



**Best
Branding
Awards®**
CHILE

Bases
del Concurso
2026



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

un programa
Valora®

Índice

¿Qué es Best Branding Awards?	03
Quiénes pueden participar	04
Categorías	05 - 08
Premios	09
Jurado	10
Criterios de Evaluación	11
Aspectos Importantes	12 - 13
Cómo Inscribir el Caso	14
Video del Caso	15
Pago de los Derechos de Participación	16
Valores de Inscripción y Fechas	17



¿Qué es Best Branding Awards?

Organizado por Valora, cuyo propósito central es promover el desarrollo profesional de la industria del marketing, Best Branding Awards® identifica, evalúa, distingue y difunde la relevancia del branding y del pensamiento estratégico como herramientas trascendentales en el éxito de marcas de todo tipo: nuevas o con trayectoria; sin fines de lucro, B2C, B2B, 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 en torno a una marca para 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, inspirador y sostenible en el tiempo.

Dirigido a marcas/empresas, 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.



Patrocinio Institucional



Alianzas



Quiénes pueden participar

Pueden participar empresas, startups, consultoras, estudios de diseño/creativos, agencias de comunicaciones de marketing y profesionales independientes. Se entenderá como startup a una empresa joven con gran potencial de crecimiento, que se encuentre en una etapa temprana y que haya sido constituida como máximo 5 años (2018) antes del inicio del periodo de elegibilidad de este Concurso.

Pueden participar Casos de branding que hayan sido implementados en Chile entre el 01 de enero de 2023 y el 07 mayo de 2026 ambas fechas incluidas.

Se debe inscribir una marca/empresa en dupla con solo una consultora o agencia, y ésta debe ser la que la marca/empresa 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. Asimismo, los 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, y se deberá realizar un pago por cada inscripción presentada al Concurso.

Podrán participar Casos que hayan concursado y no hayan ganado en el Concurso del año pasado, a los cuales les podrán agregar nuevos antecedentes disponibles y/o nuevos logros obtenidos en el periodo correspondiente a este Concurso.

También podrán participar Casos que hayan ganado en la versión 2025 del Concurso, siempre y cuando lo hagan en una Categoría distinta de la que obtuvieron el Premio.

Solo podrán participar Casos de marcas comerciales debidamente registradas 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, la solicitud de registro puede encontrarse en trámite. Lo anterior debe ser acreditado mediante una copia de la inscripción correspondiente. En el caso de las startups, deberán presentar el certificado de registro de comercio correspondiente, con el objeto de acreditar su fecha de constitución y existencia legal. Se deberá enviar el certificado de registro de comercio al correo bestbrandingawards@grupovalora.cl para validar la fecha de constitución de la empresa. Solo una vez validado este documento se aplicará el valor preferencial de inscripción.

Categorías

Cada Caso podrá ser inscrito en todas las Categorías pertinentes, según el tipo de acción marcaría y/o de marca, y se deberá realizar un pago por cada inscripción presentada al Concurso.

Estrategia y Arquitectura de Marca

Estrategia de Marca

Reconoce la excelencia en la definición del propósito, posicionamiento, valores y personalidad de una marca. Incluye proyectos que demuestran pensamiento estratégico, insight profundo y coherencia entre estrategia y ejecución.

1. Estrategia de Marca B2B

2. Estrategia de Marca B2C

3. Estrategia de Marca Sin Fines de Lucro

Fundaciones, organizaciones culturales, educativas, etc.

4. Arquitectura de Marca

Premia la creación o reorganización de estructuras de marca, portafolios, submarcas y jerarquías. Se valorará la claridad, lógica y efectividad en la gestión de ecosistemas de marca complejos. Se apreciarán modelos de arquitectura (monolítica, endosada, libre, híbrida, etc.) que hayan optimizado el posicionamiento, la percepción y la estrategia comercial.

5. Extensión de Marca

Casos en los que una marca, con un posicionamiento consolidado en el mercado, se extiende hacia una nueva categoría de producto o servicio diferente a la de su oferta original, aprovechando su valor simbólico, reputación y activos de marca, para ingresar y competir en nuevos territorios manteniendo consistencia y relevancia con su identidad principal. Es indispensable que la marca madre esté claramente presente en la extensión.

