



# **Manual de Usuario**

## **Sistema de Inscripción de Piezas**

**2019-2020**

**2020-2021**

## Contenido

---

Contenido.....	2
Introducción.....	3
Registro al Sistema.....	4
Ingreso al Sistema (“Login”).....	7
Paso 1: Creación de la Pieza Participante .....	10
Añadir Piezas .....	10
Información de la Pieza .....	11
Paso 2: Subir materiales relacionados a la Pieza Participante.....	13
Paso 3: Inscripciones.....	17
Inscripción Individual.....	17
Inscripción Campaña .....	22
Requisitos para los Medios que requieren Videos y/o Boards .....	37
Guías para Contenido de Board o Video por Medio .....	38
Casos por Categoría (ganadores en Cannes).....	47
Paso 4: Impresión preliminar de informes.....	48
Paso 5: Finalizar / Calcular Pago .....	49
Notas.....	50

## Introducción

---

El Registro al sistema del Festival Cúspide, representa la primera fase del proceso para poder inscribir piezas en el certamen.

Solo debe registrarse un usuario por Agencia Publicitaria para el propósito de realizar inscripciones.

El sistema de Inscripción de Piezas del Festival Cúspide, representa la segunda fase del proceso y podrá realizarla a partir que el administrador (AAP) verifique los datos del Registro y confirme que los pagos por concepto de cuotas a la AAP están al día a diciembre 31 de 2020.

La AAP le enviará correo electrónico re-confirmando el “username y password” que indicó en el Registro y podrá entrar a comenzar el proceso de inscripción de piezas. El proceso se realiza de manera independiente por pieza dentro de un período preestablecido. Una vez este período se cumpla, no se permitirá seguir utilizando el sistema.

A través de este manual encontrarás instrucciones donde se explica cómo usar el sistema para realizar el registro de la información de cada pieza. Te orienta en referencia a los Requisitos de Inscripción a través de una guía con información, ejemplos y referencias.

Se describirá la forma de usar cada una de las ventanas y sus diferentes opciones de proceso y navegación.

**Este documento es una guía de especificaciones y requisitos que apoya el Reglamento del Festival. No lo sustituye.**

## Registro al Sistema

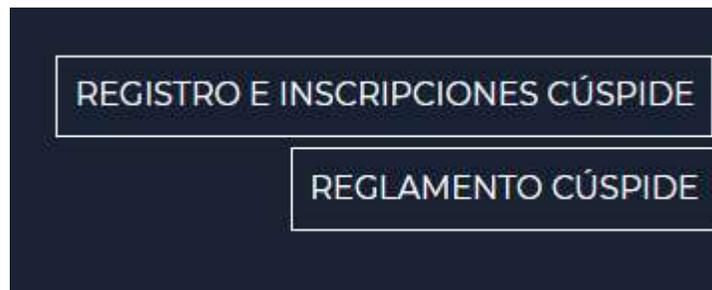
---

Para registrarte al sistema, debes abrir tu *browser*.

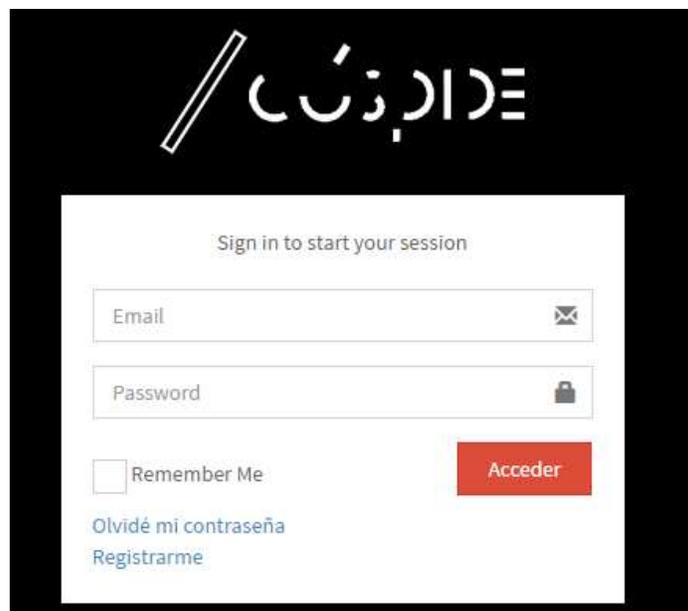
Nota: Este sistema funciona mejor con Google Chrome.

En el área de dirección del *browser* escribe: <http://www.festivalcuspide.com/>

Haz clic en [Registro e Inscripciones Cúspide](#) para comenzar el proceso.



Para activar tu cuenta, primero debes presionar sobre el texto que dice [REGÍSTRARME](#) y completar el formulario.

A screenshot of a login form on a black background. At the top is the 'CÚSPIDE' logo. Below it is a white box containing the text 'Sign in to start your session'. There are two input fields: 'Email' with an envelope icon and 'Password' with a lock icon. Below the fields is a checkbox labeled 'Remember Me' and a red button labeled 'Acceder'. At the bottom of the white box are two links: 'Olvidé mi contraseña' and 'Registrarme'.

El formulario consta de la siguiente información a digitar. Una vez que se ha ingresado toda la información, presiona el botón de [REGISTRAR](#).

## Registro de Agencia

### Información de Acceso:

### Información de Contacto

### Información de la Agencia

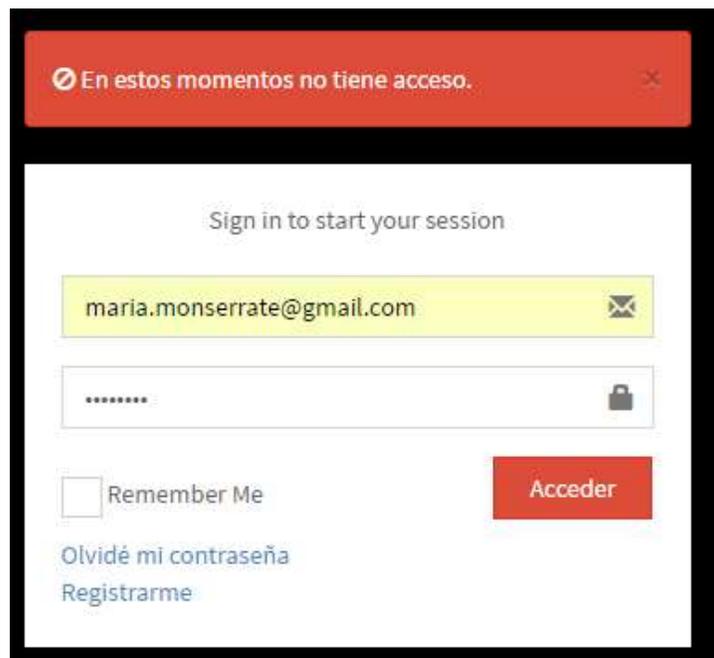
      Acepto el acuerdo

[Ya tengo una cuenta](#)

Este proceso enviará la información registrada al Administrador del sistema. Una vez la información sea validada, se te hará saber mediante una notificación electrónica para que puedas ingresar al sistema.



Si intentas acceder antes de que tu registro sea validado por el Administrador, te aparecerá un mensaje como este.



## Ingreso al Sistema (“Login”)

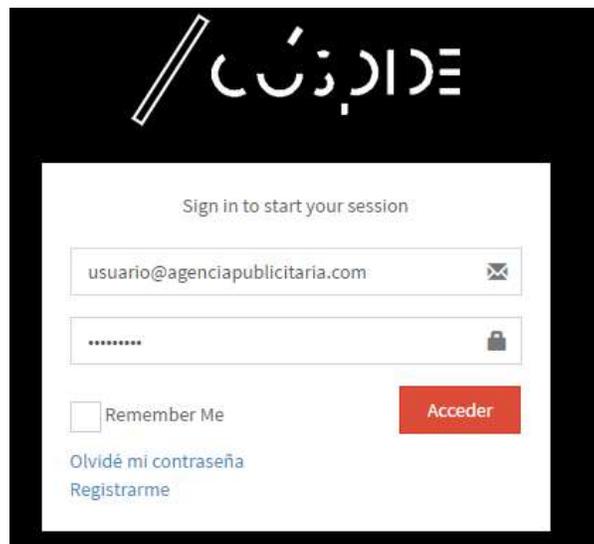
---

Para entrar al sistema, debes abrir tu *browser* y escribir <http://www.festivalcuspide.com/>.

Luego selecciona la opción de **REGISTRO E INSCRIPCIONES CÚSPIDE**.



Aparece la pantalla de “login”. Por Seguridad, el sistema solicitará un usuario (cuenta de email) y su contraseña válidos para ingresar. Como todos los sistemas de seguridad, al registrar la contraseña no podrán visualizarse los valores. Al terminar de entrar los valores, presiona la tecla de **Entrar** o haz clic en el botón de **Acceder**.



Si el usuario (cuenta de email) o la contraseña que entraste no son válidos, se presentará nuevamente la pantalla con un mensaje de error indicado que el usuario o contraseña están incorrectos.

The image shows a login interface with a red error banner at the top that reads "Su usuario y/o contraseña están incorrectos." Below the banner, the text "Sign in to start your session" is centered. There are two input fields: the first contains the email "agenciaxyz@agencia.com" and the second contains a masked password "\*\*\*\*\*". Below the password field is a "Remember Me" checkbox. To the right is a red "Acceder" button. At the bottom, there are two links: "Olvidé mi contraseña" and "Registrarme".

