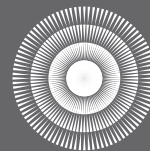
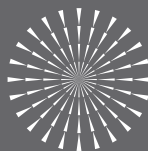


FESTIVAL VOLCAN²⁰₂₂

ENTRYKIT



COMUNIDAD
DE EMPRESAS
DE COMUNICACIÓN
DE COSTA RICA



FESTIVAL
VOLCAN

CONTENIDO

1. INFORMACIÓN IMPORTANTE

- A. Calendario
- B. Fechas de inscripción y costos de participación

2. CATEGORIAS

3. PROCESO DE INSCRIPCIÓN

- A. Procedimiento inscripción Online
- B. Presentación de las inscripciones

4. MÉTODOS DE PAGO

5. CONTACTO

BIENVENIDOS

De parte de todo nuestro equipo, les damos la bienvenida al Festival Volcán 2022.

Este año celebramos una trayectoria de 20 años de Volcán, desde su nacimiento en 2002 como el primer Festival Creativo en Costa Rica, y durante los cuales ha logrado convertirse en un referente Latinoamericano ya que homologa sus rubros y categorías con los principales festivales a nivel mundial.

Como sabemos, el año 2021 fue de grandes retos para la organización, luego de una pausa forzada en 2020 y al activar nuevamente Volcán en una modalidad inédita: 100% virtual. Con todo y los cambios temporales, el objetivo de nuestra premiación sigue siendo ofrecer la más alta calidad de juzgamiento para nuestra industria, que sirva como un termómetro para la inscripción de los trabajos en otros festivales.

Este 2022, en la comisión seguimos sacando provecho a los retos para lograr una muy esperada transformación que buscaremos hacer tangible en 2023, con un Festival de vuelta a sus fechas originales dando inicio a la temporada de premios como tradicionalmente lo ha hecho, además de ofrecer más actividades educativas, artísticas y sociales tanto presenciales como híbridas, en el camino a consolidar Volcán como el festival creativo más relevante de la región. Se detallan las fechas para cada año:

Edición 2022

Periodo de inscripción: Del 1 de abril al 20 de mayo

Primera y segunda ronda de juzgamiento: Durante los meses de junio y julio

Premiación: Mes de agosto

Edición 2023

Periodo de inscripción: Del 15 de enero al 15 de febrero

Primera y segunda ronda de juzgamiento: Finales de febrero e inicios de marzo

Premiación: Finales de marzo en modalidad presencial

Gracias por ser parte de Volcán. Les invitamos a participar de un nuevo año de reconocimiento a nuestro trabajo, la educación a nuestro gremio y la celebración de la industria que tanto nos merecemos.

Diana Zuleta

Presidenta

Comisión Volcán

1 INFORMACIÓN IMPORTANTE

A. CALENDARIO

PERIODO ORDINARIO

1 DE ABRIL AL 20 DE ABRIL

COSTO DE INSCRIPCIÓN

PIEZAS INDIVIDUALES

- ▲ Asociados: \$160
- ▲ No Asociados: \$210

CASOS

- ▲ Asociados: \$185
- ▲ No Asociados: \$245

PERIODO EXTRAORDINARIO

21 DE ABRIL AL 20 DE MAYO

COSTO DE INSCRIPCIÓN

PIEZAS INDIVIDUALES

- ▲ Asociados: \$210
- ▲ No Asociados: \$245

CASOS

- ▲ Asociados: \$240
- ▲ No Asociados: \$280

SESIÓN DE JUZGAMIENTO

JUNIO - JULIO 2022

CEREMONIA DE PREMIACIÓN

AGOSTO 2022

PERIODO VÁLIDO PARA PARTICIPAR

Del 1 de marzo de 2021 al 30 de marzo de 2022 (ambas fechas inclusive)



1 INFORMACIÓN IMPORTANTE

B. FECHAS DE INSCRIPCIÓN Y COSTOS DE PARTICIPACIÓN

Las inscripciones no serán aceptadas si no están acompañadas del pago correspondiente. El monto que corresponda será determinado por la fecha en la que se complete la inscripción.

La guía de inscripción y el material creativo deberán ser cargados y presentados a través de la plataforma en línea antes del correspondiente deadline.

Pasada la fecha del último deadline no será posible participar en el certamen.

B. INSCRIPCIÓN DE PIEZAS Y CASOS PARTICIPANTES

Podrán participar todos los anuncios y/o estrategias creados y producidos en los países participantes, divulgados o publicados en medios de comunicación por primera vez entre el primero de marzo de 2021 y el 30 de marzo de 2022 (ambas fechas inclusive).

Queda prohibido que las campañas ganadoras en la edición 2021 puedan ser inscritas nuevamente en las categorías en las cuales fueron galardonadas.

2 RUBROS Y CATEGORÍAS

Nuestros 17 rubros de este año, reflejan la amplitud de las disciplinas en la industria de la comunicación comercial, donde podrán analizar las diferentes especialidades, lo que les permitirá encontrar el hogar adecuado para su trabajo creativo y que tenga mayores posibilidades de llegar a ser premiado en el Festival Volcán 2022.

- ◀ **AUDIOVISUAL**
- ◀ **PRENSA Y PUBLICACIONES**
- ◀ **RADIO Y AUDIO**
- ◀ **EXTERIORES**
- ◀ **DIGITAL Y SOCIAL**
- ◀ **MÓVIL**
- ◀ **DISEÑO**
- ◀ **CRAFT**
- ◀ **PROMO & ACTIVATION**
- ◀ **RELACIONES PÚBLICAS**
- ◀ **DIRECTO**
- ◀ **MEDIOS**
- ◀ **INNOVACIÓN**
- ◀ **DATA**
- ◀ **ENTRETENIMIENTO**
- ◀ **SALUD**
- ◀ **CONCIENCIA SOCIAL**

A AUDIOVISUAL / AUDIOVISUALS

La longitud máxima en esta categoría es de 180 segundos. Participa todo audiovisual cuyo fin haya sido anunciar en TV o cine algún producto o servicio.
 The maximum length in this category is 180 seconds. Any audiovisual whose end has been announced on TV or cinema any product or service participates.

SECTORES / SECTORS

1. **Alimentos y bebidas:** Comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol / **Food and beverages:** Meals, dairy products, sweets, snacks and non-alcoholic beverages.
2. **Bebidas alcohólicas:** Todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol / **Alcoholic beverages:** All alcoholic beverages, including non-alcoholic beers.
3. **Hogar/oficina/electrónica:** Electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación / **Home/office/electronics:** Appliances, furniture, accessories and paintings, domestic hygiene, electronics, audio, video and/or computer equipment.
4. **Uso personal:** Cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos / **Personal use:** Cosmetics, perfumery, clothing, personal accessories, personal hygiene, health, medicinal and pharmaceutical items.
5. **Vehículos/afines:** Vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios / **Vehicles/related:** Vehicles (cars, trucks, motorcycles, boats), accessories, spare parts, lubricants, outboard motors, workshops and services.
6. **Negocios al público:** Negocios varios, supermercados, tiendas por departamentos, centros comerciales. / **Businesses to the public:** Various businesses, supermarkets, department stores, shopping malls.
7. **Banca/seguros/servicios públicos, imagen corporativa/estado:** Tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros, servicios públicos, concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono, imagen corporativa, entes y organismos estatales / **Banking/insurance/public services, corporate image/state:** Credit cards, banks, financial services, insurance, public services, concessions, telephone companies, postal services, water, electricity, telephone, corporate image, state entities and agencies.
8. **Medios/entretenimiento:** Canales de TV, medios online, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos / **Media/entertainment:** TV channels, online media, radio, programs, newspapers, magazines, books, encyclopedias, fascicles, recreational parks, entertainment.

A AUDIOVISUAL / AUDIOVISUALS

9. **Restaurantes y comidas rápidas:** Incluyen todos los tipos de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares / **Restaurants and fast foods:** Include all types of restaurants and fast-food chains, cafes and bars.
10. **RSE:** Material asociado a una marca comercial cuyo objetivo está dirigido a resolver problemas sociales o contribuir al beneficio de algún grupo social determinado. Esfuerzos de mercadeo realizados por una marca comercial, pero enfocados en alguna causa social (salud, educación, comunidad y familia, entre otros) / **RSE:** Material associated with a commercial brand whose objective is aimed at solving social problems or contributing to the benefit of a specific social group. Marketing efforts made by a commercial brand, but focused on some social cause (health, education, community and family, among others).
11. **Bien social (sin fines de lucro- ONG):** Comunicación en beneficio o apoyo de una causa / **Social good (non-profit-NGO):** Communication for the benefit or support of a cause.

