



Convocatoria Premio AMCO 2021

Estimado Colega:

Es un placer darte la bienvenida como participante en el Premio AMCO 2021. Por favor lee detenidamente la siguiente información que te guiará paso a paso al proceso de inscripción y a la correcta realización del resumen ejecutivo.

7 PASOS PARA PARTICIPAR

Paso 1 – LEE

Lee cuidadosamente las instrucciones. Cualquier omisión en el llenado del registro, en la elaboración del resumen ejecutivo o en la entrega de las muestras puede resultar en una evaluación menos favorable o ser motivo de descalificación de tu trabajo. Si requieres orientación o información adicional puedes escribir al correo premio@amco.com.mx

Paso 2 – REGÍSTRATE

Después de leer cuidadosamente esta convocatoria, tienes que llenar el formulario de registro que se encuentra en la página web premio.amco.com.mx en la sección de participantes donde incluirás tus datos. Con el nombre y contraseña que ingresaste podrás:

- Subir el ZIP con los archivos requeridos para calificar tu proyecto (resumen, muestra y carta de autorización si eres una agencia).
- Subir tu comprobante de pago. Recuerda que el pago debe quedar realizado en las fechas límite establecidas para ello. No habrá excepciones.
- Envía copia de tu comprobante a premio@amco.com.mx y solicita tu factura, indicando tus datos fiscales e información del trabajo inscrito (nombre del proyecto, titular y empresa o agencia que inscribe).

Nota: En el caso de las agencias interesadas en inscribir un proyecto que hayan realizado para un cliente, deberán adjuntar además una carta con la autorización firmada por el cliente para utilizar el trabajo en el Premio AMCO que se incluirá en el ZIP. Esta misma condición aplica para las personas que dejaron de colaborar en la organización para la que hicieron el trabajo. Recábala antes de desarrollar tu resumen

Paso 3 – ELIGE LA CATEGORÍA

Elige con cuidado la categoría apropiada para el trabajo que deseas inscribir (descarga el documento en la página web premio.amco.com.mx). La convocatoria consta de 13 categorías agrupadas en tres divisiones: Estrategia, Ejecuciones y Evaluación. Revisa las categorías y selecciona la más adecuada para tu proyecto. Si no estás seguro, ponte en contacto con nosotros en: premio@amco.com.mx o llama al 55 2208 0526.



Paso 4 – ELABORA TU RESUMEN

Prepara el resumen ejecutivo de acuerdo con las especificaciones que se incluyen más adelante. Consiste en la descripción del proyecto, cómo se desarrolló y el objetivo a lograr. Para subir toda la información primero tienes que llenar el formato de inscripción que se encuentra al final del apartado de participantes.

Los resúmenes ejecutivos deben estar escritos en computadora, con los siguientes estándares:

- El límite de extensión no se establece por cuartillas, ya que el uso de imágenes puede resultar en más o menos páginas, sino en número de palabras: no debe rebasar las 2000.
- Para facilitar la lectura, se recomiendan las siguientes características:
 - Tipo de letra Arial, tamaño 12 puntos.
 - Interlineado de 1.5 líneas al menos
 - Formato de una columna sencilla (párrafo), con un mínimo de margen de 2 centímetros en todos los lados.
- El documento debe presentarse en formato PDF para facilitar el uso.

El resumen ejecutivo debe contener los siguientes rubros:

A. Información general para todas las divisiones y categorías

1. **Nombre de la persona** que presenta el trabajo (quien recibirá el reconocimiento a nombre de su empresa o agencia).
2. Si es el caso, **nombre de la agencia** que elaboró el proyecto.
3. **Nombre de la empresa y área** en donde se desarrolló el proyecto.
4. **Número y nombre de la categoría** a la que se inscribe el trabajo. (por ejemplo: Categoría 12, Redes sociales).
5. **Periodo de tiempo del proyecto.** El trabajo debió producir resultados medibles durante 2019 o hasta diciembre de 2020, incluso 2021, siempre y cuando cuente con todos los elementos. Si el trabajo consiste en un proyecto o programa para varios años, la evaluación del trabajo y los resultados se considerarán desde la fecha de lanzamiento hasta mayo 2021.
6. **Contexto:** breve descripción de la empresa u organización en donde ocurrió el proyecto que se documenta. Este elemento no se califica.