Nota: Se debe digitar la cuenta de email y la contraseña como fue registrado con sus respectivas letras mayúsculas o minúsculas. De tener algún problema con el ingreso al sistema, favor de comunicarse con el Administrador.

## Proceso de Participación de Piezas

El proceso de Participación de las Piezas por Agencia, consiste varios pasos los cuales se recomienda que se hagan el orden descrito para que el proceso sea más fácil y eficiente:

Paso 1: Creación de Piezas

Paso 2: Subir materiales relacionados a la pieza

Paso 3: Creación de Inscripciones (Individuales y Campañas)

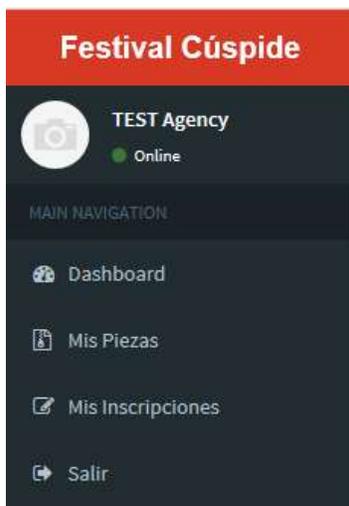
Paso 4: Impresión preliminar de Informes

Paso 5: Finalizar / Calcular Pago/Informes Finales

## Paso 1: Creación de la Pieza Participante

---

Una vez que ingresaste al sistema, verás el Menú en la parte izquierda de la pantalla con las siguientes opciones: Dashboard, Mis Piezas, Mis Inscripciones y Salir.



Selecciona la opción de Mis Piezas para poder iniciar el proceso. Aparece la siguiente pantalla:



### Añadir Piezas

En este punto, es importante saber la información detallada, así como el material de apoyo que será utilizado para explicar cada una de las piezas registradas. Te recomendamos que hagas un inventario de las piezas que necesitas subir y materiales por pieza antes de comenzar con el proceso.

En esta sección verás un listado de las piezas añadidas con sus datos, si no has añadido piezas aun, aparecerá vacía. El proceso de inscripción dependerá de las fechas del período provistas. Si la fecha límite para hacer inscripciones pasó, el sistema no permitirá hacer ningún registro. Para añadir una pieza haz clic en el botón de **AÑADIR PIEZA**.



El registro de la pieza consta de la siguiente información:

### Información de la Pieza

- “Título”:** Registrar el título dado a la Pieza que se está registrando. \*
- “Producto”:** Registrar la descripción del producto presentado del Cliente.
- “Cliente”:** Incluir el nombre del Cliente de la agencia al que pertenece la Pieza.
- “Fecha de Pauta”:** Registrar la fecha en que la pieza fue pautaada. Es importante que la fecha de pauta concuerde con la evidencia de pauta que envían como soporte de la pieza inscrita.
- “NGO”:** Identifica si la pieza fue creada para una organización sin fines de lucro.

\*En el caso de las inscripciones individuales, la inscripción quedará registrada con el Título de la Pieza, en el caso de las Campañas la Inscripción llevará un Título de Campaña, que asignará cuando la inscripción es creada.

The screenshot shows a web interface titled 'Piezas Control panel'. Below the title is a section 'Información de la Pieza' containing several input fields: 'Agencia' (with a dropdown arrow), 'Título' (with a pencil icon), 'Producto' (with a pencil icon), 'Cliente' (with a pencil icon), and 'Fecha de Pauta' (with a calendar icon). At the bottom of the form is a checkbox labeled 'NGO'. An orange callout box points to this checkbox with the text: 'NGO: seleccionar si es para una Organización sin Fines de Lucro'.

Deberás registrar la información completa solicitada por el sistema. Una vez la información esté completada, presionar el botón de **GUARDAR**.

Aparecerá la información registrada y la opción de subir los materiales asociados a la Pieza.

✔ La información ha sido añadida exitosamente.

Subir Material

Materiales



Archivo	Tipo	Tamaño
---------	------	--------

No data available in table



Información de la Pieza

Agencia:	VICOM
Título	Ella.
Producto	Institucional
Cliente	Perfumeria
Fecha de Pauta	10/10/2017
NGO	No

Cancelar

Eliminar

Modificar

Nota: Si una misma Pieza participa en diferentes Inscripciones Individuales (Medios y Categorías) y por Campaña, con que añadas la Pieza una sola vez es suficiente, luego podrás asociar esa Pieza a varias inscripciones.

## Paso 2: Subir materiales relacionados a la Pieza Participante

---

Para añadir material relacionada a la Pieza, dentro de la pantalla de la Pieza, selecciona la opción de **SUBIR MATERIAL.**



Presione el botón que dice **ARCHIVO.**  
Seleccione el "file" a subir de su computadora  
Presione clic en el botón de Open  
Aparecerá el nombre del "file" en la pantalla

En Tipo selecciona si el material a subir es Video, Audio, Grafica/Print, URL, Board, Case Study o Evidencia.

Luego selecciona **Guardar** para subir el archivo.



Aparecerá un mensaje indicando que el material fue creado con éxito.

Piezas Control panel Home > Piezas > Detalles

✔ Todo el material subido ha sido guardado con éxito.

Subir Material

Materiales

Archivo	Tipo	Tamaño
★ Ella grafica.jpg	Gráfica/Print	1.28 MB

Información de la Pieza

**Agencia:** VICOM

**Título:** Ella.

**Producto:** Institucional

**Ciente:** Perfumeria

**Fecha de Pauta:** 10/10/2017

**NGO:** No

Si deseas subir material adicional relacionado a esa pieza. Selecciona nuevamente **Subir Material** y repite el proceso. Puedes subir cuantos materiales sea necesario por pieza. Al momento de hacer la inscripción vas a decidir que material quieres asociar a cada Inscripción.



Seleccione este icono para ver un “preview” del material

Detailed Preview Ella Grafica.jpg (5.01 MB)





Seleccione este icono para eliminar el material

Para añadir una nueva Pieza puedes hacerlo desde esa pantalla seleccionando el botón de **ANADIR PIEZA** o puede ir la sección de Mis Piezas y hacerlo desde allí.

mostrando 10 records por página Search:

ID	Título	Cliente	Producto	Agencia	NGO	Insc.	Materiales.	
417	✓ Ella	Perfumería	Institucional	VICOM	X	8	11	
418	✓ El	Perfumería	Institucional	VICOM	X	6	9	
ID	Título	Cliente	Producto	Agencia	NGO	Insc.	Materiales	

Mostrando página 1 de 1 Previous 1 Next

[Añadir Pieza](#)

¿Qué pasa si creo una pieza y no le añado material?

Puedes crear una pieza y no subir materiales asociados a esa pieza en el momento. En la tabla de piezas aparecerá de esta manera.

La cruz roja al lado del nombre indica que aún no se le ha añadido ningún material. Para añadirle materiales a esa pieza desde la tabla de Piezas, seleccione el icono de archivo (si la pieza no tiene materiales no podrá ser asociada a una inscripción).

mostrando 10 records por página Search:

ID	Título	Cliente	Producto	Agencia	NGO	Insc.	Materiales.	
417	✓ Ella	Perfumería	Institucional	VICOM	X	8	11	
418	✓ El	Perfumería	Institucional	VICOM	X	6	9	
422	✗ Ellos	Perfumería	Institucional	VICOM		0	0	
ID	Título	Cliente	Producto	Agencia	NGO	Insc.	Materiales	

Mostrando página 1 de 1 Previous 1 Next

Te llevará a la pantalla donde puedes añadirle materiales a la pieza. Desde ahí puedes seleccionar la opción de Subir Material para añadirle los archivos.

Piezas Control panel Home > Piezas > Detalles

[Subir Material](#)

Materiales

Archivo	Tipo	Tamaño
No data available in table		

Información de la Pieza

<b>Agencia:</b>	VICOM
<b>Título</b>	Ellos
<b>Producto</b>	Institucional
<b>Cliente</b>	Perfumeria
<b>Fecha de Pauta</b>	10/10/2017
<b>NGO</b>	No

[✕ Cancelar](#) [🗑 Eliminar](#) [✎ Modificar](#)

[➕ Añadir Pieza](#)

Una vez hayas añadido todas las piezas con sus materiales, puedes ir a hacer las Inscripciones.

## Paso 3: Inscripciones

Para realizar las Inscripciones en el Menú Principal ve a la sección de Mis Inscripciones.

### Inscripción Individual

Para realizar una inscripción individual, bajo la sección de "Individual" selecciona el botón de **AÑADIR INSCRIPCIÓN.**

Individual

ID	Medio	Tipo Categoría	Categoría	NGO	Cliente	Producto	Título
No hay inscripciones en estos momentos.							
ID	Medio	Tipo Categoría	Categoría	NGO	Cliente	Producto	Título

[Añadir Inscripción](#)

Seleccione el Medio, la Categoría y Sub Categoría y luego llene los demás campos.

