



CÍRCULO
CREATIVO
MÉXICO



C Í R C U L O
D E O R O 2016

ÁREAS CREATIVAS

Í N D I C E


1. ELEGIBILIDAD.

2. ATRIBUCIONES DEL FESTIVAL.

3. SISTEMA DE VOTACIÓN.

4. GRANDES PREMIOS.

5. ÁREAS CREATIVAS CÍRCULO DE ORO 2016

- AUDIOVISUAL
 - RADIO
 - VÍA PÚBLICA
 - IMPRESOS
 - DISEÑO
 - CYBER
 - MÓVIL
 - PROMOCIONES Y ACTIVACIONES
 - CAMPAÑAS INTEGRADAS
 - MEDIA
 - CONTENIDO Y ENTRETENIMIENTO
 - HEALTH
 - RELACIONES PÚBLICAS
 - MARKETING DIRECTO
- 



6. REQUERIMIENTOS TÉCNICOS PARA SUBIR PIEZAS.

7. COSTOS

7.1 FORMAS DE PAGO.

8. FECHAS.

9. PREMIOS ESPECIALES.

9.1. RANKING TOP TEN AGENCIAS.

9.2 GRAND PRIX.

9.3. AGENCIA DEL AÑO.

9.4. AGENCIA INDEPENDIENTE DEL AÑO.

9.5. CLIENTE DEL AÑO.

9.6. PREMIO A LA TRAYECTORIA.

9.7. MEJOR PIEZA DEL FESTIVAL.

10. TÉRMINOS Y CONDICIONES.

11. ATRIBUCIONES Y LEGALES.



1 ELEGIBILIDAD

- El Festival está abierto a todas las personas involucradas en la industria publicitaria y de la comunicación en México, como creativos, directores, productores, agencias de publicidad, productoras, anunciantes, etc.
- Todas las piezas, acciones o campañas deberán ser inscritas por primera vez en la vigésimo séptima edición del Festival Círculo de Oro. Además de haber sido pautadas o haberse puesto en práctica entre el 15 de noviembre de 2015 al 16 de noviembre de 2016. Es decir, la fecha de elegibilidad contempla el trabajo de un año, no de años anteriores.
- El festival reconoce que debido a la internacionalización de procesos para realizar una pieza creativa, los factores para determinar si una pieza es “mexicana” y por lo tanto elegible para participar en el festival han cambiado mucho. De manera que a partir de este año las piezas inscritas deberán cumplir con los siguientes criterios:

EN EL CASO DE LAS ÁREAS CREATIVAS TODAS LAS PIEZAS DEBERÁN CUMPLIR, POR LO MENOS, CON DOS DE LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

- **Ser inscrita por una empresa con sede en el territorio nacional.**
- **La pieza deberá haberse pautado en México.**
- **La empresa mexicana deberá ser la responsable de la creación de la idea.**

Ejemplo: La campaña MexicoTaxiProject ganadora de Oro, fue hecha por una agencia mexicana (Publicis), para (Consejo de Promoción Turística de México), no fue pautada en México (su función era atraer turismo norteamericano, entonces pautó en E.E.U.U. y Canadá). A pesar de que ni siquiera pautó en nuestro país, los otros DOS incisos la hicieron elegible.



2 ATRIBUCIONES DEL FESTIVAL

- Dependiendo el área o la categoría, una pieza puede inscribirse varias veces si es elegible. Esto se especifica a detalle en cada una de ellas.
- Las inscripciones pueden ser canceladas o retiradas del Festival, bajo común acuerdo entre la agencia involucrada y la presidencia del Círculo, pero el pago de las inscripciones bajo ningún motivo será reembolsable.
- Si en el Jurado surgen dudas acerca de la aplicación o la presentación de alguna pieza, la Organización del Festival se pondrá en contacto con la agencia y si es necesario con el cliente en cualquier momento del proceso de votación.
- Si se presentase alguna queja en contra de cualquier ganador o finalista, la Organización del Festival realizará una investigación exhaustiva y solicitará la documentación detallada de todas las partes interesadas, incluidos el denunciante, los participantes y el cliente.

El Círculo Creativo de México no dudará en retirar el premio en caso de confirmarse la denuncia y la agencia afectada puede ser retirada del Festival junto con todas sus piezas. En cuyo caso, dichas inscripciones no serán reembolsadas.



3 S I S T E M A D E V O T A C I Ó N

- El Presidente del Jurado tiene la responsabilidad de exponer ante los integrantes de los diferentes Jurados, el criterio con el que deberán ser juzgadas las piezas participantes. Al igual que el año pasado, dicho criterio será notificado por escrito en los distintos canales de comunicación del festival para que todos los interesados lo conozcan de antemano.
- El shortlist se decide en una primera ronda de votación online en la que el Jurado vota utilizando una escala del 1 al 5 y abstención para piezas propias. El presidente establece un límite de corte. Una vez realizada la votación, los Jurados pueden rescatar una pieza argumentando el por qué debe incluirse en el shortlist y pidiendo una nueva votación para incluirla o no, siempre y cuando dicha pieza no sea propia.
- La decisión de los metales se realizará a mano alzada con deliberación. En caso de haber en el Jurado un involucrado con la pieza, éste deberá retirarse de la votación antes de la deliberación. Posteriormente, se llamarán los votos a mano alzada para otorgar el oro, plata y bronce de cada categoría.
- Las piezas y/o campañas para ong's y bien público, no pueden ser elegibles para ganar un gran premio.

- En todas las etapas de votación, ningún miembro del Jurado, incluido el Presidente, puede votar por el trabajo propio, ya sea enviado por la empresa donde trabaja o si la pieza es suya aunque ya no labore en la compañía que la inscribe.
- La decisión de los Jurados en todas las cuestiones relativas a la entrega de premios será definitiva e inapelable.
- El Jurado otorgará tantos premios como considere necesarios en cada categoría, y tiene la facultad de declarar una categoría desierta.



4 GRANDES PREMIOS

GRAN PREMIO AUDIOVISUAL.

GRAN PREMIO DE RADIO.

GRAN PREMIO VÍA PÚBLICA.

GRAN PREMIO IMPRESOS.

GRAN PREMIO DISEÑO.

GRAN PREMIO CYBER.

GRAN PREMIO MÓVIL.

GRAN PREMIO PROMOCIONES
Y ACTIVACIONES.

GRAN PREMIO CAMPAÑAS
INTEGRADAS.

GRAN PREMIO MEDIA.

GRAN PREMIO CONTENIDO
Y ENTRETENIMIENTO.

GRAN PREMIO HEALTH.

GRAN PREMIO RELACIONES PÚBLICAS

GRAN PREMIO DE MARKETING
DIRECTO.

MEJOR PIEZA DEL FESTIVAL.



5 ÁREAS CREATIVAS

CÍRCULO DE ORO

2016

AUDIOVISUAL

RADIO

VÍA PÚBLICA

IMPRESOS

DISEÑO

CYBER

MÓVIL

PROMOCIONES Y ACTIVACIONES

CAMPAÑAS INTEGRADAS

MEDIA

CONTENIDO Y ENTRETENIMIENTO

HEALTH

RELACIONES PÚBLICAS

MARKETING DIRECTO



Á R E A A U D I O V I S U A L

LAS PIEZAS PUEDEN INSCRIBIRSE DOS VECES: EN SU CATEGORÍA NATURAL Y EN CAMPAÑA.

LAS CAMPAÑAS DEBEN CONTENER MÍNIMO DOS PIEZAS PARA SER ELEGIBLE.

A01. GOLOSINAS, BOTANAS Y ALIMENTOS.

Carnes, pescados, mariscos, sopas, embutidos, frutas, verduras, arroz, pastas, pizzas, salsas, mayonesas, vinagres, aceites, especias, hierbas aromáticas, comidas pre-cocinadas y preparadas, alimentos para bebé, leches para bebé, cremas, mantequillas, mantequillas de maní, quesos, huevos, leches, alimentos dulces y salados, bocadillos, chocolates, caramelos, chicles, papas fritas, snacks, frutos secos, barras, panes, bizcochos, galletas, azúcar, mermeladas, miel, harinas, ingredientes para hornear, cereales, yogures, postres y helados.

A02. BEBIDAS ALCOHÓLICAS.

Cervezas (incluye cervezas sin alcohol), sidras, refrescos con alcohol, vinos, champañas, bebidas espirituosas y licores.



A03. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS.

De chocolate y malta, cafés, té, bebidas con y sin gas, jugos de frutas y hortalizas, aguas minerales, leche de sabor.

A04. HOGAR Y OFICINA.

Productos de limpieza como: detergentes de ropa, suavizantes, detergentes para lavavajillas, etc, ambientadores, insecticidas, envases de aluminio, envoltorios plásticos, bombillas, pilas (excepto baterías de automóvil), adhesivos, fertilizantes, betún de zapatos, papeles de cocina, protectores de barniz y madera, pintura, mobiliario y papelería de oficina, bolígrafos y productos personales de escritorio. Muebles de casa y jardín, lavadoras, secadoras, lavavajillas, frigoríficos, congeladores, cocinas, microondas, utensilios de cocina, electrodomésticos, vajillas, cristalería, ropa de cama, mantelería, baños, duchas y aseos, decoración del hogar, productos de construcción, paredes, revestimientos de suelo, puertas y ventanas, calentadores, aires acondicionados, lámparas, linternas, relojes, productos de seguridad en el hogar, detectores de humo, herramientas, herramientas de jardín.



A05. FARMACÉUTICOS, HIGIENE, COSMÉTICA Y BELLEZA.

Medicamentos de venta libre y pastillas, medicamentos sin receta, vitaminas y remedios herbales, suplementos dietéticos, repelentes de insectos, esparadrapos, remedios contra la pérdida de cabello, lociones, preservativos, pruebas de embarazo, lentes de contacto, audífonos para sordos. Make-up, productos para el cuidado de piel, de uñas, perfumes, lociones de tocador y para después del afeitado, desodorantes y sprays corporales, champús, acondicionadores, fijadores, geles, espumas, tintes de cabello, jabones, productos de ducha y baño, bloqueadores solares y productos de bronceado, secadores de cabello, alisadores y rizadores de pelo. Pastas de dientes, cepillos de dientes, enjuagues bucales, papel higiénico, tampones, toallas sanitarias, pañuelos, pañales, productos para afeitarse y máquinas de afeitarse, cepillos para el cabello, peines, pelucas, productos de depilación.

A06. ROPA, CALZADO Y ACCESORIOS.

De día, de noche, ropa de dormir, ropa interior, medias y calcetines, calzado, ropa deportiva, tejidos para ropa y materiales de costura, joyas, relojes, maletas, bolsos, gafas y monturas de gafas.

A07. AUTOMÓVILES, MOTOS, CAMIONES, PRODUCTOS Y SERVICIOS AUTOMOTRICES.

Neumáticos, repuestos, accesorios de alta fidelidad (incluidos en el automóvil), estaciones de gasolina, diesel, aceite, distribución y empresas de servicios, concesionarios de automóviles, de finanzas del auto y de arrendamiento.

*Incluye jeeps y unidades de tracción en las 4 ruedas.





A08. ELECTRÓNICOS PARA EL HOGAR Y AUDIOVISUAL.

Televisores, reproductores de video, audio en blanco, cámaras fotográficas, cámaras de video, binoculares, proyectores, cadena de música, equipos de música personales, reproductores de CD y minidisc, reproductores MP3, ordenadores, reproductores de DVD (incluyendo personal), equipo telefónico, teléfonos móviles, PDA y buscapersonas.

*Los proveedores de servicios de telefonía móvil deben introducirse en Servicios Públicos Comerciales.

A09. TIENDAS Y RESTAURANTES.

Grandes almacenes, tiendas especializadas, tiendas de ropa, tiendas de calzado, tarjetas de tiendas, supermercados, tiendas de bricolaje, farmacias, ópticas, peluquerías, salones de belleza, salones de tatuaje, servicios de lavandería, agentes inmobiliarios, fotoprocessadores, TV, tiendas de vídeo, tiendas de alquiler, para correo, empresas de venta por catálogo, tiendas online, subastas. Restaurantes y bares, cadenas de comida rápida, cafeterías y tiendas de café.

