BEST!N AUTO #25

Gánate al sector.

MARKETING SUMMIT & ENTREGA DE PREMIOS

9 DE OCTUBRE.

Bases y Condiciones

12 de septiembre

Cierre de Inscripciones

CONTENIDO

QUÉ SON LOS BEST!N AUTO 3

COMITÉ TÉCNICO BEST AWARDS 3

COMITÉ ORGANIZADOR 2025 3

TIPOS DE PRODUCTOS QUE PUEDEN PARTICIPAR 4

CONDICIONES GENERALES 4

PREMIOS QUE SE OTORGAN 5

PROCESO DE VOTACIÓN DEL JURADO 7

PRECIOS 8

SECCIONES 9

BRANDED CONTENT 9

DIGITAL 9

GRÁFICA 10

BRAND EXPERIENCE & ACTIVATION 10

PR 10

FILM 11

BRANDING 11

INTEGRATED STRATEGY 12

ESG 13

INNOVATION FOR GOOD by DENTSU 13

PREMIOS ESPECIALES 14

CONTACTO 15

QUÉ SON LOS BEST!N AUTO

Los **BEST!N AUTO** son los premios de marketing de los sectores Automoción, Transporte, Movilidad y sus servicios auxiliares que nacen con el objetivo de reunir a los profesionales de marketing de la industria y sus agencias para reconocer las mejores estrategias y campañas de comunicación y marketing y a los equipos que los lideran. En 2025 se celebra la cuarta edición. **BEST!N AUTO** 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. (BEST!N FOOD,BEST!N BEAUTY&CARE, BEST!N AUTO, BEST!N TRAVEL)

- Presidente, Pablo Vázquez, socio director Collabora Brands
- Carlos Jorge, Director creativo ejecutivo de Contrapunto BBDO.
- Chema Cuesta, Creative Area Manager de Popin.
- Susana Pérez, Directora creativa ejecutiva de Proximity.
- Raquel Espantaleon, Head of Strategic Planning en Sra. Rushmore
- Víctor Gutiérrez, Chief Strategy Officer en EssenceMediacom
- Jaime Azurmendi, Director Creativo Ejecutivo en Mccann

COMITÉ ORGANIZADOR 2025

- Ignasi Casanovas, Head of Marketing & Product en **CUPRA España.**
- Gonzalo San Juan, Director de Marketing en **BMW.**
- Elena Gris, Directora de Marketing de **HYUNDAI.**
- Florian Fellner, Communication Manager en **KIA MOTORS IBERIA.**
- Ignacio Carrasco, Director de Marketing en **PORSCHE IBERICA**
- Beatriz Navarro, Directora de Marketing en **RENAULT.**
- Elena Ramos, Directora de Marketing en **STELLANTIS &YOU.**
- Juan Carlos Muñoz, Head of Marketing en **VOLVO CAR**
- Javier Caballero, Head of Marketing en **CONTINENTAL TIRES**
- Marianna Cherubini, Directora de Marketing en **OMODA Y JAECCO**
- Pepe Rubio, Country Sales Director en **Vidoomy**
- Arancha González de Aguilar Mendez-Bushell, Senior Sales Director en **Zeta Global**
- Jaime de Haro, director **BEST AWARDS.**

TIPOS DE PRODUCTOS QUE PUEDEN PARTICIPAR

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

- **Vehículos:** Automóviles, motocicletas, vehículos comerciales e industriales, eco movilidad.
- **Componentes:** Accesorios, alarmas, amortiguadores, baterías, iluminación, neumáticos, filtros, componentes electrónicos, llantas, válvulas y en general los que aparecen en la web Sernauto: https://www.sernauto.es/directorio-proveedores/listado-productos/.
- **Retail:** Concesionarios, Agentes, Talleres, Tiendas recambios, Gasolineras, Electrolineras, establecimientos online de venta de vehículos, etc.
- **Combustibles:** Derivados, Aditivos, Aceites, Lubricantes, etc.
- **Servicios:** Car Sharing, VTC, Renting vehículos, Seguros, etc.
- **Otros** productos relacionados con el sector automoción.

