su público objetivo.

-
5. **Desafío Estratégico y Objetivos.**
 - a. ¿Cuál fue el desafío de la estrategia de comunicación?
 - b. ¿Cuáles eran sus objetivos? Indique metas específicas.
 - c. Inversión total en los medios
 6. **Creatividad** (en función del objetivo comunicacional planteado / estrategia)
 - a. ¿Cuál fue su gran idea?
 - b. ¿Cómo llegó a la gran idea?
 7. **Ejecución** (Implementación de la campaña)
 - a. ¿Cómo dio vida a la idea?
 - b. ¿Cómo dio vida a la idea? (puntos de contacto de la comunicación)
 - c. Enumere otros componentes de marketing utilizados en este esfuerzo.
 8. **Resultados** (resultados aplicados a la campaña / certificaciones que avalen dichos resultados)
 - a. ¿Cómo sabe que funcionó?
 - b. ¿Sucedio alguna otra cosa (estuviera usted involucrado o no) que pudiera haber ayudado a alcanzar los resultados?
 9. **Resumen del caso** (Este punto refiere al resumen público de su caso. Máximo 90 palabras)

Copia resumida del formulario de autorización, sólo a efectos ilustrativos. Los originales deben de descargarse de los archivos correspondientes ubicados en el sitio web de Effie Uruguay (www.effieuruguay.com.uy)

Formulario de autorización

Título de la Participación: _____ Participación/Inscripción No: _____

Certifico en nombre de _____ y _____
Agencia *Anunciante*

Que la información presentada para este caso es verdadera, siendo una descripción exacta de los objetivos y resultados de la campaña que se llevó a cabo entre el _____ y el _____.

La participación/ inscripción implica el permiso a ser incluido en un conjunto de datos establecidos con fines de investigación por parte de los Premios Effie que no violan la confidencialidad.

Anunciante

Razón Social _____
RUC _____
Dirección _____
Teléfono _____
Gerente General, Comercial o de Marketing, responsable de esta presentación. _____

Firma _____

Agencia

Razón Social _____
RUC _____
Dirección _____
Teléfono _____
Director General, Vicepresidente o Gerente General responsable de esta presentación. _____

Firma _____

Contacto Anunciante / Agencia

Identifique el ejecutivo responsable de la empresa o agencia, con la cual la organización del concurso establecerá contacto con relación a esta presentación en caso de ser necesario.

Nombre _____

Cargo _____

Teléfono _____

Celular _____

Fax Directo _____

E-mail _____

Otras empresas y/ o personas involucradas en el caso:

Señale aquí otras empresas involucradas en el caso, como por ejemplo. Otras agencias creativas, de medios, directas, digitales, individuos, etc.

Copia resumida del formulario de permisos, sólo a efectos ilustrativos. Los originales deben de descargarse de los archivos correspondientes ubicados en el sitio web de Effie Uruguay (www.effieuruguay.com.uy)

Formulario de permisos

1. Política de Publicación / Permiso:

Las Participaciones que se convierten en Ganadores del Concurso de Premios Effie 2011 se exhibirán de varias maneras. La publicación se hará si así lo decide Premios Effie.

El trabajo presentado debe ser original y usted debe tener derechos garantizados para presentarlo.

Materiales creativos y Resumen del caso:

El material creativo y el resumen del caso que usted presenta para concurso se convierte en propiedad de los Premios Effie y no será devuelto.

Al presentar su trabajo en el concurso, le otorga a los Premios Effie en forma automática el derecho a hacer copias, reproducir y mostrar el material creativo y los resúmenes de los casos con fines educativos y de publicidad. (a modo de ej.: en sitio web, comunicados de prensa, boletines informativos, y demás medios que se utilicen a efectos de la difusión).

El material creativo presentado a los Premios Effie lo constituye su video de 4 minutos, incluidas todas las imágenes .jpg y los ejemplos impresos en papel (*las cuales deben ser idénticas tanto en el video como en los impresos*).

El "resumen del caso" es su resumen público del caso, descrito en el punto 9 del formulario de inscripción. (máximo 90 palabras).

