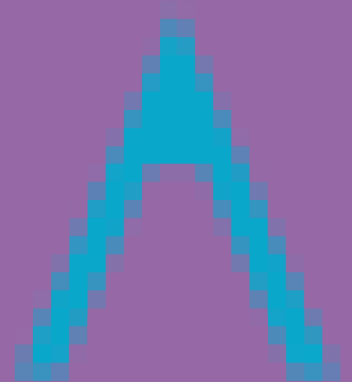
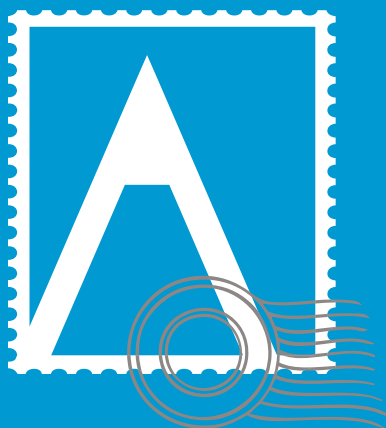
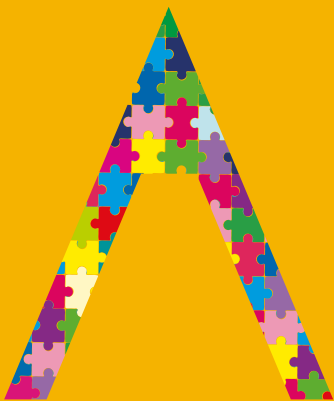




BASES
FESTIVAL
ACH P
2017



XVIII FESTIVAL DE PUBLICIDAD ACHAP

El Festival Achap es el concurso anual que premia la creatividad de la publicidad chilena.

El Festival está dividido en ocho secciones o Festivales individuales:

- Film
- Gráfica
- Radio
- Outdoor
- Digital
- Media
- Promo, Activation y Marketing Directo
- Creatividad Integrada (campañas en 360°)

A su vez, cada uno de estos Festivales está dividido en categorías que varían de uno a otro.

OBJETIVOS

- Promover, potenciar y difundir la creatividad en Chile.
- Incentivar el mejor nivel creativo para el desarrollo de la publicidad chilena.
- Reconocer y premiar las ideas creativas que por su originalidad, potencia y distinción, aportan al desarrollo de las marcas y al cumplimiento de sus 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**

PARTICIPANTES

En el Festival Achap pueden participar agencias creativas, mediales, digitales, de marketing relacional, de diseño y BTL; empresas productoras de cine, radio, televisión, gráfica y eventos; avisadores, diseñadores y demás profesionales de actividades afines a la industria.

Solo pueden inscribirse aquellos trabajos que hayan sido creativamente concebidos en Chile. No se aceptarán adaptaciones de ideas o piezas extranjeras.

Las piezas participantes deben haber sido publicadas, exhibidas o difundidas, con la aprobación del avisador, entre el **29 de octubre de 2016 y el 25 de octubre de 2017**, y no deben haber participado en versiones anteriores de este certamen.

El material debe inscribirse tal cual fue emitido, publicado o ejecutado, sin modificaciones hechas para competir.

ELECCIÓN DEL JURADO

El jurado estará integrado por 22 personas, actualmente trabajando en el medio chileno, elegidas mediante votación, que no hayan participado como jurado el año anterior. Esta regla aplica al postulante en forma personal, independiente de la agencia que haya representado el año anterior.

Podrán postular un candidato al jurado las agencias, empresas o personas que inscriban una o más piezas en el Festival.

Las agencias o empresas no pueden tener más de un postulante al jurado.

Los postulantes al jurado deben tener la experiencia, capacidad e idoneidad necesarias para cumplir cabalmente esta responsabilidad.

Los candidatos deben inscribirse con el nombre completo, su apodo (en caso de ser relevante) y una breve reseña señalando la experiencia del postulante.

