



REGLAMENTO

OJETIVO DEL PREMIO

“La creatividad es el valor esencial de nuestra industria. Definimos creatividad de manera amplia e inclusiva. Valorando la fuerza del concepto, la idea, los acercamientos novedosos o nuevos planteamientos de viejos paradigmas formales y mediáticos. El valor de una idea sin vincularlo necesariamente a los costos de producción o inversión en medios sino a su originalidad, capacidad de sorprender, calidad y frescura. Bajo este principio el Festival Cúspide tiene como misión principal analizar el trabajo creativo de la industria para reconocer y destacar lo mejor de cada año. Para darle a esas ideas proyección internacional y constituyan una guía de desarrollo para todos los profesionales de la industria, en busca de la excelencia creativa.” Esta misión se sostiene en los siguientes principios:

I. CÚSPIDE Y SU RAZÓN DE SER

Cúspide es el foro local valorativo más importante para identificar las aportaciones principales en el terreno creativo publicitario en un período específico.

II. CÚSPIDE Y LA COMPOSICIÓN DE SU JURADO

Cúspide tiene la responsabilidad de generar anualmente un jurado compuesto de profesionales del más alto calibre del ámbito local e internacional. Esta práctica garantiza un juicio crítico e informado a la hora de evaluar las piezas.

III. CÚSPIDE COMO AGENTE MOTIVADOR Y CRÍTICO

Cúspide ha de motivar a nuestro gremio creativo al reconocer de forma pública sus mejores esfuerzos. Sin embargo, tiene la responsabilidad de identificar las insuficiencias de la industria a modo de barómetro cualitativo y custodio colectivo de nuestra aspiración de excelencia. Cúspide debe intentar calibrar la competitividad de nuestra industria y ayudar a identificar las piezas que mejor representan al país en el circuito internacional de festivales.

IV. CÚSPIDE Y LOS TIEMPOS

Cada año surgen nuevas tecnologías, nuevos medios y nuevas interpretaciones de viejas fórmulas. Ante este panorama, Cúspide pone en manos de su jurado la flexibilidad de reconocer la innovación, reaccionar al cambio y ajustarse a los tiempos con la mayor agilidad.

V. CÚSPIDE Y LA ELECCIÓN DEL PRESIDENTE Y VICEPRESIDENTE DE JURADO

La función del presidente de jurado será:

- Dirigir los planteamientos del grupo de manera objetiva y siempre enfocada en lograr que las piezas logren su mayor capacidad en el Festival.
- Cualquier decisión a tomar en el proceso, no considerado en el Reglamento, será decisión del presidente del Festival de acuerdo a insumo del Presidente de Jurado.
- Será responsable de dar seguimiento a recomendaciones del proceso de jurado, revisiones al reglamento, entre otros ante los creativos y los organizadores del festival.
- Representará al grupo creativo en su diálogo con los organizadores del festival.

EL FESTIVAL NACIONAL DE PUBLICIDAD CÚSPIDE premiará los mejores trabajos que hayan sido pautados, publicados o emitidos en Puerto Rico por primera vez entre el **13 de marzo de 2019 al 15 de marzo de 2020** para efectos del Festival de Publicidad Cúspide 2019-2020. **Piezas que pauten fuera de PR pueden competir en cualquier medio y/o categoría siempre que cualifiquen y hayan sido piezas originadas por agencias en Puerto Rico.**

EL FESTIVAL NACIONAL DE PUBLICIDAD CÚSPIDE premiará los mejores trabajos que hayan sido pautados, publicados o emitidos en Puerto Rico por primera vez entre el **16 de marzo de 2020 al 15 de marzo de 2021** para efectos del Festival de Publicidad Cúspide 2020-2021.

A- REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

Solo agencias socias de AAP pueden participar del Festival Cúspide y no hay límite en la cantidad de piezas a inscribir. La misma idea puede participar simultáneamente en no más de 6 de las siguientes 12 categorías principales del festival, siempre y cuando cualifique para participar en las mismas:

CÚSPIDE DESIGN
CÚSPIDE DIRECT RESPONSE
CÚSPIDE FILM
CÚSPIDE GRÁFICA
CÚSPIDE IMAGEN
CÚSPIDE MEDIA
CÚSPIDE MOBILE & SOCIAL
CÚSPIDE OUTDOOR
CÚSPIDE PROMO & ACTIVATION
CÚSPIDE RADIO
CÚSPIDE INTEGRATED
CÚSPIDE TITANIUM

Esto NO significa que la misma idea solo puede participar 6 veces total en todo el festival. Dentro del máximo de 6 categorías principales que esté participando la misma idea podría competir múltiples veces si las reglas de esas categorías principales lo permiten.

La inscripción, ingreso de datos y piezas participantes, se realizará a través de la página www.festivalcuspide.com desde el **20 DE MAYO DE 2021 HASTA EL 4 DE JUNIO DE 2021.**

Las piezas se consideran inscritas a través del pago con cheque corporativo y/o transferencia electrónica acompañado del material físico a la fecha límite del **7 de junio del 2021** en las oficinas de la AAP. Para cualquier consulta sobre el envío o el pago de la inscripción, por favor contactar a Rachele Whitten al correo electrónico agenciaspublicitariaspr@gmail.com ó por teléfono al 787-948-7654.

B – REQUISITOS DE CUALIFICACIÓN

- Cumplan con las fechas límite.
- Estar registradas según las especificaciones.
- Ser entregadas de acuerdo a las especificaciones.
- Estar inscritos como salieron al aire, fueron publicados o implementados.
- Estar acompañada de la información de contacto del cliente y la firma del Gerente General y VP Creativo de la agencia en el formulario de participación.
- La idea esté inscrita por dos agencias.
- La pieza cumpla con la fecha de pauta en las fechas establecidas por el Festival. De levantarse duda al respecto durante el proceso de “shortlist” la organización procederá confirmar la pauta a través de (1) anunciante, según se solicita en formulario de inscripción, y/o (2) solicitará evidencia a la agencia. La pieza será votada, con el beneficio a la duda, de no tener respuesta a la solicitud en un plazo de 24 horas la organización podrá descalificar la pieza.

- No será considerada completa hasta que todo el material relevante haya sido recibido tanto en línea como en las oficinas de la AAP y el pago de la misma sea recibido.
- La Organización se reserva el derecho de descalificar, en cualquier etapa del proceso, los trabajos que incumplan cualquier instancia de este reglamento.
- En el caso de recibir quejas o demandas sobre una inscripción finalista o ganadora, la Organización del Festival realizará la investigación del caso y será autónoma para definir si se descalifica o no.
- La información contenida en los formularios de inscripción será reproducida si su anuncio es seleccionado como finalista o ganador. Es muy importante que la información sea correcta y esté completa. Por favor verifique bien los créditos. Si es seleccionado como ganador o finalista, estos créditos serán publicados.

C-CIERRE DE INSCRIPCIONES

Las inscripciones en sistema cerrarán el **4 de junio de 2021 a las 12:00 de la medianoche** y la entrega del material inscrito con pago el **7 de junio de 2021 hasta las 7:00 pm.**

NO SE ACEPTARÁN INSCRIPCIONES DESPUÉS DE LA FECHA LÍMITE.

D - VALOR DE INSCRIPCIONES

Inscripción individual	\$ 150.00 c/u
Campañas de Medios e Integrada	\$175.00 c/u
Titanium	\$ 200.00 c/u

En caso del material llegar incompleto al cierre de la fecha de inscripción se aplicará cargo adicional de 10% del costo por pieza que se facturará automáticamente a la agencia.