CONDICIONES GENERALES

Serán admitidos todos aquellos trabajos realizados entre el 01 de enero de 2024 y 15 de septiembre de 2025, que no hayan participado en ediciones anteriores de Best!N Auto. El producto o servicio debe pertenecer a la tipología descrita en el epígrafe anterior. Las campañas institucionales relacionadas con estos sectores tendrán también cabida en el festival.

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 presentado pasará a formar parte del archivo de la organización de los Premios **BEST!N AUTO** 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 AUTO**. 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 AUTO** utilizando el logo y sello de la edición 2025.

En el caso de que una misma pieza sea inscrita por el anunciante y la agencia, éstos 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 AUTO 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 la sección Film 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 realizan exclusivamente por Internet a través de la herramienta Koolfest en la web bestinauto.koolfest.com. En cada ficha de inscripción deberá escribirse una sinopsis informativa que figuran 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 video 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 AUTO**, 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 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 será incorporado a su archivo pudiendo ser utilizado con fines de promoción y difusión de los **BEST!N AUTO**. 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 AUTO** 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.

PREMIOS QUE SE OTORGAN

Serán otorgados premios **Oro, Plata o Bronce**, en cada sección. El jurado no está obligado a otorgar premio en todas las secciones, 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 premiados.

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 25 de septiembre 2025. En caso de que el jurado sólo otorgue un premio oro en todas las secciones 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 AUTO** 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?
2. ¿Qué elementos lo hacen único o inédito en su enfoque?
3. ¿El trabajo desafía las normas establecidas o rompe con los moldes tradicionales? ¿Muestra valentía en su enfoque o ejecución?
4. ¿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?
3. ¿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.

1. ¿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.
2. ¿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).
3. ¿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 AUTO Agency"** y otro al anunciante **"BEST!N AUTO 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" 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.

PROCESO DE VOTACIÓN 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 y sus limitaciones para valorar las piezas presentadas.

El jurado valorará cada pieza en la reunión presencial el 25 de septiembre del 2025, a través de la herramienta de votación del festival, 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 platas. El premio será plata.
- Dos jurados votan plata, dos oros y dos consideran que no es merecedora de premio: el premio es plata.
- Dos jurados consideran una pieza no merecedora de premio, dos bronces y dos platas: 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.

Entre las piezas que reciban el premio Oro de cada categoría y sección, el jurado realizará una votación eligiendo una solo para Gran Premio.

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.

PRECIOS

Se cobrará una única vez por compañía (CIF) una cuota administrativa de 139 € más 21% IVA que cubre los gastos de gestión, da derecho a una entrada para al Marketing Summit y la posterior entrega de premios (incluida la fiesta de celebración).

SECCIÓN	1ª INSC.	ENVÍO PIEZA FÍSICA
BRANDED CONTENT	355 €	NO
DIGITAL	355 €	NO
GRÁFICA	355 €	NO
BRAND EXPERIENCE & ACTIVATION	355 €	NO
PR	355 €	NO
FILM	355 €	NO
BRANDING	355 €	NO
INTEGRATED STRATEGY	355 €	NO
ESG	355 €	NO
INNOVATION FOR GOOD by DENTSU	0€	NO, requisito inscrito en las secciones anteriores.

A estos precios hay que añadirle el 21% de IVA.

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: BA25 seguido del número de inscripción (ID.) de la/s pieza/s.

- **Tarjeta bancaria** a través del sistema de inscripción. No se admiten devoluciones una vez finalizado el proceso de inscripción.

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

Tarifas Especiales:

1. Inscripción de 5 piezas o más: Tarifa de 1.509€ por 5 piezas, más la cuota administrativa. A partir de la sexta pieza el precio es de 200€.
2. Inscripción de 11 piezas o más: Tarifa plana para inscribir hasta 20 piezas, con un coste de 2.473 €, más 20 € por pieza inscrita, más la cuota administrativa. A partir de la vigésimo primera pieza el coste será de 125€.
3. Descuento por suscriptor de IPMARK o DARETAIL. 5% sobre el total de inscripciones, sin incluir la cuota administrativa

SECCIONES

BRANDED CONTENT

DEFINICIÓN

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.

