

Convoca:

anunciantes
Comunicar para crear valor

Asesoría Estratégica y Organización:



Patrocinan:



Bases de Participación Premios a la Eficacia 2018

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, y con la asesoría estratégica y organización de SCOPEN, 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.

01. ASPECTOS GENERALES

- 1.1 Pueden concurrir a los **Premios a la Eficacia 2018** 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 2017** y el **31 de mayo de 2018**; aunque el inicio de la campaña o acción de comunicación **podrá ser anterior** al 1 de enero de 2017, **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. La participación en los Premios a la Eficacia, implica la conformidad para que se recabe de Autocontrol información relativa a posibles pronunciamientos que se hayan emitido sobre la campaña.
- 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 demostración de 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.

02. PLAZO DE INSCRIPCIÓN

El período de inscripción de casos y recepción de materiales en los Premios a la Eficacia 2018 se extiende desde el **4 de abril al 31 de mayo de 2018, ambos incluidos.**

03. 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).

Si el caso se inscribe con **Cláusula de Confidencialidad**, se deberá enviar a la Organización, dentro del plazo de inscripción, **dos versiones del documento Formulario de Candidatura:**

- Una **primera versión** a la que única y exclusivamente tendrá acceso el Jurado para la evaluación del caso.
- Una **segunda versión** que no incluirá aquellos datos considerados confidenciales, y cuyo contenido será utilizado para las acciones de comunicación que la Organización considere necesarias y para su inclusión en El Libro de la Eficacia (si el caso formara parte del palmarés).

3.1 CATEGORÍA CONSTRUCCIÓN DE UNA MARCA

Premio Eficacia a la Construcción de una Marca bien sea por cómo ha sido reposicionada, o por su trayectoria durante los últimos 3-4 años. Se premiarán aquellas campañas que demuestren cómo la comunicación impacta en la construcción de la marca y en su negocio. Deberán aportarse datos de los últimos 2-4 años para demostrar la consistencia de la comunicación.

El Jurado podrá conceder un premio de oro, uno de plata y uno de bronce a cualquier estrategia de comunicación que demuestre la construcción de una marca en el medio plazo, y su influencia directa en el desarrollo del negocio.

Se hará entrega 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 MEJOR CAMPAÑA INTEGRADA

Se premiará la eficacia de una campaña desde la perspectiva de la mejor combinación de los medios propios, pagados, ganados y compartidos. Campañas que han conseguido sacar el máximo provecho al mix de medios, y que hayan conseguido trasladar el mensaje de la marca de forma consistente en los diferentes puntos de contacto con el consumidor, logrando la consecución de los objetivos de negocio.

El Jurado podrá conceder un premio de oro, uno de plata y uno de bronce a la campaña que mejor demuestre el mejor aprovechamiento de todos los medios. Se valorará de una forma más positiva el mayor número de medios diferentes y la mejor declinación del mensaje publicitario.

Se hará entrega 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 CATEGORÍA ESTRATEGIA MÁS INNOVADORA

Este premio reconoce el mejor pensamiento estratégico aplicado a una campaña. Aquellas estrategias que, por su innovación en su definición, han sido definitivas para la consecución de los objetivos comerciales, para conectar las marcas con las personas, para llevarlas a la acción o, incluso, cambiar las reglas de una categoría o la visión del entorno.

El Jurado podrá conceder un premio de oro, uno de plata y uno de bronce a cualquier estrategia de comunicación que haya inspirado una campaña de una marca realizada en España, demostrando su eficacia, su carácter innovador y su naturaleza de cambio de reglas del juego en su categoría.

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

3.4 CATEGORÍA MEJOR CAMPAÑA DE PRODUCTO/SERVICIO

Premio Eficacia a la mejor campaña de producto, servicio o lanzamiento de marca.

Se premiará la eficacia de una campaña que haya 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, con el objetivo de comunicar un producto o servicio, lanzar una nueva marca, producto o servicio.

El Jurado podrá conceder un premio de oro, uno de plata y uno de bronce a cualquier campaña de publicidad realizada en España, que demuestre su eficacia en la comunicación de un producto o servicio, ya sea en el lanzamiento desde cero de una marca o producto nuevo, y utilice una o varias herramientas de comunicación.

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

3.5 CATEGORÍA MEJOR ACCIÓN TÁCTICA

Se premiará la eficacia de una acción táctica que haya utilizado una o varias fórmulas de comunicación comercial, publicidad convencional, patrocinio, evento, marketing directo, marketing promocional, relaciones públicas, marketing móvil, redes sociales, SEO, SEM, en el entorno de una acción con entidad propia fuera de una campaña. El Jurado valorará aquellas acciones que hayan aprovechado un momento determinado o la oportunidad de un acontecimiento ajeno a la marca.

