

# Animarse a volar

Con tu primera campaña



## Concurso Itaú de creatividad

### Bases y condiciones

#### 1. Convocatoria

Fundación Itaú en adelante el "Organizador", convoca a estudiantes de hasta 30 años de edad que se encuentren cursando de manera regular las carreras de:

- Publicidad
- Comunicación, en cualquiera de sus variantes
- Cine, Diseño Audiovisual, o Multimedia, o de Imagen y Sonido
- Diseño Gráfico
- Estudios afines (medios masivos, interactivo)

en cualquier universidad o instituto terciario público o privado de la República Argentina, en adelante "Concursantes", a participar del **Concurso Itaú de creatividad** presentando una propuesta que cumpla con el brief del Anexo I y contenga la idea y su fundamento, bocetos de las piezas, y propuesta de medios.

#### 2. Objetivos del concurso

- Posicionar a Fundación Itaú como participe activo en el ámbito educativo.
- Brindar a estudiantes de carreras creativas oportunidades de darse a conocer en su ámbito.

#### 3. Requisitos para la postulación

- Las propuestas se deben subir a la página [www.fundacionitau.org.ar](http://www.fundacionitau.org.ar), cumpliendo los requisitos de inscripción del sitio.
- Las propuestas deben cumplir con lo establecido en Anexo I. Los trabajos que no cumplan con el mismo pueden ser rechazados a criterio del jurado o el Organizador.
- Las presentaciones deberán ser preferentemente en equipos, aunque se admiten individuales. En el mismo equipo puede haber estudiantes de diferentes universidades y/o carreras, siempre que éstas estén comprendidas en las descriptas en el Punto 1.
- Cada Concursante (equipo o individual) deberá subir una sola propuesta, aunque se admitirán alternativas creativas sobre la misma idea y fundamento.
- Las propuestas deben ser totalmente originales.
- El concurso estará abierto a la recepción de propuestas del 1 al 31 de mayo de 2016.

#### 4. Premio

Se seleccionarán hasta 5 propuestas finalistas. Las mismas serán presentadas en público por los Concursantes en el Auditorio Itaú, con entrada libre y gratuita. En caso de haber finalistas del interior, el Organizador podrá decidir que las presentaciones sean vía web. Todas las presentaciones deberán ajustarse a las condiciones que se comunicarán con suficiente antelación a los finalistas.

En el mismo acto, el jurado deberá elegir la propuesta ganadora, dentro de los 30 minutos de finalizadas las presentaciones.

El premio será de \$25.000 para el equipo Concursante / equipo ganador. Además, el Organizador podrá implementar o no la propuesta, y decidir hacerlo por sus propios medios, o con el Concursante ganador en cuyo caso se destinará el presupuesto previsto en el brief.

Se entregarán diplomas a todos los finalistas. Asimismo, el reconocimiento de la autoría de los trabajos finalistas será comunicada en el sitio institucional de Fundación Itaú y en sus redes sociales.

**5. La participación en el presente Concurso es libre y gratuita** y no dará derecho a ningún Concursante a reclamo alguno. Se recomienda a los Concursantes registrar adecuadamente su trabajo a efectos de proteger sus derechos. El Organizador no se hace responsable, bajo ninguna circunstancia, de cualquier reclamo que no sea el del Concursante ganador en caso que no se le pague el premio estipulado.

**6. La totalidad de los trabajos presentados quedará en propiedad del Organizador**, el que podrá utilizar y disponer de los mismos ampliamente y de la manera que considere conveniente para difundir los resultados de la convocatoria, ello sin perjuicio de la mención del carácter de autor de quien hubiera sido el creador, siendo este el único derecho que conservarán los Concursantes, es decir la mención de su autoría sin posibilidad de reclamo pecuniario alguno. A partir de los cinco años desde la utilización en medios de la propuesta ganadora, sus titulares podrán solicitar por medio fehaciente la suspensión de la misma y una negociación de derechos para continuar en medios. El Organizador tendrá 30 (treinta) días a partir de dicha comunicación fehaciente para detener toda comunicación, salvo que un nuevo acuerdo entre en vigor.

**7. El Concurso podrá declararse desierto**, ya sea por falta de presentación de proyectos, o por no reunir las condiciones previstas en estas Bases y Condiciones, o por no alcanzar ninguno de los trabajos los objetivos establecidos en el brief, así como una mínima calidad, a criterio exclusivo e inapelable del jurado.

