



REGLAMENTO DE CÚSPIDE 2017

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.
- Será miembro activo del comité de trabajo del Festival de Publicidad Cúspide del siguiente año.

A - COMPOSICIÓN DEL JURADO

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 once (11) 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 será responsable, liderados por el presidente de jurado, de seleccionar la representación de jurados internacionales. Las agencias con representación internacional ayudarán en la identificación de los recursos ya que aportarían con la partida de pasaje y la AAP se encargará de estadía y per diem.

B - DERECHO DE PARTICIPACION

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.

C- FORMA DE VOTACIÓN

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.

D- 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 si hay una agencia local afiliada al proceso de jurado.

E- 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.

F - PREMIOS

EL FESTIVAL CUSPIDE premiará los mejores trabajos que hayan sido pautados, publicados o emitidos en Puerto Rico por primera vez entre el **1ro. de abril del 2016 al 27 de marzo de 2017.**

Se premiará Oro, Plata y Bronce de cada categoría. Todos los oros por medio se consideran para el Gran Cúspide del medio. Se excluyen de la consideración al premio Gran Cúspide inscripciones en los siguientes medios y categorías: Campañas, Integrated, Titanium y categoría Servicio Público (medios principales).

DESCRIPCIÓN MEDIOS Y CATEGORÍAS DE PARTICIPACIÓN

CUSPIDE FILM

CATEGORÍAS:

- A. PRODUCTOS Y SERVICIOS
- B. CRAFT
- C. CAMPAÑA

Piezas inscritas en la categoría de **A** pueden a su vez ser inscritas en la categoría **B** según aplique.

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, casinos, hipódromo y centros de diversión.

A11. EQUIPOS ELECTRÓNICOS Y ENSERES DEL HOGAR

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

A12. EXTRANJERA

Anuncios conceptualmente creados en PR pero se pautan exclusivamente en otros mercados, no hispano. Deben acompañar certificado de transmisión o "clipping" para ser aceptado.

A13. HIGIENE DEL HOGAR

Detergentes, limpiadores, insecticidas.

A14. 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).

A15. MEDICINAS OTC

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

A16. MODAS

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

A17. PRODUCTOS Y ACCESORIOS AUTOMOTRICES

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

A18. RESTAURANTES Y "FAST FOODS"

Establecimientos de venta de comida.

A19. SERVICIOS DE COMUNICACIONES

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

A20. SERVICIOS FINANCIEROS

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

A21. SERVICIOS PROFESIONALES

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

A22. SERVICIO PÚBLICO

Toda pieza cuyo objetivo es fomentar el bienestar social.

A23. SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

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

A24. TRANSPORTACIÓN Y TURISMO

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

A25. VEHÍCULOS DE MOTOR

Publicidad para autos anunciados como marca.

A26. VEHÍCULOS MOTORIZADOS

Publicidad para motoras anunciada como marca.

A28. ABIERTA

Pieza no cualificada en ninguna categoría anterior.

A29. MERCADOS HISPANOS

Piezas creadas para cualquiera de los mercados hispanos de los EEUU.

B. CRAFT

-B01. CINEMATOGRAFÍA

-B02. ANIMACIÓN

C. CAMPAÑA

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

CUSPIDE GRÁFICA

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

CATEGORÍAS:

- A. PRODUCTOS Y SERVICIOS
- B. CRAFT
- C. CAMPAÑA

Piezas inscritas en la categoría de **A** pueden a su vez ser inscritas en la categoría **B** según aplique.

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, casinos, hipódromo y centros de diversión.

A11. EQUIPOS ELECTRÓNICOS Y ENSERES DEL HOGAR

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

A12. EXTRANJERA

Anuncios conceptualmente creados en PR pero se pautan exclusivamente en otros mercados, no hispano. Deben acompañar certificado de transmisión o "clipping" para ser aceptado.

A13. HIGIENE DEL HOGAR

Detergentes, limpiadores, insecticidas.

A14. 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).