Las inscripciones de candidatos se enviarán por carta en sobre cerrado, al abogado de Achap quien actuará como Ministro de Fe.

Los nombres de los postulantes inscritos se enviarán en una lista de votación para que cada agencia, empresa o persona participante marque los 22 nombres que considere más idóneos para integrar el jurado.

Las agencias y empresas participantes no podrán votar por sus propios representantes.

La lista de votación con los 22 nombres marcados deberá ser enviada nuevamente al abogado de Achap quien hará el escrutinio final.

Para asegurar equitativamente el quórum necesario, evitar confusiones y mantener una mínima formalidad, no se recibirán listas de votación enviadas por e-mail, manuscritas o fuera de plazo.

Las 22 personas más votadas conformarán el jurado. Si hubiera un empate, se realizará una nueva votación, dentro de un plazo máximo de 24 horas, de no haberse resuelto la situación, se definirá por sorteo. Los nombres siguientes en la lista serán "suplentes" por si alguno de los 22 elegidos no pudiera participar.

En la etapa de postulaciones, el Festival se reserva el derecho de eliminar, sin expresión de causa, los nombres de aquellas personas que en el pasado hayan sido sancionadas por el Festival o que no representen el espíritu de este concurso.

PROCESO DE JURA

El jurado se reunirá los días 13, 14, 15 y 16 de noviembre para evaluar las piezas participantes, seleccionar a los finalistas, elegir los ganadores de premios en cada categoría y los Grand Prix de cada Festival.

El jurado de 22 personas será dividido por sorteo en dos. Cada jurado deberá elegir en primer lugar el shortlist de los Festivales que le correspondan.

La sala estará dirigida por un Presidente designado por Achap.

Definidos los shortlist, el jurado en pleno de 22 miembros se reunirá para elegir los metales (Oro, Plata y bronce)

A este jurado se sumará un representante de “el Avisador del Año” del Festival Achap anterior, con lo cual la sala contará con 23 jurados, quienes votarán en forma SECRETA los Grand Prix de cada Festival.

En presencia del Director del festival y del abogado de Achap, el Presidente del jurado firmará el acta con estos premios que se darán a conocer el día de la premiación.

ATRIBUCIONES DEL JURADO

Por acuerdo del Jurado se podrán eliminar aquellas piezas que no cumplan con las Bases del Festival Achap. Asimismo, se podrá eliminar o no premiar una pieza que sea fundadamente cuestionada por algún miembro del jurado.

Si este cuestionamiento se refiere a copia o plagio, se solicitará a la persona que objeta la pieza alguna prueba o evidencia que respalde dicho cuestionamiento. El caso será entregado al Director del Festival, quien lo analizará junto al Presidente del jurado, quienes darán su veredicto final.

PRESIDENTE DEL JURADO

El Presidente será un profesional extranjero, designado por el Festival de acuerdo a su trayectoria y experiencia.

Su labor es moderadora y no podrá votar, ni siquiera en caso de empate.

El Presidente tendrá las siguientes responsabilidades y atribuciones:

- Orientar el criterio para premiar la mejor creatividad de acuerdo a los principios de evaluación y bases del Festival.
- Velar por la transparencia del proceso de votación y del trabajo de los jurados.
- Dirigir las discusiones para la asignación de premios.
- Resolver las disputas y reclamos que pudieran generarse en torno a la participación de alguna pieza o la actitud impropia de un jurado.
- El Presidente del jurado tiene la autoridad para reconvenir, e inclusive expulsar del Festival, a miembros del jurado que no cumplan con las normas éticas del mismo.
- Para resolver dudas o solucionar problemas fuera de su competencia, el Presidente podrá consultar al Director del Festival.
- Solo en caso de no haber decisión entre dos piezas para otorgar un metal, el Presidente podrá solicitar al Director del Festival que apruebe la excepción de otorgar dos premios Oro, Plata o Bronce en una categoría.

