

BASES DEL CONCURSO



20
25

El Concurso de **Branding**
más importante de Chile y la
región.

Categorías

-  **BEST** NEW BRAND
-  **BEST** BRAND STRETCHING
-  **BEST** REBRAND
-  **BEST** STARTUP BRAND
-  **BEST** GLOCAL BRANDING

Apertura de Inscripciones
Lunes 03 de febrero

Cierre de Inscripciones
Jueves 24 de abril



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 y otras.

Best Branding Awards® entiende el branding como una definición estratégica central dentro de las organizaciones. Es un proceso de construcción y creación de valor a lo largo del tiempo para las empresas, instituciones, productos o servicios, mediante definiciones estratégicas y creativas, generando una conexión emocional entre la compañía y las personas con el objetivo de diferenciarse, ser creíble, relevante, inspiradores y sostenible en el tiempo.

Dirigido a empresas/marcas, startups, consultoras, 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.

BrandBuilders®



Patrocinio Académico



Alianzas



Patrocinio Institucional



Quiénes

pueden participar

Pueden participar empresas, startups, consultoras, agencias de comunicaciones de marketing, y profesionales independientes, quienes deben inscribir sus respectivos Casos. Entendiendo como startup 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 2022 y abril 2025 incluidos.

Se deben inscribir una empresa/marca en dupla con sólo una consultora o agencia, y debe ser aquella que la empresa/marca 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 deberá realizar un pago por cada inscripción presentada al concurso.)

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 2024 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.

Categorías

El concurso cuenta con 20 categorías, agrupadas en New Brand, Startup Brand, Rebrand, Brand Stretching y Glocal Branding, según el tipo de acción marcaría y/o de marca.

Cada Caso podrá ser inscrito en todas las categorías que sean pertinentes (se deberá realizar un pago por cada inscripción presentada al concurso.)

Cada Caso podrá ser inscrito en hasta 4 categorías dentro del grupo según el tipo de acción marcaría y/o de marca.

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

1. BEST **NEW BRAND**

(ESTRATEGIA DE MARCA)

1A. BEST NEW BRAND / Posicionamiento de Marca

1B. BEST NEW BRAND / Arquitectura de Marca

(IDENTIDAD DE MARCA)

1C. BEST NEW BRAND / Identidad Verbal

1D. BEST NEW BRAND / Identidad Visual

2. BEST **BRAND STRETCHING**

(ESTRATEGIA DE MARCA)

2A. BEST BRAND STRETCHING / Posicionamiento de Marca

2B. BEST BRAND STRETCHING / Arquitectura de Marca

(IDENTIDAD DE MARCA)

2C. BEST BRAND STRETCHING / Identidad Verbal

2D. BEST BRAND STRETCHING / Identidad Visual

3. BEST **REBRAND**

(ESTRATEGIA DE MARCA)

3A. BEST REBRAND / Posicionamiento de Marca

3B. BEST REBRAND / Arquitectura de Marca

(IDENTIDAD DE MARCA)

3C. BEST REBRAND / Identidad Verbal

3D. BEST REBRAND / Identidad Visual

Categorías

4. BEST **STARTUP BRAND**

(ESTRATEGIA DE MARCA)

- 4A. BEST STARTUP BRAND / Posicionamiento de Marca
- 4B. BEST STARTUP BRAND / Arquitectura de Marca

(IDENTIDAD DE MARCA)

- 4C. BEST STARTUP BRAND / Identidad Verbal
- 4D. BEST STARTUP BRAND / Identidad Visual

5. BEST **GLOCAL BRANDING**

(ESTRATEGIA DE MARCA)

- 5A. BEST GLOCAL BRANDING / Posicionamiento de Marca
- 5B. BEST GLOCAL BRANDING / Arquitectura de Marca

(IDENTIDAD DE MARCA)

- 5C. BEST GLOCAL BRANDING / Identidad Verbal
- 5D. BEST GLOCAL BRANDING / Identidad Visual

Definiciones

Categorías

1. BEST **NEW BRAND**

Casos de creación de una marca nueva en el mercado local.