Caso Effie:

Además, los Premios Effie ofrecen a los participantes la oportunidad de que su caso escrito sea publicado en el sitio web propio del certamen y/o en otras publicaciones aprobadas por los Premios.

Sin perjuicio de lo anterior, Premios Effie tiene en cuenta si las participaciones poseen información considerada confidencial por el cliente y por ello requiere la presentación de este formulario de permisos conjuntamente con el formulario de inscripción.

Por favor sírvase indicar en la casilla siguiente si se otorga permiso de publicación con relación al formulario de inscripción completo.

* Permiso de publicación:

SÍ – Si usted marca "sí", acepta que el formulario de participación completo presentado por escrito y el video del caso de 4 minutos puedan también ser publicados, reproducidos y mostrados con fines educativos y promocionales.

SÍ – VERSIÓN EDITADA – Si usted selecciona sí/versión editada, deberá presentar junto a este formulario de permisos, una versión editada de su participación (resumen y video). De lo contrario Premios Effie publicará el resumen del caso tal como figura en el formulario de inscripción y el video de 4 minutos igual a como fuera presentado junto dicho formulario.

NO – Si usted marca "no", indica que no desea que su caso completo presentado por escrito sea publicado. Sin embargo, como se indicó anteriormente, aún tendremos la opción de publicar, reproducir y mostrar el resumen público descrito el formulario de inscripción, y el material creativo, incluido el video de 4 minutos tal como usted lo presentó o en sus versiones editadas si estuviere hecha la salvedad correspondiente en el presente formulario de permisos.

2. Entrega del material impreso en papel

Usted debe entregar a la organización de Effie copias impresas del material creativo (gráfica, correo directo, revista, etc.) que aparecen en su video de 4 minutos. Las mismas son utilizadas por los jueces para revisar el texto pequeño que no puede verse bien en una pantalla central de video. Sírvase indicar a continuación si usted está entregando copias impresas y la cantidad de ejemplos únicos que comprenden (máximo 6 ejemplos).

3. Reglas del concurso

Al firmar más abajo, usted indica que acepta las siguientes reglas del concurso:

- a) Todo material presentado en la inscripción del caso se convierte en propiedad de los Premios Effie y no será devuelto.
- b) Usted acepta las políticas sobre publicación indicadas anteriormente.
- c) Usted declara y garantiza que los trabajos presentados son originales y auténticos, y que no infringen los derechos personales o de propiedad de ningún tercero, ni darán lugar a reclamos de estos, inclusive aquellos casos basados en copyright, patentes, difamación, daño físico o invasión de privacidad o publicidad. Por otra parte, si se presentare en algún momento cualquier reclamo o demanda con relación a los Trabajos por parte de algún tercero, -ya sea una demanda legal formal o de otro tipo,- usted cooperará totalmente con los Premios Effie al momento de responder y defenderse contra dicha demanda o reclamo, manteniendo a los Premios Effie libre de las consecuencias de dicha acción.
Cuando así lo requiera la ley o algún contrato, usted obtendrá los permisos de todas las personas que aparecen en cualquiera de los trabajos inscriptos. Usted no puede aceptar ningún tipo de restricciones, limitaciones o derechos de revisión solicitados o impuestos por persona alguna, incluidos modelos, dueños de la propiedad que aparecen en los trabajos u otros. Asimismo deberá notificar inmediatamente a los Premios Effie de cualquier solicitud o intento de imposición de este tipo. Si usted hace algún uso posterior de los trabajos inscriptos, será el único responsable de obtener los permisos respectivos, y mantendrá a los Premios Effie libre de todo reclamo de cualquier persona o empresa surgido a raíz de ese otro uso posterior.
- d) Usted certifica que la información presentada para este caso es auténtica y que muestra con exactitud los objetivos y los resultados del caso y que el caso tuvo lugar entre el 1° de enero de 2010 y el 31 de diciembre de 2010. Las inscripciones constituyen permisos para ser incluidos en un conjunto de datos con fines de investigación por parte de Effie® que no violan la confidencialidad.
- e) Las decisiones de los Premios Effie en todos los asuntos relacionados con el concurso serán finales y obligatorias.
- f) Este formulario debe estar suscrito por los mismos representantes que figuran en el formulario de autorización. (agencia – anunciante)

Acepto las reglas que rigen el concurso.