CATEGORÍAS ESPECIALES / SPECIAL CATEGORIES

1. **Pantallas y eventos:** Audiovisuales mostrados al público en eventos privados / **Screens and events:** Audiovisuals shown to the public at private events.
2. **Micro-films:** Videos cortos hechos específicamente para plataformas digitales, tales como Vine, Instagram, GIFs, etc. Deben tener una duración menor a un minuto / **Micro-films:** Short videos made specifically for digital platforms, such as Vine, Instagram, GIFs, etc. They must be less than one minute long.
3. **Branded content y entretenimiento:** Filmes creados por o para una marca, que fueron publicados en Internet, TV o cine, normalmente en la forma de un documental, película de ficción o video musical. NO necesariamente la marca aparece en el video (eliminar los créditos) / **Branded content and entertainment:** Films created by or for a brand, which were published on the Internet, TV or cinema, usually in the form of a documentary, fiction film or music video. The brand does not necessarily appear in the video (remove credits).
4. **360° & VR Film:** Materiales creados para vistas 360° o VR en cualquier tipo de plataforma / **360° & VR Film:** Materials created for 360° or VR views on any type of platform.
5. **Innovación en audiovisual:** Uso innovador del medio audiovisual para lograr comunicar el mensaje de la marca / **Audiovisual innovation:** Innovative use of the audiovisual medium to communicate the brand's message.

B PRENSA Y PUBLICACIONES / PRESS AND PUBLICATIONS

Participan todas las piezas cuyo fin haya sido anunciar en periódicos, revistas e insertos algún producto o servicio. / Participate all the pieces whose purpose has been to advertise a product or service in newspapers, magazines and inserts

SECTORES / SECTORS

1. **Alimentos y bebidas:** Comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol / **Food and beverages:** Meals, dairy products, sweets, snacks and non-alcoholic beverages.
2. **Bebidas alcohólicas:** Todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol / **Alcoholic beverages:** All alcoholic beverages, including non-alcoholic beers.
3. **Hogar/oficina/electrónica:** Electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación / **Home/office/electronics:** Appliances, furniture, accessories and paintings, domestic hygiene, electronics, audio, video and/or computer equipment.
4. **Uso personal:** Cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos / **Personal use:** Cosmetics, perfumery, clothing, personal accessories, personal hygiene, health, medicinal and pharmaceutical items.
5. **Vehículos/afines:** Vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios / **Vehicles/related:** Vehicles (cars, trucks, motorcycles, boats), accessories, spare parts, lubricants, outboard motors, workshops and services.
6. **Negocios al público:** Negocios varios, supermercados, tiendas por departamentos, centros comerciales. / **Businesses to the public:** Various businesses, supermarkets, department stores, shopping malls.
7. **Banca/seguros/servicios públicos, imagen corporativa/estado:** Tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros, servicios públicos, concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono, imagen corporativa, entes y organismos estatales. / **Banking/insurance/public services, corporate image/state:** Credit cards, banks, financial services, insurance, public services, concessions, telephone companies, postal services, water, electricity, telephone, corporate image, state entities and agencies.

B PRENSA Y PUBLICACIONES / PRESS AND PUBLICATIONS

8. **Medios/entretenimiento:** Canales de TV, medios online, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos / **Media/entertainment:** TV channels, online media, radio, programs, newspapers, magazines, books, encyclopedias, fascicles, recreational parks, entertainment.
9. **Restaurantes y comidas rápidas:** Incluyen todos los tipos de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares / **Restaurants and fast foods:** Include all types of restaurants and fast-food chains, cafes and bars.
10. **RSE:** Material asociado a una marca comercial cuyo objetivo está dirigido a resolver problemas sociales o contribuir al beneficio de algún grupo social determinado. Esfuerzos de mercadeo realizados por una marca comercial, pero enfocados en alguna causa social (salud, educación, comunidad y familia, entre otros) / **RSE:** Material associated with a commercial brand whose objective is aimed at solving social problems or contributing to the benefit of a specific social group. Marketing efforts made by a commercial brand, but focused on some social cause (health, education, community and family, among others).
11. **Bien social (sin fines de lucro - ONG):** Comunicación en beneficio o apoyo de una causa. / **Social welfare (non-profit -NGO):** Communication for the benefit or support of a cause.

CATEGORÍAS ESPECIALES / SPECIAL CATEGORIES

1. **Publicaciones comerciales:** Impresos creados con fines comerciales o promocionales, que buscan aumentar la visibilidad de una marca / **Commercial publications:** Printed matter created for commercial or promotional purposes, seeking to increase the visibility of a brand.
2. **Innovación en prensa:** Anuncios impresos que hacen un uso innovador del medio. Pueden incluir elementos interactivos como aplicaciones descargables y realidad aumentada, entre otros / **Press Innovation:** Print ads that make innovative use of the medium. They can include interactive elements such as downloadable applications and augmented reality, among others.

C RADIO Y AUDIO

Participan todas las cuñas y material de audio cuyo fin haya sido anunciar algún producto o servicio. / All the spots and audio material whose purpose has been to advertise a product or service participate.

SECTORES / SECTORS

1. **Alimentos y bebidas:** Comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol / **Food and beverages:** Meals, dairy products, sweets, snacks and non-alcoholic beverages.
2. **Bebidas alcohólicas:** Todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol / **Alcoholic beverages:** All alcoholic beverages, including non-alcoholic beers.
3. **Hogar/oficina/electrónica:** Electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación. / **Home/office/electronics:** Appliances, furniture, accessories and paintings, domestic hygiene, electronics, audio, video and/or computer equipment.
4. **Uso personal:** Cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos / **Personal use:** Cosmetics, perfumery, clothing, personal accessories, personal hygiene, health, medicinal and pharmaceutical items.
5. **Vehículos/afines:** Vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios / **Vehicles/related:** Vehicles (cars, trucks, motorcycles, boats), accessories, spare parts, lubricants, outboard motors, workshops and services.
6. **Negocios al público:** Negocios varios, supermercados, tiendas por departamentos, centros comerciales / **Businesses to the public:** Various businesses, supermarkets, department stores, shopping malls.
7. **Banca/seguros/servicios públicos, imagen corporativa/estado:** Tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros, servicios públicos, concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono, imagen corporativa, entes y organismos estatales / **Banking/insurance/public services, corporate image/state:** Credit cards, banks, financial services, insurance, public services, concessions, telephone companies, postal services, water, electricity, telephone, corporate image, state entities and agencies.
8. **Medios/entretenimiento:** Canales de TV, medios online, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos / **Media/entertainment:** TV channels, online media, radio, programs, newspapers, magazines, books, encyclopedias, fascicles, recreational parks, entertainment.

C RADIO Y AUDIO

9. **Restaurantes y comidas rápidas:** Incluyen todos los tipos de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares / **Restaurants and fast foods:** Includes all types of restaurants and fast food chains, cafes and bars.
10. **RSE:** Material asociado a una marca comercial cuyo objetivo está dirigido a resolver problemas sociales o contribuir al beneficio de algún grupo social determinado. Esfuerzos de mercadeo realizados por una marca comercial, pero enfocados en alguna causa social (salud, educación, comunidad y familia, entre otros) / **RSE:** Material associated with a commercial brand whose objective is aimed at solving social problems or contributing to the benefit of a specific social group. Marketing efforts made by a commercial brand, but focused on some social cause (health, education, community and family, among others).
11. **Bien social (sin fines de lucro -ONG):** Comunicación en beneficio o apoyo de una causa / **Social welfare (non-profit -NGO):** Communication for the benefit or support of a cause.

CATEGORÍAS ESPECIALES / SPECIAL CATEGORIES

Excelencia en Radio y Audio / Excellence in Radio and Audio

1. **Uso de Música**
2. **Diseño de sonido / Sound design**
3. **Guión / Script**
4. **Casting y desempeño:** Reconoce el cumplimiento del guión gracias al desempeño de la voz / **Casting and performance:** Recognizes the fulfillment of the script thanks to the performance of the voice.