A15. MEDICINAS OTC

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

A16. MODAS

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

A17. PRODUCTOS Y ACCESORIOS AUTOMOTRICES

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

A18. RESTAURANTES Y "FAST FOODS"

Establecimientos de venta de comida.

A19. SERVICIOS DE COMUNICACIONES

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

A20. SERVICIOS FINANCIEROS

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

A21. SERVICIOS PROFESIONALES

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

A22. SERVICIO PÚBLICO

Toda pieza cuyo objetivo es fomentar el bienestar social.

A23. SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

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

A24. TRANSPORTACIÓN Y TURISMO

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

A25. VEHÍCULOS DE MOTOR

Publicidad para autos anunciados como marca.

A26. VEHÍCULOS MOTORIZADOS

Publicidad para motoras anunciada como marca.

A28. ABIERTA

Pieza no cualificada en ninguna categoría anterior.

A29. MERCADOS HISPANOS

Piezas creadas para cualquiera de los mercados hispanos de los EEUU.

B. CRAFT

La misma pieza solo puede competir una vez en la categoría **B**, no simultáneamente en 2 ó más de las subcategorías **B01, B02 y/o B03**.

-B01. ILUSTRACIÓN

-B02. FOTOGRAFÍA

-B03. DIRECCIÓN DE ARTE

C. CAMPAÑA

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

CUSPIDE OUTDOOR

Para el propósito de 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**.

CATEGORÍAS:

- A. FORMATOS TRADICIONALES
- B. FORMATOS NO CONVENCIONALES
- C. CRAFT
- D. CAMPAÑA

Piezas que compitan en categoría **A** no podrán competir en categoría **B** y viceversa. Piezas que compitan en categoría **A** o **B** son elegibles para participar en la Categoría **C** según aplique.

A. FORMATOS TRADICIONALES

Publicidad para exterior diseñada para formatos estándar existentes. Piezas elegibles para la categoría **A** **NO SON ELEGIBLES** para la categoría **B** y viceversa. La misma pieza solo puede competir una vez en la categoría **A**, no simultáneamente en 2 ó más de las subcategorías **A01**, **A02** y/o **A03**.

A01. BILLBOARD

Incluyen tanto billboards impresos como digitales estáticos y trifásicos y mesh, etc...

A02. BUS SHELTER

A03. CARTELES PARA EXTERIOR E INTERIORES DE ESPACIOS PÚBLICOS

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.

B. FORMATOS NO CONVENCIONALES

Piezas elegibles para la categoría **B** **NO SON ELEGIBLES** para la categoría **A** y viceversa. La misma pieza solo puede competir una vez en categoría **B**, no simultáneamente en 2 ó más de las subcategorías **B01**, **B02**, **B03** y/o **B04**.

B01. FORMATOS NO CONVENCIONALES – BILLBOARDS Y BUS SHELTER

Billboards, bus shelters o mesh modificados o adaptados y que contengan elementos físicos activos, interactivos y/o tridimensionales.

B02. FORMATOS NO CONVENCIONALES - 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.

B03. "AMBIENT", INSTALACIONES, 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. OUTDOOR CRAFT

Piezas que compitan en categoría **A** o **B** son elegibles para participar en Categoría **OUTDOOR CRAFT**. La misma pieza solo puede competir una vez en la categoría **C**, no simultáneamente en 2 ó más de las subcategorías **C01, C02, C03 y/o C04**.

C01. ILUSTRACIÓN

C02. FOTOGRAFÍA

C03. COPYWRITING

C04. DIRECCIÓN DE ARTE

D. CAMPAÑA

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

CUSPIDE RADIO

CATEGORÍAS:

- A. PRODUCTOS Y SERVICIOS
- B. CRAFT
- C. CAMPAÑA

Piezas inscritas en la categoría de **A** pueden a su vez ser inscritas en la categoría **B** según aplique.

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, casinos, hipódromo y centros de diversión.

A11. EQUIPOS ELECTRÓNICOS Y ENSERES DEL HOGAR

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

A12. EXTRANJERA

Anuncios conceptualmente creados en PR pero se pautan exclusivamente en otros mercados, no hispano. Deben acompañar certificado de transmisión o "clipping" para ser aceptado.