E- PREMIOS

Se premiará Oro, Plata y Bronce de cada categoría. Todos los oros por medio se consideran para el Gran Cúspide del medio, **excluyendo los oros otorgados a piezas trabajadas para clientes definidos como organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro (NGO) ya que los oros de NGO compiten entre sí para el premio Gran Cúspide NGO.**

La sub-categoría de Servicio Público en TV, Radio y Print pueden competir para el Gran Cúspide del medio, **siempre y cuando el cliente de la pieza no sea un NGO.**

Se excluyen de la consideración al premio Gran Cúspide inscripciones en los siguientes medios: Craft, Campañas, Integrated y Titanium.

En la categoría Titanium no se otorga oro, plata ni bronce. Piezas que ganen en esta categoría reciben el premio "Titanium", que vale 12pts. Más de una pieza podría ganar este premio. El premio también puede quedar vacante si el jurado así lo determina.

Se premiará Agencia del Año a base del ranking por puntos obtenidos donde; Finalista = 1pt., Bronce = 4pt., Plata = 6pt., Oro = 8pt., Gran Cúspide = 10 pts. y Titanium = 12pts.

Se escogerá al cliente que recibirá el premio de Anunciante del Año entre los clientes con piezas que hayan ganado mínimo oro y/o plata. El criterio del jurado se basará en escoger al cliente que mejor sirva de inspiración para los demás clientes a invertir y apostar a la buena creatividad. **Cientes definidos como organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro (NGO) no pueden competir para Anunciante del Año.**

F- TROFEOS Y PREMIOS A ENTREGAR

Se otorgarán los premios a las compañías que hayan realizado la inscripción. El Festival no se hace responsable ni reemplazará la pérdida de trofeos.

JURADOS

JURADO LOCAL

El jurado estará compuesto por empleados bonafides, a selección de la agencia, en la representación de cualquiera de los siguientes puestos; VP Creativo, Director Creativo o Director Creativo Asociado de las primeras diez (10) agencias ganadoras según "ranking" del Festival el año anterior. Es responsabilidad del VP Creativo o Gerente General confirmar, mediante correo electrónico, agenciaspublicitariaspr@gmail.com, a solicitud del Festival, quién representará la agencia en el proceso de votación en un plazo de 72 horas del aviso.

REPRESENTACION INTERNACIONAL EN EL JURADO

El jurado y/o Comité Cúspide será responsable de la identificación de los recursos.

A - DERECHO DE PARTICIPACIÓN

El Festival informará la composición final del jurado que participará de la votación a las 72 horas de haber solicitado la confirmación del representante. En caso de que la agencia no informe se considera que la agencia no será representada en el proceso. El proceso de votación comenzará a la hora señalada por el Festival si el creativo no llega en un plazo de 15 minutos, sin previo aviso, perderá el derecho de participación. En caso de que el creativo confirmado se vea imposibilitado de participar, deberá incorporarse un segundo representante de la agencia, en la representación de cualquiera de los siguientes puestos; VP Creativo, Director Creativo o Director Creativo Asociado, no más tarde de una (1) hora del aviso, de lo contrario se seguirá el proceso como previsto. El compromiso para con el proceso de jurado debe considerarse uno ineludible.

B - FORMA DE VOTACIÓN

Debido al Covid 19 la votación sigue siendo híbrida; Fase 1 en línea y fase 2y3 presencial siempre y cuando las ordenes ejecutivas así lo permitan.

La votación se desarrolla en tres fases por mayoría simple. La primera fase se hace en línea para la cualificación de las piezas a finalistas, la segunda fase es la cualificación de las piezas para metales y la tercera fase es la otorgación de los metales. El que la pieza sea finalista no significa que tiene premio, sino que puede cualificar para obtener premio. La pieza será votada de manera escalonada hasta llegar a la más alta puntuación adjudicada por el jurado para definir su metal. El proceso de jurado considera, en una primera vuelta, la visualización e intercambio de impresiones de las piezas por categoría para luego pasar a la votación. La decisión de los jurados será definitiva y autónoma y podrán: declarar desierto cualquier premio en cualquier categoría, otorgar más de un oro, y, en caso de empate, deberá seleccionar la pieza a la cual se le otorgará el premio de menor rango o decidir si ambas piezas en evaluación merecen recibir el premio.

C- ABSTENCIÓN

Se establece que los creativos deben abstenerse de votar por las piezas de la agencia para la cual trabajan o representan en el proceso. Se establece que los creativos deben abstenerse por las piezas en que hayan participado, si se da el caso de personas que han cambiado de agencia en ese período de tiempo. Los representantes internacionales se abstendrán de votar si hay una agencia local afiliada al proceso de jurado.

D- PROTOCOLOS PROCESO JURADO

Ningún representante podrá dar a entender y/o solicitar que una pieza de su agencia sea considerada. En el caso de que considere que la idea no es original debe solicitar audiencia al presidente antes de llevar a cabo la votación de la pieza. Reconsideraciones de piezas deben ser planteadas al presidente de jurado. Decisiones no consideradas en Reglamento deben tener unanimidad para proceder. En la etapa de votación de los Gran Cúspide, si hay más de una pieza a considerar, se solicitará, de haber representante de la agencia en el proceso, salir para que la discusión sea una objetiva y justa para las piezas.

LA ORGANIZACIÓN

Al inscribir el o los materiales, el concursante conoce y acepta que autoriza de manera Automática a la organización del Festival Cúspide a reproducirlos, publicarlos, comunicarlos públicamente y en cualquier otra forma, así como a utilizarlos y divulgarlos en libros, revistas, folletos e impresos en general, programas de televisión, radio, sitios y páginas en Internet y cualquier otro medio conocido o por conocer, ya sea público o privado. Los derechos de las piezas son cedidos a CÚSPIDE. Para reforzar este punto el Festival solicitará a través del formulario de inscripción de cada pieza el relevo aceptación.

El material y la documentación presentada pasará a formar parte del archivo del Festival. Los participantes autorizan la exhibición en público o privado de las piezas presentadas, así como su edición, distribución y venta para la promoción del Festival. La organización, conservará los materiales recibidos y se reserva el derecho de utilizarlos durante el tiempo que considere conveniente, de acuerdo con sus objetivos, en cualquier territorio e idioma, con fines de promoción y difusión del Festival y sus programas, así como en las presentaciones que realice ante instituciones educativas, grupos económicos, profesionales de la publicidad y público en general.

Los concursantes podrían ser llamados a facilitar más material de las piezas inscritas en caso de ser requerido por la Organización para la publicación de cualquier tipo de material Publicitario o promocional, después del Festival.

Cualquier inscripción puede ser compilada por la dirección del Festival en una colección de piezas inscritas. Tal colección, y las selecciones de la misma, no pueden ser copiadas, comercializadas ni vendidas, por ninguna organización que no sea La Organización del Festival o cualquier organización autorizada por La Organización del Festival. Los participantes aceptan asistir a La Organización del Festival apoyando cualquier acción jurídica que pueda plantearse para impedir una infracción de esta condición, y suministrar inmediatamente a los organizadores información si descubren una colección o compilación no autorizada disponible, ya sea para la venta o distribución.

Los participantes que resulten premiados autorizan expresamente a la Organización a difundir sus nombres, imágenes, datos personales y material inscrito en los medios y formas que consideren conveniente, sin derecho a recibir por esto compensación alguna.

Los ganadores tienen derecho a utilizar cualquier premio obtenido con fines promocionales con la condición de que lo describan correctamente.

Todos los participantes aceptan que sus inscripciones puedan ser usadas en la página web de CÚSPIDE.

La Organización se reserva el derecho a retirar del concurso todo el material que sea ofensivo, defectuoso o no refleje el espíritu del Festival.

La Organización se reserva el derecho de dividir una categoría cuando el número de inscripciones sea excesivo, a reunir dos o más categorías afines cuando el número de no alcance el mínimo para establecer un criterio de evaluación.

El participante asume plena responsabilidad por los contenidos de sus creaciones y librerá a la Organización del Festival de toda responsabilidad frente a terceros.