B1. Información específica para las divisiones Estrategia (categorías 1 a 4) y Ejecuciones (categorías 5 a 12)

7. **Planteamiento estratégico:**
 - 7.1. **Identificación de la necesidad de negocio:** ¿A qué necesidad u oportunidad de negocio u organización responde el proyecto de comunicación? Describe claramente los aspectos que la organización tuvo que enfrentar, planteando el impacto que este aspecto tiene sobre el comportamiento, reputación, utilidades, participación de mercado, etcétera. Destaca cualquier descubrimiento de la investigación que, de manera formal o informal, haya dado soporte al análisis de la necesidad u oportunidad.



- 7.2. **Identificación de los públicos objetivo:** Describe tus públicos clave y especifica qué características de tu audiencia primaria fueron factores esenciales para desarrollar la solución: perfil sociodemográfico, estilo de vida, edad, sexo, ubicación geográfica, y en general, la descripción exhaustiva de los públicos meta. Menciona la investigación realizada para sustentar este punto. La **descripción de públicos objetivo** sirve para ver qué tanto conoces a tu audiencia, ya que eso es fundamental para cualquier intervención en materia de comunicación. Además, una correcta descripción demuestra mayor profesionalismo porque aportas evidencia de que no has inventado la solución. Esto aumenta tu probabilidad de éxito en la ejecución de la comunicación y, por consiguiente, en el Premio AMCO. Por ejemplo, si la mayoría del personal de una empresa son jóvenes entre los 20-25 años, el tono de la comunicación debe ser muy diferente al utilizado para llegar al público ubicado en el rango de los 40 años en adelante. Lo que se busca con este apartado es comprender cómo has utilizado la información disponible sobre los públicos y qué decisiones has tomado con ella.
- 7.3. **Objetivos/metás.** (General y específicos). Para satisfacer la necesidad/oportunidad, ¿qué metas de comunicación y objetivos estableciste y cómo se relacionaron con los objetivos estratégicos del negocio? Deben ser reales y medibles por resultados, tales como cantidad, tiempo, costo, porcentajes, calidad o algún otro criterio, cuantitativo o cualitativo, debidamente documentado. Se toma en cuenta en particular que se hayan definido objetivos medibles.
- 7.4. **Descripción general.** ¿Qué solución desarrollaste y por qué? Resume el proyecto, programa o campaña y describe el fundamento racional o la solución creativa de tu propuesta/programa. La solución debe demostrar tu forma racional y creativa para afrontar la necesidad/oportunidad. Identifica tus mensajes claves. **Detalla los retos de implantación.** Menciona el presupuesto de tu proyecto; demuestra las eficiencias en el uso de recursos. Presenta el cronograma de trabajo. Describe cualquier limitación o reto que debiste enfrentar para *vender*, presentar e implementar tu proyecto (incluye presupuesto, tiempo, equipo técnico y otros recursos).
8. **Muestra:** Presenta las tácticas de comunicación utilizadas. Describe las características o el listado de materiales que estás entregando como muestra digital del trabajo: las ejecuciones tácticas, medios, materiales, testigos de las actividades llevadas a cabo. En este apartado lo que se valora no es la descripción que escribas en el resumen ejecutivo, sino la muestra en sí (que será un archivo ZIP independiente)
9. **Medición/evaluación de resultados.** La medición del proyecto está estrechamente ligada con los objetivos planteados. ¿Cómo mediste el éxito del proyecto, cómo se demuestra que cumpliste –y en qué nivel– con tus objetivos? La medición debe demostrar resultados exitosos; puede ser cuantitativa o cualitativa y debe estar relacionada con los resultados, no con la ejecución. Por ejemplo, si tu campaña de relación con medios apoyaba el lanzamiento de un producto, tus mediciones deben ceñirse a los objetivos de ventas u otras medidas fundamentales, no a la cantidad de recortes o menciones en prensa u otras medidas propias de la ejecución. Si tu reto era mejorar la comprensión de los empleados sobre un evento o mensaje importante, debes mostrar que su conocimiento aumentó, al menos en parte, como resultado del plan de comunicación que implantaste.

