



eficacia02

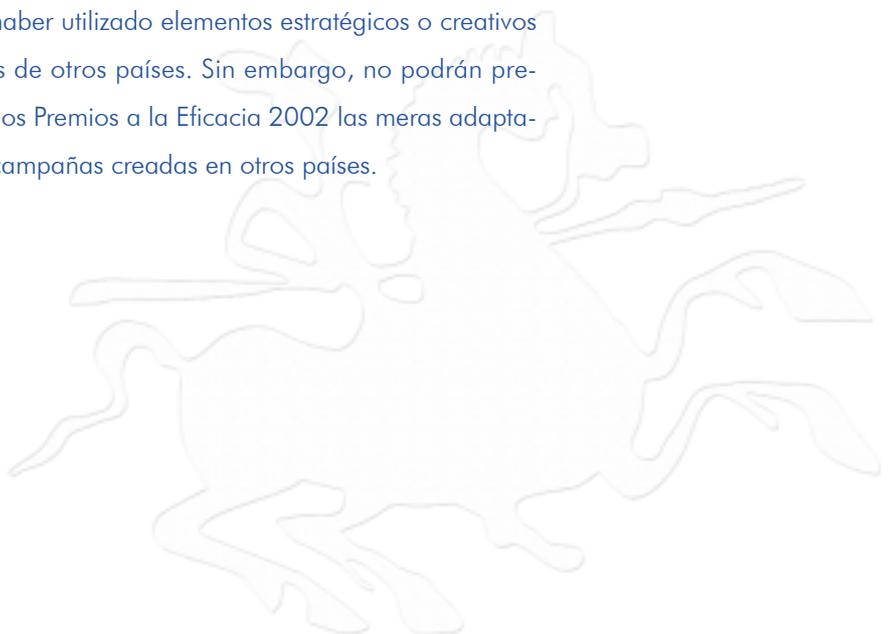
Premio español a la eficacia en la comunicación comercial

bases de participación

Bases de participación

Podrán concurrir a los Premios a la Eficacia 2002 de la Comunicación Comercial todas aquellas campañas creadas en España de ámbito internacional, nacional o local, cualquiera que sea la técnica de comunicación comercial empleada. Deben de haber sido difundidas por cualquier medio, entre el 1 de enero de 2001 y el 15 de Marzo de 2002, aunque el inicio de la campaña o acción de comunicación podrá ser anterior al 1 de enero de 2001, siempre y cuando no se hayan presentado a una edición anterior de estos premios.

Se entenderá que una campaña ha sido creada en España cuando equipos locales de la agencia y del anunciante hayan desarrollado la estrategia y creatividad de la misma, pudiendo haber utilizado elementos estratégicos o creativos provenientes de otros países. Sin embargo, no podrán presentarse a los Premios a la Eficacia 2002 las meras adaptaciones de campañas creadas en otros países.



Inscripciones

El periodo para inscribir campañas en los Premios a la Eficacia 2002 se extiende desde el 28 de febrero al 31 de mayo de 2002.

La inscripción será realizada por el Anunciante y/o su Agencia. En la inscripción deberá constar la firma de ambas partes.

Categorías

Las campañas pueden ser inscritas dentro de una de las categorías que se detallan a continuación. Una misma inscripción puede concurrir en más de una categoría, siempre y cuando se proporcione la documentación requerida en cada caso y se abonen los derechos de inscripción exigidos a cada categoría.

Los Premios a la Eficacia se dividirán en cuatro categorías. Los sectores concretos que se citan a continuación de cada categoría deben entenderse a título explicativo, no excluyente.

- **Productos de Gran Consumo.**

Alimentación, Bebidas, Tabaco, Higiene, Limpieza, Hogar, Belleza y Productos Farmacéuticos.

- **Productos de Consumo Duradero.**

Automoción, Industrial, Materiales de Trabajo, Agropecuarios, Objetos Personales, Equipo de Oficina e Informática, Textil y Vestimenta, Deportes y Tiempo Libre.

- **Servicios.**

Telecomunicaciones, .com, Finanzas y Seguros, Transporte, Viajes y Turismo, Cultura, Enseñanza, Medios de Comunicación, Restauración, Energía, Distribución, Otros.

- **Campañas Sociales y de Divulgación**

Se establecen, además, dos Premios Específicos:

- a la **Campaña de Marketing Directo más eficaz**, en el que podrán inscribirse campañas pertenecientes a cualquiera de los sectores de actividad. Competirán en la demostración de la eficacia por la utilización de las herramientas del Marketing Directo.

- a la **Campaña de Marketing Promocional más eficaz**, en el que podrán inscribirse campañas pertenecientes a cualquiera de los sectores de actividad. Competirán en la demostración de la eficacia por la utilización de las herramientas del Marketing Promocional.

El jurado podrá conceder tres premios en cada una de las categorías señaladas y en los Premios Específicos (oro, plata, bronce), o dejar desiertos los que consideren oportuno.

Entre los premiados con oro, se elegirá al Gran Premio a la Eficacia.

