



XXII FESTIVAL INTERNACIONAL

# EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2019

Ve más allá

6, 7 Y 8 DE NOVIEMBRE | LA RURAL | PREDIO FERIAL DE BUENOS AIRES



## EL OJO EFICACIA (EF)

### INFORMACIÓN GENERAL (EF)

---

El Ojo Eficacia celebra las mejores ideas que hayan logrado un impacto medible y probado en el negocio del cliente. Esa creatividad que todos los profesionales de la industria persiguen, la que logra afectar el comportamiento del consumidor y, por tanto, la marca, las ventas y sus objetivos.

Se evaluarán los resultados conseguidos teniendo en cuenta los objetivos planteados, gracias a estrategias e implementaciones creativas. En resumen, El Ojo Eficacia tendrá la labor de elevar aquellos casos en los que se destaque la efectividad de la creatividad en los resultados buscados por el cliente.

Podrán participar aquellos casos que con su creatividad y estrategia hayan logrado resultados significativos para el cliente en el periodo comprendido entre el 1º de enero de 2017 y el 7 de octubre de 2019.

Por cada categoría se entregará: Oro, Plata y Bronce y, entre los Oros se entregará el Gran Ojo a la Eficacia de Iberoamérica.

Los casos inscriptos en este premio, tendrán la posibilidad de participar en dos (2) grupos:

#### Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría (EF1 a EF5) correspondiente a productos y servicios.

#### Grupo B - OBJETIVOS

Los trabajos podrán ser inscriptos en una (1) sola categoría referente a Objetivos (EF6 a EF17).

Todos los casos podrán inscribirse en una sola de las categorías del Grupo A y además, podrán participar en una (1) sola de las categorías del Grupo B.

### CATEGORÍAS (EF):

---

#### Grupo A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

**EF1 - Productos.**

Alimentos y golosinas, Bebidas, Artículos de higiene personal y farmacéuticos, Artículos y tecnología para el hogar y Automóviles.

#### **EF2 - Servicios.**

Instituciones y servicios financieros, Compañías de servicios públicos y privados con fines de lucro, Comercios al público, supermercados y tiendas online.

#### **EF3 - Entretenimiento y turismo.**

Medios, Entretenimientos, Recreación, transporte y turismo.

#### **EF4 - Institucional, imagen corporativa y patrocinios. RSE.**

Campañas realizadas con el fin de elevar el perfil y construir la imagen de una marca. Campañas de RSE no basadas en productos, dirigidas a abordar temas sociales, éticos y ambientales.

#### **EF5 - Bien público y mensajes gubernamentales.**

Piezas realizadas por fundaciones, ONG's, asociaciones ambientales, voluntariados para obras de caridad, donación de órganos y sangre, prevención de enfermedades y adicciones, campañas contra la discriminación, etc. Campañas de organizaciones gubernamentales para la difusión de servicios estatales y municipales, campañas de seguridad y obras pública, de documentación, vialidad, educación, capacitación y empleo realizadas por el gobierno, campañas políticas, mensajes y obras religiosas, etc.

### **Grupo B - OBJETIVOS**

#### **EF6 - Estrategia en el lanzamiento y activación de marca.**

Acciones generadas para el lanzamiento o relanzamiento de una marca o producto.

#### **EF7 - Estrategia en el uso de medios.**

Acciones en donde la elección del medio utilizado hace a la efectividad de la campaña. El uso estratégico del medio elegido es el pilar del éxito de la campaña.

#### **EF8 - Éxito sostenido.**

Acciones o campañas de productos o servicios que hayan mantenido éxito durante un período de 3 o más años. Estas campañas deberán demostrar su efectividad durante todo el período.

#### **EF9 - Real time marketing.**

Acciones de marketing y/o mensajes atractivos de marca relacionados a un evento/o noticia que sucede en ese preciso instante para generar un resultado viral y capaz de alcanzar relevancia en las redes sociales y el mundo online. Los resultados se generan a partir de una respuesta en tiempo real de dicho evento.

#### **EF10 - Estrategias interactivas. \*NUEVA CATEGORÍA\***

Se premiarán aquellas ideas donde la marca haya realizado acciones, eventos y/o activaciones logrando generar una interacción con el consumidor. Esa interacción puede presentarse de diferentes maneras, inclusive digitalmente, lo importante es que logre desarrollarse una relación entre el usuario-consumidor y la marca.

Los ganadores de este premio serán los que demuestren como los anunciantes están tratando de llegar a sus audiencias para establecer relaciones significativas, novedosas, experiencias memorables y lograr la participación e interacción del consumidor con la marca.

#### **EF11 - Estrategia, posicionamiento y creatividad. \*NUEVA CATEGORÍA\***

Celebra las ideas que crean un nuevo camino conceptual/posicionamiento para la marca. Aquellas ideas que lograron redefinir una marca gracias a la contribución conjunta entre el marketer, el planner y el creativo. El jurado premiará el esfuerzo estratégico que logró posicionar a la marca en un nuevo y superior nivel.

