



PREMIOS FUNDRAISING

Innovación en Campañas de
Captación de Fondos

Bases del concurso 2014

INDICE

Objetivos	2
Bases de los premios	3
Normativa para elección de los miembros del jurado	4
Disciplinas y Categorías de los Premios Fundraising 2014	5
Proceso de votación	6
Timing organización	6
Requisitos técnicos	7

OBJETIVOS

La Asociación Española de Fundraising, a través de los Premios Fundraising, persigue promover e incentivar la creatividad en el área de la captación de fondos de las organizaciones sin ánimo de lucro a través del reconocimiento público de los mejores trabajos realizados.

Los principales objetivos de dichos premios son:

- Reconocer las mejores campañas de captación de fondos realizadas en nuestro entorno.
- Proporcionar una plataforma dónde compartir nuevas ideas e innovación.
- Compartir las mejores prácticas y aprendizajes del sector.

Los Premios Fundraising aportan el reconocimiento a las acciones de fundraising (acciones de captación, fidelización, rendición de cuentas y comunicación social), campañas y eventos, implementadas por Entidades No Lucrativas en el año 2013.

BASES

1. Las candidaturas independientemente de su categoría, que se inscriban, deben haber tenido lugar **entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013** total o parcialmente. (En caso de ser parcialmente, podrá nominarse solamente por un año).
2. Solamente se aceptarán candidaturas de ENL, agencias, empresas y entidades públicas.
3. Los nominados tiene que ser una entidad oficial registrada en España.
4. Las candidaturas deberán presentar por escrito la descripción del evento, campaña o acuerdo ENL -Empresa, siguiendo el formulario de inscripción e incluyendo los materiales especificados en el mismo. En caso de carecer de los materiales especificados o de no seguir las reglas del formulario, la organización se reserva el derecho de rechazar la candidatura.
5. La redacción de las candidaturas enviadas debe ser en castellano.
6. Es posible presentar varios proyectos de la misma entidad en varias categorías, con un límite de dos candidaturas por participante.
7. Cualquier categoría en la cual se anuncien finalistas contará con un solo ganador.
8. Los ganadores serán escogidos por un jurado designado por AEFundraising. El contenido de las deliberaciones sobre las candidaturas no se hará público.
9. Las candidaturas serán analizadas según los siguientes criterios:
 - a. **Estrategia:** definida de acuerdo al concepto principal de la campaña, evento o colaboración ENL -Empresa, en función de sus objetivos, medios y alcance.
 - b. **Creatividad:** innovación en forma, fondo, contenido, estética, utilización de medios y canales para conseguir los objetivos definidos.
 - c. **Resultados:** el alcance de la campaña, evento o colaboración que se haya planteado conseguir, en cuanto al público objetivo y fin.
 - d. **Implementación:** la utilización de los medios y canales con un resultado positivo para conseguir los objetivos del proyecto.
10. Se considera como campaña al conjunto de dos o más acciones de fundraising relativas a una misma causa y producidos para uno o más medios de difusión.
11. Al inscribir una candidatura a los Premios Fundraising, los candidatos autorizan a AEFundraising a publicar dicho material, incluidos los soportes gráficos, electrónicos, vídeo, etc.
12. El material presentado no será devuelto a los concursantes.
13. El plazo de presentación de las candidaturas finaliza **el lunes 30 de junio de 2014** a las 24:00 (fecha franqueo o salida mensajero).
14. Los ganadores serán contactados por AEFundraising en **julio de 2014** y se anunciarán en la gala de entrega de los Premios.
15. Las decisiones del Jurado serán definitivas e inapelables.

NORMATIVA PARA ELECCIÓN DE LOS MIEMBROS DEL JURADO

AEFundraising y su junta directiva serán los responsables de elegir a los miembros del jurado.

El jurado estará formado por no más de cinco personas, profesores universitarios, profesionales de la comunicación y representantes de AEFundraising, etc.

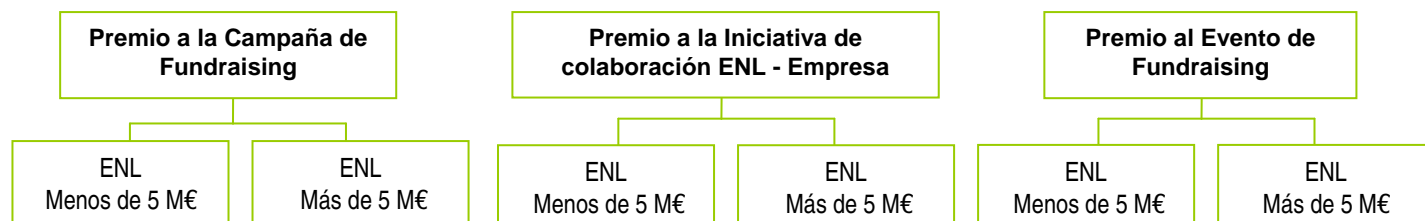
IMPORTANTE

- No pueden ser miembros del Jurado dos profesionales de la misma entidad o grupo. Caso de producirse esta situación, serán los propios representantes de la empresa quienes decidan la persona que deberá formar parte del Jurado.
- No pueden ser miembros del jurado individuos nominados en alguna categoría.