Inscripciones Control panel

Home - Inscripciones - Detalles - Editar

[Cancelar](#) [Añadir Inscripción](#) [Eliminar](#) [Guardar](#)

**Información de Agencia**

Agencia: VICOM

**Información de Inscripción**

Tipo de Inscripción:  
 Individual  
 Campaña

Medio: CÚSPIDE FILM

Categoría: A. PRODUCTOS Y SERVICIOS

Sub Categoría: A01. ARTICULOS PARA EL HOGAR

**Descripción**

Objetivo: a

Implementación: a

Resultados: a

**Información de Créditos**

Director Creativo: Mrs. Director

Director Creativo Asoc.: Mr Director Asoc.

Redactor: Ms Redactora

Información de Inscripción

**Pieza a Inscribir** Seleccionar Pieza

Utilice las cajas en la columna de la extrema izquierda para seleccionar aquellos materiales que deben ser evaluados por el jurado en esta inscripción. Los materiales no seleccionados, quedarán en la inscripción como referencia pero no estarán accesibles para ser considerados por el jurado durante la evaluación.

<input type="checkbox"/>	✓ Ella Evidencia Muestras de Perfume.png	Ella [NGO]	Evidencia		
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ Ella video.mp4	Ella [NGO]	Video		

**Director de Arte**

**Casa Productora**

**Productor de Agencia**

**Director de Agencia**

**Otros Créditos**

En la sección de **Pieza a Inscribir**, debe seleccionar la pieza del inventario de piezas creadas en el paso anterior (en el caso de Inscripciones Individuales es una Pieza y en las Campañas, más de una).

Haga clic sobre el botón de **SELECCIONAR PIEZA** para añadir la pieza correspondiente. En el campo de Pieza seleccione la pieza deseada.

Las piezas aparecen para seleccionar con la siguiente información: Título | Producto | Cliente.

✕

### Seleccionar Pieza

**Pieza**

-- Seleccione la pieza -- ▾

-- Seleccione la pieza --

El | Institucional | Perfumería [NGO]

Ella | Institucional | Perfumería [NGO]

Ellos | Institucional | Perfumería

Una vez seleccione la pieza aparecerá una lista de los materiales relacionados a esa pieza para su selección. Debes seleccionar al menos un material para la inscripción y luego presionar el botón de **SELECCIONAR**.

Seleccionar Pieza

Pieza

Ella | Institucional | Perfumería [NGO]

Archivo

<input type="checkbox"/>	★ Ella audio.mp3	Audio		661.63 KB	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	★ Ella Board Acciones en el Campo.jpg	Board		710.56 KB	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	★ Ella Board Promo Experiencia Consumidor.jpg	Board		6.37 MB	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	★ Ella Board Promo Guerrilla.jpg	Board		6.49 MB	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	★ Ella uso medio.jpg	Board		284.28 KB	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	★ Ella Evidencia Muestras de Perfume.png	Evidencia		3.57 MB	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	★ Ella Evidencia Prensa.jpg	Evidencia		963.04 KB	<input type="checkbox"/>

En la sección de Piezas a Inscribir aparecerá el material seleccionado con la siguiente información: Nombre del Archivo, Título de la Pieza y Tipo de Material.

## Información de Inscripción

Pieza a Inscribir

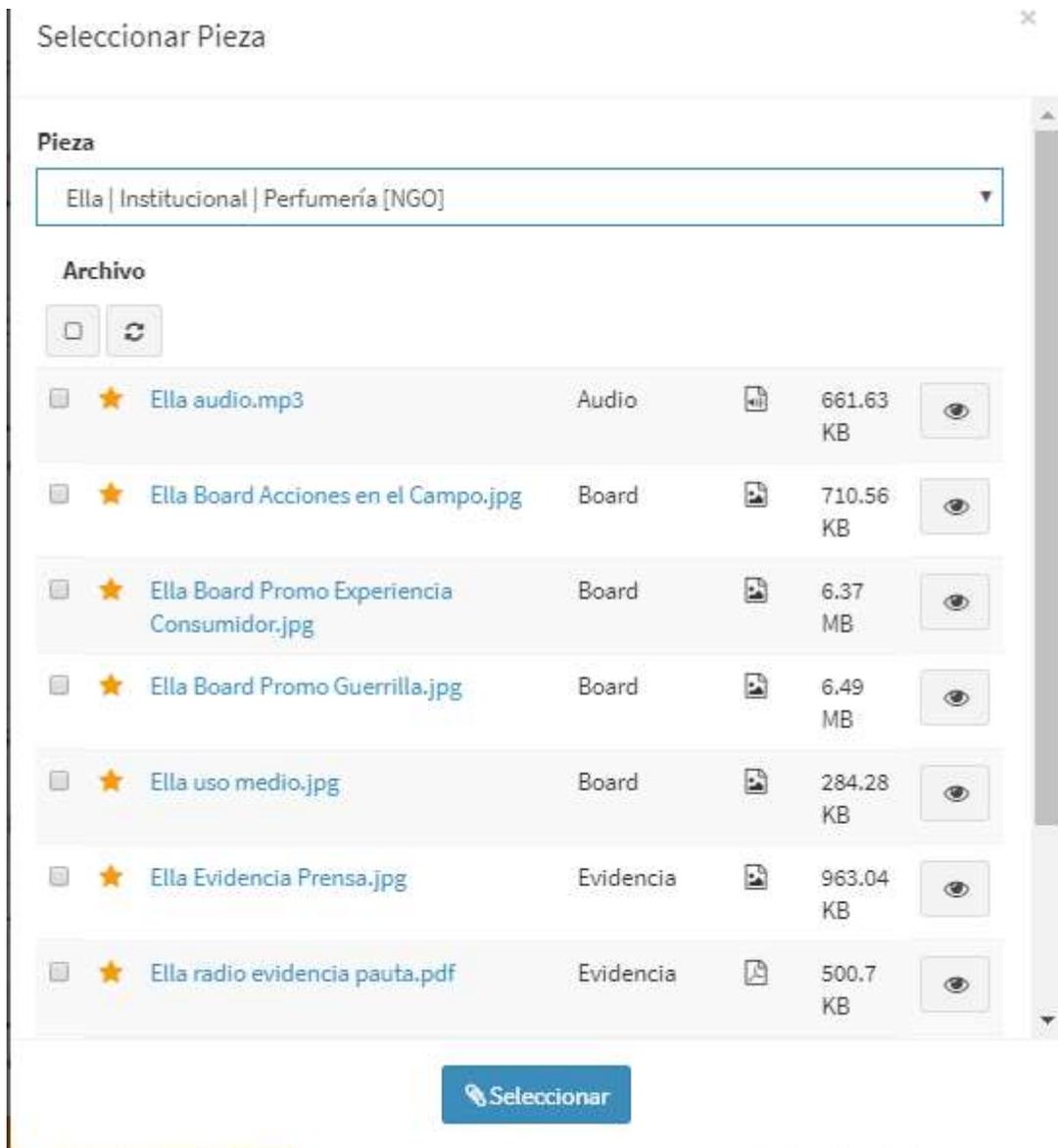
 Seleccionar Pieza

Utilice las cajas en la columna de la extrema izquierda para seleccionar aquellos materiales que deben ser evaluados por el jurado en esta inscripción. Los materiales no seleccionados, quedarán en la inscripción como referencia pero no estarán accesibles para ser considerados por el jurado durante la evaluación.

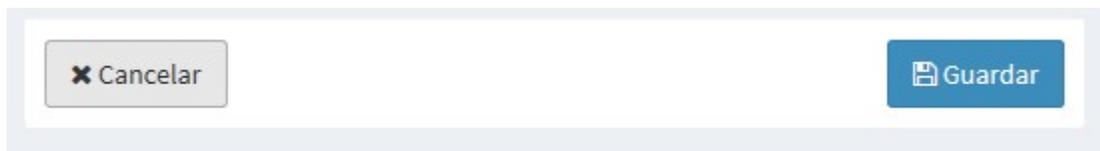
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ Ella video.mp4	Ella [NGO]	Video			
<input type="checkbox"/>	Ella Evidencia Muestras de Perfume.png	Ella [NGO]	Evidencia			

En la columna izquierda aparecen unas cajas (checkboxes) estas son para seleccionar los materiales que la agencia quiere que el jurado vea. Los que NO están seleccionados, formaran parte de la inscripción como referencia, pero el jurado no los verá durante el proceso de votación.

Si quieres añadir material adicional de la misma pieza puedes presionar nuevamente sobre el botón de Seleccionar Pieza. Al seleccionar la misma Pieza, aparecerán solo los materiales que no han sido añadidos. Presione en Seleccionar para añadir el material adicional.



Una vez hayas seleccionado los materiales necesarios para la Inscripción debes seleccionar la Opción de **GUARDAR**, de lo contrario NO se guardarán los cambios.



## Inscripción Campaña

Para hacer la inscripción de una Campaña sigue el mismo proceso que para una inscripción individual y al momento de seleccionar las piezas, añade todas las piezas que pertenecen a la Campaña con sus respectivos materiales.

### 1. Anadir Inscripción

Campaña

ID	Medio	Ciente	Producto	Piezas	Título	
No hay inscripciones en estos momentos.						
ID	Medio	Ciente	Producto	Piezas	Título	

[Añadir Inscripción](#)

### 2. Completar datos y seleccionar los materiales de las piezas que pertenecen a esa Campaña

Inscripciones Control panel Home > Inscripciones > Detalles > Editar

[Cancelar](#) [Añadir Inscripción](#) [Eliminar](#) [Guardar](#)

#### Información de Agencia

Agencia: VICOM

#### Información de Inscripción

Tipo de Inscripción:  
 Individual  
 Campaña

Medio: CÚSPIDE FILM

#### Descripción

Título\*: Pareja

Objetivo: Objetivo

Implementación: Implementación

Resultados: Resultados

### Información de Inscripción

**Pieza a Inscribir** Seleccionar Pieza

Utilice las cajas en la columna de la extrema izquierda para seleccionar aquellos materiales que deben ser evaluados por el jurado en esta inscripción. Los materiales no seleccionados, quedarán en la inscripción como referencia pero no estarán accesibles para ser considerados por el jurado durante la evaluación.

