

EFFIE® México 2003: Efectividad Creativa

por Aurora Monroy, coordinadora de mercadotecnia del ITAM, María Fernanda Torrado
profesora de mercadotecnia del ITAM

Creado en 1968 por la *American Marketing Association* de Nueva York, EFFIE® ha obtenido el reconocimiento de las agencias y los anunciantes como el premio más significativo de la industria publicitaria. Es un galardón que honra los logros de la creatividad que satisface y excede los objetos publicitarios. Se centra en la publicidad **EFFECTIVA**, la que funciona en el mercado.

El EFFIE® es un reconocimiento que se otorga anualmente para distinguir a las campañas publicitarias más exitosas que a lo largo del año tuvieron resultados extraordinarios y alcanzaron o superaron los objetivos para las que fueron diseñadas.

Los valores en los que se sustenta el EFFIE® se sintetizan en los siguientes enunciados:

- Simboliza una filosofía firme y un conjunto de prácticas rigurosas, erigidas alrededor de la demostrada capacidad de la publicidad para lograr las metas de la mercadotecnia
- Es un premio a la eficacia y se otorga en función de los resultados comprobados en el mercado
- Alienta la difusión del aprendizaje de las mejores prácticas de eficacia publicitaria.

La meta de la publicidad y de las comunicaciones afines de mercadotecnia es ayudar a las empresas que las utilizan a alcanzar sus objetivos de mercado. Por lo tanto, ganar un EFFIE® significa haber enfrentado el reto más importante de la publicidad y haber triunfado. Para obtener un EFFIE® se requiere integrar de manera exitosa todas las disciplinas que forman parte de un programa mercadológico de buenos resultados: planeación, investigación de mercado, medios, creatividad y administración de cuentas. En conjunto, tienen que demostrar la relación que existe entre agencia y cliente en la creación, administración y desenvolvimiento de una marca.

En el año 2000, un grupo de empresarios mexicanos, encabezado por la AMAP, firmó un acuerdo con la *American Association* de Nueva York para traer a México el premio EFFIE®. Resulta interesante destacar que son cada vez más el número de piezas y participación de agencias y empresas. En la Tabla 1 se puede observar la evolución de la participación de piezas inscritas al certamen en nuestro país.

La importancia del EFFIE® se ha proyectado de tal forma en el ámbito internacional; que hoy en día es considerado un certamen que atrae un alto nivel de competencia en los países de Europa y América Latina, donde ya está institucionalizado: Alemania, Australia, Bélgica, Chile, Eslovenia, Estados Unidos, Francia, Grecia, Holanda, India, México, Perú, Polonia, República Checa y Suiza.

¿QUIÉNES PARTICIPAN?

Son elegibles para participar; las campañas publicitarias que hayan aparecido del 1° de enero al 31 de diciembre del año previo a la edición del certamen. Las campañas pueden haberse iniciado antes, pero deben haber aparecido durante dicho periodo y tener información relativa al periodo de calificación.

Las categorías que participan en los premios son:

1. Alimentos
2. Golosinas y botanas
3. Bebidas no alcohólicas
4. Bebidas alcohólicas y tabacos
5. Cosméticos, perfumería, moda
6. Farmacéuticos e higiene personal
7. Electrodomésticos, muebles, decoración, productos para el hogar y la oficina
8. Productos de limpieza
9. Telecomunicaciones, tecnología, computación, *software*, servicios de comunicación, medios masivos de comunicación, internet, telefonía celular
10. Vehículos, motos, refacciones, accesorios
11. Bancos, aseguradoras, casas de bolsa, tarjetas de crédito y Afores
12. Líneas aéreas, hoteles, arrendadoras de autos y destinos turísticos
13. Bien público y de interés social

14. Otros

BAJO LA LUPA

Las campañas participantes son juzgadas por profesionales destacados que representan una diversidad de disciplinas de la publicidad y de la mercadotecnia, que incluyen: directivos de mercadotecnia y publicidad, profesionales de la creatividad y agencias de investigación, agencias de publicidad, anunciantes, consultores de negocios y académicos.

La evaluación en ambas rondas es individual, personal y las campañas se asignan al grupo de jueces de manera aleatoria, lo que garantiza la equidad y objetividad del proceso.

A cada grupo de jueces se les asignan dos moderadores totalmente capacitados por EFFIE[®]NY, los cuales tienen total autoridad y su función fundamental es verificar la eficiencia en el proceso, la equidad y apego a las reglas EFFIE[®].

El proceso de evaluación se divide en dos rondas:

RONDA UNO (selección de finalistas).

En el juicio de la primera ronda se evalúan los *briefs* de los participantes de manera individual, sin compararlos con los de otros participantes en su categoría y sin los materiales creativos. En esta etapa, el *brief* se divide en dos partes: la primera, es el contenido del reto mercadológico con un valor del 33% y la segunda, es la evidencia de resultados con un peso del 67%.

RONDA DOS (selección de ganadores).

En el juicio de la segunda ronda, los finalistas se evalúan en base al *brief* de participación y a los materiales creativos. La calificación final es el promedio de las evaluaciones del *brief*, (reto mercadológico y evidencia de resultados) con un peso del 67% y de los materiales creativos con un peso del 33%.