A10. VIAJES, TRANSPORTE Y TURISMO.

Aerolíneas, trenes, autobuses, transbordadores, ferris, cruceros, agencias de viajes, oficinas de turismo, hoteles, complejos turísticos, promoción de ciudad, promoción de país y alquiler de coches.

A11. OCIO Y ENTRETENIMIENTO.

Clubes, parques de ocio y temáticos, gimnasios, eventos deportivos, festivales de música, orquestas, instrumentos, exposiciones, espectáculos, discotecas, bares, museos, galerías de arte, cines, teatros, deportes, equipos de aire libre, bicicletas, barcos, caravanas, juguetes, juegos de mesa, juegos de ordenador, consolas (por ejemplo, PlayStation, Xbox, Wii, etc.), loterías, juegos de azar, clubes de golf, juguetes sexuales, servicios de citas.

A12. PUBLICACIONES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Periódicos, revistas, libros, discos, CDs, casetes, DVD, estaciones de radio y televisión, redes sociales y programas.

A13. BANCOS Y ASEGURADORAS.

Bancos, cajas de ahorro, tarjetas de crédito, cuentas corrientes y de ahorro, hipotecas, préstamos, compañías de inversión, aseguradoras de salud personal, de bienes inmuebles, de automóviles; planes de seguros, de pensiones y de jubilación, inversiones en bienes raíces, etc.

A14. COMPAÑÍAS DE SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS CON FINES DE LUCRO.

Compañías de computadoras, software de negocios, fotocopiadoras, impresoras, máquinas de fax, equipos de teléfono para empresas, agencias de empleo. Servicios de limpieza de oficinas, servicios de mensajería, agencias de publicidad, empresas de producción, uso de publicidad, diseño de páginas web, concursos, premios, secuencias de valores y bibliotecas.

A15. SERVICIOS PÚBLICOS COMERCIALES.

Servicios de telecomunicaciones, proveedores de servicios de internet, de cable, de vídeo bajo demanda, TV vía satélite, páginas amarillas, directorios; servicios postales, electricidad, gas, energía, agua, sanidad, clínicas, escuelas y universidades, cursos por correspondencia y prácticas (por ejemplo, servicios jurídicos, de arquitectura y paisajismo) privados.

A16. IMAGEN CORPORATIVA.

Imagen de la empresa, patrocinio de eventos y mensajes no basados en el producto.





A17. MENSAJES DE BIEN PÚBLICO SIN FIN DE LUCRO.

Mensajes políticos y religiosos, mensajes por contratación del gobierno y fuerzas del Estado, de sindicatos y asociaciones, de conciencia étnica, ambiental, educación, racial, discapacidad e igualdad de sexo; fondos y beneficencia, voluntariados, donación de sangre y órganos (por ejemplo: Cruz Roja. Donación de sangre).

A18. MENSAJES DE BIEN PÚBLICO CON FIN DE LUCRO.

Mensajes de bien social, de conciencia étnica, ambiental, educación, racial, discapacidad e igualdad de sexo; fondos y beneficencia, voluntariados, donación de sangre y órganos emitidos por marcas comerciales en beneficio de la sociedad (por ejemplo: Bacardi. No tomes y manejes).

A19. VARIOS.

Alimentos y productos para el cuidado de mascotas, regalos y tarjetas de felicitación, tabaco y asociados. Y todos aquellos no incluidos en las categorías anteriores.

A20. CAMPAÑAS DE PRODUCTO Y SERVICIO.

A21. CAMPAÑAS DE BIEN PÚBLICO.

Á R E A R A D I O

LAS PIEZAS PUEDEN INSCRIBIRSE DOS VECES: EN SU CATEGORÍA NATURAL Y EN CAMPAÑA. LAS CAMPAÑAS DEBEN CONTENER MÍNIMO DOS PIEZAS PARA SER ELEGIBLE.

R01. GOLOSINAS, BOTANAS Y ALIMENTOS.

Carnes, pescados, mariscos, sopas, embutidos, frutas, verduras, arroz, pastas, pizzas, salsas, mayonesas, vinagres, aceites, especias, hierbas aromáticas, comidas pre-cocinadas y preparadas, alimentos para bebé, leches para bebé, cremas, mantequillas, mantequillas de maní, quesos, huevos, leches, alimentos dulces y saldos, bocadillos, chocolates, caramelos, chicles, papas fritas, snacks, frutos secos, barras, panes, bizcochos, galletas, azúcar, mermeladas, miel, harinas, ingredientes para hornear, cereales, yogures, postres y helados.

R02. BEBIDAS ALCOHÓLICAS.

Cervezas (incluye cervezas sin alcohol), sidras, refrescos con alcohol, vinos, champañas, bebidas espirituosas y licores.

R03. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS.

De chocolate y malta, cafés, té, bebidas con y sin gas, jugos de frutas y hortalizas, aguas minerales, leches con sabor.

R04. HOGAR Y OFICINA.

Productos de limpieza como: detergentes de ropa, suavizantes, detergentes para lavavajillas, etc, ambientadores, insecticidas, envases de aluminio, envoltorios plásticos, bombillas, pilas (excepto baterías de automóvil), adhesivos, fertilizantes, betún de zapatos, papeles de cocina, protectores de barniz y madera, pintura, mobiliario y papelería de oficina, bolígrafos y productos personales de escritorio. Muebles de casa y jardín, lavadoras, secadoras, lavavajillas, frigoríficos, congeladores, cocinas, microondas, utensilios de cocina, electrodomésticos, vajillas, cristalería, ropa de cama, mantelería, baños, duchas y aseos, decoración del hogar, productos de construcción, paredes, revestimientos de suelo , puertas y ventanas, calentadores, aires acondicionados, lámparas, linternas, relojes, productos de seguridad en el hogar, detectores de humo, herramientas, herramientas de jardín.





R05. FARMACEÚTICOS, HIGIENE, COSMÉTICA Y BELLEZA.

Medicamentos de venta libre y pastillas, medicamentos sin receta, vitaminas y remedios herbales, suplementos dietéticos, repelentes de insectos, esparadrapos, remedios contra la pérdida de cabello, lociones, preservativos, pruebas de embarazo, lentes de contacto, audífonos para sordos. Make-up, productos para el cuidado de piel, de uñas, perfumes, lociones de tocador y para después del afeitado, desodorantes y sprays corporales, champús, acondicionadores, fijadores, geles, espumas, tintes de cabello, jabones, productos de ducha y baño, bloqueadores solares y productos de bronceado, secadores de cabello, alisadores y rizadores de pelo. Pastas de dientes, cepillos de dientes, enjuagues bucales, papel higiénico, tampones, toallas sanitarias, pañuelos, pañales, productos para afeitar y máquinas de afeitar, cepillos para el cabello, peines, pelucas, productos de depilación.

R06. ROPA, CALZADO Y ACCESORIOS.

De día, de noche, ropa de dormir, ropa interior, medias y calcetines, calzado, ropa deportiva, tejidos para ropa y materiales de costura, joyas, relojes, maletas, bolsos, gafas y monturas de gafas.

R07. AUTOMÓVILES, MOTOS, CAMIONES, PRODUCTOS Y SERVICIOS AUTOMÓTRICES.

Neumáticos, repuestos, accesorios de alta fidelidad (incluidos en el automóvil), estaciones de gasolina, diesel, aceite, distribución y empresas de servicios, concesionarios de automóviles, de finanzas del auto y de arrendamiento.

*Incluye jeeps y unidades de tracción en las 4 ruedas.

R08. ELECTRÓNICOS PARA EL HOGAR Y AUDIOVISUAL.

Televisores, reproductores de video, audio y cintas de video en blanco, cámaras fotográficas, cámaras de video, binoculares, proyectores, cadena de música, equipos de música personales, reproductores de CD y minidisc, reproductores MP3, ordenadores, reproductores de DVD (incluyendo personal), equipo telefónico, teléfonos móviles, PDA y buscapersonas.

*Los proveedores de servicios de telefonía móvil deben introducirse en Servicios Públicos Comerciales.

R09. TIENDAS Y RESTAURANTES.

Grandes almacenes, tiendas especializadas, tiendas de ropa, tiendas de calzado, tarjetas de tiendas, supermercados, tiendas de bricolaje, farmacias, ópticas, peluquerías, salones de belleza, salones de tatuaje, servicios de lavandería, agentes inmobiliarios, fotoprocesadores, TV, tiendas de vídeo, tiendas de alquiler, para correo, empresas de venta por catálogo, tiendas online, subastas. Restaurantes y bares, cadenas de comida rápida, cafeterías y tiendas de café.


R10. VIAJES, TRANSPORTE Y TURISMO.

Aerolíneas, trenes, autobuses, transbordadores, ferris, cruceros, agencias de viajes, oficinas de turismo, hoteles, complejos turísticos, promoción de ciudad, promoción de país y alquiler de coches.

R11. OCIO Y ENTRETENIMIENTO.

Clubes, parques de ocio y temáticos, gimnasios, eventos deportivos, festivales de música, orquestas, instrumentos, exposiciones, espectáculos, discotecas, bares, museos, galerías de arte, cines, teatros, deportes,





equipos de aire libre, bicicletas, barcos, caravanas, juguetes, juegos de mesa, juegos de ordenador, consolas (por ejemplo, PlayStation, Xbox, Wii, etc.), loterías, juegos de azar, clubes de golf, juguetes sexuales, servicios de citas.

R12. PUBLICACIONES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Periódicos, revistas, libros, discos, CDs, casetes, DVD, TV y estaciones de radio, redes y programas.

R13. BANCOS Y ASEGURADORAS.

Bancos, cajas de ahorro, tarjetas de crédito, cuentas corrientes y de ahorro, hipotecas, préstamos, compañías de inversión, aseguradoras de salud personal, de bienes inmuebles, de automóviles; planes de seguros, de pensiones y de jubilación, inversiones en bienes raíces, etc.

R14. COMPAÑÍAS DE SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS CON FINES DE LUCRO.

Compañías de computadoras, software de negocios, fotocopadoras, máquinas de fax, equipos de teléfono de la empresa, mobiliario y papelería de oficina, agencias de empleo. Servicios de limpieza de oficinas, servicios de mensajería, agencias de publicidad, empresas de producción, uso de publicidad, diseño de páginas web, concursos, premios, secuencias de valores y bibliotecas.

R15. SERVICIOS PÚBLICOS COMERCIALES

Servicios de telecomunicaciones, proveedores de servicios de internet, de cable, de vídeo bajo demanda, TV vía satélite, páginas amarillas, directorios; servicios postales, electricidad, gas, energía, agua, sanidad, clínicas, escuelas y universidades, cursos por correspondencia y prácticas (por ejemplo, servicios jurídicos, de arquitectura y paisajismo) privados.

R16. IMAGEN CORPORATIVA.

Imagen de la empresa, patrocinio de eventos y mensajes no basados en el producto.

R17. MENSAJES DE BIEN PÚBLICO SIN FIN DE LUCRO.

Mensajes políticos y religiosos, mensajes por contratación del gobierno y fuerzas del Estado, de sindicatos y asociaciones, de conciencia étnica, ambiental, educación, racial, discapacidad e igualdad de sexo; fondos y beneficencia, voluntariados, donación de sangre y órganos (por ejemplo: Cruz Roja. Donación de sangre).

R18. MENSAJES DE BIEN PÚBLICO CON FIN DE LUCRO.

Mensajes de bien social, de conciencia étnica, ambiental, educación, racial, discapacidad e igualdad de sexo; fondos y beneficencia, voluntariados, donación de sangre y órganos emitidos por marcas comerciales en beneficio de la sociedad (por ejemplo: Bacardi. No tomes y manejes

R19. VARIOS.

Alimentos y productos para el cuidado de mascotas, regalos y tarjetas de felicitación, tabaco y asociados. Y todos aquellos no incluidos en las categorías anteriores.

R20. CAMPAÑA DE PRODUCTO Y SERVICIO.

R21. CAMPAÑA DE BIEN PÚBLICO.





