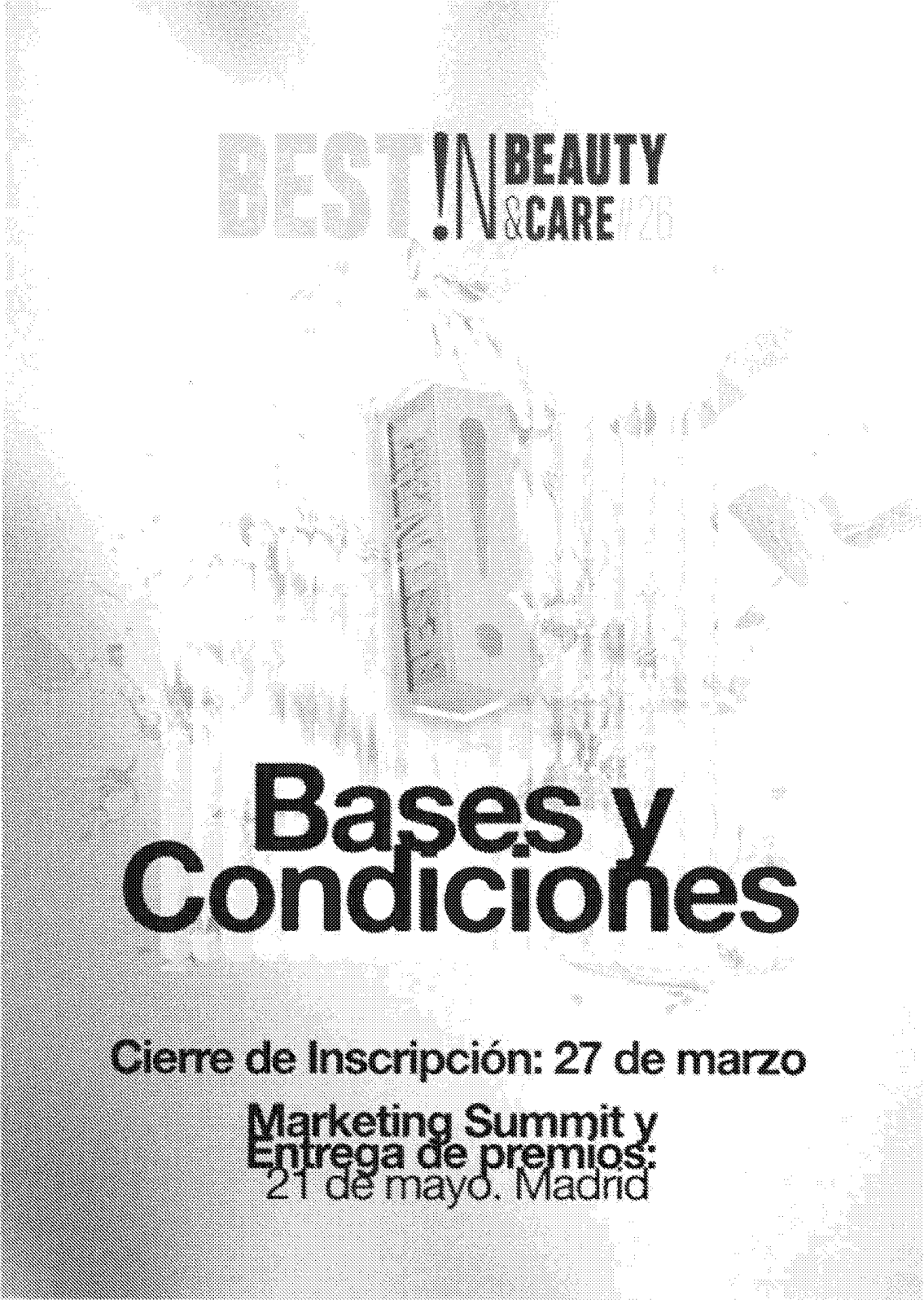




**BEST! IN BEAUTY
& CARE #26**

Bases y Condiciones

Cierre de Inscripción: 27 de marzo

**Marketing Summit y
Entrega de premios:**
21 de mayo, Madrid

CONTENIDO	
QUÉ SON LOS BESIN BEAUTY&CARE	3
COMITÉ TÉCNICO BEST AWARDS	3
COMITÉ ORGANIZADOR	3
TIPOS DE PRODUCTOS QUE PUEDEN PARTICIPAR	4
CONDICIONES GENERALES	5
PREMIOS QUE SE OTORGAN	6
PROCESO DE VOTACIÓN DEL JURADO	8
TARIFAS DE INSCRIPCIÓN	9
SECCIONES	11
BRANDED CONTENT	11
DIGITAL INNOVATION	12
INFLUENCER MARKETING	13
BRAND EXPERIENCE & EVENTS	14
RETAIL EXPERIENCE & ACTIVATION	15
PR	16
FILM	17
PACKAGING	18
BRAND BUILDING	20
GRÁFICA	21
ESG	21
PRODUCT LAUNCH	22
INTEGRATED STRATEGY	23
INNOVATION FOR GOOD BY DENTSU	24
PREMIOS ESPECIALES	25
CONTACTO	26

QUE ES BESTIN BEAUTY&CARE

Los **BestIN Beauty & Care** son los premios de marketing de los sectores belleza, perfumería, droguería e higiene que nacen con el objetivo de reunir a los profesionales de marketing de la industria y sus agencias para reconocer las mejores campañas y a los equipos que los lideran. En 2026 se celebrará su sexta edición. **BestIN Beauty & Care** nace con la idea de celebrar un encuentro anual con una jornada de conferencias y los premios a los mejores trabajos de marketing.

COMITÉ TÉCNICO BEST AWARDS

El Comité Técnico de Best Awards está formado por profesionales de la creatividad que ayudan a la organización a establecer las categorías y criterios de valoración de las piezas presentadas en todos los premios. (BESTIN FOOD, BESTIN BEAUTY&CARE, BESTIN AUTO, BESTIN HEALTH, BESTIN TRAVEL)

- Presidente, Pablo Vázquez, Chief Strategy & Brand Officer en Bob Agency
- Carlos Jorge, Director general creativo en Contrapunto BBDO.
- Chema Cuesta, Strategy Creative Director en Dentsu Creative Spain
- Susana Pérez, Directora creativa ejecutiva de Proximity.
- Raquel Espantaleon, Head of Strategic Planning en Sra. Rushmore
- Víctor Gutiérrez, Chief Strategy Officer en WPP Media
- Jaime Azurmendi, Director Creativo Ejecutivo en Mccann

COMITÉ ORGANIZADOR BESTIN BEAUTY

El comité organizador tiene la misión de velar por la excelencia en la ejecución de los premios y el marketing day, proponiendo temas de discusión, debate y tendencias que se verán reflejados en el programa. Tiene la potestad de elegir el reconocimiento a la excelencia en marketing de la trayectoria de una marca. Todos sus miembros lo hacen en representación de las empresas que han recibido este reconocimiento a la trayectoria en las ediciones anteriores, y los organizadores de BestIN Beauty & Care.

TIPO DE PRODUCTOS QUE PUEDEN PARTICIPAR

Los premios **Best!N Beauty&Care** aceptarán inscripciones de campañas, acciones y ejecución de planes de marketing realizados para productos englobados en las siguientes familias.