<input type="checkbox"/>	✓	El Evidencia Muestras de Perfume.png	El [NGO]	Evidencia		
<input type="checkbox"/>	✓	El Evidencia Prensa.jpg	El [NGO]	Evidencia		
<input checked="" type="checkbox"/>	✓	El video.mp4	El [NGO]	Video		
<input type="checkbox"/>	✓	Ella Evidencia Prensa.jpg	Ella [NGO]	Evidencia		
<input type="checkbox"/>	✓	Ella radio evidencia pauta.pdf	Ella [NGO]	Evidencia		
<input checked="" type="checkbox"/>	✓	Ella video.mp4	Ella [NGO]	Video		

### Información de Créditos

Director Creativo	Director Creativo	
Director Creativo Asoc.	Director Creativo Asociado	
Redactor	Redactor	
Director de Arte	Director de Arte	
Casa Productora	Casa Productora	
Productor de Agencia	Productor de Agencia	
Director de Agencia	Director de Agencia	
Otros Créditos	Otros Créditos	

Cancelar
 Eliminar
 Guardar

Añadir Inscripción

Recuerda que si quieres añadir materiales mas adelante puedes acceder la inscripción desde Mis Inscripciones y modificarla seleccionando el icono de editar.

Campaña								
	ID	Medio	Cliente	Producto	Piezas	Título		
<input type="checkbox"/>	✓	653	CÚSPIDE FILM	Perfumería	Institucional	1. El - Evidencia 2. El - Evidencia 3. El - Video 4. Ella - Evidencia 5. Ella - Evidencia 6. Ella - Video	Pareja	
<input type="checkbox"/>	✓	654	CÚSPIDE INTEGRATED	Perfumería	Institucional	1. El - Board 2. El - Case Study 3. Ella - Audio 4. Ella - Board 5. Ella - Evidencia 6. Ella - Evidencia 7. Ella - Video	Pareja	
	ID	Medio	Cliente	Producto	Piezas	Título		

¿Qué pasa si le añadí un material equivocado a una inscripción?

Puedes cambiar las piezas que incluiste en una inscripción, para hacerlo debes primero asegurarte de que la pieza que vas a incluir esta subida en el área de piezas. Luego, vas al área de Inscripciones y seleccionas la opción de editar. Desde ahí puedes eliminar los materiales incorrectos y añadir los materiales correctos, al final siempre recuerda guardar los cambios.

EJEMPLO -INSCRIPCION PIEZAS

¿Cómo ingresar este escenario en el SISTEMA?

	Pieza 1	Materiales requeridos		Pieza 2	Materiales requeridos
Título	Ella			El	
Producto	Institucional			Institucional	
Cliente	Perfumería			Perfumería	
Fecha de Pauta	10/10/2017			10/10/2017	
	Film	Ella video + Ella evidencia pauta		Film	El video + evidencia pauta
	Grafica	Ella gráfica + Ella evidencia (clipping)		Grafica	El gráfica + evidencia (clipping)
	Promo & Actvation	EllaBoard Promo Uso de eventos		Promo & Actvation	El Board Experiencia Consumidor
		Ella Board Promo Guerrilla			El Board Guerrilla
		Ella Case Study guerrilla			El case study guerilla
		EllaBoard Promo Experiencia Consumidor			
		Ella evidencia foto promo experiencia			

Campaña Film - Título Pareja
Pieza 1
Ella video
Ella evidencia pauta
Pieza 2
El video
El evidencia pauta
Campaña Integrated - Título Pareja
Pieza 1
Ella video
Ella evidencia pauta
Ella audio
Ella evidencia audio
Ella Board Direct Acciones en el campo
Pieza 2
El case study Promo-Guerrilla
El Board Promo Guerrilla

1. Ingresar Pieza "ELLA"

**Piezas** Control panel

Información de la Pieza

<b>Título</b>	<input type="text" value="Ella"/>	
<b>Producto</b>	<input type="text" value="Institucional"/>	
<b>Ciente</b>	<input type="text" value="Perfumería"/>	
<b>Fecha de Pauta</b>	<input type="text" value="10/10/2017"/>	

NGO

2. Ingresar Materiales Pieza "ELLA" (en este punto va a ingresar TODOS los materiales que estará utilizando para TODAS las inscripciones donde estará participando esta Pieza)



## Materiales



Archivo	Tipo	Tamaño	
★ Ella audio.mp3	Audio	661.63 KB	
★ Ella Board Acciones en el Campo.jpg	Board	710.56 KB	
★ Ella Board Promo Experiencia Consumidor.jpg	Board	6.37 MB	
★ Ella Board Promo Guerrilla.jpg	Board	6.49 MB	
★ Ella case study.mp4	Video	76.7 MB	
★ Ella Evidencia Muestras de Perfume.png	Evidencia	3.57 MB	
★ Ella Evidencia Prensa.jpg	Evidencia	963.04 KB	
★ Ella Grafica.jpg	Gráfica/Print	5.01 MB	
★ Ella radio evidencia pauta.pdf	Evidencia	500.7 KB	
★ Ella uso medio.jpg	Board	284.28 KB	
★ Ella video.mp4	Video	31.79 MB	



Paso 3. Ingresar Pieza "EL"

**Piezas** Control panel

---

Información de la Pieza

<b>Título</b>	<input type="text" value="El"/>	
<b>Producto</b>	<input type="text" value="Institucional"/>	
<b>Cliente</b>	<input type="text" value="Perfumería"/>	
<b>Fecha de Pauta</b>	<input type="text" value="10/10/2017"/>	

NGO

Paso 4. Ingresar los materiales asociados a la Pieza "EL"

 Subir Material

Materiales

Archivo	Tipo	Tamaño	
★ El Board Acciones en el Campo.jpeg	Board	860.73 KB	
★ El Board Promo Experiencia Consumidor.jpg	Board	6.37 MB	
★ El Board Promo Guerrilla.jpg	Board	6.49 MB	
★ El case study.mp4	Case Study	76.7 MB	
★ El Evidencia Muestras de Perfume.png	Evidencia	3.57 MB	
★ El Evidencia Prensa.jpg	Evidencia	1021.13 KB	
★ El grafica.jpg	Gráfica/Print	4.61 MB	
<input type="checkbox"/> ★ El uso medio.jpg	Board	233.25 KB	<input type="checkbox"/>
★ El video.mp4	Video	30.69 MB	

Ahora que tienes todas sus piezas ingresadas con sus materiales, puedes hacer tus Inscripciones.

## Paso 4. Inscripciones Pieza “ELLA”

### A. Film

Entrar toda la información de la Inscripción, seleccionar la Pieza que participará en esa Inscripción y de la lista de materiales previamente ingresados, SOLO los que aplican a esta inscripción basado en el Medio/Categoría.

The screenshot displays the 'Inscripciones' control panel with the following sections:

- Información de Inscripción:** Includes 'Tipo de Inscripción' (Individual selected, Campaña), 'Medio' (CÚSPIDE FILM), 'Categoría' (A. PRODUCTOS Y SERVICIOS), and 'Sub Categoría' (A01. ARTICULOS PARA EL HOGAR).
- Descripción:** Fields for 'Objetivo', 'Implementación', and 'Resultados', each containing the letter 'a'.
- Información de Créditos:** Fields for 'Director Creativo', 'Director Creativo Asoc.', 'Redactor', 'Director de Arte', 'Casa Productora', 'Productor de Agencia', 'Director de Agencia', and 'Otros Créditos', all containing placeholder text.
- Pieza a Inscribir:** A section with a 'Seleccionar Pieza' button highlighted in a red box. Below it is a blue instruction box: 'Utilice las cajas en la columna de la extrema izquierda para seleccionar aquellos materiales que deben ser evaluados por el jurado en esta inscripción. Los materiales no seleccionados, quedarán en la inscripción como referencia pero no estarán accesibles para ser considerados por el jurado durante la evaluación.'
- Material List:** A table with two rows of materials: 'Ella Evidencia Muestras de Perfume.png' and 'Ella video.mp4', both with a checked status and 'Ella' as the name.

Navigation and action buttons include 'Cancelar', 'Guardar', 'Eliminar', and 'Guardar' at the bottom of the interface.

## B. Gráfica

Repetir el proceso para la próxima Inscripción:

Añadir nueva Inscripción, ingresar datos, seleccionar Pieza y seleccionar materiales requeridos para esa Inscripción particular.

**Tipo de Inscripción**

Individual  
 Campaña

**Medio** CÚSPIDE GRÁFICA

**Categoría** A. PRODUCTOS Y SERVICIOS

**Sub Categoría** A01. ARTICULOS PARA EL HOGAR

**Objetivo** a

**Implementación** a

**Resultados** a

**Información de Inscripción**

**Pieza a Inscribir** [Seleccionar Pieza](#)

Utilice las cajas en la columna de la extrema izquierda para seleccionar aquellos materiales que deben ser evaluados por el jurado en esta inscripción. Los materiales no seleccionados, quedarán en la inscripción como referencia pero no estarán accesibles para ser considerados por el jurado durante la evaluación.

