

**Convoca:**

**aeanunciantes**  
Asociación Española de Anunciantes

**Organiza:**

GRUPO  CONSULTORES

**Patrocinan:**

**mediaedge:cia**  
Active Engagement



**Publimedia**

**rtve**



## Bases de Participación Premios a la Eficacia 2009

---

Los Premios a la Eficacia nacieron en 1997 para responder a una necesidad común del sector publicitario: reconocer la contribución de la comunicación a la consecución de los objetivos empresariales de las empresas anunciantes. Impulsado 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, a través del ejercicio profesional de la colaboración entre anunciantes y agencias, hasta la consecución de los resultados obtenidos.

### I. ASPECTOS GENERALES

- 1.1** Pueden concurrir a los **Premios a la Eficacia 2009** todas aquellas campañas creadas o adaptadas en España de ámbito internacional, nacional o local; cualquiera que sea la técnica de comunicación comercial empleada. Deben haber sido difundidas por cualquier medio (convencional o no), entre el **1 de enero de 2008** y el **1 de mayo de 2009**; aunque el inicio de la campaña o acción de comunicación **podrá ser anterior** al 1 de enero de 2008, **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.
- 1.2** No se aceptarán campañas que hayan sido **rechazadas o estén en litigio** en Autocontrol de la Publicidad o en los tribunales de justicia

- 1.3** 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 algún elemento estratégico proveniente de otros países o haber trabajado en equipo con profesionales de otros países.
- 1.4** Se entenderá que una **campaña ha sido adaptada en España** cuando equipos locales de la agencia y del anunciante hayan realizado las labores de adaptación necesarias para su difusión en territorio nacional. **Las adaptaciones de campañas creadas en otros países sólo podrán presentarse a la Categoría Especial de Adaptación para España de una Campaña Internacional.**
- 1.5** No se premiará el éxito de una actuación empresarial ni de marketing, sino la Eficacia que la comunicación comercial ha tenido de acuerdo con los datos aportados en el caso.

## 2. PLAZO DE INSCRIPCIÓN

El período de inscripción de casos, y recepción de materiales, en los Premios a la Eficacia 2009 se extiende desde el **1 de abril al 29 de mayo de 2009, ambos incluidos.**

## 3. CATEGORÍAS

Para poder competir en las categorías que se detallan a continuación, es **necesaria la inscripción de la campaña**, cumplimentando y enviando a la Organización los siguientes documentos: Formulario de Candidatura, Derechos de Inscripción, Certificación Conjunta, Confidencialidad (si la hubiera).

### 3.1 CATEGORÍA EFICACIA EN COMUNICACIÓN COMERCIAL y EFICACIA EN COMUNICACIÓN COMERCIAL BAJO PRESUPUESTO

El Jurado podrá conceder un máximo de cinco premios de oro, cinco premios de plata y cinco premios de bronce a cualquier campaña de publicidad realizada en España, que demuestre su Eficacia y utilice una o varias herramientas de comunicación.

Se premiará la Eficacia de la Comunicación Comercial, independientemente del sector o de si se ha utilizado una o varias fórmulas de comunicación comercial; publicidad convencional, patrocinio, relaciones públicas, marketing directo, marketing promocional, marketing interactivo, marketing digital, marketing móvil o cualquier otra.

De estos quince premios en Eficacia en Comunicación Comercial, el Jurado podrá conceder un oro, una plata y un bronce, a aquellas campañas que no hayan superado los **600.000€** de presupuesto (incluyendo plan de medios). Los casos que quieran ser considerados **campañas de bajo presupuesto**, así lo harán constar en el documento de derechos de inscripción correspondiente.

## 3.2 CATEGORÍA EFICACIA EN MEDIOS

El Jurado podrá conceder un máximo de dos premios de oro, dos premios de plata y dos premios de bronce a aquellas estrategias de medios que hayan demostrado ser altamente eficaces tras su implementación.

## 3.3 CATEGORÍAS ESPECIALES

- **CATEGORÍA ESPECIAL REGIONAL / LOCAL**

Se podrán presentar aquellas campañas realizadas para un ámbito geográfico regional o local (ciudad, isla, comarca, provincia, comunidad autónoma, etc.).

El Jurado valorará la excelencia y los resultados de campañas limitadas en su ámbito geográfico.

El Jurado podrá otorgar como máximo un premio de oro, uno de plata y uno de bronce.

- **CATEGORÍA ESPECIAL INTERNACIONALIDAD**

Se podrán presentar aquellas campañas de publicidad realizadas en España y que se hayan difundido en al menos tres países (dos además de España).

El Jurado valorará la capacidad de desarrollar una campaña internacional con Eficacia en distintos mercados, además del español.

El Jurado podrá otorgar un premio de oro.