BEAUTY:

- **Fragancias:** Eau de Toilette, Eau de Parfum, Agua de Colonia.
- **Cosmética:** Rostro: Base de Maquillaje. Colorete. Correctores e Iluminadores. Fijadores. Polvos Bronceadores, Compactos o Suelos. Labios: Bálsamo Labial, Barra de Labios, Fijadores, Gloss, Perfilador. Uñas: Esmalte de uñas. Kit Uñas. Quitaesmalte. Top y Base Coat. Tratamiento Uñas. Ojos: Cejas. Sombras. Eyeliner. Lápiz de Ojos. Máscara de pestañas. Pestañas Postizas. Accesorios Maquillaje: Brocha de Rostro. Esponjas Maquillaje. Limpiadores Brochas. Pincel de Cejas, Labios, Ojos. Rizadores de Pestañas. Sacapuntas
- **Tratamiento facial:** Cuidado Día. Cuidado Noche. BB-CC Cream. Serum. Mascarillas. Aceite Limpiador. Agua Micelar. Bálsamo Limpiador. Desmaquillador Ojos. Espuma Limpiadora. Gel Limpiador. Leche Limpiadora. Spray Facial. Toallitas Limpiadoras. Tónico Facial. Otros. Aceites Faciales. Ampollas Faciales. Contorno de ojos. Tratamiento de labios. Exfoliantes y mascarillas. Accesorios faciales.
- **Tratamiento capilar:** Champús. Acondicionadores. Champús en seco. Tratamiento. Lociones y Ampollas. Mascarillas. Sérum y Aceites. Ceras. Espumas. Geles y Gominas. Lacas y Spray, Tintes
- **Tratamiento corporal:** Aceites esenciales. Cremas de Manos. Cremas y lociones corporales. Exfoliantes. Body Mist. Anticelulíticos Antiestrías. Piernas Cansadas. Reductores. Sérum. Protectores solares. Autobronceadores. Aftersun.

CARE:

- **Afeitado:** Espumas. Cremas. Geles. Maquinillas de afeitar. Tratamiento, cera y champú barba.
- **Depilatorios:** Cera caliente. Cera Fría. Cremas Depilatorias. Decolorantes. Maquinillas y Desechables.
- **Desodorantes:** Desodorante Crema. Desodorante Roll On. Desodorante Spray. Desodorante Stick.
- **Higiene Bucal:** Cepillos Dentales Eléctricos. Cepillos Dentales Manuales. Dentífricos con Elixir. Enjuagues y Colutorios. Pastas Dentales. Prótesis Dentales. Recambios Dentales Eléctricos.
- **Cuidado Ocular y Nasal:** Ojos Cansados. Sequedad Ocular. Espráis Nasaes.
- **Tratamiento para pies:** Cuidado de pies.
- **Bienestar Sexual:** Accesorios Íntimos. Lubricantes. Profilácticos.
- **Higiene Íntima:** Compresas. Gel y Toallitas Intimas. Incontinencia Ligera. Incontinencia severa. Protege Slips. Tampones.

HOME CARE

- **Limpiadores del hogar:** Limpiadores para toda la casa. Limpiadores para la cocina. Productos para el baño
- **Limpieza y cuidado de ropa:** Detergentes para Ropa. Suavizantes. Quitamanchas. Apresto y almidón para la ropa. Tintes ropa. Cepillos para la ropa.
- **Celulosas:** Papel higiénico. Pañuelos de papel. Papel de cocina. Servilletas. Mantel de papel. Útiles de limpieza. Escobas. Recogedores. Fregonas. Bayetas. Estropajos. Guantes de fregar. Mopas. Plumeros. Bolsas de basura. Aparatos lavacristales.
- **Bazar:** Pegamentos y adhesivos. Bolsas transparentes. Conservación de alimentos. Accesorios para el coche. Accesorios para el baño. Aguarrás.
- **Calzado:** Limpia calzados. Cuidado del calzado. Tintes para calzado. Cepillos para calzado.
- **Ambientadores:** Ambientadores eléctricos. Recambios para ambientadores eléctricos. Ambientadores aerosol o spray. Ambientadores sólidos. Ambientadores líquidos. Ambientadores absorbe olores, velas aromáticas y fragancias del hogar.

CONDICIONES GENERALES PREMIOS

Serán admitidos todos aquellos trabajos realizados entre el 1 de enero de 2024 y 18 de abril de 2026, y que no hayan participado en la edición anterior de Best!N Beauty & Care. El producto debe pertenecer a la tipología de productos descrita en el epígrafe anterior, y haber sido lanzado en España, o cuyo desarrollo se haya realizado por equipos ubicados en España, aunque su ejecución se haya realizado en otro mercado. También pueden participar trabajos relacionados con establecimientos donde se vendan o utilicen productos del sector droguería, perfumería e higiene, como Droguerías y perfumerías, Supermercados e Hipermercados, Peluquerías, centros de belleza. Las campañas institucionales relacionadas con estos sectores tendrán también cabida en el festival. Este tipo de campañas (Retail e Institucionales) deberán inscribirse dentro de la categoría Beauty, Personal Care o Home Care dependiendo de la afinidad con la categoría.

No se podrá inscribir ninguna producción que no haya sido previamente autorizada por el anunciante o agente publicitario. En todo caso, la responsabilidad será de la persona o entidad que efectúe la inscripción. Así mismo, no podrá presentarse ningún anuncio o campaña cuyo contenido haya sido declarado ilícito por los tribunales u organismos de autorregulación publicitaria respecto del mensaje publicitario transmitido.

Todo material y documentación presentada pasará a formar parte del archivo de la organización de los Premios **Best!N Beauty&Care** autorizando la exhibición en público o privado de las piezas presentadas. Para la promoción del festival, los participantes autorizan la exhibición de sus trabajos, presentaciones públicas o privadas, tantas veces y en tantos lugares como sea oportuno, así como su edición, distribución y venta como recopilación del contenido de los **Best!N Beauty&Care**. Los organizadores no son responsables de reclamaciones eventuales provenientes de tales presentaciones.

La organización y/o el jurado se reservan el derecho de realizar cambios de categoría en aquellas inscripciones de material que estime oportuno.

Los participantes galardonados tendrán derecho a realizar publicidad de los premios obtenidos en los **Best!N Beauty&Care** utilizando el logo y sello de la edición 2026.

En el caso de que una misma pieza sea inscrita por el anunciante y la agencia, estos deberán ponerse de acuerdo en quién presentará la pieza. En caso de no llegar a un entendimiento será aceptada la primera que formalizó la inscripción.

El depósito de cualquier trabajo inscrito implica la aceptación de este reglamento por la persona o la sociedad depositante.

Los materiales presentados podrán hacer referencia a las agencias o proveedores de servicios de marketing que hayan realizado su inscripción. La información se mostrará tanto en la reunión del jurado como en la difusión que la organización haga de las piezas presentadas, y ganadoras. El objetivo de **BEST!N BEAUTY&CARE** es difundir la excelencia de los trabajos presentados, y dar a conocer a sus autores.

En el caso de que una de las categorías de cada sección no contenga un número mínimo de inscripciones, la organización o el jurado podrá agruparla en otra de las categorías.