ÁREA VÍA PÚBLICA.

CADA PIEZA PUEDE INSCRIBIRSE
DOS VECES. UNA VEZ EN SU CATEGORÍA
NATURAL, UNA VEZ COMO CAMPAÑA
(MÍNIMO DOS PIEZAS).

BILLBOARDS, VALLAS Y POSTERS EN LA CALLE.

LAS ENTRADAS DE ESTA CATEGORÍA DEBERÁN
ESTAR EN FORMATO ESTÁNDAR O TRADICIONAL
DE VÍA PÚBLICA, POR EJEMPLO: CARTELERAS,
VALLAS, ESPECTACULARES, PARADA DE AUTO-
BÚS, MUPI, POSTER, CAMIONES, TAXIS, ETC.
SIN EMBARGO, SE PUEDEN INCLUIR SITIOS QUE
HAN SIDO MODIFICADOS O ADAPTADOS DE UNA
MANERA MENOR.



VP01. GOLOSINAS, BOTANAS Y ALIMENTOS.

Carnes, pescados, mariscos, sopas, embutidos, frutas, verduras, arroz, pastas, pizzas, salsas, mayonesas, vinagres, aceites, especias, hierbas aromáticas, comidas pre-cocinadas y preparadas, alimentos para bebé, leches para bebé, cremas, mantequillas, mantequillas de maní, quesos, huevos, leches, alimentos dulces y saldos, bocadillos, chocolates, caramelos, chicles, papas fritas, snacks, frutos secos, barras, panes, bizcochos, galletas, azúcar, mermeladas, miel, harinas, ingredientes para hornear, cereales, yogures, postres y helados.

VP02. BEBIDAS ALCOHÓLICAS.

Cervezas (incluye cervezas sin alcohol), sidras, refrescos con alcohol, vinos, champañas, bebidas espirituosas y licores.

VP03. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS.

De chocolate y malta, cafés, té, bebidas con y sin gas, jugos de frutas y hortalizas, aguas minerales, leches con sabor.

VP04. HOGAR Y OFICINA.

Productos de limpieza como: detergentes de ropa, suavizantes, detergentes para lavavajillas, etc, ambientadores, insecticidas, envases de aluminio, envoltorios plásticos, bombillas, pilas (excepto baterías de automóvil), adhesivos, fertilizantes, betún de zapatos, papeles de cocina, protectores de barniz y madera, pintura, mobiliario y papelería de oficina, bolígrafos y productos personales de escritorio. Muebles de casa y jardín, lavadoras, secadoras, lavavajillas, frigoríficos, congeladores, cocinas, microondas, utensilios de cocina, electrodomésticos, vajillas, cristalería, ropa de cama, mantelería, baños, duchas y aseos, decoración del hogar, productos de construcción, paredes, revestimientos de suelo, puertas y ventanas, calentadores, aires acondicionados, lámparas, linternas, relojes, productos de seguridad en el hogar, detectores de humo, herramientas, herramientas de jardín.

VP05. FARMACÉUTICOS, HIGIENE, COSMÉTICA Y BELLEZA.

Medicamentos de venta libre y pastillas, medicamentos sin receta, vitaminas y remedios herbales, suplementos dietéticos, repelentes de insectos, esparadrapos, remedios contra la pérdida de cabello, lociones, preservativos, pruebas de embarazo, lentes de contacto, audífonos para sordos. Make-up, productos para el cuidado de piel, de uñas, perfumes, lociones de tocador y para después del afeitado, desodorantes y sprays corporales, champús, acondicionadores, fijadores, geles, espumas, tintes de cabello, jabones, productos de ducha y baño, bloqueadores solares y productos de bronceado, secadores de cabello, alisadores y rizadores de pelo. Pastas de dientes, cepillos de dientes, enjuagues bucales, papel higiénico, tampones, toallas sanitarias, pañuelos, pañales, productos para afeitar y máquinas de afeitar, cepillos para el cabello, peines, pelucas, productos de depilación.

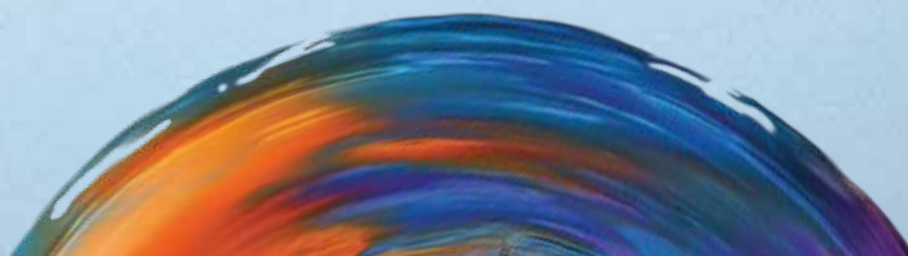
VP06. ROPA, CALZADO Y ACCESORIOS.

De día, de noche, ropa de dormir, ropa interior, medias y calcetines, calzado, ropa deportiva, tejidos para ropa y materiales de costura, joyas, relojes, maletas, bolsos, gafas y monturas de gafas.

VP07. AUTOMÓVILES, MOTOS, CAMIONES, PRODUCTOS Y SERVICIOS AUTOMOTRICES.

Neumáticos, repuestos, accesorios de alta fidelidad (incluidos en el automóvil), estaciones de gasolina, diesel, aceite, distribución y empresas de servicios, concesionarios de automóviles, de finanzas del auto y de arrendamiento.

Incluye jeeps y unidades de disco en las 4 ruedas.





VP08. ELECTRÓNICOS PARA EL HOGAR Y AUDIOVISUAL.

Televisores, reproductores de video, audio en blanco y cintas de vídeo, cámaras fotográficas, cámaras de video, binoculares, proyectores, cadena de música, equipos de música personales, reproductores de CD y minidisc, reproductores MP3, ordenadores, reproductores de DVD (incluyendo personal), equipo telefónico, teléfonos móviles, PDA y buscapersonas.

*Los proveedores de servicios de telefonía móvil deben introducirse en Servicios Públicos Comerciales.

VP09. TIENDAS Y RESTAURANTES.

Grandes almacenes, tiendas especializadas, tiendas de ropa, tiendas de calzado, tarjetas de tiendas, supermercados, tiendas de bricolaje, farmacias, ópticas, peluquerías, salones de belleza, salones de tatuaje, servicios de lavandería, agentes inmobiliarios, foto-procesadores, TV, tiendas de vídeo, tiendas de alquiler, para correo, empresas de venta por catálogo, tiendas online, subastas.

Restaurantes y bares, cadenas de comida rápida, cafeterías y tiendas de café.

VP10. VIAJES, TRANSPORTE Y TURISMO.

Aerolíneas, trenes, autobuses, transbordadores, ferris, cruceros, agencias de viajes, oficinas de turismo, hoteles, complejos turísticos, promoción de ciudad, promoción de país y alquiler de coches.

VP11. OCIO Y ENTRETENIMIENTO.

Clubes, parques de ocio y temáticos, gimnasios, eventos deportivos, festivales de música, orquestas, instrumentos, exposiciones, espectáculos, discotecas, bares, museos, galerías de arte, cines, teatros, deportes, equipos de aire libre, bicicletas, barcos, caravanas, juguetes, juegos de mesa, juegos de ordenador, consolas (por ejemplo, PlayStation, Xbox, Wii, etc.), loterías, juegos de azar, clubes de golf, juguetes sexuales, servicios de citas.

VP12. PUBLICACIONES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Periódicos, revistas, libros, discos, CDs, casetes, DVD, TV y estaciones de radio, redes y programas.

VP13. BANCOS Y ASEGURADORAS.

Bancos, cajas de ahorro, tarjetas de crédito, cuentas corrientes y de ahorro, hipotecas, préstamos, compañías de inversión, aseguradoras de salud personal, de bienes inmuebles, de automóviles; planes de seguros, de pensiones y de jubilación, inversiones en bienes raíces, etc.

VP14. COMPAÑÍAS DE SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS CON FINES DE LUCRO.

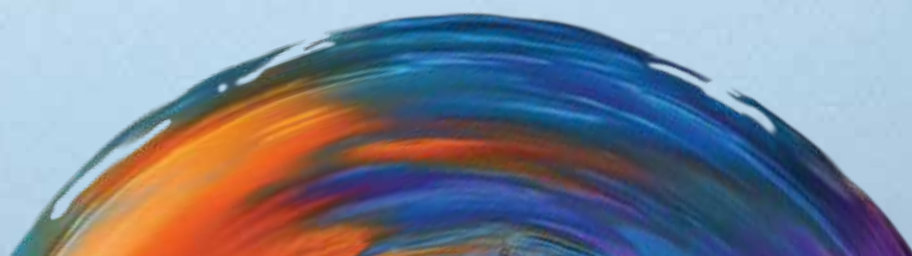
Compañías de computadoras, software de negocios, fotocopadoras, máquinas de fax, equipos de teléfono de la empresa, mobiliario y papelería de oficina, agencias de empleo. Servicios de limpieza de oficinas, servicios de mensajería, agencias de publicidad, empresas de producción, uso de publicidad, diseño de páginas web, concursos, premios, secuencias de valores y bibliotecas.

VP15. SERVICIOS PÚBLICOS COMERCIALES.

Servicios de telecomunicaciones, proveedores de servicios de internet, de cable, de vídeo bajo demanda, TV vía satélite, páginas amarillas, directorios; servicios postales, electricidad, gas, energía, agua, sanidad, clínicas, escuelas y universidades, cursos por correspondencia y prácticas (por ejemplo, servicios jurídicos, de arquitectura y paisajismo) privados.

VP16. IMAGEN CORPORATIVA.

Imagen de la empresa, patrocinio de eventos y mensajes no basados en el producto.





VP17. MENSAJES DE BIEN PÚBLICO SIN FIN DE LUCRO.

Mensajes políticos y religiosos, mensajes por contratación del gobierno y fuerzas del Estado, de sindicatos y asociaciones, de conciencia étnica, ambiental, educación, racial, discapacidad e igualdad de sexo; fondos y beneficencia, voluntariados, donación de sangre y órganos (por ejemplo: Cruz Roja. Donación de sangre).

VP18. MENSAJES DE BIEN PÚBLICO CON FIN DE LUCRO.

Mensajes de bien social, de conciencia étnica, ambiental, educación, racial, discapacidad e igualdad de sexo; fondos y beneficencia, voluntariados, donación de sangre y órganos emitidos por marcas comerciales en beneficio de la sociedad (por ejemplo: Bacardi. No tomes y manejes).

VP19. VARIOS.

Alimentos y productos para el cuidado de mascotas, regalos y tarjetas de felicitación, tabaco y asociados. Y todos aquellos no incluidos en las categorías anteriores

VP20. CAMPAÑA DE PRODUCTO Y SERVICIO.

VP21. CAMPAÑA DE BIEN PÚBLICO.



VÍA PÚBLICA EN FORMATO NO TRADICIONAL.

LAS ENTRADAS DE ESTA CATEGORÍA DEBERÁN ESTAR EN FORMATO LIBRE, NO DISEÑADAS PARA LOS SITIOS ESTÁNDAR O TRADICIONALES DE VÍA PÚBLICA. LAS PIEZAS INSCRITAS EN VÍA PÚBLICA TRADICIONAL NO PODRÁN PARTICIPAR EN ESTA SECCIÓN.

VP22. SOLUCIONES DE ESCALA PEQUEÑA.

Stickers, folletos, postales, carteles, bombas de gasolina, obsequios promocionales, portavasos, vasos, ceniceros, fósforos, publicidad no tradicional en baños y tiendas de escala pequeña.

VP23. SOLUCIONES DE ESCALA GRANDE.

Sitios de gran escala, instalaciones, 3D (no formato estándar), barreras de entradas, pisos, edificios o mobiliario urbano (no formato estándar) y otras adaptaciones de localizaciones exteriores e interiores de escala grande.

VP24. PUBLICIDAD EN VIVO.

Acrobacias en vivo y eventos promocionales, marketing o PR experiencial, juegos con participación de los consumidores, eventos, conciertos, exposiciones.

