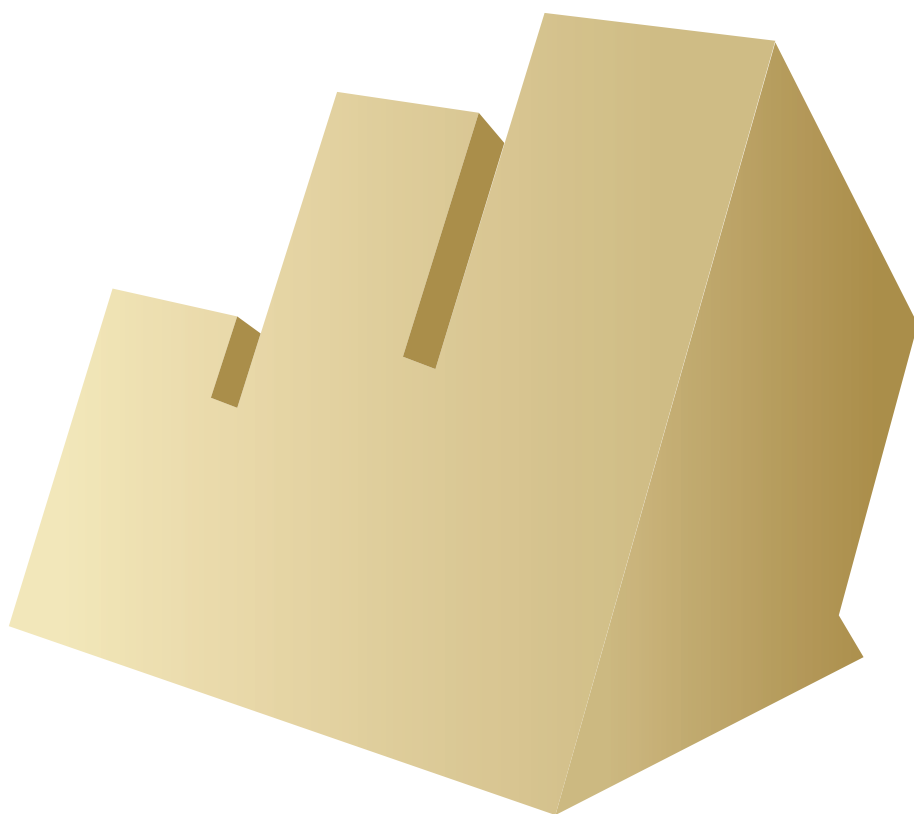


**GALERIA**

JURADOS

EN JORNADAS DE  
JUZGAMIENTO

BOGOTÁ, MARZO 13 DE 2014



**effie<sup>®</sup>**  
**awards**  
**COLOMBIA**

2014





Paulina Parra de MediaCom; Fernando Martelo, presidente del Jurado Effie 2014; Ana María Scarpetta de Kellogg's y Germán Puerta, director de Pezeta Publicidad.



Jimena Toledo de McCann, María Camargo de McCann y Daniel Giraldo de Nestlé.







Carlos López de OSI9 Web Labs, Claudia Gómez R. de el Cesa y  
Claudia Méndez de X3 Media.



Fabio Quiroga de Ogilvy & Mather y Juan Tamayo de Lowe.





Los estudiantes de la especialización en Mercadeo de Eafit, participan como asistentes de sala: Francisco García, Diana Carolina Alba y David Alejandro González.



Entre los primeros que llegaron a la jornada, Francis Lock, Presidente de Terra.







Ricardo Escobar Rua de Unilever.



Jurados del primer grupo en sesión de evaluación Effie 2014.





Los jurados ocupan 9 salones en los que evalúan las campañas de acuerdo a la categoría en la que participan.



Rodrigo Tarquino de Publicis Colombia y Hernán Peña de Proximity Colombia.







Antoine Zervudacki TBWA y Vladimir Tiuso, gerente general de MediaWise. Effie además de evaluar la efectividad se convierte en eje que propende por la camaradería del sector.



Olga Britto, directora ejecutiva de Effie Colombia recibió la inscripción de cuatrocientos siete casos este año, 67% más que en Effie 2013. ¡Todo un éxito!





Las oportunidades para compartir se restringen a discutir generalidades, tanto al interior de la sala como durante los momentos en que los jurados se sienten impedidos para calificar un caso y salen a los pasillos.



Diana Núñez de Mass durante un *break* después de una larga jornada. Algunas de las salas evaluaron más de 35 casos en la jornada de la mañana.







Es importante la coherencia entre objetivos y resultados. Los jurados detectaron casos de campañas interesantes cuyas cifras eran inconsistentes.



Tanto representantes de los anunciantes como ejecutivos de agencias de publicidad y de investigación coinciden en asegurar que las jornadas de juzgamiento son arduas pero sumamente enriquecedoras.





Para calificar a los inscritos en Effie Colombia 2014, se requirió del compromiso y minucioso trabajo de 180 jurados.



La revista ANDA de la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia además de aportar información a los visitantes al evento cubrió la jornada de evaluación.







Alejandro Peralta de Señor López y Carlos Felipe Arango de Sancho BBDO.



Andrés Navarro, CEO Idinteractive y Hugo Hernández de Media Response Colombia y Perú.





María Clara Narvaez de la compañía Senseta y Daniel Lacorazza de Netbangers.



Fernando Martelo, Mario Prieto de McCann-Erickson y Juan Carlos Samper de Batanga.







Jorge Baena y René Bernal de EAFIT.



María Cecilia Arciniegas de Saatchi & Saatchi y María Lucía Streubel de Tipsparaahorrar.com.





Alejandro Mora de MASS, Mónica Sánchez de Bavaria y María Alejandra Urbina de LOWE



Más de 80 jurados hicieron parte de la segunda jornada de evaluación de Effie 2014 que se realizó el 13 de marzo. Fernando Martelo como presidente del jurado siempre estuvo atento a resolver sus inquietudes.







Juan Felipe Restrepo de CMA Conocimiento y Liliana Sotomonte de Editorial TELEVISA.



Viviana Prieto de Caracol Tv y José Pablo Arango, gerente general de Marca País.





Isabel Pérez y Mauricio Bejarano quien actúa como puente entre Effie Colombia y la Universidad EAFIT, aliado académico que buscando contribuir al mejoramiento de la práctica del mercadeo en Colombia.



Nelson Garrido de OMD y José Pablo Arango, gerente general de Marca País.







Carlos Felipe Arango Presidente de Sancho BBDO y José Pablo Arango gerente general de Marca País.



La participación del cliente en la presentación de los casos fue uno de los temas recurrentes en las conversaciones: "Effie no es un premio para las agencias, es un premio a la efectividad de un equipo en el que el aporte de todos los involucrados beneficia al sector".







Algunos de los invitados a la jornada se estrenan como jurados, otros repiten; en general todos manifiestan lo importante que resulta este evento para el crecimiento del sector, por la experiencia que comparten y porque conocen de cerca casos de marketing y de publicidad verdaderamente efectivos.



Los jurados a lo largo de las sesiones coincidieron en que a raíz de la diversidad y el nivel profesional de los integrantes que conforman las salas, se exigió más a la hora de calificar y se enriqueció la deliberación tanto como la experiencia particular de ser jurado Effie.