Innovación en Radio y Audio / Innovation in Radio and Audio

1. **Uso de la radio o audio como medio:** Reconoce el uso innovador y creativo de la radio o el audio como parte de una campaña / **Use of Radio or Audio as a Medium:** Recognizes innovative and creative use of radio or audio as part of a campaign
2. **Uso de tecnología auditiva y activación por voz:** Reconoce ideas donde el uso creativo del audio está directamente relacionado con mejorar la experiencia de la audiencia / **Use of hearing technology and voice activation:** Recognizes ideas where the creative use of audio is directly related to improving the audience experience.
3. **Branded content:** Audios creados por o para una marca, normalmente en la forma de un documental, canción y podcast, entre otros. No necesariamente la marca se menciona / **Branded content:** Audio created by or for a brand, usually in the form of a documentary, song and podcast, among others. Not necessarily the brand is mentioned.

D EXTERIORES/OUTDOORS

Aprovechamiento de espacios públicos para comunicar mensajes y brindar a los consumidores una experiencia de marca / Leveraging public spaces to communicate messages and provide consumers with a brand experience.

SECTORES / SECTORS

1. **Alimentos y bebidas:** Comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol / **Food and beverages:** Meals, dairy products, sweets, snacks and non-alcoholic beverages.
2. **Bebidas alcohólicas:** Todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol / **Alcoholic beverages:** All alcoholic beverages, including non-alcoholic beers.
3. **Hogar/oficina/electrónica:** Electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación. / **Home/office/electronics:** Appliances, furniture, accessories and paintings, domestic hygiene, electronics, audio, video and/or computer equipment.
4. **Uso personal:** Cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos / **Personal use:** Cosmetics, perfumery, clothing, personal accessories, personal hygiene, health, medicinal and pharmaceutical items.
5. **Vehículos/afines:** Vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios / **Vehicles/related:** Vehicles (cars, trucks, motorcycles, boats), accessories, spare parts, lubricants, outboard motors, workshops and services.
6. **Negocios al público:** Negocios varios, supermercados, tiendas por departamentos, centros comerciales / **Businesses to the public:** Various businesses, supermarkets, department stores, shopping malls.
7. **Banca/seguros/servicios públicos, imagen corporativa/estado:** Tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros, servicios públicos, concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono, imagen corporativa, entes y organismos estatales / **Banking/insurance/public services, corporate image/state:** Credit cards, banks, financial services, insurance, public services, concessions, telephone companies, postal services, water, electricity, telephone, corporate image, state entities and agencies.
8. **Medios/entretenimiento:** Canales de TV, medios online, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos / **Media/entertainment:** TV channels, online media, radio, programs, newspapers, magazines, books, encyclopedias, fascicles, recreational parks, entertainment.

D EXTERIORES/OUTDOORS

9. **Restaurantes y comidas rápidas:** Incluyen todos los tipos de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares / **Restaurants and fast foods:** Includes all types of restaurants and fast food chains, cafes and bars.
10. **RSE:** Material asociado a una marca comercial cuyo objetivo está dirigido a resolver problemas sociales o contribuir al beneficio de algún grupo social determinado. Esfuerzos de mercadeo realizados por una marca comercial, pero enfocados en alguna causa social (salud, educación, comunidad y familia, entre otros) / **RSE:** Material associated with a commercial brand whose objective is aimed at solving social problems or contributing to the benefit of a specific social group. Marketing efforts made by a commercial brand, but focused on some social cause (health, education, community and family, among others).
11. **Bien social (sin fines de lucro - ONG):** Comunicación en beneficio o apoyo de una causa / **Social welfare (non-profit -NGO):** Communication for the benefit or support of a cause.

CATEGORÍAS ESPECIALES / SPECIAL CATEGORIES

Ambiente y Experiencia / Environment and Experiential

1. **Afiches:** participan todos los afiches que se colocaron en espacios exteriores e interiores (tiendas, hospitales, escuelas, bancos, oficinas, exhibiciones, galerías, etc.) / **Posters:** all posters that were placed in outdoor and indoor spaces (stores, hospitals, schools, banks, offices, exhibitions, galleries, etc.) participate.
2. **Exteriores fijos:** participan todas las piezas que se colocaron en espacios publicitarios previamente establecidos por los medios, tales como: vallas, mupis, tapias, paradas de bus, banderolas en centros comerciales, etc. / **Fixed exteriors:** all the pieces that were placed in advertising spaces previously established by the media participate, such as: billboards, marquees, walls, bus stops, banners in shopping centers, etc.
3. **Pantallas digitales:** Uso de pantallas digitales exteriores que involucren el uso de mensajes no estáticos. / **Digital screens:** Use of outdoor digital screens that involve the use of non-static messages.
4. **Construcciones especiales:** Construcciones y adaptaciones exteriores. Incluye construcciones exteriores, mobiliario exterior, rotulación exterior y gráficas de piso, entre otros. / **Special constructions:** Exterior constructions and adaptations. It includes exterior constructions, exterior furniture, exterior signage and floor graphics, among others.

D EXTERIORES/OUTDOORS

5. **Publicidad en vivo y eventos:** Activaciones que incluyen algún elemento en vivo o que parte de la acción es vista por la audiencia en tiempo real. / **Live advertising and events:** Activations that include some element live or that part of the action is seen by the audience in real time.
6. **Experiencias interactivas:** Activaciones que involucran algo en vivo donde el consumidor debe interactuar. / **Interactive experiences:** Activations that involve something live where the consumer must interact.
7. **Experiencias inmersivas:** Experiencias que rodean y enganchan al consumidor, transportándolo a un nuevo mundo. / **Immersive experiences:** Experiences that surround and hook the consumer, transporting him to a new world.
8. **Innovación en outdoor:** El jurado reconocerá la creatividad y/o innovación en el uso de exteriores como un medio para comunicar el mensaje de la marca. / **Outdoor innovation:** The jury will recognize creativity and/or innovation in the use of outdoors as a means to communicate the brand's message.

E DIGITAL Y SOCIAL/DIGITAL AND SOCIAL

Los inscriptores deberán demostrar cómo los niveles de engagement, alcance y el uso creativo de redes, plataformas, embajadores de marca e influenciadores se usaron para lograr el éxito comercial. / Entrants will be required to demonstrate how levels of engagement, reach, and creative use of networks, platforms, brand ambassadors, and influencers were used to achieve commercial success.

SECTORES / SECTORS

1. **Alimentos y bebidas:** Comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol / **Food and beverages:** Meals, dairy products, sweets, snacks and non-alcoholic beverages.
2. **Bebidas alcohólicas:** Todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol / **Alcoholic beverages:** All alcoholic beverages, including non-alcoholic beers.
3. **Hogar/oficina/electrónica:** Electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación. / **Home/office/electronics:** Appliances, furniture, accessories and paintings, domestic hygiene, electronics, audio, video and/or computer equipment.
4. **Uso personal:** Cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos / **Personal use:** Cosmetics, perfumery, clothing, personal accessories, personal hygiene, health, medicinal and pharmaceutical items.
5. **Vehículos/afines:** Vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios / **Vehicles/related:** Vehicles (cars, trucks, motorcycles, boats), accessories, spare parts, lubricants, outboard motors, workshops and services.
6. **Negocios al público:** Negocios varios, supermercados, tiendas por departamentos, centros comerciales / **Businesses to the public:** Various businesses, supermarkets, department stores, shopping malls.
7. **Banca/seguros/servicios públicos, imagen corporativa/estado:** Tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros, servicios públicos, concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono, imagen corporativa, entes y organismos estatales / **Banking/insurance/public services, corporate image/state:** Credit cards, banks, financial services, insurance, public services, concessions, telephone companies, postal services, water, electricity, telephone, corporate image, state entities and agencies.
8. **Medios/entretenimiento:** Canales de TV, medios online, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos / **Media/entertainment:** TV channels, online media, radio, programs, newspapers, magazines, books, encyclopedias, fascicles, recreational parks, entertainment.