A13. HIGIENE DEL HOGAR

Detergentes, limpiadores, insecticidas.

A14. 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).

A15. MEDICINAS OTC

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

A16. MODAS

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

A17. PRODUCTOS Y ACCESORIOS AUTOMOTRICES

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

A18. RESTAURANTES Y "FAST FOODS"

Establecimientos de venta de comida.

A19. SERVICIOS DE COMUNICACIONES

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

A20. SERVICIOS FINANCIEROS

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

A21. SERVICIOS PROFESIONALES

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

A22. SERVICIO PÚBLICO

Toda pieza cuyo objetivo es fomentar el bienestar social.

A23. SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

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

A24. TRANSPORTACIÓN Y TURISMO

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

A25. VEHÍCULOS DE MOTOR

Publicidad para autos anunciados como marca.

A26. VEHÍCULOS MOTORIZADOS

Publicidad para motoras anunciada como marca.

A28. ABIERTA

Pieza no cualificada en ninguna categoría anterior.

A29. MERCADOS HISPANOS

Piezas creadas para cualquiera de los mercados hispanos de los EEUU.

B. CRAFT:

B01. USO DE MUSICA

B02. USO DE DISEÑO DE SONIDO

B03. GUIÓN

C. CAMPAÑA

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

CUSPIDE DIGITAL

La definición de Cyber abarca todo tipo de comunicación de marca; online, digital y de tecnología. Cúspide Cyber premiará las mejores soluciones creativas y digitales para las marcas que utilizan la tecnología y la creatividad demostrando cómo envuelven a su público objetivo y enaltecen una marca.

CATEGORÍAS:

A. WEB PLATFORM

- Microsite
- Website
- Web service app

B. ONLINE AD

C. ONLINE VIDEO

D. SOCIAL

E. MÓVIL

F. DIGITAL PROMO & ACTIVATION

G. BRANDED GAMES

H. BRANDED TECH

I. CRAFT

J. CAMPAÑA

A. WEB PLATFORM:

Piezas inscritas en la categoría de **A** pueden a su vez ser inscritas en la categoría **B, C, D, E, F, G, H e I** según aplique. La misma inscripción sólo puede participar **UNA VEZ** en esta sección.

A01. MICROSITE

A02. WEBSITE

A03. **WEB SERVICE APP** (Servicios y/o aplicaciones dirigidas a una audiencia específica para mejorar su experiencia y “engagement” de la marca).

B. ONLINE AD:

Piezas inscritas en la categoría de **B** pueden a su vez ser inscritas en la categoría **A, C, D, E, F, G, H e I** según aplique.

B01. WEB BANNER

C. ONLINE VIDEO

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

Piezas inscritas en la categoría **C** pueden a su vez ser inscritas en la categoría **A, B, D, E, F, G, H e I** según aplique. La misma pieza sólo puede competir una vez en la categoría **C**, no simultáneamente en 2 o más piezas de las subcategorías **C01, C02 y/o C03**.

C01. FORMATOS CORTOS: (0-90 segundos)

C02. FORMATOS LASGOS: (90 segundos o más). 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.

C03. BRANDED CONTENT Y SERIES: En esta Subcategoría compiten 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.

D. 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.

Piezas inscritas en la categoría D pueden a su vez ser inscritas en la categoría A, B, C, E, F, G, H e I según aplique. La misma inscripción puede participar 3 veces en esta sección.

D01. ENGAGEMENT PLATTFORM(S) Diseñado para crear una relación más íntima con la comunidad/consumidores. Puede incluir: (a) La creación de una plataforma social, en que la marca es dueña, controla y que añade valor a su comunidad.
b) El orquestrar múltiples y existentes plataformas sociales de una misma marca para crear un ecosistema digital diseñado para enaltecer la relación con la comunidad/consumidores. Aquí se evaluará la totalidad de los esfuerzos de la marca para la creación del Engagement. (Todos los esfuerzos de la marca).