Firma y aclaración del responsable de esta presentación
Agencia de publicidad

Firma y aclaración del responsable de esa presentación
Anunciante

INSTRUCCIONES PARA LA CORRECTA PRESENTACIÓN DE CASOS

Su inscripción no se considerará completa ni entregada a tiempo a menos que todos los materiales citados a continuación lleguen a Effie Uruguay (Constituyente 1467, piso 2 / 204) antes del **21 de junio de 2011 en cierre anticipado o del 28 de junio de 2011** en cierre extendido. Mayor información sobre fechas límites y costos de inscripción en www.effieuruguay.com.uy

ITEM	DETALLES	
FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN REQUERIDO	Preguntas 1-9 = 7 páginas como máximo	12 copias , cada una engrapadas en el orden adecuado de preguntas 1-9.
VIDEO CREATIVO DE 4 MINUTOS	Video de 4 minutos con todo el material creativo de su campaña. (incluyendo copia en jpg, - dentro del mismo video, - de los materiales gráficos presentados.	Un DVD: editor de video de resolución completa – pantalla completa (formato quicktime mov, 50MB, al menos 452 x339 de resolución o fto AVI con compresión en mpg y en MPG). Duración máxima de 4 minutos, (ver más información en las bases del certamen)
VIDEO EDITADO	Video de 1 minuto de duración con las imágenes más representativas del caso presentado a fin de su eventual utilización y proyección durante la ceremonia de premiación si su caso resultare premiado. (máximo de hasta 1 minuto de duración	Un DVD: editor de video de resolución completa – pantalla completa (formato quicktime mov, 50MB, al menos 452 x 339 de resolución).
1 IMAGEN DE SU CASO	1 imagen de su campaña para publicación en website de Premios Effie.	Una imagen: .jpg o .jpeg, 300 dpi, 5MB en un CD
IMPRESIÓN DE PIEZAS CREATIVAS (gráfica)	Copia impresa de las piezas gráficas que aparecen en su video de 4 minutos (si es aplicable).	1 copia de cada pieza, (Máx. 6 piezas). Aclaración: los materiales impresos deben de ser exactamente los mismos incluidos en el video de 4 minutos. De lo contrario será motivo de descalificación.
COMPROBANTE DE PAGO DE INSCRIPCIÓN	Adjunte a su inscripción una copia del mismo.	1 copia con cada inscripción que realice.
FORMULARIO DE PERMISOS	Firmar y entregar con cada inscripción que presenta	1 copia con cada inscripción que presente
ESTE FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN	Firma y entregar con cada inscripción que presenta	1 copia con cada inscripción que presente

TIPS PARA UNA CORRECTA INSCRIPCIÓN

Sea directo. Presente su caso en un estilo fácil de seguir, sea preciso y no incluya juicios de valor. El nexo entre el desafío estratégico, los objetivos, la creatividad, las ejecuciones y los resultados, debe de estar claramente detallado.

Identifique el marco competitivo. No asuma que cuando los jueces revisan su caso están atentos al ámbito que rodea al mismo en su categoría particular. Esté seguro de proveer una imagen clara de la situación del marco competitivo.

Sea conciso. Use el espacio y las páginas predeterminadas en el formato standard. No utilice páginas adicionales. No se aceptarán formularios presentados en forma manuscrita. No se aceptará la inclusión de logos, viñetas, gráficos o cualquier material de creatividad en los formularios de inscripción (esto excluye aquellos gráficos que complementen específicamente la información presentada). Fuentes de colores no serán aceptadas en los formularios de inscripción. No se aceptarán inscripciones que se aparten de los lineamientos estipulados en las bases.

Incluya charts y tablas claras, simples y relevantes. Si lo hace correctamente, los charts y las tablas permiten a los jueces evaluar fácilmente el éxito del caso.

Conozca las bases. Revise el criterio de evaluación y las razones de descalificación antes de presentar su inscripción.