En el anexo “¿Qué evalúan los jueces?”, al final de este documento, puedes verificar las preguntas que los evaluadores se hacen en el proceso de valorar los trabajos presentados al Premio AMCO.

B2. Información específica para la división Evaluación (categoría 13)

7. Planteamiento estratégico:



- 7.1. **Identificación de la necesidad de negocio:** ¿Por qué era necesario o recomendable establecer una evaluación o medición? Describe claramente las razones por las que se recurre a una evaluación o medición de la situación de comunicación.
- 7.2. **Identificación de los públicos objetivo:** Describe a los públicos involucrados en el estudio y las razones para elegirlos: perfil sociodemográfico, estilo de vida, edad, sexo, ubicación geográfica, y en general, la descripción exhaustiva de los públicos meta. Aclara si la evaluación tiene como propósito conocer mejor e indagar en las características de los públicos objetivos (mapeo de públicos, investigación de mercados para la comunicación).
- 7.3. **Objetivos/metás.** (General y específicos). ¿Cuáles son los objetivos planteados para la evaluación y por qué? ¿Qué hipótesis de investigación se formularon y qué elementos se tomaron en cuenta para determinarlas?
- 7.4. **Descripción general.** ¿Qué solución desarrollaste para evaluar y por qué? ¿Qué metodologías se eligieron y por qué? La solución debe demostrar tu forma racional y creativa para afrontar la necesidad/oportunidad. **Detalla los retos de implantación.** Menciona el presupuesto de tu proyecto; demuestra las eficiencias en el uso de recursos. Presenta el cronograma de trabajo. Describe cualquier limitación o reto que debiste enfrentar para *vender*, presentar e implementar tu proyecto (incluye presupuesto, tiempo, equipo técnico y otros recursos).
8. **Muestra:** Presenta cualquier testigo de ejecuciones tácticas que se hayan utilizado para apoyar la evaluación: ¿se hizo una campaña para invitar a la participación? ¿Se difundieron sus propósitos a públicos clave? Describe las características o el listado de materiales que estás entregando como muestra digital del trabajo: las ejecuciones tácticas, medios, materiales, testigos de las actividades llevadas a cabo. En este apartado lo que se valora no es la descripción que escribas en el resumen ejecutivo, sino la muestra en sí (que será un archivo ZIP independiente).
9. **Medición/evaluación de resultados.** En esta división, este es por supuesto el aspecto más relevante. ¿Qué se evaluó, cómo y con qué resultados? ¿El proyecto medido tuvo éxito o no? ¿Qué se hizo con los resultados? En este caso, la medición no tiene por qué demostrar resultados exitosos, sino una metodología sólida de análisis ya sea cuantitativa o cualitativa (o una mezcla de metodologías) y debe estar relacionada con los objetivos a evaluar.

Categorías múltiples

Podrás proponer el mismo proyecto o partes de tu trabajo en cualquiera de las 13 categorías siempre y cuando aplique según su contenido y no repitas en la misma división. Asimismo, podrás registrar la cantidad de trabajos que desees, sólo ten presente que debes cubrir una cuota y realizar el proceso de inscripción para cada uno de ellos.

Recuerda ajustar el resumen ejecutivo de acuerdo con la categoría correspondiente.

AMCO ofrecerá un taller para ayudar a los participantes a elegir la categoría más adecuada para su trabajo, preparar el resumen y la muestra, ¡mantente pendiente!



Paso 5 – PREPARA LA MUESTRA DE TRABAJO

La muestra debe entregarse en formato electrónico a través del micrositio del Premio AMCO (www.premio.amco.com.mx) o bien compartiendo una liga desde un sistema de almacenamiento en la nube (Dropbox, Google Drive, Box, Wetransfer, etcétera). Puede incluir elementos como: publicaciones y diseños en PDF, videos, evidencia fotográfica de objetos, instalaciones y despliegue de medios, series de textos, fotografías, carteles, etcétera. **No se recibirán muestras físicas**, todos los materiales deben mostrarse a través de un testigo electrónico.