Cada trabajo o pieza constituirá UNA inscripción por cada sección en la que se inscriba.

Las inscripciones relativas a una misma campaña en las secciones de Film y Gráfica serán presentadas y admitidas con un máximo de 3 piezas por campaña y se juzgarán conjuntamente. El precio de la inscripción de campaña o pieza individual será el mismo.

Las inscripciones se realizarán exclusivamente por Internet a través de la herramienta koolfest en la web <https://bestinbeauty.koolfest.com>. En cada ficha de inscripción deberá escribirse una sinopsis informativa que figurará en la exposición de los premios y que ayude al jurado a entender bien el planteamiento de la acción llevada a cabo. Se recomienda subir un vídeo explicativo en aquellas campañas que puedan ayudar a decidir al jurado en su labor de valoración.

Las inscripciones no se consideran completamente formalizadas hasta que se reciben los materiales, bien online y/o en las oficinas de la Secretaría Técnica de **Best!N Beauty&Care**, así como el pago de dichas inscripciones. Los participantes que resulten premiados autorizan expresamente a la Organización a difundir sus nombres, imágenes, datos personales y material inscrito en los medios y formas que consideren conveniente, sin derecho a percibir por esto compensación alguna.

Todo el material inscrito queda en poder de la organización y será incorporado a su archivo pudiendo ser utilizado con fines de promoción y difusión de los **Best!N Beauty&Care**. Cada participante al inscribirse el material, automáticamente autoriza a la Organización a la realización de presentaciones de premios y su difusión por cualquier medio de comunicación nacional o internacional físico o digital.

La inscripción de trabajos en los **Best!N Beauty&Care** implica la aceptación de su reglamento y la autoridad de sus organizadores.

Las situaciones no previstas en este reglamento serán resueltas por la organización y su decisión será inapelable.

El envío de las muestras de la sección packaging de aquellas candidaturas presentadas se realizará por cuenta del participante. No se devolverá ningún material, botella o envase facilitado a la organización, a menos que se notifique expresamente a la secretaria técnica antes de la fecha de cierre de inscripciones. De lo contrario, dichas muestras serán desechadas sin posibilidad de reclamación posterior.

PREMIOS OTORGADOS

Serán otorgados premios **Oro, Plata y Bronce**, en cada categoría de cada sección. El jurado no está obligado a otorgar premio en cada categoría, pudiendo dejar desiertas aquellas que considere no han recibido inscripciones con la calidad suficiente para recibir premio.

Se entregará trofeo para cada uno de los Grandes Premios, Oros, Plata y Bronce.

Entre todos los oros de las secciones del festival, todos los miembros del jurado votarán de manera secreta los Grandes Premios. La pieza que más votos obtenga será la ganadora. En caso de empate la decisión la tomará el presidente del comité organizador. Y los ganadores se desvelarán luego de la reunión de jurado, el 29 de abril de 2026. En caso de que el jurado sólo otorgue un premio oro en todas las secciones, de Beauty, Personal Care o Home Care, no se otorgará gran premio.

Criterios para el Jurado de los Premios BEST IN en las Categorías de Participación:

Los premios oro y gran premio del festival Best!N Beauty&Care deben reconocer trabajos excepcionales que generen un sentido de orgullo en el jurado, así como un deseo profesional de haber ideado esas propuestas. Para ello, se tendrán en cuenta los siguientes criterios fundamentales: **INnovación, INspiración e IMPacto.**

INnovación: Trabajos que proponen algo nuevo o diferente.

1. ¿Este trabajo se distingue por ser diferente a lo que hemos visto previamente en su categoría? ¿Qué elementos lo hacen único o inédito en su enfoque?
2. ¿El trabajo desafía las normas establecidas o rompe con los moldes tradicionales? ¿Muestra valentía en su enfoque o ejecución?
3. ¿Puede este trabajo inspirar nuevas formas de pensar o métodos de ejecución dentro del sector?

INspiración: Trabajos que no sólo destaquen, sino que marcan camino para el sector.

1. ¿Este trabajo está marcando una tendencia o abriendo un nuevo camino en la industria? ¿Es un referente que lidera el cambio o establece un nuevo estándar?
2. ¿Introduce ideas, soluciones o perspectivas que fomentan el avance del sector? ¿Es una contribución que impulsa la industria hacia adelante?

¿Posee este trabajo el potencial de influir en el futuro del sector? ¿Deja un impacto duradero o transforma significativamente la industria?

IMPacto: Trabajos que obtienen resultados tangibles.

¿Ha tenido este trabajo un impacto significativo en las personas? Considerar métricas como notoriedad, atribución a la marca, recuerdo de marca, interacciones en redes sociales (likes, comentarios), impresiones y aumento del tiempo promedio de visualización (VTR) y CTR.

¿Ha provocado este trabajo algún cambio positivo respecto a la marca? Evaluar aspectos como afinidad, sentimiento, mejora de atributos de imagen, incremento en la consideración y tráfico web, así como el aumento del Net Promoter Score (NPS).

¿Ha generado impacto en el negocio? Analizar indicadores como retorno sobre la inversión (ROI), incremento de ventas, aumento de penetración y cuota de mercado.

Estos criterios guiarán al jurado en su evaluación, asegurando que los trabajos premiados no solo sean destacados en su categoría, sino que también representen una contribución significativa al sector de la publicidad.

Se otorgará un premio a la agencia "Best!N Beauty&Care Agency" y otro al anunciante "Best!N Beauty&Care Advertiser", a las compañías que mayor puntuación hayan obtenido según el número de premios conseguidos:

Gran Premio	3 puntos
Oro	7 puntos
Plata	5 puntos
Bronce	3 puntos

En caso de que aparezcan varias agencias en el apartado "Agencia/s" y agencias colaboradoras en el formulario de inscripción, los puntos del premio se dividirán entre el número de agencias que hayan participado en el trabajo, independientemente de la empresa que haya realizado la inscripción.

En caso de empate se dará a la compañía con mayor número de Oros, Platas, o Bronces.

El comité organizador otorgará un reconocimiento a la Excelencia en Marketing por la Trayectoria de una marca en el sector Beauty, y otra en el sector Personal Care & Home Care.

PROCESO DE OTORGACIÓN DEL JURADO

La creatividad es el principal criterio de valoración en todas las secciones, pero no el único. Cada sección tiene incluida una ponderación de distintos factores que el jurado tendrá en cuenta. El jurado atenderá a las especiales características del mercado Beauty & Care y sus limitaciones para valorar las piezas presentadas.

El jurado visualizará cada pieza en primera instancia, antes de la reunión presencial del 29 de abril a través de la herramienta de votación. En la reunión presencial se votarán todas las piezas con un baremo del 1 al 7, siendo 7 la mayor puntuación para la valoración de los trabajos.

Una vez realizada la valoración de cada sección, el jurado entrará a discutir sobre los premios para todos aquellos que hayan obtenido una media entre 4 y 7 puntos y se decidirá el tipo de galardón por mayoría simple de los miembros del jurado presentes.