Demuestre los resultados del caso. La razón número uno de descalificación de casos por parte de los jueces es la falta de proveer una fuente específica y verificable. Toda información presentada debe hacer referencia a una fuente verificable y específica. Las mismas deben ser entregadas al lado de cada presentación de información o en nota al pie de cada página del formulario de inscripción. Revise las bases para fundamentar su información antes de presentar la inscripción.

Asegúrese que la inscripción no incluya el nombre de la agencia en el formulario o en las piezas creativas. Premios Effie es un certamen neutro. La razón número dos de descalificación de casos por parte de los jueces es que se incluya el nombre de la agencia en el formulario de inscripción o los materiales creativos.

Fundamente el éxito del caso. Para cada objetivo provea resultados fundamentados y claros. Este punto es clave para una correcta evaluación de su caso.

Formularios. Debe de completar cada sección del formulario de inscripción y no dejar nada en blanco. Si una pregunta no es aplicable, debe dejarlo en claro.

PREGUNTAS Y RESPUESTAS FRECUENTES

- **¿Qué son los Effie?**
Es un premio anual en reconocimiento a las campañas de publicidad y a las comunicaciones de marketing más eficaces del año.
- **¿Cuál es su importancia y valor?**
El programa Effie apoya y promueve el papel de la publicidad y de las comunicaciones de marketing como uso efectivo y eficiente de los recursos.
Su principal valor es premiar la eficacia mediante resultados comprobados, considerando a la creatividad como parte del proceso y siendo esto un factor importante al momento de otorgar un Effie.
- **¿Quién organiza los Effie en Uruguay?**
Los Effie en Uruguay son organizados por la Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad que opera bajo licencia de Effie Worldwide Inc. para su marca registrada Effie®
- **¿Quiénes pueden participar?**
Anunciantes del sector privado y público en conjunto con sus agencias de publicidad y/o agencias de marketing y promociones, con campañas difundidas en Uruguay y resultados comprobables obtenidos entre el 1º de enero de 2010 y el 31 de diciembre de 2010, aún cuando su inicio haya sido anterior a este período.
- **¿Con cuántos casos se puede participar?**
Podrán participar más de una campaña para una misma marca, producto, servicio o institución, no existiendo cantidad límite a presentar.
- **¿Hasta cuándo se pueden inscribir casos?**
El cierre de inscripción anticipada de campañas es el **21 de junio a las 17 hrs.**
El cierre de inscripción extendida de campañas es el **28 de junio a las 17 hrs.**
- **¿Cuándo se entregarán los premios?**
La ceremonia de premiación será el 27 de julio de 2011 en el Club de Golf del Uruguay.
- **¿Cuáles son las categorías en las que se pueden inscribir casos?**
Las categorías definidas para los Effie Uruguay 2011 son:
Institucional / corporativa. (casos de comunicaciones de marca o servicio de instituciones, empresas y/o corporativas, imagen de marca institucional, etc.)
Alimentos y bebidas (bebidas alcohólicas y no alcohólicas, productos alimenticios en general)
Higiene y Cuidado personal. (artículos de belleza, perfumería, cosmética, etc.)
Salud (Centros de salud públicos y privados, centros de estética, laboratorios, industria farmacéutica).
Servicios Financieros. (casos de comunicaciones de marketing desarrolladas por bancos, financieras, tarjetas de crédito, préstamos, etc.)
Telecomunicaciones. (telefonía celular, tecnología, etc.)
Medios de Comunicación. (casos de comunicaciones de marketing realizados por cualquier sistema de medio de comunicación, plataformas digitales, sitios de internet, etc.)
Bien Público y Responsabilidad social empresarial. (casos de comunicaciones de marketing realizados por entidades de bien público u organizaciones sin fines de lucro y/o casos originados por entidades con fines de lucro que promueven el fortalecimiento de una marca a través de apoyar un bien u obra social y pública)
Otros Productos. (no contemplados en las categorías detalladas anteriormente)
Otros Servicios (no contemplados en las categorías detalladas anteriormente)
Promociones. (casos de acciones específicas de marketing o comunicación, que involucran el otorgamiento de un beneficio o plus para el consumidor. Puede ser en especie, bonificación, descuento, sorteo de un premio instantáneo o final, acumulación de chances, realización de una actividad para obtener "algo" a lo que solo puede acceder mediante la aplicación de una mecánica promocional, en un período acotado de tiempo)
Bajo presupuesto. (Los casos inscriptos en esta categoría deben constituir la única campaña representante de la marca durante el período de calificación (1/1/10 – 31/12/10).