VP25. TRÁNSITO

Vía pública en formatos no tradicionales de vehículos o en lugares de tránsito como taxis, trenes, autobuses, metro, aviones, estaciones de tren y metro, aeropuertos, estacionamientos, etc.

VP26. VÍA PÚBLICA DIGITAL

Paneles de escaleras mecánicas digitales, todo tipo de pantallas, sitios de proyección, vallas digitales, pantallas de Bluetooth activado y carteles interactivos que incluyen contenido generado por los consumidores. El contenido de las entradas debe haber sido diseñado específicamente para el uso en vía pública digital.





ÁREA IMPRESOS (REVISTAS, PERIÓDICOS, ETC).

CADA PIEZA PUEDE INSCRIBIRSE TRES VECES. UNA VEZ EN SU CATEGORÍA NATURAL, UNA VEZ COMO CAMPAÑA (MÍNIMO DOS PIEZAS) Y UNA VEZ EN EL ÁREA DE CRAFT.

101. GOLOSINAS, BOTANAS Y ALIMENTOS.

Carnes, pescados, mariscos, sopas, embutidos, frutas, verduras, arroz, pastas, pizzas, salsas, mayonesas, vinagres, aceites, especias, hierbas aromáticas, comidas pre-cocinadas y preparadas, alimentos para bebé, leches para bebé, cremas, mantequillas, mantequillas de maní, quesos, huevos, leches, alimentos dulces y saldos, bocadillos, chocolates, caramelos, chicles, papas fritas, snacks, frutos secos, barras, panes, bizcochos, galletas, azúcar, mermeladas, miel, panes, harinas, ingredientes para hornear, cereales, yogures, postres y helados.

102. BEBIDAS ALCOHÓLICAS.

Cervezas (incluye cervezas sin alcohol), sidras, refrescos con alcohol, vinos, champañas, bebidas espirituosas y licores.

103. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS.

De chocolate y malta, cafés, té, bebidas con y sin gas, jugos de frutas y hortalizas, aguas minerales, leches con sabor.



104. HOGAR Y OFICINA.

Productos de limpieza como: detergentes de ropa, suavizantes, detergentes para lavavajillas, etc, ambientadores, insecticidas, envases de aluminio, envoltorios plásticos, bombillas, pilas (excepto baterías de automóvil), adhesivos, fertilizantes, betún de zapatos, papeles de cocina, protectores de barniz y madera, pintura, mobiliario y papelería de oficina, bolígrafos y productos personales de escritorio. Muebles de casa y jardín, lavadoras, secadoras, lavavajillas, frigoríficos, congeladores, cocinas, microondas, utensilios de cocina, electrodomésticos, vajillas, cristalería, ropa de cama, mantelería, baños, duchas y aseos, decoración del hogar, productos de construcción, paredes, revestimientos de suelo, puertas y ventanas, calentadores, aires acondicionados, lámparas, linternas, relojes, productos de seguridad en el hogar, detectores de humo, herramientas, herramientas de jardín.

105. FARMACÉUTICOS, HIGIENE, COSMÉTICA Y BELLEZA.

Medicamentos de venta libre y pastillas, medicamentos sin receta, vitaminas y remedios herbales, suplementos dietéticos, repelentes de insectos, esparadrapos, remedios contra la pérdida de cabello, lociones, preservativos, pruebas de embarazo, lentes de contacto, audífonos para sordos. Make-up, productos para el cuidado de piel, de uñas, perfumes, lociones de tocador y para después del afeitado, desodorantes y sprays corporales, champús, acondicionadores, fijadores, geles, espumas, tintes de cabello, jabones, productos de ducha y baño, bloqueadores solares y productos de bronceado, secadores de cabello, alisadores y rizadores de pelo. Pastas de dientes, cepillos de dientes, enjuagues bucales, papel higiénico, tampones, toallas sanitarias, pañuelos, pañales, productos para afeitar y máquinas de afeitar, cepillos para el cabello, peines, pelucas, productos de depilación.

I06. ROPA, CALZADO Y ACCESORIOS.

De día, de noche, ropa de dormir, ropa interior, medias y calcetines, calzado, ropa deportiva, tejidos para ropa y materiales de costura, joyas, relojes, maletas, bolsos, gafas y monturas de gafas.

I07. AUTOMÓVILES, MOTOS, CAMIONES, PRODUCTOS Y SERVICIOS AUTOMOTRICES.

Neumáticos, repuestos, accesorios de alta fidelidad (incluidos en el automóvil), estaciones de gasolina, diesel, aceite, distribución y empresas de servicios, concesionarios de automóviles, de finanzas del auto y de arrendamiento.

*Incluye jeeps y unidades de disco en las 4 ruedas.

I08. ELECTRÓNICOS PARA EL HOGAR Y AUDIOVISUAL.

Televisores, reproductores de video, audio en blanco y cintas de vídeo, cámaras fotográficas, cámaras de video, binoculares, proyectores, cadena de música, equipos de música personales, reproductores de CD y minidisc, reproductores MP3, ordenadores, reproductores de DVD (incluyendo personal), equipo telefónico, teléfonos móviles, PDA y buscapersoas.

*Los proveedores de servicios de telefonía móvil deben introducirse en Servicios Públicos Comerciales.

I09. TIENDAS Y RESTAURANTES.

Grandes almacenes, tiendas especializadas, tiendas de ropa, tiendas de calzado, tarjetas de tiendas, supermercados, tiendas de bricolaje, farmacias, ópticas, peluquerías, salones de belleza, salones de tatuaje, servicios de lavandería, agentes inmobiliarios, foto-procesadores, TV, tiendas de vídeo, tiendas de alquiler, para correo, empresas de venta por catálogo, tiendas online, subastas.

Restaurantes y bares, cadenas de comida rápida, cafeterías y tiendas de café.





I10. VIAJES, TRANSPORTE Y TURISMO.

Aerolíneas, trenes, autobuses, transbordadores, ferris, cruceros, agencias de viajes, oficinas de turismo, hoteles, complejos turísticos, promoción de ciudad, promoción de país y alquiler de coches.

I11. OCIO Y ENTRETENIMIENTO.

Clubes, parques de ocio y temáticos, gimnasios, eventos deportivos, festivales de música, orquestas, instrumentos, exposiciones, espectáculos, discotecas, bares, museos, galerías de arte, cines, teatros, deportes, equipos de aire libre, bicicletas, barcos, caravanas, juguetes, juegos de mesa, juegos de ordenador, consolas (por ejemplo, PlayStation, Xbox, Wii, etc.), loterías, juegos de azar, clubes de golf, juguetes sexuales, servicios de citas.

I12. PUBLICACIONES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Periódicos, revistas, libros, discos, CDs, casetes, DVD, TV y estaciones de radio, redes y programas.

I13. BANCOS Y ASEGURADORAS.

Bancos, cajas de ahorro, tarjetas de crédito, cuentas corrientes y de ahorro, hipotecas, préstamos, compañías de inversión, aseguradoras de salud personal, de bienes inmuebles, de automóviles; planes de seguros, de pensiones y de jubilación, inversiones en bienes raíces, etc.

I14. COMPAÑÍAS DE SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS CON FINES DE LUCRO.

Compañías de computadoras, software de negocios, fotocopiadoras, máquinas de fax, equipos de teléfono de la empresa, mobiliario y papelería de oficina, agencias de empleo. Servicios de limpieza de oficinas, servicios de mensajería, agencias de publicidad, empresas de producción, uso de publicidad, diseño de páginas web, concursos, premios, secuencias de valores y bibliotecas.

I15. SERVICIOS PÚBLICOS COMERCIALES.

Servicios de telecomunicaciones, proveedores de servicios de internet, de cable, de vídeo bajo demanda, TV vía satélite, páginas amarillas, directorios; servicios postales, electricidad, gas, energía, agua, sanidad, clínicas, escuelas y universidades, cursos por correspondencia y prácticas (por ejemplo, servicios jurídicos, de arquitectura y paisajismo) privados.

I16. IMAGEN CORPORATIVA.

Imagen de la empresa, patrocinio de eventos y mensajes no basados en el producto.

I17. MENSAJES DE BIEN PÚBLICO SIN FIN DE LUCRO.

Mensajes políticos y religiosos, mensajes por contratación del gobierno y fuerzas del Estado, de sindicatos y asociaciones, de conciencia étnica, ambiental, educación, racial, discapacidad e igualdad de sexo; fondos y beneficencia, voluntariados, donación de sangre y órganos (por ejemplo: Cruz Roja. Donación de sangre).

I18. MENSAJES DE BIEN PÚBLICO CON FIN DE LUCRO.

Mensajes de bien social, de conciencia étnica, ambiental, educación, racial, discapacidad e igualdad de sexo; fondos y beneficencia, voluntariados, donación de sangre y órganos emitidos por marcas comerciales en beneficio de la sociedad (por ejemplo: Bacardi. No tomes y manejes).

I19. VARIOS.

Alimentos y productos para el cuidado de mascotas, regalos y tarjetas de felicitación, tabaco y asociados. Y todos aquellos no incluidos en las categorías anteriores.

I20. CAMPAÑA DE PRODUCTO Y SERVICIO.

I21. CAMPAÑA DE BIEN PÚBLICO.



C R A F T .

EL JURADO PREMIARÁ LA CALIDAD DE LA FACTURA EN LA EJECUCIÓN TÉCNICA DE LOS ANUNCIOS DE PRINT. ESTO TOMARÁ EN CUENTA LA CALIDAD DE LAS FOTOGRAFÍAS, ILUSTRACIONES, LA REDACCIÓN O DIRECCIÓN DE ARTE. LA IDEA DETRÁS DE LA EJECUCIÓN, EN RELACIÓN CON EL CLIENTE O LA MARCA, DEBE SER DE POCA CONSIDERACIÓN, ACEPTANDO, POR SUPUESTO, QUE A MENUDO ES ESENCIAL PARA EL ANUNCIO Y POR LO TANTO NO PUEDE SER IGNORADA COMPLETAMENTE.

I22. MEJOR COPY.

I23. MEJOR DIRECCIÓN DE ARTE.

I24. MEJOR ILUSTRACIÓN.

Se considerará mejor ilustración, toda aquella técnica que parta de la técnica 2D o 3D y tenga como objetivo incrementar la manufactura de la pieza.

I25. MEJOR FOTOGRAFÍA.

Se considerarán elementos de técnica fotográfica, como: composición, luz, encuadre, etc. Quedando excluidos todos aquellos retoques que impliquen una ilustración sobre la imagen, en cuyo caso deberá de ser inscrita en la categoría I24 como mejor ilustración.

Á R E A D I S E Ñ O .

SE PUEDE INSCRIBIR HASTA TRES VECES
EN LAS CATEGORÍAS SIGUIENTES.

D01. DISEÑO DE POSTERS.

D02. DISEÑO DE PIEZAS IMPRESAS.

Flyers, entradas, invitaciones, postales, tarjetas de felicitación, etc.

D03. DISEÑO EDITORIAL (CALENDARIOS, LIBROS, REVISTAS, PERIÓDICOS)

Piezas sobresalientes en diseño editorial (interiores) y/o diseño de la portada, calendarios, cubiertas o guardas.

D04. DISEÑO DE BRANDING.

Aplicación de logo, papelería, tarjetas de visita, membretes, etc.

D05. DISEÑO DE ARTÍCULOS PROMOCIONALES.

Ropa, regalos, muestras, accesorios, marketing de guerrilla, artículos, etc.

D06. PACKAGING.

D07. DISEÑO DIGITAL ON-LINE.

Todo lo referente al uso del diseño en materiales digitales/on-line desde páginas web, micro sitios, banners, botones, rich media, blogs, etc.

D08. DISEÑO AMBIENTAL.

Almacenes, supermercados, tiendas, tiendas pop-up, unidades móviles de demostración, eventos, exposiciones temporales, exposiciones de productos, gráficos estructurales, hoteles, restaurantes, bares, clubes, ferias, museos, interiores de aeropuertos, oficinas, expos, etc.

*Esta categoría se centra en la experiencia del consumidor y el compromiso con el espacio.