<input checked="" type="checkbox"/>	✓ Ella Evidencia Prensa.jpg	Ella			
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ Ella Grafica.jpg	Ella			

**Información de Créditos**

**Director Creativo** a

**Director Creativo Asoc.** a

**Redactor** a

**Director de Arte** a

**Casa Productora** a

**Productor de Agencia** a

**Director de Agencia** a

**Otros Créditos** a

### C. Promo & Activation

Repetir el proceso para la próxima Inscripción:

Añadir nueva Inscripción, ingresar datos, seleccionar Pieza y seleccionar materiales requeridos para esa Inscripción particular.

The screenshot shows a web interface for creating a registration. It is divided into several sections:

- Información de Inscripción (Top Left):** Includes radio buttons for 'Individual' (selected) and 'Campaña'. Dropdown menus for 'Medio' (CÚSPIDE PROMO & ACTIVATION), 'Categoría' (A. ACTIVACIONES), and 'Sub Categoría' (A01. USO DE EVENTOS Y ACCIONES PROMOCIONALES).
- Descripción (Top Right):** Three text input fields for 'Objetivo', 'Implementación', and 'Resultados', each with an edit icon.
- Información de Créditos (Middle Right):** A list of roles with corresponding text input fields and edit icons: Director Creativo, Director Creativo Asoc., Redactor, Director de Arte, Casa Productora, Productor de Agencia, Director de Agencia, and Otros Créditos.
- Pieza a Inscribir (Middle Left):** A button labeled 'Seleccionar Pieza'.
- Material Selection (Bottom Left):** A blue box with instructions: 'Utilice las cajas en la columna de la extrema izquierda para seleccionar aquellos materiales que deben ser evaluados por el jurado en esta inscripción. Los materiales no seleccionados, quedarán en la inscripción como referencia pero no estarán accesibles para ser considerados por el jurado durante la evaluación.' Below this is a table of materials:

Material	Nombre	Acciones
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ Ella Board Promo Experiencia Consumidor.jpg	Ella [Icono] [Ojo] [Borrador]
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ Ella Board Promo Guerrilla.jpg	Ella [Icono] [Ojo] [Borrador]
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ Ella case study.mp4	Ella [Icono] [Ojo] [Borrador]
<input type="checkbox"/>	✓ Ella Evidencia Muestras de Perfume.png	Ella [Icono] [Ojo] [Borrador]
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ Ella uso medio.jpg	Ella [Icono] [Ojo] [Borrador]

At the bottom right, there are buttons for 'Cancelar', 'Eliminar', and 'Guardar'.

Se debe repetir hasta que se completen todas las Inscripciones relacionadas a la Pieza "ELLA". Nótese que no importa el número de Medios y Categorías donde vaya a competir, solo se ingresó una sola Pieza llamada "ELLA" con todos los materiales y a medida que se crean las inscripciones se van relacionando los que aplican.

## Paso 5. Inscripciones Pieza “EL”

### A. FILM

Entrar toda la información de la Inscripción, seleccionar la Pieza que participará en esa Inscripción y de la lista de materiales previamente ingresados, SOLO los que aplican a esta inscripción basado en el Medio/Categoría.

**Información de Inscripción**

Tipo de Inscripción

Individual  
 Campaña

Medio: CÚSPIDE FILM

Categoría: A. PRODUCTOS Y SERVICIOS

Sub Categoría: A01. ARTICULOS PARA EL HOGAR

---

**Información de Inscripción**

Pieza a Inscribir Seleccionar Pieza

Utilice las cajas en la columna de la extrema izquierda para seleccionar aquellos materiales que deben ser evaluados por el jurado en esta inscripción. Los materiales no seleccionados, quedarán en la inscripción como referencia pero no estarán accesibles para ser considerados por el jurado durante la evaluación.

<input checked="" type="checkbox"/>	✓ El Evidencia Prensa.jpg	El			
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ El video.mp4	El			

**Descripción**

Objetivo:

Implementación:

Resultados:

---

**Información de Créditos**

Director Creativo:

Director Creativo Asoc.:

Redactor:

Director de Arte:

Casa Productora:

Productor de Agencia:

Director de Agencia:

### B. Gráfica

Repetir el proceso para la próxima Inscripción:

Añadir nueva Inscripción, ingresar datos, seleccionar Pieza y seleccionar materiales requeridos para esa Inscripción particular.

### Información de Inscripción

**Tipo de Inscripción**

Individual  
 Campaña

**Medio**

**Categoría**

**Sub Categoría**

---

### Información de Inscripción

**Pieza a Inscribir**

Utilice las cajas en la columna de la extrema izquierda para seleccionar aquellos materiales que deben ser evaluados por el Jurado en esta inscripción. Los materiales no seleccionados, quedarán en la inscripción como referencia pero no estarán accesibles para ser considerados por el jurado durante la evaluación.

<input checked="" type="checkbox"/>	✓ El Evidencia Prensa.jpg	El			
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ El grafica.jpg	El			

### Descripción

**Objetivo**

**Implementación**

**Resultados**

---

### Información de Créditos

**Director Creativo**

**Director Creativo Asoc.**

**Redactor**

**Director de Arte**

**Casa Productora**

**Productor de Agencia**

**Director de Agencia**

### C. Promo & Activation

Repetir el proceso para la próxima Inscripción:

Añadir nueva Inscripción, ingresar datos, seleccionar Pieza y seleccionar materiales requeridos para esa Inscripción particular.

### Información de Inscripción

**Tipo de Inscripción**

Individual  
 Campaña

**Medio**

**Categoría**

**Sub Categoría**

### Descripción

**Objetivo**

**Implementación**

**Resultados**

---

### Información de Inscripción

**Pieza a Inscribir** Seleccionar Pieza

Utilice las cajas en la columna de la extrema izquierda para seleccionar aquellos materiales que deben ser evaluados por el jurado en esta inscripción. Los materiales no seleccionados, quedarán en la inscripción como referencia pero no estarán accesibles para ser considerados por el jurado durante la evaluación.

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	El Board Promo Experiencia Consumidor.jpg	El			
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	El Board Promo Guerrilla.jpg	El			
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	El case study.mp4	El			

### Información de Créditos

**Director Creativo**

**Director Creativo Asoc.**

**Redactor**

**Director de Arte**

**Casa Productora**

**Productor de Agencia**

**Director de Agencia**

**Otros Créditos**

✕ Cancelar
🗑 Eliminar
Guardar

Se debe repetir hasta que se completen todas las Inscripciones relacionadas a la Pieza “EL”. Nótese que no importa el número de Medios y Categorías donde vaya a competir, solo se ingresó una sola Pieza llamada “EL” con todos los materiales y a medida que se crean las inscripciones se van relacionando los que aplican.

## Inscripciones de Campañas

### 1. Campaña Film - Título Pareja

Para esta campaña como ya las piezas están ingresadas, no hay que añadir piezas sino crear la Inscripción Tipo Campaña. Al igual que con la Inscripción Individual, va a crear la Inscripción, ingresar los datos y seleccionar las piezas (a diferencia de Individual en la Campaña puede seleccionar materiales de distintas piezas).

Información de Inscripción

Tipo de Inscripción

Individual

Campaña

Medio: CÚSPIDE FILM

Información de Inscripción

Pieza a Inscribir [Seleccionar Pieza](#)

Utilice las cajas en la columna de la extrema izquierda para seleccionar aquellos materiales que deben ser evaluados por el jurado en esta inscripción. Los materiales no seleccionados, quedarán en la inscripción como referencia pero no estarán accesibles para ser considerados por el jurado durante la evaluación.

<input type="checkbox"/>	✓ El Evidencia Muestras de Perfume.png	El			
<input type="checkbox"/>	✓ El Evidencia Prensa.jpg	El			
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ El video.mp4	El			
<input type="checkbox"/>	✓ Ella Evidencia Prensa.jpg	Ella			
<input type="checkbox"/>	✓ Ella radio evidencia pauta.pdf	Ella			
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ Ella video.mp4	Ella			

Descripción

Título\* Pareja

Objetivo Objetivo

Implementación Implementación

Resultados Resultados

Información de Créditos

Director Creativo Director Creativo

Director Creativo Asoc. Director Creativo Asociado

Redactor Redactor

Director de Arte Director de Arte

Casa Productora Casa Productora

Productor de Agencia Productor de Agencia

Director de Agencia Director de Agencia

Otros Créditos Otros Créditos

[Cancelar](#) [Eliminar](#) [Guardar](#)

La columna marcada, indica a cuál pieza pertenece el material incluido. En esta campaña hay materiales de las piezas ELLA y EL.

## 2. Campaña Integrated - Título Pareja

Para crear otra campana, solo hay que añadir otra inscripción tipo Campana y seleccionar los materiales de las piezas participantes.

### Información de Inscripción

**Tipo de Inscripción**

Individual  
 Campaña

**Medio**

### Información de Inscripción

**Pieza a Inscribir**

Utilice las cajas en la columna de la extrema izquierda para seleccionar aquellos materiales que deben ser evaluados por el jurado en esta inscripción. Los materiales no seleccionados, quedarán en la inscripción como referencia pero no estarán accesibles para ser considerados por el jurado durante la evaluación.

