

eficacia



VII EDICIÓN
PREMIOS A LA EFICACIA
EN COMUNICACIÓN COMERCIAL

Bases de participación Premios a la Eficacia 2005

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 2005** 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 2004** y el **1 de mayo de 2005**; aunque el inicio de la campaña o acción de comunicación **podrá ser anterior** al 1 de enero de 2004, **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.

No se aceptarán campañas que hayan sido rechazadas o estén en litigio con Autocontrol.

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 2005 las meras adaptaciones de campañas creadas en otros países.

No se premiará el éxito de una actuación empresarial ni de marketing, sino el efecto publicitario demostrado en el caso.

Plazo de Inscripción

El periodo para inscribir campañas en los **Premios a la Eficacia 2005** se extiende desde el 1 de abril al 31 de mayo de 2005.

Áreas, Categorías y Premios Especiales

Los **Premios a la Eficacia 2005** se dividirán en tres áreas: **Eficacia Publicitaria, Eficacia en Medios y Eficacia en Servicios de Marketing.**

Eficacia Publicitaria

Está compuesta por seis categorías.

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

eficacia
VII EDICIÓN
 PREMIOS A LA EFICACIA
 EN COMUNICACIÓN COMERCIAL

Bases de participación Premios a la Eficacia 2005

Detalle de las Categorías de Eficacia Publicitaria:

	Categorías	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	Bebidas: Aguas, Aperitivos, Bebidas alcohólicas varias, Licores, Whiskies, Cognacs y brandies, Vinos, Espumosos y sidras, Cervezas, Isotónicas / Energéticas, Refrescantes, Zumos, Varios Bebidas. 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 Limpieza: Abrillantadores, Ambientadores, Insecticidas y plaguicidas, Lavado ropa, detergentes, Suavizantes, Aditivos para lavado, Lavado vajillas, Limpiadores, Limpiadores calzado, Útiles limpieza, Varios Limpieza Tabaco: Cigarrillos. Varios Tabaco. Varios
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	Automoción: Automóviles turismo, Motocicletas, Náutica, Neumáticos, Vehículos industriales, Aviones, Publicidad institucional medios de transporte, Accesorios y mantenimiento automoción, Varios Automoción. Hogar: Artesanía, Climatización, Grandes electrodomésticos, Pequeños electrodomésticos, Menaje hogar, Muebles, Embalaje doméstico, Celulosa hogar, Productos infantiles, Sistemas de seguridad, Sonido, Televisión y vídeo, Varios Hogar. Deportes y Tiempo Libre: Artículos deportivos, Bricolaje, Camping – Caravaning, Piscinas y equipamiento, Juegos y juguetes, Video-juegos y juegos de ordenador, Varios Deportes y Tiempo Libre. 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. Objetos Personales: Artículos fumador, Instrumentos musicales, Fotografía, Óptica, Relojería y joyería, Aparatos telefónicos, Artículos viaje y marroquinería, Varios Objetos Personales. 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. Construcción: Materiales de construcción, Saneamientos, Varios Construcción. Equipos Oficina y Comercio: Informática, Maquinas de oficina, Material de escritorio, Máquinas comercio, Varios Equipos Oficina y Comercio. Varios

eficacia



VII EDICIÓN
PREMIOS A LA EFICACIA
EN COMUNICACIÓN COMERCIAL

Bases de participación Premios a la Eficacia 2005

4	Servicios A: Telecomunicaciones Medios de Comunicación	Telecomunicaciones: Operadores de telecomunicaciones, Varios Telecomunicaciones. Medios de Comunicación: Medios de Comunicación, Varios Medios de Comunicación.
5	Servicios B: Otros Finanzas y Seguros Loterías Cultura y Enseñanza Distribución y Restauración Energía Servicios Públicos y Privados Transporte, Viajes y Turismo Publicidad Construcción Varios	Finanzas y Seguros: Bancos y Cajas, Inversiones financieras, Tarjetas y cheques, Seguros, Varios Finanzas y Seguros. Loterías: Juegos y apuestas, Varios Loterías. Cultura y Enseñanza: Coleccionables, Cursos completos, Productos editoriales impresos, Ediciones multimedia, Productos editoriales música, Editoriales video, Enseñanza, Arte y espectáculos, Varios Cultura y Enseñanza. Distribución y Restauración: Cadenas y tiendas de distribución, Grandes superficies, Restauración, Venta a distancia, Varios Distribución y Restauración. Energía: Uso de energía doméstica e industrial, Carburantes, Varios Energía. Servicios Públicos y Privados: Ferias y congresos, Servicios empresariales, Infraestructuras, Varios Servicios Públicos y Privados. Transporte, Viajes y Turismo: Transporte mercancía, Servicio transporte pasajeros / pasajes, Alquiler de vehículos, Viajes y turismo, Varios Transporte, Viajes y Turismo. Publicidad: Agencias de Publicidad, Premios y certámenes, Varios Publicidad. Construcción: Empresas inmobiliarias, Varios Construcción. Varios
6	Campañas Sociales y Campañas de las Administraciones Públicas	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.

