

PREMIOS

WWW



1ª EDICIÓN

Qué son los premios W!N	3
Quién puede participar	3
Condiciones generales	4
Premios que se otorgan	5
Proceso de votación del jurado	5
Tarifas de inscripción	6
Categorías	7
Criterios de valoración	10
Especificaciones técnicas	10
Premios especiales	11
Contacto	12



Qué son los premios W!N

En el 2024 celebraremos la primera edición de los premios otorgados a empresas, agencias, organizaciones y profesionales que han demostrado excelencia en la creación, implementación y gestión de campañas de relaciones públicas y estrategias de comunicación que generan un impacto significativo. Estos premios destacan la creatividad, innovación, estrategia, efectividad y ética en el ámbito de la comunicación, el marketing y las relaciones públicas.

Quién puede participar

En el concurso pueden participar diferentes profesionales y entidades que se especializan en la gestión de la comunicación y la imagen pública de sus clientes. Es decir, agencias, departamentos internos de Marcas o Anunciantes, consultores independientes, medios de comunicación y profesionales relacionados.

Las candidaturas deben corresponder a trabajos de relaciones públicas que se hayan ejecutado desde el 1 de junio de 2023. Los participantes deberán poder acreditar tal hecho si la organización del concurso lo solicitase.

Los participantes se comprometen al inscribirse a facilitar a la organización del concurso todos los materiales que fueran necesarios, para presentar los trabajos de la mejor manera posible de cara a la reunión de jurado.

La organización podrá solicitar información adicional que considere necesaria para corroborar la veracidad de los datos presentados.



Condiciones generales

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


Todo material y documentación presentada pasará a formar parte del archivo de la organización de los Premios W!n 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 Premios W!N. 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 materiales que se estime oportuno. Los participantes galardonados tendrán derecho a realizar publicidad de los premios obtenidos en los Premios W!N utilizando el logo y sello de la edición 2024. El depósito de cualquier trabajo inscrito implica la aceptación de este reglamento por la persona o la sociedad depositante.

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

Las inscripciones se realizarán exclusivamente por Internet a través de la herramienta Koolfest en la web www.premiosW!N.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. Las inscripciones no se consideran completamente formalizadas hasta que se reciben los materiales, a través de la plataforma de Koolfest, así como el pago de dichas inscripciones. Y revisados el detalle de los materiales en cada una de las secciones.

Los participantes que resulten premiados autorizan expresamente a la Organización y la secretaría técnica a difundir sus nombres, imágenes, datos profesionales y materiales inscritos 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 la secretaría técnica y será incorporado a su archivo pudiendo ser utilizado con fines de promoción y difusión de los Premios W!N.



Cada participante al inscribir 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 Premios WIN implica la aceptación de su reglamento y la autoridad de sus organizadores y secretaría técnica. Las situaciones no previstas en este reglamento serán resueltas por la organización y la secretaría técnica y su decisión será inapelable

Premios que se otorgan

Se publicará una lista corta de finalistas por categoría y el día de la gala se desvelarán los ganadores de oro, plata y bronce por categoría. La información de finalistas se hará pública una vez realizada la deliberación del jurado, y los ganadores serán desvelados durante la ceremonia de entrega de premios.

A los ganadores se les hará entrega de un trofeo

El jurado no está obligado a otorgar premios en todas las secciones, pudiendo dejar desiertas aquellas que considere no han recibido inscripciones con la calidad suficiente para recibir premio. Se debe contar con un registro mínimo de 2 proyectos de valor por categoría para no dejarla desierta.

Los ganadores podrán solicitar un duplicado de los trofeos hasta el 15 de diciembre 2024.

Entre todos los ganadores Oro de las secciones de los premios, los miembros del jurado votarán de manera secreta el Gran Premio. La pieza que más votos obtenga será la ganadora. En caso de empate la decisión la tomará el presidente del jurado. Y el ganador no se desvelará hasta la celebración de la Entrega de Premios el 12 de noviembre del 2024.

Proceso de votación del jurado

La creatividad e innovación, estrategia, ejecución y resultados son los criterios de valoración en todas las categorías. Cada sección tiene incluida una ponderación de distintos factores que el jurado tendrá en cuenta. El jurado atenderá a las especiales características del mercado, sus limitaciones y limitaciones para valorar las piezas presentadas. El jurado seleccionado por los Premios WIN, valorará cada pieza en la reunión presencial el 17 octubre, y online a través de la herramienta de votación de los premios, basando los trabajos presentados en torno a cinco variables que ponderarán por igual.

