



BASES DEL CONCURSO 2024

- 🅑 **BEST NEW BRAND**
- 🅑 **BEST BRAND STRETCHING**
- 🅑 **BEST REBRAND**
- 🅑 **BEST STARTUP/ENTREPRENEURSHIP BRAND**
- 🅑 **BEST GLOBAL BRANDING**



APERTURA DE INSCRIPCIONES: LUNES 05 DE FEBRERO, 2024

CIERRE DE INSCRIPCIONES: JUEVES 18 DE ABRIL, 2024

www.bestbrandingawards.com

un programa
Valora[®]



Concurso de Excelencia en **Branding**

Organizado por Valora, cuyo propósito central es promover el desarrollo profesional de la industria del marketing, **Best Branding Awards®** identifica, evalúa, premia y difunde casos de éxito de estrategias de marca que demuestran la relevancia del branding y pensamiento estratégico como herramientas trascendentales en el éxito de marcas de todo tipo: nuevas o con trayectoria, sin fines de lucro, BtoC, BtoB, startups /emprendimientos, y otras.

Best Branding Awards® entiende el branding como la gestión estratégica de la identidad, los valores y el capital de una marca; como el proceso de construir y dar un significado a una entidad, producto o servicio por la vía de conformar la marca en la mente de los stakeholders, mediante definiciones estratégicas y creativas vinculadas a la construcción, desarrollo y posicionamiento de una marca, contemplando el conjunto de acciones necesarias para generarle valor, el que debe ser medible y comprobable.

Dirigido a empresas/entidades, startups/emprendimientos, consultoras de marca y agencias de comunicaciones de marketing, y profesionales independientes, este Concurso representa una oportunidad de merecido reconocimiento a la capacidad de profesionales, directivos y ejecutivos de marketing responsables de destacadas estrategias y acciones de branding para sus marcas.



Patrocinio Institucional



Alianzas



Quiénes pueden participar

Pueden participar empresas, entidades y emprendimientos/startups, consultoras de marca, agencias de comunicaciones de marketing, y profesionales independientes, los que deben inscribir sus respectivos casos. Entendiendo como startup/emprendimiento, a una empresa joven con menos de 5 años desde su constitución, y deberán participar en las categorías para ese perfil.

Pueden participar casos de branding que hayan sido desarrollados e implementados en Chile entre enero 2021 y abril 2024 incluidos.

Se deben inscribir una empresa/avisador en dupla con sólo una agencia o consultora de branding, y debe ser aquella que la empresa/avisador considere como la principal responsable del desarrollo marcario expuesto en el caso. Alternativamente, el desarrollo de branding podría haberse dado internamente en la empresa, por lo que pueden participar también empresas con esfuerzos desarrollados in-house. También, profesionales independientes podrán inscribir casos de su autoría presentados en dupla con la empresa o entidad dueña de la marca.

En la sección **"Otros involucrados"** podrán señalarse otros actores que hayan estado vinculados al caso.

No existe limitación en el número de casos a presentar. Puede participar más de un caso para una misma marca, producto, servicio o institución. Cada caso podrá ser inscrito en todas las categorías que sean pertinentes (se debe pagar una inscripción por cada categoría).

Podrán participar casos que hayan concursado y no ganado en el Concurso del año pasado, a los que se les podrán agregar nuevos antecedentes disponibles y nuevos resultados obtenidos en el período correspondiente a este Concurso.

También podrán participar casos que hayan ganado la versión 2023 del Concurso siempre y cuando lo hagan en una categoría distinta de la que obtuvieron el Premio.

No podrá participar ningún caso que no cuente con la marca comercial debidamente registrada ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial, INAPI, a nombre de la entidad responsable de la presentación del caso y en la clase de productos o servicios correspondiente a su uso. Alternativamente, puede encontrarse en trámite la solicitud de registro.

No podrá participar ningún caso marcario de contenido político.

VALOR DE INSCRIPCIÓN 1er CASO: 9 UF + IVA

VALOR INSCRIPCIÓN DESDE EL 2do CASO EN ADELANTE: 6 UF + IVA

Para el cálculo en pesos, la plataforma considerará el valor de la UF del lunes de la semana en la que usted cierre y envíe la inscripción.