**No se consideran extensiones de línea*

Ejemplo:

- Lanzamiento de productos o servicios en industrias, categorías o segmentos totalmente nuevos para la marca madre.

6. Rebranding

Se refiere a transformaciones completas de marca: desde la redefinición de propósito hasta su expresión visual y verbal. Reconoce proyectos que revitalizan una marca existente con impacto tangible en su reputación, percepción o negocio.

Casos de marcas existentes que han sido actualizadas para responder a un nuevo contexto, desafío estratégico o evolución del negocio. Incluye modificaciones de posicionamiento, arquitectura de marca, valores de marca, identidad visual o verbal.

7. Rebranding Visual, Tono y Estilo

Reconoce el rediseño o modernización de una identidad existente, conservando su esencia, pero revitalizando su relevancia y expresión contemporánea. Se valoran los cambios expresivos que aportan mayor claridad, vigencia o diferenciación.

Ejemplos:

- Redefinición o cambio de imagen visual, logotipos, empaques, diseños, colores, tipografías y otras expresiones visuales.
- Redefinición del tono y estilo de la comunicación de la marca.



Creación e Innovación

8. Creación de marca nueva

Casos de nuevas marcas creadas exclusivamente para el mercado nacional, cuya estrategia puede haber sido desarrollada dentro o fuera del país. Se reconocen enfoques innovadores, sólidos y bien ejecutados que logran diferenciarse, conectar con audiencias y alinear la propuesta con los objetivos del negocio. Premia el desarrollo integral de la nueva marca: estrategia, nombre de la marca, identidad visual y verbal, y lanzamiento. Se valora la coherencia entre el concepto y su ejecución.

9. Marca de empresa Startup

Casos de creación de una marca nueva o redefinición de una marca existente de una startup en el mercado local que haya sido constituida como máximo 5 años antes del inicio del periodo de elegibilidad de este Concurso. Premia el desarrollo integral de la marca creada o redefinida y reconoce enfoques innovadores, sólidos y bien ejecutados que logran diferenciarse, conectar con audiencias y alinear la propuesta con los objetivos de marca.

*Se deberá enviar el certificado de registro de comercio al correo bestbrandingawards@grupovalora.cl para validar la fecha de constitución de la empresa. Solo una vez validado este documento se aplicará el valor preferencial de inscripción.

10. Creación de nombres (Naming)

Reconoce la creación de nombres originales, memorables y estratégicamente alineados con el posicionamiento de la marca. Incluye nombres de empresas, productos o servicios. Casos donde la construcción del nombre representa una decisión estratégica que potencia el posicionamiento de marca. Se consideran la creatividad, diferenciación, claridad conceptual y su adecuación al mercado objetivo.

11. Innovación en Branding

Reconoce proyectos que aplican metodologías, tecnología, IA o formatos disruptivos para construir o expresar una marca de forma inédita.

Identidad Visual y Expresiva

12. Identidad Visual

Casos donde la identidad visual ha sido diseñada o rediseñada para consolidar una marca sólida y diferenciadora. Se evalúa el logotipo, paleta de colores, tipografías, iconografía, estilos fotográficos e ilustrativos, y su aplicación coherente en los distintos puntos de contacto como packaging, redes sociales, sitios web, piezas impresas y espacios físicos o digitales. Se evaluará la creatividad, consistencia y flexibilidad del sistema.

13. Identidad Verbal y Tono de Voz

Casos de marcas que han definido o redefinido una voz propia a través del lenguaje. Incluye el tono de voz, slogan, estilo de lenguaje, narrativas y sistemas verbales, entendidos como estructuras coherentes para organizar los mensajes de marca en distintos canales y contextos. Se evalúa de qué manera el lenguaje articula la personalidad de la marca, construye significado y genera conexión emocional con sus audiencias, respondiendo a la estrategia de la marca.

14. Identidad Auditiva

Casos en los que la identidad de la marca está expresada en sonidos o recursos similares. Incluye jingles, paisajes sonoros, etc. coherentes con el ADN de la marca. Casos de marcas que han desarrollado un universo sonoro distintivo y coherente. Se valoran elementos como firmas sonoras, música original, sonidos funcionales (como en apps o productos físicos) y ambientes sonoros que refuercen la personalidad de la marca en distintos puntos de contacto.

