

Bases del Concurso

❖ La ANDA comprometida con el desarrollo de la sustentabilidad

El premio ANDA Sustainable Marketing Award (SMA) se otorga a la mejor iniciativa o campaña dentro de las instituciones y categorías participantes, por sus destacadas acciones de Marketing Sustentable y la promoción de la Sustentabilidad. Este premio se entregará por la votación de los jueces, los cuales le pondrán puntos a cada iniciativa presentada. La propuesta que haya sacado el mayor puntaje será el acreedor del único SMA del año.

El jurado estará conformado por reconocidos profesionales con amplia experiencia técnica en materias medioambientales y por destacados profesionales del marketing.

Adicionalmente, se entregará un reconocimiento a la mejor iniciativa o campaña de cada categoría evaluada por su valioso aporte a minimizar el impacto al medioambiente y la promoción de la sustentabilidad.

El jurado también podrá declarar desierto el premio si así lo considera.

❖ Quiénes Pueden Participar

Empresas, de los más diversos rubros, que hayan realizado acciones de marketing considerando el cuidado del medio ambiente y la práctica de la sustentabilidad, especialmente en los ámbitos del desarrollo y promoción de productos o servicios.

No existe limitación del número de casos a presentar. Puede participar más de un caso para una misma marca, producto o servicio o institución. No importa quién lo presente, en la medida que cuente con la aprobación de la empresa

No podrá participar ningún caso que haya sido sancionado por fallo alguno del Conar en su contra, aún cuando con posterioridad a éste se le hubiera realizado las modificaciones requeridas.

❖ Categorías Generales

- 1.- Práctica Sustentable en Campañas Gráficas (Impresos y Vía pública)
- 2.- Innovación de Producto Sustentable
- 3.- Marketing Directo Amigable con el Medio Ambiente
- 4.- Evento Sustentable
- 5.- Empaque Amigable con el Medio Ambiente
- 6.- Campañas que creen “Conciencia Ambiental”
- 7.- Comunicación Interna a favor del Cuidado del Medio Ambiente
- 8.- Desarrollo e Implementación de Prácticas Sustentables

❖ **Jurado**

El jurado del ANDA Sustainable Marketing Awards (SMA) estará compuesto por un grupo de profesionales multidisciplinario, designados en virtud de su experiencia trayectoria en el campo de su especialidad.

Por las características de este premio, es que contamos con profesionales que se han desempeñado en forma destacada en el campo del marketing y la publicidad y del cuidado sostenido y sustentable del medio ambiente.

El jurado se encargará de verificar que los participantes cumplan con las Bases del Concurso, y que puedan demostrar resultados sólidos y contundentes, de modos de justificar su participación en concursos de esta naturaleza.

La organización tiene la facultad de rechazar o reclasificar un caso inscrito en el Concurso.

❖ **Categorías Evaluadas y Criterios de Evaluación**

1.- Práctica Sustentable en Campañas Gráficas (Impresos y Vía pública)

Esta categoría reconoce el esfuerzo de marcas o compañías al implementar campañas gráficas que minimizan los efectos al medioambiente, y al mismo tiempo mantienen el impacto de su mensaje. Se consideran cualquier soporte de vía pública o cualquier medio impreso (prensa, revistas, catálogos, etc).

Han existido grandes avances en la innovación de soluciones para la publicidad de Vía Pública, que van desde un uso más eficiente de energía hasta la utilización de telas hechas de materiales reciclables. En impresos hay una vasta oferta de papeles, provenientes de bosques manejados de manera sustentable y de tintas amigables al medio ambiente. Se premiará la iniciativa que mejor aplique estas nuevas tecnologías.

¿Qué evaluaremos?

- Innovación en el uso de los medios, especialmente la incorporación de materiales más amigables con el medioambiente.
- Se premiara el uso de alguna de las Rs (Reducción, Reuso, Reciclaje) en los materiales utilizados.
- Campañas puntuales pueden participar. Ganaran más puntos las buenas prácticas que se aplican a más de una campaña, a lo largo del tiempo.