Cada caso podrá ser inscrito en todas las categorías que sean pertinentes (se debe pagar una inscripción por cada categoría).

La Organización se reserva el derecho de recategorizar una inscripción indebidamente inscrita y/o descalificar, en cualquier momento, una inscripción que no cumpla con lo establecido en las presentes Bases.

Categorías

Cada caso podrá ser inscrito en todas las categorías que sean pertinentes* (se debe pagar una inscripción por cada categoría).

Cada caso podrá ser inscrito en hasta 5 categorías dentro de un solo grupo.

Dada la naturaleza que podría tener cada caso, las categorías se agrupan de la siguiente manera:

1. BEST NEW BRAND

Casos de creación de una marca nueva en el mercado chileno. Esta puede ser de producto o servicio, de consumo masivo o de bien durable, BtoC, BtoB, u otro.

Se evaluarán los aspectos esenciales de la construcción de una marca desde la estrategia al diseño y a la implementación.

IDENTIDAD DE MARCA

1.A - Best New Brand / Identidad verbal

1.B - Best New Brand / Diseño de su sistema de identidad visual

ESTRATEGIA DE MARCA

1.C - Best New Brand / Arquitectura de marca

1.D - Best New Brand / Posicionamiento de marca

1.E - Best New Brand / Brand Experience

2. BEST BRAND STRETCHING

Casos en los que se ha aprovechado la elasticidad de una marca ya existente en el mercado chileno. Esta puede ser de producto o servicio, de consumo masivo o de bien durable, BtoC, BtoB, u otro. Considera extensiones de línea.

Se evaluarán los aspectos esenciales de la construcción de una marca desde la estrategia, al diseño y a la implementación.

IDENTIDAD DE MARCA

2.A - Best Brand Stretching / Identidad verbal

2.B - Best Brand Stretching / Diseño de su sistema de identidad visual

ESTRATEGIA DE MARCA

2.C - Best Brand Stretching / Arquitectura de marca

2.D - Best Brand Stretching / Posicionamiento de marca

3.E - Best Brand Stretching / Brand Experience

Categorías

3. BEST REBRAND

Casos de reposicionamiento, redefinición o rediseño de una marca existente en el mercado chileno. Esta puede ser de producto o servicio, de consumo masivo o de bien durable, BtoC, BtoB, u otro. Se evaluarán los aspectos esenciales de la construcción de una marca desde la estrategia, al diseño y a la implementación.

IDENTIDAD DE MARCA

3.A - Best ReBrand / Identidad verbal

3.B - Best ReBrand / Diseño de su sistema de identidad visual

ESTRATEGIA DE MARCA

3.C - Best ReBrand / Arquitectura de marca

3.D - Best ReBrand / Posicionamiento de marca

3.E - Best ReBrand / Brand Experience

4. BEST STARTUP/ENTREPRENEURSHIP BRAND

Casos de emprendimientos/startups que resolvieron la creación de una marca nueva o de un rebranding en el mercado chileno. Esta puede ser de producto o servicio, de consumo masivo o de bien durable, BtoC, BtoB, u otro. Se evaluarán los aspectos esenciales de la construcción de una marca desde la estrategia al diseño y a la implementación. Best Branding Awards entiende como startup a una empresa joven con menos de 5 años desde su constitución, con gran potencial de crecimiento pero que se encuentra en una etapa temprana.

IDENTIDAD DE MARCA

4.A - Best Startup-Entrepreneurship Brand / Identidad verbal

4.B - Best Startup-Entrepreneurship Brand / Diseño de su sistema de identidad visual

ESTRATEGIA DE MARCA

4.C - Best Startup-Entrepreneurship Brand / Arquitectura de marca

4.D - Best Startup-Entrepreneurship Brand / Posicionamiento de marca

4.E - Best Startup-Entrepreneurship Brand / Brand Experience

NEW

5. BEST GLOCAL BRANDING

Casos con estrategias de branding creadas y desarrolladas fuera del país, pero con una estrategia de implementación específicamente desarrollada para el mercado chileno.