- ¿Cuáles son los casos que se pueden inscribir en la categoría "Bajo presupuesto"?**
 Los casos inscriptos en esta categoría deben constituir la única campaña realizada para la marca durante el periodo de calificación (1/1/10 – 31/12/10). No puede corresponder a una extensión de línea, una sub marca o 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 estas campañas no debe superar los \$ 1.500.000 (un millón quinientos mil pesos uruguayos) o su equivalente en dólares americanos al tipo de cambio promedio del periodo en el que se realizó y difundió la campaña. Dicho monto incluye medios tradicionales, no tradicionales y valorización de espacios donados).
 Asimismo, los casos deberán acompañarse de una certificación donde se exprese claramente que en el periodo de exhibición de la campaña la marca no tuvo otras actividades comunicaciones (en cualquier medio o punto de contacto con el grupo objetivo) en forma paralela.
- ¿Cómo estará compuesto el Jurado y quiénes son sus integrantes?**
 El jurado estará compuesto por profesionales de larga trayectoria, representando una variedad de disciplinas publicitarias y de marketing.
 Su integración será la siguiente.

 - Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad
 - Cámara de Anunciantes del Uruguay
 - Círculo Uruguayo de la Publicidad
 - Cámara de Empresas de Investigación Social y Mercado – CEISMU
 - Medios de Comunicación
 - Sector Académico
- ¿Cuáles serán los criterios de puntuación que utilizará el jurado para evaluar los casos?**
 En ambas rondas de juzgamiento, los jurados evaluarán la efectividad de las campañas usando el siguiente sistema de puntuación:
70% de la puntuación final (desafío estratégico y objetivos – 23%; creatividad – 23%, ejecución – 23%)
30% de la puntuación final – Resultados.
- ¿Cuál será el rol que desempeñará la empresa auditora de plaza que participará durante el certamen?**
 La empresa, -en este caso CPA Ferrere,- actuará como veedor del proceso. Su función será la de revisar todos los puntajes antes de que los mismos sean procesados como forma de asegurar razones en eventuales casos de descalificación por parte de los jueces. Finalizado el procesamiento, reportará el puntaje que determinará la nómina de ganadores.
- ¿Las campañas que participan de Effie Uruguay 2011, deben haber sido difundidas durante 2010 o es necesario que únicamente los resultados de las mismas se hayan percibido durante ese año?**
 Las campañas deben haber sido difundidas en 2010 y sus resultados medidos durante el mismo año, aún cuando su inicio haya sido anterior a este período. Asimismo, es válido el caso en que la empresa investigadora entregó los resultados en los primeros meses de 2011, siempre y cuando los mismos remitan a resultados relevados durante 2010.
- Se puede inscribir una pieza que sólo se vehiculizó como marketing directo o sólo se pueden inscribir campañas? ¿Existe un número mínimo de medios para considerar cuando se inscribe un caso?.**
 Effie es un concurso de efectividad en comunicaciones de Marketing en todas sus disciplinas por lo que casos de marketing directo, BTL, etc. pueden perfectamente participar del mismo.
 Por otra parte, no hay un mínimo de medios masivos a utilizar, pueden presentarse casos de medios alternativos, directos, etc.
- La información sobre la fuente ¿se debe adjuntar al formulario de inscripción o debe de ser incluida en el mismo?**
 En todos los casos sin excepción, debe indicarse la fuente y el período de tiempo empleado para lograr los resultados obtenidos, colocando la referencia al lado de cada presentación de información o en nota al pie de cada página del formulario de inscripción.