<input checked="" type="checkbox"/>	✓ El Board Promo Guerrilla.jpg	El		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ El case study.mp4	El		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ Ella audio.mp3	Ella		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ Ella Board Acciones en el Campo.jpg	Ella		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	✓ Ella Evidencia Prensa.jpg	Ella		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	✓ Ella radio evidencia pauta.pdf	Ella		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	✓ Ella video.mp4	Ella		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Descripción

**Título\***

**Objetivo**

**Implementación**

**Resultados**

### Información de Créditos

**Director Creativo**

**Director Creativo Asoc.**

**Redactor**

**Director de Arte**

**Casa Productora**

**Productor de Agencia**

**Director de Agencia**

**Otros Créditos**

## Requisitos para los Medios que requieren Videos y/o Boards

Nota: No dejes de leer cuidadosamente el reglamento, pues el mismo contiene más detalles sobre los tamaños, formatos, restricciones etc. de cómo se debe inscribir cada pieza. Este documento es solo un apoyo al reglamento.

### VIDEOS PARA EL PROCESO DE JURADO

- Los videos de los casos tienen que durar 2 MINUTOS. Si tu caso tiene videos de contenido (película, documentales etc.) podrás someterlo como material de apoyo. Usa los dos minutos del video para explicar la idea, los resultados (si aplica), etc.
- Recuerda que es el mismo jurado el que ve todas las categorías, por eso es altamente recomendable que si vas a someter una misma idea en diferentes categorías, modifiques el caso para cada categoría.

Por ejemplo, si la idea que vas a someter tiene varias vertientes, tiene una promoción, mercadeo directo, relaciones públicas y digital. Cuando lo sometes en la categoría de Cyber dedícale más tiempo en el video explicando por qué es una gran idea digital.

Cuando lo sometas en Promo, explica más la promoción etc. Resalta aquello que es pertinente a la categoría que sometiste y deja las demás vertientes del caso a un segundo plano

- \*Si no es posible modificar el video por categoría, será requerido que (además de someter el video que sometiste a las otras categorías) hagas un “board” modificado por cada categoría.

Ojo: El jurado parará el video luego de los dos minutos.

Excepción: Solo para la categoría de Integrated & Titanium el video puede durar hasta 3 minutos.

### VIDEO PARA PREMIACIÓN

- Si tu caso es seleccionado como ganador se te estará pidiendo que hagas una edición del video a 1 minuto (te daremos un espacio de 2 a 3 días para hacerlo). De no hacerlo sólo se estará presentando el board y el público presente no podrá apreciar bien porqué tu idea fue premiada.

### TIPS PARA LOS VIDEO:

- Las locuciones coherentes sobre el video son efectivas si se acompañan con visuales claros y auto explicativos.
- Evita tener al creativo explicando la campaña en cámara.
- NO debes mencionar a la agencia o las personas involucradas en la campaña, ni de forma visual, ni verbal. Trata de llamar la atención del jurado al principio del video exponiendo cuál es la gran idea y luego vas al detalle de la misma.

## Guías para Contenido de Board o Video por Medio

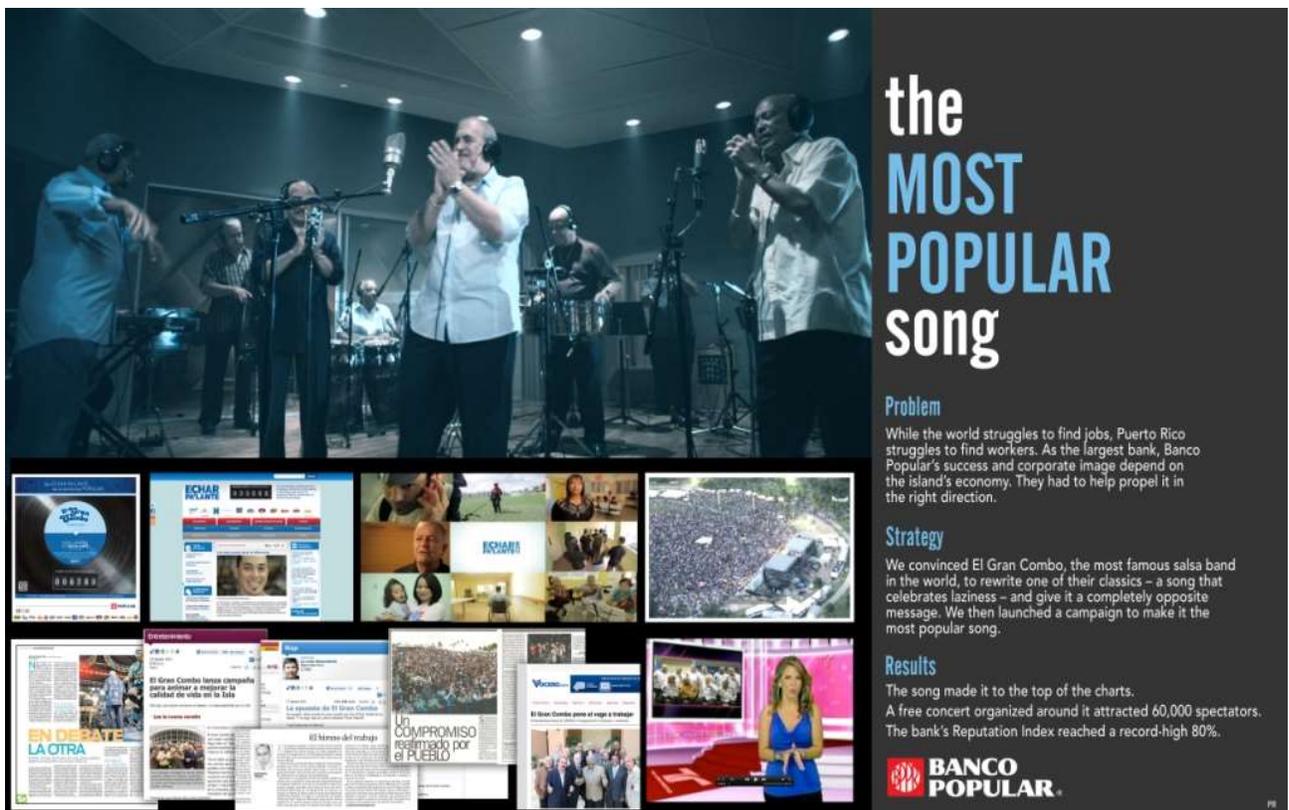
Usa como guía las siguientes preguntas para que te asegures que tu video o board esté adecuadamente modificado:

NO pongas las preguntas en el video o “board”. Son solo una guía.

Para mayor referencia de ejemplos, puedes acceder a los links bajo la sección de “Casos por Categoría (ganadores en Cannes)”

### CÚSPIDE IMAGEN

- Describe la situación, el problema o el conflicto que el esfuerzo buscaba resolver.
- Cuenta cual era el objetivo que se quería lograr con la campaña.
- Describe cual fue la estrategia que se utilizó para lograr el objetivo.
- Explica cuáles fueron los resultados logrados por la campaña.
- Aunque en esta categoría el jurado estará dándole mayor énfasis a la idea detrás del esfuerzo es necesario mostrar algún tipo de resultado logrado por el proyecto.



**the MOST POPULAR song**

**Problem**  
While the world struggles to find jobs, Puerto Rico struggles to find workers. As the largest bank, Banco Popular's success and corporate image depend on the island's economy. They had to help propel it in the right direction.

**Strategy**  
We convinced El Gran Combo, the most famous salsa band in the world, to rewrite one of their classics – a song that celebrates laziness – and give it a completely opposite message. We then launched a campaign to make it the most popular song.

**Results**  
The song made it to the top of the charts.  
A free concert organized around it attracted 60,000 spectators.  
The bank's Reputation Index reached a record-high 80%.

**BANCO POPULAR**

## CÚSPIDE DIRECT RESPONSE

- Describe el objetivo detrás de la campaña.
- Describe la solución creativa en referencia a los resultados deseados.
- Describe cuál fue la respuesta del consumidor.

**Share a 'Coke' with**  
name here

**Challenge**  
With 50% of teens and young adults having not enjoyed a 'Coke-Coke' in the previous month alone, we had to reconnect with Australians.

**Idea**  
We printed the 150 most popular Australian names on 'Coke' bottles and invited Australians to 'Share a Coke'. And with our communications encouraging participation and providing people the tools to find, connect and share, 'Coke' once more became part of Australians coming together.