**8. El Organizador se reserva el derecho a realizar la acción publicitaria, de prensa, promoción, publicación y difusión** que considere conveniente de los finalistas y del premiado, así como producir y utilizar las piezas resultantes por sí o en conjunto con el Concursante premiado.

**9. La sola participación en el Concurso, implica la conformidad de los participantes para la utilización y difusión de sus denominaciones e imágenes** (foto y video) por los medios publicitarios y de comunicación que el Organizador disponga. La presente autorización es realizada en los términos del artículo 1102 y 1770 del Código Civil y Comercial de la Nación, del artículo 11 del Pacto de San José de Costa Rica, del artículo 31 de la Ley N° 11.723, del art. 3, inc. h de la Ley N° 22.362 y toda otra normativa concordante. En virtud de esta autorización, los participantes no tendrán derecho a indemnización, pago o contraprestación alguna por la difusión y/o utilización mencionada precedentemente, más allá de lo expresamente indicado en estas bases.

**10. Por el solo hecho de participar, todos los Concursantes aceptan conocer y aceptar las presentes Bases y Condiciones.**

**11. La responsabilidad del Organizador por todo concepto finaliza con la puesta a disposición de los participantes del Premio correspondiente.**

**12. En el caso de dudas o divergencias para la aplicación de las presentes Bases y Condiciones corresponderá la jurisdicción del Tribunal General de Arbitraje de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires**, de conformidad con la reglamentación vigente al momento de entrar en vigencia dichas bases, con expresa renuncia a cualquier otro fuero o jurisdicción que pudiera corresponder.

### **13. Criterios de evaluación**

La evaluación de las propuestas se basará en los siguientes criterios:

#### **1. Ajuste a brief.**

**2. Viabilidad económica:** La factibilidad de producir la propuesta creativa con el presupuesto previsto. Este y el anterior son prerequisites para que la propuesta sea considerada.

**3. Claridad:** El mensaje de la pieza de comunicación debe ser comprensible, comunicando el mensaje de forma precisa y sintética.

**4. Diferenciación:** Se tomará en cuenta como se traslada a un concepto diferenciador de comunicación el tema en cuestión.

**5. Originalidad:** La pieza debe ser creativa e innovadora.

**6. Impacto:** La capacidad de la propuesta de generar un recuerdo persistente asociable a Fundación Itaú.

#### **14. Jurado**

Habrá un jurado de selección, compuesto por integrantes de la Gerencia de Imagen y Comunicación de Itaú y del equipo de Fundación Itaú. El jurado de selección deberá elegir entre 10 y 15 propuestas para ser evaluadas por el jurado.

El jurado estará integrado por un representante de Itaú, otro de Fundación Itaú y un tercero del Consejo de Administración de Fundación Itaú. La decisión del jurado será por mayoría simple de votos y la misma será inapelable.

### **ANEXO 1: Brief**

#### **Concurso Itaú de creatividad**

**Tema:** Campaña de difusión "El poder transformador de la educación"

**Período de recepción de propuestas:** Desde el 1 hasta el 31 de mayo de 2016.

**Anunciante:** Fundación Itaú.

**Misión:** Desarrollar, difundir e implementar metodologías sociales para mejorar la calidad e inclusión en el sistema educativo.

#### **Objetivo de la acción:**

¿Qué es lo que queremos lograr con esta acción?

Por orden de importancia:

- 1) Asociar la marca Itaú al apoyo a la educación.
- 2) Incrementar los seguidores en las redes sociales Facebook, Twitter, YouTube y Linked In.
- 3) Posicionar la marca Itaú como agente transformador.

#### **¿A quién va dirigido?**

**Target primario:** Comunidad educativa (alumnos, docentes, autoridades, y familias con hijos en edad escolar), y referentes educativos (expertos, periodistas, etc.).

**Target complementario:** Público general.

#### **Producto/acción:**

#### **Piezas:**

- a) Uno o varios spots para YouTube de hasta 30 segundos. Si fuese un solo spot podría tener además una versión larga (máx: 60 segundos).
- b) Banners para Internet.

c) Se admitirán propuestas de otras piezas, si fuesen efectivas en términos de costo.

