

Convoca:

**anunciantes**  
asociación española de anunciantes

Asesoría Estratégica y Organización:



Patrocinan:

 **Clear Channel**  
Where brands meet people

**cmv**ocento



## Bases de Participación Premios a la Eficacia 2013

Los Premios a la Eficacia nacieron en 1997 para responder a una necesidad común del sector publicitario: reconocer la contribución de la comunicación comercial a la consecución de los objetivos empresariales de las empresas anunciantes. 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, 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 2013** 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 (convencional o no), entre el **1 de enero de 2012** y el **1 de mayo de 2013**; aunque el inicio de la campaña o acción de comunicación **podrá ser anterior** al 1 de enero de 2012, **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.** 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. El Jurado, con el objetivo de garantizar la veracidad y transparencia de los datos aportados, podrá solicitar información adicional.

## 2. PLAZO DE INSCRIPCIÓN

El período de inscripción de casos, y recepción de materiales, en los Premios a la Eficacia 2013 se extiende desde el **19 de abril al 31 de mayo de 2013, 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 y Certificación Conjunta. También se puede enviar la Cláusula de Confidencialidad (si se requiere).

### 3.1. CATEGORÍA EFICACIA EN COMUNICACIÓN COMERCIAL y EFICACIA EN COMUNICACIÓN COMERCIAL CON UN PRESUPUESTO INFERIOR A 250.000€

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, evento, marketing directo, marketing promocional, relaciones públicas, marketing móvil, redes sociales, SEO, SEM 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 **250.000€** de presupuesto (incluyendo plan de medios), y así lo hagan constar en el documento de derechos de inscripción correspondiente.

Se hará entrega de un máximo de 2 trofeos por cada caso premiado (uno para la empresa anunciante y otro para la/s agencia/s que hayan inscrito el caso).

### 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.

Se hará entrega de un máximo de 2 trofeos por cada caso premiado (uno para la empresa anunciante y otro para la/s agencia/s que hayan inscrito el caso).

### **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.

Se hará entrega de un máximo de 2 trofeos por cada caso premiado (uno para la empresa anunciante y otro para la/s agencia/s que hayan inscrito el caso).

- **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), en el periodo de tiempo indicado en el punto I.I. de este documento.

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.

Se hará entrega de un máximo de 2 trofeos por el caso premiado (uno para la empresa anunciante y otro para la/s agencia/s que hayan inscrito el caso).

- **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.

Se hará entrega de un máximo de 2 trofeos por el caso premiado (uno para la empresa anunciante y otro para la/s agencia/s que hayan inscrito el caso).

#### 4. PREMIOS

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

	ORO	PLATA	BRONCE
Eficacia en Comunicación Comercial	5	5	5
Eficacia en Medios	2	2	2
Categorías Especiales	3	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 **RECONOCIMIENTOS ESPECIALES:**

**De entre todas las campañas presentadas,** el Jurado tendrá la facultad de asignar **dos Reconocimientos Especiales** por méritos concretos de una campaña. El primero de ellos estará 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.

Un representante de un Instituto de Investigación perteneciente a **Aneimo** (Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública y Colaborador Oficial de los Premios a la Eficacia), será el encargado de actuar como soporte al Jurado de la presente edición, para la elección de la Lista Corta que optará a este Reconocimiento.

Además, el caso ganador al Reconocimiento Especial a la Investigación será editado por ANEIMO, promotor de esta categoría, para divulgar de forma más extensa las claves de una investigación eficaz

El segundo será el **Reconocimiento Especial** a la **ESTRATEGIA MÁS INNOVADORA** aplicada en una campaña de comunicación comercial.

Se hará entrega de un máximo de 2 trofeos por cada caso premiado en cada Reconocimiento Especial (uno para la empresa anunciante y otro para la/s agencia/s que hayan inscrito el caso).

## 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 optará al Gran Premio a la Eficacia el Premio de oro entregado en la Categoría Especial Responsabilidad Social.

Se hará entrega de un máximo de 2 trofeos por cada caso premiado (uno para la empresa anunciante y otro para la/s agencia/s que hayan inscrito el caso).

## AGENCIAS DEL AÑO

Tras conocerse el Gran Premio a la Eficacia, se darán a conocer los Premios a las Agencias del Año. Estos reconocimientos se entregarán a la **agencia creativa y a la agencia de medios 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

Se hará entrega de 1 trofeo a cada una de las Agencias.

## PREMIOS DEL CLUB DE JURADOS

### PREMIO EFICACIA 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.

Se hará entrega de 1 trofeo a la marca Anunciante.

## **PREMIO EFICACIA A LA TRAYECTORIA PROFESIONAL**

Este Premio se otorga a aquel profesional que haya destacado por la consistencia, la solvencia y la Eficacia en el desarrollo de su trayectoria profesional en el entorno de la comunicación comercial, el marketing y los medios. En definitiva, todo lo relacionado con la reputación de la empresa.