15. Identidad de personajes y mascotas de marca

Casos de personajes o mascotas creados para marcas chilenas, para representar su identidad y conectar emocionalmente con el público. Reconoce la creación o renovación de personajes, mascotas, íconos o embajadores visuales que aportan humanidad y diferenciación a la marca. Se valoran su coherencia con el tono, su impacto cultural y su aporte a la narrativa de marca. También se consideran actualizaciones o modificaciones (tono de voz, visuales, nombre) de personajes existentes.

Experiencia de Marca

16. Experiencia de marca en espacios físicos

Reconoce la aplicación de la marca en espacios físicos: tiendas, showrooms, ferias, oficinas o instalaciones corporativas. Se valorará la coherencia espacial y emocional con la identidad de marca.

17. Experiencia de marca en espacios digitales

Para proyectos digitales —sitios web, apps, interfaces o ecosistemas interactivos— que fortalezcan la identidad y consistencia de la marca en el entorno digital.

Categorías Especiales

Los Casos inscritos en este bloque de Categorías no pueden participar en otras Categorías ni postular al Best of the Year.

18. Branding adaptado localmente

Casos en los que una marca global realiza ajustes estratégicos y creativos relevantes para ingresar, mantener o recuperar relevancia en el mercado local.

Ejemplos:

- Adaptación de su estrategia
- Adaptación de su identidad verbal (nombre, tono de voz, mensajes claves)
- Adaptación de su identidad visual (colores, estilos, tipografía) al mercado local

19. Extensiones de Línea

Casos de marcas presentes en el mercado chileno que amplían su oferta en la misma categoría de productos o servicios en la que ya participan, complementando la propuesta matriz, sin salir de la categoría. Deben mantener una identidad consistente con la marca de la cual se extienden.

Ejemplos:

- Alimentos con nuevas variantes (versiones sin azúcar, light, premium, ecológicas, infantiles, con adiciones funcionales, etc.) o sabores en la misma línea
- Ofrecer el mismo producto en distintas presentaciones, o en variantes pensadas para formas de uso diferentes

20. Guías de identidad de marca

Premia la creación de guías, manuales o ecosistemas de identidad que aseguren la coherencia visual y expresiva de la marca en todos los puntos de contacto.

21. Branding Interno

Reconoce programas o iniciativas que refuerzan la cultura y compromiso interno con la marca, impulsando la conexión entre propósito, empleados y valores.

22. Experiencia de marca: Activación

Casos en los que la marca ha implementado cambios estratégicos, coherentes y diferenciadores para mejorar la experiencia del usuario. Premia experiencias inmersivas, multisensoriales o interactivas que traduzcan el propósito de marca en vivencias memorables. Pueden incluir eventos, activaciones o entornos híbridos.

Premios



Se declarará Ganador en cada Categoría al Caso que obtenga el puntaje más alto por sobre el mínimo establecido en el Manual del Jurado del Concurso. Si ningún Caso supera dicho mínimo, la Categoría se declarará desierta.

Se entregarán dos trofeos, uno a la marca/empresa y el otro a la consultora/agencia responsable de la inscripción del Caso. Los otros involucrados podrán adquirir réplicas del trofeo.



Best of the Year

Best of the Year distingue al Caso de branding que el Gran Jurado considere como el más destacado del año entre los ganadores de las Categorías elegibles para este premio.

Este reconocimiento se otorga al mejor Caso entre los ocho puntajes más altos de las Categorías Ganadoras, a discreción de los Jurados, que hayan demostrado la importancia del branding como herramienta clave en la gestión de marca. Quedan excluidas de la competencia por el Best of the Year las Categorías Especiales.

Jurado

El Jurado de Best Branding Awards Chile está 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 el marketing.

El Jurado de Primera Fase tiene como misión evaluar todos los Casos inscritos, verificar que cumplan con las Bases del Concurso y que demuestren una gestión de marca clara, estratégica y con impacto en la marca. A partir de esta evaluación, definirá la nómina de Casos Finalistas por Categoría.

