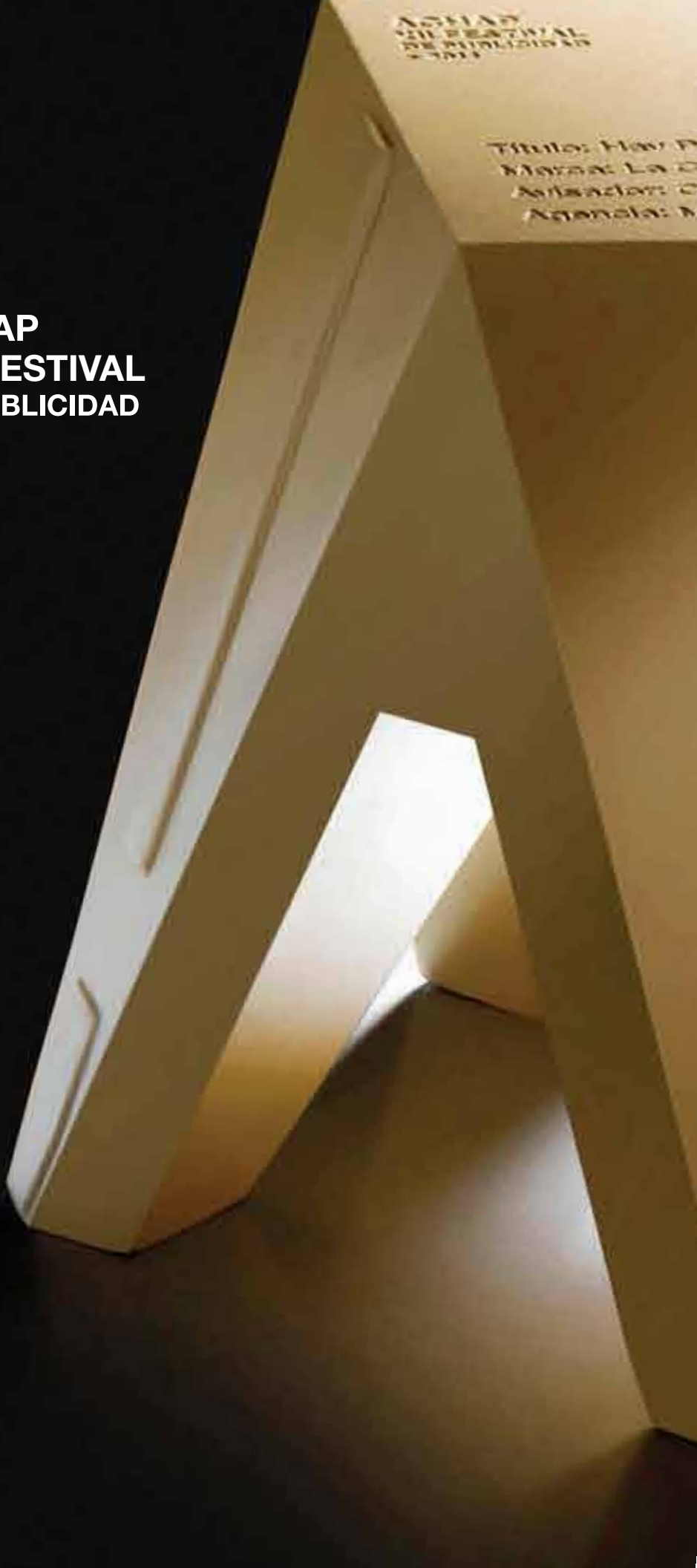




**ACHAP
XIV FESTIVAL
DE PUBLICIDAD
> 2013**

**// BASES
2013**





QUÉ ES FESTIVAL A!

Es el concurso anual que premia la creatividad de la publicidad chilena. Un concurso que reúne 7 Festivales:

- **Televisión**
- **Gráfica**
- **Vía Pública**
- **Radio**
- **Medios**
- **Digital**
- **Creatividad Integrada (Campañas en 360°)**

Este evento culmina con una ceremonia de premiación el 4 de diciembre a las 19:00 horas en GAM.

OBJETIVOS

- Promover, potenciar y difundir la creatividad en Chile.
 - Incentivar el mejor nivel creativo para el desarrollo de la publicidad en Chile.
 - Reconocer la fuerza de ideas creativas dirigidas al consumidor final y que por su originalidad, potencia y distinción, aportan al desarrollo de marcas y al cumplimiento de objetivos de marketing y comunicación.
-

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación de las piezas inscritas se considerarán los siguientes tres criterios:

- **Originalidad y frescura de la idea**
 - **Calidad de la ejecución**
 - **Relevancia y pertinencia de la idea para la marca**
-

¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR?

