**FORMULARIO DE PARTICIPACIÓN**

**INFORMACIÓN DE LA INSCRIPCIÓN**

**Fecha de inicio y término del Caso**

*1 enero 2022 al 31 de marzo 2025*

Indica el período de ocurrencia del Caso, incluso si comenzó antes o terminó después del período de elegibilidad de este Concurso. Si el caso aún no ha finalizado, por favor señálalo.

**Sector de la industria**

|  |
| --- |
| ☐ Bebidas Alcohólicas |
| ☐ Automotriz |
| ☐ Belleza y perfumería |
| ☐ Negocios y artículos de oficina |

*Este listado es sólo de referencia. En la plataforma encontrará la lista completa con todas las alternativas.*

**EQUIPO RESPONSABLE DEL CASO**

**EMPRESA U ORGANIZACIÓN PROPIETARIA DE LA MARCA**

* Nombre de la Organización
* Marca participante
* Responsable de la presentación del caso (Gerente General, Comercial o de Marketing)

**EMPRESA GESTORA DEL BRANDING (CONSULTORA/ AGENCIA/ ASESOR)**

* Nombre de la Organización
* Responsable de la presentación del caso (CEO, Director o Gerente General, y Director de Área)

**OTROS INVOLUCRADOS (sólo si corresponde / máximo 2)**

* Nombre de la Organización
* Responsable de la presentación del caso (CEO, Director o Gerente General, y Director de Área)

**DESARROLLO DEL CASO**

1. **BRAND CHALLENGE**

En esta sección, explica el proceso de pensamiento y análisis previo que llevó a la toma de decisiones para la construcción, desarrollo o mantenimiento de la marca. Detalla los siguientes aspectos:

* **Análisis del Contexto. Exploración / Diagnóstico / Descubrimiento.**

Describe el entorno en que operaba la empresa u organización. Indica los factores internos y externos que impulsaron las decisiones y acciones de branding, por ejemplo: situación de la marca, competencia, tendencias, público objetivo y cambios en hábitos de consumo, innovaciones tecnológicas, contexto social, cultural, económico, etc.

*Máximo 250 palabras.*

* **Reto Estratégico y Creativo. Consideración.**

Indica cuál fue el principal desafío que impulsó la estrategia de branding. Sé específico y señala puntualmente cuál era la problemática y/o la oportunidad para la gestión de la marca.

*Máximo 250 palabras.*

* **Audiencia Objetivo. A quién queremos impactar.**

Describe a tu público objetivo y los insights que inspiraron la estrategia y conceptualización de la arquitectura de marca.

*Máximo 250 palabras.*

* **Objetivos de Branding. Decisión.**

Señala el objetivo u objetivos del proyecto de branding.

*Máximo 250 palabras.*

* **Cuéntanos cómo estaba la marca antes de enfrentar el proyecto de rebranding**

*Máximo 250 palabras.*

Adjunta al menos 2 referencias de cómo era la marca según corresponda al caso (puede ser el logo, manual de marca, paleta cromática, capturas de la web anterior, etc)

1. **BRAND STRATEGIC IDEA**

Describe la concepción estratégica del branding. No es un simple slogan, es el principio rector de las decisiones de branding que van desde el diseño visual hasta la experiencia y la comunicación. Se deberá evidenciar su credibilidad, sostenibilidad, relevancia y diferenciación.

* **¿Cuál fue la idea?**

Describe cuál fue el concepto central, el núcleo estratégico que guio la gestión de marca.

*Máximo 250 palabras*

* **¿Cuál fue la estrategia? ¿Desde dónde y hacia dónde se quería llevar a la marca?**

Explica el plan de acción diseñado para alcanzar el objetivo de branding.

*Máximo 250 palabras*

1. **BRAND SOLUTION.**

Detalla cómo se ejecutó la idea en los diferentes canales, puntos de contacto y soportes de la marca. Es clave demostrar, con la mayor cantidad de elementos posible, cómo fue el despliegue del proyecto en los aspectos estratégicos y de diseño, para que se pueda evaluar de manera integral el éxito en la gestión de marca.

* **¿Cómo se implementó la solución? ¿Cuál fue el desarrollo de todos los puntos de contacto con la marca?**

*Máximo 400 palabras.*

Selecciona de la tabla todas las acciones utilizadas en la implementación de este caso:

|  |
| --- |
| ☐ Logo |
| ☐ Packaging |
| ☐ Canales de distribución |
| ☐ Edificio corporativo  ☐ Manifiesto  ☐ Cultura organización  ☐ Wayfinding (señalética)  ☐ Otro |

*Este listado es sólo de referencia. En la plataforma encontrará la lista completa con todas las alternativas.*

**¿Cuáles son los próximos desafíos? ¿Qué se espera hacia el futuro?**

Explica los retos más importantes que esperan tenga la marca para el futuro y porqué consideras que la estrategia llevada a cabo contribuirá a tener una marca relevante y sostenible.