### **Las piezas se utilizarán para difusión en:**

- Sitios propios: [www.fundacionitau.org.ar](http://www.fundacionitau.org.ar) y [www.itau.com.ar](http://www.itau.com.ar)
- Redes sociales: Youtube, Facebook y Twitter. Pueden agregarse otras.
- E-mailings
- Otros medios digitales.
- Proyección en eventos.

### **Mensaje principal:**

La educación transforma la vida de las personas. Cada uno de los integrantes de la sociedad debe involucrarse y difundir iniciativas que mejoren la calidad e inclusión educativa. Como parte de la sociedad en la cual se encuentra inmersa, Fundación Itaú hace propia esta consigna. A través de sus redes sociales promueve prácticas y contenidos que contribuyen diariamente a la mejora educativa.

**Call to action:** Incrementar la cantidad de seguidores en redes sociales de Fundación Itaú.

Dicha acción permitirá aumentar el grado de difusión respecto de las novedades educativas.

**Vigencia de la campaña:** años 2016-7

### **Reason why:**

¿Por qué le interesa a los segmentos objetivos?

La sociedad argentina tiene consciencia de la importancia de la educación. Necesita dar un paso más, comprometerse fuertemente y apoyar acciones efectivas. A su vez, es importante que todos los actores partícipes de la educación sean visibilizados y valorizados.

### **¿Qué necesidades cubre?**

Posicionar a Fundación Itaú en el ámbito educativo y ante el público general como partícipe de acciones en pro de la mejora de la calidad e inclusión educativas.

### **¿Cuáles son los principales beneficios que tiene para la comunidad en general?**

- Fomento del involucramiento y participación en cuestiones educativas.
- Conocimiento de acciones y programas que promueven la mejora de calidad e inclusión educativas.
- Difusión de nuevos métodos de aprendizaje.

### **¿Tiene algún diferencial con respecto a la competencia? ¿Por qué?**

Son muchas las empresas que apoyan la educación a través de financiamiento de proyectos de ONGs y de acciones propias. Fundación Itaú también apoya proyectos de ONGs que impactan en la inclusión y gestión escolar. Asimismo genera proyectos propios que promueven el uso de la tecnología y redes sociales y facilitan la participación de adolescentes de todo el país.

Sin embargo, ninguna fundación empresaria ha logrado descollar en su compromiso con la educación. Otras ONGs -como CIPPEC, Cimientos y Educar2050- han logrado insertarse mejor en la opinión especializada. La intención a mediano plazo es que Fundación Itaú aparezca también en el grupo de ONGs que se destacan por su compromiso con la educación.

### **Tipos de piezas:**

Para participar, se requiere presentar una o más propuestas vinculadas a los puntos a, b y c de producto/acción,



subiéndolas al sitio [www.fundacionitau.org.ar](http://www.fundacionitau.org.ar) . Se debe presentar la estrategia de comunicación y su justificación, los bocetos del spot y el video, bocetos de banners y flyers, y plan de medios digitales. Una línea creativa es suficiente, aunque se pueden presentar hasta tres.

Itaú, Fundación Itaú y el Consejo de administración de Fundación Itaú evaluarán las propuestas para elegir hasta 5 finalistas, los cuales serán convocados a presentar su propuesta en el banco. Se extenderán certificados.

**Presupuesto:**

**\$25.000** para equipo ganador.

**\$0** Menciones para otros cuatro equipos.

**\$100.000** para producción de las piezas, que quedarán en propiedad de Itaú (tope previa aprobación de proveedores y presupuestos por Itaú)

**\$50.000** para pauta publicitaria (a ser aprobada por Fundación Itaú)

**\$175.000 total**

**Especificaciones técnicas de la presentación de la campaña**

- La propuesta deberá ser presentada en formato pdf.
- En la misma se deberán incluir los siguientes capítulos:
  1. Breve CV de cada uno los participantes.
  2. Estrategia creativa.
  3. Boceto de spot publicitario para YouTube de hasta 30 segundos.
  4. Banner para Internet.
  5. Flyer para impresión.
  6. Utilización del presupuesto.
- La tipografía institucional es Myriad Pro o Myriad. Alternativa: Arial
- Se facilitará la normativa de aplicación de logo de Fundación Itaú.