Tarifas de inscripción

El precio de inscripción en cada una de las categorías es de 290 € + IVA e incluye una entrada para la Entrega de Premios. Una entrada por

	Hasta el 31 de agosto	Hasta el cierre
Precio uni.	250€	290€
Precio x5	1.250€	1.450€
Pack x5	1.062,50€	1.232,50€

empresa.

Transferencia bancaria a nombre de Ediciones y Estudios SL a la cuenta:

IBAN: ES36 0128 0035 6501 0050 0036

SWIFT: BKBKESMM

REFERENCIA: W!N24 seguido del número de inscripción/es

Tarjeta bancaria a través del sistema de inscripción.

No se admiten devoluciones una vez finalizado el proceso de pago de la inscripción.



Categorías

1. Mejor Campaña de comunicación interna y Employer Branding

Se valorarán aquellos trabajos que logren transmitir la comunicación dentro de una organización, promoviendo la transparencia, la cohesión y el compromiso de los empleados, así como aquellos que mejor han trabajado la marca empleador. Estos trabajos deben estar alineados con los valores y objetivos estratégicos de la organización, generando un impacto positivo y medible en el ambiente de trabajo y en el desempeño general de la empresa a medio y largo plazo.

2. Mejor Campaña Lobby & Public Affairs

Se reconocerán todos los trabajos con un enfoque integral que busque promover y/o establecer relaciones sólidas y de confianza en este sector. Combinando una planificación detallada, mensajes claros y relevantes, construcción de relaciones estratégicas, y una ejecución adaptable y ética.

3. Mejor Campaña de comunicación Corporativa y de Reputación de marca

Se reconocerán todos los trabajos que logren transmitir información a sus diversos públicos internos y externos para construir y mantener una reputación positiva, fortalecer relaciones, y apoyar el logro de sus objetivos estratégicos comunicando desde la coherencia del propósito de marca. Desempeñando un papel clave en la construcción de la imagen, la gestión de la reputación y el logro de los objetivos estratégicos.

4. Mejor Campaña de comunicación de producto/servicio dirigida al consumidor final

Se reconocerán todas las campañas de comunicación para dar a conocer o generar notoriedad de productos o servicios que sean capaces de impactar de forma notoria en el consumidor final con resultados demostrables gracias al uso innovador de formatos, a la creación de storytelling diferenciador, a su ejecución.



5. Mejor gestión crisis

Se valorarán los trabajos con una estrategia basada en una preparación exhaustiva, monitoreo constante, respuesta rápida y coordinada, comunicación clara y transparente, y una evaluación continua para la mejora. Anticipando posibles problemas y teniendo un plan sólido para manejarlos.

6. Mejor campaña de Branded content

Se valorarán los trabajos que busquen la creación o integración natural de contenido original de una marca cuyo propósito sea la transmisión de mensajes de marketing que refuercen los valores 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.

7. Mejor contenido y producción audiovisual

Se valorarán los trabajos con el mejor contenido y producción audiovisual que combine una narrativa convincente, alta calidad técnica, creatividad, y una estrategia de distribución y promoción bien planificada. La clave es crear contenido que no solo sea visualmente atractivo, sino también resonante y efectivo para alcanzar los objetivos definidos.

8. Mejor Campaña de influencer marketing

Se reconocerán los trabajos con una estrategia que combine objetivos claros, un profundo conocimiento del público y una selección cuidadosa de influencers relevantes y auténticos. La clave es desarrollar colaboraciones genuinas, monitorear y evaluar continuamente los resultados, y mantener una relación a largo plazo con los influencers para maximizar el impacto y la efectividad de las campañas. Importante, se considerarán las campañas más virales dentro del target objetivo.



9. Mejor campaña de Digital

Implica establecer claramente los elementos y prácticas que aseguren una comunicación digital efectiva y eficiente incluyendo mejor uso de los canales digitales, mejor gestión de Community manager y de interacción con los targets, calendario editorial, posicionamiento seo que construya sobre el reconocimiento de marca y la reputación online.

10. Mejor evento BTOB BTOC

Dentro de la categoría de B2B (business-to-business) y B2C (business-to-consumer)” implica crear un marco que contemple la planificación, ejecución y evaluación de eventos dirigidos tanto a negocios como a consumidores individuales.