- **Para comprobar resultados, ¿es necesario haberlos relevado mediante una empresa investigadora?**

Los datos presentados deberán hacer referencia a una fuente específica, a fin de ser verificada la veracidad de los mismos. La fuente a incluir deberá ser una empresa de investigación. Sin perjuicio de ello podrá aceptarse como excepción la fuente de investigación de la propia agencia o del anunciante, lo que se tomará como declaración jurada de las personas que firman la participación avalando con su nombre la veracidad de los datos entregados al jurado. En el caso de que la fuente mencionada sea la propia agencia, deberá referirse como "Agencia", sin incluir el nombre de la agencia de publicidad, dado que dicha inclusión es considerada motivo de descalificación. También por vía de excepción igual requerimiento se exigirá para el caso de que la fuente sea el Anunciante.

- **¿Cómo se obtiene el número de participación o inscripción?**

En la presente edición se aceptará la pre inscripción mediante presentación de hoja membretada de la agencia o anunciante, especificando los datos del caso y abonando el monto correspondiente por ese concepto. El número de participación será otorgado en ese momento y deberá ser incorporado en todos los formularios y materiales que compongan el caso. Si la agencia o anunciante optan por inscribir el caso directamente, el número correspondiente será otorgado al momento de efectuar dicha inscripción en las oficinas de AUDAP. En esa instancia se deberá llenar el campo manualmente en cada una de las copias del formulario y materiales correspondientes.

- **¿Cómo y cuándo debe realizarse el pago de la inscripción?**

El pago deberá efectuarse al momento de la pre inscripción mediante hoja membretada o en su defecto ante la presentación directa de los casos en AUDAP, según los montos y plazos estipulados en la bases (cierre anticipado 21/6/11 y cierre extendido 28/6/11).

IMPORTANTE: En el caso de que un caso pre inscripto sea dado de baja previo al cierre extendido de inscripciones, la Organización Effie Uruguay sólo reintegrará el 50% del monto correspondiente a la inscripción.

- **El resumen del caso ¿se debe incluir en el formulario de inscripción de 7 páginas o se presenta como adjunto?**

El resumen del caso debe estar incluido en el formulario de inscripción de 7 páginas dentro del punto 9 tal como se indica en el mismo. No se aceptarán materiales adjuntos, a excepción de informes, gráficos o charts en color conteniendo información sobre el caso.

- **¿Qué información debe incluir el resumen del caso?**

Es importante presentar aquí en forma clara, un completo resumen de lo ocurrido, conteniendo escenario, objetivos, estrategia y resultados, enfatizando en lo medular y no expresando juicios de valor.

- **¿Cuál es el formato y el tamaño de presentación de las piezas gráficas dentro del DVD de 4 minutos?**

Las piezas gráficas deben de incluirse dentro del propio video en jpg a 300 dpi. Se debe tener en cuenta que los materiales impresos deben coincidir totalmente con los incluidos en el video (mismo texto, mismas fotografías, etc). De constatare diferencias, el caso podrá ser pasible de descalificación por parte de la Organización Effie Uruguay.

- **Las piezas gráficas ¿deben de ser enviados en una carpeta adjunta dentro del DVD, pero separadas del resto de los materiales?**

No. Todos los materiales deben de ser incluidos en el video de 4 minutos, inclusive los correspondientes a las piezas gráficas. No se aceptarán archivos digitales de piezas gráficas separados del mencionado video.

- **¿Se puede incluir en el DVD otros archivos relativos al caso que faciliten su comprensión?**

Podrán incluirse locuciones y/o sobrepuestos explicativos que faciliten la comprensión de la campaña, pero no se aceptarán DVD's que contengan datos sobre resultados ni términos calificativos del caso.

- **En el video de 4 minutos se puede mencionar a la competencia del producto o servicio que se está presentando?**

No existe en las bases del certamen un impedimento expreso al respecto por lo tanto se podrá mencionar al mercado y sus competidores de forma genérica, pero no se aceptará la referencia

directa o comparativa con otra marca competitiva.

De todos modos se sugiere realizar un manejo cuidadoso tanto de los datos propios de la marca como de los de la competencia y el mercado. Asimismo Effie enfatiza en que el éxito del caso se refrende por sus propios resultados y no por comparaciones.