Cada participante o compañía participante acuerda que de tener una reclamación deberá presentarla en primera instancia al comité organizador en un término de 30 días hábiles después de la ceremonia de premiación. El comité organizador a su vez deberá dar una respuesta fundamentada en un término de 30 días hábiles a partir de la reclamación.

CÚSPIDE se exige expresamente de toda responsabilidad causada por cualquier daño y/o perjuicio sufrido por los participantes provenientes de: casos fortuitos, errores al realizar la Inscripción o carga de material y/o fichas técnicas, razones de fuerza mayor, actos de terceros y/o cualquier otra responsabilidad que no pueda serle directamente imputable.

El presente reglamento deberá ser observado estrictamente por todos los participantes. Una vez completado el proceso de inscripción y hecho el pago, dichas reglas quedan expresamente aceptadas por el concursante. En caso de incumplimiento de cualquiera de éstas, se descualificará automáticamente la inscripción.

Las decisiones tomadas por la Organización del Festival en todos los asuntos relacionados con el Festival de Publicidad Cúspide son definitivas y obligatorias.

Las situaciones no previstas en este reglamento serán resueltas por los organizadores de EL FESTIVAL.

La organización se reserva el derecho de interpretar, modificar las condiciones del presente festival en cualquier momento, e incluso de anularlo o dejarlo sin efecto, siempre que concurra causa justificada para ello. En todo caso, se compromete a comunicar por esta misma vía las bases modificadas, o en su caso, la anulación del concurso en su conjunto, de forma que todos los participantes tengan acceso a esa información.

La simple participación en este festival supone la aceptación de estas bases en su totalidad.

DESCRIPCIÓN MEDIOS Y CATEGORÍAS DE PARTICIPACIÓN

CÚSPIDE DESIGN

La inscripción puede participar máximo de 1 vez. Piezas que compiten en **DESIGN** no pueden competir en el medio de **GRÁFICA** ni **OUTDOOR**.

CÚSPIDE DESIGN busca la creatividad puesta al servicio del diseño. Se distinguirán aquellos trabajos que demuestren como el diseño se ha utilizado para construir una identidad de marca, una experiencia y/o comunicar un mensaje de una marca logrando mayor reconocimiento y comprensión por parte del consumidor. Será importante mostrar como las piezas de diseño fueron ejecutadas y la interacción que tuvo el público con ellas, más estos elementos no deberán ser detrimentales a la hora de juzgarlas a menos que la idea de diseño resida en estos elementos.

CATEGORÍAS:

A. COMMUNICATION DESIGN

A01. Poster, *self promotions*, publicaciones, libros, diseño editorial, comunicación corporativa, invitaciones y *Greetings cards*.

B. BRAND ENVIRONMENT

B01. Diseño de ambientes y espacios creados tanto en el punto de venta como en stands móviles, con el propósito de comunicación y experiencia de marcas tanto en la vía pública como en espacios interiores (exhibidores, stand, puntos de venta, gráficos estructurales, eventos, etc.).

C. PRODUCT DESIGN

C01. La definición de *Product Design* para propósito de Cúspide, es el diseño aquellos productos que hayan logrado, a través de la estética y la utilidad, aumentar el valor de una marca y una óptima comunicación generando un impacto positivo en el usuario. Se tendrá en cuenta los logros del diseño en tanto exprese las cualidades de marca, identidad y funcionalidad como resuelva los problemas de producción y fabricación.

D. VISUAL IDENTITY & PACKAGING

D01. Creación o *rebranding-refresh* de la identidad visual de cualquier producto, servicio u organización, pero no limitándose a logos y/o tipografías. También todo tipo de empaques y embalajes utilizados para promover, vender o exhibir un producto. Pueden ser cajas, bolsas, plásticos para productos de consumo masivo, productos de lujo y de diseño como así también empaques promocionales o especiales que se han ejecutado por un periodo de tiempo limitado.

E. DIGITAL

Se centrará en la ejecución del diseño para mejorar el uso del producto digital logrando comunicar mejor el mensaje de la marca. Podrán incluir sitios, micrositos, aplicaciones, publicaciones online, plataformas sociales, videos juegos; pueden o no ser interactivos. Además, se tendrá en cuenta la experiencia del usuario, la interacción con el entorno o dispositivo, que den como resultado una percepción positiva del producto, servicio o marca.

E01. MICROSITE (Es requisito incluir el link en el proceso de inscripción)

E02. WEBSITE (Es requisito incluir el link en el proceso de inscripción)

E03. WEB SERVICE APP (Servicios y/o aplicaciones dirigidas a una audiencia específica para mejorar su experiencia y *engagement* de la marca) (Es requisito tener acceso a la app)

E04. BRANDED GAMES Juegos específicamente creados para una marca. Por ejemplo: Web (estos son juegos creados para ser usados en plataformas online en desktop (PC/Mac), Mobile, Social (juegos creados para utilizarse en plataformas sociales), en Digital Live (juegos digitales al aire libre), otro tipo de juego digital/innovación), puede incluir juegos de consola. Juegos que no han sido específicamente creados para una marca no serán aceptados.

E05. E-COMMERCE

Sitios o aplicaciones creadas para soluciones comerciales o de pago donde se tendrá en cuenta como la innovación y la optimización del recorrido que realiza el cliente llevaron a una mayor participación del consumidor y el éxito de la compra.

CÚSPIDE DIRECT RESPONSE

La inscripción puede participar un máximo de 3 veces.

CÚSPIDE DIRECT RESPONSE, reconocerá las mejores ideas que generen una respuesta y construyan una relación con el cliente, aquellas que busquen como objetivo captar, retener y fidelizar a una audiencia específica, donde exista un medio de respuesta para interactuar o medir resultados relevantes. Ejemplos de piezas que pueden competir en esta categoría (sin limitarse a estos) incluyen cupones que permitan contabilizar cuantas personas los redimieron o piezas enviadas por correo con números de teléfono que permitan cuantificar cuantas llamadas fueron recibidas gracias a la misma pieza. El criterio de evaluación para propósitos del jurado es el siguiente: **30% idea, 20% estrategia, 20% ejecución, 30% impacto y resultados.**

A. USO DE MARKETING DIRECTO

A01. CORREO DIRECTO:

La pieza fue entregada directamente al consumidor ya sea a través de correo, mensajeros, etc.

A02. ACCIONES EN EL CAMPO:

Esfuerzo de mercadeo directo ocurrió en el lugar donde se encuentra el grupo al cual se quiere llegar.

A03. MEDIOS DIGITALES & SOCIALES:

Esfuerzo que utilizó los medios sociales y/o digitales para establecer una relación con un target específico y utilizó un *call to action* para obtener una respuesta significativa y medible.

A04. USO DE DATA:

Las piezas que compitan en esta categoría deberán demostrar cómo la interpretación y analíticas de data fueron utilizados para desarrollar una comunicación dirigida a una audiencia específica. Ej. Campañas que utilizaron data para generar *insights* que ayudaron a definir un target y un mensaje específico, logrando una comunicación más personalizada.

CÚSPIDE FILM

Piezas inscritas en **FILM** no pueden participar en **MOBILE & SOCIAL** y viceversa. Piezas inscritas en la categoría de **A NO PUEDEN** ser inscritas en la categoría **B** ni **C**. Piezas inscritas en **B** y **C** solo se pueden inscribir una (1) sola sub categoría. Piezas en **A, B Y C** pueden ser inscritas en categoría **D**. En categoría **E** podrán crear campañas de 2 o más piezas de un mismo rubro **TV/Cine** o **Branded Content** o **Online video**. No se puede crear una Campaña con la mezcla de los tres rubros.

CATEGORÍAS:

A. PRODUCTOS Y SERVICIOS- NO SE PERMITE DUPLICIDAD DE INSCRIPCION ENTRE LAS SUBCATEGORIAS

A01. ARTÍCULOS PARA EL HOGAR

Decoración, embellecimiento, mejoras al hogar, muebles, pintura.