Podrán participar productos o servicios, 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, el diseño hasta su implementación

2. BEST **BRAND STRETCHING**

Casos en los que se ha aprovechado la elasticidad de una marca ya existente en el mercado local, incluyendo extensiones de línea. Un Caso correctamente inscrito en esta categoría deberá cumplir con la condición de que la marca madre esté claramente presente y reconocible en la extensión de marca.

Podrán participar productos o servicios, 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, el diseño hasta su implementación.

3. BEST **REBRAND**

Casos de reposicionamiento, redefinición o rediseño de una marca existente en el mercado local. Un Caso correctamente inscrito en esta categoría deberá mostrar el punto de inicio de la marca previo al proyecto de rebranding y la solución desarrollada.

Podrán participar productos o servicios, 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, el diseño hasta su implementación

Definiciones

Categorías

4. BEST **STARTUP BRAND**

Casos de creación de una marca nueva o redefinición de una marca existente en el mercado local y que tenga menos de 5 años desde su conformación.

Podrán participar productos o servicios, 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, el diseño hasta su implementación.

5. BEST **GLOCAL BRANDING**

Casos con estrategias de marca realizadas en el extranjero con adaptaciones culturales o de negocio que sean relevantes y significativas para su implementación dentro del mercado local.

Podrán participar productos o servicios, de consumo masivo o de bien durable, BtoC, BtoB, u otro.

Se evaluará qué elementos de la estrategia de marca global han sido adaptados, modificados o ajustados, y las razones estratégicas detrás de estos cambios para su éxito en el contexto local.

Definiciones

Categorías

Las Categorías se enfocan en cómo todos los elementos que componen un proyecto de branding se usan de manera coherente para expresar tanto la estrategia como la identidad de una marca a través de su personalidad, valores, creencias y estilo. Es esencial que estos aspectos estén bien definidos y organizados en un manual de marca, para asegurar una implementación consistente en todos los puntos de contacto con la marca, a lo largo del journey de cada audiencia.

ESTRATEGIA DE MARCA

A.- POSICIONAMIENTO DE MARCA

Todas las marcas ocupan una posición en la mente de cada una de sus audiencias, el trabajo estratégico para lograr esa posición de privilegio, donde las personas nos consideran, nos compran, nos usan, nos recomiendan e incluso nos aman, es lo que valoramos en esta subcategoría.

Se trata de cómo se desarrolla estratégicamente la definición de la marca de manera holística, destacando los aspectos clave del modelo de marca y su propuesta de valor. Desde la dimensión del propósito, los valores, las creencias, los hábitos, la personalidad, la cultura y su storytelling, que finalmente definirán el territorio único en el que la marca se posiciona.

B.- ARQUITECTURA DE MARCA

La arquitectura de marca se refiere a la manera en que una empresa organiza su portafolio de marcas, que pueden ser de productos o servicios.

La arquitectura de marca ayuda a definir la cantidad, tipo, rol, vínculo y relación entre todas las marcas que componen el portafolio de la organización.

IDENTIDAD DE MARCA

La identidad de una marca se compone por dos aspectos fundamentales e igualmente importantes en su construcción y desarrollo estratégico y creativo.

C.- IDENTIDAD VERBAL

Se trata de la definición de todos los aspectos verbales de la marca, desde el nombre, tono de voz, estilo, mensajes clave, mensajes por segmentos o audiencias, tagline, idea de marca, manifiesto, etc. Estos aspectos verbales construyen el relato, el storytelling, las narrativas y el lenguaje utilizado para mantener la consistencia y el reconocimiento de la marca.

D.- IDENTIDAD VISUAL

Formada por todos los elementos visuales que la marca representa: logotipo o isotipo, colores, tipografía, formas, estilo fotográfico, iconografía, y otros elementos gráficos.

Premios y

Best of the Year

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.

Sólo se entregarán trofeos a la empresa/marca, y a la consultora/agencia. El resto de los involucrados podrán posteriormente adquirir réplicas del trofeo.