DIRECCIÓN DEL FESTIVAL

El Director del Festival, designado por Achap, será responsable de la organización y el desarrollo del evento.

Sus principales responsabilidades y atribuciones son:

- Promocionar el Festival.
- Subdividir una categoría si el número de piezas de una categoría fuera excesivo, y trasladar inscripciones de una categoría a otra para asegurar una competición equitativa si la cantidad de

- piezas participantes fuera insuficiente.
- Resolver las dudas que le sean manifestadas por los Presidentes o por algún miembro del jurado.
- En casos justificados, eliminar cualquier pieza, en cualquier etapa del proceso, inclusive una vez discernidos y entregados los premios, en forma irrevocable.
- Velar por que todo el proceso de votación se efectúe conforme a estas Bases.

FECHAS CLAVE

Período de publicación de las piezas participantes:
29 de octubre de 2016 al 25 de octubre de 2017

Inscripción de piezas:
Plazo regular: 26 de Septiembre al 26 de octubre de 2017, hasta las 24 horas.
Plazo extendido: 27 al 30 de octubre hasta las 18 horas.

Proceso de Jura:
13 al 16 de noviembre

Ceremonia de Premiación:
Martes 12 de diciembre

PREMIOS

El jurado sólo podrá asignar un Premio Oro, un Plata y un Bronce en 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, en cualquiera de los Festivales, no podrán postularse al Grand Prix.

Las piezas y campañas para una institución de bien público sólo podrán 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. Todos los premios, Bronce, Plata, Oro y Grand Prix recibirán un trofeo, los finalistas recibirán un diploma.

PREMIOS ESPECIALES

También se entregarán los siguientes Premios Especiales, que se determinarán por puntaje acumulado:

- **Agencia del Año**
- **Marca Avisadora del Año**

Para elegir la Agencia del Año y la Marca Avisadora del Año, la acumulación de puntaje correspondiente a piezas finalistas tiene un máximo de 5 puntos, el sexto ya no suma puntaje para el cálculo. Tampoco suman puntaje los premios Mejor Productora Audiovisual, Mejor Director de Film, Mejor Productora de Radio y Mejor Fotógrafo.

- **Premio País:** El premio País será postulado por el jurado y corresponderá a la pieza o campaña que mejor represente un aporte al desarrollo social y cultural del país. Este año 2017, el premio se otorgará a la pieza o campaña que mejor refleje el valor de la "inclusión".

Para calcular el puntaje acumulado se sumarán los puntos obtenidos por cada marca, productora y agencia en los Festivales en que participen, según la siguiente tabla.

PREMIOS	PUNTAJE
Finalista	1 punto
Bronce	3 puntos
Plata	5 puntos
Oro	7 puntos
Grand Prix	10 puntos
Premio Técnico	6 puntos
Premio País	6 puntos

También se entregarán los siguientes premios especiales por Festival, que se determinarán por puntaje acumulado:

- **Mejor Director (Festival de Film)**
- **Mejor Productora Audiovisual (Festival de Film)**
- **Mejor Productora de Radio (Festival de Radio)**
- **Mejor Fotógrafo (Festival de Gráfica)**

Cuando una pieza finalista obtiene un premio, se contabiliza sólo el puntaje del premio obtenido y se pierde el punto de finalista.

Para ganar un Premio Especial, en cualquier categoría, se requiere un mínimo de 10 puntos.

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

REGISTRO DEL PARTICIPANTE

Cada agencia o empresa que inscribe piezas debe registrarse como usuario en el sitio www.festival.achap.cl llenando los datos del REGISTRO DE AGENCIAS. (Los datos de las agencias asociadas a Achap ya están en el sistema.) Si el registro está correcto, recibirá un correo electrónico confirmando su registro y recibirá una clave para poder realizar la inscripción.