Todos los trabajos se integran al archivo de AMCO.

¿Cómo preparar la muestra?

Separa las partes de tu trabajo, poniendo el nombre de la sección en una hoja del documento PDF (Resumen ejecutivo).

Elementos electrónicos/digitales. Muestras de trabajo electrónicas e interactivas deberán estar habilitadas para su visualización en equipos con sistemas operativos Windows o Mac OSX.

Para los sitios o páginas de Internet, especifica la URL o la dirección de dicha página en el registro y en el proyecto. Asegúrate de que esté disponible para el momento de la evaluación de trabajos por parte de los jueces (al menos 45 días posteriores a la fecha de cierre de recepción de trabajos).

Para los sitios intranets o los sitios con alguna limitación para su acceso, por favor indica las instrucciones de registro, el nombre de la cuenta o contraseña.

Si el acceso puede convertirse en una barrera para la evaluación o si existe la posibilidad de que el sitio cambie de ubicación después de la inscripción del proyecto, considera incluir un *tour* o presentación en video en la muestra de trabajo (máximo de dos minutos).

Si se requieren instrucciones para poder ver la muestra, considera escribir un documento y agregarlo en PDF como parte del contenido, con el nombre "Instrucciones".

Entregas electrónicas serán descalificadas si contienen algún virus o programa dañino (*malware*), o si los jueces no pueden ver o instalar en condiciones normales (Mac o PC) las muestras de trabajo siguiendo las instrucciones indicadas.

Para mostrar objetos físicos de cualquier tamaño, como entregables, promocionales, pantallas, pizarrón de anuncios, esculturas, etcétera, documéntalos y envía fotografías a color. Es preferible tener fotografías que demuestren el uso concreto de los objetos (por ejemplo, una manta colocada en el lugar de despliegue real dentro de una campaña).

Para publicaciones bimestrales o con mayor periodicidad, se sugiere presentar tres ediciones consecutivas (en PDF) como un solo proyecto. Para publicaciones semestrales, presenta ambas ediciones en PDF. Para publicaciones únicas o anuales, incluyendo reportes anuales, presenta un solo PDF. Indica la periodicidad de la publicación (mensual, trimestral, semestral, etcétera) en el resumen ejecutivo.



Videos. Presenta los videos en formato accesible para cualquier *software* de reproducción de video: los formatos .mov y .mp4 son preferibles porque puede visualizarse en cualquier sistema operativo .wmv

Para campañas y programas de comunicación más extensos, no envíes una muestra de todos los elementos de ejecución: elige algunos ejemplos (clips, fotos, etcétera) que representen mejor el proyecto y en el contexto de su uso. Por ejemplo, no envíes una playera — mejor incluye una fotografía con un grupo de personas utilizándola.

Como revisión final, pregúntate:

- ¿Tu muestra de trabajo representa la solución como fue descrita en el resumen ejecutivo?
- ¿Si fueras un miembro del público objetivo, la muestra de trabajo llamaría tu atención?
- ¿La muestra exhibe el proyecto como algo relevante, significativo y memorable?

Paso 6 – SUBE EL TRABAJO

- Con el nombre y contraseña que creaste al registrarte, sube la muestra al sitio web de los premios www.premio.amco.com.mx y realiza el pago.
- No olvides subir tu Zip a más tardar el **25 de agosto de 2021** con la siguiente información:
 1. Resumen Ejecutivo.
 2. Carta de autorización firmada por el cliente para presentar el trabajo (sólo para agencias).
 3. Documentos de la muestra.