Criterios de valoración

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

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: Un **vídeo 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.
- 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.

DIGITAL

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, campañas con Influencers, voice marketing, uso creativo de la data, inteligencia artificial, internet de las cosas, aplicaciones móviles, realidad aumentada o virtual, eCommerce, metaverso, etc.

Criterios de valoración

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

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: Un **vídeo 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.
- 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.

GRÁFICA

DEFINICIÓN

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%

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción.

- Material obligatorio: Una i**magen o PDF**, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales. (Máximo 3 piezas en campaña).
- 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.

BRAND EXPERIENCE & ACTIVATION

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. 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 éste, la capacidad de atraer tráfico de clientes, generar la atención dentro del punto de venta y como objetivo final incrementar la compra y/o el conocimiento de la marca o producto. En definitiva, que generen una interacción racional, física, emocional y/o psicológica directa de la marca con el consumidor. Pueden inscribirse acciones de promoción o activación en el punto de venta, material PLV, marketing directo, patrocinio, eventos, presencia ferial, convención, congreso, celebración, incentivo, fidelización, street marketing, road shows, y customer experience.

Criterios de valoración

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

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 2 minutos de duración máxima** mostrando los elementos que conforman la pieza 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.

PR

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 consigan 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: 60%
- Resultados. (Capacidad de movilización mediática): 40%

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

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

FILM

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%

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Material obligatorio: **Un vídeo 16:9 de 120 segundos de duración máxima** (Máximo 3 piezas en campaña).

BRANDING

DEFINICIÓN

Son susceptibles de entrar en esta sección los trabajos de diseño de identidad corporativa, desarrollados en múltiples formatos o soportes que impliquen contacto visual para el consumidor. Creación de logotipos, identidad gráfica, catálogos, memorias anuales, diseño de establecimientos, escaparatismo, etc.

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 a la personalidad y características de la marca y/o el producto.
- Conexión emocional 25%: El jurado puntúa el atractivo de la identidad corporativa 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 gráfico, considerando aspectos como la tipografía, dirección de arte, logo, naming, y uso del color.
- Atracción 25%: Cómo la identidad corporativa consigue destacar dentro del entorno o zona de exposición para provocar la atención del consumidor.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Material obligatorio:

- Un PDF del book de identidad corporativa.
- 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.

INTEGRATED STRATEGY

DEFINICIÓN

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 360º 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.

Criterios de valoración

- Creatividad: 50%
- Ejecución: 25%
- Resultados: 25%

CATEGORÍAS

- SIN LIMITE DE PRESUPUESTO
- PRESUPUESTO LIMITADO A 150.000 €. Dentro del presupuesto estará considerado 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:

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:

- Documento pdf explicativo de la campaña que contenga las siguientes partes:
- Situación inicial
- Objetivos
- Desarrollo estratégico y acciones realizadas
- Resultados

ESG

DEFINICIÓN

Esta sección pretende destacar los valores corporativos en materia de sostenibilidad, labor social y buen gobierno de las compañías del sector Automoción, Transporte, Movilidad y sus servicios auxiliares. Son elegibles cualquiera de las piezas presentadas que, en su ejecución, cumplan con alguno de los siguientes criterios:

- Campañas o estrategias que destaquen los valores sostenibles de la marca, aportando valor al consumidor y a la sociedad e integradas de manera coherente a fin de enlazar los valores de la organización con un comportamiento socialmente responsable.
- Que posicionen a la marca como agente de transformación social o que denoten un claro compromiso con el medio ambiente.
- Que trasciendan 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.

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: Documento pdf explicativo de las acciones realizadas, planteando objetivos, desarrollo de la acción y resultados obtenidos.

INNOVATION FOR GOOD. Con el patrocinio de DENTSU España

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 **vídeo 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 demuestren 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 AUTO Agency.** A la agencia más premiada.
- **BEST!N AUTO Advertiser.** A la empresa cuyas marcas hayan obtenido un mayor número de premios. Estos dos premios, se otorgan según la valoración de cada unos de los premios 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.

BEST!N AUTO #25

Contacto

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

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