Las agencias pueden generar múltiples usuarios pero el sistema sólo aceptará la extensión de correo electrónico con que la agencia se registró.

INSCRIPCIÓN DE PIEZAS

Se inicia el proceso llenando una ficha de INSCRIPCIÓN para cada una de las piezas, en el Festival que corresponda, en el sitio www.festival.achap.cl, accediendo con el nombre de usuario y contraseña que cada agencia, productora o empresa haya recibido.

Luego deberá subir la pieza inscrita asegurándose de que ésta cumpla los requisitos técnicos que se especifican para cada Festival.

Las piezas inscritas deberán estar subidas al sistema, antes del cierre del plazo de inscripciones. No se aceptarán inscripciones ni subidas posteriores.

Importante:

En los festivales de Film, Gráfica, Radio, Outdoor y Creatividad Integrada, una misma pieza NO podrá participar en más de una categoría de un mismo Festival, con excepción de las categorías técnicas y campaña. En los festivales de Digital, Media, Promo-Activation & Marketing Directo, esta regla no aplica.

Durante todo el proceso, el sitio del Festival muestra la página-resumen "MIS PIEZAS REGISTRADAS" con la cantidad de piezas registradas en cada Festival, el status de las mismas (si fueron subidas al sistema o no) y el valor a pagar por la inscripción.

Las piezas que no hayan sido correctamente inscritas, no cumplan con los requisitos técnicos, o no hayan acreditado el pago correspondiente, no podrán participar.

Cerrado el plazo final de inscripción, las piezas correctamente inscritas y pagadas no podrán bajarse y no se devolverá el dinero.

La solicitud de inscripción de una pieza o una campaña en el Festival Achap, implica la aceptación de todos y cada uno de los requisitos y condiciones generales que establecen las Bases del Festival.

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

Con su participación, el concursante autoriza a la Organización para exhibir las piezas inscritas en cualquier medio de comunicación social u otro.

Los premios quedarán registrados con los datos ingresados en las fichas de inscripción. Los trofeos y diplomas serán confeccionados con esos mismos datos.

No se permite que dos agencias distintas presenten por separado una misma pieza o campaña. El Festival aceptará sólo la primera inscripción que se reciba.

FORMULARIO GENERAL DE INSCRIPCIÓN POR AGENCIA

Todo el proceso de inscripción se hará a través de Internet, sin embargo, deberán enviarse físicamente a las oficinas de Achap la ficha **RESUMEN DE INSCRIPCIONES** y el cheque o comprobante de pago de las piezas inscritas.

Desde la página **LISTA DE PIEZAS**, se podrá bajar una ficha de Inscripción y Pago. La ficha llamada **RESUMEN DE INSCRIPCIONES** que contiene el detalle de todas las piezas inscritas por una agencia y el monto total a pagar.

Esta ficha debe ser firmada por el Gerente General de la agencia que inscribe, certificando lo siguiente:

“Certifico que todas las piezas aquí presentadas corresponden a clientes de esta agencia, fueron creadas para sus marcas, y han sido publicadas o exhibidas con su debida autorización.”

El pago puede ser realizado mediante cheque al día, nominativo y cruzado, a nombre de Asociación Chilena de Agencias de Publicidad, o a través de una transferencia o depósito bancario cuyo comprobante impreso debe adjuntarse a la Ficha antes mencionada.

Las transferencias o los depósitos deben ser hechos a la siguiente cuenta:

Asociación Chilena de Agencias de Publicidad
RUT: 73.060.800-4
Banco de Chile
Cuenta Corriente N° 0695525001

VALORES DE INSCRIPCIÓN

Piezas individuales:

Socios de Achap \$ 170.000 + IVA cada una
No socios de Achap \$ 190.000 + IVA cada una

Campañas: (mínimo 2, máximo 4 piezas por campaña)

Socios de Achap \$ 200.000 + IVA cada una
No socios de Achap \$ 240.000 + IVA cada una

Advertencia: Las piezas inscritas durante el plazo extendido tendrán un recargo de \$ 30.000 cada una.