El Jurado podrá conceder un premio de oro, uno de plata y uno de bronce a cualquier acción táctica de comunicación realizada en España, que demuestre la eficacia en la comunicación de un producto o servicio, de una manera puntual y concreta, en un momento determinado. Se valorarán especialmente las acciones que hayan aprovechado un acontecimiento relevante, demostrando su oportunismo aprovechando el entorno social y cultural.

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

3.6 CATEGORÍA MEJOR CAMPAÑA REGIONAL/LOCAL

El Jurado valorará la excelencia, los resultados y el impacto en el negocio de campañas, con un ámbito geográfico delimitado a una región o localidad (ciudad, isla, comarca, provincia, comunidad autónoma, etc.).

El Jurado podrá conceder un premio de oro, uno de plata y uno de bronce.

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

3.7 CATEGORÍA MEJOR CAMPAÑA EN MEDIOS PROPIOS

Este premio reconoce aquellas campañas que, para la consecución de sus objetivos de negocio, sólo ha hecho uso de los canales propios de la marca: web, social media, oficina, tiendas, empleados, e-commerce, etc..., ya sea con el objetivo de comunicar a públicos externos o bien a públicos internos.

El Jurado podrá conceder un premio de oro, uno de plata y uno de bronce ya sea a campañas de comunicación internas como externas.

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

3.8 CATEGORÍA MEJOR CAMPAÑA A TRAVÉS DE MEDIOS GANADOS

Se premiará la eficacia de aquellas campañas que han sido desarrolladas con el objetivo de conseguir medios ganados. Aquellas acciones que han conseguido el mejor retorno de la inversión en media value, en las conversaciones, blogging, influencers que participen del discurso generado por la campaña, consiguiendo que la campaña haya trascendido a la sociedad.

El Jurado podrá conceder un premio de oro, uno de plata y uno de bronce a aquellas campañas que hayan calado en la cultura popular, trascendiendo su objetivo comercial y afectando a la opinión pública.

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

3.9 CATEGORÍA ESPECIAL MEJOR CAMPAÑA DE PRODUCTO/SERVICIO PRESUPUESTO INFERIOR A 200.000€

Se podrán presentar a esta categoría todas aquellas campañas que demuestren la consecución de los objetivos de negocio con un presupuesto (incluyendo el plan de medios y la producción) inferior a 200.000€, y así lo hagan constar en el documento Formulario de Candidatura correspondiente.

El Jurado podrá conceder un premio de oro.

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

3.10 CATEGORÍA ESPECIAL MEJOR CAMPAÑA TÁCTICA PRESUPUESTO INFERIOR A 200.000€

Se podrán presentar a esta categoría todas aquellas campañas que, en el entorno de una acción de comunicación con entidad propia fuera de una campaña, no superen los 200.000€ de presupuesto (incluyendo el plan de medios y la producción), y así lo hagan constar en el documento Formulario de Candidatura correspondiente. El Jurado valorará aquellas acciones que han aprovechado un momento determinado, aprovechando la oportunidad de un acontecimiento ajeno a la marca.

El Jurado podrá conceder un premio de oro.

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

3.11 CATEGORÍA ESPECIAL INTERNACIONALIDAD

Se podrán presentar aquellas campañas de publicidad realizadas en España, y que se hayan difundido en al menos tres países. No siendo necesario que la difusión se haya realizado en España, o que ésta se haya realizado simultáneamente en los diferentes países. El Jurado valorará la capacidad de desarrollar una campaña internacional con eficacia en distintos mercados.

El Jurado podrá conceder un premio de oro.

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

3.12 CATEGORÍA ESPECIAL RELEVANCIA SOCIAL DE UNA MARCA

Se podrán presentar a esta categoría todas aquellas marcas (Compañías, Administraciones Públicas, Fundaciones, etc...) cuyas campañas/acciones tengan por objetivo lograr mejorar la vida de las personas. 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 conceder un premio de oro.

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

3.13 CATEGORÍA ESPECIAL MEJOR CAMPAÑA DE ONG

Se podrán presentar aquellas campañas de responsabilidad social promovidas por una ONG, que demuestren su eficacia en acciones 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 conceder un premio de oro.