2.- Innovación de Producto Sustentable

Las compañías y marcas necesitan reconocer que las expectativas de los consumidores están cambiando. Los consumidores, cada vez más, están demandando productos y servicios más eco-amigables. La innovación de productos debe satisfacer dos objetivos: mejorar su desempeño ambiental y proveer satisfacción al consumidor.

En los últimos tiempos, las compañías han incorporado la temática “verde” en el desarrollo de sus productos. Se observan productos que están hechos con materiales reciclados, productos que se pueden reciclar o re usar, productos eficientes que ahorran agua, electricidad o gas, reduciendo el impacto ambiental, productos con empaques más amigables, productos orgánicos, etc.

¿Qué evaluaremos?

- Nuevos productos y procesos que proveen satisfacción a los consumidores y valor a las compañías, pero que reduce significativamente el impacto medioambiental.
- Mejoras hechas para reducir la carga ambiental causada por la producción de productos, uso y desecho – manejo del ciclo de vida del producto.
- Nuevos productos o servicios que son significativamente mejores ambientalmente que los convencionales o los de la competencia.
- Credibilidad y veracidad de las promesas o claims de los productos

3.- Marketing Directo Amigable con el Medio Ambiente

Esta categoría reconoce a las campañas que manejaron de mejor manera el impacto ambiental de su producción y distribución. Por ejemplo, se premiarán iniciativas que usen materiales biodegradables, reciclados o reciclables; que usen químicos y tintas amigables; empaques más pequeños y distribución más precisa que reduce el número de envíos.

¿Qué evaluaremos?

- La materialidad usada: procedencia de los papeles, evidencia de haber usado un proceso de impresión con mínimos desperdicios, revisión del manejo de desechos, etc.
- Evidencia de bases de datos “limpias”; es decir con data precisa, significando menos desperdicio de papel, envíos devueltos y mayores tasas de respuesta.

4.- Evento Sustentable

Los jueces buscarán evidencia en la ejecución del evento que lo hizo más sustentable. Esto podrá estar dado por la implementación de luces más eficientes, minimización de los desperdicios producidos, o por el uso de elementos reciclados o re usados.

¿Qué evaluaremos?

- Evidencia de prácticas sustentables en la ejecución del evento
- Evidencia de uso efectivo de materiales, reducción de desperdicios y la habilidad de re-usar elementos.
- Demostrar mitigación de la emisión de CO₂ de las emisiones hechas a lo largo de la cadena producción y de suministro del evento.

5.- Empaque Amigable con el Medio Ambiente

Los empaques son los elementos del diseño y del marketing con la peor reputación en materia ambiental. Los concursantes deben demostrar el efectivo uso de materiales más amigables (reciclable, biodegradable o compostable) y/o demostrar una reducción significativa reducción de materiales usados en el empaque.

El reto es mantener un diseño atractivo e innovador, que construya diferenciación pero que no produzca elementos con poca utilidad pero que generan mucho desperdicio.

Hoy existen diversas opciones en materiales que permiten desarrollar empaques atractivos más consientes con el medioambiente.

¿Qué evaluaremos?

- Buenos ejemplos de reducción significativa de materiales
- Efectivo uso de materiales amigables con el medioambiente
- Innovación, excelencia en diseño
- Uso correcto de promesas o claims “verdes”

6.- Campañas que creen “Conciencia Ambiental”

La educación y creación de conciencia es el paso más importante para el desarrollo sustentable. Las campañas de marketing, de marcas y compañías, tienen el potencial de influenciar cambios de hábitos en los consumidores y de crear conciencia sobre los problemas medioambientales que causan sus conductas rutinarias. Al incrementar la conciencia sobre los problemas medioambientales, los niños y adultos pueden hacer elecciones mejores y más responsables s.

¿Qué evaluaremos?