Pueden participar las agencias de todo tipo (creativas, de medios, de BTL, digitales, de diseño y de marketing relacional), avisadores, empresas productoras (de cine, radio, televisión, gráfica y eventos), diseñadores y demás profesionales de actividades afines a la industria.

Pueden participar sólo aquellas piezas que hayan sido creativamente concebidas en Chile.
(no se aceptarán adaptaciones de piezas extranjeras).



Las piezas participantes deben haber sido publicadas, exhibidas o transmitidas, con la aprobación del cliente, entre el **20 de noviembre de 2012 y el 22 de octubre de 2013**, y no deben haber participado en versiones anteriores de este certamen.

Si una pieza premiada no cumpliera con estos requisitos, Achap estará facultada para retirar el premio y sancionar al inscriptor de la pieza con la prohibición de participar en el próximo Festival, sea inscribiendo piezas o como parte del jurado.

Si algún participante estimara, fundadamente, que alguna pieza premiada no cumple con los requisitos de participación estipulado en estas bases, podrá objetarla de acuerdo al protocolo que se encuentra en el sitio web de Achap.

JURADO

Habrá 3 equipos de Jurados:

a) El Jurado de los Festivales de Televisión, Gráfica, Vía Pública, Radio y Creatividad Integrada.

Estará conformado por 4 Directores Creativos internacionales y 4 Directores Creativos locales y un representante del Directorio que actuará como Presidente del Jurado, con derecho a voto.

b) El Jurado del Festival Digital

Estará conformado por 6 profesionales: 1 Presidente, 5 profesionales asociados a IAB y/o ACHAP.

c) El Jurado del Festival de Medios

Estará conformado por 6 profesionales: 1 Presidente, 5 ejecutivos de agencias de medios nacionales representantes de los siguientes grupos publicitarios internacionales: Interpublic, Havas, Omnicom, Publicis y WPP.

PROCEDIMIENTO PARA LA ELECCIÓN DE TELEVISIÓN, GRÁFICA, VÍA PÚBLICA, RADIO Y CREATIVIDAD INTEGRADA

Cada agencia asociada tendrá derecho a nominar a un candidato. No podrá proponer a un jurado que haya participado como tal en el año 2012. Su nominación deberá enviarla en un sobre cerrado a las oficinas del abogado de Achap, Sr. Jorge Fuenzalida, ubicadas en Bandera 341, Of. 358, Santiago Centro. El Sr. Fuenzalida hará un acta notarial con el listado final de nominados, que será enviada a todas las agencias asociadas a Achap.



PRESIDENTES DEL JURADO

- El Presidente del jurado de los Festivales de TV, Gráfica, Vía Pública, Radio y Creatividad Integrada será elegido por el Directorio de Achap.
- El Presidente del jurado del Festival de Medios, será elegido por las agencias de medios y por el Directorio de Achap.
- El Presidente del jurado del Festival Digital, será elegido por la IAB y por el Directorio de Achap.

Los Presidentes elegidos deberán tener una trayectoria profesional destacada en su país y contar con reconocimiento internacional. Si por razones de fuerza mayor alguno de ellos cancelara su participación, la dirección del Festival pondrá una alternativa para resolver el imprevisto.

Los Presidentes tendrán las siguientes responsabilidades:

- Velar por la transparencia del proceso de votación y del trabajo de los jurados.
- Liderar el criterio para premiar la mejor creatividad y de acuerdo a los principios de evaluación que propone el Festival.
- Dirigir las discusiones para la asignación de premios.
- Controlar que los jurados se inhabiliten cuando se vote una pieza de su agencia.
- Contactar al avisador correspondiente en el caso de que la premiación de una pieza esté en discusión por presunta copia o "trucho".
- Dirimir los casos de empate de la votación.

Para resolver dudas o solucionar problemas fuera de su competencia, los Presidentes deberán consultar al Director del Festival.

Los Presidentes del jurado tienen la autoridad para penalizar, e inclusive expulsar del Festival, a miembros del jurado que no cumplan con las normas éticas del mismo.

Proceso de Evaluación:

El proceso de jura se llevará a cabo de manera presencial los días 4, 5, 6 y 7 de noviembre de 2013 y la ceremonia de premiación el día miércoles 4 de diciembre de 2013.



DIRECCIÓN DEL FESTIVAL

El Director del Festival será responsable de la organización y el desarrollo del evento.