En caso de empate (por la ausencia en la deliberación de un jurado implicado directamente en el trabajo) el premio a otorgar será siguiendo la siguiente casuística:

Ejemplos:

- Tres jurados votan a una pieza bronce y tres plata. El premio será plata.
- Dos jurados votan plata, dos oro y dos consideran que no es merecedora de premio: el premio es plata.
- Dos jurados consideran una pieza no merecedora de premio, dos bronce y dos plata: El premio será bronce.

El jurado no está obligado a otorgar premios en todas las categorías de cada sección/subsección, pudiendo dejar desierta alguna de las categorías, o alguno de los premios (oro, plata, bronce), o dando dos premios de igual valor si así lo considera. Nunca podrá haber más de 3 premios por categoría.

Entre las piezas que reciban el premio Oro de cada categoría y sección, el jurado realizará una votación secreta eligiendo una solo para Gran Premio en los productos Beauty, y otra como Gran premio para los productos Care.

Los jurados no pueden votar por piezas propias, ya sea presentada por la agencia donde estén trabajando o el cliente. El sistema de votación tiene integradas las incompatibilidades, haciendo imposible la valoración de trabajos propios por parte del jurado.

Para la votación de los premios, si la pieza opta a premio Oro, Plata o Bronce, al jurado con incompatibilidad, se le pedirá que abandone de la sala mientras dure la deliberación de esa pieza, para que su presencia no influya en las opiniones del resto de jurados. El jurado será reincorporado a la reunión por el coordinador de la organización una vez finalizada la deliberación de la pieza incompatible.

ALICIA DE INNOVATION

Se cobrará una única vez por compañía (CIF) una cuota administrativa de **147€ más 21% IVA** que cubre los gastos de gestión, da derecho a **una** entrada para el Marketing Summit y otra para la Entrega de Premios Best!N Beauty&Care 2026.

SECCIÓN	1ª INSC.	ENVÍO PIEZA FÍSICA
BRANDED CONTENT	380€	NO
DIGITAL INNOVATION	380€	NO
INFLUENCER MARKETING	380€	NO
BRAND EXPERIENCE & EVENTS	380€	NO
RETAIL EXPERIENCE & ACTIVATION	380€	NO
PR	380€	NO
FILM	380€	NO
PACKAGING	380€	2 uds.
BRAND BUILDING	380€	NO
GRÁFICA	380€	NO
ESG	380€	NO
PRODUCT LAUNCH	380€	NO
INTEGRATED STRATEGY	380€	NO
INNOVATION FOR GOOD by DENTSU	0€	NO, requisito inscrito en las secciones anteriores.

A estos precios hay que añadirle el 21% de IVA

Tarifas Especiales:

1. Inscripción de 5 piezas o más: Tarifa de 1420€ por 5 piezas, más la cuota administrativa. A partir de la sexta pieza el precio es de 270€ por pieza.
2. Descuento por suscriptor de IPMARK o DARETAIL: 5% sobre el total de inscripciones, sin incluir la cuota administrativa.

Estas tarifas especiales son válidas para las campañas subidas por un único cliente en la plataforma de inscripciones.

Sin el envío de las piezas físicas, en las secciones de **Best!N Packaging** no se considerará finalizado el proceso de inscripción. Se deberán enviar a Manuel Tovar 3, entreplanta, 28034, Madrid.

El pago deberá efectuarse mediante:

Transferencia bancaria a nombre de Ediciones y Estudios, S.L. a la cuenta del Banco Bankinter:

- IBAN ES36 0128 0035 6501 0050 0036
- SWIF BKBKESMM
- Referencia: BBC25 seguido del número de inscripción (ID.) de la/s pieza/s, que se facilita al realizar la gestión de piezas en <https://bestinbeauty.koolfest.com>

Tarjeta bancaria a través del sistema de inscripción.

No se admiten devoluciones una vez finalizado el proceso de pago de las inscripciones

RECOMENDACIONES ANTES DE COMENZAR EL PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Revisa las reglas, asegúrate de verificar que tu inscripción reúne las condiciones de participación y se adecúa a la sección y categoría en la que quieres participar. Echa un vistazo a nuestras fechas clave, plazos y otros criterios importantes.

Asegúrate de tener una copia de las bases de participación a las que puedas hacer referencia durante todo el proceso de inscripción.

Revisa bien las secciones, este año hemos actualizado los criterios de valoración para el jurado, y hemos incluido recomendaciones para que los casos que presentes se entiendan bien.

Si necesitas asesoramiento en algún momento del proceso, estamos a tu disposición, puedes enviar un email a Milagros Arana, marana@bestawards.es o llamar por teléfono al 913159845

Cuanto antes comiences, más tiempo podremos ofrecerte ayuda adicional si la necesitas.

Sé conciso. Los jurados entienden si un proyecto tiene mérito con una explicación concisa y coherente. Evita la confusión y la saturación en la estrategia y la idea del proyecto.

Explica la idea y los resultados de la campaña desde el principio, sin rodeos innecesarios. Explica la idea de manera clara y rápida al inicio para que el jurado entienda las dimensiones de la campaña y sus resultados desde el principio. Trata tu video de presentación como un artículo editorial, presentando toda la información clave al principio y luego desarrollando la idea.

Estructura tu explicación alrededor de una narrativa simple, poderosa y sucinta.

Proporciona resultados robustos, significativos y medibles que estén vinculados claramente a los objetivos originales.

SESIONES

BRAND CONTENT

DEFINITION

Creación o integración natural de contenido original de una marca cuyo propósito es la transmisión de mensajes de marketing que refuercen los valores de ésta y que conecten de manera original informando y entreteniendo a los consumidores a través de plataformas relevantes de contenido, más allá de los métodos o canales tradicionales publicitarios, utilizando técnicas de storytelling dirigidas al consumidor.

En la descripción del trabajo se recomienda incluir la siguiente información:

Explica cómo la acción aporta un plus en la **capacidad de atraer y no interrumpir** al usuario, y cómo la utilización de este canal se integra en la propuesta de marca.

Describe la situación de partida, un breve resumen del briefing recibido por el cliente, y una descripción clara de los objetivos que persigue la acción desarrollada.

Describe la **idea creativa**, incluye claramente, el público objetivo, el acercamiento a éste y en la medida de lo posible datos relevantes en la estrategia planteada. Cómo el insight creativo ha influido directamente en la amplificación del mensaje de marca.

Describe la **ejecución** de la acción, incluyendo la implementación, el marco temporal, lugar y alcance de la acción, cómo se adapta la relevancia de la marca al canal, los puntos de contacto, materiales, estilo, diseño, los canales, métodos y/o procesos empleados.

Incluye **resultados** obtenidos en términos de engagement, alcance, ventas, percepción de marca, impacto, cambios en comportamiento del target y/o el incremento del sentimiento positivo hacia la marca.

Criterios de valoración

- Creatividad: 50%
- Fluidez y ejecución. (Capacidad de atraer y no interrumpir): 30%
- Resultados: 20%

CATEGORÍAS

1. Beauty
2. Personal Care
3. Home Care

REQUISITOS TÉCNICOS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: Un **video explicativo de 2 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.
- Material adicional: Documento pdf explicativo de las acciones realizadas, planteando objetivos, desarrollo de la acción y resultados obtenidos.