- Campañas de comunicación que promueven modos de vida más sustentable
- Mensajes claros que pueden ser entendidos por gente de todas las edades y niveles culturales
- Creatividad que impacte y motive a cambios de conductas

7.- Comunicación Interna a favor del Cuidado del Medio Ambiente

A la gente le importa el medioambiente, pero la mayoría hace poco por este. Uno de los mejores lugares para educar a la gente es en sus trabajos, donde son receptivos a mensajes.

La comunicación interna es aquella que ocurre dentro de la compañía, entre y para los empleados. Esta puede producirse de diversas formas: conversaciones informales, reuniones formales, llamadas telefónicas, emails, videos, afiches, etc. La comunicación interna es clave para el éxito de una compañía.

Esta categoría premiará a la campaña que mejor contribuyó a un cambio de conducta dentro de los empleados hacia mejores prácticas medioambientales que además contribuyan a que los empleados sean reales embajadores de la posición sustentable de la compañía.

¿Qué evaluaremos?

- Involucramiento y compromiso de los trabajadores sobre asuntos del medioambiente.
- Evidencia sobre cambio de conductas específicas
- Efectivo uso de los canales de comunicación internos
- Creatividad del mensaje

8.- Desarrollo e implementación de “Prácticas Sustentables”

Esta categoría reconoce el esfuerzo de marcas o compañías al implementar acciones o prácticas que minimizan los efectos al medioambiente, y al mismo tiempo mantienen el impacto de su mensaje.

Se consideran acciones, difusión de prácticas o hábitos que impacten positivamente la eficiencia energética, manejos adecuados de desechos y la promoción de conductas sustentables.

Se premiará la iniciativa que mejor contribuya al desarrollo de conciencia sustentable en los ámbitos externos o internos de la compañía y que puedan verificar el impacto generado.

¿Qué evaluaremos?

- Innovación en el uso de los insumos, especialmente la incorporación de materiales más amigables con el medioambiente.
- Se premiara el uso de alguna de las Rs (Reducción, Re uso, Reciclaje) en los materiales utilizados.
- Buenas prácticas que se aplican a más de una campaña, a lo largo del tiempo. Tanto como la modificación, adecuación o promoción de prácticas de sustentabilidad.

❖ Plazos Relevantes

Postulaciones desde: el 19 de Mayo al 8 de julio del 2011

Plazo extendido para presentar los casos, **hasta el 22 de Julio del 2011**

Ceremonia de premiación: **11 de agosto 2011.**

❖ Consultas

Se recibirán consultas hasta el 2 de Junio a anda@anda.cl ó a los teléfonos 331 0919 ó 331 09 31



SMA
Anda Sustainable Marketing Award

❖ Identificación de los participantes

Avisador

Razón Social:
Nombre Fantasía:
Rut:
Dirección / Comuna:
Teléfono:
Nombre del Ejecutivo:
Rut:
Cargo (Gerente General, Comercial o de Marketing responsable de esta presentación, del caso y de la veracidad de toda información que aquí se entrega):
Firma:

Agencia

Razón Social:
Nombre Fantasía:
Rut:
Dirección / Comuna:
Teléfono:
Nombre del Ejecutivo:
Rut:
Cargo (Director General, Director Gerente o Gerente General responsable de esta presentación, del caso y de la veracidad de toda información que aquí se entrega):
Firma:

❖ Contacto

Persona responsable para contactar en caso necesario.

Nombre:

Rut:

Cargo:

Empresa:

Teléfono Directo:

Celular:

Fax Directo:

E-mail:

❖ Identificación del Caso

1. Marca del producto, servicio, institución o equivalente
2. Categoría en la que participa (de las anteriormente identificadas)
3. Descripción del caso

❖ Descripción del Caso

1. Objetivos (de negocio, de marketing, comunicacionales)
2. Estrategias
3. Recursos utilizados
4. Resultados del caso y evidencias
5. Resumen
6. Material de respaldo: Piezas para medios masivos, material gráfico, exhibición en medios, puntos de venta, etc.