Sus principales responsabilidades son:

- Promocionar el Festival.
- Informar los nombres del jurado a todas las Agencias Achap.
- Eliminar cualquier pieza, en cualquier etapa del proceso, inclusive una vez discernidos y entregados los premios en forma irrevocable.
- Subdividir una categoría o trasladar las inscripciones a otra para asegurar una competición equitativa, si el número de piezas de una categoría excediera el normal, o si la cantidad de participantes fuera insuficiente.
- Resolver en forma instantánea cualquier duda que durante las juras le sea manifestada por algún jurado o por el Presidente de cada Festival.
- Velar para que los procesos de votación se efectúen conforme a las bases aquí establecidas.
- Si en el ejercicio de su función, el Director del Festival enfrentara algún conflicto de interés, se inhabilitará y resolverá otro integrante designado por el Directorio Achap.



REGISTRO E INSCRIPCIÓN DE PIEZAS

Registro: Cada agencia y/o participante debe registrarse como usuario en el sitio www.achap.cl completando el formulario de inscripción. Luego recibirá un correo electrónico para confirmar su registro y una contraseña de acceso. Las agencias pueden generar múltiples usuarios.

Inscripción: Se inicia el proceso completando un formulario por cada pieza o campaña participante en el sitio www.achap.cl accediendo con el nombre de usuario y contraseña. Luego deberá subir la pieza o campaña ya inscrita.

El plazo de inscripción será desde el 9 de octubre hasta las 24 horas del 22 de octubre.

Habrà un plazo extendido de inscripción a partir del miércoles 23 y hasta el jueves 24 de octubre hasta las 20:00 horas. Las inscripciones realizadas durante el período de extensión tendrán un recargo de \$30.000 cada una.

Todo el proceso de inscripción se hará a través de Internet.

FORMULARIO GENERAL DE INSCRIPCIÓN FINAL POR AGENCIA

El único envío físico a las oficinas de Achap, ubicadas en Fidel Oteiza 1921, Oficina 801, Providencia (metro Pedro de Valdivia) será:

- a) Ficha General de Inscripción y Pago firmada por el Gerente General de la Agencia,
- b) Cheque por el valor total de inscripciones.

a. Imprimir Ficha General de Inscripción y Pago al finalizar el proceso de inscripción de todas sus piezas, esta contiene el detalle de todo lo inscrito y el monto a pagar. Esta misma ficha debe ser firmada por el Gerente General certificando lo siguiente:

"Certifico que todas las piezas presentadas por nuestra agencia corresponden a clientes de la agencia, fueron concebidas para el consumidor final y han sido aprobadas por el cliente. Son piezas de publicidad real que han sido publicadas o exhibidas en medios de comunicación pagados, con la aceptación del cliente".

b. Un cheque nominativo y cruzado a nombre de Asociación Chilena de Agencias de Publicidad, o una constancia impresa de transferencia bancaria o depósito.

En caso de hacer transferencia deber realizarla a la siguiente cuenta:

Asociación Chilena de Agencias de Publicidad

RUT: 73.060.800-4

Banco de Chile

Cta. Cte.: 0730608004

(Es importante tener en cuenta que Achap emitirá factura con RUT: 81.464.000-0)



FECHAS CLAVES

- Período de exhibición de piezas: entre el 20 de noviembre de 2012 y el 22 de octubre de 2013.
- Inscripción de piezas: Desde el 9 de octubre al 22 de octubre de 2013.
- Cierre de inscripción: **Hasta las 24 horas del 22 de octubre de 2013.**
- Inscripción de piezas plazo extendido: Miércoles 23 y hasta las 20:00 horas del jueves 24 de octubre de 2013.
- Ceremonia de Premiación: miércoles 4 de diciembre de 2013.

PREMIOS

- Habrá un Premio Oro, un Plata y un Bronce por cada categoría.
- Entre los premios Oro de cada Festival se elegirá un Grand Prix si el jurado estima que lo amerita.
- Los premios Oro de las categorías de Bien Público o Entidades de Bien Público en cualquiera de los Festivales no participarán en la elección del Grand Prix.
- Toda campaña para una entidad de bien público sólo podrá participar en la categoría Bien Público.
- En la ceremonia de premiación sólo se entregarán y exhibirán los premios Oro y Grand Prix de cada Festival.
- Los premios Oro y Grand Prix recibirán un trofeo y los premios Plata y Bronce recibirán un diploma.

Habrán premios especiales que se determinarán por puntaje acumulado y son los siguientes:

- **Marca Avisadora del Año**
- **Agencia Creativa del Año**
- **Agencia Digital del Año (puntaje acumulado sólo en Festival Digital)**
- **Agencia de Medios del Año**
- **Mejor Director**
- **Mejor Fotógrafo**
- **Mejor Productora**

Para el premio Marca Avisadora no se considerarán las entidades de Bien Público.

