

PREMIO 2018

**REGLAMENTO 2018**

¿Crees que has creado una campaña de marketing galardonada? Sólo los premios **ECHO LATAM miden la grandeza** en términos de impacto en las empresas, que dura mucho más allá de las fechas de ejecución de las campañas. **Nuestra fórmula de juzgar es simple:** los jueces evaluarán cada inscripción en cada uno de los tres criterios de **Estrategia, Creatividad y Resultados**. Cada criterio pesa igual en la evaluación total, siendo las únicas excepciones las categorías de Artesanía y Especiales, donde algunas categorías se ponderan más a algún criterio.

FECHA DE CIERRE

Se tomará como último día para presentar casos el lunes 16 de julio de 2018.

ARANCELES**ECHO LATAM & ECHO INTERNATIONAL***

Socios ALMADI: U\$S 555 – por categoría

No socios: U\$S 555 – por categoría

ECHO LATAM*

Socios ALMADI: U\$S 320 – por categoría

No socios: U\$S 400 – por categoría

***Los aranceles deberán ser pagados antes de finalizar la inscripción, sin excepciones.**

-Consultar valores por múltiples inscripciones

Formas de pago

Una vez finalizados todos los casos, deberán comunicarse con Antonella Caruso a soporte@echolatam.org, o por teléfono al +54 11 4787-4292 para determinar medios de pago. Se puede realizar una transferencia bancaria o en efectivo en nuestras oficinas en Céspedes 2580, Buenos Aires, Argentina de lunes a jueves de 10 a 17hs.



Se debe enviar el comprobante del respectivo pago de la tasa de inscripción (número y datos de tarjeta de crédito y firma o bien fotocopia de comprobante con todos los datos necesarios para identificar la transferencia bancaria) a soporte@echolatam.org.

Detalles bancarios:

ICBC: Florida 99 sucursal Centro

Nº DE CUENTA CORRIENTE ICBC: 0543/02000174/75

CBU: 01505436-02000000174756

Cuit: 33-63225747- 9

Titular de la cuenta: Asociación de Marketing Directo e Interactivo de Argentina

PREMIOS

Para cada una de las categorías se podrán otorgar trofeos **Premio ECHO Latam Oro, Plata y Bronce**. Dependiendo de las conclusiones del Jurado, podrá haber más de un premiado en una misma categoría o sub-categoría o, bien, se pueden dejar desiertos premios o categorías.

Se otorgarán los siguientes premios especiales:

- Los Premios a la Creatividad, en Oro, Plata y Bronce. Para calificar para estos premios, el caso debe haber ganado un ECHO Latam (asegurando que tiene buena estrategia y resultados). Y esos premios se otorgarán a las campañas que se estima tuvieron la mejor creatividad del concurso.
- El Grand Prix. Para calificar para este premio, el caso debe haber ganado un ECHO Latam de Oro. Este premio se otorgará a la campaña que se estima sea la más destacada del concurso.

INSCRIPCIONES

Elegibilidad de la campaña

Todas las inscripciones deben haber sido producidas, impresas, publicadas y / o transmitidas y los resultados de la respuesta se han tabulado entre **1 de octubre de 2015 y 30 de junio de 2018**.

Completar el formulario de inscripción

CONSEJO PARA GANAR: trabaje en el formulario de inscripción sin conexión y luego envíelo en línea. Descargue un documento del formulario en la pestaña de "reglamento" del sitio www.echolatam.org.

El formulario electrónico no puede modificarse de ninguna manera después de la presentación. No se aceptará ningún otro o sustitución. Proporcione toda la información requerida. El no proporcionar información completa estará sujeto a descalificación. Una entrada se considera presentada después de llenar la pestaña "Paso 5 de 5: Vista previa" y haciendo click en "Terminar". Una "inscripción" se considera recibida y elegible para juzgar una vez que se acepta el pago.

Completo y compatible

Los participantes deben responder todas las preguntas en el formulario de inscripción. Cada sección tiene consejos que indican el tipo de información que debe incluirse. Por favor, sea lo más específico posible y por favor **sea conciso**, porque las inscripciones que están bien escritas, y establecen claramente su historia de cómo y por qué la campaña de marketing cumple y supera los tres criterios de evaluación de la estrategia / creativo / resultados, tienen más probabilidad de ganar.