El pago de las inscripciones tiene como plazo máximo el 2 de noviembre a las 16 horas. Las inscripciones que no hayan sido pagadas durante este plazo no podrán participar.

ELIMINACIÓN DE INSCRIPCIONES

La organización del Festival se reserva el derecho de eliminar, en cualquier etapa del proceso, las inscripciones que no cumplan con lo establecido en estas Bases, sin resarcimiento alguno.

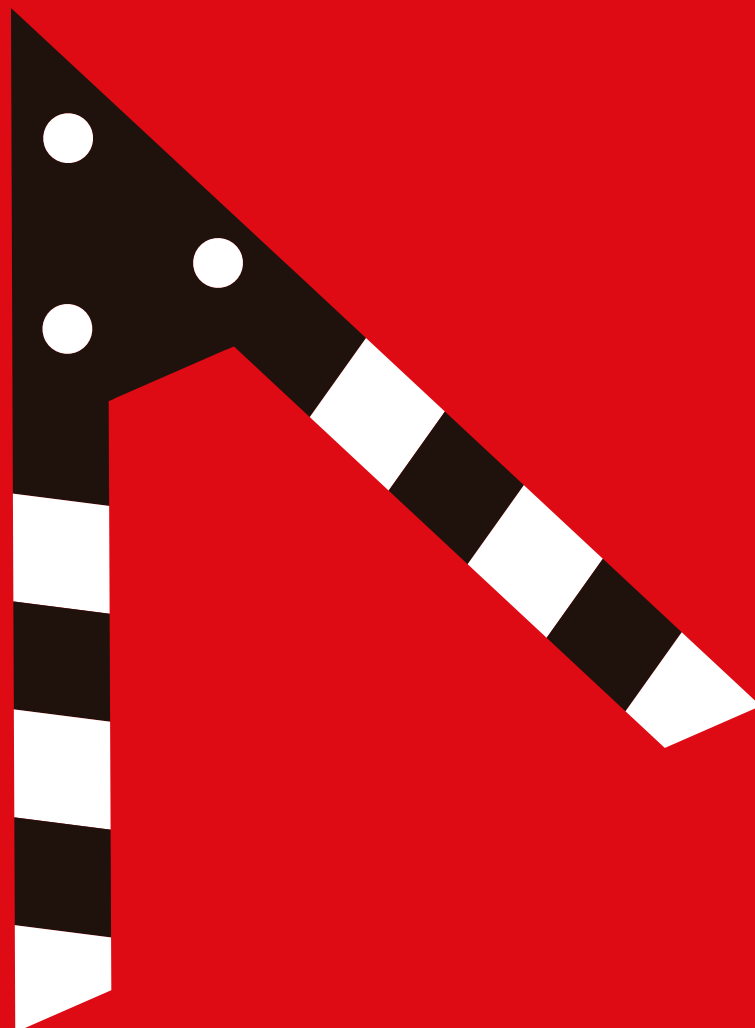
Si se comprueba que una inscripción ha sido hecha de mala fe, la organización del Festival puede eliminarla e incluso sancionar al inscriptor prohibiendo su participación en el próximo Festival Achap, sea inscribiendo piezas o como miembro del jurado.

Si alguna agencia o avisador estimara fundadamente que alguna pieza premiada no cumple con los requisitos estipulados en estas bases, podrá objetarla de acuerdo al protocolo que se encuentra en el sitio web del Festival.

Cerrado el período de inscripciones, si por cualquier razón un concursante decide retirar una pieza, o si ésta es eliminada en cualquier etapa del proceso, el dinero de la inscripción no será reembolsado.

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

XVIII FESTIVAL
DE PUBLICIDAD ACHAP



FESTIVAL DE FILM
2017

FESTIVAL DE FILM

Este Festival recibe piezas publicitarias audiovisuales creadas para una marca, independiente de la pantalla para la cual fueron creadas.