Para calcular el puntaje acumulado y determinar los premios, se sumarán los puntos obtenidos por cada marca, productora y cada agencia en los Festivales que participen, según el siguiente puntaje asignado a cada premio.

Finalista	1 Punto
Bronce	3 Puntos
Plata	5 Puntos
Oro	7 Puntos
Gran Prix	10 Puntos
Premio Técnico	6 Puntos

La acumulación de puntaje en el caso de las piezas finalistas tiene un máximo de hasta 5 puntos. El sexto ya no suma puntaje para el cálculo. Tampoco suman puntaje los premios Mejor Director (Festival Televisión), Mejor Fotógrafo (Festival Gráfica) y Mejor Productora (Festival Radio).



ELIMINACIÓN DE PIEZAS

Las inscripciones que no cumplan con los requisitos antes expuestos se eliminarán "por forma".

El jurado presencial tendrá la facultad de eliminar o no premiar una pieza que sea cuestionada por algún miembro del jurado en el proceso de votación. Si este cuestionamiento es por copia o plagio, se solicitará a la persona que la imputa, alguna prueba o demostración que certifique dicho cuestionamiento.

Si por cualquier razón un concursante decide retirarse, o si el jurado estima que una pieza no cumple con las bases y la elimina en cualquier etapa del proceso, el dinero de la inscripción no será reembolsado.

Quedarán excluidas y serán eliminadas del Festival las piezas que hayan sido objetadas éticamente por el CONAR.

Si una misma pieza resulta inscrita en dos categorías individuales, el jurado se reserva el derecho de decidir en cuál de las dos categorías votarla.

OTROS

Las piezas finalistas deberán ser entregadas a Achap impresas en el tamaño y condiciones que se indiquen para ser exhibidas en el Centro Cultural GAM.

El concursante autoriza a la Organización para exhibir las piezas inscritas en cualquier medio de comunicación social u otro, para la promoción y difusión. Las piezas no serán devueltas.

Cada competidor asume plena responsabilidad por la inscripción, características, contenido y calidad del material presentado, liberando de toda responsabilidad ante terceros a la Dirección y Organización del Festival.

VALORES DE INSCRIPCIÓN

Piezas individuales:

Concursantes asociados a Achap \$ 100.000 + IVA cada una.

Concursantes no asociados a Achap \$ 120.000 + IVA cada una.

Campañas: (máximo 4 piezas por campaña)

Concursantes asociados a Achap \$ 130.000 + IVA cada una.

Concursantes no asociados a Achap \$ 150.000 + IVA cada una.

Valores de inscripción durante el plazo extendido desde el 23 de octubre y hasta las 20:00 horas del 24 de octubre de 2013.
Recargo de \$ 30.000.- por cada inscripción realizada durante las 48 horas de duración del plazo extendido.



**ACHAP
XIV FESTIVAL
DE PUBLICIDAD
> 2013**

**// BASES
TELEVISIÓN
2013**

//AUSPICIA



FORMATOS DE ARCHIVOS DE LAS PIEZAS DE TELEVISIÓN PARTICIPANTES

El formato del archivo debe ser H.264 en un mp4, sin barras y sin negros, ni al inicio ni al final. El material será exhibido tal como sea proporcionado por el participante. El objetivo de usar H.264 en un mp4 es asegurar que el material, tanto durante el proceso de jura como en el momento de la premiación, se exhiba al menos con una calidad igual a broadcast. El sistema aceptará archivos de tamaño 720x480 ó 720x486 y H.264 en un mp4 de hasta 200MB de peso, lo que equivale a tres minutos de video en calidad broadcast.

Para asegurar la mejor calidad es altamente recomendable realizar el archivo en formato H.264 en un mp4 desde el master final uncrompressed del comercial. La guía de exportación a H.264 en un mp4 se puede descargar desde el sitio del Festival.

CATEGORÍAS

1. Alimentos, Comidas, Lácteos. Golosinas, Confites, Snacks y Bebidas No Alcohólicas
2. Bebidas Alcohólicas
Cervezas (incluye las sin alcohol), vinos, ron, piscos, whisky, vodkas, etc.
3. Audio y Video, Tecnología, Computación, Internet y Electrodomésticos
Servicios y equipos.
4. Cosmética, Belleza e Higiene Personal, Laboratorios y Fármacos
5. Aseo, Higiene del Hogar y Mascotas
- 6 Vestuario, Moda, Accesorios y Equipamiento del Hogar, Minimarket, etc.
Tiendas minoristas.
7. Autos, Accesorios y Combustibles
Automóviles, motos, maquinaria agrícola, lubricantes, accesorios, repuestos, servicios, neumáticos, combustibles, etc.
8. Educación
Institutos, universidades, colegios y congresos.
9. Entidades Financieras , Seguros, Medicina, Salud, Isapre y Clínicas Bancos, financieras, sistemas de ahorro, entidades de préstamos, AFP, seguros, inmobiliarias, clínicas, Isapres, ópticas y organizaciones formales de salud.