Le recomendamos que escriba un borrador de su entrada OFFLINE para que pueda editarlo fácilmente, revisar errores tipográficos y errores ortográficos y pedir a otros que revisen su entrada antes de copiarla y pegarla en el formulario de entrada ONLINE.



Considere la posibilidad de escribir su entrada como un cuento, pero mantenerlo simple, claro y conciso. Los jueces de ECHO Latam son profesionales altamente experimentados en el Marketing. En un mismo día juzgan muchas inscripciones. Por eso se recomienda ser cuidadoso en la facilidad de lectura de su inscripción, usando oraciones cortas y sucintas siempre que sea posible.

Para proteger la imparcialidad del proceso **NO** Incluya el nombre de la agencia excepto cuando se indique específicamente en el formulario de inscripción. **Cualquier mención de la agencia en el cuerpo del Formulario de Inscripción es motivo de descalificación.** Las únicas excepciones son las campañas de auto-promoción de la agencia. Además, evite cualquier indicación sobre muestras o materiales que puedan identificar el grupo o la agencia creativa, como etiquetas, direcciones, URL, etc.

Presentar materiales apropiados – Online y Offline

Envíe a Buenos Aires un conjunto completo de muestras creativas. No monte muestras en las tarjetas. Todos los materiales montados serán descalificados.

- *Medios impresos:* Muestras físicas (1) de todo correo directo, anuncio impreso, catálogo, guion, gráfico para difusión, guion de telemarketing u otro elemento físico. Usted puede cargar muestras fotográficas, **además – pero no en vez** - de enviar muestras físicas.
- *DRTV / Video / Radio:* Enviar muestras a través de la carga online. No se aceptarán videos del caso (case videos) que duren más de 3min.
- *Digital:* Enviar vía subida online.
- *Anuncios de Video en Línea:* Enviar a través de la carga online e incluir las páginas de destino aplicables en la misma.
- *Medios de comunicación social:* Enviar a través de la carga online e incluir las páginas de destino aplicables en la misma.
- Traducciones al inglés de todas las versiones no inglesas serán requeridas para todo caso que progrese a la ronda final del ECHO Internacional. Traducción al ingles nunca se requiere para el ECHO Latam solo.

No asigne un valor comercial de aduana en el contenido de su envío físico de inscripción. Enviar todos los materiales a través de correo express o mensajería especial (es decir, FedEx, DHL, UPS o similar). No envíe a través de una aerolínea o agente, ya que no podemos recoger desde el aeropuerto o aduanas. Además, si necesita confirmar la entrega de su envío físico de inscripción, consulte con su mensajero para confirmar la entrega.

Por favor imprima y guarde una copia de su formulario de inscripción online. También imprima y guarde una copia del formulario de cargas online. Tenga en cuenta que la persona encargada de cargar el caso online será la que reciba el aviso de ganadores o no ganadores de un Premio ECHO Latam.

Inscripciones en Español o Portugués

Para el Premio ECHO Latam, no hace falta traducir nada. Para competir en el ECHO Internacional, sirve el mismo formulario y elementos – **en su idioma original.** Solamente **en el caso de que su inscripción haya sido tan exitosa como para convertirse en Finalista del ECHO Internacional, se requerirá una traducción al inglés** para competir en la ronda final y convertirse en un ganador mundial!
Consejo: si su caso utiliza expresiones idiomáticas locales que no pueden ser entendidos en los EEUU deben ser explicadas.

Formatos Aceptados

Los premios ECHO LATAM 2018 son ingresados, categorizados, juzgados y presentados por categorías.