DIGITAL INNOVATION

DEFINICIÓN

Desarrollo de conceptos, piezas y campañas que permiten a las marcas involucrar a los consumidores, utilizando técnicas basadas en canales y formatos digitales. Web – Mobile sites, Display Advertising, Mobile Advertising,

formatos enriquecidos, redes sociales, SEM, Email Marketing, Gamificación, aplicaciones. Video, Contenido generado por el usuario, voice marketing, uso creativo de la data, inteligencia artificial, internet de las cosas, aplicaciones móviles, realidad aumentada o virtual, eCommerce.

En la descripción del trabajo se recomienda incluir la siguiente información:

Explica por qué la acción es relevante en la categoría digital, y cómo la utilización de este canal se integra en la propuesta de marca.

Describe la situación de partida, un breve resumen del briefing recibido por el cliente, y una descripción clara de los objetivos que persigue la acción desarrollada.

Describe la **idea creativa**, incluye claramente, el público objetivo, el acercamiento a éste y en la medida de lo posible datos relevantes en la estrategia planteada.

Describe la **ejecución** de la acción, incluyendo la implementación, el marco temporal, lugar y alcance de la acción, cómo se adapta la relevancia de la marca al canal, los puntos de contacto, materiales, estilo, diseño, la mejora en la experiencia de usuario, métodos y/o procesos empleados.

Incluye **resultados** obtenidos en términos de engagement, alcance, ventas, percepción de marca, y/o el incremento del sentimiento positivo hacia la marca.

Criterios de valoración

- Creatividad/Innovación: 50%
- Ejecución y Experiencia de usuario UX: 25%
- Resultados: 25%

CATEGORÍAS

1. Beauty
2. Personal Care
3. Home Care

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio:
 - o Un **video explicativo en formato MP4 de 2 minutos de duración máxima** mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.
 - o Una **URL que dirija hacia la creatividad, o explicación de la acción.**
- Material adicional: Documento pdf explicativo de las acciones realizadas, planteando objetivos, desarrollo de la acción y resultados obtenidos.

INFLUENCER MARKETING

DEFINICIÓN

Acciones de comunicación cuya estrategia, y ejecución se haya basado en el uso de influencers, personajes públicos, artistas o famosos. Se valorará aquella colaboración que haya conseguido encajar de manera más natural la imagen de la marca con la del influencer.

En la descripción del trabajo se recomienda incluir la siguiente información:

Explica por qué la acción es relevante en la categoría de influencer, y cómo los valores aportados por éste se integran en la propuesta de marca.

Describe la situación de partida, un breve resumen del briefing recibido por el cliente, y una descripción clara de los objetivos que persigue la acción desarrollada.

Describe la **idea creativa** y la **estrategia** propuestas, incluye claramente, el público objetivo, el acercamiento a éste y en la medida de lo posible datos relevantes en la estrategia planteada.

Describe la **ejecución** de la acción, incluyendo la implementación, el marco temporal, lugar y alcance de la acción.

Incluye **resultados** obtenidos en términos de engagement, alcance, ventas, percepción de marca, y/o el incremento del sentimiento positivo hacia la marca.

Criterios de valoración

- Creatividad: 25%
- Estrategia: 25%
- Enlace de los valores aportados por el influencer con la propuesta de marca: 25%
- Resultados: 25%

CATEGORÍAS

1. Beauty
2. Personal Care
3. Home Care

ENTREGABLES REQUERIDOS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio:
 - o Un **video explicativo en formato MP4 de 2 minutos de duración máxima** mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.
- Material adicional: Documento pdf explicativo de las acciones realizadas, planteando objetivos, desarrollo de la acción y resultados obtenidos.

RETAIL EXPERIENCE

DEFINICIÓN

Cualquier acción de difusión que haya sido creada para obtener una respuesta inmediata o acción específica y directa en el comportamiento del público objetivo, pero siempre fuera del punto de venta. Para las acciones realizadas en el punto de venta puede consultar la sección Retail Experience. Se premiarán aquellas piezas que de manera creativa hayan provocado la conexión con el consumidor y el incremento de la afinidad con la marca, optimizando los puntos de contacto directo con ésta. Cualquier acción que haya sido creada con la finalidad de ofrecer experiencias al público objetivo, como activations de marca, presencia ferial, convenciones, congresos, celebraciones, incentivos, fidelización, patrocinios, experiencias virtuales o 360, Street marketing, road shows, etc.

En la descripción del trabajo se recomienda incluir la siguiente información:

Explica por qué la acción es relevante en la categoría y cómo la utilización de este canal se integra en la propuesta de marca.

Describe la situación de partida, un breve resumen del briefing recibido por el cliente, y una descripción clara de los objetivos que persigue la acción desarrollada.

Describe la **idea creativa**, incluye claramente, el público objetivo, el acercamiento a éste y en la medida de lo posible datos relevantes en la estrategia planteada.

Describe la **ejecución** de la acción, incluyendo la implementación, el marco temporal, lugar y alcance de la acción, cómo se adapta la relevancia de la marca al canal, los puntos de contacto, materiales, estilo, diseño, la mejora en la experiencia de usuario, métodos y/o procesos empleados.

Criterios de valoración

- Creatividad: 50%
- Conexión con el consumidor: 25%
- Ejecución: 25%

CATEGORÍAS

1. Beauty
2. Personal Care
3. Home Care

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 2 minutos de duración máxima** mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.
- Material adicional: Una imagen o PDF, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales.

POINT-OF-SALE ACTIVATION

DEFINICIÓN

Los trabajos de esta categoría deben haber tenido lugar en un entorno de punto de venta. Se considerarán las experiencias y activaciones significativas y atractivas para atraer o mantener clientes, fomentar la actividad de los mismos y aumentar las transacciones. Pueden participar las actividades en tienda y punto de venta. Esto puede incluir, entre otros, lanzamientos de productos, demostraciones, actividades de sampling Publicidad en el Lugar de Venta (PLV) y acciones especiales que atraen y guían a los compradores en todos los canales de su proceso de compra. Concursos o Incentivos promocionales en el canal tradicional o digital utilizados para impulsar la participación del cliente con una marca en el punto de venta.

En la descripción del trabajo se recomienda incluir la siguiente información:

Explica por qué la acción es relevante en la categoría, y cómo la utilización de este canal se integra en la propuesta de marca.

Describe la situación de partida, un breve resumen del briefing recibido por el cliente, y una descripción clara de los objetivos que persigue la acción desarrollada.

Describe la **idea creativa**, incluye claramente, el público objetivo, el acercamiento a éste y en la medida de lo posible datos relevantes en la estrategia planteada.

Describe la **ejecución** de la acción, incluyendo la implementación, los puntos de contacto, materiales, estilo, diseño, la mejora en la experiencia de usuario, métodos y/o procesos empleados.

Criterios de valoración

- Creatividad: 50%
- Conexión con el consumidor: 25%
- Ejecución: 25%

CATEGORÍAS

1. Beauty
2. Personal Care
3. Home Care

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: Un **video explicativo de 2 minutos de duración máxima** mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.
- Material adicional: Una imagen o PDF, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales.

DEFINICIÓN

Todos aquellos trabajos de Relaciones Públicas llevadas a cabo por marcas con medios de comunicación e influencers, que no hayan tenido una contraprestación económica entre la marca y el medio, que consiga impactar con la comunicación entre la marca y los consumidores de manera creativa.