10. Empresas de Servicio Privadas y Públicas

Telefonía fija, móvil, larga distancia nacional e internacional, servicios de telecomunicaciones, proveedores de servicios de Internet, TV cable y satelital, páginas amarillas, directorios, servicios postales, electricidad, gas, energía y compañías de agua, gobierno y campañas políticas.

11. Imagen Corporativa

Campaña institucional, auspicios de eventos especiales, mensajes corporativos, etc.

12. Tiendas Retail

Tiendas por departamento, supermercados, grandes tiendas de construcción, farmacias, malls, stripcenters, etc.

13. Viajes, Turismo y Gastronomía

Hoteles, agencias de viajes, resorts, restaurantes, medios de transporte, buses, trenes, líneas aéreas.

14. Promociones y Liquidaciones

Participan piezas creadas para promociones de cualquier tipo.

15. Entretenimiento, juegos de azar y ocio

Ocio, parques temáticos, gimnasios, festivales, clubes nocturnos, bares, museos, galerías de arte, cines y teatros, juguetes, juegos de mesa, juegos de ordenador y electrónicos, consolas, loterías, juegos de azar.

16. Medios de Comunicación

Canales de televisión, radios, diarios, revistas o cualquier otro medio de comunicación.

17. Campañas

Campañas de cualquier tipo (mínimo 2, máximo 4 piezas).

18. Bien Público

Entidades de beneficencia, prevención de accidentes de tránsito, alcoholismo y otros.

CATEGORÍAS TÉCNICAS O ESPECIALES DEL FESTIVAL DE TELEVISIÓN

1. Mejor Dirección de Arte
2. Mejor Fotografía
3. Mejor Música
4. Mejor Producción
5. Mejor Director (determinado por puntaje acumulado)



**ACHAP
XIV FESTIVAL
DE PUBLICIDAD
> 2013**

**// BASES
GRÁFICA
2013**

// AUSPICIA



EL MERCURIO

FORMATOS DE ARCHIVOS DE LAS PIEZAS DE GRÁFICA PARTICIPANTES

El archivo debe ser en formato JPG, en RGB, sin compresión (Calidad máxima), baseline standard, dimensiones máximas de 5.000px por 5.000px y tamaño máximo de 50MB.

CATEGORÍAS

1. Alimentos, Comidas, Lácteos. Golosinas, Confites, Snacks y Bebidas No Alcohólicas
2. Bebidas Alcohólicas
Cervezas (incluye las sin alcohol), vinos, ron, piscos, whisky, vodkas, etc.
3. Audio y Video, Tecnología, Computación, Internet y Electrodomésticos
Servicios y equipos.
4. Cosmética, Belleza e Higiene Personal, Laboratorios y Fármacos
5. Aseo, Higiene del Hogar y Mascotas
6. Vestuario, Moda, Accesorios y Equipamiento del Hogar, Minimarket, etc.
Tiendas minoristas.
7. Autos, Accesorios y Combustibles
Automóviles, motos, maquinaria agrícola, lubricantes, accesorios, repuestos, servicios, neumáticos, combustibles, etc.
8. Educación
Institutos, universidades, colegios
9. Entidades Financieras , Seguros, Medicina, Salud, Isapre y Clínicas
Bancos, financieras, sistemas de ahorro, entidades de préstamos, AFP, seguros, inmobiliarias, clínicas, Isapres, ópticas y organizaciones formales de salud.
10. Empresas de Servicio Privadas y Públicas
Telefonía fija, móvil, larga distancia nacional e internacional, servicios de telecomunicaciones, proveedores de servicios de Internet, TV cable y satelital, páginas amarillas, directorios, servicios postales, electricidad, gas, energía y compañías de agua, gobierno y campañas políticas.

11. Imagen Corporativa

Campaña institucional, eventos especiales, auspicios, mensajes corporativos, etc.

12. Tiendas Retail

Tiendas por departamento, supermercados, grandes tiendas de construcción, farmacias, malls, stripcenters, etc.