5.A - Best Glocal Branding / New Brand

5.B - Best Glocal Branding / ReBrand

5.C - Best Glocal Branding / Brand Stretching

5.D - Best Glocal Branding / Brand Experience

Premios y

Gran Premio

Premios

Se otorgará un premio al mejor caso de cada Categoría. Cualquiera de ellos, o todos, serán declarados desiertos si ningún caso obtiene en la votación del Jurado el puntaje mínimo preestablecido en el Manual del Jurado del Concurso.

Si el caso resulta Ganador, se enviarán certificados digitales a la empresa/avisador, a la agencia/consultora de branding, y a todos los otros involucrados. Sólo se entregaran trofeos a la empresa/avisador, y a la agencia/consultora de branding. El resto de los involucrados podrán posteriormente adquirir réplicas del trofeo.

NEW

Gran Premio

A partir de 2024 se entregará un Gran Premio al mejor de los casos Ganadores de todas las categorías, con excepción de la categoría Best Glocal Branding.

Dado que el caso que gane este premio debe haberse hecho cargo del desafío de branding de manera integral, para poder competir por el Gran Premio debe haber sido inscrito en al menos 1 subcategoría de identidad y 1 de estrategia (habiendo obtenido un premio en al menos una de ellas).



Jurado

El Jurado Best Branding Awards estará compuesto por un grupo multidisciplinario de directivos, ejecutivos, profesionales y académicos designados en virtud de su expertise y trayectoria en el campo del marketing y el branding.

Su misión será evaluar los casos y elegir a los Ganadores en cada Categoría. El Jurado tiene facultades para rechazar, eliminar o reclasificar casos en una Categoría que sea considerada más adecuada.

Criterios de Evaluación

El Jurado analizará detalladamente cada caso y lo calificará según un criterio uniforme preestablecido, que contempla una valoración y ponderación de los siguientes aspectos:

25% Los Objetivos: Qué relevancia tuvieron los objetivos y qué beneficios se buscaban con el proyecto de branding. Consistencia de los objetivos con el contexto. Qué se quería lograr y por qué resultó importante para la marca.

25% La Idea: Qué idea clave sirvió de base para enfrentar con éxito este desafío. Qué tan creíble, sostenible, relevante y diferencial fue esa idea para la marca.

25% La Solución: Cómo la ejecución de la idea resolvió los objetivos y el desafío enfrentado, y cómo se realizó de manera consistente y alineada con la estrategia de negocio.

25% Los Logros: Qué logros se obtuvieron con este esfuerzo y qué evidencia o medición los confirma. Considere variables posibles como: posicionamiento, recordación, engagement, asociación de marca, conciencia de marca, preferencia, intención de compra, lealtad o adhesión, experiencia de marca, captación de talento, u otros.

Aspectos importantes

La transgresión de cualquiera de los puntos indicados en estas Bases podría traducirse en la descalificación del caso, lo que no será apelable y podrá ocurrir en cualquier momento, pudiendo incluso perder su condición de ganador.

Una vez cerrada la inscripción no se aceptarán cambios.

La información entregada al Concurso en el Formulario de Participación es esencial para una correcta evaluación por parte del Jurado. No se aceptará información complementaria; el espacio provisto es suficiente para el tipo de información que se pide.

La información será avalada por los firmantes del Formulario en señal de la aprobación de su participación en el Concurso tanto de la veracidad y completitud de la información presentada, como de la aceptación de todos los aspectos contenidos en estas Bases del Concurso. Las firmas deberán ser de las personas con los cargos ejecutivos indicados en el Formulario (firmas por poder, digitales no certificadas, o de cargos distintos a los especificados no serán aceptadas).

La Autorización de presentación del Caso debe ser firmada por los responsables de la presentación del caso por parte de la agencia/consultora de branding (CEO, Director o Gerente General, y Director de Área) y de la empresa/avisador (Gerente General, Comercial o de Marketing).