- **Respecto a los requerimientos del video de 4 minutos a presentar ¿cuál es el tamaño máximo y la resolución mínima?**

El tamaño máximo del video es de 50 mb y la resolución mínima de 452 x 339 y su lectura debe de ser posible tanto a través de un reproductor de DVD común como en un PC.

- **Para la presentación impresa de piezas gráficas ¿existe un límite determinado de tamaño (en cms)?**

No existe límite de medida en cms. para presentar los impresos. Sí debe de remitirse la presentación a los requerimientos expresados en las bases, pero el tamaño queda a criterio de quien presenta el material.

- **Respecto a la presentación impresa de piezas gráficas ¿se puede presentar en un solo impreso una suerte de "puzzle" de materiales que correspondan a una misma campaña con una misma idea creativa pero con múltiples cambios de texto?**

No hay inconveniente en que se presente un puzzle de varias piezas en un solo impreso, pero cada pieza distinta dentro de dicho puzzle será contabilizada en forma independiente de modo de garantizar la igualdad de condiciones para todos los participantes.

Asimismo las mismas piezas que se consideren en el impreso, deberán coincidir exactamente con las incluidas en el video de 4 minutos. (mismo texto, mismas fotografías, etc.)

- **En relación al formato del video, las bases especifican que debe de ser fto MOV, pero no todos los reproductores son compatibles ¿Cómo se puede salvar ese inconveniente?**

A esos efectos se deberán presentar un DVD y un CD con un Quicktime.

- **¿Qué es lo que corresponde detallar en el ítem "Título" del formulario de inscripción?**

Este punto refiere al título de la campaña que se está inscribiendo.

- **¿Cómo deben calificarse las campañas en el punto 4 del formulario de inscripción?**

La categorización prevista en los cuadros refiere al siguiente detalle:

- **Local:** difundida sólo en una parte del país
- **Nacional:** difundida a nivel país
- **Regional:** dentro de la Región (ej. América del Sur)
- **Multinacional:** difundida en varios países y en varias regiones.

- **En el formulario de inscripción, punto 7b) pide marcar los distintos medios utilizados en la campaña y a través de los cuales se registraron resultados significativos. En el ítem específico de "publicaciones compartidas" ¿a qué se refiere?**

El ítem tiene relación con establecer una alianza con un impresor. Esta alianza puede tener varias formas, como por ejemplo canje de servicios de impresión vs publicidad del impresor en estos servicios, etc.

- **¿Cuáles formularios deben de presentarse firmados y de quienes deben de ser dichas firmas?**

El formulario de autorización y el formulario de permisos deben de venir firmados por el anunciante y la agencia. La firma debe corresponder a las mismas personas en ambos documentos (por parte de la agencia y por parte del anunciante).

Las rúbricas deberán ser de puño y letra. La excepción aplica para el caso que se trate de un cliente regional donde su representante no está radicado en Uruguay, u otro caso podría aplicar si pese a estar situado en Uruguay se encuentra fuera del país al momento de la inscripción.

De aplicarse este supuesto de excepciones, al inscribir el caso se deberá adjuntar una hoja membretada de la agencia o el anunciante, dejando constancia y fundamentando la causa por la cual la firma se encuentra scaneada y no es original.

- **La persona que hará efectiva la inscripción de los materiales, ¿debe de ser una persona que tenga la firma autorizada o no es necesario?**
No, no es necesario que sea firma autorizada. Los formularios de autorización y permisos deben de presentarse ya suscritos por la firma autorizada. La única tarea que deberá hacer quien entrega los materiales, será incluir el número de participación en cada uno de los formularios de inscripción y sus correspondientes copias en el caso de que no haya existido asignación del dato por pre inscripción.
- **Si los materiales son entregados en una caja y separados en sobres ¿qué debe decir la inscripción de cada uno de ellos?**
En el caso de inscribir más de un caso, cada uno deberá presentarse separado en sobre con el nombre del anunciante, título del caso y el número de inscripción, más los correspondientes formularios de inscripción, autorización y permiso, independientemente de que luego los sobres sean colocados dentro de una caja.

**Por otras consultas, enviar mail a
info@effieuruguay.com.uy**

Muchas gracias

**Organización
Effie Uruguay 2011**