*Máximo 250 palabras.*

**BEST OF THE YEAR**

Si su caso resultara ganador de premio en alguna Categoría, en automático será candidato para obtener el “Best of the Year”. Para tal efecto lo invitamos a complementar con la siguiente información el resumen de su caso, para que nuestro “Branding Board” tenga más elementos de análisis en su selección:

* Qué impacto tuvo su estrategia de branding que la llevó a ser relevante y rentable.

*Máximo 250 palabras*

* Cuáles fueron los factores clave del éxito de su estrategia de branding.

*Máximo 250 palabras*

* Cuáles son los próximos desafíos, qué se espera hacia el futuro.

*Máximo 250 palabras*

1. **VIDEO Y MATERIAL DEL CASO**

El propósito de este video es asegurar que el Jurado comprenda de manera clara la implementación de la estrategia de branding. **No se trata de un video promocional del caso**. Realiza una edición cronológica que muestre y ejemplifique los elementos más importantes de la gestión de la marca, aquellos que consideres fundamentales.

Toma en cuenta que, en caso de resultar finalista y/o ganador, este video podría ser mostrado y compartido en distintas plataformas, por lo que recomendamos que sea informativo, claro y conciso, asegurándote de respetar los derechos de propiedad intelectual y de autor.

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

- Todas las piezas y/o actividades mostradas en el video deben haber sido exhibidas en el mercado dentro de las fechas del caso.

- Sólo se podrá musicalizar si cuentas con los derechos de las piezas utilizadas.

- Puedes incluir locución y texto complementario, pero NO resultados ni juicios de valor, estos últimos serán motivo de descalificación.

La duración máxima del video caso es de **3 minutos.**

Peso máximo: 400MB

Formato aceptado: .mov y .mp4

Sugerimos que el nombre del archivo sea "NOMBRECASO-CATEGORIAENLAQUEPARTICIPA"

|  |  |
| --- | --- |
| VIDEO DEL CASO | OBLIGATORIO  Duración máxima de 3 minutos.  Formatos admitidos: (.mov / .mp4)  Peso máximo: 400 MB |
| MANUAL DE MARCA | OBLIGATORIO  Formatos admitidos: (.pdf)  Peso máximo: 80 MB |
| LOGOS | OBLIGATORIO  Máximo 4 archivos.  Peso máximo: 50 MB por archivo  Formato admitido: (.ai) |
| BRAND IMAGES | OPCIONAL  Máximo 10.  Formatos admitidos: (.jpg/.jpeg/.png)  Peso máximo: 80 MB |
| BRAND SOUND | OPCIONAL  Máximo 10.  Formatos admitidos: (.mp3)  Peso máximo: 50 MB |
| BRAND ANIMATION | OPCIONAL  Máximo 10.  Formatos admitidos: (.gif)  Peso máximo: 3 MB |
| MOVING BRAND | OPCIONAL  Máximo 10.  Formatos admitidos: (.mov / .mp4)  Peso máximo: 80 MB |
| PLATAFORMA DE MARCA |  |

1. **FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN**

Deberás cargar un PDF escaneado con firma de puño y letra. Deberás imprimir el Formulario, firmarlo físicamente, escanearlo y volverlo a cargar. También se aceptan firmas digitales certificadas.

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 certamen.
* Se responsabilizan por la veracidad de la información contenida en la presentación del caso.
* Ceden y otorgan a Grupo Valora -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 certamen 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 marcas se indican correctamente de acuerdo con la política de cada compañía y precisamente como deben aparecer en todas las publicaciones del certamen.
* Todos reciben el nivel de crédito adecuado:

**CONSULTORA DE BRANDING/AGENCIA**

**EMPRESA/MARCA**

**OTROS INVOLUCRADOS Otras empresas que**

La Autorización de presentación del Caso debe ser firmada por un responsable de la presentación del mismo. CEO, Director o Gerente General, y Director de Área por parte de la consultora de branding/agencia, y Gerente General, Comercial o de Marketing por parte de la empresa/marca.

No se aceptarán firmas por poder ni de ejecutivos con cargos que no correspondan a los niveles exigidos.

**Firma del responsable de la presentación del caso**   
Nombre \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Cargo \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Organización \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Firma Autorizada \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_