El Jurado de Segunda Fase evaluará exclusivamente a los Casos Finalistas, para elegir a aquellos que serán premiados en cada Categoría por la calidad de su estrategia de branding y por el impacto demostrado en la marca y en el negocio.

El Gran Jurado tendrá como misión elegir, entre los Casos Ganadores de las Categorías elegibles, al Ganador del Best of the Year, excluyendo a las Categorías Especiales.

Los Jurados de Primera y Segunda Fase estarán facultados para sugerir la descalificación de Casos que no cumplan con las Bases, así como la reclasificación de Casos a una Categoría que se considere más adecuada.

Criterios de evaluación

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

Desafío

25%

Los participantes deberán explicar por qué se decidió realizar el proyecto de branding. Es importante describir el contexto de la industria o del mercado en el que se enmarca el proyecto, y los desafíos que se buscaron abordar desde la estrategia de marca. También deben declarar cuál o cuáles eran los objetivos del proyecto y por qué estos eran relevantes para la consolidación o la evolución exitosa de la marca.

Solución

50%

Los participantes deberán presentar cuál fue la idea clave que dio origen a la estrategia y cómo esta se tradujo en una solución de marca coherente. Es importante explicar cómo se abordaron los desafíos planteados, y de qué manera la solución desarrollada integró estrategia, identidad y experiencia de marca para llegar a una solución integral. Se valorará la capacidad creativa, conceptual y ejecutiva para resolver el encargo de forma original, relevante y sostenible en el tiempo.

Impacto

25%

Los participantes deberán evidenciar cómo el proyecto generó un impacto positivo y suficiente para la marca en su percepción, posicionamiento, experiencia, cultura interna u otro indicador relevante. Este impacto puede demostrarse de forma cualitativa o cuantitativa, y debe estar alineado con los objetivos planteados. Buscamos que el Jurado comprenda y pueda ponderar el valor que el proyecto de branding generó para los públicos internos, externos o para la marca misma. En el caso de proyectos que se encuentren en ejecución al momento de la inscripción, el impacto deberá referirse a lo observado hasta la fecha de envío del Caso. Proporcione fechas y fuentes para todos los datos proporcionados, los que deben ser de veracidad comprobable.

Aspectos

Importantes

La transgresión de cualquiera de los puntos establecidos en estas Bases podrá implicar la descalificación inmediata del Caso, decisión que será inapelable y no considerará la devolución del pago de la inscripción. Esta descalificación podrá efectuarse en cualquier etapa del proceso, incluso si el Caso ya hubiera sido seleccionado como Finalista o Ganador.

Antes de finalizar la inscripción, es responsabilidad de los participantes verificar que el Formulario online esté completo y que todo el material requerido haya sido correctamente cargado en la plataforma de inscripciones.

Una vez cerrada la inscripción, no se aceptarán cambios ni la incorporación de material o información adicional.

Best Branding Awards Chile es un Concurso sin identificación de consultoras/agencias, para asegurar imparcialidad durante la evaluación de Casos. No se debe incluir ningún nombre/logos/referencias auditivas o visuales de la consultora/agencia participante en los materiales que el Jurado revisará (Formulario de Inscripción, video del Caso, material complementario, etc...). Esto también incluye a otros involucrados relacionados al Caso. No incluya nombres de consultoras/agencias en sus fuentes; esto incluye nombres de consultoras/agencias ajenas a la suya. La fuente de los datos debe referenciarse como "Investigación de la consultora/agencia", "El estudio de diseño", "La agencia de Medios", etc.

Se permite que el nombre de la consultora/agencia aparezca en una inscripción en situaciones donde la consultora/agencia sea la marca del Caso presentado, o cuando el nombre de la consultora/agencia aparezca en el trabajo que se difundió públicamente.

La información entregada al Concurso en el Formulario de Participación es esencial para una correcta evaluación por parte del Jurado.

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 suficiencia de la información presentada, como de la aceptación de los aspectos contenidos en estas Bases del Concurso. Las firmas deberán ser de las personas con los cargos ejecutivos indicados en el Formulario. No se aceptarán firmas por poder, digitales no certificadas o de cargos distintos a los especificados.