- **CATEGORÍA ESPECIAL RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Se podrán presentar aquellas campañas de responsabilidad social que demuestren su Eficacia en su acción de comunicación social.

El Jurado valorará aquellos resultados que produzcan un efecto beneficioso para la sociedad, ya sea económico, de información o de cambios de conducta y/o comportamiento.

El Jurado podrá otorgar un premio de oro.

La campaña ganadora de la Categoría Especial Responsabilidad Social, no optará al Gran Premio a la Eficacia.

- **CATEGORÍA ESPECIAL ADAPTACIÓN PARA ESPAÑA DE UNA CAMPAÑA INTERNACIONAL**

Se podrán presentar aquellas campañas cuya estrategia y creatividad haya sido desarrollada fuera de España, y que hayan sido especialmente adaptadas con éxito para su difusión en el mercado español, en el periodo de tiempo indicado en el punto 1.1 de este documento.

El Jurado valorará la capacidad de adaptación en función de la obtención de una Eficacia extraordinaria en el mercado español, y la capacidad de haberse adaptado a las peculiaridades de dicho mercado.

El Jurado podrá otorgar un premio de oro.

La campaña ganadora de Categoría Especial Adaptación, no optará al Gran Premio a la Eficacia.

## 4. PREMIOS

La relación de Premios que se otorgarán en cada una de las categorías anteriormente indicadas es la siguiente:

	ORO	PLATA	BRONCE
<b>Eficacia en Comunicación Comercial</b>	5	5	5
<b>Eficacia en Medios</b>	2	2	2
<b>Categorías Especiales</b>	4	1	1

Además, de entre todos los casos inscritos en alguna de las categorías de la vigente edición de los Premios a la Eficacia, el Jurado podrá conceder los siguientes Premios:

### RECONOCIMIENTOS ESPECIALES

De entre todas las campañas presentadas, el Jurado tendrá la facultad de asignar hasta **dos Reconocimientos Especiales** adicionales por méritos concretos de una campaña; estando uno de ellos asignado al reconocimiento especial al mejor uso o aplicación de los métodos y herramientas de **INVESTIGACIÓN** utilizadas por la agencia y el anunciante para valorar la demostración y los efectos de la campaña.

### PREMIO A LA TRAYECTORIA PUBLICITARIA DE UNA MARCA

Este Premio se otorga como reconocimiento a aquella marca que haya trabajado de forma consistente en la búsqueda de la Eficacia a través de las herramientas de la publicidad, innovación, estrategia y buen uso de los medios, demostrando el retorno de la inversión.

La marca ganadora del presente premio, es elegida por los miembros del **Club de Jurados de los Premios a la Eficacia**, de acuerdo a su propia experiencia.

## GRAN PREMIO A LA EFICACIA

El Gran Premio a la Eficacia será elegido por el Jurado de entre todos los **Premios de oro** entregados en las categorías de Eficacia en **Comunicación Comercial**, Eficacia en **Medios** y las Categorías Especiales **Regional/local** e **Internacionalidad**.

No optarán al Gran Premio a la Eficacia los Premios de oro entregados en las Categorías Especiales de Responsabilidad Social y Adaptación para España de una Campaña Internacional.

## AGENCIA DEL AÑO

Tras conocerse el Gran Premio a la Eficacia, se dará a conocer el Premio a la Agencia del Año. Este reconocimiento se entregará a la **agencia más premiada en la presente edición** de los Premios a la Eficacia de acuerdo con la siguiente valoración:

Premio de Oro	5 puntos
Premio de Plata	4 puntos
Premio de Bronce	3 puntos
Reconocimiento Especial	2 puntos
Lista Corta	1 punto
Gran Premio	3 puntos

www.premioseficacia.com

## 5. PARTICIPACIÓN

La información completa y descarga de documentos de los Premios a la Eficacia 2009 se encuentra disponible en la página web **www.premioseficacia.com**.

Los participantes encontrarán recomendaciones para la preparación del caso en la página web **www.premioseficacia.com**

Para la inscripción de campañas, se debe hacer llegar a la Organización de los Premios la documentación que a continuación se detalla:

**\* Una misma campaña podrá concursar a más de una de la categorías expuestas en el punto 3 de este documento.**

## Documentación requerida para la inscripción de casos

### Derechos de Inscripción Formulario de Candidatura Certificación Conjunta Confidencialidad\*

(\*sólo en caso de solicitar confidencialidad sobre algún aspecto del caso presentado)

- **Derechos de Inscripción**

Deberá enviarse a la Organización el documento Derechos de Inscripción debidamente cumplimentado y firmado. La formalización de dichos Derechos de Inscripción por cada caso inscrito a concurso ascienden a 1.680 € (+16% IVA).