Best of the Year



Best of the Year reconoce al Caso más destacado entre todos los Ganadores del Programa con la excepción de la Categoría Best Glocal Branding.

Este Premio se otorgará al proyecto de branding que se haya abordado de manera integral, destacándose por su estrategia, diseño, innovación, y diferenciación. Los Casos elegibles para Best of the Year deberán demostrar una gestión excepcional en todas las áreas clave, estableciendo un estándar de excelencia en branding.

Serán elegibles para este reconocimiento los casos que cuenten con el puntaje más alto de su grupo de Categoría.

En esta edición 4 casos serán participantes para este reconocimiento (excluye la Categoría Best Glocal Branding.)

Jurado y Criterios de Evaluación

JURADO

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

Su misión será evaluar los Casos y elegir a los Finalistas y 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:

DESAFÍO

20%

Los participantes deberán declarar por qué la empresa decidió realizar un proyecto de branding, cuáles fueron los desafíos que enfrentó o enfrentará, y la relevancia de éstos para la marca. Del mismo modo, se deberá detallar los objetivos que se buscaba alcanzar y el contexto/problemática a resolver con el proyecto de branding realizado.

LA IDEA

40%

Los participantes deberán indicar cuál fue la idea clave que sirvió de base para enfrentar con éxito el proyecto de branding y cómo se hizo cargo de cada uno de los desafíos. Del mismo modo, se deberá evidenciar qué tan creíble, sostenible, relevante y diferenciadora fue la idea para la marca y cómo ayudó a transformar y movilizar la marca hacia adelante.

LA SOLUCIÓN

40%

Los participantes deberán demostrar cómo la idea se implementó de manera consistente y alineada con cada uno de los puntos de contacto, en los diferentes canales 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 del proyecto y el cumplimiento de los objetivos que se buscaba alcanzar.

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 Finalista y/o 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 solicitada.

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 consultora/agencia (CEO, Director o Gerente General, y Director de Área) y de la empresa/marca (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 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 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 consultoras, agencias, empresas y marcas 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 un Caso. Toma el tiempo necesario para familiarizarte con la plataforma de inscripciones.

Llena el Formulario de Participación online 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 online.

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/marca - consultora/agencia. 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 100 miembros, con sólidos conocimientos de branding y marketing. 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 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.

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 11). **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

Importante:

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

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 .MP4 o .MOV, comprimido en H.264 con una duración máxima de 3:00 minutos. Si el video tiene una duración mayor a 3:00 minutos, el caso será descalificado.

- 🔒 Todas las piezas y/o actividades vistas en el video, deben haber sido exhibidas en el mercado dentro de las fechas del Caso.
- 🔒 Solo 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 3:00 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 online 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 400MB, con una duración máxima de 3:00 minutos.

C) Material del caso

- 🔒 Podrás cargar el Manual de Marca, 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.), se aceptan firmas digitales certificadas.

Pago de los derechos de participación

Los datos requeridos por la plataforma de inscripción, son los siguientes:

- ✎ Correo electrónico: indicar el email al cual se enviará la factura.
- ✎ Giro de la empresa a la cual se emitirá la factura.
- ✎ Razón Social de la empresa a la cual se emitirá la factura.
- ✎ Rut de la empresa a la cual se emitirá la factura.

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

✎ **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 Invoice (Ej: INV-111-111) del o los casos y sus respectivas categorías.

✎ **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/248581>

En los datos requeridos, ingresar la siguiente información:

- Identificación del pago: indicar el Invoice (Ej: INV-111- 111) del o los Casos y sus respectivas categorías.
- 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 la plataforma de inscripción.*

VALOR DE INSCRIPCIÓN

Primer cierre: 6 UF + IVA
Segundo cierre: 9 UF + IVA

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:



Belén Mora

Subdirectora de Programas



Camilo Martínez

Asistente de Programas



Pablo Oyarzún

Director de Programas

Esríbenos por dudas a:

bestbrandingawards@grupovalora.cl

**Llenado de Formulario de Participación
y carga de material online a través de:**

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