A02. BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y CIGARRILLOS

Espíritus destilados, vinos, cervezas, "coolers", "low alcohol beverages".

A03. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

Jugos, néctares, refrescos, leche, café, mezclas en polvo.

A04. BIENES RAICES Y CONSTRUCCIÓN

Herramientas, madera, ferretería, bienes raíces.

A05. COMESTIBLES

Comestibles enlatados, comestibles congelados, quesos, embutidos, arroz, habichuelas, carnes, pastas, azúcar, aceites, condimentos, margarina, mantequilla, salsas, aceitunas, mayonesa, "snacks" (dulces, salados, galletas).

A06. CONCURSOS/ PROMOCIONES Y EVENTOS

Toda pieza que conlleva una premiación y participación del consumidor. Se requiere venta, descuento y beneficios temporeros cuyo propósito es crear tráfico en el establecimiento inmediatamente. Actividades promocionales que buscan incremento en ventas.

A07. CUIDADO PERSONAL

Higiene personal, cuidado del cabello, toallas sanitarias, pañales desechables, pasta dental, jabones, desodorantes, cosméticos, tintes de cabello, perfumes (anunciados como marca).

A08. DETAL

Tiendas, establecimientos de venta al detal.

A09. EDUCACIÓN Y CULTURA

Instituciones educativas, actividades culturales.

A10. ENTRETENIMIENTO

Promoción de espectáculos, eventos especiales, juegos de azar, casino, hipódromo y centros de diversión.

A11. EQUIPOS ELECTRÓNICOS Y ENSERES DEL HOGAR

Fuentes de energía, cámaras, computadoras, lavadoras, neveras, enseres pequeños (tostadoras, licuadoras).

A12. HIGIENE DEL HOGAR

Detergentes, limpiadores, insecticidas.

A13. INSTITUCIONAL / CORPORATIVO

Participaciones que su mensaje está dirigido primordialmente a resaltar la imagen y opinión de una institución, compañía o marca. (Campañas de imagen, institucional o marca, mensajes corporativos, felicitaciones).

A14. MEDICINAS OTC

Analgésicos, descongestionantes, antiácidos, pastillas para la tos, productos farmacéuticos.

A15. MODAS

Calzado, ropa casual y de vestir, joyería (anunciados como marca).

A16. PRODUCTOS Y ACCESORIOS AUTOMOTRICES

Gomas, baterías de auto, gasolina, aceites de motor.

A17. RESTAURANTES Y "FAST FOODS"

Establecimientos de venta de comida.

A18. SERVICIOS DE COMUNICACIONES

Medio de comunicación, fuentes de información, compañías de Tele Cable.

A19. SERVICIOS FINANCIEROS

Banco, tarjetas de crédito, arrendamiento (leasing), servicios prestatarios.

A20. SERVICIOS PROFESIONALES

Servicios médicos, legales u otro, hospitales, salud mental, agencias de publicidad, todo tipo de seguro (vida, salud).

A21. SERVICIO PÚBLICO

Toda pieza cuyo objetivo es fomentar el bienestar social.

A22. SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Productos de comunicación (celulares, fax, teléfonos, cuadros telefónicos), compañías telefónicas, servicios de correo.

A23. TRANSPORTACIÓN Y TURISMO

Transportación de pasajeros, hoteles, "resorts", carga aérea, carga marítima.

A24. VEHÍCULOS DE MOTOR

Publicidad para autos anunciados como marca.

A25. VEHÍCULOS MOTORIZADOS

Publicidad para motoras anunciada como marca.

A26. ABIERTA

Pieza no cualificada en ninguna categoría anterior.

A27. OTROS MERCADOS

Ideas creadas en PR para otros mercados. **Requiere la evidencia para el mercado que pautó.**

B. BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT

B01. BRANDED CONTENT DIGITAL

Se premiará el contenido original de una marca que su idea haya nacido solo en el medio digital. Las piezas deben mostrar como una marca ha trabajado exitosamente para crear o co-crear entretenimiento que genere *engagement* con las audiencias. Ejemplos de *branded content* incluyen, pero no se limitan a documentales, series y mini series. Si el video excede los 3 minutos de duración se incluirá la pieza original para referencia, pero deberá someterse una edición de 3 minutos la cual será evaluada. Si el caso lo amerita, se evaluará la pieza con la duración original.

B02. BRANDED CONTENT TRACIONAL

Se premiará las integraciones naturales de una marca a contenido original. Las piezas deben mostrar como una marca ha trabajado exitosamente para crear o co-crear entretenimiento que genere *engagement* con las audiencias. En esta Subcategoría compiten Documentales, Programas de Televisión, Series y Mini Series. Si el video excede los 3 minutos de duración se incluirá la pieza original para referencia pero deberá someterse una edición de 3 minutos la cual será evaluada. Si el caso lo amerita, se evaluará la pieza con la duración original.

C. ONLINE VIDEO

El contexto donde está pautado (online), el video y la estrategia de *engagement* de la audiencia serán tomados en cuenta por el jurado.

C01. COMERCIAL HASTA 30 SEGUNDOS DE DURACIÓN

C02. COMERCIAL HASTA 60 SEGUNDOS DE DURACIÓN

C03. COMERCIAL HASTA 120 SEGUNDOS DE DURACIÓN

C04. COMERCIAL HASTA 180 SEGUNDOS DE DURACIÓN

D. CRAFT

Se premiará la calidad estética de las piezas en las que el craft añada a la idea y lleve la ejecución a otro nivel. Elementos como la calidad de la Dirección, guión, edición, uso de la música y diseño de sonido, pueden ser considerados para premiar una pieza.

D01. CINEMATOGRAFÍA (Se tomará en cuenta la calidad y la estética)

D02. MEJOR GUIÓN

D03. ANIMACIÓN

D04. DISEÑO Y DIRECCIÓN DE ARTE

D05. USO DE SONIDO EN VIDEO

E. CAMPAÑA

E01. CAMPAÑA COMERCIAL CINE/TV

E02. CAMPAÑA ONLINE VIDEO

E03. CAMPAÑA BRANDED CONTENT

CÚSPIDE GRÁFICA

Piezas que compiten en **GRÁFICA** NO PUEDEN COMPETIR en el medio de **OUTDOOR** ni **DESIGN**.
Piezas inscritas en la categoría de **A** pueden a su vez ser inscritas en la categoría **B y C** según aplique.
Se considera como Campaña 2 piezas o más de una misma categoría en Sección **A**.

CATEGORÍAS:

A. PRODUCTOS Y SERVICIOS – solo puede participar una sola vez en esta selección.

A01. ARTÍCULOS PARA EL HOGAR

Decoración, embellecimiento, mejoras al hogar, muebles, pintura.

A02. BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y CIGARRILLOS

Espíritus destilados, vinos, cervezas, "coolers", "low alcohol beverages".

A03. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

Jugos, néctares, refrescos, leche, café, mezclas en polvo.

A04. BIENES RAICES Y CONSTRUCCIÓN

Herramientas, madera, ferretería, bienes raíces.

A05. COMESTIBLES

Comestibles enlatados, comestibles congelados, quesos, embutidos, arroz, habichuelas, carnes, pastas, azúcar, aceites, condimentos, margarina, mantequilla, salsas, aceitunas, mayonesa, "snacks" (dulces, salados, galletas).

A06. CONCURSOS/ PROMOCIONES Y EVENTOS

Toda pieza que conlleva una premiación y participación del consumidor. Se requiere venta, descuento y beneficios temporeros cuyo propósito es crear tráfico en el establecimiento inmediatamente. Actividades promocionales que buscan incremento en ventas.