13. Viajes, Turismo y Gastronomía

Hoteles, agencias de viajes, resorts, restaurantes, medios de transporte, buses, trenes, líneas aéreas.

14. Promociones y Liquidaciones

Participan piezas creadas para promociones de cualquier tipo.

15. Entretenimiento, juegos de azar y ocio

Ocio, parques temáticos, gimnasios, festivales, clubes nocturnos, bares, museos, galerías de arte, cines y teatros, juguetes, juegos de mesa, juegos de ordenador y electrónicos, consolas, loterías, juegos de azar.

16. Medios de Comunicación

Canales de televisión, radios, diarios, revistas o cualquier otro medio de comunicación.

17. Campañas

Campañas de cualquier tipo (mínimo 2, máximo 4 piezas).

18. Bien Público

Entidades de beneficencia, prevención de accidentes de tránsito, alcoholismo y otros.

CATEGORÍAS TÉCNICAS O ESPECIALES DEL FESTIVAL DE GRÁFICA

1. Mejor Dirección de Arte.
2. Mejor Texto.
3. Mejor Fotografía.
4. Mejor Fotógrafo (determinado por puntaje acumulado)



**ACHAP
XIV FESTIVAL
DE PUBLICIDAD
> 2013**

**// BASES
VÍA PÚBLICA
2013**

// AUSPICIA

 **Clear Channel**
Where brands meet people



FORMATOS DE ARCHIVOS DE LAS PIEZAS DE VÍA PÚBLICA PARTICIPANTES

El archivo gráfico debe ser en formato JPG, en RGB, sin compresión (calidad máxima), baseline Standard, dimensiones máximas 5.000px por 5.000px y tamaño máximo de 50Mb.

El archivo audiovisual debe ser en formato H.264 en un mp4, sin barras y sin negros, ni al inicio ni al final. El material será exhibido tal como sea proporcionado por el participante. El objetivo de usar H.264 en un mp4 es asegurar que el material, tanto durante el proceso de jura como en el momento de la premiación, se exhiba al menos con una calidad igual a broadcast. El sistema aceptará archivos H.264 en un mp4 de hasta 200Mb de peso, lo que equivale a tres minutos de video en calidad broadcast.

CATEGORIAS

1. Gráfica Soportes Tradicionales, Productos y Servicios
Vallas, mobiliario de calles, refugios, monumentales, metro, etc.
2. Gráfica Soportes Tradicionales, Promociones
Vallas, mobiliario de calles, refugios, monumentales, metro, etc.
3. Gráfica Puntos de Venta
Intervenciones gráficas en puntos de venta, incluye vitrinas para tiendas de retail y minoristas.
4. Digital Productos y Servicios
Contenido creado especialmente para pantallas y proyecciones en vía pública para productos y servicios en general.
5. Digital Promociones
Contenido creado especialmente para pantallas y proyecciones en vía pública para promociones de productos y servicios.
6. Intervenciones Públicas
Intervenciones en soportes o instalaciones especiales de vía pública en locaciones interiores y exteriores.
7. Intervenciones Experienciales
Intervenciones en vía pública o lugares públicos (Bares, Restaurantes, Tiendas, Museos, etc.) que generen experiencia.



**ACHAP
XIV FESTIVAL
DE PUBLICIDAD
> 2013**

**// BASES
RADIO
2013**

FORMATOS DE ARCHIVOS DE LAS PIEZAS DE RADIO PARTICIPANTES

El archivo debe ser en formato mp3, 44 Mhz, 192kbps, stereo. No se aceptarán otros formatos de audio como wave o aiff.

CATEGORÍAS

1. Alimentos, Comidas, Lácteos. Golosinas, Confites, Snacks y Bebidas No Alcohólicas
2. Bebidas Alcohólicas
Cervezas (incluye las sin alcohol), vinos, ron, piscos, whisky, vodkas, etc.
3. Audio y Video, Tecnología, Computación, Internet y Electrodomésticos
Servicios y equipos.
4. Cosmética, Belleza e Higiene Personal, Laboratorios y Fármacos
5. Aseo, Higiene del Hogar y Mascotas
6. Vestuario, Moda, Accesorios y Equipamiento del Hogar, Minimarket, etc.
Tiendas minoristas.
7. Autos, Accesorios y Combustibles
Automóviles, motos, maquinaria agrícola, lubricantes, accesorios, repuestos, servicios, neumáticos, combustibles, etc.
8. Educación
Institutos, universidades, colegios
9. Entidades Financieras , Seguros, Medicina, Salud, Isapre y Clínicas
Bancos, financieras, sistemas de ahorro, entidades de préstamos, AFP, seguros, inmobiliarias, clínicas, Isapres, ópticas y organizaciones formales de salud.
10. Empresas de Servicio Privadas y Públicas
Telefonía fija, móvil, larga distancia nacional e internacional, servicios de telecomunicaciones, proveedores de servicios de Internet, TV cable y satelital, páginas amarillas, directorios, servicios postales, electricidad, gas, energía y compañías de agua, gobierno y campañas políticas.
11. Imagen Corporativa
Campaña Institucional, eventos especiales, auspicios, mensajes corporativos, etc.