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, Gerente General o Director de Área) y de la marca/empresa (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 Chile, ser analizados, difundidos y debatidos públicamente, y de servir de base para la edición de publicaciones derivadas de Best Branding Awards Chile, 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 para la utilización de todo el material eximiendo de toda responsabilidad al respecto a Valora SpA.
- ✎ Todos los nombres de consultoras, agencias, marcas y empresas se indican correctamente de acuerdo con la política de cada compañía y precisamente como deben aparecer en todas las publicaciones del Concurso.
- ✎ Todos los participantes mencionados en la inscripción reciben el nivel de crédito adecuado.

Cómo

Inscribir el Caso

Considera al menos 10 días para armar un Caso. Tómate el tiempo necesario para familiarizarte con la plataforma de inscripciones.

Llena el Formulario de Participación online y carga todo el material solicitado, a través del sitio <https://bba-chile.acclaimworks.com/uba/auth>

Carga 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 bloc 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 revisar 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 en 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 de profesionales con sólidos conocimientos de branding y marketing. Ten en cuenta que este 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

El propósito de este video es permitir que el Jurado pueda considerar con claridad todos los aspectos de tu Caso, pero NO debe ser un video promocional. Realiza un montaje con los elementos más relevantes del Caso, aquellos que constituyen los factores esenciales, y presenta un relato bien estructurado y enfocado en los elementos clave.

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.

El video 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 podría ser descalificado.

- ❖ Todas las acciones, piezas y/o actividades vistas en el video deben haber sido exhibidas y/o ejecutadas en el mercado dentro de las fechas del Caso.
- ❖ Solo podrá ser musicalizado si cuentas con los derechos de las pistas utilizadas.
- ❖ Puedes incluir locución y sobreimpresiones, e incluir logros y resultados, pero recuerda que NO es un video promocional.
- ❖ No excedas la duración máxima de 3:00 minutos.
- ❖ Sugerimos que el nombre del archivo sea "NOMBRECASO-CATEGORIAENLAQUEPARTICIPA"

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 a los caracteres máximos permitidos. 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 las empresas responsables del Caso, etc. (se aceptan documentos en los siguientes formatos: .mov, .mp4, .pdf, .ai, .jpg, .jpeg, .png, .mp3 y .gif)

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). También se aceptan firmas digitales no certificadas.

Importante:

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

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

Envía el comprobante a ahermosilla@grupovalora.cl, indicando Invoice (Ej: INV-111-111) de el o los Casos y sus respectivas Categorías.

✎ **Webpay**

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

<https://www.webpay.cl/form-pay/248581>

En los datos requeridos, ingresa la siguiente información:

- Identificación del pago: indicar el número de 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 el responsable del Caso en la plataforma de inscripción.*

Valores de Inscripción

General

Primer Cierre: 6 UF + IVA

Segundo y Último Cierre: 9 UF + IVA

Marca de empresa startup*

Primer Cierre: 3 UF + IVA

Segundo y Último Cierre: 4 UF + IVA

Un Caso podrá ser inscrito en todas las Categorías que sean pertinentes, y se deberá pagar una inscripción por cada Categoría.

*Se deberá enviar el certificado de registro de comercio al correo bestbrandingawards@grupovalora.cl para validar la fecha de constitución de la empresa. Solo una vez validado este documento se aplicará el valor preferencial de inscripción.

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, incluyendo aquellos Casos que correspondan principalmente a campañas de marketing o comunicaciones y no a proyectos de branding.

Fechas

Apertura de Inscripciones

Lunes

02

Marzo

Primer Cierre

Jueves

16

Abril

Segundo y Último Cierre

Jueves

07

Mayo

Jurado

Primera Fase

Miércoles

27

Mayo

Jurado

Segunda Fase

Miércoles

17

Junio

Ceremonia

de Premiación

Miércoles

29

Julio

*Fechas sujetas a cambios

*Los Cierres de Inscripciones se efectúan a las 23:59 hrs.

Cuenta con nosotros:



Camilo Martínez

Asistente de Programas



Belén Mora

Subdirectora 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://bba-chile.acclaimworks.com/uba/auth>