No se aceptarán firmas por poder ni de ejecutivos con cargos que no correspondan a los niveles exigidos. Con su firma, los responsables de la participación del caso autorizan su presentación y declaran que:

- 📌 Aceptan todos los términos indicados en las Bases del Concurso.
- 📌 Se responsabilizan por la veracidad de la información contenida en la presentación del caso.
- 📌 Ceden y otorgan a Valora SpA -quien a su vez podrá traspasarlos a entidades académicas o de investigación de comunicaciones de marketing- los derechos de publicación y divulgación de toda la información contenida en el Formulario de Participación, del material y video del caso, con el objeto de formar parte de la base de casos de Best Branding Awards, ser analizados, difundidos y debatidos públicamente, y de servir de base para la edición de publicaciones derivadas de los Best Branding Awards, de casos académicos y funciones docentes.
- 📌 El caso inscrito cuenta con la marca comercial debidamente registrada ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial, INAPI, a nombre de la entidad responsable de la presentación del caso y en la clase de productos o servicios correspondiente a su uso, o se encuentra en trámite la solicitud de registro.
- 📌 Todo el material audiovisual del caso presentado al Concurso cuenta con los derechos musicales, de rostros u otros derechos requeridos en la utilización de todo el material eximiendo de toda responsabilidad al respecto a todas las instituciones antes mencionadas.
- 📌 Todos los nombres de agencias, consultoras, empresas y avisadores se indican correctamente de acuerdo con la política de cada compañía y precisamente como deben aparecer en todas las publicaciones del Concurso.
- 📌 Todos reciben el nivel de crédito adecuado.

Cómo inscribir el caso

Considera al menos 10 días para armar tu caso. Toma el tiempo necesario para familiarizarte con la plataforma de inscripciones.

Llena el Formulario de Participación on-line y carga todo el material solicitado desde tu computador, a través del sitio <https://best-branding-awards.acclaimworks.com/uba/auth>

Entrega todo el material del caso de acuerdo a lo solicitado en la sección **"Carga en la plataforma"** dentro del plazo establecido.

Te recomendamos tener SIEMPRE un archivo de respaldo en block de notas (texto sin formato) de toda la información que cargues en el Formulario on-line.

Planificación

Planifica contar con el tiempo y la dedicación necesarios para preparar tu presentación. Esto requiere revivir en sus aspectos principales un caso ya ocurrido algún tiempo atrás, por lo que habrá que rescatar información que muchas veces no se encuentra a mano. Lo mismo sucede con las piezas que constituyeron el caso. Presupuesta disponer del tiempo adecuado para todo ello. Recomendamos hacerlo holgadamente a lo largo de un lapso de al menos 10 días.

Preparación

Aborda la preparación de un caso por medio de un equipo empresa/avisador – agencia/consultora de branding. Discutan el caso colectivamente. Consideren tiempo para revisiones finales que les aseguren presentar en una buena síntesis un relato corto, claro y consistente de lo ocurrido en la realidad.

Formulario de Participación

El Jurado estará compuesto por un grupo experto de alrededor de 70 miembros, con sólidos conocimientos de marketing y branding. Ten en cuenta que éste tendrá que analizar muchos casos adicionales al tuyo, por lo que por favor, sé preciso y no utilices juicios de valor.

No descuides el aspecto de la redacción y la ortografía.

Presenta el Formulario con las firmas exigidas en él según las Bases del Concurso. Firmas por poder o de personas con cargos distintos de los especificados NO serán aceptadas y ese caso no podrá ser inscrito.

El video del caso

Este es un componente esencial de tu presentación al Jurado, y es un complemento a la presentación escrita del caso en el Formulario. Infórmate en detalle en la sección **"Video del Caso"** (Página 7) . **Considera que, en caso de resultar finalista y/o ganador este video podría ser exhibido y difundido en distintas plataformas**, por lo que recomendamos que sea explicativo, claro y conciso.

Video del **caso**

El propósito de este video es que el Jurado pueda entender con claridad todos los aspectos de tu caso, pero NO es un video promocional del mismo. Haz un montaje cronológico de los elementos más relevantes del caso, aquellos que a tu juicio constituyen factores esenciales, y un relato claro y conciso. Puedes incluir locución y sobreimpresiones pero NO juicios de valor, estos últimos serán motivo de descalificación.

Considera que, en caso de resultar finalista y/o ganador este video podría ser exhibido y difundido en distintas plataformas, por lo que recomendamos que sea explicativo, claro y conciso.

Es fundamental que todos los elementos componentes del caso se exhiban completos.