D09. DISEÑO DE PRODUCTO.

Productos o innovaciones de productos físicos (no apps) que hayan sido ideados y/o diseñados por las empresas que someten la pieza.





Á R E A C Y B E R .

CADA PIEZA PUEDE ESTAR INSCRITA HASTA TRES VECES.

DG01. CREATIVIDAD EN OWN MEDIA: WEBSITES Y MICROSITES.

Piezas de comunicación digital de naturaleza web a las que el usuario accede de manera voluntaria a través de una URL propia de la marca. Se consideran websites o microsities aquellos desarrollos o piezas de comunicación digital en los que el usuario accede voluntariamente a la pieza tecleando una dirección URL o accediendo desde un enlace bien sea desde un medio pagado, propio del anunciante o generado por usuario.

DG02. CREATIVIDAD EN DISPLAY MEDIA.

Ideas que viven en espacios comprados: incluye banners estáticos, banners animados, banners rich media, banners interactivos y video banners, brand channels y patrocinios.

CREATIVIDAD EN SOCIAL MEDIA .

PIEZAS CREATIVAS DIGITALES DE CARÁCTER SOCIAL O DESARROLLADAS PARA ENTORNOS SOCIALES O COMUNIDADES COMO FACEBOOK, TWITTER, FOURSQUARE, PINTEREST, ETC.

DG03. PIEZAS EN REDES SOCIALES.

Piezas, juegos y aplicaciones que viven en el interior de una red social, como Facebook, Twitter, Instagram, Foursquare, etc.

DG04. ACCIONES EN REDES SOCIALES.

Ideas de campaña que viven en una o varias redes sociales bajo diferentes formatos y pudiendo combinar el uso de varias redes.





CREATIVIDAD EN COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD VIRAL.

PIEZAS EXPRESAMENTE CREADAS PARA SER DIFUNDIDAS GRACIAS A SU CAPACIDAD VIRAL O WOM Y PENSADAS PARA SER EXPUESTAS EN SOPORTES DIGITALES QUE NO SEAN ESPACIOS PUBLICITARIOS DE PAGO.

DG05. PIEZAS AUDIOVISUALES.

Vídeos de intención publicitaria de cualquier duración o formato expresamente creados para difundirse a través de la viralidad. Las piezas pueden haber sido alojadas en canales digitales ajenos al anunciante, como YouTube, Vimeo, etc. o difundidas a través del website, red social o canal digital del mismo anunciante, o mediante estrategias de difusión propias de las acciones virales. Se valorará no sólo la creatividad de la pieza, sino su capacidad de propagación viral, a través del número de reproducciones, visualizaciones, visitas, comentarios o cualquier otra variable que demuestre su éxito en la difusión.

Quedan excluidos de esta categoría todos los formatos de publicidad digital en medios pagados como pre-roll, vídeo expandible etc., o aquellos spots o piezas audiovisuales creadas expresamente para medios pagados offline, como TV o Cine, cuyo objetivo principal no sea la propagación viral a través de medios digitales. En este caso las piezas deberían inscribirse en el área Audiovisual.



DG06. Piezas programadas.

Emails, piezas interactivas, aplicaciones participativas, vídeos interactivos, mensajes a través de sms, tweets u otros formatos, o cualquier pieza publicitaria no exclusivamente audiovisual que sea propia de los medios digitales y que pretenda la difusión a través de la viralidad y la generación de WOM.

CREATIVIDAD EN CONTENIDOS DE MARCA.

CONTEMPLA AQUELLAS PIEZAS DE PUBLICIDAD, EXPRESAMENTE CREADAS PARA LOS MEDIOS DIGITALES, BASADAS EN UN CONTENIDO, AUDIOVISUAL, INTERACTIVO O TECNOLÓGICO, Y CUYA INTENCIÓN SEA CONVOCAR Y ATRAER A SU PROPIA AUDIENCIA. SE EXCLUYEN AQUELLAS PIEZAS DESARROLLADAS EXPRESAMENTE PARA MÓVILES O CELULARES, QUE DEBERÍAN INSCRIBIRSE EN CREATIVIDAD EN MÓVIL, CATEGORÍA DG04.

DG07. ADVERGAMING.

Juegos digitales de carácter publicitario desarrollados en cualquier tecnología y para cualquier plataforma digital, dispositivo o instalación interactiva, excepto móviles o celulares —categoría DG04—, y que pretendan la participación y el entretenimiento del usuario. Si la pieza forma parte de un web o aplicación mayor, la URL de inscripción deberá dar acceso directo a la pieza, evitando cualquier otro elemento añadido que pueda condicionar al jurado la evaluación de la pieza.



DG08. DESARROLLOS TECNOLÓGICOS.

Aplicaciones, piezas o desarrollos tecnológicos llevadas a cabo por un anunciante con objetivos publicitarios o de marketing y que vivan en cualquier entorno digital, dispositivo o instalación interactiva, excepto móviles o celulares –categoría DG04–. Se incluyen en esta categoría todas aquellas piezas descargables, como herramientas online, desde screen-savers a grandes desarrollos tecnológicos, siempre que su objetivo sea potenciar la comunicación entre una marca y su público objetivo.

DG9. CAMPAÑAS INTEGRALES BASADAS EN DIGITAL.

Ideas que integran diferentes medios y en las cuales la participación de los medios digitales es elemental. Incluyen ideas que combinan medios online y offline, acciones de PR, banners, websites, mobile, contenidos, etc.

DG10. CAMPAÑA DIGITAL .

DG11. CAMPAÑA EN REDES SOCIALES.

DG12. DIGITAL CRAFT.

A premiar los logros en las disciplinas que componen la producción de una idea digital:

DISEÑO VISUAL

DISEÑO INTERACTIVO

ANIMACIÓN

VIDEO

EXPERIENCIA DE USUARIO

COPYWRITING

ÁREA MÓVIL.

ESTA CATEGORÍA TIENE EL PROPÓSITO DE INCENTIVAR LAS IDEAS QUE TENGAN COMO PROTAGONISTA EL USO DE UN DISPOSITIVO MÓVIL YA SEA SMARTPHONE, CELULAR CONVENCIONAL Y TABLETAS. CADA PIEZA PUEDE INSCRIBIRSE HASTA DOS VECES.

AM01. DISEÑO EN MÓVIL: INTERFACES, NAVEGACIÓN Y DISEÑO VISUAL.

Se califica la calidad de navegación, así como la composición y fluidez en el momento de uso.

AM02. EXPERIENCIA DE USUARIO Y CONTENIDO.

La respuesta emocional e involucramiento de los usuarios, así como la calidad del contenido.

AM03. USO DE SOCIAL EN MÓVIL.

Se califica la construcción de comunidad y el involucramiento, así como la innovación en cuanto a su implementación. La combinación de creatividad y estrategia son vitales para juzgar las ideas.



ÁREA PROMOCIONES Y ACTIVACIONES.

**CADA PIEZA PUEDE INSCRIBIRSE HASTA 3 VECES,
SI APLICA Y ES ELEGIBLE.**

AL01. MEJOR USO DE PUBLICIDAD VIVENCIAL EN UNA CAMPAÑA PROMOCIONAL.

Exposiciones, pop-ups, soluciones minoristas, eventos deportivos, festivales de música, ferias, conciertos, expos, entretenimiento corporativo, eventos interactivos.

AL02. MEJOR USO DE PUBLICIDAD DE GUERRILLA EN UNA CAMPAÑA PROMOCIONAL.

Ambient media de pequeña escala, sampling afuera de la tienda, vasos, posavasos, ceniceros, folletos, stickers, carteles, equipos de calle, arte urbano, mobiliario urbano y publicidad en tránsito.

AL03. MEJOR USO DE AMBIENT EN UNA CAMPAÑA PROMOCIONAL.

Sitios de gran escala, 3D, floor media, señalizaciones, pisos, edificios, carteles digitales, ventanales, parabrisas, helicópteros, etc.

AL04. MEJOR USO DE SHOPPER MARKETING EN UNA CAMPAÑA PROMOCIONAL.

Mejor valor de marca y creación de ventas dentro de la tienda utilizando muestras, descuentos especiales, demostraciones de productos, concepto de tienda, marketing cliente, colaboraciones comerciales, etc.



AL05. MEJOR LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS / RE-LANZAMIENTO

Nuevos productos lanzados al mercado por primera vez, relanzamientos de productos.

AL06. MEJORES EXHIBIDORES O EXPOSICIONES TEMPORALES DE UNA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN EN UNA TIENDA.

Presentaciones especiales, gráficos en punto de venta, iluminación, musicales, diseño ambiental, lenticulares, floor graphics, banners, posters, etc.

AL07. MEJOR USO DE LA DIFUSIÓN EN UNA CAMPAÑA PROMOCIONAL.

Cine, televisión y radio.

AL08. MEJOR USO DE LA IMPRESIÓN AL AIRE LIBRE O ESTÁNDAR EN UNA CAMPAÑA PROMOCIONAL.

Periódicos, revistas, publicaciones comerciales, vallas publicitarias y pop.

AL09. MEJORES CAMPAÑAS DE PATROCINIO O ASOCIACIÓN.

Uso de patrocinio o asociaciones con figuras o personajes relevantes (ejemplo: deportes o entretenimiento).

AL10. MEJOR PUBLICIDAD EN LÍNEA DE UNA CAMPAÑA PROMOCIONAL.

Sitios web, micro sitios, buscadores, banners, e-mail marketing, realidad aumentada, contenido de marca, juegos y aplicaciones.

AL11. GOLOSINAS, BOTANAS Y ALIMENTOS.

Carnes, pescados, mariscos, sopas, embutidos, frutas, verduras, arroz, pastas, pizzas, salsas, mayonesas, vinagres, aceites, especias, hierbas aromáticas, comidas pre-cocinadas y preparadas, alimentos para bebé, leches para bebé, cremas, mantequillas, mantequillas de maní, quesos ,

huevos, leches, alimentos dulces y saldos, bocadillos, chocolates, caramelos, chicles, papas fritas, snacks, frutos secos, barras, panes, bizcochos, galletas, azúcar, mermeladas, miel, harinas, ingredientes para hornear, cereales, yogures, postres y helados.

AL12. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS.

De chocolate, café, té y malta, bebidas sin gas y gaseosas, jugos de frutas y hortalizas, aguas minerales, leches con sabor, etc.

AL13. BEBIDAS ALCOHÓLICAS.

Cervezas (incluye cervezas sin alcohol), sidras, refrescos con alcohol, vinos, champañas, vinos de licor, bebidas espirituosas, licores, etc.

AL14. PRODUCTOS DE GRAN CONSUMO. (NO INCLUYE COMIDA)

Detergentes, productos de limpieza, ambientadores, insecticidas, papeles de aluminio y otros envases de alimentos, bombillas, baterías, protectores de pintura, barniz y madera, adhesivos, herramientas, herramientas de jardín, productos para el cuidado de mascotas, alimentos para mascotas, jabones de ducha, productos de baño, desodorantes y aerosoles corporales, productos para el cuidado de uñas, higiene bucal, papel higiénico, pañuelos, pañales, productos para afeitarse, medicinas, vitaminas, repelentes de insectos, productos dietéticos, esparadrapos, remedios para la piel, condones, pruebas de embarazo, lentes de contacto, vasos, terapias alternativas, medicinas y medicamentos para la virilidad, cosméticos, perfumes, artículos de tocador de lujo, etc.





AL15. BIENES DE CONSUMO DURADERO.

Muebles de casa y jardín, lavadoras, secadoras, lavavajillas, frigoríficos, congeladores, cocinas, microondas, utensilios de cocina, electrodomésticos, vajillas, cristalería, ropa de cama y de mesa, baños, duchas, lavabos murales, revestimientos para el suelo, televisores, cámaras fotográficas, cámaras de video, cine, cadena de música, equipos de música personales, reproductores de CD y minidisc, MP3, DVD y Blu-ray, equipos de teléfono personal incluidos teléfonos móviles y smartphones, Tablets, PC, instrumentos musicales, equipos deportivos, bicicletas, barcos, caravanas, juguetes, juegos de mesa, juegos de ordenador, consolas de juegos, computadoras personales y equipo. Ropa, calzado, accesorios, ropa deportiva, bolsos, cinturones, maletas, joyas, relojes, gafas de sol, gafas, etc.