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

04. PREMIOS

4.1 RESUMEN CATEGORÍAS

Resumiendo, la relación de categorías y premios que se otorgarán es la siguiente:

Construcción de una Marca			
Mejor Campaña Integrada			
Estrategia más Innovadora			
Mejor Campaña de Producto/Servicio			
Mejor Acción Táctica			
Mejor Campaña Regional/Local			
Mejor Campaña en Medios Propios			
Mejor Campaña a través de Medios Ganados			
Categoría Especial Mejor Campaña de Producto/Servicio Presupuesto Menor 200.000€			
Categoría Especial Mejor Campaña Táctica Presupuesto Menor 200.000€			
Categoría Especial Internacionalidad			
Categoría Especial Relevancia Social de una Marca			
Categoría Especial Mejor Campaña de ONG			

Un mismo caso únicamente podrá inscribirse a un máximo de dos categorías.

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 el **RECONOCIMIENTO ESPECIAL A LA INVESTIGACIÓN**.

Este Reconocimiento premiará el 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 Jurado tiene la potestad para entregar otros dos reconocimientos especiales entre todos los casos presentados, teniendo en cuenta los criterios que el propio Jurado determine relevantes.

4.2 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 siguientes: Construcción de una Marca, Mejor Campaña Integrada, Estrategia más Innovadora, Mejor Campaña de Producto/Servicio, Mejor Acción Táctica, Mejor Campaña Regional/Local, Mejor Campaña en Medios Propios, Mejor Campaña a través de Medios Ganados, Categoría Especial Mejor Campaña de Producto/Servicio Presupuesto Inferior a 200.000€, Categoría Especial Mejor Campaña Táctica Presupuesto Inferior a 200.000€ y Categoría Especial Internacionalidad.

No optarán al Gran Premio a la Eficacia los Premios de oro entregados en la Categoría Especial Relevancia Social de una Marca y Categoría Especial Mejor Campaña de ONG, así como el Premio de oro entregado en el Reconocimiento Especial a la Investigación.

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

4.3 AGENCIA DEL AÑO

Durante la Gala de Entrega de los Premios Eficacia, se dará a conocer el Premio a la Agencia del Año. Este galardón se entregará a la agencia (independientemente de la tipología de la misma) 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

Los casos preseleccionados para el Reconocimiento Especial a la Investigación en Lista Corta no contabilizarán para el premio de Agencia del Año. Los puntos otorgados por Lista Corta no son acumulativos con los puntos otorgados por los diferentes Premios.

Se hará entrega de un trofeo para la agencia ganadora.

Para optar al premio Agencia del Año, dicha agencia debe tener como mínimo un caso en palmarés.

4.4 PREMIOS DEL CLUB DE JURADOS

Los Premios del Club de Jurados son otorgados y elegidos por aquellos profesionales que han sido jurados en alguna edición de los Premios a la Eficacia, y que conforman el Club de Jurados.

Estos premios no aceptan candidaturas, y se entregarán en el transcurso del Encuentro Anual del Club de Jurados de los Premios a la Eficacia.

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.

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.

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.

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

05. PARTICIPACIÓN

La información completa y descarga de documentos de los Premios a la Eficacia 2018 se encuentra disponible 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

1. Derechos de Inscripción
2. Formulario de Candidatura
3. Certificación Conjunta
4. Cláusula de Confidencialidad*

*(*Sólo en caso de solicitar confidencialidad sobre algún aspecto del caso presentado. En caso de inscribir la campaña con Cláusula de Confidencialidad, se deberá enviar a la Organización dos versiones del documento Formulario de Candidatura – Ver Puntos 03 y 5.4 de las Bases de Participación)*

5.1 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 asciende 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 2018).

Una misma campaña podrá concursar únicamente a un máximo de dos categorías, expuestas en el punto 03 de este documento. Los Derechos de Inscripción serán abonados individualmente para cada una de las categorías a las que concurra, realizándose dicho abono de manera conjunta entre el anunciante y agencia/s que inscriban la campaña (50% anunciante, 50% agencia/s).

En caso de retirada de candidatura, los Derechos de Inscripción no serán reembolsados una vez pasado el plazo de inscripción (31 de mayo 2018).

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.

Solo se admitirán cambios en la autoría del caso presentado (agencias involucradas) desde la fecha de publicación de Lista Larga hasta la fecha de publicación de Lista Corta.

5.2 FORMULARIO DE CANDIDATURA

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

En dicho documento se especifica el material requerido para la presentación del caso.

5.3 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.

5.4 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.