Se incluyen acciones de comunicación corporativa, comunicación crisis, comunicación interna, responsabilidad social empresarial, comunicación digital y eventos de Relaciones públicas. Se valorará la creatividad y originalidad en la propuesta. El jurado tendrá también en cuenta en la valoración el resultado del alcance de la acción para lo que es necesario explicar y cuantificar el impacto conseguido.

En la descripción del trabajo se recomienda incluir la siguiente información:

Explica cómo la acción de relaciones públicas ayuda a la marca en su amplificación de mensaje.

Describe la situación de partida, un breve resumen del briefing recibido por el cliente haciendo hincapié si se solicitaba amplificar una idea existente, o generar una idea creativa para ganar notoriedad en los medios ganados, haciendo una descripción clara de los objetivos solicitados.

Describe la **acción creativa y la estrategia**, para demostrar cómo está diseñada para ganar la atención del público objetivo, el acercamiento a éste y en la medida de lo posible datos relevantes en la estrategia planteada. Haz énfasis en el insight, el mensaje clave, y la creación y distribución de activos de PR.

Describe la **ejecución** de la acción de PR, incluyendo la implementación, el marco temporal, lugar y alcance de la acción, cómo se adapta la relevancia de la marca al canal, los puntos de contacto, materiales, estilo y/o diseño.

Incluye **resultados** obtenidos en términos de engagement, la cobertura en medios en términos de profundidad y cantidad, y/o el incremento del sentimiento positivo hacia la marca. El aumento en la conciencia sobre la marca, la comprensión de su propuesta de valor, las percepciones y actitudes hacia la marca, así como las opiniones formadas sobre ella. Los resultados pueden ser establecerse también en torno a cómo la campaña de relaciones públicas impacta directamente en el desempeño y los objetivos comerciales de la empresa: las ventas generadas, los ingresos y beneficios obtenidos, la participación en el mercado, la valoración de acciones, la percepción de la marca y su posición en el mercado, así como la reputación general de la empresa.

Criterios de valoración

- Creatividad: 20%
- Estrategia: 30%
- Ejecución: 20%
- Resultados. (Capacidad de movilización mediática): 30%

CATEGORÍAS

1. Beauty
2. Personal Care
3. Home Care

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: Un **video explicativo de 2 minutos de duración máxima** mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.
- Material adicional: Documento pdf explicativo de las acciones realizadas, planteando objetivos, desarrollo de la acción y resultados obtenidos.

DEFINICIÓN

Películas publicitarias audiovisuales ideadas para su difusión en televisión, cine o medios interactivos con una duración máxima de 120 segundos.

Criterios de valoración

- Creatividad: 75%
- Producción audiovisual: 25%

CATEGORÍAS

1. Beauty
2. Personal Care
3. Home Care

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de Inscripción:

- Material obligatorio: Un **video 16:9 de 120 segundos máximo** (Máximo 3 piezas en caso de ser campaña, que se juzgarán como una única pieza).

Packaging

Definición

Podrán ser inscritos los elementos cuya finalidad sea el contener un producto en su interior.

Criterios de valoración

- **Creatividad e Innovación 25%:** Se juzgarán las piezas por la calidad de la innovación, originalidad, y creatividad del diseño, y cómo se adapta la imagen gráfica y la estructura del pack a la personalidad y características de la marca y/o el producto
- **Conexión emocional 25%:** El jurado puntúa el atractivo del pack de manera global, como ha sido su respuesta emocional al verlo y si creen que provocará una respuesta positiva en su público objetivo.
- **Calidad de Diseño 25%:** El jurado valorará la excelencia en el diseño estructural y gráfico, considerando aspectos como la tipografía, dirección de arte, logo, naming, uso del color, y aspectos estructurales como la forma, figura, perfil y silueta.
- **Atracción 25%:** Cómo el Packaging consigue destacar dentro del lineal o zona de exposición para provocar la atención, y elección del consumidor en el punto de venta.
- En el caso de piezas que supongan un rediseño de producto o marca, se recomienda incluir en la información del proyecto el diseño anterior del producto.

Alimentos

1. BEAUTY:

- Fragancias:** Eau de Toilette, Eau de Parfum, Agua de Colonia.
- Cosmética:** **Rostro:** Base de Maquillaje. Colorete. Correctores e Iluminadores. Fijadores. Polvos Bronceadores. Compactos o Suelos. **Labios:** Bálsamo Labial, Barra de Labios, Fijadores, Gloss, Perfilador. **Uñas:** Esmalte de uñas, Kit Uñas. Quitaesmalte. Top y Base Coat. Tratamiento Uñas. Ojos: Cejas. Sombras. Eyeliner. Lápiz de Ojos. Máscara de pestañas. Pestañas Postizas. **Accesorios Maquillaje:** Brocha de Rostro. Esponjas Maquillaje. Limpiadores Brochas. Pincel de Cejas, Labios, Ojos. Rizadores de Pestañas. Sacapuntas. **Tratamiento Facial:** Cuidado Día. Cuidado Noche. BB-CC Cream. Sérum. Mascarillas. Aceite Limpiador. Agua Micelar. Bálsamo Limpiador. Desmaquillador Ojos. Espuma Limpiadora. Gel Limpiador. Leche Limpiadora. Spray Facial. Toallitas Limpiadoras. Tónico Facial. Otros. Aceites Faciales. Ampollas Faciales. Contorno de ojos. Tratamiento de labios. Exfoliantes y mascarillas. Accesorios faciales.
- Tratamiento capilar y corporal:** Champús. Acondicionadores. Champús en seco. Tratamiento. Lociones y Ampollas. Mascarillas. Sérum y Aceites. Ceras. Espumas. Geles y Gominas. Lacas y Spray, Tintes. Aceites esenciales. Cremas de Manos. Cremas y lociones corporales. Exfoliantes. Body Mist. Anticelulíticos Antiestrías. Piernas Cansadas. Reductores. Sérum. Protectores solares. Autobronceadores. Aftersun.

2. PERSONAL CARE:

- A. **Higiene corporal:** Cepillos Dentales Eléctricos, Cepillos Dentales Manuales, Dentífricos con Elixir, Enjuagues y Colutorios, Pastas Dentales, Prótesis Dentales, Recambios Dentales Eléctricos. **Tratamiento para pies:** Cuidado de pies. **Cuidado Ocular y Nasal:** Ojos Cansados, Sequedad Ocular, Espráis Nasaes. **Bienestar Sexual e higiene íntima:** Accesorios Íntimos, Lubricantes, Profilácticos, Compresas, Gel y Toallitas Intimas, Incontinencia Ligera, Incontinencia, Severa, Protege Slips, Tampones.
- B. **Afeitado, desodorantes y depilatorios:** Espumas, Cremas, Geles, Maquinillas de afeitar, Tratamiento, cera y champú Barba. **Depilatorios:** Cera Caliente, Cera Fría, Cremas Depilatorias, Decolorantes, Maquinillas y Desechables, Desodorante Crema, Desodorante Roll On, Desodorante Spray, Desodorante Stick.

