CÓMO PARTICIPAR

El hecho de participar en el concurso reconoce y asume, por parte de la empresa/institución postulante, la aceptación de las bases y reglamentaciones estipuladas por los organizadores de los Premios.

Participarán campañas nacionales, locales realizadas por empresas, ONG, gobiernos o partidos políticos de cualquier origen que se hubiesen desarrollado en Chile.

Vigencia: las campañas a competir en esta edición se deben haber desarrollado hasta 24 meses antes de la fecha de cierre de las presentaciones y pueden haber terminado dentro de dicho período o incluso continuar vigentes.

CAPÍTULOS

Los premios EIKON tienen 3 capítulos y 23 categorías

(ver categorías en **https://www.premioseikon.cl/categorias.html**)

IMPORTANTE:

La categoría estará definida por la empresa/institución para la cual es desarrollada la campaña y no por la agencia relacionada.

- Capítulo general: en este apartado participan planes y programas de comunicación de grandes empresas.
- Capítulo PyME: para todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas. (Nota: como guía, consideramos la clasificación por ventas según las categorías establecidas en el Estatuto PYME (Ley Nro 20.416). Serán consideradas microempresas aquellas cuyas ventas asciendan hasta las 2.400 UF; pequeñas, aquellas con ventas entre 2.401 y 25.000 UF; en tanto que las medianas, contarán ventas entre 25.001 y 100.000 UF. Empresas cuyas ventas superen los 100.000 UF serán consideradas grandes.
- Capítulo ONG: podrán participar todas las organizaciones no gubernamentales (ONG's) en cualquiera de las

23 categorías. (Nota: como guía, definimos organización no gubernamental (ONG) como una entidad sin fines de lucro de carácter privado, con fines y objetivos humanitarios y sociales definidos por sus integrantes -sin distinción de objetivos o finalidad (temas ambientales, sociales, filantropía, educativos, etcétera)-, creada independientemente de los gobiernos locales, regionales y nacionales, así como también de organismos internacionales).

Están excluidas de participar en este capítulo las cámaras y asociaciones empresariales; las fundaciones empresarias; las instituciones u organizaciones políticas; los sindicatos o gremios. Si bien se trata de entidades sin fines de lucro, están dedicadas a la gestión de intereses sectoriales, pudiendo estas instituciones participar en el capítulo general, como cualquier otra empresa o institución política o de gobierno.
En última instancia la coordinación académica de los Premios EIKON se reserva el derecho de admitir o rechazar las postulaciones dentro de este capítulo si se suscitara confusión.

TÉRMINOS GENERALES

Consentimiento

Cuando la presentación a los Premios EIKON haya sido realizada por agencias o consultoras de RR.PP, publicitarias u otro tipo de servicio de consultoría externo, en lugar de la empresa representada, deberá contar con el consentimiento de la empresa y de todos los actores relacionados con el caso que presenta. En el formulario de inscripción deberá tildar que cuenta con esta aprobación de su cliente y de otros involucrados que aparezcan mencionados directa o indirectamente. Este consentimiento podrá ser solicitado en caso de eventual requerimiento de los participantes o de ajenos que se consideren vinculados.
La organización de los Premios EIKON deslinda cualquier responsabilidad al respecto y se amparará en el consentimiento firmado y en la aceptación de estas bases y condiciones y del formulario de inscripción.

Cada institución o empresa puede inscribirse en una o varias categorías, si correspondiere.
El material presentado para el concurso quedará como propiedad de la revista IMAGEN a partir de la fecha de entrega de los premios.
La revista IMAGEN se reserva el derecho de publicación y/o difusión, tanto parcial como total de los trabajos ganadores, sin obligación alguna de remuneración económica, ni de ningún tipo, a los autores del mismo, como así tampoco el pedido de autorización para su posterior publicación.
Cualquier campaña postulada, no ganadora anteriormente, o nunca antes presentada, podrá competir siempre que estuviera vigente dentro de los 24 meses anteriores al cierre de esta edición. Se excluyen las campañas ganadoras de la edición anterior, pero si esas mismas tuvieran una evolución (nuevas piezas, nuevos resultados, nuevos enfoques, etcétera) podrán participar nuevamente.