Paso 7 – PAGA EN LÍNEA O SUBE TU COMPROBANTE DE PAGO

Proceso de pago:

- Los pagos se realizarán por medio de:
 - o Pago Fácil (en el propio sitio web www.premio.amco.com.mx al final de la sección de participantes).
 - o Transferencia electrónica (obtener copia electrónica del comprobante).
 - o Depósitos en ventanilla (realizar copia electrónica del comprobante).
- El pago debe estar reflejado en la cuenta de AMCO a más tardar el **25 de agosto de 2021**, de no ser así, se descalificará el trabajo inscrito y en caso de cancelación no habrá devoluciones sobre las cuotas pagadas. Toma en cuenta el proceso de pago interno de tu empresa (cuándo debes pedirnos la factura o realizar el alta como proveedores, etcétera.) para que no incumplas esta fecha límite.

Los costos y promociones son las siguientes (en pesos mexicanos, el costo es por cada trabajo inscrito):

Socio AMCO.

\$7,200.00 + IVA.

En el primer trabajo	-10%
En el segundo trabajo	-10%
En el tercer trabajo	-15%
En el cuarto trabajo o más	-20%





No socios.

\$8,300 + IVA

En el segundo trabajo	-10%
En el tercer trabajo	-15%
En el cuarto trabajo o más	-20%

La inscripción incluye su participación al taller de proyectos del Premio. Si se hizo un pago por participación en el taller de proyectos del Premio, el monto será bonificado al inscribirse en el Premio AMCO. Aplica a una bonificación por trabajo.

Depósito a la cuenta BBVA Bancomer número: 045 067 4095 Sucursal 0285 de México, CDMX. Transferencia interbancaria CLABE: 0121 8000 4506 7409 56, a nombre de la Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales, A.C. Con tarjeta bancaria, solicita el link de Pago Fácil, o directamente en la página.

EVITA LA DESCALIFICACIÓN

Tu participación puede ser descalificada y el pago de la inscripción no se devolverá si:

- Las instrucciones establecidas en este documento no se siguen de manera exacta y completa.
- Los trabajos o el pago de inscripción no se han recibido antes de la fecha límite: **25 de agosto de 2021**, sin excepción. Te pedimos iniciar el trámite de pago con la debida anticipación.
- La cantidad del pago de inscripción efectuado no es la correcta. Recuerda que para cada trabajo es una cuota independiente y el descuento por pronto pago aplica sólo si el dinero está efectivamente en la cuenta de AMCO antes de las fechas límite marcadas.
- El trabajo lo desarrolló otra persona y el participante identificado en la forma de registro no tuvo una intervención directa.
- El trabajo se presenta en una división/categoría incorrecta. Te recomendamos que diseñes tu resumen ejecutivo para que se adapte a cada división en la que participes.
- Se presenta más de un trabajo o más de una muestra en un solo ID. Es necesario utilizar un registro nuevo por cada uno, es decir, cada inscripción debe contar con un ID diferente.
- El trabajo incluye material de agencias periodísticas, que sea prestado, reimpresso o de archivo.
- El resumen ejecutivo rebasa la cantidad de palabras establecidas según la división a la que corresponde.
- El proyecto no se desarrolló o evaluó durante 2019-2020.
- Eres una agencia y no acreditas con una carta firmada que el cliente te ha dado permiso para utilizar el trabajo en el Premio AMCO.



EVALUACIÓN Y PREMIACIÓN DE LOS TRABAJOS CONCURSANTES

- El jurado está integrado por profesionales de la comunicación, reconocidos por su trayectoria y experiencia en la materia a evaluar.
- Los trabajos los evalúa un grupo de jueces utilizando un criterio estandarizado.
- Los proyectos con una calificación de 5.75 o mayor, reciben el Premio AMCO.
- Aquellos que tengan una calificación de entre 5.25 y 5.74 reciben un reconocimiento al mérito.
- No existe un número máximo de premios que se puedan otorgar.
- En caso de diferencia, el voto de calidad lo tendrá el presidente de la Asociación.
- Durante la ceremonia de premiación se darán a conocer el nombre de los miembros del jurado.
- Las decisiones del jurado son inapelables.
- El jurado puede dar por desierta alguna categoría.
- Con la notificación que se envía a los participantes se incluirá una retroalimentación por parte de los jueces.
- Los trabajos ganadores, podrán citarse con fines académicos como casos de éxito en comunicación y se notificará en los medios de la asociación quienes son esas empresas o agencias con mejores prácticas de comunicación en esta edición del premio.
- Oportunamente se dará a conocer la fecha para la premiación y exhibición de los trabajos ganadores.