DISCIPLINAS Y CATEGORÍAS

Todas las ENL y agencias participantes se pueden inscribir en cualquier categoría en función de sus ingresos anuales.

GRAN PREMIO A LA MEJOR CAMPAÑA DE FUNDRAISING



SIETE CATEGORÍAS / SIETE PREMIOS

1. CATEGORÍA: CAMPAÑA DE FUNDRAISING (2 premios)

- Campañas de éxito lanzadas a lo largo de 2013 por ENL con el objetivo principal de captar fondos y dirigidas a un público masivo con independencia del medio utilizado. Criterios a valorar:
 - Grado de innovación.
 - Resultados obtenidos
 - Sostenibilidad en el tiempo.

b. **Premio de los 2 ganadores:** Una entrada gratuita al Congreso Anual de Fundraising 2014

2. CATEGORÍA: INICIATIVA DE COLABORACIÓN ENL-EMPRESA (2 premios)

- Campañas de éxito lanzadas a lo largo de 2013 por ENL con el objetivo principal de conseguir colaboraciones con empresas con independencia del medio utilizado. Criterios a valorar:
 - Grado de innovación.
 - Resultados obtenidos
 - Sostenibilidad en el tiempo.

b. **Premio de los 2 ganadores:** Una entrada gratuita al Congreso Anual de Fundraising 2014.

3. CATEGORÍA: PREMIO AL EVENTO DE FUNDRAISING (2 premios)

- Evento de éxito llevado a cabo a lo largo de 2013 por ENL con el objetivo principal de captar fondos. Criterios a valorar:
 - Grado de innovación.
 - Resultados obtenidos
 - Sostenibilidad en el tiempo.

b. **Premio de los 2 ganadores:** Una entrada gratuita al Congreso Anual de Fundraising 2014.

4. CATEGORÍA: GRAN PREMIO A LA CAMPAÑA DE FUNDRAISING (1 premio)

- Premio a la mejor campaña de fundraising llevada a cabo a lo largo de 2013.
 - Grado de innovación.
 - Resultados obtenidos
 - Sostenibilidad en el tiempo.
- Premio del ganador:** Una entrada gratuita al Congreso Anual de Fundraising 2014. Acceso a participar en The Resource Alliance Global Awards for Fundraising 2014 cuyo ganador será premiado con una entrada gratuita al The International Fundraising Congress (IFC) 2014.

EL PROCESO DE VOTACIÓN

Se realizará una ronda de votación:

Julio 2014: El jurado se reunirá para revisar todo el material recibido de las ENL en todas las categorías propuestas y se procederá a la valoración, votación y adjudicación de premios por parte del jurado.

TIMING ORGANIZACIÓN

- **Lunes 30 de junio de 2014**
 - Finaliza plazo de **recepción del material de campañas** en AEFr.
- **Julio 2014**
 - Pleno del Jurado y elección de **CAMPAÑAS GANADORAS**.
- **Miércoles 17 de septiembre de 2014 (durante el Congreso)**
 - **Acto oficial de comunicación de los ganadores de los Premios Fundraising 2014.**

REQUISITOS TÉCNICOS

Por cada acción nominado individualmente o como parte de una campaña, deberá enviar lo siguiente:

Impresos: imagen del mensaje en formato JPG, escaneada a tamaño carta (21.5 x 28.0 cm) o A4 (21.0 x 29.7 cm), en dos resoluciones: un archivo a 300 dpi y otro a 150 dpi.

Televisión: formato de video de alta calidad por mensaje o por campaña.

Radio: archivo de audio con la grabación del mensaje o la campaña, en mp3.

Publicidad exterior: imagen del mensaje en formato JPG, escaneada a tamaño carta (21.5 x 28.0 cm) o A4 (21.0 x 29.7 cm), en dos resoluciones: un archivo a 300 dpi y otro a 150 dpi.

Cada material deberá enviarse perfectamente identificado, con los datos de quien hace la nominación y la categoría en la que se inscribe.