Un punto muy relevante a destacar es la seriedad del proceso ya que la información contenida en el *brief* de efectividad se mantiene en total confidencialidad. Por otro lado, los mismos jueces, manifiestan un alto nivel de responsabilidad y ética, en cuanto surge un conflicto de intereses, se autodescalifican.

¡HONOR A QUIEN HONOR MERECE!

El *brief* es la parte más importante de la presentación porque detalla el ambiente competitivo, los objetivos, metas y la evidencia del desempeño. Los *briefs* ganadores han demostrado ser: directos, claros y concisos.

Los elementos que se evalúan dentro del *brief* en la primera ronda son los siguientes:

- Descripción del reto mercadotécnico y claridad en su planteamiento
- Objetivos de la campaña: claridad y precisión en los objetivos
- Estrategia creativa: ¿qué tan bien responde la estrategia creativa al reto mercadotécnico y a los objetivos de campaña?
- Descripción del público objetivo: ¿Es razonable y adecuada la definición del público objetivo en vista del reto planteado?
- Programas de comunicación: ¿los programas de comunicación son los adecuados para enfrentar el reto mercadotécnico? ¿Los resultados presentados se deben a ellos?
- Estrategia de medios: creatividad en el plan de medios y cómo responde al reto mercadotécnico
- Evidencia de resultados: ¿en qué medida cumplen los resultados con los objetivos de la campaña y satisfacen el reto mercadotécnico?
- Fuentes de referencia: ¿qué tan bien fundamentada está la evidencia de resultados y qué tan confiable es la fuente que los avala?

En la segunda ronda además de evaluar los puntos anteriores se considera la parte creativa de la campaña que incluye lo siguiente:

- ¿Qué tan bien plasmada está la estrategia creativa en la creatividad presentada?
- ¿Qué tan adecuada es la creatividad en vista de la estrategia de medios que se presentó?

Los criterios de calificación que se utilizan para cada uno de los puntos anteriores se presentan en la Tabla 2.

UN PREMIO SÓLO A LA EXCELENCIA

Para pasar a la segunda ronda como finalista se requiere de una calificación mínima que corresponda al promedio general de las evaluaciones de todos los integrantes de jurado.

Para ser ganador del premio EFFIE® se siguen los siguientes criterios:

1. Se elimina la calificación más alta y la más baja (sistema olímpico)
2. Para ganar las diferentes categorías por premio es necesario cubrir con los niveles de exigencia que se presentan en la Tabla 3.
3. Solamente se entregarán un premio de bronce, plata y oro por categoría, siempre y cuando se alcancen los niveles establecidos en el punto anterior.

Resulta importante mencionar que cada año estos niveles de exigencia se han incrementado y para los EFFIES® 2003, la calificación mínima requerida para pasar a la ronda final fue de 8.5. A pesar de lo anterior, las campañas evaluadas para esta edición obtuvieron calificaciones más altas que en años anteriores, lo que habla del alto nivel de competitividad del evento.

En la Tabla 4, se presentan los premios que se han otorgado desde el primer año en el que se celebraron los premios EFFIES® en México.

CONCLUSIÓN

Los premios EFFIES® llegaron para quedarse. Reconocen públicamente el esfuerzo que realizan tanto las agencias de publicidad como sus clientes, eleva día con día los estándares de la industria publicitaria.

Es importante destacar que por la naturaleza y mecánica de los premios EFFIE®, a diferencia de otros reconocimientos, no sólo se premia la creatividad de una campaña sino a una combinación de ésta con su efectividad para alcanzar los objetivos mercadológicos que le dan vida.

REFERENCIAS

Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad A.C.

Tabla 1. Evolución de los premios EFFIE® en México

Concepto	EFFI	EFFI	EFFIE	EFFIE
	2000	2001	2002	2003
PIEZAS INSCRITAS	64	76	79	108
PIEZAS QUE PASARON A LA SEGUNDA RONDA	32 (50%)	34 (45%)	46 (59%)	54 (50%)
PIEZAS GANADORAS DE PREMIO	21	15	29	28
GRAN EFFIE®	1	0	1	1

Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad A.C., 2003

Tabla 2. Criterios de Calificación de los Briefs

90-100	Cumple excelentemente con lo esperado en términos de calidad. Está planteado de manera clara y específica
80-89	Cumple cabalmente, aunque hay algunas áreas en que podría mejorar, en forma en fondo.
60-79	Aunque cumple, quedan bastantes áreas en las que podría mejorar; presenta fallas importantes.
50	No cumple con lo que se esperaba; es débil en la forma y en el fondo.
40 ó menos	No cumple y es muy pobre tanto en forma como en fondo.

Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad A.C., 2003

Tabla 3. Niveles de Evaluación para Premios

PREMIO	NIVELES DE EXIGENCIA
Bronce	No debajo de 80
Plata	No debajo de 85
Oro	No debajo de 90
Gran EFFIE®	La calificación más alta, arriba de 93

Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad A.C., 2003

Tabla 4. Resumen de Premios EFFIE®

PREMIO	2003	2002	2001	2000
Bronce	8	10	3	7
Plata	9	11	15	7
Oro	8	8	7	7
Gran EFFIE®	1	1	0	1

Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad A.C., 2003