Después de seleccionar la categoría, por favor:

1. Identifique todos los medios publicitarios adecuados utilizados para su entrada.
 2. Envíe las muestras apropiadas con su entrada.
- Nota: para proteger la imparcialidad del juzgamiento, las muestras creativas no deben tener etiquetas o marcas que puedan identificar al grupo o agencia creativa. Además, el nombre de la agencia no debe aparecer en el texto del cuerpo de la aplicación de entrada. Obviamente, las inscripciones de auto-promoción son una excepción.
- **Alternativa e Insertar Medios:** Canales de medios no tradicionales incluyendo inserciones de paquetes, vallas publicitarias, publicidad en tránsito, envolturas de buses y otras formas de medios no cubiertos por otras categorías. Presentar muestras en forma de PDF o fotografías.
 - **Banner Ads / Landing Páginas:** Trabajo digital que fue diseñado para aparecer en un canal en línea e invita a los visitantes del sitio a hacer clic en una página de destino o sitio web. Los gifs giratorios se deben suministrar como una colección de marcos de imagen individuales. Flash se puede suministrar como un enlace a una URL (asegúrese de que el nombre de la agencia NO se revela en el nombre de la URL). Incluya un PDF de la página de destino / sitio web o una URL.
 - **Catálogos:** Piezas publicitarias que incluyen descripciones de productos específicos de varios artículos, diseñadas para generar tráfico minorista o pedidos directos. Incluye formatos impresos y electrónicos. Envíe el PDF de la portada de correo, la portada, la muestra de spreads y el formulario de pedido y una muestra real.
 - **Colateral:** Materiales promocionales que no están incluidos en otras categorías. Ejemplos pueden incluir folletos, folletos, colgantes, banners de eventos, artículos de regalo, señalización, etc. Envíe muestras como PDFs y muestras reales.
 - **Contenido digital y video:** Incluye vehículos usados en la práctica de marketing de contenido digital como blogs, videos en línea, libros electrónicos, white papers, podcasts, webcasts y webinars, blogs, web series de video / webisodes y presentaciones en línea. Todas las inscripciones deben ser aplicaciones de auto-ejecución y deben presentarse para su revisión en un formato digital apropiado a través de la URL proporcionada en el formulario de inscripción o cargado como un archivo adjunto al formulario de inscripción en línea. Envíe una lista de las aplicaciones especiales necesarias para ver el trabajo creativo, así como los nombres de usuario / contraseñas necesarias. Si los sitios o páginas web ya no están en online, se debe proporcionar una versión independiente de un sitio o sitios con los anuncios. Para las ejecuciones "estáticas", las capturas de pantalla son aceptables. Evite la identificación de la agencia (incluida como parte de la URL). Las inscripciones de vídeo deben formatearse para QuickTime o Windows Media Player.
 - **Correo directo:** Todo el correo directo, ya sea plano o dimensional, entregado a casa u oficina por servicios postales convencionales, mensajería o couriers. Envíe una muestra real. Si la pieza dimensional real no está disponible, puede enviar una o más fotografías en color (8 1/2 "x 11"). Sin embargo, debe enviar una copia real de la carta. No monte las muestras. Las maquetas y los gráficos electrónicos no son aceptables.
 - **E-Mail / Páginas Landing:** Sitios web, páginas de destino, microsites y otras formas de desarrollo web que es el destino online designado para una campaña. Este es el contenido que no se paga la publicidad web. Comunicaciones por correo electrónico enviadas a computadoras personales. (La mensajería móvil es una categoría separada). Todas las inscripciones deben ser aplicaciones auto-ejecutadas y deben ser enviadas para su revisión en forma digital apropiada o cargadas como PDF con el formulario de inscripción. Para ejecuciones "estáticas" (sin animación o video), las capturas de pantalla son aceptables. Envíe una lista de las aplicaciones especiales necesarias para ver el trabajo creativo, así como los nombres de usuarios / contraseñas necesarios.
 - **Móvil:** Comunicaciones de marketing basadas en permisos destinadas específicamente a la entrega a teléfonos móviles, tablets u otros dispositivos móviles.

Los mensajes de marketing pueden ser push o pull, dependiendo de las tácticas y los vehículos utilizados. Las tácticas y los vehículos incluyen: desarrollo de aplicaciones, desarrollo de sitios móviles, distribución de contenido (descargado o transmitido), búsqueda móvil, navegación web, servicios de localización GPS, mensajería MMS / SMS y publicidad móvil. Envíe las muestras de mensajería móvil enviadas electrónicamente con un formulario de inscripción en línea, formateado para QuickTime o para Windows Media Player.