A07. CUIDADO PERSONAL

Higiene personal, cuidado del cabello, toallas sanitarias, pañales desechables, pasta dental, jabones, desodorantes, cosméticos, tintes de cabello, perfumes (anunciados como marca).

A08. DETAL

Tiendas, establecimientos de venta al detal.

A09. EDUCACIÓN Y CULTURA

Instituciones educativas, actividades culturales.

A10. ENTRETENIMIENTO

Promoción de espectáculos, eventos especiales, juegos de azar, casino, hipódromo y centros de diversión.

A11. EQUIPOS ELECTRÓNICOS Y ENSERES DEL HOGAR

Fuentes de energía, cámaras, computadoras, lavadoras, neveras, enseres pequeños (tostadoras, licuadoras).

A12. HIGIENE DEL HOGAR

Detergentes, limpiadores, insecticidas.

A13. INSTITUCIONAL / CORPORATIVO

Participaciones que su mensaje está dirigido primordialmente a resaltar la imagen y opinión de una institución, compañía o marca. (Campañas de imagen, institucional o marca, mensajes corporativos, felicitaciones).

A14. MEDICINAS OTC

Analgésicos, descongestionantes, antiácidos, pastillas para la tos, productos farmacéuticos.

A15. MODAS

Calzado, ropa casual y de vestir, joyería (anunciados como marca).

A16. PRODUCTOS Y ACCESORIOS AUTOMOTRICES

Gomas, baterías de auto, gasolina, aceites de motor.

A17. RESTAURANTES Y "FAST FOODS"

Establecimientos de venta de comida.

A18. SERVICIOS DE COMUNICACIONES

Medio de comunicación, fuentes de información, compañías de Tele Cable.

A19. SERVICIOS FINANCIEROS

Banco, tarjetas de crédito, arrendamiento (leasing), servicios prestatarios.

A20. SERVICIOS PROFESIONALES

Servicios médicos, legales u otro, hospitales, salud mental, agencias de publicidad, todo tipo de seguro (vida, salud).

A21. SERVICIO PÚBLICO

Toda pieza cuyo objetivo es fomentar el bienestar social.

A22. SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Productos de comunicación (celulares, fax, teléfonos, cuadros telefónicos), compañías telefónicas, servicios de correo.

A23. TRANSPORTACIÓN Y TURISMO

Transportación de pasajeros, hoteles, "resorts", carga aérea, carga marítima.

A24. VEHÍCULOS DE MOTOR

Publicidad para autos anunciados como marca.

A25. VEHÍCULOS MOTORIZADOS

Publicidad para motoras anunciada como marca.

A26. ABIERTA

Pieza no cualificada en ninguna categoría anterior.

A27. OTROS MERCADOS

Ideas creadas en PR para otros mercados. **Requiere la evidencia para el mercado que pautó.**

B. CRAFT

B01. ILUSTRACIÓN

B02. FOTOGRAFÍA

B03. DIRECCIÓN DE ARTE

B04. COPYWRITING

C. CAMPAÑA

CÚSPIDE IMAGEN

CÚSPIDE IMAGEN, se define como cualquier forma de publicidad, que genere la construcción de reputación, preservación de la confianza y la generación de mensajes que comuniquen credibilidad, concientización, reputación y relacionen personas, compañías u organizaciones con sus consumidores o miembros. Aunque los resultados son importantes para la evaluación de la idea, para propósitos del Festival se le dará mayor importancia a la idea creativa detrás del esfuerzo :70% Creatividad (20% Estrategia; 30% Idea; 20% Ejecución) 30% impacto y resultados.

La misma pieza solo puede competir UNA SOLA VEZ en categoría A.

A. CATEGORIAS

A01. IMAGEN AL CONSUMIDOR:

Una campaña de imagen que busca vender o promocionar un producto o servicio al consumidor.

A02. COMUNICACIÓN CORPORATIVA: Campañas para crear imagen/incrementar el perfil o darle forma a la percepción de una marca corporativa, una organización corporativa, institutos, ect.

A03. BIEN PÚBLICO: Campañas hechas por entidades (con o sin fines de lucro) que buscan un bienestar público o campañas hechas por o para entidades sin fines de lucro.

CÚSPIDE MEDIA

CÚSPIDE MEDIA celebra el contexto de la creatividad: el uso creativo de los medios. Los premios serán otorgados a las piezas participantes que proyecten un conocimiento profundo del público objetivo y su relación con la marca, una aplicación innovadora de la estrategia a través del canal seleccionado y eficiencias en el impacto del uso de medios en los resultados de negocio. Las piezas inscritas en esta categoría tendrán que ser creadas específicamente para funcionar en el medio.

CATEGORÍA:

A.USO DEL MEDIO

En esta categoría, su pieza será juzgada específicamente por cuán eficientemente el medio fue utilizado. Por ejemplo: una campaña sometida en la subcategoría *A01: Uso de pantalla* será juzgada únicamente en el contexto del uso de pantalla como medio, no por el producto o servicio presentado. **La inscripción puede participar un máximo de 3 veces.**

A01. PANTALLA: Incluye: Cine, televisión, en vuelo, *showroom*, exhibición y pantalla exterior.

A02. PLATAFORMAS DE AUDIO: Incluye radio, *podcast* y otras formas de uso de audio.

A03. PRINT: Incluye periódico, magazine, inserts, etc.

A04. USO EXTERIOR/INTERIOR. Incluye: Zoom Media, cartelera tradicional o paradas de guaguas y publicidad de tránsito, usando espacios estándar de publicidad.

A05. MEDIOS AMBIENTALES PEQUEÑA ESCALA: Incluye: Productos/Artículos en barras y restaurantes, vasos, beer mats y ceniceros, bombas de gasolina, flyers, stickers, rótulos, manijas de puerta, y otros artículos de tamaño pequeño que se puedan repartir, cargar, manejar y/o colocar fácilmente, etc....

Nota: “Pequeña escala” se refiere al tamaño de la pieza, no a la escala de la distribución. Esta categoría será juzgada tomando en cuenta el elemento físico del artículo.

A06. MEDIOS AMBIENTALES GRAN ESCALA: Incluye: Lugares de gran escala (tamaño), 3d y formas no tradicionales, barreras de entrada, piso como medio y otras adaptaciones a lugares de exterior, rótulos, edificios, etc.

Nota: Nota: “Gran escala” se refiere al tamaño de la pieza, no a la escala de la distribución. Esta categoría será juzgada tomando en cuenta el elemento físico del artículo.

A07. EVENTOS Y STUNTS: Incluye: Mercadeo guerrilla, eventos en vivo, programas, conciertos y festivales, eventos experimentales, stunts a grande o pequeña escala, etc.

A08. INTEGRACIONES: Uso de contenido de marca, branded. Incluye promociones que realzan el valor y la posición de una marca utilizando la generación de contenido y que van más allá de los medios tradicionales. Ejemplo: Integración excepcional y poco obvia de un producto en un programa de televisión o programación creada por el anunciante.

A09. DIGITALES Y SOCIALES: premiará el mejor uso de soluciones creativas y digitales en función de la marca.

CÚSPIDE MOBILE & SOCIAL

CÚSPIDE MOBILE & SOCIAL reconocerá la mejor creatividad pensada para el mundo móvil y social. Premiará las mejores ideas que se experimentan digitalmente. Ideas que aprovechen el medio digital para mejorar el mensaje de la marca. **La idea tiene que nacer en DIGITAL NO EN FILM. Piezas inscritas en esta categoría NO PUEDEN participar en la categoría de FILM y viceversa.**

CATEGORÍAS:

A. MOBILE ADVERTISING

A01. ONLINE AD - Ejecuciones online pagas realizadas por una marca que pueden llegar al usuario de manera directa por medio de dispositivos móviles, como también a través de la navegación online. Incluye banners, pop up, avisos digitales, etc. TIENE QUE HABER INTERACCIÓN.

