

BASES

CONCURSO PARA ESTUDIANTES DE PUBLICIDAD "TODO VALE" UNIVERSIA - LUN 2012

I .- INTRODUCCION

Universia y el diario Las Últimas Noticias (LUN) invitan a las universidades e institutos profesionales que imparten la carrera de Publicidad a participar en la cuarta versión del Concurso "Todo Vale" Universia - LUN 2012 (sitio web <http://concursos.universia.cl/lun>), que busca brindar una instancia de participación y espacio creativo a los alumnos de las instituciones de educación superior que sean socias de Universia Chile (ver listado al final de las presentes bases).

Los estudiantes participantes –apoyados por su Institución y profesores- deberán crear una **campaña de marketing directo**, en la cual se le entregue, tanto a avisadores como agencias de medios, un mensaje claro para que incluyan a Las Últimas Noticias en sus pautas de medios y avisen con sus marcas, planteando a Las Últimas Noticias como un diario atractivo, que genera contenidos, cuenta con gran alcance y una superioridad en lectoría frente a otros medios de prensa escrita.

Las mejores propuestas – elegidas por un jurado tras un proceso de votaciones online- recibirán reconocimientos y premios que serán entregados por LUN y Universia en ceremonia oficial a realizarse en diciembre del presente año.

II.- SOBRE EL CONCURSO

1.- Presentación de la iniciativa a las universidades

Universia se contactará con sus instituciones socias que impartan la carrera de Publicidad para presentarles el concurso y su operatoria. La casa de estudios se hará cargo de la difusión del certamen entre sus alumnos de Publicidad y designará un docente o profesor guía a cargo de representar al plantel en todo lo relacionado al concurso.

2.- Metodología del concurso

Los alumnos deberán trabajar (en forma individual o en duplas) una **propuesta de campaña de marketing directo para Las Últimas Noticias**, según las especificaciones que se indican más adelante.

Cada casa de estudios seleccionará las mejores propuestas de campaña. Luego, el docente o profesor guía las enviará a Universia Chile S.A., cuyo equipo se encargará de subirlas al sitio web del concurso para que reciban la votación del público internauta.

ESPECIFICACIONES

Cliente: Las Últimas Noticias
Campaña Concurso "Todo Vale"

Antecedentes:

En los últimos años Las Últimas Noticias se ha convertido en el medio de prensa más leído por los chilenos. Esto lo ha conseguido gracias al enfoque editorial y la capacidad de levantar noticias de distintos ámbitos (deportes, economía, política, tiempo libre y sociedad, entre otros).

Para los avisadores y agencias de medios (GO), Las Últimas Noticias se ha vuelto un mediopreciado debido al gran alcance y elevada cantidad de lectores que ofrece en sus distintas plataformas (LUN impreso, LUN.com y LUN Móvil). Debido a esto, ven a Las Últimas Noticias como una importante vitrina para exponer sus productos y mensajes publicitarios.

Petición

Campaña de marketing directo, en la cual se entregue un mensaje claro, tanto a avisadores como agencias de medio, para que incluyan a Las Últimas Noticias en sus pautas de medios y avisen con sus marcas, planteándolo como un diario atractivo, que genera contenido, cuenta con gran alcance y una superioridad en lectoría frente a otros medios de prensa escrita.

Inquietud a plantear

Las Últimas Noticias es el diario que genera el contenido más leído de Chile, convirtiéndose en el medio de prensa escrita líder para que las marcas publiquen y lleguen a sus consumidores finales.

Esto es respaldado por los grandes resultados obtenidos en sus distintas plataformas (LUN impreso, LUN.com y LUN Móvil).

Datos Importantes

- Líder en lectoría en segmento C1, C2 y C3, hombres y mujeres de 12 a 75 años.
- Única página chilena e informativa dentro de los top 11 de páginas más visitadas a nivel nacional.
- Líder en Lectoría Total (incluye LUN impreso, LUN.com y LUN Móvil) 712.056 lectores.

Concepto Central Comunicacional

A definir por parte del alumno o dupla.

Grupo Objetivo

Agencias de Medio:

Son hombres y mujeres GSE C1 y C2, entre 25 a 45 años, en su mayoría publicistas. Muy enfocados en los números y buscan efectividad. Profesionales que poseen un gran poder de negociación, ya que manejan grandes sumas de dinero.

Avisadores:

Son hombres y mujeres GSE ABC1y C2 entre 25 a 45 años. Con estudios en universidades tradicionales o privadas. Con carreras como ingenieros comerciales/ civiles o carreras afines.

Son Jefes de Marketing, Brand Managers, Product Managers y jefes de medios. Son ellos quienes tienen a cargo la responsabilidad de relacionarse y tomar decisiones respecto a los presupuestos de marketing e implementación de los planes de medios.

Insight a considerar (Avisadores y agencias de medios)

- Con LUN llegaré a distintos lectores.
- Cada noticia de LUN es un tema diario de conversación.
- Aunque LUN sea conocido por hablar de farándula, también crea conversación con otros temas.

Formato de envío de los trabajos

Marketing directo y explicación del caso por medio de Pasos y presentación tipo "Caso". (Ver ejemplo de "Caso" que está en el sitio web del concurso <http://concursos.universia.cl/lun>).