Debe ser cargado en la plataforma en formato Quicktime, comprimido en H.264, con una duración máxima de **3 minutos**.

-  Todas las piezas y/o actividades exhibidas en el video del piezas deben haber sido exhibidas en el mercado dentro de las fechas del caso.
-  Sólo podrá ser musicalizado si cuentas con los derechos de las pistas utilizadas.
-  Asegúrate de no incluir resultados de ningún tipo ni juicios de valor.
-  No excedas la duración máxima de **3 minutos**.

Nota:

Podría ser motivo de descalificación del caso por parte del Jurado y/o la organización la inclusión de juicios de valor, así como la transgresión de la duración máxima del video.

Carga en la **plataforma**

En la plataforma on-line deberás cargar, en los formatos indicados, todo lo solicitado a continuación:

A) Información de la inscripción

-  Responde todas las secciones ajustándote al espacio provisto. En la pestaña Resumen podrás identificar aquellas secciones que se encuentren incompletas.

B) Video del caso

-  MP4 de máximo 300 MB, con una duración máxima de **3 minutos**.

C) Material del caso

-  Podrás cargar el Brandbook, Brand Guidelines, piezas, logos de empresas responsables del caso, etc.

D) Formulario de Autorización de Presentación del Caso

-  PDF escaneado con firma de puño y letra. Deberás imprimir el Formulario, firmarlo físicamente, escanearlo y volverlo a cargar.

Importante

Asegúrate de revisar que todo el material que vas a enviar funcione correctamente.

PAGO DE LOS DERECHOS DE PARTICIPACIÓN



Para que un caso se considere inscrito deberá estar hecho el pago de los derechos de participación. Para esto están disponibles dos formas de pago:

B **Transferencia electrónica**

Cuenta Corriente: N° 01-13382-9

Banco: Santander

Nombre: Valora S.p.A

RUT: 96.599.960-4

Enviar comprobante a bestbrandingawards@grupovalora.cl, indicando ID del o los casos y sus respectivas categorías, y el N° de Detalle para el Pago asignado en la plataforma on-line*.

B **Webpay**

En la plataforma Webpay se podrá realizar el pago con tarjeta de crédito en hasta tres cuotas, a través del siguiente link:

<https://www.webpay.cl/form-pay/158366>

En los datos requeridos, ingresar la siguiente información:

- Identificación del pago: indicar ID de los casos y sus respectivas categorías, y el N° de Detalle para el Pago asignado en la plataforma on-line.
- RUT: indicar el RUT de la empresa a la que se debe emitir la factura.
- Nombre: indicar el nombre de la empresa a la que se debe emitir la factura.
- Correo electrónico: indicar el email al cual debe ir el comprobante de pago Webpay.
- Monto: indicar el monto correspondiente con IVA incluido.
- Observaciones: indicar aquí el correo al cual se debe enviar la factura*.

**La factura será enviada por Valora al email indicado en el campo que corresponde, y se emitirá con los datos señalados por ustedes en el Detalle para el Pago.*

VALOR DE INSCRIPCIÓN 1er CASO: 9 UF + IVA

VALOR INSCRIPCIÓN DESDE EL 2do CASO EN ADELANTE: 6 UF + IVA

Para el cálculo en pesos, la plataforma considerará el valor de la UF del lunes de la semana en la que cierres y envíes la inscripción.

Cada caso podrá ser inscrito en todas las categorías que sean pertinentes (se debe pagar una inscripción por cada categoría).

La Organización se reserva el derecho de recategorizar una inscripción indebidamente inscrita y/o descalificar, en cualquier momento, una inscripción que no cumpla con lo establecido en las presentes Bases.

Consultas

Cuenta con nosotros. Llámanos cuando lo necesites.



Belén Mora

Subdirectora de Programas
bmora@grupovalora.cl
o al celular +56 9 8780 4440



Pablo Oyarzún

Director de Programas
poyarzun@grupovalora.cl
o al celular +56 9 6468 5105



Diego Hermosilla

Director Ejecutivo
dhermosilla@grupovalora.cl
o al celular +56 9 6228 6420

Llenado de Formulario de Participación
y carga de material on-line a través de

<https://best-branding-awards.acclaimworks.com>



un programa
Valora[®]