D02. COMMUNITY MANAGEMENT: La interacción social que está diseñada para conectar/engagement y construida o encargada de mantener una comunidad social online y que resulte en mejorar la afinidad a la marca; serán considerados la interacción de la comunidad,,niveles de interacción/engagement y conversación. A diferencia de **Engagement Platform**, en esta subcategoría se evaluarán cualquier tipo de contenido en su carácter individual (Facebook Posts, Facebook Live Video, instagram, Tweets, etc.)

D03. 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 realtime en específico.

D04. 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).

D05: APPLICATION & TOOLS: Aplicación digital o herramientas diseñadas específicamente para una plataforma social.

E. MÓVIL

Podrán inscribirse en esta categoría toda publicidad que incluya Aplicaciones y/o juegos creados para: Teléfonos inteligentes, tabletas, *Bluetooth*, SMS, MMS, WAP, aplicaciones móviles, QR Codes, etc.

Piezas inscritas en la categoría E pueden a su vez ser inscritas en la categoría A, B, C, D, F, G, H e I según aplique.

F. DIGITAL PROMO & ACTIVATION

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.

Piezas inscritas en la categoría F pueden a su vez ser inscritas en la categoría A, B, C, D, E, G, H e I según aplique.

F01. USO DE PLATAFORMAS SOCIALES Y AUDIENCIA SOCIAL: Campañas publicitarias que activan audiencias sociales (externas) para crear o fortalecer relaciones dentro de la comunidad o con nuevos consumidores. Páginas de redes sociales, blogs, wikis, páginas de compartir videos, servicio de nube, etc. En esta subcategoría se evaluará cómo se utilizaron las plataformas externas para fortalecer la campaña de promoción digital.

F02. USO DE PUBLICIDAD DIGITAL EN CAMPAÑA PUBLICITARIA: Comunicación digital en computadoras “desktop” y móviles (tabletas y celulares) incluyendo: websites, microsites, search engine marketing, publicidad específica para el medio digital utilizado, banners ads, email marketing, juegos y aplicaciones, QR codes, mms, sms, gps, contenido de marca, etc. A diferencia de la Subcategoría **F01**, en ésta subcategoría el esfuerzo no depende de las audiencias externas.

F03. USO DE TECNOLOGÍA NUEVA: Tecnología nueva que empuja las barreras de innovación digital en una campaña publicitaria, incluyendo, pero no se limita a: instalaciones digitales (punto de venta y exteriores), pantallas interactivas, realidad aumentada, mundos virtuales, impresiones 3D, tecnología portátil, etc.

G. 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.

Piezas inscritas en la categoría G pueden a su vez ser inscritas en la categoría A, B, C, D, E, F, H e I según aplique.

H. BRANDED TECH:

Tecnología de marca o soluciones digitales que han sido utilizados para realzar una marca. Si la pieza es un app, no se podrá inscribir en esta categoría. Para app, referirse a la categoría de **Media**.

Piezas inscritas en la categoría H pueden a su vez ser inscritas en la categoría A, B, C, D, F, G, e I según aplique. La misma inscripción sólo puede participar una vez en esta sección.

H01. TECNOLOGÍA TANGIBLE: Productos digitales de gran o pequeña escala, herramientas que crean valor a una marca entre el producto y el consumidor y aporta a la vida y comportamiento de sus usuarios. (robotics, virtual reality, biotech etc).

H02. SPECIAL TECH: Instalaciones digitales/exhibiciones. Demostraciones digitales al aire libre/espacio, instalaciones, pantallas interactivas etc.

I. CRAFT

Tiene que ser en función de la idea digital. En esta categoría se podrá participar en una o más subcategorías.

Piezas inscritas en la categoría I pueden a su vez ser inscritas en la categoría A, B, C, D, F, G y H según aplique.

H01. DESIGN: Animación, Ilustración y Diseño Gráfico

H02. TECNOLOGÍA: Interface, Navegación y Uso de tecnología

J. CAMPAÑA

Sólo campañas "online" que constan de al menos 2 ejecuciones de **DIGITAL**. Ejemplo: 1 Website y 1 Video Online o un Banner y 1 Social post, etc.