- **Publicidad impresa:** Anuncios de espacio, incluyendo insertos independientes (FSI) en publicaciones. Envíe una muestra real de hoja recortada o inserto. Marque con claridad si se trata de una revista o anuncio de periódico y dar fechas de publicación. No se permiten muestras montadas. Puede cargarse un archivo PDF de la creatividad, pero se debe enviar una hoja recortada como prueba de inserción.

- **Búsqueda de Marketing:** Optimización de motores de búsqueda (SEO) y publicidad de pago por clic (SEM). Todas las inscripciones deben ser aplicaciones de auto-ejecución y deben presentarse para su revisión en un formato digital apropiado y cargarse como archivo adjunto al formulario de inscripción en línea. Para SEM, explique cómo utilizó técnicas y herramientas avanzadas para generar más tráfico, mejorar las tasas de conversión y / o aumentar el retorno de la inversión. SEM puede incluir optimización post-clic (es decir, pruebas de páginas de destino multivariantes, mapas de calor, análisis web, etc.). Presentar capturas de pantalla o reproducciones de anuncios SEM como un archivo adjunto. Las capturas o reproducciones de pantalla deben reflejar tanto los anuncios que aparecen en los motores de búsqueda, como los mensajes en las páginas de destino. Para SEO, explique cómo ayudó a aumentar la clasificación y simplificar la navegación de sitios web a través de cambios en la estructura del sitio, desarrollo de enlaces, medios sociales y otras estrategias. Por favor, publique las páginas web o sitios relevantes de la ventana de tiempo de inscripción de ECHO a una URL y envíe los resultados asociados (capturas de pantalla del rango de búsqueda, informe / reproducción de la estrategia de desarrollo del enlace, datos de análisis web, etc.) Podemos revisar su uso de SEO. Envíe una lista de las aplicaciones especiales necesarias para ver el trabajo creativo, así como los nombres de usuario / contraseñas necesarias. Para SEO, las impresiones de las capturas de pantalla del sitio web no son aceptables, ya que el código fuente puede ser importante en la evaluación. Además, evite la identificación de la agencia como parte de la URL.

- **Medios de comunicación social:** Canales de medios digitales participativos que facilitan el diálogo y el contenido generado por los usuarios de entre una audiencia auto-seleccionada. Incluye canales disponibles públicamente como Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Google+, Pinterest, etc. No incluye blogs o comunidades digitales propietarias que residen en el propio sitio web de un anunciante. No incluye publicidad en pantalla que aparezca en las redes sociales. Presentar una aplicación de auto-ejecución de la actividad de medios de comunicación social como experimentado por el público objetivo en el momento de la campaña en formato digital cargado como un archivo adjunto a la forma de inscripción en línea. Incluya los nombres de usuario y contraseñas necesarios. Para las ejecuciones "estáticas", las capturas de pantalla son aceptables. Evite la identificación de la agencia como parte de la URL.

- **Telemarketing:** Llamadas salientes - Programas de ventas por teléfono. Envíe un archivo en MS Word o PDF de la guía de llamadas (script) incluyendo respuestas a objeciones, preguntas frecuentes sobre el teléfono, etc. Si está disponible, puede cargarse electrónicamente una grabación de llamada. Llamadas entrantes - programa de leads o ventas. Envíe la(s) fuente(s) de las llamadas. También envíe un archivo en MS Word o PDF del guión de llamadas (script) incluyendo respuestas de objeción, preguntas frecuentes, etc. Si está disponible, se puede cargar electrónicamente una grabación de llamada.

- **TV / Radio:** Difundir anuncios en formato de longitud de spot y de programa. Envíe las muestras electrónicamente (cargue con el formulario de inscripción en línea o publique una URL propia) formateado para QuickTime o Windows Media Player.

Identifique la compatibilidad de PC o MAC. Todas las inscripciones deben ser presentadas sin identificación de la agencia. También se debe proporcionar una copia impresa del guion o storyboard y debe acompañarse de una copia impresa del formulario de inscripción.