Si el caso se inscribe con Cláusula de Confidencialidad, se deberá enviar a la Organización, dentro del plazo de inscripción, **dos versiones del documento Formulario de Candidatura:**

- Una **primera versión** a la que única y exclusivamente tendrá acceso el Jurado para la evaluación del caso.
- Una **segunda versión** que no incluirá aquellos datos considerados confidenciales, y cuyo contenido será utilizado para las acciones de comunicación que la Organización considere necesarias y para su inclusión en El Libro de la Eficacia (si el caso formara parte del palmarés).

06. JURADO

Los componentes del Jurado serán profesionales destacados del sector. Estará compuesto por catorce miembros, de los que uno será nombrado Presidente, y todos contarán con la asistencia de los Secretarios del Jurado.

La Organización de los Premios se reserva el derecho a nominar jurados adicionales a los catorce anteriormente mencionados, de acuerdo con el número de casos inscritos o por cualquier otra razón que lo justifique.

Además, se designará un jurado internacional, el cual participará en la fase final de evaluación de los casos, leyendo y evaluando todos aquellos casos que hayan llegado a lista corta.

A este jurado internacional, se unirá un representante del Club de Jurados de los Premios a la Eficacia. En 2018 este representante del Club de Jurados será uno de los miembros del Jurado de la primera edición de los premios en 1997.

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 duda, que los resultados conseguidos se han debido a la comunicación o al efecto de la acción en medios.

El Jurado evaluará los documentos de Word presentados en cada caso. Los vídeos resumen de las campañas no se tendrán en cuenta en las valoraciones del Jurado, siendo únicamente material de apoyo. Este material audiovisual podrá utilizarse en la Gala de Entrega de Premios y en web de los Premios a la Eficacia.

- 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 deberá comunicar a la Organización antes de la finalización del periodo de inscripción (31 de mayo de 2018). El Jurado firmará un compromiso y certificación de no lectura de ese caso, y los secretarios del Jurado velarán porque se respete esa decisión del anunciante y/o agencia que lo inscribe.

La elección del **Gran Premio a la Eficacia 2018** 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, así como la potestad de dejar desierto el premio o metal que considere y reasignar categoría a aquellos casos a concurso que crea conveniente. 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.

07. GANADORES

Los ganadores serán dados a conocer públicamente en la Gala de Entrega de Premios, que tendrá lugar el día 25 de octubre de 2018, en Madrid. En el transcurso de ésta les será entregado el trofeo/trofeos del que se hayan hecho acreedores.

En el marco de esta Gala de Entrega de Premios, YouTube, patrocinador oficial de los Premios a la Eficacia 2018, desarrollará una acción especial consistente en la elaboración de un ranking específico, utilizando el mismo algoritmo usado en el ranking oficial YouTube Ads Leaderboard, y tomando como base todas aquellas campañas incluidas en la Lista Corta de los Premios a la Eficacia 2018, las cuales deberán haber estado en la plataforma YouTube en el periodo de tiempo comprendido desde el 1 de enero de 2017 al 31 de agosto de 2018.

Dicho ranking se elabora mediante un algoritmo que tiene en cuenta las reproducciones de pago, las reproducciones orgánicas y la retención de la audiencia (cuántos segundos de cada vídeo vieron los usuarios).

Los autores de la campaña ganadora (anunciante y agencia/as que hayan inscrito el caso), serán premiados con un exclusivo training ad-hoc, cuyos contenidos estarán enfocados en la creación de campañas digitales, y será impartido por un grupo senior de expertos de YouTube en Google.

Google se reserva el derecho a confirmar tanto el número de plazas para este training como el lugar donde se desarrollará el mismo.

08. DERECHOS

Todos los derechos de los casos presentados, resulten o no ganadores, quedarán en poder de la Organización del certamen, quien se reserva el derecho a cederlos a terceros para su publicación 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 en función de las necesidades técnicas de la Gala. Igualmente, la Organización podrá difundir dichos vídeos en la página web de los Premios y demás plataformas de comunicación, sin autorización expresa de la agencia y/o anunciante.

Los participantes garantizan que los vídeos de los casos presentados, no se encuentran sujetos a ningún impedimento legal o derechos de terceros que pudieran obstaculizar o limitar la difusión prevista conforme al párrafo anterior.

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

PREMIOS A LA EFICACIA 2018
Velázquez, 24 - 3º izda.
28001- Madrid

Teléfono: 91 702 11 13
E-mail: eficacia@premioseficacia.com

NOTA: Bases depositadas ante Notario. Todos los derechos reservados. Queda prohibida la copia total o parcial, la transformación o la utilización del contenido del presente documento o su contenido, salvo autorización expresa de la Asociación Española de Anunciantes (aea).