12. Tiendas Retail

Tiendas por departamento, supermercados, grandes tiendas de construcción, farmacias, malls, stripcenters, etc.

13. Viajes, Turismo y Gastronomía

Hoteles, agencias de viajes, resorts, restaurantes, medios de transporte, buses, trenes, líneas aéreas.

14. Promociones y Liquidaciones

Participan piezas creadas para promociones de cualquier tipo.

15. Entretenimiento, juegos de azar y ocio

Ocio, parques temáticos, gimnasios, festivales, clubes nocturnos, bares, museos, galerías de arte, cines y teatros, juguetes, juegos de mesa, juegos de ordenador y electrónicos, consolas, loterías, juegos de azar.

16. Medios de Comunicación

Canales de televisión, radios, diarios, revistas o cualquier otro medio de comunicación.

17. Campañas

Campañas de cualquier tipo (mínimo 2, máximo 4 piezas).

18. Bien Público

Entidades de beneficencia, prevención de accidentes de tránsito, alcoholismo y otros.

CATEGORÍAS TÉCNICAS O ESPECIALES DEL FESTIVAL DE RADIO

1. Mejor "Acting".
2. Mejor Música Original.
3. Mejor Productora de Radio (determinada por puntaje acumulado)



**ACHAP
XIV FESTIVAL
DE PUBLICIDAD
> 2013**

**// BASES
DIGITAL
2013**

// AUSPICIA

iab.chile

FORMATOS DE ARCHIVOS DE LAS PIEZAS DE DIGITAL PARTICIPANTES

- Debe ingresar un URL donde se encuentra la pieza que participa.
 - Por cada pieza inscrita, es necesario una dirección única.
 - Para el caso de la categoría de e-mails, se evaluará solo la pieza que llega al correo y no su "landing page".
 - Se recuerda que cualquier URL debe permanecer activo hasta después de realizado el evento de premiación final del Festival.
-

CATEGORÍAS

1. Pieza:

Participan en esta categoría todos los formatos de banners y de email marketing.

2. Sitio:

Sitios web, minisitios, micrositios, landing pages.

3. Campaña integral:

Participan todas aquellas campañas que conjugan diferentes plataformas y soportes, tanto digitales como análogas.

4. Adver Game:

Experiencias lúdicas digitales ya sean para plataformas móviles, web o redes sociales.

5. Mejor uso tecnológico:

Acá participa todo aquello que utiliza una tecnología determinada pero que le saca un partido diferenciador.

6. Viral:

Participan videos virales, memes, cadenas de email, ppts y cualquier otro que sea parte de una estrategia de viralización.

7. Aplicación:

Participan aquellos desarrollos digitales interactivos que son una herramienta para llevar a cabo una tarea específica.

8. Móviles:

Participan todos aquellos desarrollos para dispositivos móviles.

9. Social Media:

Participan todas aquellas campañas o estrategias para medios y redes sociales.

10. Craft:

En esta categoría participan todas aquellas piezas que sean destacables desde el punto de vista de la factura: Arte, producción, programación, sonido, audiovisual, fotografía, entre otros.

11. Otras Pantallas.

Películas originales creadas para Internet, teléfonos celulares, etc.

(Nota: esta categoría no incluye las películas originalmente creadas y diseñados para la televisión o el cine y que posteriormente se han exhibido en otras pantallas)

No hay límite de tiempo. Sin embargo, toda pieza de más de 3 minutos debe ser presentada en su totalidad, junto con una edición cuya duración no supere los 3 minutos.



**ACHAP
XIV FESTIVAL
DE PUBLICIDAD
> 2013**

**// BASES
MEDIOS
2013**

FORMATOS DE ARCHIVOS DE LAS PIEZAS DE MEDIOS PARTICIPANTES

El archivo debe ser en formato mp3, 44 Mhz, 192kbps, stereo. No se aceptarán otros formatos de audio como wave o aiff. Cada participante deberá subir una pequeña presentación del caso con no más de 5 láminas.