Eficacia en Medios

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

Eficacia en Servicios de Marketing

Recogerá las campañas inscritas que pertenezcan a las disciplinas de Marketing Directo, Marketing Promocional, Marketing Interactivo y Relaciones Públicas.

El jurado podrá otorgar un máximo de dos oros, dos platas y dos bronce.

Premio Especial Eficacia en Integración

Se otorgará un trofeo de oro al caso que mejor haya sabido demostrar la integración de las diferentes acciones de comunicación.

Para el Premio Especial a la Eficacia en la Integración se podrán presentar varias agencias conjuntamente y/o anunciantes con una campaña desarrollada por una o más agencias.



Bases de participación Premios a la Eficacia 2005

Premio Especial Mejor Uso de la Investigación

Tendrá derecho a un trofeo de oro el caso que opte a este área y que se distinga de entre los demás por explicar el mejor uso o aplicación de las herramientas de investigación para la demostración de la eficacia.

Reconocimientos Especiales

De entre todos los casos presentados, el Jurado tendrá la facultad de asignar hasta dos reconocimientos especiales por méritos concretos de una campaña.

De entre todos los casos premiados con un oro se elegirá el **Gran Premio a la Eficacia 2005**.

El jurado del certamen se reserva el derecho de cambiar las inscripciones de categoría o reclasificar las categorías establecidas, cuando lo considere oportuno.

Participación:

Para participar en los **Premios a la Eficacia 2005** se tienen 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/ Derechos de Inscripción

La formalización de los Derechos de Inscripción por cada caso ascienden a 1.520 € (IVA no incluido).

En el caso de campañas cuyo presupuesto no haya superado los 600.000 € (incluyendo total producción + medios + remuneración de agencia, o en el caso de Eficacia en Medios inversión neta en medios), el precio de la Inscripción es de 975 € (IVA no incluido).

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

En caso de retirada de candidatura, los Derechos de Inscripción no serán reembolsados una vez pasado el plazo de inscripción (31 de mayo, 2005).

Para la formalización de los Derechos de Inscripción es necesario descargar el documento correspondiente desde la página web de los premios.

2/ Candidatura

La exposición de cada caso se realizará en una presentación de PowerPoint (que será lo que evalúe el jurado). Las piezas gráficas, las audiovisuales y las de audio, si las hubiera, deberán adjuntarse en el mismo CD-Rom. También se presentará el texto escrito en Word (que servirá únicamente para su inclusión en el Libro de la Eficacia). Todos los ficheros anteriormente descritos se incluirán en un solo CD-Rom (compatible con PC Windows).

eficacia



VII EDICIÓN
PREMIOS A LA EFICACIA
EN COMUNICACIÓN COMERCIAL

Bases de participación Premios a la Eficacia 2005

Los contenidos de ese CD-Rom, que se entregará por **cuadriplicado y debidamente identificados**, serán los siguientes:

1. Presentación del Caso en PowerPoint donde se expondrá el desarrollo del campaña, siendo libre el diseño de la presentación (este será el documento que evaluará el jurado).
2. Las piezas gráficas, las audiovisuales y las de audio se ajustarán a 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.
3. Documento en Word que resuma, en no más de siete páginas A-4 en cuerpo de texto 12, el contenido del Caso, y que será el que se incluya en el Libro de la Eficacia.
4. Una carpeta 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.

El CD-Rom original más sus correspondientes tres copias deberán ir debidamente etiquetados mostrando el nombre del anunciante, la marca, el producto y la agencia, así como ser plenamente compatibles con los estándares Windows de Microsoft.

3/ Certificación conjunta del Caso

Todos los casos candidatos deberán contener la autorización expresa y conjunta del anunciante y de la agencia, a tal efecto se facilita un documento descargable desde la página web de los premios.

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 reflejarse por escrito, indicando qué aspectos de la candidatura tienen éste carácter. Asimismo existe un documento que se puede descargar desde la página web para este fin.



Bases de participación Premios a la Eficacia 2005

El jurado

Los componentes del jurado serán profesionales destacados del sector, de agencias de publicidad y de medios, y de anunciantes. Estará compuesto por doce miembros de los que uno de ellos será nombrado Presidente, y todos contarán con la asistencia del Secretario del Jurado.

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, dependiendo de que sean casos inscritos en el Área de la Eficacia Publicitaria, Eficacia en Servicios de Marketing o de la Eficacia 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 2005** 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 20 de octubre de 2005 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.