E DIGITAL Y SOCIAL / DIGITAL AND SOCIAL

9. **Restaurantes y comidas rápidas:** Incluyen todos los tipos de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares / **Restaurants and fast foods:** Includes all types of restaurants and fast food chains, cafes and bars.
10. **RSE:** Material asociado a una marca comercial cuyo objetivo está dirigido a resolver problemas sociales o contribuir al beneficio de algún grupo social determinado. Esfuerzos de mercadeo realizados por una marca comercial, pero enfocados en alguna causa social (salud, educación, comunidad y familia, entre otros) / **RSE:** Material associated with a commercial brand whose objective is aimed at solving social problems or contributing to the benefit of a specific social group. Marketing efforts made by a commercial brand, but focused on some social cause (health, education, community and family, among others).
11. **Bien social (sin fines de lucro -ONG):** Comunicación en beneficio o apoyo de una causa / **Social welfare (non-profit -NGO):** Communication for the benefit or support of a cause.

CATEGORÍAS ESPECIALES / SPECIAL CATEGORIES

1. **Anuncios online:** participan los banners web y las soluciones innovadoras para la publicidad online. / **Online Ads:** Web banners and innovative solutions for online advertising participate.
2. **Plataformas web:** participan los websites permanentes, micrositos temporales y las aplicaciones o servicios web diseñados para incrementar la cercanía y experiencia de las personas con la marca. / **Web platforms:** permanent websites, temporary microsites and web applications or services designed to increase the closeness and experience of people with the brand participate.
3. **Engagement:** Contenido que logra generar afinidad con el target. / **Engagement:** Content that manages to generate affinity with the target.
4. **Respuesta en tiempo real:** Actividad de la marca que usa las plataformas sociales para lograr conectarse con el target de una manera significativa. / **Real-time response:** Brand activity that uses social platforms to connect with the target in a meaningful way.
5. **Cocreación o contenido generado por los usuarios:** Actividad diseñada para generar que la "comunidad" se enganche con la marca y contribuya con la iniciativa de esta. / **Co-Creation or User Generated Content:** Activity designed to get the "community" to engage with the brand and contribute to the brand initiative.

E DIGITAL Y SOCIAL/DIGITAL AND SOCIAL

6. **Comunicación dirigida a un target:** Actividad en redes sociales adaptada a una comunidad, grupo o individuos predefinidos gracias a los insights generados de la información, como puede ser comportamiento, intereses, amistades y geolocalización, entre otros. / **Communication directed to a target:** Activity in social networks adapted to a predefined community, group or individuals thanks to the insights generated from the information, such as behavior, interests, friendships and geolocation, among others.
7. **Tendencias en redes sociales:** Apropiación de comportamientos sociales populares o del momento con el fin de generar conversación de la marca con una audiencia o comunidad. / **Trends in social networks:** Appropriation of popular or of the moment social behaviors in order to generate conversation of the brand with an audience or community.
8. **Influencers y talento:** Iniciativas sociales o ejecuciones que utilizan a celebridades, embajadores o influenciadores con el objetivo de generar empatía con el target. / **Influencers and talent:** Social initiatives or executions that use celebrities, ambassadors or influencers in order to generate empathy with the target.
9. **Negocios y comercio en redes sociales:** Estrategias creativas en redes sociales que usan el poder de una comunidad online para impactar los objetivos de negocio o aumentar la relación con la marca y sus comunidades. Debe incluirse contenido, operaciones, inteligencia de mercadeo, recursos, ventas, desarrollo de producto o cualquier otro aspecto de la cadena de valor. / **Business and commerce in social networks:** Creative strategies in social networks that use the power of an online community to impact business objectives or increase the relationship with the brand and its communities. It should include content, operations, marketing intelligence, resources, sales, product development, or any other aspect of the value chain.
10. **Propósito bien social:** Ideas para organizaciones sin fines de lucro, diseñadas para móvil. / **Good Social Purpose:** Ideas for non-profit organizations, designed for mobile.

F MÓVIL/MOBILE

Reconoce la creatividad motivada por los dispositivos móviles. Este rubro busca reconocer la creatividad que ha sido inspirada por los dispositivos móviles. Se juzgará la idea y creatividad por sobre los resultados que haya obtenido con la ejecución. / Recognize creativity motivated by mobile devices. This category seeks to recognize the creativity that has been inspired by mobile devices. The idea and creativity will be judged over the results obtained with the execution.

TECNOLOGÍA / TECHNOLOGY

1. **Activación por localización:** Uso de geolocalización para activar campañas o experiencias. / **Activation by location:** Use of geolocation to activate campaigns or experiences.
2. **AR:** Uso de reconocimiento de imágenes. / **AR:** Use of image recognition.
3. **VR:** Uso de realidad aumentada. / **VR:** Use of augmented reality.
4. **Video 360°:** Uso de video 360° para generar una experiencia inmersiva. / **360° Video:** Use of 360° video to generate an immersive experience.
5. **Data/Insight:** Uso creativo de información personal para lograr soluciones móviles para audiencias específicas. / **Data/Insight:** Creative use of personal information to achieve mobile solutions for specific audiences.
6. **Uso innovador de tecnología:** Aplicación creativa de tecnología que logra un uso diferenciado de los dispositivos móviles. / **Innovative use of technology:** Creative application of technology that achieves a differentiated use of mobile devices.
7. **Websites para móviles / Mobile websites.**

Aplicaciones y Juegos / Applications and Games

1. **Juegos:** Participan los juegos hechos para marcas, diseñados para móviles, tablets y smart TV, entre otros. / **Games:** Games made for brands, designed for mobile phones, tablets and smart TVs, among others, participate.
2. **Aplicaciones utilitarias:** Aplicaciones diseñadas para mejorar la vida diaria. / **Utility applications:** Applications designed to improve daily life.

F MÓVIL/MOBILE

3. **Aplicaciones de marca:** Aplicaciones relacionadas con cualquier tipo de producto o servicio. / **Brand applications:** Applications related to any type of product or service.

Excelencia en Campaña Móvil / Mobile Campaign Excellence

1. **Excelencia en Campaña Móvil:** Campañas diseñadas para aprovechar los móviles lo que ayuda a enriquecer la marca, producto o servicio. Pueden ser campañas que también se apoyan en otros medios, pero debe quedar clara la integración entre estos. / **Excellence in Mobile Campaign:** Campaigns designed to take advantage of mobiles, which helps to enrich the brand, product or service. They can be campaigns that are also supported by other media, but the integration between them must be clear.

G DISEÑO/DESIGN

Reconoce el trabajo manual hecho, que busca que el diseño aporte a la comunicación de la marca. / It recognizes the manual work done, which seeks that the design contributes to the communication of the brand.

SECTORES / SECTORS

- 1. Construcción de marca:** Creación de una nueva marca o imagen corporativa para cualquier tipo de producto, servicio u organización. / **Brand building:** Creation of a new brand or corporate image for any type of product, service or organization.
- 2. Rebrandeo o refrescamiento de una marca existente:** Rebrandeo o refrescamiento de una imagen de marca existente para cualquier tipo de producto, servicio u organización. / **Rebranding or refreshing of an existing brand:** Rebranding or refreshing of an existing brand image for any type of product, service or organization.

Diseño de Comunicación / Communication Design

- 1. Pósters:** Se centrará en el uso de la promoción en el diseño y la comunicación de marca. El material debió haber sido creado como un póster y no un concepto concebido para otros medios que luego simplemente se adaptó al formato del póster. / **Posters:** Will focus on the use of promotion in design and brand communication. The material should have been created as a poster and not a concept conceived for other media that was then simply adapted into the poster format.
- 2. Medios impresos promocionales:** Incluye –pero no se limita a– calendarios, invitaciones, tarjetas postales y tickets, entre otros. / **Promotional print media:** Includes –but is not limited to– calendars, invitations, postcards and tickets, among others.
- 3. Diseño de artículos promocionales:** Incluye –pero no se limita a– ropa, promocionales y muestras, entre otros. / **Design of promotional items:** Includes –but is not limited to– clothing, promotional items and samples, among others.
- 4. Diseños editoriales y publicaciones / Editorial designs and publications**
- 5. Libros / Books**
- 6. Visualización de datos:** Diseño que permite la mejor visualización y entendimientos de datos. / **Data visualization:** Design that allows the best visualization and understanding of data.