CUSPIDE PROMO & ACTIVATION

La definición de Promoción y Activación para el propósito del Festival Cúspide 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.

A. ACTIVACIONES

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 interactivo).

A07. 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.

A08. 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.

A09. AUSPICIO O ALIANZAS: Utilizan auspicios o alianzas relacionadas (deportes, música, entretenimiento).

CUSPIDE DIRECT

Para efectos de Cúspide, DIRECT RESPONSE, es la comunicación directa con el usuario (consumidor) con la intención de entablar un diálogo y generar una respuesta o acción específica. El Marketing Directo no sólo se limita al trabajo que precisa de una respuesta (como cupones, números de teléfonos, etc.) sino que busca generar algún efecto en el comportamiento del consumidor y obtener una respuesta significativa y medible. 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

La inscripción puede participar un máximo de 3 veces.

A01. CORREO DIRECTO: La pieza fue entregada directamente al consumidor ya sea a través de correo, mensajeros, ect.

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 ALTERNATIVOS: Ejecuciones guerrilla, no tradicionales.

A04. USO DE DATA: Las piezas que compitan en esta categoría deberán demostrar cómo una campaña de Direct se destacó gracias al uso de la data.

CUSPIDE DESIGN

La definición de Design para propósito de Cúspide es el uso excepcional del diseño en función de ayudar en la comunicación y en la experiencia de dar a conocer la personalidad y el mensaje del producto. Puro diseño no es necesariamente tiene que haber una idea envuelta.

Piezas que compiten en DESIGN NO PUEDEN COMPETIR en el medio de GRÁFICA ni OUTDOOR. Piezas inscritas en la categoría de A pueden a su vez ser inscritas en la categoría B y C según aplique.

A. COMMUNICATION DESIGN Aquí aplican posters, self promotion, publications, books & editorial design, corporate communication, invitations, greeting cards.

B. BRAND ENVIRONMENT Aquí aplican permanent & temporary Point of Purchase-Up Environment, Point of Sale.

C. CRAFT

C01. LOGOS

C02. TYPOGRAPHY

C03. ILLUSTRATION

C04. PHOTOGRAPHY

C05. MOTION GRAPHICS & ANIMATION

CUSPIDE IMAGEN

Para el propósito de Cúspide, se define como cualquier forma de publicidad no paga, 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.

A. CATEGORIAS

La inscripción puede participar un máximo de 3 veces.

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: (Entidades sin Fines de Lucro). 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.

CUSPIDE 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.

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, etc

Nota: Esta categoría será juzgada tomando en cuenta el elemento físico del artículo y no la escala de distribución.

A05. MEDIOS AMBIENTALES GRAN ESCALA: Incluye: Lugares de gran escala, 3d y formas no tradicionales, barreras de entrada, piso como medio y otras adaptaciones a lugares de exterior, rótulos, edificios, etc.

Nota: Esta categoría será juzgada tomando en cuenta el elemento físico del artículo y no la escala de distribución.

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.

B. CAMPAÑA:

En esta categoría se premiarán las mejores campañas de medios. Cada participación debe constar de tres (3) o más ejecuciones que hayan sido expuestas en tres (3) distintos medios.

CUSPIDE INTEGRATED

Para propósito de Cúspide, INTEGRATED, se define como campañas novedosas que fueron ejecutadas de forma excepcional 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 al menos tres medios de comunicación diferentes exceptuando Design y Media.

CUSPIDE TITANIUM

Para propósito de Cúspide, TITANIUM, se define como ideas innovadoras que apuntan hacia una nueva dirección.

COMPONENTES DE LA INSCRIPCIÓN

Cada inscripción al sistema tiene 8 campos que permiten ofrecer al jurado material de soporte de la Pieza original. El campo de Pieza Principal se refiere a la pieza que el jurado debe evaluar en primera instancia.

A su vez al final de la selección de los componentes se identifican tres campos que son requisitos cumplimentar por cada pieza: Objetivo, Implementación (qué, cómo y dónde) y resultados.