- **Publicidad en pantalla web:** Anuncios web y publicidad online pagada que no sea correo electrónico y búsqueda (que son categorías separadas). Todas las inscripciones deben ser pasibles de auto-ejecución y deben presentarse para su revisión en un formato digital apropiado cargado como archivo adjunto al formulario de inscripción en línea. Envíe una lista de las aplicaciones especiales necesarias para ver el trabajo creativo, así como los nombres de usuario / contraseñas necesarias. Si los sitios o páginas web ya no están andando, se debe proporcionar una versión independiente de un sitio o sitios con los anuncios. Para las ejecuciones "estáticas", las capturas de pantalla son aceptables. Evite la identificación de la agencia como parte de la URL. Sitios Web / páginas landing: sitios web, páginas landing, micrositos y otras formas de desarrollo web. Este es el contenido que no se paga. Todas las inscripciones deben ser aplicaciones de auto-ejecución y deben presentarse para su revisión en un formato digital apropiado cargado como archivo adjunto al formulario de inscripción en línea. Envíe una lista de las aplicaciones especiales necesarias para ver el trabajo creativo, así como los nombres de usuario / contraseñas necesarias. Si los sitios o páginas web ya no están en vivo, se debe proporcionar una versión independiente de los sitios o páginas. Para las ejecuciones "estáticas", las capturas de pantalla son aceptables. Evite la identificación de la agencia como parte de la URL.

DETERMINACIONES GENERALES

Material para la premiación

De resultar su caso ganador, se realizará una presentación en la ceremonia de premiación del ECHO Latam. También se utilizarán los resúmenes y las imágenes para la galería de ganadores en el sitio web del Premio.

Deberán ser respetadas todas las orientaciones e instrucciones para que se procese la inscripción. El llenado incorrecto o incompleto, así como también la ausencia de material solicitado, podrá perjudicar el análisis del caso por parte de los jurados y, consecuentemente, afectar su evaluación.

El Jurado del Premio ECHO Latam, en uso de las atribuciones que le fueron conferidas, podrá descalificar los casos que no proveen la información solicitada en el formulario de inscripción.

Términos, Condiciones y Publicación de Trabajo Ganador Destacable y Menciones.

Todo el material presentado en la inscripción del Premio pasará a formar parte de la Biblioteca del Premio y de la respectiva asociación del país donde el caso fue desarrollado, NO SIENDO POSIBLE LA DEVOLUCIÓN A LA EMPRESA QUE INSCRIBIÓ EL CASO, sirviendo como referencia a todos los asociados y pudiendo ser reproducido por Echo Latam, por cualquier medio, para divulgación interna o externa.

Detalles no cubiertos en este reglamento serán decididos por el Jurado del Premio y/o por la Comisión Directiva del mismo, dependiendo de su naturaleza. Las decisiones del Jurado del PREMIO ECHO Latam 2018 y las de la Comisión Directiva.

Condiciones

Los Premios ECHO LATAM asumen que todas las inscripciones son originales y que el participante es propietario de la obra o tiene permiso del propietario para inscribirlo en el premio, con todos los derechos correspondientes. Los premios ECHO Latam no serán responsables de ninguna marca o infracción de derechos de autor por parte del participante.

Todos los participantes respetarán estrictamente el Reglamento. La cumplimentación del formulario de inscripción, el formulario de divulgación, la firma y la presentación



de la inscripción para juzgar implicarán la aceptación plena por cada participante. El incumplimiento de cualquiera de los puntos del Reglamento podrá resultar en la descalificación automática de la inscripción.

La presentación oportuna de una inscripción que cumpla con los requisitos de elegibilidad y el pago de la cuota de inscripción según se establece aquí, asegura que el trabajo de un participante será revisado y considerado para su reconocimiento. Ninguna otra representación da garantía de participación en los ECHO Latam.

Si una inscripción recibe un premio, la manera y detalles de anunciar tal nominación y premio está estrictamente a la discreción de los premios ECHO Latam. El participante entiende que todos los premios no pueden ser premiados o publicitados de la misma manera y algunos pueden ser presentados en una ceremonia y otros no. Cualquier material presentado en el curso de la inscripción de los premios pasa a ser propiedad de ECHO Latam y no puede ser devuelto.

