

# Best!n Beauty&Care

ENTREGA DE PREMIOS Y MARKETING  
SUMMIT

**13**  
JUNIO

---

**BASES Y  
CONDICIONES**

---

**CIERRE DE INSCRIPCIONES**  
10/ MAYO

**REUNIÓN DE JURADO**  
23/ MAYO

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

## CONTENIDO

Qué es Best!N Beauty&Care.....	3
Comité Técnico de Best Awards.....	3
Comité Organizador.....	3
Tipos de Productos en los que Pueden Participar.....	4
Condiciones Generales Premios.....	5
Premios que se otorgan.....	6
Proceso de Votación Del Jurado.....	7
Tarifas de Inscripción.....	8
Recomendaciones Antes De Comenzar El Proceso De Inscripción.....	9
Secciones.....	9
Best Branded Content.....	9
Best Digital.....	10
Best Influencer Marketing.....	11
Best!N Brand Experience & Events.....	12
Best!N Retail Experience & Activation.....	13
Best Pr.....	14
Best Film.....	15
Best Packaging.....	16
Best Corporate Identity.....	17
Best Gráfica.....	18
Best ESG.....	19
Best Integrated .....	20
Premios Especiales.....	21
Contacto.....	21

## QUÉ ES BEST!N BEAUTY&CARE

Los **Best!N 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 2024 se celebra su cuarta edición. **Best!N 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. (BEST!N FOOD, BEST!N BEAUTY&CARE, BEST!N AUTO, BEST!N TRAVEL)

- Carlos Jorge, Director creativo ejecutivo de Contrapunto BBDO.
- Chema Cuesta, Creative Area Manager de Popin.
- Jaime Azurmendi, Director creativo de Cheil Spain.
- Jonathan Juliá, Chief Creative Officer de Agencia Tango.
- María García Campos, Digital Creative Director de Lola Mullenlowe.
- Susana Pérez, Directora creativa ejecutiva de Proximity.

## COMITÉ ORGANIZADOR BEST!N 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 Best!N Beauty & Care.

- Blanca Gallego, Marketing Communication & e-Public Relations Manager en KIKO.
- Esther García, Directora de Marketing de L'ORÉAL.
- Celia Ruiz, WE Marketing Manager en Kimberly Clark.
- Stephanie Barbier, Corporate Marketing Director de ISDIN.
- Anna Gost, Responsable de Marketing y Trade Marketing de UNILEVER.
- Paloma Valverde, Communication & CSR Manager de CANTABRIA LABS.
- Myriam Gaité Alonso, Directora de Unidad de Negocio Healthcare de LABORATORIOS ALTER.
- Lluís Tricas, VP Beauty Iberia at P&G.
- Jaime de Haro, Director General de Best Awards.

## 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.
- **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.

### **CARE:**

- **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.
- **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. Mantelillos 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 absorbeolores.

Serán admitidos todos aquellos trabajos realizados entre el 1 de enero de 2022 y 22 de mayo de 2024, 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* o *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 2024.

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.

**Ningún material inscrito deberá llevar referencia alguna a la agencia o estudio de diseño que haya realizado la inscripción.** La organización se reserva la posibilidad de retirar dicha pieza de la votación del jurado, sin que el participante tenga derecho a devolución del precio de inscripción.

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 realizarán exclusivamente por Internet a través de la herramienta Coolfest en la web [bestinbeauty.es](http://bestinbeauty.es). 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 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 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 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 **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.

## PREMIOS QUE SE OTORGAN

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 (2) y Oros, Plata y Bronce.

Entre todos los oros de las secciones del festival, todos los miembros del jurado votarán de manera secreta el **Gran Premio Beauty**, y el **Gran Premio Care**. La pieza que más votos obtenga será la ganadora. En caso de empate la decisión la tomará el presidente del comité organizador. Y el ganador no se desvelará hasta la celebración de la gala de entrega de premios el 13 de junio de 2024. En caso de que el jurado sólo otorgue un premio oro en todas las secciones, de Beauty o Care, no se otorgará gran premio

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:

<b>Gran Premio</b>	<b>3 puntos</b>
<b>Oro</b>	<b>7 puntos</b>
<b>Plata</b>	<b>5 puntos</b>
<b>Bronce</b>	<b>3 puntos</b>

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 Care.

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 valorará cada pieza en primera instancia, antes de la reunión presencial del 23 de mayo, a través de la herramienta de votación del festival seleccionando una lista corta de piezas, que pasarán a ser los trabajos evaluados en la reunión presencial 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.