¿QUÉ EVALÚAN LOS JUECES?

Los jueces buscan evidencia de la planeación y documentación detallada del éxito de un trabajo, a través de objetivos bien definidos con resultados medibles. Consideran qué tan bien se concibe un proyecto, se crea y se ejecuta, qué tan apropiadas son las estrategias y los objetivos en relación con los resultados deseados y alcanzados, y cómo se miden los efectos.

Para las categorías 1 a 4, división Estrategia, y 5 a 12, división Ejecuciones, los jueces toman en cuenta:

1. Nombre de la persona (mismo indicado en el registro)
2. Nombre de la empresa o agencia
3. Nombre de la empresa y área El juez verifica que exista esta información. Si es agencia, verifica que exista una carta de autorización de la organización cliente. (Esta parte no tiene valor en la evaluación, solo es de verificación).
4. Número y nombre de la categoría ¿El proyecto está documentado en la categoría correcta? Si no es así, podría descalificarlo. (Esta parte no tiene valor en la evaluación, solo es de verificación).
5. Periodo de tiempo del proyecto ¿El proyecto se llevó a cabo entre 2019 y 2021? Si no es así, el juez debe descalificar el trabajo.
6. Contexto Este es un elemento informativo y no se califica. Está aquí solamente para que el juez cuente con un panorama general de la organización en donde ocurrió el proyecto documentado.
7 Planteamiento estratégico



7.1 Identificación de la necesidad de negocio

¿Qué tan claramente están identificadas la necesidad y sus efectos en la organización? ¿Se da un contexto adecuado/suficiente de la empresa? (descripción, objetivos, factores que influyen en el desempeño, reto específico detectado). ¿La necesidad/oportunidad se identificó por medio de una investigación formal o está sustentada por otros medios? ¿En qué medida la situación afecta o puede llegar a afectar el desarrollo de la organización? Calificación de 0 a 7.

7.2 Identificación de los públicos objetivo

¿Se describen los públicos clave (Datos psico-socio-demográficos, estilo de vida, edad, sexo, situación geográfica, y en general, la descripción exhaustiva del público)? ¿Qué características de la audiencia primaria fueron factores clave para desarrollar la propuesta? Calificación de 0 a 7.

7.3A Planteamiento de objetivos

Para satisfacer la necesidad/oportunidad (mencionada en el punto 1), ¿qué metas de comunicación y objetivos se establecieron y cómo se relacionaron con las estrategias del negocio? ¿Los objetivos están bien definidos para conseguir resultados sólidos? Calificación de 0 a 7.

7.3B Mensurabilidad de los objetivos

¿Los objetivos están redactados en términos medibles? ¿La medición planteada es adecuada para representar al objetivo? Calificación de 0 a 7.

7.4A Visión general: innovación y creatividad en la estrategia o iniciativa

¿En qué grado este proyecto representa una solución estratégica innovadora o creativa, que aporte a la práctica de la comunicación corporativa? ¿Qué tanto la medida propuesta eleva el estándar de la industria? ¿Qué tan efectiva fue la solución implementada? ¿Qué tan estratégica o creativa es la solución propuesta? ¿Se definieron mensajes clave? ¿Se utilizaron adecuadamente los medios, herramientas y tácticas para explicar el concepto/solución?, ¿fueron efectivos? Calificación de 0 a 7.

7.4B Visión general: gestión eficiente de recursos ¿Qué tan efectivamente se implantó el proyecto en términos de presupuesto, tiempo y otros recursos? (No se juzga el presupuesto destinado a un proyecto, sino el uso eficiente de ese dinero.) ¿Se utilizaron elementos de gestión efectiva (controles, gestión de proyectos, cronogramas de despliegue, sistemas de verificación, kits de despliegue)? ¿Con qué nivel de eficiencia se utilizaron los recursos disponibles al ejecutar el proyecto (presupuesto, tiempo y otros recursos)? Es deseable estén descritas las limitaciones o retos que se presentaron y cómo se resolvieron. Calificación de 0 a 7.