**Results**  
In three months:  
- Young Adult consumption increased 7%  
- Volume increased 4%  
- 3% more Aussies enjoying 'Coke'

**Interactive Billboard**  
1,001 unique names displayed over 12 hours

**Custom Can Kiosks**  
378,000 extra cans printed at kiosks

**Crowdsourced TVCs**  
25 unique crowdsourced TVCs featuring photos from fans

**Facebook**  
127m earned impressions on Facebook  
Number 1 most talked about Facebook page in Australia  
670% increase in Facebook traffic

**63,000 nominations**  
15,000 votes  
50 new names

**76,000 virtual cans shared**

**12 MILLION EARNED IMPRESSIONS**  
242 PR PIECES-REACH OF 14 MILLION

**Media partners:** Herald Sun, Daily Telegraph, ABC, SBS, 7NEWS, 9NEWS, 10NEWS, 11NEWS, 12NEWS, 13NEWS, 14NEWS, 15NEWS, 16NEWS, 17NEWS, 18NEWS, 19NEWS, 20NEWS, 21NEWS, 22NEWS, 23NEWS, 24NEWS, 25NEWS, 26NEWS, 27NEWS, 28NEWS, 29NEWS, 30NEWS, 31NEWS, 32NEWS, 33NEWS, 34NEWS, 35NEWS, 36NEWS, 37NEWS, 38NEWS, 39NEWS, 40NEWS, 41NEWS, 42NEWS, 43NEWS, 44NEWS, 45NEWS, 46NEWS, 47NEWS, 48NEWS, 49NEWS, 50NEWS, 51NEWS, 52NEWS, 53NEWS, 54NEWS, 55NEWS, 56NEWS, 57NEWS, 58NEWS, 59NEWS, 60NEWS, 61NEWS, 62NEWS, 63NEWS, 64NEWS, 65NEWS, 66NEWS, 67NEWS, 68NEWS, 69NEWS, 70NEWS, 71NEWS, 72NEWS, 73NEWS, 74NEWS, 75NEWS, 76NEWS, 77NEWS, 78NEWS, 79NEWS, 80NEWS, 81NEWS, 82NEWS, 83NEWS, 84NEWS, 85NEWS, 86NEWS, 87NEWS, 88NEWS, 89NEWS, 90NEWS, 91NEWS, 92NEWS, 93NEWS, 94NEWS, 95NEWS, 96NEWS, 97NEWS, 98NEWS, 99NEWS, 100NEWS

**How a bank changed the public's perception of it in a single day.**

**BACKGROUND:**  
The Australian public has always believed their 4 biggest banks work together, eliminating competition. As a result they've refused to notice one of them, the National Australia Bank (NAB) had actually spent 2 years becoming fairer and more competitive.

**IDEA:**  
Instead of fighting the perception of the banks being together, we embraced it by letting the public witness **NAB break up with the other banks.**

**RESULTS:**  
The break up received **\$5 million of earned media** in a single day. **It transformed the public's perception of NAB** and has resulted in **78% increase weekly in home loan enquiries** and **100% increase weekly in credit card applications.**

**Dear CommBank, ANZ & Westpac, You're dumped. NAB.**

**THE NAB BREAK UP**

**NAB breaks news**  
NAB breaks news. Details people thought it was just by results.

**It's over between us.**  
And they saw the full news break up banner in every major newspaper in Australia.

**Bankers break up in Melbourne**  
People then found out 80 mins of NAB bankers breaking up with other bankers all around the country.

**At the same time, the break up resulted with the other banks confronting their officials, their long term partners, in the most direct way to the sky - all feeling the media more so much.**

**Everything could be viewed on the news in 1 hour following all of NAB's changes. A set could break up with each other on set.**

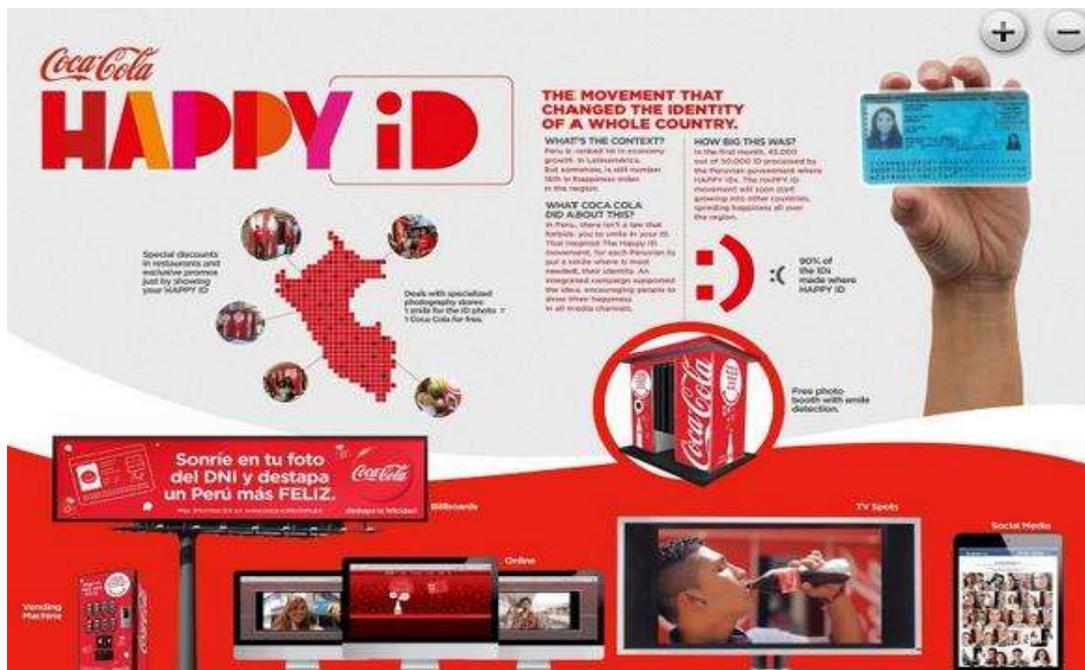
**NAB breaks records with campaign**  
The break up campaign dominated the Australian media. On the day it was 1000000+ hits on the blog and was the most tweeted topic in the nation.

## CÚSPIDE CYBER

- Describe el objetivo detrás de la página, medio interactivo, video “online”, aplicación móvil, o campaña de redes sociales.
- Explica los recursos usados para lograr este objetivo y cómo funcionaron en conjunto. Considera el contenido, estructura y navegación, diseño visual, funcionalidad, interactividad, integración, “engagement” y experiencia en general.
- Explica qué métricas mejor describen el éxito de la pieza o campaña. Provee resultados específicos.  
Consejos para someter tu video “online” (Spots de video digitales hechos para internet):
- Las piezas en esta sección deben ser presentadas de modo que el jurado pueda ver cómo el individuo fue dirigido al video. Ejemplo: Publicado en un “website”, compartido por e-mail, por medio de una plataforma social, etc. Si el video original no está disponible en línea, por favor someter la pieza en jpeg mostrando cómo el video fue originalmente publicado.
- Videos que fueron lanzados *online* y en TV/CINEMA no cualifican (ver categorías de FILM y FILM CRAFT).
- Si publicaron dos versiones diferentes en TV y *online*, debe someter el ejemplo del video en CYBER. No someta el archivo de la versión que fue lanzada por TV.

### CÚSPIDE MEDIA

- Describe por qué esto es un uso excepcional de los medios.
- Explica cuál fue ese “unique insight” que le dio forma a la idea y cómo es relevante para la audiencia y para la marca.
- Describe cuáles fueron los diferentes medios utilizados y cómo estos trabajaron juntos para maximizar la campaña.



Why wait until it's too late? Say something wonderful today.

Commercial with hidden camera

Dear

Dear Daddy,  
You're the best dad in the world.  
I love you  
xxx Puck

Dear... [Newspaper clipping text]



ANZ Bank is Principal Partner of the Sydney Gay and Lesbian Mardi Gras. We wanted to show the bank's support and spread their message of diversity and inclusion.

## So we turned ATMs into GAYTMs.

Hand-crafted using rhinestones, sequins, studs, leather, denim and fur.



Design	Support	Results
	Transaction fees were donated to an LGBTI charity.	Media impressions: <b>62+ million</b>
		News coverage: <b>Every commercial TV channel in Australia</b>
	Street posters:	International media: <b>70+ countries</b>
	Receipts:	Blog and online: <b>100+ articles</b>
	Social conversation:	Tour buses re-routed to pass GAYTMs
		ANZ ATM receipt rolls normally last 3 weeks First rainbow GAYTM roll lasted 1 hour

SEE CASE STUDY VIDEO



## CÚSPIDE OUTDOOR

- Explica por qué esta idea es una excelente ejecución de OUTDOOR vs. otro medio.
- Explica cuál fue el impacto creado por la pieza.
- Es REQUISITO incorporar en “board” fotos de dónde fue ubicada la pieza e identificar cuál es el medio ( flyer, Zoom Media, afiche, “bus shelter”, ect.)
- De ser posible, enviar la pieza física.
- No todas las piezas sometidas en esta categoría requieren de un video explicativo para entender plenamente la idea. Hay ejecuciones creativas más complejas que sí lo requieren como las instalaciones interactivas, construcciones especiales etc.

# A STRONG DISH

## THE DEATH PENALTY IS ON THE TABLE

For the first time in a century, Puerto Rico faces the possibility of death penalty. To avoid it, Amnesty International needed to shift public opinion fast.

## AT THE FOOD COURT

We convinced James Reynolds to reshoot his known series exclusively depicting the last meals of 5 innocent men, wrongfully executed in the US. The message was placed on fast food trays in leading food courts.



WHAT WOULD YOU ORDER FOR YOUR LAST MEAL?  
THIS WAS LEO JAMES' LAST MEAL. EXECUTED IN 1998. PRESUMED INNOCENT SINCE 1993.

## RESULTS:

- Achieved 9,000 direct impressions weekly per venue, in the right place at the right time.
- Surpassed goal of signatures in just two weeks.

Combined media impact of campaign:

- 1.5 million impressions on Facebook.
- 3.5 million of non-paid media impressions.
- 6.6 million social media impressions.
- 400% increase Twitter mentions.
- On March 23rd, a jury denies capital punishment on a mayor case.
- On April 10th 2013 mayor Newspaper reports 57% opposition to the death penalty.



