

Bases de participación Premios a la Eficacia 2004

Los Premios a la Eficacia nacieron con voluntad de responder a una necesidad común del sector publicitario, de un deseo de reconocer la contribución de la comunicación a la consecución de los objetivos empresariales del anunciante.

Impulsados por la Asociación Española de Anunciantes su fuerza radica en la explicación del proceso: parten del objetivo del anunciante y la aceptación de la agencia a realizarlo, y llegan hasta la consecución de los resultados obtenidos.

Se trata de los primeros galardones en España que se centran en resultados conseguidos gracias a la acción de comunicación o de medios, ya sea notoriedad, ventas, u otro tipo de rentabilidad que responda a los objetivos marcados previamente, situando la eficacia como auténtico fin de la actividad publicitaria.

Pueden concurrir a los **Premios a la Eficacia 2004** todas aquellas campañas creadas en España de ámbito internacional, nacional o local; cualquiera que sea la técnica de comunicación comercial empleada. Deben haber sido difundidas por cualquier medio, entre el **1 de enero de 2003** y el **1 de mayo de 2004**; aunque el inicio de la campaña o acción de comunicación **podrá ser anterior** al 1 de enero de 2003, **siempre y cuando no se hayan presentado a una edición anterior** de estos Premios. Las campañas podrán estar en curso siempre y cuando se hayan iniciado en las fechas antes señaladas y se disponga de resultados suficientes para su evaluación.

Se entenderá que una campaña ha sido creada en España cuando equipos locales de la agencia y del anunciante hayan desarrollado la estrategia y la 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 2004** las meras adaptaciones de campañas creadas en otros países.

Plazo de Inscripción

El periodo para inscribir campañas en los **Premios a la Eficacia 2004** se extiende desde el 1 de abril al 31 de mayo de 2004.

Áreas y Categorías

Los **Premios a la Eficacia 2004** se dividirán dos áreas: **Eficacia Publicitaria** y **Eficacia en Medios**.

Entre todos los casos presentados se entregará un reconocimiento especial al caso que aporte el mejor uso o aplicación de las herramientas de investigación para la demostración de la eficacia.

Eficacia Publicitaria

Está compuesta por seis categorías generales y cuatro categorías específicas.

El jurado podrá conceder premios de oro, plata y bronce en cada una de las categorías o dejar desiertos los que considere oportunos.

Entre todos los premiados con oro en el área de la eficacia publicitaria (tanto en categorías generales como específicas) se elegirá el **Gran Premio a la Eficacia Publicitaria**.

De entre todos los casos el jurado tendrá además, la facultad de asignar hasta dos menciones especiales por méritos concretos de una campaña.

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

Eficacia Publicitaria	Trofeo
Categorías Generales	
Productos Gran Consumo A	Oro, Plata, Bronce
Productos Gran Consumo B	Oro, Plata, Bronce
Productos de Consumo Duradero	Oro, Plata, Bronce
Servicios A	Oro, Plata, Bronce
Servicios B	Oro, Plata, Bronce
Campañas Sociales y Campañas de las Administraciones Públicas	Oro, Plata, Bronce
Categorías Específicas	
Marketing Directo	Oro, Plata, Bronce
Marketing Promocional	Oro, Plata, Bronce
Marketing Interactivo	Oro, Plata, Bronce
Relaciones Públicas	Oro, Plata, Bronce
	Gran Premio

Eficacia en Medios

Recogerá las campañas inscritas en este área. El jurado podrá otorgar un máximo de tres oros, tres platas y tres bronce.

Entre todos los premiados con oro en el área de la eficacia en medios se elegirá el **Gran Premio a la Eficacia en Medios**.

El jurado tendrá la facultad de asignar hasta dos menciones especiales por méritos concretos de una campaña.

El jurado del certamen se reserva el derecho de agrupar las candidaturas organizándolas por targets, por tramos de inversión u otros.

Eficacia en Medios	Trofeo
Eficacia en Medios	Hasta tres Oros Hasta tres Platas Hasta tres Bronces
	Gran Premio

Eficacia Publicitaria y Eficacia en Medios	Trofeo
Reconocimiento Especial Investigación	Si

Las categorías generales en detalle

	Categorías Generales	Sector
1	Gran Consumo A: Alimentación	ALIMENTACIÓN: Aceites, Alimentos congelados, Alimentos frescos, Alimentos dietéticos y adelgazantes, Aperitivos, Cafés, Caldos, sopas y platos deshidratados, Cereales, Arroz y legumbres secas, Chocolates, Productos de cacao, Conservas,