11. Mejor campaña de comunicación ESG

Debe enfocarse en iniciativas que demuestren un compromiso auténtico con la sociedad, el buen gobierno y el medio ambiente, abarcando desde la planificación y ejecución hasta la medición del impacto y la comunicación de resultados. La clave está en la alineación con los valores de la empresa, la colaboración con socios estratégicos, la transparencia en la comunicación y la evaluación continua para garantizar un impacto positivo y duradero.

12. Mejor uso del data

Se valorarán aquellos trabajos donde el research, el análisis y el dato han resultado claves para desarrollar conocimientos críticos sobre el cliente y su audiencia, que hayan permitido diseñar el enfoque estratégico más apropiado para abordar un desafío o aprovechar una oportunidad.

13. Mejor explotación & amplificación de patrocinio

Aquellos trabajos vinculados a un patrocinio de cualquier sector que combinen una integración estratégica, activaciones experienciales, narrativas convincentes, amplificación en medios efectiva, involucramiento del público y una sólida medición de resultados. Estos elementos aseguran que el patrocinador no solo aumente su visibilidad, sino que también fortalezca su conexión con el público objetivo y maximice el retorno de inversión en el evento.



14. Mejor campaña de comunicación

Todos aquellos trabajos de comunicación y PR llevadas a cabo por marcas con medios de comunicación y prescriptores 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

Criterios de valoración

Creatividad 20%
Innovación 20%
Estrategia y planificación 20%
Ejecución 20%
Resultados 20%

Una vez realizada la valoración de cada sección, el jurado entrará a discutir sobre los premios para todos aquellos que hayan obtenido una media superior y se decidirá el tipo de galardón (oro, plata, bronce) por mayoría simple de los miembros del jurado presentes.

En caso de empate el premio, lo decidirá el presidente del jurado siempre y cuando no esté directamente involucrado en el proyecto. En ese caso será el secretario del jurado quien tomará la decisión.

Especificaciones técnicas

De forma obligatoria, se deberán presentar los siguientes materiales:

PDF con la descripción del proyecto que contenga contexto, objetivos, estrategia y desarrollo de la campaña y resultados obtenidos cuantitativos y/o cualitativos. Los resultados cuantitativos deberán estar corroborados por herramientas de medición de seguimiento. Se puede acompañar con imágenes y material audiovisual de la campaña.

Será opcional incluir Vídeo case explicativo del proyecto que muestre los objetivos que han querido lograr, desarrollo y ejecución. El jurado y la organización podrá solicitar información adicional para la valoración de los casos y comprobar resultados.



Premios especiales

15. PREMIO A LA MEJOR CAMPAÑA INTERNACIONAL

A esta categoría no se podrán presentar candidaturas. La junta directiva de ADC propondrá una serie de estrategias internacionales de prestigio, desarrolladas y ejecutadas fuera del mercado español, y que reflejen la excelencia en comunicación y relaciones públicas, para que el jurado decida la ganadora de esta categoría.

16. GRAN PREMIO

El jurado decidirá por votación de entre todos los premiados oro de las categorías de los premios WIN, aquella que consideren que merece ser destacada.

17. LA MARCA QUE MEJOR COMUNICA

Este premio reconocerá a una marca u organización que haya adoptado la comunicación y Relaciones Públicas como una disciplina clave en su estrategia anual, contribuyendo de forma significativa a lo largo del año a su desempeño en general y que se traduce en un mejor posicionamiento, una mejora de la imagen reputacional y su relación con stakeholders, en una mayor visibilidad.

Se reconocerá también la relación, el compromiso y la implicación de esta marca u organización con su agencia de Relaciones Públicas de forma que haya contribuido a consolidar el rol de la comunicación y siempre garantizando las buenas prácticas en la aplicación de cualquier proyecto de comunicación desarrollado conjuntamente

18. MEJOR AGENCIA DE COMUNICACIÓN DEL AÑO

Este premio reconocerá a la agencia más galardonada de la presente edición y que además destaque por sus buenas prácticas en el ejercicio de su actividad cumpliendo y respetando el Código Ético de la disciplina de las Relaciones Públicas y que así defiende PREMIOS WIN.



Contacto

SECRETARÍA TÉCNICA BEST AWARDS & PREMIOS WIN

info@bestawards.es

91 315 98 45

C/ Manuel Tovar, 3- Entreplanta, 28034 Madrid