## EF12 - Campañas de bajo presupuesto.

Acciones o campañas de productos o servicios que hayan logrado tener muy buenos resultados partiendo de una inversión total menor a USD 120.000.- (producción + medios).

### FICHA TÉCNICA

---

- **Las fichas técnicas se cargan online a través del sitio de inscripciones.**
- Cuando se inicia la carga de una ficha existen dos campos obligatorios que deberá cargar para poder guardar la ficha. Ellos son: "Título", "País Principal de Publicación, Emisión y/o Implementación" y "Anunciante". En una segunda instancia, deberá llenar los campos obligatorios señalizados con un punto rojo para completar la carga de información. Además se solicitan datos adicionales que no son obligatorios, pero lo ideal es completarlos.
- Verificar si los datos cargados están correctos, ya que los mismos serán utilizados para el juzgamiento y la difusión y comunicación a la prensa de los finalistas y ganadores. Asimismo se utilizarán para la realización de los rankings respectivos.
- Para finalizar la inscripción de la pieza,(una vez completos los datos), deberá modificar el campo "Estado de la pieza" al final de la ficha, de "Abierta" a "Cerrada". La organización comenzará con el chequeo de las piezas con el estado "Cerrada".
- No podrán realizarse cambios una vez finalizada la inscripción.
- **Archivos: Los archivos en formato .jpg y .mp3 requeridos para cada premio deberán cargarse al final de cada ficha técnica en el sitio de inscripción. En cambio, el material audiovisual en alta calidad correspondiente a cada pieza se enviará a través de nuestro Sistema de almacenamiento de archivos.**

### ENVÍO DE MATERIAL

---

#### MATERIAL OBLIGATORIO

- 1 (una) presentación gráfica o board (jpg) para todas las categorías.
- 1 (una) presentación audiovisual.

Recomendamos presentaciones de hasta 2 (dos) minutos, pero de ser necesario podrá ampliarla hasta 5 (cinco) minutos abonando un costo adicional. En caso de enviar una versión que exceda el tiempo de los 2 (dos) minutos, deberá enviarnos una versión reducida que no supere los 2 (dos) minutos para ser proyectada durante la ceremonia de premiación en el caso de que la pieza resulte premiada. De no enviarla, el festival realizará la edición correspondiente, a su criterio. La versión reducida debe enviarla a través de nuestro Sistema de almacenamiento de archivos en el momento que realiza la inscripción y envía la versión larga.

#### MATERIAL OPCIONAL

- Hasta 4 (cuatro) archivos jpg adicionales.
- Hasta 3 (tres) archivos mp3 adicionales.

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Respetar las especificaciones técnicas y medidas solicitadas en este reglamento, le ayudará a hacer todo el proceso de inscripción de sus trabajos más fácil y rápido y le evitará tener que hacerlo más de una vez.

### ARCHIVOS JPG

Se deberán cargar directamente en la ficha técnica de cada pieza en el sitio de inscripción.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS ARCHIVOS .JPG	
FORMATO	.jpg
RESOLUCIÓN	300 dpi
PESO	Peso máximo: 8 MB
CALIDAD	Alta
MODO	RGB
TAMAÑO PIEZAS HORIZONTALES	Ancho: igual a 5900 px Alto: no debe superar 4100 px
TAMAÑO PIEZAS VERTICALES	Alto: igual a 4100 px Ancho: no debe superar 4100 px

### ARCHIVOS AUDIOVISUALES

Se deberán enviar en alta calidad a través de nuestro Sistema de almacenamiento de archivos. Deberá solicitar los datos de acceso a su [EJECUTIVO DE CUENTAS](#) una vez que se registre en el sitio de inscripción informando el código de inscripción (Número de 4 dígitos).

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS AUDIOVISUALES		
EXTENSIÓN	.mov	.mp4
COMPRESIÓN	Codec: Apple ProRes 422 (LT) Full HD	Codec: H264
PESO	Máximo: 1 GB	
CALIDAD	Alta (máxima calidad)	
TAMAÑO	1920x1080(preferentemente) o1280x720. En caso de que una pieza no haya sido creada en formato 16:9, podrán enviarnos el archivo full pantalla en tamañooriginal.	
SONIDO	Descomprimido - 48 hZ	
CANAL	Stereo	

### ARCHIVOS MP3

Se deberán cargar directamente en la ficha técnica de cada pieza en el sitio de inscripción.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS ARCHIVOS .MP3	
FORMATO	.mp3
PESO	Peso máximo:2 MB
CALIDAD	Alta
El spot debe estar precedido y sucedido por un (1) segundo de silencio.	