3. HOME CARE

- A. **Limpiadores: Limpiadores del hogar:** Limpiadores para toda la casa, Limpiadores para la cocina, Productos para el baño. **Limpieza y cuidado de ropa:** Detergentes para Ropa, Suavizantes, Quitamanchas, Apresto y almidón para la ropa, Tintes ropa, Cepillos para la ropa. **Celulosas:** Papel higiénico, Pañuelos de papel, Papel de cocina, Servilletas, Mantiles de papel, Útiles de limpieza, Escobas, Recogedores, Fregonas, Bayetas, Estropajos, Guantes de fregar, Mopas, Plumeros, Bolsas de basura, Aparatos lavacristales. **Otros: Ba- zar:** Pegamentos y adhesivos, Bolsas transparentes, Conservación de alimentos, Accesorios para el coche, Accesorios para el baño, Aguarrás. **Calzado:** Limpia calzados, Cuidado del calzado, Tintes para calzado, Cepillos para calzado. **Ambientadores:** Ambientadores eléctricos, Recambios para ambientadores eléctricos, Ambientadores aerosol o spray, Ambientadores sólidos, Ambientadores líquidos, Ambientadores absorbeflores.

INFORMACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio:
 - o **Dos piezas físicas**, se enviarán a la secretaría técnica de los **Best!N Beauty&Care**, antes de la fecha de cierre de inscripciones. El envío de las muestras de la sección packaging de aquellas candidaturas presentadas se realizará por cuenta del participante. No se devolverá ningún material, botella o envase facilitado a la organización, a menos que se notifique expresamente a la secretaría técnica antes de la fecha de cierre de inscripciones. De lo contrario, dichas muestras serán desechadas al terminar el festival, sin posibilidad de reclamación posterior.
 - o Un **PDF** con imágenes de **varios ángulos y una con el pack** en el lineal si corresponde. En el caso de tratarse de un rediseño, se deben incluir imágenes del punto de partida desde el que la agencia trabajó para que el jurado pueda apreciar la evolución gráfica y de diseño.
- Material adicional: Un vídeo explicativo de **2 minutos de duración máxima** mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.

PROYECTO DE PREMIO

DEFINICIÓN

Se premiarán las estrategias de construcción y consolidación de marca de los sectores belleza, perfumería, droguería e higiene cuyo objetivo principal sea crear valor de marca sostenido en el tiempo, más allá de una acción o campaña táctica puntual. Los trabajos presentados deben mostrar:

- Una estrategia de marca clara (propósito, territorio, promesa, personalidad, tono, narrativa).
- Una progresión consistente del posicionamiento a lo largo del tiempo.
- Un uso sólido de insights de consumidor, shopper, canal u otros públicos para definir la estrategia de marca.
- Un impacto demostrable en la percepción y el comportamiento de los distintos públicos (consumidor final, shopper, canal, prescriptores, talento, etc.).

El foco de la sección está en el conjunto del trabajo de marca (estrategia, creatividad, activación, experiencia, gestión de activos de marca), y no en una única pieza aislada. Se valorarán especialmente aquellos casos que muestren un trabajo continuado de construcción de marca durante, al menos, 2 años, pudiendo aportar datos históricos y ejemplos de acciones previas siempre que el caso incluya iniciativas realizadas dentro del periodo de elegibilidad general establecido en las bases de los premios.

Criterios de valoración

- Innovación de producto y creatividad de marca 25 %: Evalúa, por un lado, la capacidad de la marca para innovar en su portafolio (nuevos productos, nuevas líneas, reformulaciones, formatos u ocasiones de consumo) y, por otro, la fuerza de su comunicación creativa para destacar en la categoría con ideas frescas, relevantes y memorables que consigan atrapar al público objetivo.
- Alineación estratégica 25 %: Se valorará la coherencia y la integración del posicionamiento, la propuesta de valor y la narrativa de la marca con los objetivos generales de la organización, entendiendo la marca como una palanca estratégica y no sólo táctica.
- Consistencia y proyección a futuro 20 %: Valora la capacidad de la plataforma de marca para sostenerse en el tiempo, crecer hacia nuevos productos, ocasiones o mercados y mantener una coherencia reconocible a largo plazo en su expresión y en sus activos de marca.
- Impacto en marca y negocio (30 %): Integra tanto indicadores de construcción de marca (notoriedad, consideración, preferencia, atributos, vínculo, comunidad, etc.) como resultados de negocio (ventas, cuota, penetración, rentabilidad, resiliencia ante la presión de la competencia y marcas del distribuidor, etc.)

CATEGORÍAS

1. Beauty
2. Personal Care
3. Home Care

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: **Documento de desarrollo del caso (PDF o presentación)**: Incluirá, como mínimo: Contexto, reto de negocio y reto de marca. Definición de la estrategia de marca y su posicionamiento. Descripción de la idea creativa y de los principales activos de marca. Cronología de las principales acciones (campañas, activaciones, experiencias, etc.). Detalle de resultados de marca y negocio, incluyendo, cuando sea posible, evolución en el periodo analizado.
- Material adicional: Un **vídeo explicativo de 2 minutos de duración máxima** mostrando los elementos que conforman el desarrollo del caso. Un PDF del book de identidad corporativa.

CRITERIOS

GENERALIDADES

Piezas publicitarias elaboradas para su publicación en prensa, revistas, dominicales, medio exterior, lonas, infografía, decoración de vehículos, rotulación.

Criterios de valoración

- Creatividad 75%
- Adecuación mensaje al público objetivo 25%

ATENDIDAS

1. Beauty
2. Personal Care
3. Home Care

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción

- Material obligatorio: **Una imagen JPG o PDF**, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales (Máximo 3 piezas en caso de ser campaña, que se juzgarán como una única pieza)
- Material adicional: Un **video explicativo de 2 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.

ERG

DEFINICIÓN

Esta sección pretende destacar los valores corporativos en materia de sostenibilidad, labor social y buen gobierno de las compañías del sector droguería, perfumería e higiene. Son elegibles cualquiera de las piezas presentadas que, en su ejecución, cumplan con alguno de los siguientes criterios:

- Campañas, Packaging, o estrategias que destaquen los valores sostenibles de la marca, aportando valor al consumidor y al medioambiente e integradas de manera coherente a fin de enlazar los valores de la organización con un comportamiento sostenible y respetuoso con la diversidad.
- Que posicionan a la marca como agente de transformación social o que denotan un claro compromiso con el medio ambiente.
- Que trascienden el propósito de marca utilizando la creatividad publicitaria para generar un cambio en la cultura e impactar en la sociedad.

Se otorgará un premio Oro, Plata y Bronce a las tres piezas que el jurado considere

merecedoras. En la descripción del trabajo se recomienda incluir la siguiente información:

- Los valores de marca que se consideran para el objetivo a conseguir, resumen del briefing recibido por el cliente, y descripción clara de los objetivos que persigue la acción desarrollada.
- Incluye en la medida de lo posible los aspectos culturales, políticos, mediáticos sociales o de medioambiente que tengan reflejo significativo en la acción.
- Describe la **idea creativa** y la **estrategia** propuestas, incluye claramente, el público objetivo, el acercamiento a éste y en la medida de lo posible datos relevantes en la estrategia planteada.