No entrará a concurso ni el Jurado evaluará ningún caso que no haya hecho efectivo los Derechos de Inscripción antes de la finalización del plazo de inscripción (29 de mayo, 2009).

Una misma campaña podrá concursar en más de una de las categorías expuestas en el punto 3 de este documento. Los Derechos de Inscripción serán abonados individualmente para cada una de las categorías a las que concurra.

En caso de retirada de candidatura, los Derechos de Inscripción no serán reembolsados una vez pasado el plazo de inscripción (29 de mayo, 2009).

- **Formulario de Candidatura**

Deberá enviarse a la Organización el documento Formulario de Candidatura debidamente cumplimentado.

Se debe cumplimentar el Formulario de Candidatura correspondiente a la categoría en la que se desee presentar el caso, existiendo: Formulario de Candidatura Eficacia en Comunicación Comercial, Formulario de Candidatura Eficacia en Medios, Formulario de Candidatura Categorías Especiales. En cada uno se especifica el material requerido para la presentación del caso.

- **Certificación Conjunta**

Deberá enviarse a la Organización el documento Certificación Conjunta debidamente cumplimentado y firmado, siendo obligatoria la firma de las dos partes expuestas en el documento.

- **Confidencialidad**

El documento de Confidencialidad deberá enviarse a la Organización debidamente cumplimentado y firmado en el caso de que algún dato o apartado del caso inscrito fuera de carácter confidencial y la información proporcionada fuera tan sólo para la evaluación del Jurado.

Deberá detallarse por escrito, qué aspectos de la candidatura tienen carácter confidencial.

## 6. EL JURADO

Los componentes del Jurado serán profesionales destacados del sector, de agencias de publicidad, medios, anunciantes e instituciones académicas. Estará compuesto por diez 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 los resultados conseguidos se han 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.



Los **criterios** por los que el Jurado valorará la demostración de la Eficacia son los siguientes:

**Retorno**

Valorará el nivel de retorno de la inversión realizada en comunicación, su explicación y justificación.

**Dificultad**

Valorará el grado de dificultad que la acción de comunicación debe resolver (competitividad del mercado, madurez del producto, indiferenciación, etc).

**Innovación**

Valorará el grado de innovación que supone la solución aportada, y muy especialmente las nuevas ideas creativas.

**Demostración**

Valorará la irrefutabilidad con que el caso prueba el efecto conseguido, por la comunicación en el negocio del cliente.

**Medición**

Valorará la calidad y la innovación de las herramientas de medición utilizadas para demostrar los efectos de la comunicación.

**Presentación**

Valorará la calidad de la redacción, estructura y presentación del caso.

www.premioseficacia.com

La elección del **Gran Premio a la Eficacia 2009** se producirá mediante votación secreta de todos los miembros del Jurado ante notario. El notario será el único que conozca el resultado de la votación y no se hará pública 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 a los organizadores obteniendo un compromiso de confidencialidad de los mismos.

El Jurado del certamen se reserva el derecho de efectuar los cambios que considere oportunos para la mejora de los Premios, respetando la estructura de categorías expresada en estas Bases. Las decisiones adoptadas por el Jurado del certamen son definitivas e irrevocables siempre que se adapten a estas Bases.

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

## 7. GANADORES

Todos los casos que lleguen a Lista Corta, serán merecedores de un diploma acreditativo de su condición de Finalistas en los Premios a la Eficacia 2009.

Los ganadores serán dados a conocer públicamente en la Gala de Entrega de Premios, que tendrá lugar a lo largo de la segunda quincena del mes de octubre de 2009, en Madrid. En el transcurso de la misma les será entregado el Trofeo / Trofeos del que se hayan hecho acreedores.

## 8. 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 o cualquier otro, adaptando los contenidos en todo o en parte para que se ajusten a dichos fines.

El Jurado del certamen se reserva el derecho de efectuar los cambios que considere oportunos para la mejora de los Premios, respetando la estructura de categorías expresada en las presentes Bases de Participación. Las decisiones adoptadas por el Jurado, son definitivas e irrevocables siempre que se adapten a estas Bases de Participación.

Los Organizadores se reservan el derecho a seleccionar los contenidos de la Gala de Entrega de Premios. En este sentido, no se utilizará ningún tipo de material cuyo contenido denigre de manera grave e intencionada a la competencia, o pudiera resultar ilícito, viole los derechos de terceros o pudiera dañar el normal funcionamiento de la Gala de Entrega de Premios.

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

### **PREMIOS A LA EFICACIA 2009**

**C/ Mártires de Alcalá, 4- 2ª planta**

**28015 Madrid**

**Teléfono: 91 702 11 13**

**Fax: 91 319 83 20**

**E-mail: [eficacia@premiouseficacia.com](mailto:eficacia@premiouseficacia.com)**