Además se otorgarán dos premios especiales, que son:

- Reconocimiento Especial a la Construcción de Marca
- Reconocimiento Especial a la Campaña de Bajo Presupuesto

El jurado tendrá la facultad de asignar hasta dos premios especiales más por méritos específicos de una campaña.

Se contempla asimismo que el/los patrocinador/es concedan premios especiales de acuerdo con sus áreas de actividad e intereses de comunicación.

No obstante, el jurado del certamen se reserva el derecho de cambiar las inscripciones de categorías o reclasificar las categorías establecidas, cuando lo considere oportuno.

Derechos de inscripción

Los derechos de inscripción en las categorías arriba señaladas ascienden a 1.300,00 € (IVA no incluido); en el caso de campañas cuyo presupuesto no supere los 100 millones de pesetas, el precio de la inscripción es de 650 € (IVA no incluido).

Presentación

Las campañas que concurren a los **Premios a la Eficacia** deberán ser presentadas mediante el *Formulario de Candidatura Digital*, que constará de:

- Ficha de inscripción de la campaña
- Presentación de la campaña en Power Point.

Las piezas que acompañen a la campaña deberán integrarse en un CD-Rom y tendrán las siguientes características técnicas:

- Los spots se presentarán en formato .avi o .mov a 320 x 240 pixels mínimo.
- Las piezas gráficas, en formato .tif y tamaño proporcional al original, sin sobrepasar los 800 pixels de ancho por 600 de alto.
- Cuñas de radio, en formato .wav, .aiff o .mp3 a 128 kb/s, mínimo.
- Piezas de eventos, marketing directo, marketing promocional, páginas web, interactivos, etc, en cualquier formato digital que guarde las características de las anteriores piezas.

Todas las campañas deben acompañar también, la petición de confidencialidad, si fuera necesaria, y la certificación de la campaña, en papel.

El Jurado

El jurado estará compuesto por *8 miembros y un Secretario* que serán elegidos por la **AEA** de entre los profesionales más destacados del marketing y la publicidad en España.

Los miembros del jurado celebrarán, al menos, dos reuniones. En la primera, y tras asegurar que los criterios de evaluación son compartidos por todos los miembros, se distribuirán, los Casos presentados, para una primera lectura y evaluación.

Transcurrido el tiempo necesario para completar este primer paso, cada miembro del jurado seleccionará los casos que considere deben concurrir a la segunda fase. El principal criterio para este paso a la segunda fase es que la eficacia quede probada; es decir, que en el caso se demuestre, sin lugar a dudas, que el efecto perseguido se ha debido a la comunicación.

A continuación, cada miembro del jurado recibirá todos los casos seleccionados por el resto de los miembros. Tras la evaluación de cada miembro del jurado de todos los casos elegidos, se celebrará una segunda reunión para la elección de los ganadores.

Todos los miembros del Jurado se comprometen a guardar confidencialidad sobre las deliberaciones, decisiones y premiados resultantes de sus reuniones.

La elección del **Gran Premio a la Eficacia 2002** se producirá mediante votación secreta de todos los miembros del Jurado ante un Notario que será el único que conozca el resultado de la votación. Si, por requerimientos técnicos de producción, fuera necesario conocer el resultado de la votación, el Notario podrá darlo a conocer obteniendo un compromiso de confidencialidad de los organizadores.

Criterios del jurado

El jurado recibirá por parte de la organización una serie de recomendaciones sobre cuáles son los criterios comunes para evaluar los casos presentados. El principal criterio es que la eficacia quede suficientemente demostrada en la exposición de los casos. Para ello, el jurado deberá encontrar en la documentación y el texto presentado:

- **Datos** que avalen las afirmaciones que se contienen en el texto. Para mantener la confidencialidad de ciertos datos, se admite aportar cuantificaciones sobre base 100 para detectar evolución de parámetros

- **Claridad y precisión** en los argumentos que apoyen la eficacia de la campaña.
- **Evitar los tecnicismos** y el lenguaje demasiado especializado. El jurado no tiene por qué ser experto en la materia y debe ser capaz de comprender el texto sin excepción.

Como regla general, se desecharán aquellos textos que no hayan sabido convencer al jurado de que el efecto de la campaña ha sido aislado del resto de los factores que influyen en el éxito empresarial. No obstante, al jurado se le pedirá que valore también las dificultades que en cada caso ha supuesto el hecho de aislar este efecto (no es lo mismo concretar el efecto de una acción de marketing directo que el de una campaña de imagen).

Ganadores

Los ganadores serán dados a conocer en el transcurso de la **Gala de Entrega de Premios** que se celebrará el jueves **24 de octubre de 2002** en Madrid. En el transcurso de la misma, les será entregado el trofeo al que se hayan hecho acreedores.

Derechos

Todos los casos presentados, resulten o no ganadores, quedarán en poder de la organización del certamen, quien se reserva el derecho a publicarlos y prestarlos para fines educativos y de formación de profesionales.

La participación supone la aceptación expresa de las presentes Bases.



Más información

CONSULTORES DE PUBLICIDAD

c/ Zurbano 41, 1º - 28010 Madrid

tel: 91 702 11 13 fax: 91 319 83 20

info@eficacia2002.com

www.eficacia2002.com