- Describe la ejecución de la acción, incluyendo la implementación, el marco temporal, lugar y alcance de la acción.
- Incluye **resultados** obtenidos. Cómo la acción ha contribuido a conseguir los objetivos ESG planteados por la compañía en términos de impacto de negocio, ventas, donaciones, escalabilidad, cambio de corriente de opinión, cambios legislativos, sentimiento, y/o cambios de percepción del público objetivos y/o stakeholders.

Ponderación de los criterios de valoración para el jurado:

- Creatividad: 25%
- Estrategia: 25%
- Ejecución: 25%
- Resultados: 25%

CATEGORÍAS

1. Beauty
2. Personal Care
3. Home Care

REQUISITOS TÉCNICOS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: Un **video explicativo de 2 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.
- Material adicional: Documento pdf explicativo de las acciones realizadas, planteando objetivos, desarrollo de la acción y resultados obtenidos.

PRODUCTO NUEVO

Se deberá presentar un plan integral y diseñado para introducir un nuevo producto o servicio en el mercado de manera efectiva. Esta categoría evalúa la planificación estratégica, la ejecución táctica y los resultados obtenidos en la introducción de nuevas ofertas al mercado. Una estrategia de lanzamiento exitosa debe combinar investigación de mercado, posicionamiento estratégico, comunicación y una planificación de todos los elementos del marketing mix. El producto debe ser un nuevo lanzamiento, no una extensión de gama. El jurado valorará la coherencia y solidez de la estrategia, alineación entre los objetivos de lanzamiento, el público objetivo y las tácticas implementadas. La generación de awareness y prueba de producto, Innovación en los canales y tácticas utilizadas, resultados de ventas y cuota de mercado alcanzada, y cómo la estrategia posiciona y diferencia el nuevo producto frente a las ofertas existentes en el mercado.

Criterios de valoración

- Innovación producto: 25%
- Estrategia y ejecución creativa: 25%
- Impacto y resultados: 50%

CATEGORÍAS

1. Beauty
2. Personal Care
3. Home Care

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- ★ Material obligatorio:
 - o Un **video explicativo de 2 minutos de duración máxima** mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.
- ★ Material adicional:
 - o Documento pdf explicativo de la campaña que contenga las siguientes partes: Situación inicial, objetivos, desarrollo estratégico y acciones realizadas.

INTERDISCIPLINARIO

Esta sección pretende recoger aquellas campañas que utilicen un conjunto de acciones, técnicas y soportes, integrados de manera coherente, con el objetivo estratégico de añadir valor a la marca ante el público objetivo. Se valorará la creatividad, relevancia e integración del uso de varios tipos de disciplinas de marketing, y los resultados obtenidos.

Se reconocerán las campañas que demuestren un mejor aprovechamiento de todos los medios (pagados, ganados, propios o compartidos). Podrán participar campañas que utilizando disciplinas de marketing 360° han conseguido sacar el máximo provecho a los objetivos planteados, y que hayan conseguido trasladar el mensaje publicitario de manera sólida en los diferentes puntos de contacto con el consumidor. También se podrá incluir un video resumen del caso.

En la descripción del trabajo se recomienda incluir la siguiente información:

El desafío empresarial que planteaba la marca: Describe en profundidad cuál era el problema o desafío específico al que la marca se enfrentaba en su entorno empresarial, ya sea relacionado con la competencia, cambios en el mercado, demandas de los consumidores, gestión de la reputación, entre otros aspectos relevantes.

Interpretación de las necesidades del cliente y los valores de la marca: Analizar detalladamente las necesidades y expectativas del cliente, así como los valores fundamentales de la marca, para poder alinear adecuadamente las estrategias y acciones de comunicación con los objetivos de la empresa y las expectativas del público objetivo.

Industria/mercado objetivo: Realizar un estudio exhaustivo del sector industrial en el que opera la marca, así como del mercado objetivo al que se dirige, para comprender las tendencias, demandas y comportamientos de los consumidores.

El resultado obtenido: Definir con claridad cuál es el resultado final obtenido en términos de incremento de ventas, cuota de mercado, mejorar la percepción de la marca, captar nuevos clientes, fortalecer la fidelidad de los clientes existentes, entre otros.

Criterios de valoración

- Creatividad: 25%
- Estrategia: 25%
- Ejecución: 25%
- Resultados: 25%

CATEGORÍAS

- SIN LÍMITE DE PRESUPUESTO
- PRESUPUESTO LIMITADO A 150.000 C. Dentro del presupuesto están consideradas todas las acciones de marketing llevadas a cabo. No se incluirá ni salarios ni fees de agencias en la consideración de este presupuesto. La organización se reserva la opción de comprobar por los medios que estime oportuno la veracidad del presupuesto asignado.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio:
 - o Un **video explicativo de 2 minutos de duración máxima** mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.
- Material adicional:
 - o Documento pdf explicativo de la campaña que contenga las siguientes partes: Situación inicial, objetivos, desarrollo estratégico y acciones realizadas.

INNOVACIÓN POR CERO O CON EL PRESUPUESTO MÁS BAJO EN EL SECTOR

dentsu

DEFINICIÓN

Esta categoría es para una innovación B2B o B2C que haya generado un impacto positivo para los clientes, la industria o la sociedad. Las inscripciones en esta sección no tienen coste, pero tienen que estar registradas en cualquiera de las secciones anteriores previamente y cumplir con las especificaciones técnicas, detalladas a continuación.

¿Qué se puede presentar?

Un trabajo que haya sido realmente innovador en su categoría con el propósito de impulsar un cambio duradero y positivo en los clientes de la empresa, la industria o la sociedad en general

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

Un **video explicativo de 2 minutos de duración** o un **Documento pdf** explicativo que detalle los siguientes puntos:

- Objetivos claros y pruebas de cómo se han logrado.
- Quién era el público objetivo y cómo se dirigió a él.
- Cómo se ha utilizado el conocimiento de los clientes.

- Cómo la estrategia informó la ejecución creativa o la experiencia del cliente, con una idea que muestre originalidad y adecuación a la marca.
- Mostrar innovación en la ejecución, la experiencia y el uso de la tecnología.
- Resultados que demuestran el cambio positivo, incluido el impacto comercial y otras métricas como el valor social, la satisfacción del cliente o los beneficios medioambientales, para asegurar a los jueces que el trabajo ha sido eficaz

PREMIOS ESPECIALES

Dependiendo del número de premios obtenidos por las empresas participantes, la organización entregará los siguientes premios especiales:

- Best!N Beauty&Care Agency. A la agencia más premiada.
- Best!N Beauty&Care Advertiser. A la empresa cuyas marcas hayan obtenido un mayor número de premios.

Estos dos premios, se otorgan según la valoración de cada uno de los galardones obtenidos durante el certamen, que se pueden consultar en el apartado "Premios que se otorgan"

- Excelencia en Marketing a la trayectoria de una marca. Otorgado por el **comité organizador**, a dos compañías, una del segmento Beauty, y otra del segmento Personal Care & Home Care.

**BEST! IN BEAUTY
& CARE #26**

Contacto

SECRETARÍA TÉCNICA BEST AWARDS
EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L. / ATT. MILAGROS ARANA
C/ Manuel Tovar, 3. Entreplanta. 28034 Madrid.

Bases depositadas ante el ilustre notario de Madrid,
Jorge Prades López