AL16. VENTA AL POR MENOR. (INCLUYE TIENDAS ALMACENES Y RESTAURANTES.

Compras desde el hogar, restaurantes, departamento de comida rápida, tiendas especializadas, supermercados, tiendas de bricolaje, farmacias, ópticas, peluquerías, salones de belleza, servicios de lavandería, agentes inmobiliarios, foto-procesadores, televisión, video y otras tiendas de alquiler, compañías de venta por correo, subastas, compras en línea, comercio electrónico, etc.

AL17. AUTOS Y SERVICIOS AUTOMOTRICES.

Automóviles, jeeps y unidades 4x4, camionetas, camiones, motocicletas, llantas, productos y servicios de automóviles, repuestos, accesorios, estaciones de gasolina, diesel y aceite, averías, concesionarios de automóviles, leasing y financiamiento de automóviles.

AL18. ENTRETENIMIENTO Y OCIO.

Las empresas de transporte, viajes y turismo, aerolíneas, trenes y autobuses, ferris y cruceros, agencias de viajes, oficinas de turismo, hoteles, centros turísticos, la promoción de la ciudad y país, alquiler de coches, pases de viajes, parques de ocio y temáticos, gimnasios, clubes de salud y dieta , eventos deportivos, festivales de música, orquestas, exposiciones y espectáculos, discotecas, bares, museos, galerías de arte, cines y teatros, campos de golf y clubes de campo, loterías, juegos de azar, juguetes sexuales, etc.

AL19. PUBLICACIONES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Estaciones de radio y televisión, revistas, periódicos, libros, discos, cds, dvd, Blu-ray, radio, programas, etc.

AL20. PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS.

Bancos, sociedades de crédito hipotecario, tarjetas de crédito, cuentas corrientes y de ahorro, hipotecas y préstamos, compañías de inversión, seguros de salud y planes de construcción, seguros de vehículos, de pensiones y de jubilación, inversiones en bienes raíces, construcción de edificios y carreteras en desarrollo.

AL21. IMAGEN CORPORATIVA.

No basada en el producto. Imagen de la empresa.
Patrocinio de eventos, mensajes de Navidad.





AL22. MENSAJES DE BIEN PÚBLICO SIN FIN DE LUCRO.

Mensajes políticos y religiosos, mensajes por contratación del gobierno y fuerzas del Estado, de sindicatos y asociaciones, de conciencia étnica, ambiental, educación, racial, discapacidad e igualdad de sexo; fondos y beneficencia, voluntariados, donación de sangre y órganos (por ejemplo: Cruz Roja. Donación de sangre).

AL23. MENSAJES DE BIEN PÚBLICO CON FIN DE LUCRO.

Mensajes de bien social, de conciencia étnica, ambiental, educación, racial, discapacidad e igualdad de sexo; fondos y beneficencia, voluntariados, donación de sangre y órganos (por ejemplo: Bacardi. No tomes y manejes).

AL24. CORREO DIRECTO.

AL25. CAMPAÑA INTEGRADA LIDERADA POR PROMO & ACT

AL26. CAMPAÑA DE BAJO COSTO



ÁREA CAMPAÑAS INTEGRADAS.

LAS CAMPAÑAS AQUÍ INSCRITAS COMPETIRÁN SIN DISTINCIÓN DE RAMAS DE LA INDUSTRIA PUBLICITARIA. DEBERÁN HABER UTILIZADO COMO MÍNIMO TRES MEDIOS DIFERENTES. SON CAMPAÑAS CUYO VALOR CREATIVO NO ESTÁ EN LA IDEA DE UNA PIEZA CONCRETA DE UN MEDIO EN PARTICULAR ADAPTADA POSTERIORMENTE A OTROS MEDIOS. SON CAMPAÑAS EN LAS QUE CADA UNO DE LOS MEDIOS Y SOPORTES HACEN CRECER LA IDEA. LA MEJOR CAMPAÑA SERÁ AQUELLA QUE TENGA LA MEJOR EJECUCIÓN EN LA SUMA DE TODOS SUS MEDIOS.

CI01. CAMPAÑAS INTEGRADAS DE PRODUCTO.

CI02. CAMPAÑAS INTEGRADAS DE SERVICIO.

CI03. CAMPAÑAS INTEGRADAS DE BIEN PÚBLICO SIN FINES DE LUCRO.

CI04. CAMPAÑAS INTEGRADAS DE BIEN PÚBLICO CON FINES DE LUCRO.

ÁREA MEDIA

ACCIONES DE COMUNICACIÓN, CAMPAÑAS E IDEAS QUE SOBRESALGAN EN EL USO DE UN MEDIO ESPECÍFICO YA SEA POR SU OSADÍA, CREATIVIDAD O RETO A LA FORMA DE HACER LAS COSAS EN EL ÁMBITO PUBLICITARIO. AQUÍ SE JUZGA POR EL MEJOR USO DE MEDIO, NO POR RAMAS DE LA INDUSTRIA PUBLICITARIA EN ESPECÍFICO.

ME01. MEJOR USO AUDIOVISUAL (PANTALLAS)

Incluyendo Cine, TV, pantallas dentro de aviones o cualquier medio de transporte, showroom, exhibición, concierto y pantallas en vía pública o al aire libre.

ME02. MEJOR USO EN PLATAFORMAS DE AUDIO

Incluyendo radio, podcasts y cualquier plataforma que priorice el uso de tecnología de audio.

ME03. MEJOR USO DE IMPRESOS

Incluyendo periódicos, revista, insertos, etc.

ME04. MEJOR USO DE VÍA PÚBLICA

Incluye medios tradicionales en Vía pública, parabúses, carteleras, vallas, publicidad que utiliza medios específicamente diseñados para ello.

ME05. MEJOR USO DE AMBIENT EN PEQUEÑA ESCALA.

Incluye objetos en bares, restaurante, posavasos, ceniceros, máquinas expendedoras, flyers, stickers, letreros, etc.

ME06. MEJOR USO DE AMBIENT EN GRAN ESCALA.

Incluye sitios agigantados o sitios modificados para anuncio más grande de lo normal, entradas a estadios, floor media y cualquier adaptación a locaciones exteriores para publicidad, letreros y edificios o muebles en vía pública.

ME07. MEJOR USO DE EVENTOS EN VIVO.

Incluye espectáculos en vivo, festivales, conciertos, eventos deportivos o de patrocinio, etc.

ME08. MEJOR USO DE STUNTS

Incluye marketing de guerrilla, trucos publicitarios en gran y pequeña escala, eventos y experiencias en vivo con consumidores.





ÁREA CONTENIDO Y ENTRETENIMIENTO.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN, CAMPAÑAS O IDEAS QUE POR SU SIMPLICIDAD, SINGULARIDAD, OSADÍA O NOVEDAD, PLANTEEN UNA NUEVA MANERA DE ENTENDER LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DIFÍCIL DE CLASIFICAR Y QUE RETEN CUALQUIER CATEGORÍA EN EL PRESENTE DOCUMENTO. LA TECNOLOGÍA PODRÍA JUGAR UN PAPEL IMPORTANTE EN ESTA CATEGORÍA, PERO POR SÍ SOLA SU VALOR CREATIVO ES MENOR.

CADA PIEZA PUEDE INSCRIBIRSE HASTA TRES VECES, SI APLICA Y ES ELEGIBLE.

CE01. FICCIÓN EN TV, CINE, ONLINE.

Series en tv, programas en tv, mini series hechas exclusivamente para televisión. Cortometrajes, web series , mediometrajes, avances de películas creadas para plataformas online.

CE02. NO-FICCIÓN EN TV y CINE, ONLINE.

Realities, documentales, shows de entretenimiento. Series o cortometrajes y medio metrajes creados para plataformas online (esto incluye eventos filmados).

CE03. INTEGRACIÓN DE PRODUCTO EN TV, CINE O PLATAFORMAS DIGITALES.

CE04. CONTENIDO GENERADO.

Contenido generado por la audiencia para enriquecer, apoyar o contribuir a una idea con la iniciativa de una marca.

CE05. EXPERIENCIAS EN VIVO.

Eventos, exposiciones, instalaciones, conciertos, proyecciones que generen una experiencia única a la gente presente.

CE06 CONTENIDO EN MEDIOS IMPRESOS.

Libros, artículos, publicaciones en general, revistas generadas por una marca.



ÁREA HEALTH.

CAMPAÑAS Y/O ACCIONES QUE SU OBJETIVO PRINCIPAL SEA COMUNICAR UN MENSAJE DIRECTAMENTE RELACIONADO CON LA SALUD. DESDE LA PREVENCIÓN, CONCIENCIACIÓN Y CONTRIBUCIÓN AL BIENESTAR FÍSICO Y/O MENTAL DE LOS CONSUMIDORES.

H01. PRODUCTOS Y SERVICIOS.

Cualquier producto o servicio sin importar su categoría.

H02. BIEN PÚBLICO.

Campañas sin fines de lucro en beneficio de una causa social.



ÁREA RELACIONES PÚBLICAS.

EL CRITERIO PARA CALIFICAR ESTA CATEGORÍA ES TODA IDEA QUE CONTRIBUYA A LA REPUTACIÓN DE UNA MARCA CONSTRUYENDO CONFIANZA, EMPATÍA E INVOLUCRAMIENTO CON LA MISMA.

CADA PIEZA PUEDE INSCRIBIRSE HASTA TRES VECES, SI APLICA Y ES ELEGIBLE.

RP01. PRODUCTOS Y SERVICIOS.

Cualquier producto o servicio sin importar su categoría.

RP02. BIEN PÚBLICO.

Campañas sin fines de lucro en beneficio de una causa social. Ejemplo: Cruz Roja, donación.

PRÁCTICAS ESPECÍFICAS EN RELACIONES PÚBLICAS.

RP03. REPUTACIÓN CORPORATIVA, COMUNICACIÓN Y ASUNTOS PÚBLICOS.

Campañas para construir la reputación de una marca y formar su percepción; campañas planeadas para informar e influenciar al público.

RP04. MANEJO DE CRISIS O DE UN TEMA EN ESPECÍFICO.

Campañas planeadas para manejar las consecuencias de una crisis o un tópico que pueda afectar la credibilidad de la marca y buena reputación.



RP05. RESPONSABILIDAD CORPORATIVA.

Campañas diseñadas para tocar un tema social o ambiental desde el punto de vista de una marca. Ejemplo: Bacardí, no tomas y manejes.

RP06. EXPERIENCIAS.

Campañas que usan un evento o performance para comunicar su objetivo. Conferencias, lanzamientos de productos y servicios, premiaciones, obras de teatro, conciertos, festivales de arte, etc.

RELACIONES PÚBLICAS EN DIGITAL Y SOCIAL.

RP07. USO DE PLATAFORMAS DIGITALES.

Sitios y micrositiOS, servicios móviles, marketing por correo electrónico, nuevas tecnologías, aplicaciones descargables.

RP08. MANEJO Y CONSTRUCCIÓN DE COMUNIDADES / OTRA CAT. USO DE INFLUENCIADORES.

Actividad en cualquier plataforma social diseñada para involucrar, construir o mantener la reputación de una marca. Esto incluye el uso de embajadores en plataformas sociales para cumplir el objetivo de la campaña.

RP09. USO DE CONTENIDO GENERADO O CO-CREADO POR EL CONSUMIDOR.

Iniciativas para provocar el involucramiento del público con una idea y colaborar con el contenido.



ÁREA MARKETING DIRECTO.

COMUNICACIÓN DISEÑADA CON EL PROPÓSITO DE GENERAR UNA RESPUESTA O ACCIÓN ESPECÍFICA PARA CONSTRUIR UNA RELACIÓN DURADERA CON LOS CONSUMIDORES. EN ESTA CATEGORÍA ES IMPORTANTE UN RESULTADO MEDIBLE COMO OBTENER O AMPLIFICAR UNA BASE DE DATOS YA EXISTENTE, ASÍ COMO CAMBIAR COMPORTAMIENTOS.