Esta presentación se envía en formato PDF, DOC o DOCX acompañada de una imagen (jpg, png o gif) cuya dimensión máxima es de 800 de ancho y 600 de alto.

Evaluación

Para la evaluación de las propuestas, se considerarán los siguientes criterios:

-Creatividad

-Innovación en formato

-Capacidad de impacto

3.- Calendario:

El concurso se realizará conforme a las siguientes fechas:

20/09/12 al 25/9/12: Inicio del Concurso con el envío por correo privado de carta de invitación, bases y despacho de afiches a los máximos representantes de las Escuelas de Publicidad de las instituciones socias de Universia Chile. La misma información será enviada por mail por la Dirección de Comunicaciones de Universia.

24/09/2012: Lanzamiento del sitio oficial del concurso: <http://concursos.universia.cl/lun>

24/09/2012 al 28/09/2012: Equipo Universia contacta a cada Escuela de Publicidad para chequear recepción de información y confirmar participación.

Del 1/10/11 al 31/10/11.- Desarrollo de las propuestas creativas por parte de los alumnos, selección de los mejores trabajos (labor a cargo de profesores o docentes de cada institución) y subida de las campañas escogidas por la universidad participante al sitio web del concurso (a cargo del equipo de Universia Chile).

Del 1/11/12 al 5/11/12.- Revisión del material por parte de los organizadores.

Del 05/11/10 al 25/11/11.- Etapa de votación on line en el sitio web del concurso.

Del 26/12 al 29/11/12.- Revisión de las propuestas por parte del jurado.

30/11/12.- Deliberación del jurado y anuncio de los ganadores en la página web del concurso y envío de invitaciones para la ceremonia de premiación.

Diciembre 2012.- Ceremonia de premiación en oficinas del diario Las Últimas Noticias, en fecha que se informará oportunamente.

IV: GANADORES Y PREMIOS

Jurado:

El jurado estará constituido por representantes de LUN y Universia en conjunto con destacados creativos de Agencias de Publicidad de nuestro país. Los integrantes son:

Jorge Gallardo
Coordinador de Marketing
Las Últimas Noticias

Claudia Gelman
Jefa de Marketing
Las Últimas Noticias

Ángel Carcavilla
Director Creativo General
Carcavilla Boutique

Andrés Urrutia
Director
Virtual Publicidad

Laura Jáuregui
Directora de Comunicaciones y Marketing
Universia Chile

Este grupo elegirá las propuestas ganadoras considerando:

- 1) Votación online. A través del sitio web Universia.cl, los usuarios podrán votar por su campaña favorita. Esta votación corresponderá al 40% de la evaluación final.
- 2) El 60% restante corresponderá a la evaluación que realicen los integrantes del jurado, considerando parámetros como creatividad y originalidad, entre otros.

Premios:

Se otorgarán los siguientes estímulos:

La dupla que obtenga el primer lugar recibirá como premio:

1 MacBook Pro para cada integrante.

Difusión de la ceremonia de premiación en el diario Las Últimas Noticias y en Universia.cl.

Por su parte, la dupla que obtenga el segundo lugar recibirá:

1 iPod Touch para cada integrante.

Difusión de la ceremonia de premiación en el diario Las Últimas Noticias y en Universia.cl.

Las universidades socias de Universia son las que se indican a continuación. Sólo pueden participar alumnos de la Carrera de Publicidad propiamente tal.

Universidades

Pontificia Universidad Católica de Chile
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
Universidad Academia de Humanismo Cristiano
Universidad Adolfo Ibáñez
Universidad Adventista de Chile
Universidad Alberto Hurtado
Universidad Andrés Bello
Universidad Arturo Prat
Universidad Austral de Chile
Universidad Autónoma de Chile
Universidad Bernardo O´Higgins
Universidad Bolivariana
Universidad Católica de la Santísima Concepción
Universidad Católica de Temuco
Universidad Católica del Maule
Universidad Católica del Norte
Universidad Católica Silva Henríquez
Universidad Central de Chile
Universidad Chileno Británica de Cultura
Universidad de Antofagasta
Universidad de Artes, Ciencia y Comunicación UNIACC
Universidad de Atacama
Universidad de Chile
Universidad Ciencias de la Informática UCINF
Universidad de Concepción

Universidad de La Frontera
Universidad de La Serena
Universidad de Las Américas
Universidad de los Andes
Universidad de Los Lagos
Universidad de Magallanes
Universidad de Playa Ancha
Universidad de Santiago de Chile
Universidad de Talca
Universidad de Tarapacá
Universidad de Valparaíso
Universidad del Bio Bío
Universidad del Desarrollo
Universidad del Mar
Universidad del Pacífico
Universidad Diego Portales
Universidad Finis Terrae
Universidad Gabriela Mistral
Universidad Iberoamericana de Ciencias y Tecnología
Universidad Internacional SEK
Universidad La República
Universidad Mayor
Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación
Universidad Miguel de Cervantes
Universidad Pedro de Valdivia
Universidad San Sebastián
Universidad Santo Tomás
Universidad Técnica Federico Santa María
Universidad Tecnológica de Chile, INACAP
Universidad Tecnológica Metropolitana
Universidad Viña del Mar

Institutos profesionales

DUOC UC
INACAP
AEIP
IPCHILE

Santiago, septiembre 2012.