G DISEÑO/DESIGN

7. **Complementos de marca:** Colección de medios utilizados para promover la marca y dar apoyo a las ventas y mercadeo de productos y servicios. Incluye –pero no se limita a– kits de prensa, juegos y tarjetas de presentación, entre otros. / **Brand Plugins:** A collection of media used to promote the brand and support the sales and marketing of products and services. It includes –but is not limited to– press kits, games and business cards, among others.

Diseño Digital e Interactivo / Digital and Interactive Design

1. **Diseño digital:** Se centrará en la ejecución del diseño para ayudar en el funcionamiento y uso de los productos digitales. Incluye –pero no se limita a– websites, micrositos, publicaciones online, aplicaciones, etc. / **Digital Design:** You will focus on the execution of design to aid in the operation and use of digital products. It includes –but is not limited to– websites, micrositos, online publications, applications, etc.
2. **Instalaciones digitales y eventos:** Instalaciones y eventos donde el uso de medios digitales y tecnología es el centro para lograr comunicar sobre la marca. / **Digital installations and events:** Installations and events where the use of digital media and technology is the center to communicate about the brand.
3. **UX, UI y diseño de navegación:** Diseño de navegación y experiencia para el usuario. Será considerada la respuesta emocional y comportamental. / **UX, UI and navigation design:** Navigation design and user experience. The emotional and behavioral response will be considered.

Ambiente de Marca y Diseño de Experiencia / Brand Environment and Experience Design

1. **Diseño y ambiente Retail:** Demostración del diseño y desarrollo de una nueva construcción o espacio permanente para uso retail. / **Design and Retail Environment:** Demonstration of the design and development of a new construction or permanent space for retail use.
2. **Instalación y experiencia retail:** Demostración del diseño y desarrollo de una nueva construcción temporal para uso retail. / **Installation and retail experience:** Demonstration of the design and development of a new temporary construction for retail use.
3. **Puntos de contacto e instalaciones complementarias en el punto de venta:** Comunicación en el punto de venta diseñada para provocar ventas inmediatas. Los casos deben mostrar cómo se veía la comunicación colocada en el punto de venta. / **Points of contact and complementary facilities at the point of sale:** Communication at the point of sale designed to provoke immediate sales. Cases should show what the communication placed at the point of sale looked like.

G DISEÑO/DESIGN

4. **Eventos en vivo:** Se centrará en la narrativa y el storytelling utilizado a lo largo del evento y no en el espacio en sí mismo. Se considerará iluminación, sonido, guión y contenido audiovisual, entre otros. / **Live events:** It will focus on the narrative and storytelling used throughout the event and not on the space itself. Lighting, sound, script and audiovisual content, among others, will be considered.
5. **Exhibiciones espaciales y experiencias:** Exhibiciones y experiencias que hacen uso de espacios públicos. Se centrará en enriquecimiento de los espacios y como este es intervenido para mejorar la experiencia de los asistentes. / **Spatial Exhibits and Experiences:** Exhibits and experiences that make use of public spaces. It will focus on the enrichment of the spaces and how this is intervened to improve the experience of the attendees.
6. **Wayfinding y signage:** Diseño de sistemas digitales y no digitales de wayfinding y signage para mejorar la experiencia del usuario con la marca. / **Wayfinding and signage:** Design of digital and non-digital wayfinding and signage systems to improve the user experience with the brand.

Diseño de Empaques / Packaging design

1. **Alimentos / Food**
2. **Bebidas no alcohólicas / Non-alcoholic beverages**
3. **Bebidas alcohólicas / Alcoholic beverages**
4. **Productos varios / Various products**
5. **Medicamentos / Medications**
6. **Empaques ecológicos / Ecological packaging**
7. **Ediciones especiales y empaques promocionales / Special editions and promotional packaging**

Diseño de Productos / Product Design

1. **Tecnología y artículos para el hogar / Technology and household items**
2. **Estilo de vida, moda, placer, deportes y uso exterior / Lifestyle, fashion, leisure, sports and outdoor use**
3. **Productos para niños, juguetes y educativos / Products for children, toys and educational**

H CRAFT

Centrándose en el arte, la habilidad y el talento necesarios para ofrecer ideas bellamente ejecutadas que dan vida a la idea creativa. / Focusing on the artistry, skill and talent required to deliver beautifully executed ideas that bring the creative idea to life.

DIGITAL CRAFT

1. **Uso de tecnología / Use of technology**
2. **Web y aplicaciones / Web and applications**
3. **Aplicaciones / Applications**
4. **Juegos / Games**
5. **Social / Social**

FILM CRAFT

1. **Dirección / Trend**
2. **Dirección de arte / Art direction**
3. **Dirección de fotografía / Direction of photography**
4. **Guión / Script**
5. **Edición / Edition**
6. **Animación y efectos especiales: 2D, 3D, post-producción / Animation and special effects: 2D, 3D, post-production**
7. **Musicalización / Music**
8. **Diseño de sonido / Sound design**

RADIO CRAFT

1. **Musicalización / Music**
2. **Diseño de sonido / Sound design**
3. **Guión / Script**

PRINT CRAFT

1. **Fotografía / Photography**
2. **Ilustración / Illustration**
3. **Copy / Copy**
4. **Tipografía / Typography**
5. **Dirección de arte / Art direction**

I PROMO AND ACTIVATION

Reconoce la creatividad que logra construir marca por medio de la comprensión del siguiente nivel en diseño, experiencia, activación, realidad inmersiva, retail y engagement 360° con el consumidor. / It recognizes the creativity that manages to build a brand through understanding the next level in design, experience, activation, immersive reality, retail and 360° engagement with the consumer.

SECTORES / SECTORS

1. **Alimentos y bebidas:** Comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol / **Food and beverages:** Meals, dairy products, sweets, snacks and non-alcoholic beverages.
2. **Bebidas alcohólicas:** Todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol / **Alcoholic beverages:** All alcoholic beverages, including non-alcoholic beers.
3. **Hogar/oficina/electrónica:** Electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación. / **Home/office/electronics:** Appliances, furniture, accessories and paintings, domestic hygiene, electronics, audio, video and/or computer equipment.
4. **Uso personal:** Cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos / **Personal use:** Cosmetics, perfumery, clothing, personal accessories, personal hygiene, health, medicinal and pharmaceutical items.
5. **Vehículos/afines:** Vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios / **Vehicles/related:** Vehicles (cars, trucks, motorcycles, boats), accessories, spare parts, lubricants, outboard motors, workshops and services.
6. **Negocios al público:** Negocios varios, supermercados, tiendas por departamentos, centros comerciales / **Businesses to the public:** Various businesses, supermarkets, department stores, shopping malls.
7. **Banca/seguros/servicios públicos, imagen corporativa/estado:** Tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros, servicios públicos, concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono, imagen corporativa, entes y organismos estatales / **Banking/insurance/public services, corporate image/state:** Credit cards, banks, financial services, insurance, public services, concessions, telephone companies, postal services, water, electricity, telephone, corporate image, state entities and agencies.
8. **Medios/entretenimiento:** Canales de TV, medios online, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos / **Media/entertainment:** TV channels, online media, radio, programs, newspapers, magazines, books, encyclopedias, fascicles, recreational parks, entertainment.

I PROMO AND ACTIVATION

9. **Restaurantes y comidas rápidas:** Incluyen todos los tipos de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares / **Restaurants and fast foods:** Includes all types of restaurants and fast food chains, cafes and bars.
10. **RSE:** Material asociado a una marca comercial cuyo objetivo está dirigido a resolver problemas sociales o contribuir al beneficio de algún grupo social determinado. Esfuerzos de mercadeo realizados por una marca comercial, pero enfocados en alguna causa social (salud, educación, comunidad y familia, entre otros) / **RSE:** Material associated with a commercial brand whose objective is aimed at solving social problems or contributing to the benefit of a specific social group. Marketing efforts made by a commercial brand, but focused on some social cause (health, education, community and family, among others).
11. **Bien social (sin fines de lucro -ONG):** Comunicación en beneficio o apoyo de una causa / **Social welfare (non-profit -NGO):** Communication for the benefit or support of a cause.