CADA PIEZA PUEDE INSCRIBIRSE DOS VECES, EN SU CATEGORÍA NATURAL Y EN ACCIONES ESPECÍFICAS SI APLICA.

DIR01. PRODUCTOS Y SERVICIOS TRADICIONAL.

Cualquier producto o servicio sin importar su categoría. Correo directo en general físico unidimensional o multidimensional, como muestras de producto o pop-ups, etc.

DIR02. PRODUCTOS Y SERVICIOS DIGITAL.

Cualquier producto o servicio sin importar su categoría. Correo electrónico en general que brinde una experiencia diferente o acciones digitales en plataformas sociales.

DIR03. BIEN PÚBLICO TRADICIONAL.

Campañas sin fines de lucro en beneficio de una causa social. Correo directo en general físico unidimensional o multidimensional, como muestras de producto o pop-ups, etc.

DIR04. BIEN PÚBLICO DIGITAL.

Campañas sin fines de lucro en beneficio de una causa social. Correo electrónico en general que brinden una experiencia diferente o acciones digitales en plataformas sociales.

ACCIONES ESPECÍFICAS.

DIR05. EXPERIENCIAL.

Medios no tradicionales que usan un evento o performance para comunicar su objetivo o cualquier exterior. Conferencias, lanzamientos de productos y servicios, premiaciones, obras de teatro, conciertos, festivales de arte, exposiciones, proyecciones en exteriores, etc.

DIR06. SOLUCIONES EN MEDIANA Y PEQUEÑA ESCALA.

Cualquier esfuerzo que no sea un correo tradicional, electrónico o acción digital. Intervenciones en interiores de supermercados o restaurantes (stoppers, magnets o cenefas, por ejemplo); intervenciones en exteriores en general (como una manera de repartir flyers o volantes) de las que se obtengan resultados medibles.



6 REQUERIMIENTOS TÉCNICOS PARA SUBIR PIEZAS.

PRESENTACIÓN DE LAS PIEZAS PARA TODAS LAS CATEGORÍAS.

La presentación de cada pieza GRÁFICA deberá contar con un archivo digital JPG en alta, idealmente de 2500 pixeles en su base mayor y acompañada de una impresión fina montada en un foamboard de 50cm en su lado más largo X 30 cm (si la pieza es vertical, su lado más largo sería la altura; si es horizontal, su lado más largo sería la base). Cada pieza debe tener impresa su ficha técnica en el reverso.

En el caso de los videos el formato debe ser 720 o 1080p en codec H264, no más de 8mbps. Cada pieza debe entregarse con una edición máxima de 2 minutos y otra edición de 45 segundos. ESTO ES OBLIGATORIO, SI NO LA PIEZA NO PODRÁ SER MOSTRADA AL JURADO. La razón de este segundo video, es por si la pieza resulta ganadora, pueda proyectarse sin ser interrumpida en el momento de la ceremonia. En el caso de videos para CONTENIDO Y ENTRETENIMIENTO, es necesario enviar un video trailer de no más de 2 minutos de duración, así como uno de 1 minuto para proyección en el festival, en caso de ser ganador. Aunado a ello podrán enviar las piezas completas al mail: circuloactivomx@gmail.com para que los jurados puedan verlas y agilizar el proceso de almacenamiento en el servidor del festival.

En cuanto a las piezas de audio, el archivo debe ser MP3, 44.1 Khz., 16 bits estéreo de 128kbps o más.



REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR EL MATERIAL INSCRITO.

- Cada pieza se considera como una inscripción y deberá completarse un formulario por cada una.
- El Jurado está en condiciones de unificar premios cuando las piezas, estén inscritas como dos o más campañas y claramente sean parte de la misma.
- Las campañas deberán estar compuestas mínimo por 2 piezas. Se deberá completar un sólo formulario por campaña. Para inscribir una campaña es muy importante que los títulos de las piezas que la componen, coincidan con los nombres de los archivos registrados en el formulario.
- Todas las pruebas finas deben ser dirigidas a Carolina Méndez con dirección: Avenida México #200, colonia Hipódromo Condesa y al mail: circulocreativomx@gmail.com
- Después de terminar el proceso de inscripción, no se podrán hacer modificaciones y recibirás la lista final con el costo a pagar.



7 COSTOS .

PIEZA, CAMPAÑA Y CAMPAÑA INTEGRADA \$3,500.00
DEL 28 DE OCTUBRE DEL 2016 AL 11 DE NOVIEMBRE
DE 2016.

7.1 FORMAS DE PAGO .

EN LÍNEA EN EL SITIO CON TARJETA BANCARIA O TRANS-
FERENCIA BANCARIA.

*UNA VEZ REALIZADO EL PAGO, ENVÍANOS EL COMPRO-
BANTE, DATOS DE LA(S) PIEZA(S) INSCRITA(S) Y DATOS
FISCALES PARA FACTURACIÓN, AL SIGUIENTE CORREO:
CIRCULOCREATIVOMX@GMAIL.COM



8 F E C H A S .

La fecha límite para inscribir piezas o campañas es el viernes 11 de noviembre del 2016. En su momento y de ser necesario se publicará una prórroga ÚNICA E INAPELABLE.

El 100% del costo de las piezas inscritas deberá ser finiquitado antes del inicio del festival (el 1 de diciembre de 2016 a las 00:01 hrs). En caso contrario, las piezas se darán de baja del sistema de votaciones. Además, no existirá reembolso del pago de las piezas, una vez estén inscritas y subidas en el sistema. Ejemplo: si una agencia pagó el 50% de sus piezas inscritas y al momento del inicio del festival no ha finiquitado el otro 50%, entonces sólo quedarán en el sistema el 50% de sus piezas inscritas y pagadas y que por supuesto participarán en el festival. Si se quieren dar de baja las piezas del sistema en ese momento, no se devolverá el dinero. Es muy importante tener esto en cuenta al momento de inscribir.



9 PREMIOS ESPECIALES.

9.1. RANKING TOP TEN AGENCIAS.

- El ranking de agencias tomará en cuenta el performance en todas las áreas de competencia: agencias de publicidad, agencias de digital, agencias de promoción, agencias de direct marketing, PR y participantes de cualquier otra disciplina de comunicación.

- El ranking estará basado en la puntuación obtenida por cada agencia.

- La puntuación se obtendrá de la siguiente manera:

Oro: 7 puntos.

Plata: 5 puntos.

Bronce: 3 puntos.

Finalista: 1 punto.

Grand Prix: 7 puntos del Oro + 3 puntos del Grand Prix= 10 puntos.

Nota: El acreedor al Grand Prix sumará 10 puntos en total (7 del Oro más 3 del GP) y, dado que el Grand Prix reemplaza al Oro ganado por una pieza o campaña, no se hará entrega del trofeo de Oro ganado.

9.2 GRAND PRIX.

- El Grand Prix será entregado por área y se votará entre los Oros de las diferentes categorías que sean elegibles.

- El área Vía Pública será la única en donde se pueden otorgar dos Grand Prix.

- El Jurado podrá tomar la decisión de no entregar este premio en algún área.





9.3. AGENCIA DEL AÑO.

A la agencia que lidere el ranking, le será otorgado este premio durante la tercera noche de premiación.

9.4. AGENCIA INDEPENDIENTE DEL AÑO.

A la agencia independiente que obtenga la mayor puntuación.

9.5. CLIENTE DEL AÑO.

Al cliente que, a través de la agencia, obtenga la mayor puntuación se le entregará este premio durante la tercera noche de premiación.

9.6. PREMIO A LA TRAYECTORIA.

El Círculo Creativo contempla premiar a un profesional que haya generado cambios importantes en la industria y que haya dejado huella en nuestro gremio.

9.7. MEJOR PIEZA DEL FESTIVAL.

Votado por los Presidentes de jurado, se entregará este premio a la pieza, que sin lugar a duda, sea el claro referente del futuro de la publicidad en México. Evidentemente las piezas que pueden competir por este premio son todos los oros sin importar categoría y los Grand Prix. Este premio otorgará 15 puntos: 7 puntos del oro más 8 puntos como la mejor pieza del Festival.

10 TÉRMINOS Y CONDICIONES.

Participar en el festival significa que usted está de acuerdo con los términos y condiciones que a continuación se detallan:

- Es responsabilidad del participante asegurarse de que el cliente tiene los derechos de uso de la propiedad intelectual de la marca publicitada.
- Los trabajos no deben realizarse sin el permiso previo y por escrito del anunciante y/o propietario de todos los derechos que subsisten en el anuncio. El Círculo Creativo está en el derecho de solicitar una copia de dicho permiso.
- Sólo una de las empresas involucradas en la pieza inscrita puede ser premiada. En caso de que dos o más empresas inscriban la misma pieza en una categoría, solo se aceptará la primera inscripción. El propietario de la idea puede inscribir la pieza.
- Todas las piezas inscritas deben haber sido realizadas bajo contrato con el cliente, excepto obras de caridad y categorías de Servicios Públicos.
- En caso de que el Jurado lo crea conveniente, tendrá la facultad de cambiar una pieza de categoría con la finalidad de que ésta participe en la más apropiada.

11 ATRIBUCIONES Y LEGALES.

- Todo el material correspondiente a los trabajos participantes pasará a ser propiedad del Círculo Creativo de México y no será devuelto.
- El participante autoriza al Círculo Creativo de México a exhibir, copiar o transmitir los trabajos participantes cuando la institución lo considere apropiado.
- El Círculo Creativo de México se reserva el derecho de facilitar cualquier material del Círculo de Oro con fines educativos y de referencia, incluidas publicaciones electrónicas.
- Las decisiones del Jurado respecto a cualquier asunto durante la etapa de evaluación, incluidos los requisitos y las categorías, son definitivas e inapelables.
- El Círculo Creativo de México no procesará ningún trabajo inscrito si no es acompañado del correspondiente pago de su inscripción y de todos los datos solicitados en las respectivas fichas de inscripción.
- La sola inscripción de material en el Círculo de Oro implica la aceptación de sus bases y condiciones y de la autoridad de sus organizadores.
- Las situaciones no previstas en este reglamento serán resueltas por el Círculo Creativo de México y su decisión será inapelable.



CÍRCULO
CREATIVO
MÉXICO



C Í R C U L O
D E O R O 2016

ÁREAS TÉCNICAS

Í N D I C E

1. ELEGIBILIDAD.

2. ATRIBUCIONES DEL FESTIVAL.

3. ÁREA TÉCNICA PRODUCCIÓN DE AUDIO.

4. ÁREA TÉCNICA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.

5. REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR EL MATERIAL INSCRITO.

6. COSTOS.

7. FECHAS.

8. PREMIOS ESPECIALES.

9. TÉRMINOS Y CONDICIONES.

10. ATRIBUCIONES Y LEGALES.





1 E L E G I B I L I D A D .

- El Festival está abierto a todas las personas involucradas en la industria publicitaria y de la comunicación en México, como creativos, directores, productores, agencias de publicidad, productoras, anunciantes, etc.
- Todas las piezas, acciones o campañas deberán ser inscritas por primera vez en la vigesimo septima edición del Festival Círculo de Oro. Además de haber sido pautadas o haberse puesto en práctica entre el 15 de noviembre de 2015 al 15 de noviembre de 2016. Es decir, la fecha de elegibilidad contempla el trabajo de un año, no de años anteriores.
- El festival reconoce que debido a la internacionalización de procesos para realizar una pieza creativa, los factores para determinar si una pieza es “mexicana” y por lo tanto elegible para participar en el festival han cambiado mucho. De manera que a partir de este año las piezas inscritas deberán cumplir con los siguientes criterios:

EN EL CASO DE LAS ÁREAS DE PRODUCCIÓN TODAS LAS PIEZAS DEBERÁN CUMPLIR, POR LO MENOS, CON TRES DE LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

- Ser inscrita por una empresa con sede en el territorio nacional.
- La pieza debe ser para una marca con presencia en México.
- La pieza deberá haberse pautado en México.
- La pieza deberá generar derrama o beneficio para el mercado nacional.
- La pieza o campaña deberá comunicar un mensaje para un público mexicano.