El hecho de participar en el concurso certifica el conocimiento y aceptación de las bases y reglamentaciones estipuladas.

No podrán concursar los empleados y/o familiares de Ediciones y Publicidad GAF Santiago Ltda. representante en Chile de los Premios Eikon.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LOS JURADOS

Los criterios de evaluación de los jurados y su ponderación serán los siguientes:

- Innovación
- Creatividad
- Resultados obtenidos
- Ética
- Coherencia en la ejecución
- Calidad de la presentación
- Ponderación: numérica-escala del 1 al 10

PREMIO INNOVACIÓN

A partir de la edición 2018 se sumó el criterio de INNOVACION. Este criterio se aplicará transversalmente a todas las categorías y subcategorías.

Los premios EIKON buscan destacar aquellas campañas y planes de comunicación que según el jurado llamen la atención por aplicar recursos originales, distintos e innovadores. Es así como todos los participantes podrán –más allá de que por promedio obtuvieran primero, segundo o tercer premio- competir entre sí tomándose en consideración este aspecto. Consecuentemente, se entregará una estatuilla diferenciada del resto, color RUBÍ, como premio a la innovación en comunicación institucional. En caso de empate, se entregarán las estatuillas correspondientes.

PREMIO SUSTENTABILIDAD Y CAMBIO CLIMÁTICO

A partir de la edición 2023, la organización sumará un premio a la mejor campaña vinculada a las prácticas y/o difusión de la necesidad de combatir el CAMBIO CLIMÁTICO. Este criterio se aplicará transversalmente a los casos presentados en todos los capítulos, categorías y subcategorías. La campaña ganadora recibirá una estatuilla color VERDE, diferenciada del resto. En caso de empate, se entregarán las estatuillas correspondientes.

PANDEMIA

En las ediciones 2021 y 2022 se entregó la estatuilla BLANCA acompañando la contingencia sanitaria de la pandemia. Se consideró transversalmente a todas los capítulos, categorías y subcategorías. **Desde 2023 ya no está vigente.**

PRESENTACIÓN DE TRABAJOS (DEBE SEGUIR ESTOS REQUERIMIENTOS TAL COMO SE INDICA)

Los participantes presentarán sus trabajos a través de la plataforma web que revista IMAGEN desarrolló para los premios Eikon. Mediante esta herramienta se simplifica el proceso de inscripción y upload de trabajos.
Los postulantes deberán completar los datos de inscripción y carga de material a la web.

Al momento de la carga de datos, podrán incorporar los nombres de todas las organizaciones involucradas. Es importante destacar que la placa del trabajo ganador en la estatuilla llevará impreso eventualmente solo el nombre de la empresa representada y el de una (1) agencia o consultora dada la limitación física.

Límites/Extensiones/Caracteres/Formatos

- En el campo “descripción del caso” se pueden utilizar 500 caracteres como máximo.
- El campo “descripción conceptual sintética" tendrá como máximo 280 caracteres.
- Es obligatorio incluir una imagen destacada que deberá tener 630px (ancho) x 375px (alto) y un peso máximo de 500 kb para ser aceptada. De no respetar estas medidas Premios Eikon podrá realizar modificaciones sobre este contenido pudiendo también eliminar la imagen.
- En el campo de carga del logo de la empresa solo se admiten formatos .pdf y .ai.
- Los videos deberán estar cargados en Youtube o Vimeo. Los audios podrán cargarse en Soundcloud, Audacity u otra plataforma de audio que permita compartir el link. Es importante que el archivo de video o audio se encuentre como público (que no requiera solicitud de acceso) o con acceso único desde el link para que luego el jurado pueda verlo y evitar inconvenientes.
- No serán aceptados links de Google Drive, Dropbox, Wetransfer o plataformas similares, pudiendo la organización eliminarlos directamente por razones de seguridad y transparencia.
- Los anexos podrán presentarse en .pdf.