**AMNESTY INTERNATIONAL**

A strong reaction to the death penalty.

# Home plus subway virtual store

## BACKGROUND

In South Korea, Tesco Homeplus has a fewer number of stores compared to No.1 company E-mart. Koreans tend to shop in stores near their homes just because it's more convenient and reachable. As a result, No.2 company Tesco Homeplus had to overcome the obstacle - a fewer number of stores.

## MISSION

Could we become No. 1 without increasing the number of stores?

## IDEA

### Let the store come to people!

We created virtual stores hoping to blend into people's everyday lives. Our first try was subway stations. Although virtual, the displays were exactly the same as actual stores - from the display to merchandise. Only one thing was different, people use smart phones to shop.



### This is how it works.

- 1 You scan the QR code of product with your phone,
- 2 The product automatically lands in your online cart.
- 3 When the online purchase is done, it is delivered to your door right after you get home.



## RESULT

People can shop at Tesco Homeplus wherever they go, not having to visit the actual store. Moreover, they could change their waiting time to shopping time. After this campaign, online sales increased tremendously. 10,287 consumers visited the online Homeplus mall using smartphones. The number of new registered members rose by 76%, and sales increased 130%. Currently, Homeplus has become No.1 in on-line market and is a very close 2nd offline.



PRINCIPLE 5

## ON (NOT IN) THE WAY

37

### IBM Smart Ideas for Smarter Cities

One of the greatest examples of the evolution of marketing from disruptive product-based selling to an on the way thought leadership campaign is IBM's work with Smarter Cities. The brand's campaign is a centrifuge of inspiration and helpful content meant to inspire the world's leaders to imagine solutions to some of the world's greatest problems.

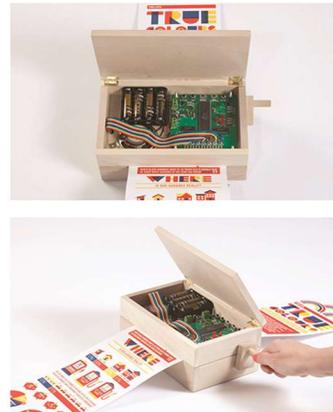
As an extension of the campaign, IBM launched a series of outdoor ads around Paris that double as a bench, a shelter or a ramp. The functional twist on otherwise interruptive advertising delivers perfectly on the sentiment behind IBM's Smarter Cities campaign.



IBM JACK MORTON

## CÚSPIDE DESIGN

- Explica por qué esta idea es un excelente uso del diseño.
- Describe cuál es la idea conceptual detrás del diseño.
- Explica como el diseño comunica el mensaje de la marca/producto.
- No todas las piezas sometidas en esta categoría requieren de un video explicativo para entender plenamente la idea.
- Recomendable enviar la pieza física.



## CHANGE YOUR TUNE

OFM is a regional radio station, based in Bloemfontein, broadcasting via 21 transmitters between 94 and 97fm.

**Challenge:** OFM are not top of mind when it comes to media partners and advertising agencies. Their challenge was to encourage OFM to change your tune by changing the old, stale perceptions of OFM that many harboured and to subsequently increase advertising revenue.

**Solution:** To support a high impact strategy that would be both visually arresting and memorable, we created 100 unique music boxes that were sent to the top media and advertising agencies in the country. Each music box included a cassette that, when played in the box and wound, would play a tune and each week's theme was addressed through song using lyrics as an indication of theme and relevance. The copy that followed on the sheet sought to make micro-messages by giving the media partner all the information needed to change their minds. Detailed diagrams accompanied the text so that the information was delivered in an engaging, interactive way.



**CÚSPIDE TITANIUM**

- En esta categoría el video explicativo es compulsorio.
- El mismo no debe durar más de tres (3) minutos.
- No “boards”.

**CÚSPIDE INTEGRATED**

- En esta categoría el video explicativo es compulsorio.
- El mismo no debe durar más de tres (3) minutos
- No “boards”.
- Deberás someter las piezas de cada medio en la cual la idea fue ejecutada.

## Casos por Categoría (ganadores en Cannes)

### CÚSPIDE RELACIONES PÚBLICAS

<https://www.youtube.com/watch?v=sjKEew4dKc8>

<https://www.youtube.com/watch?v=F31Bgpz0r6o>

### CÚSPIDE DIRECT RESPONSE

[https://www.youtube.com/watch?v=BDbvAEcP\\_2k](https://www.youtube.com/watch?v=BDbvAEcP_2k)

<https://www.youtube.com/watch?v=gVTUZxWMPk>

### CÚSPIDE CYBER

<https://www.youtube.com/watch?v=E5LPz5UmzC8>

<https://www.youtube.com/watch?v=9hhyTNMlyUg>

### CÚSPIDE MEDIA

<https://www.youtube.com/watch?v=BHJvuWZdlZ4>

<https://www.youtube.com/watch?v=9SlizcPFHnk>

### CÚSPIDE PROMO AND ACTIVATION

<https://www.youtube.com/watch?v=1wnjiZHZ2PA>

<https://www.youtube.com/watch?v=4pKFQwlgUIA>

<https://www.youtube.com/watch?v=HhRRi8iLL0o&list=PLJ-sBN7ED9GEzFYgTX9gfZzStLumU0Su0>

### CÚSPIDE OUTDOOR

<https://www.youtube.com/watch?v=6NzZtRVuPg4>

<https://www.youtube.com/watch?v=rCaHVPyAVHU>

<https://www.youtube.com/watch?v=LeGuFxoWAeY>

### CÚSPIDE DESIGN

<https://www.youtube.com/watch?v=SlbYyefszWk>

<https://www.youtube.com/watch?v=qnYBcNAxy4o>

<https://www.youtube.com/watch?v=hm0tRDW9wgl>

### CÚSPIDE TITANIUM

<https://www.youtube.com/watch?v=0ZTPCoQ4jl>

<https://www.youtube.com/watch?v=zBvc6-hFi8>

<https://www.youtube.com/watch?v=KzMx-hATKwQ>

### CÚSPIDE INTEGRATED

<https://www.youtube.com/watch?v=Sl1r5bnNmtc>

[https://www.youtube.com/watch?v=IxZ\\_ZznO2ek](https://www.youtube.com/watch?v=IxZ_ZznO2ek)

Una vez realizado el registro de inscripciones de todas las piezas a participar por la Agencia. Puede proceder a ejecutar el Paso 3: Impresión preliminar de formularios y validación de piezas.

## Paso 4: Impresión preliminar de informes

La impresión preliminar de los formularios de las participaciones registradas tiene el propósito de verificar la información de cada una de las piezas ya que podrás modificar e incorporar información antes de ser sometida como participación final.

**Inventario:** Contiene una lista completa de las inscripciones sometidas en línea, incluye el total de participaciones y la cantidad total a pagar.

**Formularios:** Te permite imprimir todos los formularios de participación de las piezas inscritas.

En la sección de Dashboard, haz clic en cada botón para imprimir los informes correspondientes.



Dashboard Award 2017 Control panel

Inscripciones

# Medio	Inscripciones	Cantidad
1. CÚSPIDE FILM	1	\$140.00
<b>Subtotal</b>	<b>1</b>	<b>\$140.00</b>
2. Campaña - CÚSPIDE FILM	1	\$150.00
<b>Subtotal</b>	<b>1</b>	<b>\$150.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>\$290.00</b>

Finalizar Imprimir Formulario Imprimir Informe

Mientras no le hayas dado a la opción de Finalizar los Informes serán preliminares.

Es tu responsabilidad ver y validar cada uno de los materiales en su carácter individual para que la inscripción se considere final.

- Si la pieza es un Video o Audio, se muestra dentro de un “player” donde podrá ser visto en su totalidad para verificar que la pieza es la correcta.
- Si la pieza es una Imagen, aparece dentro del recuadro la imagen minimizada para verificar que es la correcta. Es una imagen reducida de la pieza original.
- Si la pieza es un URL, se muestra la dirección electrónica en la pantalla y deberá hacer clic sobre la misma para verificar que el URL es el correcto.

Una vez realizada la validación de todas las inscripciones participantes. Puedes proceder a ejecutar el Paso 5: Finalizar / Calcular Pago.

## Paso 5: Finalizar / Calcular Pago

Este proceso valida la información registrada de todas las participaciones de la Agencia. Si no existe ningún error, el sistema presenta la pantalla final de resumen con todas las participaciones.

Es importante que hayas validado todas sus piezas/inscripciones antes de seleccionar la opción de Finalizar. Una vez presiones el botón de **FINALIZAR**, el sistema no permitirá realizar ningún cambio e indica en la pantalla del administrador que has terminado de inscribir. Solamente podrás imprimir los formularios finales para la firma del Director Creativo y Gerente de la Agencia.

Dashboard Award 2017 Control panel

Inscripciones

# Medio	Inscripciones	Cantidad
1. CÚSPIDE FILM	1	\$140.00
Subtotal	1	\$140.00
2. Campaña - CÚSPIDE FILM	1	\$150.00
Subtotal	1	\$150.00
TOTAL	2	\$290.00

Finalizar Imprimir Formulario Imprimir Informe

Una vez finalizado, puedes imprimir los informes finales en los botones correspondientes.

## Notas

---