## TARIFAS DE INSCRIPCIÓN

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 Best!N Beauty&Care Marketing Summit y Gala Best!N Beauty&Care 2024.

SECCIÓN	1ª INSC.	ENVÍO PIEZA FÍSICA
<b>BEST BRANDED CONTENT</b>	<b>345 €</b>	<b>NO</b>
<b>BEST DIGITAL</b>	<b>345 €</b>	<b>NO</b>
<b>BEST INFLUENCER MARKETING</b>	<b>345€</b>	<b>NO</b>
<b>BEST BRAND EXPERIENCE &amp; EVENTS</b>	<b>345 €</b>	<b>NO</b>
<b>BEST RETAIL EXPERIENCE &amp; ACTIVATION</b>	<b>345 €</b>	<b>NO</b>
<b>BEST PR</b>	<b>345 €</b>	<b>NO</b>
<b>BEST FILM</b>	<b>345 €</b>	<b>NO</b>
<b>BEST PACKAGING</b>	<b>345 €</b>	<b>2 uds.</b>
<b>BEST CORPORATE IDENTITY</b>	<b>345 €</b>	<b>NO</b>
<b>BEST GRÁFICA</b>	<b>345 €</b>	<b>NO</b>
<b>BEST ESG</b>	<b>345 €</b>	<b>NO</b>
<b>BEST INTEGRATED STRATEGY</b>	<b>395 €</b>	<b>NO</b>

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

### **Tarifas Especiales:**

1. Inscripción de 5 piezas o más: Tarifa de 1320€ por 5 piezas, más la cuota administrativa. A partir de la sexta pieza el precio es de 250€ 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: BBC23 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 Stephanie Cook, [scook@bestawards.es](mailto:scook@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.

## SECCIONES

### BEST 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 o entreteniéndolo 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. Care

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 3 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.

## BEST 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, 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. Care

#### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio:
  - Un **vídeo explicativo en formato MP4 de 3 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.

## BEST 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. Care

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio:
  - Un **vídeo explicativo en formato MP4 de 3 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.

## BEST BRAND EXPERIENCE & EVENTS

### 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 activaciones 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 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**, 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. Care

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 3 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.

## BEST RETAIL EXPERIENCE & 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. Care

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 3 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.

## BEST 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 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. Care

#### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 3 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.

### BEST 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%

#### CATEGORÍAS

1. Beauty
2. Care

#### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

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

## BEST 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.

### CATEGORÍAS

#### 1 **BEAUTY:**

**A. Fragancias:** Eau de Toilette, Eau de Parfum, Agua de Colonia.

**B. 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.

**C. 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.

**D. 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.

#### 2 **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. 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. Aprestos y almidón para la ropa. Tintes ropa. Cepillos para la ropa.
- C. Celulosas:** Papel higiénico. Pañuelos de papel. Papel de cocina. Servilletas. Mantelitos de papel. Útiles de limpieza. Escobas. Recogedores. Fregonas. Bayetas. Estropajos. Guantes de fregar. Mopas. Plumeros. Bolsas de basura. Aparatos lavacristales.
- D. Otros:** **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 absorbeolores.

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio:
  - **Dos piezas físicas**, se enviarán a la secretaría técnica de los **Best!N Beauty&Care**, antes del día 26 de abril.
  - 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 3 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.

## BEST CORPORATE IDENTITY

### 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, menús, 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.

### CATEGORÍAS

1. Beauty
2. Care

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio:
  - **PDF del book de identidad corporativa**, con imágenes de la implementación de la misma.
- Material adicional: Un vídeo explicativo de 3 minutos de duración máxima mostrando los elementos que conforman la pieza donde se expliquen los objetivos de comunicación y la estrategia.

## BEST 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%

### CATEGORÍAS

1. Beauty
2. 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 **vídeo explicativo de 3 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.

## BEST ESG

### 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 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.

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. Care

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 3 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.

## BEST 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.

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

1. Beauty
2. Care

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción:

- Material obligatorio:

- Un **vídeo explicativo de 3 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.

## 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 Care.

## CONTACTO

SECRETARÍA TÉCNICA BEST!N BEAUTY&CARE

STEPHANIE COOK scook@bestawards.es 913159845

BEST AWARDS

C/ MANUEL TOVAR, 3. ENTREPLANTA. 28034 MADRID