DOCUMENTO PRINCIPAL DEL CASO

El documento principal del caso deberá entregarse en dos formatos: PDF y WORD: El .PDF generado a partir de un documento de texto formato Word.
No serán aceptados otros formatos.
La cantidad de caracteres deberá ajustarse a lo indicado más abajo.
Se solicita a los participantes no sobreabundar el texto con variedad de herramientas tipográficas (viñetas, comillas, uso incorrecto de mayúsculas, negritas, subrayados, etc.) y utilizar las imprescindibles a fin de que el trabajo se presente limpio y claro para su lectura.

ES MUY IMPORTANTE considerar que el PDF y el WORD del documento principal del caso (ambos de carga obligatoria) deben ser archivos acotados al contenido que se solicita. Si exceden la extensión solicitada o redunda en imágenes, gráficos, infografías o links, podría ser descalificado por el Jurado. **Todo material extra debe estar volcado en los anexos (opcionales).**

CONTENIDO DE LA PRESENTACIÓN

La presentación deberá contar, obligatoriamente, con las secciones que se detallan debajo:
Portada, Introducción, Propuesta, Desarrollo y Resultados.

PORTADA:
Cada copia del trabajo debe estar precedida por una portada en la que figuren los siguientes datos:

- Número y nombre de la categoría a inscribirse.
- Capítulo
- Título del caso.
- Nombre de la empresa o institución.
- Departamento, área (consultoras de relaciones públicas u otras en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan.
- Persona/s responsable/s del plan de comunicación.

CONTENIDO DE LA PRESENTACIÓN

La presentación deberá contar, obligatoriamente, con las secciones que se detallan debajo:

Portada, Introducción, Propuesta, Desarrollo y Resultados.

PORTADA:
Cada copia del trabajo debe estar precedida por una portada en la que figuren los siguientes datos:

- Número y nombre de la categoría a inscribirse.
- Capítulo
- Título del caso.
- Nombre de la empresa o institución.
- Departamento, área (consultoras de relaciones públicas u otras en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan.
- Persona/s responsable/s del plan de comunicación.

1) INTRODUCCIÓN (planteo y diagnóstico)

Se deberá detallar brevemente la naturaleza de la compañía o institución para la que ha sido realizado el plan comunicacional. También deberá identificarse el problema u objetivo (causa y consecuencia) por el cual se implementó dicho plan y presentarse un diagnóstico de la situación.

2) PROPUESTA / ENUNCIADO de campaña (estrategia)

Detallar los objetivos impuestos para el programa respectivo, incluyendo lapsos y/o tiempos previstos para su cumplimiento.

Identificar los públicos a los que el plan apuntó y el mensaje que era necesario transmitir.

Detallar cuáles fueron los canales de comunicación (internos y/o externos) utilizados.

3) DESARROLLO / EJECUCIÓN DEL PLAN (tácticas y acciones)

Acciones realizadas que fueron los principales soportes del plan comunicacional.

Descripción de los pasos y procesos.

Ajustes que se introdujeron durante su implementación.

Dificultades encontradas y solución.

4) RESULTADOS Y EVALUACIÓN

Identificación, análisis y cuantificación de los resultados.

Beneficios producidos por la puesta en marcha del plan comunicacional (en esta parte del trabajo del participante abundará en los detalles necesarios para demostrar el éxito el programa de comunicación).

Recomendación: adjuntar comprobantes.

EXTENSIÓN DE LA PRESENTACIÓN

La extensión de la presentación deberá tener un máximo de 12.000 caracteres con espacios, con excepción de la categoría 1 en la que podrá tener un máximo de 24.000. Fuera de esta extensión se encuentra el contenido de la portada.

FEE DE POSTULACIÓN

$205.000CLP (+ IVA) por cada caso/categoría (ejemplo: 1 mismo caso presentado en 2 categorías paga 2 fee). Las inscripciones quedarán efectivamente concretadas al momento de tener el fee de inscripción acreditado.

Fecha límite para inscripción de los casos: 24 de abril de 2024

Fecha límite para carga del material de los casos: 28 de mayo de 2024