Las fichas a llenar son las siguientes:

- Objetivos Comunicacionales del caso (máximo 50 palabras).
- Estrategia de Medios: Elementos de innovación y los insights (o percepciones) de los consumidores asociados a la comunicación y mensaje de la marca con los consumidores (100 palabras).
- Ejecuciones Creativas: Para cada medio individual utilizado deberá presentarse su imagen y justificación (75 palabras como máximo). Se podrá incluir hasta 5 ejecuciones.
- Metas alcanzadas: Resumen de las metas cuantificables y los resultados obtenidos (50 palabras). Adicionalmente se podrán agregar otros datos que se estimen relevantes para explicar el caso.

Nota: Los archivos a subir deben ser en formato mpeg4 para video, jpg para gráfica y mp3 para audio (ver características de los formatos en las categorías televisión, gráfica, vía pública y radio).

Importante: Los archivos de video deben ser subidos sin barras y sin negros, ni al inicio ni al final. La duración máxima debe ser de 2 minutos. En caso de excederse, es de responsabilidad del participante dado que el Festival se reserva el derecho de detener la exhibición a los 2 minutos.

CATEGORIAS

1. Mejor uso de Pantalla (Televisión, Cine, Vía Pública y Digital)
2. Mejor uso de Impresión (Revistas, Diarios, Vía Pública)
3. Mejor uso de Radio.
4. Mejor uso de Medios Digital.
5. Mejor uso de Medios Sociales.
6. Mejor uso de Auspicios.
7. Eventos Especiales.
8. Mejor uso de Ambiente de Medios (actividad en pisos, bares, restaurantes y en las calles)

Nota: Una solución de Medios podría ser postulada en más de una categoría si su especialización lo requiere. En el caso de trabajos presentados al Festival de Medios, que no son inscritos por una agencia de medios, las fichas deberán indicar el nombre de la agencia de medios que participó en la idea o que ordenó la pieza en los medios utilizados. Los premios se entregarán al concursante que haya inscrito la pieza.



ACHAP
XIV FESTIVAL
DE PUBLICIDAD
> 2013

// BASES
CREATIVIDAD
INTEGRADA
2013



FORMATOS DE ARCHIVOS DE LAS PIEZAS DE CREATIVIDAD INTEGRADA PARTICIPANTES

- Se considerará una campaña con un mínimo de 3 piezas.
- Piezas de Televisión: El archivo debe ser en formato H.264 en un mp4, sin barras y sin negros, ni al inicio ni al final. El material será exhibido tal como sea proporcionado por el participante. El objetivo de usar H.264 en un mp4 es asegurar que el material, tanto durante el proceso de jura como en el momento de la premiación, se exhiba al menos con una calidad igual a broadcast. El sistema aceptará archivos H.264 en un mp4 de hasta 200Mb de peso, lo que equivale a tres minutos de video en calidad broadcast y de tamaño 720x480 ó 720x486.
- Piezas Gráficas: Archivo en formato JPG, en RGB, sin compresión (calidad máxima), baseline Standard, dimensiones máximas 5.000px por 5.000px y tamaño máximo de 50Mb.
- Piezas de Radio: Formato mp3, 44 Mhz, 192kbps, stereo. No se aceptarán otros formatos de audio como wave o aiff.
- Piezas Digitales: URL donde se encuentra la pieza que participa. Este debe permanecer activo hasta después de realizado el evento de premiación final del Festival.
- Video para explicar el caso: Archivo en formato en H.264 en un mp4 de máximo 2 minutos de duración. En caso de excederse, es de responsabilidad del participante, dado que el Festival se reserva el derecho de detener la exhibición a los 2 minutos (No adjuntar las piezas ya subidas).

En el caso de piezas creativas que correspondan a elementos corpóreos o de grandes dimensiones, se podrán adjuntar una o más fotografías testimoniales de la pieza ejecutada.

CATEGORÍAS

1. Productos de consumo masivo
Alimentos, bebidas, productos de aseo, higiene del hogar, mascotas, licores, gasolinas, lubricantes, etc.
2. Bienes durables
Automóviles, bienes raíces, electrodomésticos, productos electrónicos y de tecnología.
3. Tiendas Retail y Minoristas
Malls, tiendas de departamentos, supermercados, almacenes, etc.
4. Servicios
Instituciones financieras, de educación, de salud, entretenimiento, juegos de azar, viajes, turismo.
5. Otros
Medios de comunicación, imagen corporativa, etc.
6. Bien Público.



**ACHAP
XIII FESTIVAL
DE PUBLICIDAD
> 2013**



Asociación
de Publicidad
de Chile
1977

Título: Hay P
Marca: La C
Artista: C
Agencia: M