CATEGORÍAS ESPECIALES / SPECIAL CATEGORIES

1. **Puntos de contacto y tecnología:** El trabajo será evaluado en función del uso de tecnología y múltiples puntos de contacto a lo largo de una experiencia de marca o activación, como pueden ser uso de móviles, website, micrositos, juegos, instalaciones digitales, video interactivo y activación por voz, entre otros. / **Points of contact and technology:** The work will be evaluated based on the use of technology and multiple points of contact throughout a brand experience or activation, such as the use of mobile phones, websites, micrositos, games, digital installations, video interactive and voice activation, among others.
2. **Experiencia y activaciones retail:** En esta categoría se debe hacer énfasis en las acciones de experiencia de marca y activaciones que tuvieron lugar en el punto de venta, como por ejemplo experiencias en el punto de venta, promociones, competencias y programas de lealtad, entre otros. / **Retail experience and activations:** In this category, emphasis should be placed on brand experience actions and activations that took place at the point of sale, such as experiences at the point of sale, promotions, competitions and loyalty programs, among others.
3. **Experiencia y activaciones en vivo:** Esta categoría se enfoca en el planeamiento estratégico y la ejecución de campaña basadas en experiencia de marca, como acciones de guerrilla, activaciones, eventos de la marca y lanzamientos, entre otros. / **Experience and live activations:** This category focuses on the strategic planning and execution of campaigns based on brand experience, such as guerrilla actions, activations, brand events and launches, among others.

J RELACIONES PÚBLICAS/RRPP

Cada inscripción en este rubro se presenta como un caso, en un video con una duración máxima de 3 minutos. / Each registration in this category is presented as a case, in a video with a maximum duration of 3 minutes.

SECTORES / SECTORS

1. **Alimentos y bebidas:** Comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol / **Food and beverages:** Meals, dairy products, sweets, snacks and non-alcoholic beverages.
2. **Bebidas alcohólicas:** Todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol / **Alcoholic beverages:** All alcoholic beverages, including non-alcoholic beers.
3. **Hogar/oficina/electrónica:** Electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación. / **Home/office/electronics:** Appliances, furniture, accessories and paintings, domestic hygiene, electronics, audio, video and/or computer equipment.
4. **Uso personal:** Cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos / **Personal use:** Cosmetics, perfumery, clothing, personal accessories, personal hygiene, health, medicinal and pharmaceutical items.
5. **Vehículos/afines:** Vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios / **Vehicles/related:** Vehicles (cars, trucks, motorcycles, boats), accessories, spare parts, lubricants, outboard motors, workshops and services.
6. **Negocios al público:** Negocios varios, supermercados, tiendas por departamentos, centros comerciales / **Businesses to the public:** Various businesses, supermarkets, department stores, shopping malls.
7. **Banca/seguros/servicios públicos, imagen corporativa/estado:** Tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros, servicios públicos, concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono, imagen corporativa, entes y organismos estatales / **Banking/insurance/public services, corporate image/state:** Credit cards, banks, financial services, insurance, public services, concessions, telephone companies, postal services, water, electricity, telephone, corporate image, state entities and agencies.
8. **Medios/entretenimiento:** Canales de TV, medios online, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos / **Media/entertainment:** TV channels, online media, radio, programs, newspapers, magazines, books, encyclopedias, fascicles, recreational parks, entertainment.

J RELACIONES PÚBLICAS/RRPP

9. **Restaurantes y comidas rápidas:** Incluyen todos los tipos de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares / **Restaurants and fast foods:** Includes all types of restaurants and fast food chains, cafes and bars.
10. **RSE:** Material asociado a una marca comercial cuyo objetivo está dirigido a resolver problemas sociales o contribuir al beneficio de algún grupo social determinado. Esfuerzos de mercadeo realizados por una marca comercial, pero enfocados en alguna causa social (salud, educación, comunidad y familia, entre otros) / **RSE:** Material associated with a commercial brand whose objective is aimed at solving social problems or contributing to the benefit of a specific social group. Marketing efforts made by a commercial brand, but focused on some social cause (health, education, community and family, among others).
11. **Bien social (sin fines de lucro -ONG):** Comunicación en beneficio o apoyo de una causa / **Social welfare (non-profit -NGO):** Communication for the benefit or support of a cause.

CATEGORÍAS ESPECIALES / SPECIAL CATEGORIES

1. **Manejo de crisis:** Estrategias de comunicación desarrolladas para prever y manejar el impacto en la imagen de una organización que se enfrenta a una crisis de opinión. / **Crisis management:** Communication strategies developed to anticipate and manage the impact on the image of an organization facing a crisis of opinion.
2. **Comunicación interna:** Estrategias diseñadas para impactar positivamente la relación entre la organización y sus colaboradores. / **Internal communication:** Strategies designed to positively impact the relationship between the organization and its collaborators.
3. **Relaciones con los medios:** Estrategias desarrolladas para promover publicaciones positivas de una organización, producto o servicio a través de los medios informativos de comunicación (periódicos, revistas, radio, televisión y medios electrónicos). / **Media relations:** Strategies developed to promote positive publications of an organization, product or service through the information media (newspapers, magazines, radio, television and electronic media).
4. **Responsabilidad social:** Estrategias enfocadas en cualquiera de los ámbitos que comprende la responsabilidad social empresarial/corporativa. / **Social responsibility:** Strategies focused on any of the areas that comprise business/corporate social responsibility.
5. **Relaciones business to business:** Estrategias desarrolladas para crear o fortalecer relaciones con socios de negocios. / **Business to business relationships:** Strategies developed to create or strengthen relationships with business partners.

J RELACIONES PÚBLICAS/RRPP

6. **Relaciones business to consumer:** Estrategias desarrolladas para crear o fortalecer relaciones con los consumidores / **Business to consumer relationships:** Strategies developed to create or strengthen relationships with consumers.
7. **Digital y social:** Participan las campañas o estrategias de RP que utilizaron plataformas digitales y sociales (sitios web, micrositos, buscadores, envíos de correos electrónicos, juegos, pantallas digitales, realidad aumentada, códigos QR, aplicaciones, bluetooth, MMS, SMS, GPS, teléfonos, tabletas, blogs y redes sociales) para generar involucramiento, obtener respuesta ante una situación o causa y fomentar la creación de contenido por parte del público. También participan las que se destaquen por realizar un uso innovador de la red social seleccionada. / **Digital and social:** PR campaigns or strategies that used digital and social platforms participate (websites, microsites, search engines, emails, games, digital screens, augmented reality, QR codes, applications, bluetooth, MMS, SMS, etc.). GPS, phones, tablets, blogs and social networks) to generate involvement, obtain a response to a situation or cause and encourage the creation of content by the public. Those that stand out for making an innovative use of the selected social network also participate.
8. **Asuntos públicos y lobby:** Estrategias desarrolladas para influir o informar en la agenda política, utilizando ya sea el lobby o estrategias de asuntos públicos más amplias. / **Public Affairs and Lobbying:** Strategies developed to influence or inform the political agenda, using either lobbying or broader public affairs strategies.
9. **Eventos:** Estrategias de RP que utilizan competencias, juegos promocionales, eventos, arte callejero, guerrilla de marketing, eventos corporativos, eventos de lanzamiento, etc. para ayudar a construir el valor y la reputación de una marca o comunicar proyectos como parte de una estrategia más amplia de RP. / **Events:** RP strategies using competitions, promotional games, events, street art, guerrilla marketing, corporate events, launch events, etc. to help build brand value and reputation or communicate projects as part of a broader PR strategy.
10. **Uso de tecnología:** Tecnología existente o nueva que amplía los límites de la innovación digital para ejecutar o respaldar una campaña de relaciones públicas, incluida la inteligencia artificial, la realidad virtual, la robótica, los dispositivos y la electrónica, la tecnología portátil e interactiva, etc. / **Use of technology:** Existing or new technology that pushes the boundaries of digital innovation to execute or support a public relations campaign, including artificial intelligence, virtual reality, robotics, gadgets and electronics, wearable and interactive technology, etc.