A02. VIRAL MARKETING - Piezas desarrolladas por una marca y/o por un usuario para una marca con el objetivo de generar un efecto viral, intención principal de ser compartidas y / o distribuidas por el usuario en línea, logrando mejorar la afinidad con la marca.

A03. TECNOLOGÍA

La aplicación creativa en el uso de la tecnología digital o móvil con el fin de desarrollar y/o potenciar la relación con una marca, producto o servicio. Se tendrá en cuenta el uso de código QR, Bluetooth, VR (Realidad virtual), AR (Realidad aumentada), videos 360, GPS y Geolocalización, activación por proximidad, plataformas emergentes, etc.

B. SOCIAL

El corazón de la idea tiene que estar centrado en la parte social. Si la idea creativa utiliza los componentes sociales como un elemento secundario, no podrá registrarse aquí. El jurado tomará en consideración los niveles de “engagement”, alcance social y el uso creativo de las redes sociales y la interacción para lograr éxito comercial de la misma.

B01. ENGAGEMENT / COMMUNITY MANAGEMENT

Se premiarán las plataformas diseñadas para desarrollar una relación estrecha con su comunidad o consumidores. Esto incluye la creación de una plataforma social que la marca controle o plataformas existentes en las que se cree un ecosistema digital diseñado para aumentar las relaciones con su comunidad o consumidores. Se tomarán en cuenta la actividad de la comunidad, los niveles de engagement y la comunicación o conversaciones directas con los usuarios de la comunidad.

B02. RESPONSE REAL TIME

Actividad social que puede utilizar plataformas sociales para responder a eventos mundiales, crisis y otras actividades de una manera significativa e inmediata. Usualmente de una manera que puede provocar que la gente comparta en las plataformas sociales. Incluir insights y la actividad social generada. Aquí se evaluará sólo el esfuerzo real time en específico.

B03. USE OF INFLUENCERS

Contenido de plataformas sociales, a veces contenido personalizado diseñado para conectar con fans/comunidades y entusiasmarlos a que contribuyan con la iniciativa de una marca a través del apoyo de algún Influencer (Artistas, Bloggers, Artistas, etc).

B04. VIDEOS INTERACTIVOS

Videos creados con la intención primaria de ser visualizados en plataformas digitales y sociales, donde la interacción con el usuario sea el núcleo de la idea.

B05. USO DE DATA

Soluciones creativas digitales/móviles a partir del uso de datos personales con el fin de crear y/o desarrollar una relación significativa con un público o una comunidad específica.

CÚSPIDE OUTDOOR

CÚSPIDE OUTDOOR se define como toda publicidad que se encuentre en el exterior (*out of home*) como los *billboards*, *bus shelters* y/o *posters* al igual que ejecuciones *ambient* en *out of home*. Ejemplos de *ambient* son: una instalación en medio de un parque, una construcción especial *self standing* o dentro de un establecimiento o centro comercial, un avión con un mensaje publicitario, etc. El jurado premiará las ejecuciones de OUTDOOR que hagan uso del medio y conecten con los consumidores de forma relevante y novedosa.

Piezas que compiten en OUTDOOR NO PUEDEN COMPETIR en el medio de GRAFICA ni DESIGN.

Piezas que compitan en categoría A NO PODRAN competir en categoría B y viceversa.

Piezas que compitan en categoría A o B son elegibles para participar en la Categoría C y D según aplique.

La misma pieza solo puede competir UNA SOLA VEZ en la categoría A.

CATEGORÍAS:

A. FORMATOS TRADICIONALES –

BILLBOARD, BUS SHELTER, CARTELES PARA EXTERIOR E INTERIORES DE ESPACIOS PÚBLICOS(Incluyen tanto billboard impresos como digitales estáticos y trifásicos y mesh, etc) **Solo puede participar una sola vez en esta selección.**

A01. ARTÍCULOS PARA EL HOGAR

Decoración, embellecimiento, mejoras al hogar, muebles, pintura.

A02. BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y CIGARRILLOS

Espíritus destilados, vinos, cervezas, "coolers", "low alcohol beverages".

A03. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

Jugos, néctares, refrescos, leche, café, mezclas en polvo.

A04. BIENES RAICES Y CONSTRUCCIÓN

Herramientas, madera, ferretería, bienes raíces.

A05. COMESTIBLES

Comestibles enlatados, comestibles congelados, quesos, embutidos, arroz, habichuelas, carnes, pastas, azúcar, aceites, condimentos, margarina, mantequilla, salsas, aceitunas, mayonesa, "snacks" (dulces, salados, galletas).

A06. CONCURSOS/ PROMOCIONES Y EVENTOS

Toda pieza que conlleva una premiación y participación del consumidor. Se requiere venta, descuento y beneficios temporeros cuyo propósito es crear tráfico en el establecimiento inmediatamente. Actividades promocionales que buscan incremento en ventas.

A07. CUIDADO PERSONAL

Higiene personal, cuidado del cabello, toallas sanitarias, pañales desechables, pasta dental, jabones, desodorantes, cosméticos, tintes de cabello, perfumes (anunciados como marca).

A08. DETAL

Tiendas, establecimientos de venta al detal.

A09. EDUCACIÓN Y CULTURA

Instituciones educativas, actividades culturales.

A10. ENTRETENIMIENTO

Promoción de espectáculos, eventos especiales, juegos de azar, casino, hipódromo y centros de diversión.

A11. EQUIPOS ELECTRÓNICOS Y ENSERES DEL HOGAR

Fuentes de energía, cámaras, computadoras, lavadoras, neveras, enseres pequeños (tostadoras, licuadoras).

A12. HIGIENE DEL HOGAR

Detergentes, limpiadores, insecticidas.

A13. INSTITUCIONAL / CORPORATIVO

Participaciones que su mensaje está dirigido primordialmente a resaltar la imagen y opinión de una institución, compañía o marca. (Campañas de imagen, institucional o marca, mensajes corporativos, felicitaciones).

A14. MEDICINAS OTC

Analgésicos, descongestionantes, antiácidos, pastillas para la tos, productos farmacéuticos.

A15. MODAS

Calzado, ropa casual y de vestir, joyería (anunciados como marca).

A16. PRODUCTOS Y ACCESORIOS AUTOMOTRICES

Gomas, baterías de auto, gasolina, aceites de motor.

A17. RESTAURANTES Y "FAST FOODS"

Establecimientos de venta de comida.

A18. SERVICIOS DE COMUNICACIONES

Medio de comunicación, fuentes de información, compañías de Tele Cable.

A19. SERVICIOS FINANCIEROS

Banco, tarjetas de crédito, arrendamiento (leasing), servicios prestatarios.

A20. SERVICIOS PROFESIONALES

Servicios médicos, legales u otro, hospitales, salud mental, agencias de publicidad, todo tipo de seguro (vida, salud).

A21. SERVICIO PÚBLICO

Toda pieza cuyo objetivo es fomentar el bienestar social.

A22. SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Productos de comunicación (celulares, fax, teléfonos, cuadros telefónicos), compañías telefónicas, servicios de correo.

A23. TRANSPORTACIÓN Y TURISMO

Transportación de pasajeros, hoteles, "resorts", carga aérea, carga marítima.

A24. VEHÍCULOS DE MOTOR

Publicidad para autos anunciados como marca.

A25. VEHÍCULOS MOTORIZADOS

Publicidad para motoras anunciada como marca.

A26. ABIERTA

Pieza no cualificada en ninguna categoría anterior.