El profesional ganador del presente premio es elegido por los miembros del **Club de Jurados de los Premios a la Eficacia**.

Se hará entrega de 1 trofeo al profesional merecedor de dicho premio.

## **PREMIO EFICACIA SUB 41**

Este Premio se otorga a aquel profesional menor de 41 años, que esté destacando en la aplicación de estrategias innovadoras, y con un pensamiento diferencial en beneficio del retorno y la eficacia en sus estrategias de comunicación y marketing.

El profesional ganador del presente premio es elegido por los miembros del **Club de Jurados de los Premios a la Eficacia**.

Se hará entrega de 1 trofeo al profesional merecedor de dicho premio.

Se hará entrega de estos galardones en el transcurso del Encuentro Anual del Club de Jurados de los Premios a la Eficacia.

## **5. PARTICIPACIÓN**

La información completa y descarga de documentos de los Premios a la Eficacia 2013 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:

### **Documentación requerida para la inscripción de casos**

**Derechos de Inscripción**  
**Formulario de Candidatura**  
**Certificación Conjunta**  
**Cláusula de 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 2.180 € (+21% IVA). Las empresas anunciantes asociadas a la Asociación Española de Anunciantes (aea) tendrán una reducción de 500€ en cada uno de los Derechos de Inscripción formalizados.

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 (31 de mayo 2013).

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 (31 de mayo 2013).

**Una vez que los casos se estén evaluando por el Jurado, no se admitirá material nuevo ni modificaciones en el material ya enviado a no ser que el Jurado en su reunión del mes de Julio, y después de haber leído los materiales presentados, solicite alguna aclaración.**

**Asimismo, no se admitirán cambios en la autoría del caso presentado (agencias involucradas) una vez se haya hecho pública la Lista Larga.**

- **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.

- **Cláusula de 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 al menos diez miembros de los que uno de ellos será nombrado Presidente, y todos contarán con la asistencia de los Secretarios 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** con los que el Jurado valorará cada uno de los casos presentados son los siguientes:

### 1. Estrategia

Se valorará la estrategia de comunicación desarrollada. En esta valoración se tendrá en cuenta el grado de dificultad que la acción de comunicación debía resolver (competitividad del mercado, madurez del producto, indiferenciación, etc.) frente a los objetivos marcados por el cliente.

### 2. Idea y Ejecución

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



### 3. Resultados

Se valorará el nivel de retorno de la inversión realizada en comunicación, su explicación y justificación. Se tendrá en cuenta la irrefutabilidad con que el caso prueba el efecto conseguido, por la comunicación en el negocio del cliente. Y se valorará la calidad y la innovación de las herramientas de medición utilizadas para demostrar los efectos de la comunicación.

Los tres criterios anteriores, con los que el Jurado valorará los casos, tienen distinta ponderación, que se detalla a continuación:

Estrategia: 30%

Idea y Ejecución: 30%

Resultados: 40%

Los miembros del Jurado de los Premios a la Eficacia se comprometen a guardar estricta confidencialidad sobre las deliberaciones, así como de toda la información plasmada en los casos presentados a concurso. Este compromiso será igualmente adquirido por el representante de un Instituto de Investigación perteneciente a ANEIMO (Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública y Colaborador Oficial de los Premios a la Eficacia), que actuará como soporte al Jurado en la elección de final.

Asimismo, el Jurado se abstendrá de votar y no aportará opiniones en todos los casos presentados de su compañía o sus filiales. Sí podrá votar en los casos de otras compañías que pertenezcan a su grupo de empresas pero no sean dependientes de la suya.

Si se considera conflicto el que alguno de los miembros del Jurado lea un caso determinado, se puede especificar en el formulario de candidatura y los Secretarios del Jurado velarán porque se respete esa decisión del anunciante y/o agencia que lo inscribe. El Jurado firmará un compromiso y certificación de no lectura de ese caso.

La elección del **Gran Premio a la Eficacia 2013** 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 público 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 2013.

Los ganadores serán dados a conocer públicamente en la Gala de Entrega de Premios, que tendrá lugar el día 24 de octubre de 2013, en Madrid. En el transcurso de la misma les será entregado el Trofeo / Trofeos del que se hayan hecho acreedores.

Los tres galardones que otorga el Club de Jurados se entregarán en el transcurso del Encuentro Anual del Club de Jurados de los Premios a la Eficacia.

## 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.

Los Organizadores se reservan el derecho a seleccionar contenidos de los casos para la realización 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. Asimismo, la Organización podrá proyectar en la Gala de Entrega de Premios los vídeos de los casos ganadores recibidos en el momento de la inscripción del caso, acortando su duración a un máximo de 2 minutos. Igualmente la Organización podrá difundir dichos videos en el portal de los Premios a la Eficacia sin autorización expresa de la agencia y/o anunciante.

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

### **PREMIOS A LA EFICACIA 2013**

**Almagro, I**

**28010 Madrid**

**Teléfono: 91 702 11 13**

**Fax: 91 319 83 20**

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