J RELACIONES PÚBLICAS/RRPP

- 11. Lanzamiento y relanzamiento:** Estrategias de RP desarrolladas para el lanzamiento o relanzamiento de un producto o servicio. / **Launch and relaunch:** PR strategies developed for the launch or relaunch of a product or service.
- 12. Uso de celebridades, influenciadores y líderes de opinión:** Campañas que asocian a una personalidad o un experto de gran influencia con un producto/servicio para alcanzar objetivos específicos de concientización/negocios y/o para ayudar a establecer confianza con el público objetivo. / **Use of Celebrities, Influencers and Opinion Leaders:** Campaigns that associate a highly influential personality or expert with a product/service to achieve specific awareness/business goals and/or to help establish trust with the target audience.
- 13. Bien social (sin fines de lucro -ONG):** Campañas cuya estrategia está dirigida a resolver problemas sociales y su objetivo es contribuir al beneficio de algún grupo social determinado. / **Non-profit:** Campaigns whose strategy is aimed at solving social problems and their objective is to contribute to the benefit of a specific social group.

K DIRECTO/DIRECT

En esta categoría se reconoce la creatividad dirigida y que logra una respuesta. Los participantes deberán demostrar cómo se usaron los conocimientos y/o los datos como parte de la estrategia para involucrar a grupos objetivo específicos y que logran desarrollar relaciones con los clientes, acciones inspiradoras y producir resultados medibles. / This category recognizes directed creativity that achieves a response. Entrants will be required to demonstrate how the insights and/or data were used as part of the strategy to engage specific target groups and succeed in developing customer relationships, inspiring actions, and producing measurable results.

SECTORES / SECTORS

1. **Alimentos y bebidas:** Comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol / **Food and beverages:** Meals, dairy products, sweets, snacks and non-alcoholic beverages.
2. **Bebidas alcohólicas:** Todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol / **Alcoholic beverages:** All alcoholic beverages, including non-alcoholic beers.
3. **Hogar/oficina/electrónica:** Electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación. / **Home/office/electronics:** Appliances, furniture, accessories and paintings, domestic hygiene, electronics, audio, video and/or computer equipment.
4. **Uso personal:** Cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos / **Personal use:** Cosmetics, perfumery, clothing, personal accessories, personal hygiene, health, medicinal and pharmaceutical items.
5. **Vehículos/afines:** Vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios / **Vehicles/related:** Vehicles (cars, trucks, motorcycles, boats), accessories, spare parts, lubricants, outboard motors, workshops and services.
6. **Negocios al público:** Negocios varios, supermercados, tiendas por departamentos, centros comerciales / **Businesses to the public:** Various businesses, supermarkets, department stores, shopping malls.
7. **Banca/seguros/servicios públicos, imagen corporativa/estado:** Tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros, servicios públicos, concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono, imagen corporativa, entes y organismos estatales / **Banking/insurance/public services, corporate image/state:** Credit cards, banks, financial services, insurance, public services, concessions, telephone companies, postal services, water, electricity, telephone, corporate image, state entities and agencies.

K DIRECTO/DIRECT

8. **Medios/entretenimiento:** Canales de TV, medios online, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos / **Media/entertainment:** TV channels, online media, radio, programs, newspapers, magazines, books, encyclopedias, fascicles, recreational parks, entertainment.
9. **Restaurantes y comidas rápidas:** Incluyen todos los tipos de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares / **Restaurants and fast foods:** Includes all types of restaurants and fast food chains, cafes and bars.
10. **RSE:** Material asociado a una marca comercial cuyo objetivo está dirigido a resolver problemas sociales o contribuir al beneficio de algún grupo social determinado. Esfuerzos de mercadeo realizados por una marca comercial, pero enfocados en alguna causa social (salud, educación, comunidad y familia, entre otros) / **RSE:** Material associated with a commercial brand whose objective is aimed at solving social problems or contributing to the benefit of a specific social group. Marketing efforts made by a commercial brand, but focused on some social cause (health, education, community and family, among others).
11. **Bien social (sin fines de lucro -ONG):** Comunicación en beneficio o apoyo de una causa / **Social welfare (non-profit -NGO):** Communication for the benefit or support of a cause.

CATEGORÍAS ESPECIALES / SPECIAL CATEGORIES

1. **Canales:** El trabajo en estas categorías se evaluará específicamente sobre cómo se usó el canal como pieza de comunicación directa para una marca, como por ejemplo uso del correo, instalaciones a pequeña o gran escala, prensa y exteriores, entre otros. / **Channels:** Work in these categories will be evaluated specifically on how the channel was used as a direct communication piece for a brand, such as use of the mail, small or large-scale installations, press, and outdoor, among others.
2. **Datos y tecnología:** En esta categoría debe demostrarse cómo una campaña directa fue mejorada o impulsada por el uso creativo de datos o tecnología que mejoró la experiencia del cliente y condujo a resultados empresariales medibles. / **Data and Technology:** This category must demonstrate how a direct campaign was enhanced or fueled by the creative use of data or technology that improved the customer experience and led to measurable business results.
3. **Digital y social:** En esta categoría se evaluará la forma en que se utilizaron los medios y las técnicas digitales y sociales como pieza de comunicación directa para una marca. Pueden ser plataformas digitales, móviles, sociales y respuesta en tiempo real, entre otros. / **Digital and social:** In this category, the way in which digital and social media and techniques were used as a piece of direct communication for a brand will be evaluated. They can be digital, mobile, social platforms and real-time response, among others.

L MEDIOS/MEDIA

Reconoce el contexto en el que vive la creatividad Los inscriptores deberán demostrar la implementación creativa de la idea a través del uso de los medios; es decir, el trabajo que se mejora y amplifica mediante una estrategia de canal que cambia el juego para producir resultados medibles. / Recognizes the context in which creativity lives Entrants must demonstrate creative implementation of the idea through the use of media; that is, work that is enhanced and amplified by a game-changing channel strategy to produce measurable results.

SECTORES / SECTORS

1. **Alimentos y bebidas:** Comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol / **Food and beverages:** Meals, dairy products, sweets, snacks and non-alcoholic beverages.
2. **Bebidas alcohólicas:** Todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol / **Alcoholic beverages:** All alcoholic beverages, including non-alcoholic beers.
3. **Hogar/oficina/electrónica:** Electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación. / **Home/office/electronics:** Appliances, furniture, accessories and paintings, domestic hygiene, electronics, audio, video and/or computer equipment.
4. **Uso personal:** Cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos / **Personal use:** Cosmetics, perfumery, clothing, personal accessories, personal hygiene, health, medicinal and pharmaceutical items.
5. **Vehículos/afines:** Vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios / **Vehicles/related:** Vehicles (cars, trucks, motorcycles, boats), accessories, spare parts, lubricants, outboard motors, workshops and services.
6. **Negocios al público:** Negocios varios, supermercados, tiendas por departamentos, centros comerciales / **Businesses to the public:** Various businesses, supermarkets, department stores, shopping malls.
7. **Banca/seguros/servicios públicos, imagen corporativa/estado:** Tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros, servicios públicos, concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono, imagen corporativa, entes y organismos estatales / **Banking/insurance/public services, corporate image/state:** credit cards, banks, financial services, insurance, public services, concessions, telephone companies, postal services, water, electricity, telephone, corporate image, state entities and agencies.

L MEDIOS/MEDIA

8. **Medios/entretenimiento:** Canales de TV, medios online, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos / **Media/entertainment:** TV channels, online media, radio, programs, newspapers, magazines, books, encyclopedias, fascicles, recreational parks, entertainment.
9. **Restaurantes y comidas rápidas:** Incluyen todos los tipos de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares / **Restaurants and fast foods:** Includes all types of restaurants and fast food chains, cafes and bars.
10. **RSE:** Material asociado a una marca comercial cuyo objetivo está dirigido a resolver problemas sociales o contribuir al beneficio de algún grupo social determinado. Esfuerzos de mercadeo realizados por una marca comercial, pero enfocados en alguna causa social (salud, educación, comunidad y familia, entre otros) / **RSE:** Material associated with a commercial brand whose objective is aimed at solving social problems or contributing to the benefit of a specific social group. Marketing efforts made by a commercial brand, but focused on some social cause (health, education, community and family, among others).
11. **Bien social (sin fines de lucro -ONG):** Comunicación en beneficio o apoyo de una causa / **Social welfare (non-profit -NGO):** Communication for the benefit or support of a cause.