8 Muestra de trabajo (ejecuciones tácticas)

8.1 Muestra: Alineación entre la ejecución y los objetivos

¿Qué tanto las tácticas e iniciativas puestas en práctica están apegadas a los objetivos? ¿Qué tanto las muestras de trabajo reflejan los objetivos en el plan de trabajo? Las piezas presentadas ¿demuestran que la ejecución del proyecto se alineó para conseguir los objetivos de comunicación? Calificación de 0 a 7.

8.2 Muestra: Adecuación de la ejecución al público

¿Qué tan adecuadas son las tácticas, iniciativas o medios de este proyecto a los públicos objetivo a que están dirigidas? ¿Qué tanto las muestras presentadas manifiestan un buen entendimiento de las necesidades y características de la audiencia? En este punto se evalúa -por ejemplo- si el lenguaje utilizado corresponde a las características del público objetivo, si el medio es el más adecuado a las necesidades de la audiencia. Calificación 0 a 7.



8.3 Muestra: Calidad de ejecución

Las tácticas, medios, iniciativas, ¿están bien ejecutadas? ¿Qué tanto la muestra de trabajo demuestra una ejecución de gran calidad? Los contenidos textuales y visuales, los materiales gráficos, electrónicos, multimedia, etcétera., ¿están realizados cuidando todos los detalles técnicos y profesionales que debe tener en cuenta un comunicador corporativo? Este inciso se refiere a la calidad de las muestras, por ejemplo, excelente redacción, diseño atractivo, buenas fotografías, buena producción en video, etcétera. Calificación 0 a 7.

8.4 Muestra: Creatividad en ejecución

Las muestras de trabajo ¿demuestran creatividad, imaginación e innovación? Los mensajes clave, ¿se despliegan en las muestras de manera atractiva, novedosa, sorprendente? ¿Hay nuevas maneras de acercarse y resolver el reto creativo de comunicación, con los recursos adecuados y considerando a los públicos meta? Calificación de 0 a 7.

8.5 Muestra: Solidez de la muestra

Las muestras de trabajo ¿cumplen con la descripción del proyecto realizada en el resumen ejecutivo y están apegadas al plan de trabajo? ¿Los elementos mostrados sirven en realidad para demostrar lo que se afirma en el proyecto? Calificación de 0 a 7.

9 Evaluación o medición de resultados

9.1 Evaluación de resultados

¿Se realizó un esfuerzo por medir y dar seguimiento a los resultados? ¿El método de evaluación o medición de resultados se explica claramente? ¿Es apropiado para el proyecto? ¿Se relaciona la evaluación (ya sea por métodos cuantitativos o cualitativos) con los objetivos? Calificación de 0 a 7.

9.2 Impacto en el negocio

¿Qué tanto los resultados del programa demuestran un impacto en el negocio, alineado a la necesidad detectada y los objetivos de comunicación planteados? Al evaluar, ¿se establece en qué medida se soluciona la necesidad de negocio detectada? La medición no debería ser sólo de actuación-desempeño, sino de impacto en el negocio. Calificación de 0 a 7.

Para la categoría 13, división Evaluación, los jueces toman en cuenta:

1. Nombre de la persona. (Mismo indicado en el registro).

2. Nombre de la empresa o agencia

3. Nombre de la empresa y área

El juez verifica que exista esta información. Si es agencia, verifica que exista una carta de autorización de la organización cliente. (Esta parte no tiene valor en la evaluación, solo es de verificación).

4. Número y nombre de la categoría

¿El proyecto está documentado en la categoría correcta? Si no es así, podría descalificarlo. (Esta parte no tiene valor en la evaluación, solo es de verificación).

5. Periodo de tiempo del proyecto

¿El proyecto se llevó a cabo entre 2019 y 2020? Si no es así, el juez debe descalificar el trabajo.

6. Contexto

Este es un elemento informativo y no se califica. Está aquí solamente para que el juez cuente con un panorama general de la organización en donde ocurrió el proyecto documentado.