2 ATRIBUCIONES DEL FESTIVAL.

- Dependiendo el área o la categoría, una pieza puede inscribirse varias veces si es elegible. Esto se especifica a detalle en cada una de ellas.
- Las inscripciones pueden ser canceladas o retiradas del Festival, bajo común acuerdo entre la agencia involucrada y la presidencia del Círculo, pero el pago de las inscripciones bajo ningún motivo será reembolsable.
- Si en el Jurado surgen dudas acerca de la aplicación o la presentación de alguna pieza, la Organización del Festival se pondrá en contacto con la agencia y si es necesario con el cliente en cualquier momento del proceso de votación.
- Si se presentase alguna queja en contra de cualquier ganador o finalista, la Organización del Festival realizará una investigación exhaustiva y solicitará la documentación detallada de todas las partes interesadas, incluidos el denunciante, los participantes y el cliente.

El Círculo Creativo de México no dudará en retirar el premio en caso de confirmarse la denuncia y la agencia afectada puede ser retirada del Festival junto con todas sus piezas. En cuyo caso, dichas inscripciones no serán reembolsadas.





3 Á R E A T É C N I C A P R O D U C C I Ó N D E A U D I O .

Las mejoras y adecuaciones a esta Área Técnica fueron una propuesta de AMEGA, consensuada con el comité organizador de este festival.

Asimismo, esta Área Técnica tendrá el mismo sistema de puntuación y votación que las Áreas Creativas del festival Círculo de Oro 2016 y un Grand Prix que será votado por el jurado de entre los oros del Festival.

TV / CINE / INTERNET.

PA01: MEJOR MÚSICA ORIGINAL INSTRUMENTAL.

PA02: MEJOR CANCIÓN ORIGINAL

PA03: MEJOR ADAPTACIÓN MUSICAL

PA04: MEJOR DISEÑO DE AUDIO

RADIO

PA05: MEJOR USO DE MÚSICA (EXCEPTO STOCK)

PA06: MEJOR DISEÑO DE AUDIO

CYBER Y MÓVIL

PA07: MEJOR INNOVACIÓN MUSICAL EN SITIOS DIGITALES.

PA08: MEJOR INNOVACIÓN SONORA EN SITIOS DIGITALES.

4 Á R E A T É C N I C A P R O D U C C I Ó N A U D I O V I S U A L .

- Las mejoras y adecuaciones a esta Área Técnica fueron una propuesta de AMFI-ACP, consensuada con el comité organizador de este festival.
- Como parteaguas en la calificación y elección de piezas acreedoras de premios en el área técnica del festival se votó que el jurado estará conformado por personalidades internacionales de la industria ajenas a cualquier empresa nacional y jurados nacionales ajenos a la industria local, buscando profesionales de cine, teatro, educación, etc.

Asímismo, se establecieron las siguientes reglas de participación:

- I. No habrá shortlist, por lo cual solo los metales sumarán puntos para establecer el ranking de productoras 2016 (eliminando así, ventajas por volumen en la competencia).
- II. No existirá categoría desierta, ni metal desierto.
- III. Sólo existirá un oro, un plata y un bronce por categoría.
- IV. El Grand Prix (Mejor producción) será la pieza que tenga más metales obtenidos en las diferentes categorías.



LAS CATEGORÍAS A PREMIAR SON LAS SIGUIENTES:

PAC01: Mejor dirección de actores.

PAC02: Mejor dirección.

PAC03: Mejor nuevo director (máximo 2 años dirigiendo).

PAC04: Mejor fotografía.

PAC05: Mejor vestuario.

PAC06: Mejor dirección de arte.

PAC07: Mejor caracterización.

PAC08: Mejor edición.

PAC09: Mejores efectos especiales.


PAC10: Mejor animación

PAC11: Mejor branded content.*

*** Sólo para branded content:**

- **Se proyectará un trailer de 1 minuto en la premiación.**
- **Se juzgará ejecución.**
- **No se podrá utilizar material que no haya sido filmado o creado para la pieza.**
- **Ante cualquier controversia el presidente resolverá el caso.**





5 REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR EL MATERIAL INSCRITO.

En el caso de los videos el formato debe ser 720 o 1080p en codec H264, no más de 8mbps. Cada pieza debe entregarse con una edición máxima de 2 minutos y otra edición de 45 segundos. **ESTO ES OBLIGATORIO, SI NO LA PIEZA NO PODRÁ SER MOSTRADA AL JURADO.** La razón de este segundo video, es por si la pieza resulta ganadora, pueda proyectarse sin ser interrumpida en el momento de la ceremonia. En el caso de videos para **MEJOR BRANDED CONTENT**, es necesario enviar un video trailer de no más de 2 minutos de duración, así como uno de 1 minuto para proyección en el festival, en caso de ser ganador. Aunado a ello podrán enviar las piezas completas al mail: circulocreativomx@gmail.com para que los jurados puedan verlas y agilizar el proceso de almacenamiento en el servidor del festival.

En cuanto a las piezas de audio, el archivo debe ser MP3, 44.1 Khz., 16 bits estéreo de 128kbps o más.

- Cada pieza se considera como una inscripción y deberá completarse un formulario por cada una.
- Después de terminar el proceso de inscripción, no se podrán hacer modificaciones y recibirás la lista final con el costo a pagar.

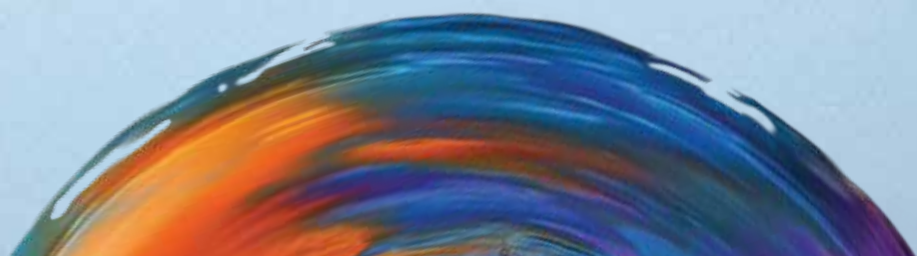
6 C O S T O S .

PIEZA, \$3,500.00 DEL 1 DE NOVIEMBRE DEL 2016
AL 11 DE NOVIEMBRE DE 2016.

6.1 F O R M A S D E P A G O .

EN LÍNEA EN EL SITIO CON TARJETA BANCARIA
O TRANSFERENCIA BANCARIA.

*UNA VEZ REALIZADO EL PAGO, ENVÍANOS EL COMPRO-
BANTE, DATOS DE LA(S) PIEZA(S) INSCRITA(S) Y DATOS
FISCALES PARA FACTURACIÓN, AL SIGUIENTE CORREO:
CIRCULOCREATIVOMX@GMAIL.COM



7 FECHAS .

La fecha límite para inscribir piezas es el viernes 11 de noviembre del 2016. En su momento y en caso de ser necesario, habrá una prórroga ÚNICA E INAPELABLE.

El 100% del costo de las piezas inscritas deberá ser finiquitado antes del inicio del festival (el 1 de diciembre de 2016 a las 00:01 hrs). En caso contrario, las piezas se darán de baja del sistema de votaciones. Además, no existirá reembolso del pago de las piezas, una vez estén inscritas y subidas en el sistema. Ejemplo: si una agencia pagó el 50% de sus piezas inscritas y al momento del inicio del festival no ha finiquitado el otro 50%, entonces sólo quedarán en el sistema el 50% de sus piezas inscritas y pagadas y que por supuesto participarán en el festival. Si se quieren dar de baja las piezas del sistema en ese momento, no se devolverá el dinero. Es muy importante tener esto en cuenta al momento de inscribir.



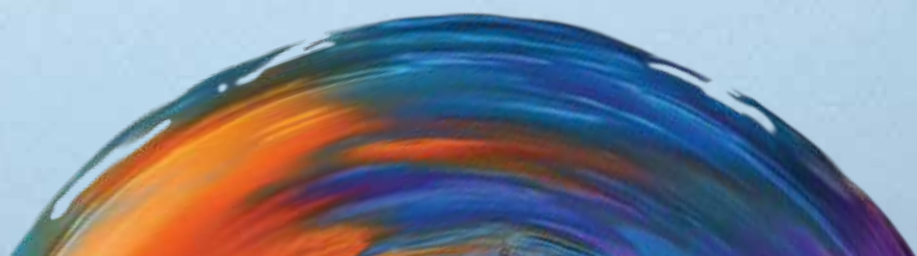
8 PREMIOS ESPECIALES.

8.1. CASA PRODUCTORA DEL AÑO.

A la casa productora que lidere el ranking, se le otorgará dicho premio durante la tercera noche de premiación.

8.2. ESTUDIO DE AUDIO DEL AÑO.

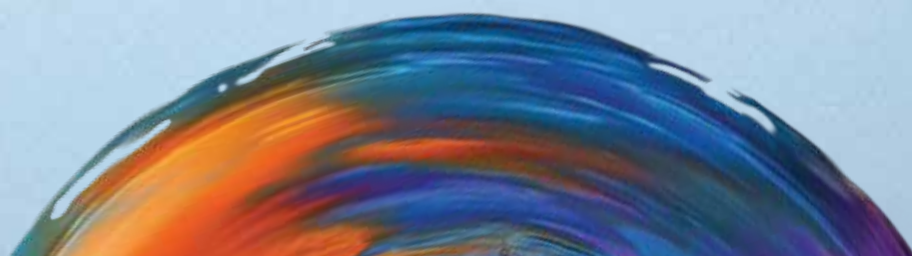
Al estudio de audio que lidere el ranking, se le otorgará dicho premio durante la tercera noche de premiación.



9 T É R M I N O S Y C O N D I C I O N E S .

Participar en el festival significa que usted está de acuerdo con los términos y condiciones que a continuación se detallan:

- Es responsabilidad del participante asegurarse de que el cliente tiene los derechos de uso de la propiedad intelectual de la marca publicitada.
- Los trabajos no deben realizarse sin el permiso previo y por escrito del anunciante y/o propietario de todos los derechos que subsisten en el anuncio. El Círculo Creativo está en el derecho de solicitar una copia de dicho permiso.
- Sólo una de las empresas involucradas en la pieza inscrita puede ser premiada. En caso de que dos o más empresas inscriban la misma pieza en una categoría, solo se aceptará la primera inscripción. El propietario de la idea puede inscribir la pieza.
- Todas las piezas inscritas deben haber sido realizadas bajo contrato con el cliente, excepto obras de caridad y categorías de Servicios Públicos.
- En caso de que el Jurado lo crea conveniente, tendrá la facultad de cambiar una pieza de categoría con la finalidad de que ésta participe en la más apropiada.



10 ATRIBUCIONES Y LEGALES.

- Todo el material correspondiente a los trabajos participantes pasará a ser propiedad del Círculo Creativo de México y no será devuelto.
- El participante autoriza al Círculo Creativo de México a exhibir, copiar o transmitir los trabajos participantes cuando la institución lo considere apropiado.
- El Círculo Creativo de México se reserva el derecho de facilitar cualquier material del Círculo de Oro con fines educativos y de referencia, incluidas publicaciones electrónicas.
- Las decisiones del Jurado respecto a cualquier asunto durante la etapa de evaluación, incluidos los requisitos y las categorías, son definitivas e inapelables.
- El Círculo Creativo de México no procesará ningún trabajo inscrito si no es acompañado del correspondiente pago de su inscripción y de todos los datos solicitados en las respectivas fichas de inscripción.
- La sola inscripción de material en el Círculo de Oro implica la aceptación de sus bases y condiciones y de la autoridad de sus organizadores.
- Las situaciones no previstas en este reglamento serán resueltas por el Círculo Creativo de México y su decisión será inapelable.



C Í R C U L O
D E O R O 2016

**CENTRO DE CONVENCIONES
EXPO MUNDO IMPERIAL.
ACAPULCO, MÉXICO.
1, 2 Y 3 DE DICIEMBRE 2016.**