M INOVACIÓN/INNOVATION

(Incluye innovación, dentro de negocios / Includes innovation, within businesses)

1. Esta categoría busca reconocer la innovación, tecnología y solución a problemas con ideas de vanguardia. Asimismo, también las ideas, que aunque no conlleven tecnología, representen una innovación en cuanto a la categoría o la manera en que funciona el negocio, relación con el consumidor y el producto como tal. Las ideas/conceptos previos al desarrollo no son elegibles. Los participantes deben estar en condiciones de demostrar plenamente la tecnología. / This category seeks to recognize innovation, technology and problem solving with cutting-edge ideas. Likewise, also the ideas, that although they do not involve technology, represent an innovation in terms of the category or the way in which the business works, relationship with the consumer and the product as such. Ideas/concepts prior to development are not eligible. Entrants must be able to fully demonstrate the technology.

N DATOS/DATA

1. Las inscripciones en esta categoría deben demostrar claramente cómo la ejecución/campaña fue mejorada o impulsada por el uso creativo, la interpretación, el análisis o la aplicación de datos. El uso creativo de los datos debe situarse en el centro de la idea y los resultados/impacto deben ser claros y sólidos. / Entries in this category must clearly demonstrate how the execution/campaign was enhanced or driven by the creative use, interpretation, analysis, or application of data. The creative use of data should be at the heart of the idea and the results/impact should be clear and strong.

O ENTRETENIMIENTO

Cada inscripción de esta categoría, deberá demostrar cómo la creatividad logró convertirse en un contenido más cultural que comercial. Ideas que van más allá de los formatos de comunicación usuales y lograron cautivar la atención de los consumidores y a su vez conectaron con ellos de una manera nueva. No se limita exclusivamente a contenido realizado por marcas. / Each entry in this category must demonstrate how creativity managed to become more cultural than commercial content. Ideas that go beyond the usual communication formats and managed to captivate the attention of consumers and in turn connected with them in a new way. It is not limited exclusively to content made by brands.

1. Música / Music
2. Deportes / Sports
3. Eventos / Events
4. Esparcimiento (Juegos, podcast, mini series) / Entertainment (Games, podcast, miniseries).

P SALUD/HEALTH

Esta categoría reconoce la creatividad suscrita al marco de la salud y el bienestar, ya sea de personas como de animales. Los inscriptores deberán demostrar que sus ideas, además de resultados, también tienen el poder de cambiar la vida de sus consumidores. / This category recognizes the creativity subscribed to the framework of health and well-being, whether of people or animals. Enrollers must demonstrate that their ideas, in addition to results, also have the power to change the lives of their consumers

1. Salud y Bienestar: participan todas aquellas piezas que promuevan la salud y bienestar personal del consumidor, sin estar relacionadas a algún tipo de medicamento o tecnología médica. / Health and Well-being: all those pieces that promote the personal health and well-being of the consumer participate, without being related to any type of medicine or medical technology.

2. Farma: participan todas aquellas piezas que pertenezcan específicamente a clientes y servicios farmacéuticos o médicos / Pharma: all those pieces that belong specifically to pharmaceutical or medical clients and services participate.

Q CONCIENCIA SOCIAL

Esta categoría está creada específicamente para las ideas de marcas comerciales que van más allá de la parte comercial del negocio. Se premiarán los trabajos que hayan generado un impacto positivo y tengan el poder para cambiar la sociedad, el ambiente y mundo en que vivimos. La creatividad al servicio de aspectos como diversidad de género, equidad, la inclusión, la reducción de la pobreza, el bienestar animal y cualquier otra forma de injusticia o desigualdad social/ambiental. / This category is created specifically for ideas that go beyond the commercial side of the business. Works that have generated a positive impact and have the power to change society, the environment and the world in which we live will be awarded. Creativity at the service of aspects such as gender diversity, equity, inclusion, poverty reduction, animal welfare and any other form of social/environmental injustice or inequality.

1. Causas sociales / Social causes.
2. Causas ambientales / Environmental causes
3. Conciencia Inclusiva: Comunicación que busca construir un futuro social diverso en donde todos nos sentimos incluidos, respetados y nuestras diferencias son valoradas. Aplica para problemáticas sociales que involucran sesgos culturales, como diversidad, equidad de género, xenofobia, homofobia y racismo, etc. / Inclusive Awareness: Communication that seeks to build a diverse social future where we all feel included, respected and our differences are valued. It applies to social problems that involve cultural biases, such as gender equity, xenophobia, homophobia and racism, etc.

3 PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Para el 2022 la inscripción de piezas y casos se realizará 100% virtual a través de la plataforma:

<https://www.oxoawards.com/Volcan2022#/home>

PRESENTACIÓN DE LAS INSCRIPCIONES

INSCRIPCIÓN DEL MATERIAL

Todos los materiales participantes deberán inscribirse **EN IDIOMA INGLÉS, de la siguiente forma:**

NOMBRE PARA LOS ARCHIVOS

Todos los archivos participantes deben ser nombrados de la siguiente forma: **SIGLAPAISVERSION** (siglas del país del que la pieza proviene y el nombre de la versión o un diminutivo que la identifique). Se permite un máximo de VEINTE caracteres para el nombre. No se permite utilizar signos de puntuación de ninguna clase, signos, ni separaciones de palabras. Por ejemplo, si una versión se llama “bola” y proviene de Nicaragua, el archivo deberá llamarse NIBOLA.

Siglas para los países, que debe colocarse al inicio de cada nombre de archivo:

- Guatemala: GT
- El Salvador: SV
- Honduras: HN
- Nicaragua: NI
- Costa Rica: CR
- Panamá: PA
- República Dominicana: RD
- Ecuador: EC

FORMATOS Y TAMAÑO MÁXIMO DE PIEZAS PARTICIPANTES

Todos los materiales de **VIDEO:** Se solicitan en formato: .MP4, tamaño 16:9, Full HD.

- Incluir subtítulos o locución en **INGLÉS.**
- Todos los videos de casos participantes, según el Rubro al que correspondan, no podrán tener una duración mayor a **TRES minutos.**

3 PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Todos los materiales de **RADIO**: Formato MP3

Todos los materiales **GRÁFICOS**: Formato JPEG de alta resolución.
Colocar la imagen sobre un fondo - pantalla negra: tamaño **16:9 RGB**, Alta Definición.

Los materiales de **DIGITAL**:

Un video (en formato .MP4) que muestre al Jurado la forma de operación de la pieza, video de máximo tres minutos de duración.

En casos en que se envía para participar más de una pieza bajo una sola inscripción, el nombre de cada pieza debe indicar, al final, con un número, el orden en que se desea que el Jurado los vea: **SIGLAPAISVERSION1** (y así consecutivamente, según el número de anuncios y medios que aplique).

REGLAMENTO DEL CONCURSO Y ORGANIZADORES

La Asociación Comunidad de Empresas de Comunicación Comercial de Costa Rica (Comunidad) con cédula jurídica número 3-002-056978 es la organizadora del concurso y única responsable de este ante cualquier tercero, como Representante Oficial Creativo Volcán.

Para cualquier aspecto relacionado con este concurso, se pueden comunicar al correo **direccion@comunidad.cr** o al teléfono: **6003-9875**.

4 MÉTODOS DE PAGO

Los casos inscritos deben ser pagos por los siguientes medios:

1. A nombre de:
Asociación Comunidad Empresas de Comunicación Comercial de Costa Rica
Cedula Jurídica: 3002056978
Cuenta en dólares del BAC CREDOMATIC
Cuenta Iban: CR78010200009069021199
2. Por medio de Compra Click del BAC CREDOMATIC. Solicitar el link a la organización del concurso.

Nota:

Una vez realizado el pago, agradecemos enviar el comprobante al email:
direccion@comunidad.cr
con copia a **contabilidad@comunidad.cr**

5 INFORMACIÓN DE CONTACTO

Asociación Comunidad Empresas de Comunicación Comercial de Costa Rica.

Directora Ejecutiva

Amelia Solera

Email: asolera@comunidad.cr

Asistente Dirección

Johana Lacayo

Email: jlacayo@comunidad.cr

Directora de comunicación

Cristina De San Román

Email: csanroman@comunidad.cr

Teléfono: 506 + 6003-9875

www.comunidad.cr

Derechos Reservados

Festival Volcán 2022

<http://festivalvolcan.cr>

direccion@comunidad.cr