7 Planteamiento estratégico



7.1 Identificación de la necesidad de negocio

¿Qué tan claramente están identificadas la necesidad de evaluar y sus efectos en la organización? ¿Se da un contexto adecuado/suficiente de la empresa? (descripción, objetivos, factores que influyen en el desempeño, reto específico detectado). ¿Por qué medios se determinó la necesidad/oportunidad de evaluar?
Calificación de 0 a 7.

7.2 Identificación de los públicos objetivo

¿Se describen los públicos involucrados en la evaluación y las razones para elegirlos (Datos psico-socio-demográficos, estilo de vida, edad, sexo, situación geográfica, y en general, la descripción exhaustiva del público)? ¿Se trata más bien de un mapeo de públicos? Si es así, ¿con qué propósitos? ¿Qué características de la audiencia primaria fueron factores clave para desarrollar la propuesta? Calificación de 0 a 7.

7.3 Planteamiento de objetivos de investigación / evaluación

Para satisfacer la necesidad/oportunidad (mencionada en el punto 1), ¿qué metas y objetivos de evaluación se establecieron y cómo se relacionaron con las estrategias del negocio? ¿Las hipótesis de investigación están claramente formuladas? ¿Son evidentes y justificables los elementos se tomaron en cuenta para determinarlas? Calificación de 0 a 7.

7.4 Visión general: descripción del proceso de evaluación

¿Está claramente descrita la solución elegida para llevar a cabo la evaluación? ¿Hay una reflexión clara sobre los métodos elegidos y las razones para hacerlo? ¿Por qué estos y no otros? ¿Qué tan efectivamente se implantó el proyecto en términos de presupuesto, tiempo y otros recursos? ¿fueron efectivos? Calificación de 0 a 7.

8 Muestra de trabajo (ejecuciones tácticas)

8.1 Muestra: Alineación entre las tácticas y el propósito de la evaluación

Si se realizaron ejecuciones tácticas para apoyar la evaluación ¿Están claramente dirigidas al público meta? ¿Está claro su propósito (por ejemplo, promover la participación, sensibilizar sobre su importancia, reducir resistencia ante la investigación, etcétera.)? ¿Las ejecuciones tácticas ayudan a ese propósito? ¿Se corre el riesgo de influenciar la respuesta de los participantes? Calificación de 0 a 7.

9 Evaluación o medición de resultados

9.1 Evaluación de resultados

¿Qué se evaluó, cómo y con qué resultados? ¿Está demostrado con los documentos entregados? ¿La reflexión metodológica es independiente del signo de los resultados (es decir, se busca la objetividad, más allá de si son positivos o negativos para el negocio)? La metodología de evaluación ¿es sólida y convincente? ¿Está claramente relacionada con las hipótesis de trabajo y la necesidad del negocio planteada antes? Calificación de 0 a 7.

9.2 Impacto en el negocio

¿Qué tanto los resultados del programa demuestran un impacto en el negocio, alineado a la necesidad detectada y los objetivos de comunicación planteados? Al evaluar, ¿se establece en qué medida se soluciona la necesidad de negocio detectada? La medición no debería ser sólo de actuación-desempeño, sino de impacto en el negocio. Calificación de 0 a 7.

9.3 Presentación de resultados

¿La forma de presentar los resultados es adecuada a los públicos meta a los que va dirigido el reporte? ¿Hay innovación o creatividad digna de destacarse en la presentación de resultados (es decir, una manera de reportar que sea replicable en otras circunstancias (una mejor práctica)? ¿Se construye un significado valioso para el negocio o la organización? Calificación de 0 a 7.



La ponderación (el peso en la calificación) que tiene cada aspecto cambia en función de las divisiones:

Aspecto	Div. Estrategia Categorías 1 a 4	Div. Ejecuciones Categorías 5 a 12	Div. Evaluación Categoría 13
Planteamiento estratégico (aspecto 7 del resumen)	60%	20%	10%
Tácticas (muestra) (aspecto 8 del resumen)	20%	60%	10%
Evaluación medición (aspecto 9 del resumen)	20%	20%	80%