Publicación

Certifico que toda la información presentada es verdadera y que su contenido ha sido aprobado por el Anunciante para su presentación en los Premios ECHO Latam. Además, certifico que la presentación es en todos los aspectos original y no viola los derechos de ninguna otra parte. Entiendo que todas las inscripciones serán retenidas por ECHO Latam y puestas a disposición para la inspección pública. Además, mi presentación del formulario de inscripción firmado constituye mi autorización para permitir que los premios ECHO Latam reproduzcan, difundan mi inscripción, por cualquier medio, y autoricen a otros a hacerlo sin ninguna obligación adicional de ningún tipo para mí. Esto incluye, pero no se limita a mostrar mi inscripción en la Ceremonia de Premiación y / u otros lugares públicos; Incluir mi inscripción en cualquier publicación de ECHO Latam; Para mostrar mi caso como parte de cualquier promoción de audio y / o visual de los premios ECHO Latam; Y poner mi inscripción a disposición de terceros, solo o junto con otros materiales, con fines comerciales o no comerciales.

Respetamos que las inscripciones pueden tener información que el cliente desea mantener confidencial. Si tiene estas inquietudes, comuníquese con **Antonella Caruso, a soporte@echoLATAM.org**

Por favor asegúrese de revisar y firmar el formulario de divulgación de ECHO LATAM con cada inscripción.

Diverso

En el caso de una premiación, los derechos, honorarios y cargos devengados por el transporte del trofeo, serán cubiertos por el receptor.

JURADO

El Jurado será formado por profesionales especializados de los distintos países de la región y otros expertos convocados por ALMADI, provenientes tanto de agencias de marketing directo e interactivo como de empresas usuarias. El quórum mínimo para la válida y regular realización de los trabajos del Jurado es de 05 (cinco) miembros. Cabrá a estos profesionales la responsabilidad de atribuir notas para los criterios **Estrategia, Creatividad y Resultados** para cada caso en cada categoría.

Se prohibirá que los integrantes del Jurado atribuyan notas a las campañas y programas inscriptos por las empresas que ellos representen.

El Jurado queda facultado a descalificar a cualquier campaña/programa que considere no cumple con el reglamento o los estándares de ECHO LATAM. El Jurado queda facultado a recategorizar las piezas y campañas. El Jurado puede otorgar premios y menciones especiales. Las decisiones del Jurado serán finales.

Finalizados los trabajos y elegidos los casos que ganaron los trofeos,

El Jurado del Premio Echo LATAM será presidido por el presidente de amdia, el señor Martín Jones. Sus integrantes serán expertos nombrados por las Asociaciones de los países miembros de ALMADI, así como también profesionales altamente calificados de otros países, por invitación de ALMADI.

Proporcione una respuesta clara, concisa y lógica a cada pregunta que sea aplicable a su campaña. Todas las inscripciones deben utilizarse en el formulario de inscripción oficial. No exceda el espacio disponible en este formulario. Las inscripciones que excedan las restricciones de espacio y aquellas presentadas sin información de resultados serán automáticamente descalificadas.

Los premios ECHO Latam se juzgan por categoría. Elija la categoría que describa con mayor precisión el producto o servicio promocionado en su campaña. Si cree que su campaña pertenece a más de una categoría, puede ingresarla en tantas categorías como sea apropiado.

Puede presentar componentes de medios individuales y / o múltiples componentes de su campaña. Cada inscripción de su campaña requiere un formulario de inscripción independiente, muestras de creatividad separadas y tarifas de inscripción propia.

El ECHO Latam se reserva el derecho de reasignar categorías de inscripción que se consideran ingresadas incorrectamente. No se pueden devolver muestras y DVDs. **Por favor imprima y conserve una copia de su formulario de inscripción para sus archivos. Todo el trabajo presentado debe haberse hecho durante el curso normal del negocio y tal como se le presentó a la audiencia target.** Cualquier anunciante, agencia, cliente, consultor o productor responsable del trabajo puede presentar una inscripción. Todas las inscripciones deben ser aprobadas por el anunciante / cliente para su presentación en el concurso.