The screenshot shows a registration form with the following sections:

- Título *:** A text input field containing "Manzanita New".
- Componentes de la inscripción:** A section with a grey header and a light blue background. It contains a paragraph: "Aquí es donde se identifica el Título y Formato de la pieza principal y las piezas de apoyo. Es la descripción de la pieza que identifica el formato. El formato puede ser video, audio, gráfica o url. Nota: la integración (Upload) de la pieza se realiza en el paso 4."
- Formato Selection:** A grid of radio buttons for selecting the format of each piece. The options are: Video, Audio, Gráfica/Print, URL, Board, Case Study, Evidencia, and N/A. The "Pieza Principal" has "Video" selected. Pieces 2 through 8 have "N/A" selected.
- Descripción:** A section with a grey header. It contains two text input fields:
 - Objetivo:** A text input field containing "Nueva soda con sabor natural".
 - Implementación: (qué, cómo y dónde pautó):** A text input field containing "werve".

H- REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

Solo agencias socias de AAP pueden participar del Festival Cúspide y no hay límite en la cantidad de piezas a inscribir. Una agencia de nuevo ingreso solo puede participar si el protocolo de solicitud de membresía se completó seis meses antes de la fecha del Festival.

La inscripción, ingreso de datos y piezas participantes, se realizará a través de la página www.festivalcuspide.com desde el **MARTES 7 DE MARZO** al **MARTES 27 DE MARZO DE 2017**.

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 **31 DE MARZO DE 2017** en las oficinas de la AAP. Para cualquier consulta sobre el envío o el pago de la inscripción, por favor contactar a Rachelle Whitten al correo electrónico agenciaspublicitariaspr@gmail.com ó por teléfono al 787-200-9906.

Las inscripciones no cualificarán si;

- No cumplen con las fechas límite.
- No estar registradas según las especificaciones.
- No 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.

I-CIERRE DE INSCRIPCIONES

Las inscripciones en sistema cerrarán el **27 de marzo de 2017 a las 12:00 de la medianoche** y la entrega del material inscrito con pago el **31 de marzo de 2017 hasta las 7:00 pm. NO SE ACEPTARÁN INSCRIPCIONES DESPUÉS DE LA FECHA LÍMITE.**

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.

J - VALOR DE INSCRIPCIONES

Inscripción individual es de **\$ 140.00 c/u**
Campañas de Medios e Integrada **\$150.00 c/u**
Titanium **\$ 150.00 c/u**

G- 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.

L - 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 inscripciones 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 exime 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 descalificará 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.

REQUISITOS TÉCNICOS

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

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 DVD 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

CD-ROM 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 en tamaño 18 X 24 exclusivamente. **NO MONTAR EN BOARD.** Entregar los artes, identificados por la parte trasera con un label con la siguiente información : Medio / Categoría / Sub-categoría , entre dos foam boards.

CYBER

EL URL DEBE DIRIGIR DIRECTAMENTE A LA PIEZA.

RECOMENDACIÓN DE INFORMACIÓN PARA VIDEO / BOARD EXPLICATIVO /EVIDENCIA

OUTDOOR

Se requiere como parte de la evidencia de la pieza foto de donde fue ubicada y/o instalada la pieza.

PUBLICIDAD VIRAL

Resultados y eficacia idealmente con cantidad de visitas, hits, enviados, usuarios.

PROMO & ACTIVATION

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

Se requieren las piezas originales de ser posible para la evaluación.

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 en caso de ser acciones.
INTEGRATED & TITANIUM	El video es compulsorio, no se aceptarán boards.
REQUISITO INSCRIPCIÓN PARA TODAS LAS PIEZAS	<p>Digitalizar la evidencia de pauta (clipping/carta del cliente/ certificación de pauta por parte del medio) y subir como parte de la inscripción.</p> <p>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.</p> <p>Es importante resaltar que en ausencia de información sobre los resultados y/o evidencia de las piezas resulta contraproducente a la pieza y el jurado ni AAP es responsable.</p>
Pieza Principal	Se considera pieza principal de la inscripción la que la agencia asigne para que el jurado vea en primer lugar en el proceso de jurado.