		Alimentación infantil, Galletas, Panadería y pastelería, Helados, Postres frescos, Postres secos, Lácteos, Cárnicos, Infusiones, Caramelos y golosinas, Dulces navidad, Grasas alimenticias, Pastas alimenticias, Quesos, Salsas, Alimentación animal, Varios Alimentación.
2	Gran Consumo B: Bebidas Belleza, Higiene y Salud Limpieza Tabaco Varios	<p>BEBIDAS: Aguas, Aperitivos, Bebidas alcohólicas varias, Licores, Whiskies, Cognacs y brandies, Vinos, Espumosos y sidras, Cervezas, Isotónicas / Energéticas, Refrescantes, Zumos, Varios Bebidas.</p> <p>BELLEZA, HIGIENE y SALUD: Adelgazantes, Colonias y Perfumes, Cuidados del cuerpo, Desodorantes, Estética corporal, Maquillaje, Productos afeitado, Higiene de la boca, Higiene femenina, Depilatorios, Higiene de los pies, Higiene infantil, Jabones y geles, Tratamiento de belleza faciales, Productos para el cabello, Productos solares, Complementos higiene, Analgésicos y anticatarrales, Parafarmacia, Varios Belleza & Higiene, Salud.</p> <p>LIMPIEZA: Abrillantadores, Ambientadores, Insecticidas y plaguicidas, Lavado ropa, detergentes, Suavizantes, Aditivos para lavado, Lavado vajillas, Limpiadores, Limpiadores calzado, Útiles limpieza, Varios Limpieza.</p> <p>TABACO. Cigarrillos. Varios Tabaco.</p> <p>VARIOS</p>
3	Productos de Consumo Duradero: Automoción Hogar Deportes y Tiempo Libre Industrial, Materiales de Trabajo y Agropecuario Objetos Personales Textil y Vestimenta Construcción Equipos Oficina y Comercio Varios	<p>AUTOMOCIÓN: Automóviles turismo, Motocicletas, Náutica, Neumáticos, Vehículos industriales, Aviones, Publicidad institucional medios de transporte, Accesorios y mantenimiento automoción, Varios Automoción.</p> <p>HOGAR: Artesanía, Climatización, Grandes electrodomésticos, Pequeños electrodomésticos, Menaje hogar, Muebles, Embalaje doméstico, Celulosa hogar, Productos infantiles, Sistemas de seguridad, Sonido, Televisión y video, Varios Hogar.</p> <p>DEPORTES Y TIEMPO LIBRE: Artículos deportivos, Bricolaje, Camping – Caravanning, Piscinas y equipamiento, Juegos y juguetes, Video-juegos y juegos de ordenador, Varios Deportes y Tiempo Libre.</p> <p>INDUSTRIAL, MATERIALES DE TRABAJO Y AGROPECUARIO: Baterías y acumuladores industriales, Tratamiento depuración de aguas industriales, Envases y embalajes industriales, Varios Industrial y Materiales de Trabajo y Agropecuario.</p> <p>OBJETOS PERSONALES: Artículos fumador, Instrumentos musicales, Fotografía, Óptica, Relojería y joyería, Aparatos telefónicos, Artículos viaje y marroquinería, Varios Objetos Personales.</p> <p>TEXTIL Y VESTIMENTA: Calzado, Complementos, Confección exterior, Confección interior, Confección en piel, Fibras textiles, Lanas e hilos, Medias y calcetines, Prendas deportivas, Ropa vaquera, Tejidos, Textiles hogar, Varios Textil y Vestimenta.</p> <p>CONSTRUCCIÓN: Materiales de construcción, Saneamientos, Varios Construcción.</p> <p>EQUIPOS OFICINA Y COMERCIO: Informática, Maquinas de oficina, Material de escritorio, Máquinas comercio, Varios Equipos Oficina y Comercio.</p> <p>VARIOS</p>
4	Servicios A: Telecomunicaciones Medios de Comunicación	<p>TELECOMUNICACIONES: Operadores de telecomunicaciones, Varios Telecomunicaciones.</p> <p>MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Medios de Comunicación, Varios Medios de Comunicación.</p>
5	Servicios B: Otros Finanzas y Seguros Loterías Cultura y Enseñanza Distribución y Restauración	<p>FINANZAS Y SEGUROS: Bancos y Cajas, Inversiones financieras, Tarjetas y cheques, Seguros, Varios Finanzas y Seguros.</p> <p>LOTERÍAS: Juegos y apuestas, Varios Loterías.</p> <p>CULTURA y ENSEÑANZA: Coleccionables, Cursos completos, Productos editoriales impresos, Ediciones multimedia, Productos editoriales música, Editoriales vídeo, Enseñanza, Arte y espectáculos, Varios Cultura y Enseñanza.</p>

	<p>Energía Servicios Públicos y Privados Transporte, Viajes y Turismo Publicidad Construcción Varios</p>	<p>DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN: Cadenas y tiendas de distribución, Grandes superficies, Restauración, Venta a distancia, Varios Distribución y Restauración.</p> <p>ENERGÍA: Uso de energía doméstica e industrial, Carburantes, Varios Energía.</p> <p>SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS: Ferias y congresos, Servicios empresariales, Infraestructuras, Varios Servicios Públicos y Privados.</p> <p>TRANSPORTE, VIAJES Y TURISMO: Transporte mercancía, Servicio transporte pasajeros / pasajes, Alquiler de vehículos, Viajes y turismo, Varios Transporte, Viajes y Turismo.</p> <p>PUBLICIDAD: Agencias de Publicidad, Premios y certámenes, Varios Publicidad.</p> <p>CONSTRUCCIÓN: Empresas inmobiliarias, Varios Construcción.</p> <p>VARIOS</p>
6	<p>Campañas Sociales y Campañas de las Administraciones Públicas</p>	<p>Campañas de interés público, Corporaciones y asociaciones, Servicios públicos sin ánimo de lucro, ONG's, Campañas de las Administraciones Públicas, Varios Campañas Sociales y Campañas de las Administraciones Públicas.</p>

