

# MUESTRA DEL FORMULARIO

**PARA CATEGORÍAS: BEST NEW BRAND, BEST REBRAND,  
BEST BRAND STRETCHING Y BEST STARTUP/ENTREPRENEURSHIP BRAND**



Este documento es sólo una referencia del formulario de participación.  
Toda la información para la inscripción debe ser entregada en la plataforma online.

---

**CIERRE DE INSCRIPCIONES: JUEVES 18 DE ABRIL, 2024**

[www.bestbrandingawards.com](http://www.bestbrandingawards.com)

**Este documento es sólo una referencia del formulario de participación.**

Deberás cargar toda la información en la plataforma online:  
<https://best-branding-awards.acclaimworks.com/>

# INDICE

INFORMACIÓN DE LA INSCRIPCIÓN	4
EQUIPO	4
ESCENARIO	5
OBJETIVOS	5
LA IDEA	5
LA SOLUCIÓN	6
LOS LOGROS	7
VIDEO Y MATERIAL DEL CASO	7
AUTORIZACIÓN PARA LA PRESENTACIÓN DEL CASO	8

# FORMULARIO DE PARTICIPACIÓN

## INFORMACIÓN DE LA INSCRIPCIÓN

### Fecha de inicio y término del caso

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

- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> Bebidas Alcohólicas<br><input type="checkbox"/> Automotriz<br><input type="checkbox"/> Belleza y perfumería<br><input type="checkbox"/> Negocios y artículos de oficina |
|--|

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

**ESTA PREGUNTA ES SÓLO PARA CASOS INSCRITOS EN MÁS DE UNA CATEGORÍA: Describe la estrategia de branding de manera integral. ¿Cómo ésta se hace cargo y soluciona la identidad y la estrategia de marca?**

*Máximo 300 palabras.*

## EQUIPO RESPONSABLE DEL CASO

### ENTIDAD/EMPRESA A LA QUE CORRESPONDE LA MARCA

- Nombre de la Organización
- Dirección
- Web
- Responsable de la presentación del caso (nombre, cargo, email, celular)

### AGENCIA/CONSULTORA/ASESOR DE BRANDING

- Nombre de la Organización
- Dirección
- Web
- Responsable de la presentación del caso (nombre, cargo, email, celular)

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

- Nombre de la Organización
- Dirección
- Web

## **ESCENARIO: PROBLEMA, OPORTUNIDAD, DESAFÍO**

Asegúrate de que el Jurado entienda por qué el desafío era difícil de enfrentar. Debes entregar un contexto que evidencie cuál fue el problema, la oportunidad y los desafíos que abordaron.

**¿Cuál era el contexto? Descripción de la industria, la competencia, el momento de la marca, etc.**

*Máximo 250 palabras.*

**¿Cuál era el problema? ¿Cuál era la oportunidad? ¿Existían riesgos? ¿Por qué deciden hacer un proyecto de branding? ¿Cuál era el principal desafío?**

*Máximo 250 palabras.*

**¿Por qué ese desafío era relevante para la marca? (Presente y futuro)**

*Máximo 250 palabras.*

**Cuéntanos cómo estaba la marca antes de enfrentar el proyecto de re branding (PREGUNTA APLICA Y ES OBLIGATORIA SÓLO PARA CASOS 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)

## **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.

**¿Cuáles eran los objetivos para el proyecto?**

*Máximo 4. Máximo 250 palabras.*

## **LA IDEA**

Qué idea clave sirvió de base para enfrentar con éxito este desafío. Qué tan creíble, sostenible, relevante y diferenciadora fue esa idea para la marca.

**¿Cuál fue la idea y su apuesta estratégica?**

*Máximo 250 palabras.*

**¿Cuál fue la estrategia? ¿Desde dónde y hacia dónde se quería llevar a la marca? Identifica los gaps que la marca se planteó superar.**

*Máximo 250 palabras.*

## **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.

Expliquen por qué la solución es creíble, relevante, sostenible, diferenciadora, innovadora y/o inspiradora.

**Describe todos los elementos que componen la estrategia de la marca y aquello que se modificó.**

*Máximo 250 palabras.*

**¿Cómo se implementó la solución?**

*Máximo 250 palabras.*

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

- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> Logo                    |
| <input type="checkbox"/> Packaging               |
| <input type="checkbox"/> Canales de distribución |
| <input type="checkbox"/> Edificio corporativo    |
| <input type="checkbox"/> Manifiesto              |
| <input type="checkbox"/> Cultura organización    |
| <input type="checkbox"/> Wayfinding (señalética) |
| <input type="checkbox"/> Otro                    |

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

**¿Cuál fue el presupuesto para la implementación de este proyecto de branding? Indica el rango de gasto a valor tarifa. No se considera fee de agencia/consultora.**

- |   |
|---|
| <input type="checkbox"/> 0 - 50 .000.000 CLP            |
| <input type="checkbox"/> 50.000.000 - 100.000.000 CLP   |
| <input type="checkbox"/> 100 .000.000 – 150.000.000 CLP |
| <input type="checkbox"/> 150.000.000 - 200 .000.000 CLP |
| <input type="checkbox"/> Más de 200 .000.000 CLP        |

**¿Por qué este caso es merecedor de un premio al trabajo de branding destacado?**

*Máximo 100 palabras.*

## LOS LOGROS

Qué logros se obtuvieron con este esfuerzo y qué evidencia o medición los confirma. Considera 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.

### **¿Cuáles fueron los logros alcanzados?**

*Máximo 250 palabras.*

### **¿A qué crees que se debe el logro de los objetivos?**

*Máximo 250 palabras.*

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

*Máximo 250 palabras.*

## VIDEO Y MATERIAL 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 resultados logrados ni 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.

- 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.

La duración máxima del video del 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
BRAND BOOK	OPCIONAL Formatos admitidos: (.pdf) Peso máximo: 80 MB

BRANDGUIDELINES	OPCIONAL Formatos admitidos: (.pdf) Peso máximo: 80 MB
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
LOGOS	OBLIGATORIO Máximo 4 archivos. Peso máximo: 50 MB por archivo Formato admitido: (.ai)

### **FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PRESENTACIÓN DEL CASO**

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

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:

## **AGENCIA/CONSULTORA DE BRANDING**

### **AVISADOR/EMPRESA**

### **OTROS INVOLUCRADOS**

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.

#### **Firma del responsable de la presentación del caso por parte de la agencia/consultora de branding:**

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

Nombre \_\_\_\_\_

Cargo \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_

#### **Firma del responsable de la presentación del caso por parte de la empresa/avisador:**

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

Nombre \_\_\_\_\_

Cargo \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_