A27. OTROS MERCADOS

Ideas creadas en PR para otros mercados. **Requiere la evidencia para el mercado que pautó.**

B. FORMATO NO TRADICIONAL - La misma pieza solo puede competir UNA SOLA VEZ en la categoría B

B01. BILLBOARDS Y BUSSHELTER

B02. CARTELES PARA EXTERIOR E INTERIORES DE ESPACIOS PÚBLICOS

Todo cartel para exterior e interior de espacios públicos que haya sido modificado o adaptado y contiene elementos físicos activos, interactivos y/o tridimensionales. Ejemplos incluyen, pero no se limitan a posters colocados en interiores de establecimientos como supermercados, barras, tiendas, etc. y posters colocados en paredes exteriores de edificios, establecimientos y otras estructuras, etc.

B03. "AMBIENT", INTALACIONES, EVENTOS Y TRÁNSITO

Publicidad ambient que incluye pero no está limitada a: publicidad no-estandarizada de pequeño y gran formato en espacios interiores y exteriores (ej. servilletas, vasos, instalaciones y construcciones físicas en espacios existentes, instalaciones *self-standing*, activaciones y eventos *outdoor* que requieran algo en vivo de parte del anunciante (pueden incluir conciertos y *performances*), experiencias interactivas en vivo que requieran algo en vivo de parte del consumidor, publicidad no estandarizada que utilice vehículos o espacios transitables (ej. autos, autobuses, aviones o uso de estacionamientos, aeropuertos, estaciones y carreteras).

B04. FORMATOS Y PANTALLAS DIGITALES

Publicidad para pantallas digitales con elementos interactivos y/o imágenes en movimiento (ej. paneles de escaleras eléctricas, pantallas LCD y billboards con imágenes en movimiento) y publicidad digital que no depende de pantallas (ej. proyecciones especiales, hologramas y experiencias y construcciones especiales con elementos digitales).

C. CRAFT

C01. ILUSTRACIÓN

C02. FOTOGRAFÍA

C03. COPYWRITING

C04. DISEÑO Y DIRECCIÓN DE ARTE

D. CAMPAÑA

Se considera como Campaña 2 piezas o más de las categorías A o B.

CÚSPIDE PROMO & ACTIVATION

Cúspide PROMO & ACTIVATION celebra la creatividad que trae las marcas a la vida. Las inscripciones deben demostrar ideas que generen interacción, que trabajen donde está el consumidor y genere una participación en una actividad que promueve un producto o servicio. Esta categoría estará evaluada de la siguiente manera: 20% estrategia; 30% idea; 20% ejecución y 30% impacto y resultados.

La inscripción puede participar un máximo de **3** veces.

CATEGORÍAS

A. ACTIVACIÓN EN EXTERIOR

La inscripción puede participar solo **una** vez dentro de la categoría **A Activaciones en Exterior**.

A01. USO DE EVENTOS Y ACCIONES PROMOCIONALES: Incluye mercadeo guerrilla, ejecuciones y eventos espontáneos, promotores en la calle, acciones promocionales, acciones en la calle, etc. Incluye mercadeo guerrilla, ejecuciones y eventos espontáneos, promotores en la calle, acciones promocionales, acciones en la calle, etc.

A02. PROGRAMACIÓN/CONCIERTOS/FESTIVALES EN VIVO: Incluye eventos deportivos, festivales, entretenimiento corporativo, conciertos en vivo, tarimas, etc.

A03. EXHIBICIONES E INSTALACIONES: Instalaciones más permanentes, incluyendo: galerías de exhibición, ferias, convenciones de “trade”, máquinas expendedoras, “floor graphics”, publicidad en vehículos de tránsito, etc.

A04. PUBLICIDAD GUERRILLA PEQUEÑA ESCALA: Incluye objetos en barras y restaurantes, ventanas, portavasos y ceniceros, bombas de gasolina, hojas sueltas, “stickers”, señalización, “Door Hangers”, etc.

A05. PUBLICIDAD GUERRILLA GRAN ESCALA: “Outdoor/billboards” no tradicionales, incluyendo 3D y “billboards” no tradicionales, brazos mecánicos, señalización, “Mesh” en edificios, “billboards” digitales, “stickers” en ventanas, wrapping de edificios, publicidad aérea y ejecuciones que utilizan un espacio o instalaciones permanentes, etc.

A06. EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR EN LA TIENDA: Incluye instalaciones y despliegues interiores temporeras, dar muestras, descuentos especiales, “customer marketing”, promociones, incentivos, demostraciones de productos, tienda dentro de una tienda, “banners”, “posters”, etc. (Todas las piezas tienen que tener un elemento que invite a la interacción o requiera de la participación del consumidor).

B. LANZAMIENTO O RELANZAMIENTO DE PRODUCTO O PROMOCIÓN DE MÚLTIPLES PRODUCTOS: Incluye productos o servicios lanzados al mercado por primera vez o productos relanzados luego de ser adaptados a las condiciones del mercado, y actividades de promoción que cubran varios productos al mismo tiempo.

C. USO DE COMPETENCIAS Y JUEGOS PROMOCIONALES: Uso de juegos con contexto promocional, por ejemplo: el participante gana un premio. Incluye loterías, sorteos, concursos, premios al azar, etc.

D. AUSPICIOS O ALIANZAS: Utilizan auspicios o alianzas relacionadas (deportes, música, entretenimiento).

E. PROMOCION DIGITAL: Actividades diseñadas estrictamente para crear una activación y/o oferta inmediata para una venta de un producto o servicio en plataformas sociales y digitales. En estas categorías tu participación será juzgada específicamente en cómo el medio digital y/o plataforma social fue utilizada para activar al consumidor. En esta categoría se podrá participar en una o más subcategorías.

CÚSPIDE RADIO

CÚSPIDE RADIO, premiará los anuncios difundidos en emisoras de radio tradicionales y radios online, que sobresalgan en idea creativa y ejecución.

Piezas inscritas en la categoría **A NO PUEDEN** ser inscritas en categoría **B**. Sin embargo, pueden ser inscritas en la categoría **C y D** según aplique.

Piezas que compitan en categoría **A o B** son elegibles para participar en Categoría **C**.

CATEGORÍAS

A. PRODUCTOS Y SERVICIOS

A01. ARTÍCULOS PARA EL HOGAR

Decoración, embellecimiento, mejoras al hogar, muebles, pintura.

A02. BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y CIGARRILLOS

Espíritus destilados, vinos, cervezas, "coolers", "low alcohol beverages".

A03. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

Jugos, néctares, refrescos, leche, café, mezclas en polvo.

A04. BIENES RAICES Y CONSTRUCCIÓN

Herramientas, madera, ferretería, bienes raíces.

A05. COMESTIBLES

Comestibles enlatados, comestibles congelados, quesos, embutidos, arroz, habichuelas, carnes, pastas, azúcar, aceites, condimentos, margarina, mantequilla, salsas, aceitunas, mayonesa, "snacks" (dulces, salados, galletas).

A06. CONCURSOS/ PROMOCIONES Y EVENTOS

Toda pieza que conlleva una premiación y participación del consumidor. Esta categoría requiere venta, descuento y beneficios temporeros cuyo propósito es crear tráfico en el establecimiento inmediatamente. Actividades promocionales que buscan incremento en ventas.

A07. CUIDADO PERSONAL

Higiene personal, cuidado del cabello, toallas sanitarias, pañales desechables, pasta dental, jabones, desodorantes, cosméticos, tintes de cabello, perfumes (anunciados como marca).

A08. DETAL

Tiendas, establecimientos de venta al detal.

A09. EDUCACIÓN Y CULTURA

Instituciones educativas, actividades culturales.

A10. ENTRETENIMIENTO

Promoción de espectáculos, eventos especiales, juegos de azar, casino, hipódromo y centros de diversión.

A11. EQUIPOS ELECTRÓNICOS Y ENSERES DEL HOGAR

Fuentes de energía, cámaras, computadoras, lavadoras, neveras, enseres pequeños (tostadoras, licuadoras).

A12. HIGIENE DEL HOGAR

Detergentes, limpiadores, insecticidas.