Participación:

Para participar en los **Premios a la Eficacia 2004** se tiene que completar una serie de pasos, que se detallan a continuación:

También se puede consultar información y descargar toda la documentación necesaria para participar en: www.premioseficacia.com

1.- Candidatura

Las campañas se realizarán en una presentación de Powerpoint (que será lo que evalúe el jurado), y también se presentará el texto escrito en Word (que servirá únicamente para su inclusión en el Libro de la Eficacia). Ambos documentos tendrán similares contenidos y se incluirán en un solo CD-Rom (compatible con PC Windows).

Los contenidos de ese CD-Rom, que se entregará por **cuadruplicado**, serán los siguientes:

1. Presentación del Caso en PowerPoint donde se expondrá el desarrollo de la campaña, siendo libre el diseño de la presentación (este será el documento que evaluará el jurado).
2. Documento en Word de no más de siete páginas A-4 en cuerpo de texto 12, que será el que se incluya en el Libro de la Eficacia.
3. Las piezas gráficas, las audiovisuales y las de audio deberán adjuntarse en el mismo CD-Rom con las siguientes características técnicas:
 - Los spots se presentarán en formato mpg, las piezas gráficas en formato jpg, y las cuñas de radio en formato mp3.
 - Piezas de eventos, marketing directo, marketing promocional, páginas web, interactivos, etc, se presentarán en el formato digital que guarde las características del punto anterior.
 - Además se deberá incluir una carpeta dentro del mismo CD-Rom con los siguientes ficheros: logos del anunciante y de la agencia, y 8 imágenes representativas del Caso concursante. Todos los archivos en alta resolución y calidad suficiente para su impresión en papel.
 - Todo lo incluido en el CD-Rom deberá ser plenamente compatible con los estándares Windows de Microsoft.
4. El CD-Rom original y sus correspondientes duplicados deberán ir debidamente etiquetados mostrando el nombre del anunciante, la marca, el producto y la agencia.

2.- Derechos de Inscripción

Los Derechos de Inscripción para todas las áreas y categorías ascienden a 1.450 € (IVA no incluido).

En el caso de campañas cuyo presupuesto no haya superado los 600.000 € (incluyendo total producción + medios + remuneración de agencia para la eficacia publicitaria o la inversión neta en medios para la eficacia en medios), el precio de la Inscripción es de 930 € (IVA no incluido).

El jurado no evaluará ningún caso que no haya hecho efectivo los Derechos de Inscripción.

3.- Certificación conjunta del Caso

Todos los casos candidatos deberán contener la autorización expresa y conjunta del anunciante y de la agencia.

4.- Confidencialidad

Si alguno de los apartados del caso fuera de carácter confidencial y la información proporcionada fuera tan solo para la evaluación del jurado, deberá indicarse por escrito, indicando qué aspectos de la candidatura tienen éste carácter.

El jurado

Los componentes del jurado serán elegidos de entre los profesionales más destacados del marketing y la publicidad, y estará compuesto por diez miembros y un secretario. Uno de los miembros del jurado será nombrado Presidente.

El jurado trabajará en tres fases:

- 1.- En la primera fase se evaluarán todos los casos inscritos y se seleccionarán los casos finalistas que deban pasar a la Lista Corta.
El principal criterio para acceder a la segunda fase será que la eficacia haya quedado suficientemente demostrada; es decir, que el caso demuestre sin lugar a dudas que el efecto conseguido se ha debido a la comunicación o al efecto de la acción en medios.
- 2.- En la segunda fase cada miembro del jurado analizará todos los casos incluidos en la Lista Corta.
- 3.- Finalmente, y tras la evaluación por cada miembro del jurado de todos los casos, se celebrará la tercera reunión para la elección del palmarés.

La elección del **Gran Premio a la Eficacia Publicitaria 2004** y del **Gran Premio a la Eficacia en Medios 2004** 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 hasta el día de la entrega de premios. Si, por requerimientos de producción, fuera necesario conocer el resultado de la votación el notario podrá darlo a conocer obteniendo un compromiso de confidencialidad de los organizadores.

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

Ganadores

Los ganadores serán dados a conocer en la Gala de Entrega de Premios, que tendrá lugar el 21 de octubre de 2004 en Madrid. En el transcurso de la misma les será entregado el Trofeo al que se hayan hecho acreedores.

Derechos

Salvo petición expresa de confidencialidad, los casos presentados, resulten o no ganadores, quedarán en poder de la organización del certamen, quien se reserva el derecho a publicarlos y utilizarlos con fines divulgativos, educativos y/o de formación profesional.

La participación supone la aceptación expresa de las presentes bases de participación.