A13. INSTITUCIONAL / CORPORATIVO

Participaciones que su mensaje está dirigido primordialmente a resaltar la imagen y opinión de una institución, compañía o marca. (Campañas de imagen, institucional o marca, mensajes corporativos, felicitaciones).

A14. MEDICINAS OTC

Analgésicos, descongestionantes, antiácidos, pastillas para la tos, productos farmacéuticos.

A15. MODAS

Calzado, ropa casual y de vestir, joyería (anunciados como marca).

A16. PRODUCTOS Y ACCESORIOS AUTOMOTRICES

Gomas, baterías de auto, gasolina, aceites de motor.

A17. RESTAURANTES Y "FAST FOODS"

Establecimientos de venta de comida.

A18. SERVICIOS DE COMUNICACIONES

Medio de comunicación, fuentes de información, compañías de Tele Cable.

A19. SERVICIOS FINANCIERO

Banco, tarjetas de crédito, arrendamiento (leasing), servicios prestatarios.

A20. SERVICIOS PROFESIONALES

Servicios médicos, legales u otro, hospitales, salud mental, agencias de publicidad, todo tipo de seguro (vida, salud).

A21. SERVICIO PÚBLICO

Toda pieza cuyo objetivo es fomentar el bienestar social.

A22. SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

Productos de comunicación (celulares, fax, teléfonos, cuadros telefónicos), compañías telefónicas, servicios de correo.

A23. TRANSPORTACIÓN Y TURISMO

Transportación de pasajeros, hoteles, "resorts", carga aérea, carga marítima.

A24. VEHÍCULOS DE MOTOR

Publicidad para autos anunciados como marca.

A25. VEHÍCULOS MOTORIZADOS

Publicidad para motoras anunciada como marca.

A26. ABIERTA

Pieza no cualificada en ninguna categoría anterior.

A27. OTROS MERCADOS

Ideas creadas en PR para otros mercados. **Requiere la evidencia para el mercado que pautó.**

B. BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT

Se premiará las integraciones naturales de una marca a contenido original. Las piezas deben mostrar como una marca ha trabajado exitosamente para crear o co-crear entretenimiento que genere engagement con las audiencias. En esta categoría compiten programas o segmentos de radio.

B01. PROGRAMAS O SEGMENTOS DE RADIO

C. CRAFT

C01. USO DE MUSICA

Incluyendo la creación de composiciones originales, el uso de música existente con derechos y la creación de versiones alteradas/adaptadas de música existente

C02. USO DE DISEÑO DE SONIDO

El proceso de generar o manipular elementos de audio incluyendo sound effects, sonidos de ambiente, etc...

C03. GUIÓN

Se contemplará el uso excepcional de diálogo, narración o voice over para llevar la idea a otro nivel

D. CAMPAÑA

Se considera como Campaña 2 piezas o más de una misma categoría en Sección A.

CÚSPIDE INTEGRATED

Para propósito de Cúspide, INTEGRATED, se define como campañas novedosas que fueron ejecutadas en diferentes medios. La idea debe brillar en cada medio individual en la cual fue ejecutada y la integración de los medios debe engrandecer la idea dándole más propósito y valor. Para aplicar a este premio, las campañas tienen que haber estado en alguno de estos tres medios de comunicación; gráfica, outdoor, film, radio, direct o mobile & social.

CÚSPIDE TITANIUM

Cúspide Titanium reconoce aquellas ideas que asumen riesgos, rompen paradigmas y que se animan a ver más allá de lo social y culturalmente aceptado de la industria, abrir nuevas perspectivas y miradas sobre un tema, o relacionar a las marcas con los consumidores. Ideas que abran nuevos horizontes en la forma de pensar y ver la realidad, y de relacionar a las marcas con los consumidores.

Este premio no se restringe a una cantidad de ejecuciones o tipo de canales, ni tiene límites para el tipo de medios usados.

REQUISITOS TÉCNICOS

NO SE PERMITE EN NINGUNO DE LOS MATERIALES LA IDENTIFICACIÓN DE LA AGENCIA EN NINGÚN FORMATO (ESCRITO/LOGO/VIDEO/AUDIO)

VIDEOS EXPLICATIVOS (CASOS) Duración 2 minutos. Se requiere en español. Opcional en inglés de no poder hacer conversión.
Sólo Integrated y Titanium podrán tener duración de 3 min.

BOARDS EXPLICATIVOS Hacer referencia a formato de entrega en Imagen Digital.
Requisito entregar el impreso del board.
Inscripciones duplicadas para diferentes medios y/o categorías requiere que el “board” explicativo se ajuste con la información necesaria para la cual fue inscrita.

FORMATOS

VIDEO **Requisito entregar** USB compatible con PC y MAC de todos los videos explicativos y piezas principales
MP4 - archivo quicktime
H.264 – 720 x 576 – archivo para internet (upload sistema)

AUDIO USB compatible con PC y MAC archivo MP3 – 160 Kbps.

IMAGEN DIGITAL JPEG – 300 dpi – RGB y aproximadamente 800mm (16.5in) en el lado más largo.

Es opcional pero recomendable la impresión de las piezas de PRINT y BOARDS EXPLICATIVO en tamaño 18 X 24 identificados por la parte trasera con un label con la siguiente información: Medio / Categoría / Sub-categoría, Título.

NO MONTAR EN BOARD. Entregar todos los artes, entre dos foam boards.

DIGITAL **EL URL DEBE DIRIGIR DIRECTAMENTE A LA PIEZA.**

RECOMENDACIÓN DE INFORMACIÓN PARA VIDEO / BOARD EXPLICATIVO /EVIDENCIA

OUTDOOR	Se requiere como evidencia (1) subir a sistema foto de la pieza donde fue ubicada y/o instalada la pieza o (2) evidencia de pauta de la compañía de Outdoor.
PUBLICIDAD VIRAL	Resultados y eficacia idealmente con cantidad de visitas, hits, enviados, usuarios.
GRAFICA	Clipping del anuncio.
RADIO	Compra en la que se identifique el nombre de la pieza.
FILM	Compra en la que se identifique el nombre de la pieza.
MOBILE & SOCIAL	Link video activo / screen shoots - según aplique: youtube link, Facebook page, vimeo link. De ser una experiencia traer la experiencia al proceso. Favor solicitar coordinación.
RADIO/FILM/ GRAFICA/OUTDOOR	Categoría Otros Mercados requiere evidencia del medio para el mercado en que pauto la inscripción.
PROMO & ACTIVATION	Case Study y/o Board con la siguiente información: Objetivo de la promo, cómo se desarrolló (desde concepto hasta implantación), explicar porqué aumentó la relevancia del producto o servicio. Se requieren las piezas originales de ser posible para la evaluación.
DIRECT / DESIGN	Board y/o fotos de pieza a subir a sistema. Se requieren las piezas originales, de ser posible, para la evaluación presencial.
CÚSPIDE IMAGEN	Los materiales de apoyo a incluir (pero no están limitados a): notas de prensa, recortes de prensa, contenido en línea, cobertura tv, fotografías del evento, dirección URL para acciones digitales y redes sociales.

MEDIA Se requiere la pieza en original (gráfica) y fotos de la pieza en el entorno en que fue ubicada o video caso de ser acciones.

INTEGRATED & TITANIUM El video es compulsorio, no se aceptarán boards.

REQUISITO INSCRIPCIÓN Digitalizar la evidencia de pauta (clipping/carta del cliente/
PARA TODAS LAS PIEZAS certificación de pauta por parte del medio) y subir como parte de la inscripción.

Si la confirmación de pauta viene a través de correo electrónico debe estar la información de la persona que confirma la pauta con su número de teléfono en caso de ser necesario.

Es importante resaltar que la ausencia de información sobre los resultados y/o evidencia de las piezas resulta contraproducente a la pieza y el jurado ni AAP es responsable.