FORMATO DE LAS PIEZAS



El sistema sólo aceptará archivos de tamaño Mp4 H.264 con tamaño 720x480. Los videos deben enviarse sin barras y sin negros ni al inicio ni al final, y no pueden tener más de una pista de audio. En caso de exceder los 5 minutos de duración debe presentarse como VIDEOCASO.

CATEGORÍAS

FI-1 **Alimentos, lácteos, golosinas, snacks y bebidas**

Alimentos para niños, leches, huevos, quesos, yogurt, carnes y pescados, frutas, vegetales, salsas, cereales, harinas, pastas, arroces, pizzas, conservas, aceites, vinagres, especias, caramelos, chocolates, helados, postres, snacks, galletas, mermeladas, azúcar, edulcorantes, postres, cafés, té, gaseosas, jugos, aguas envasadas, bebidas, energizantes, suplementos dietarios.

FI-2 **Bebidas alcohólicas**

Cervezas (incluso sin alcohol), vinos, licores, ron, pisco, whisky, vodka, etc.

FI-3 **Electrodomésticos, electrónica, aparatos de telefonía, audio, video, computación**

Aparatos, equipos, servicios técnicos. (Las empresas que prestan servicio de conexión de telefonía, cable e internet participan en la categoría FI-10)

FI-4 **Higiene del hogar, aseo, productos de mantención y decoración, productos para mascotas**

Productos de limpieza, detergentes, desodorantes de ambiente, insecticidas, artículos para el hogar y la oficina, vajilla, muebles, colchones, alfombras, artículos de decoración, artículos de ferretería, herramientas, revestimientos, pinturas, adhesivos, pilas, útiles escolares y de oficina, productos de jardinería, alimentos y productos para mascotas.

FI-5 **Higiene y cuidado personal, cosmética, belleza, laboratorios y fármacos**

Productos para el cuidado bucal, cuidado capilar, cuidado de la piel, maquillaje, pañuelos de papel, papel higiénico, pañales para niños y adultos, protección femenina, algodón, perfumes, lociones, medicamentos, productos de óptica, artículos ortopédicos, preservativos.

FI-6 **Vestuario, moda, calzado y accesorios personales**

Indumentaria, ropa interior, ropa deportiva, calzado, joyas, relojes, lentes para el sol, carteras, bolsos y valijas.

FI-7 **Automóviles, camiones, motos, accesorios, combustibles, repuestos y servicios**

FI-8 **Educación**

Institutos, universidades, colegios.

FI-9 **Instituciones y servicios financieros, de previsión y salud y seguros**

Bancos, tarjetas de crédito y débito, instituciones de crédito y ahorro, fondos de pensiones, cajas de compensación, seguros, inmobiliarias, clínicas, isapres.

- FI-10 Empresas de servicio privadas y públicas**
Servicios de telefonía y telecomunicaciones, proveedores de Internet, TV cable y satelital, guías y directorios, servicios postales, servicios de electricidad, gas, energía y agua, empresas de gobierno, servicios públicos.
- FI-11 Imagen Corporativa**
Avisos institucionales, eventos de marca, auspicios y mensajes corporativos.
- FI-12 Tiendas, comercio, retail**
Grandes tiendas, tiendas de artículos para el hogar y construcción, supermercados, minimercados, farmacias, malls, stripcenters, tiendas minoristas, peluquerías, ópticas, farmacias, tiendas de fotos, tiendas de discos, librerías. En general, publicidad firmada por las tiendas, no por las marcas que se venden en ellas.
- FI-13 Viajes, turismo y gastronomía**
Hoteles, agencias de viajes, resorts, restaurantes, medios de transporte, buses, trenes, líneas aéreas, alquiler de vehículos.
- FI-14 Promociones y liquidaciones**
Participan piezas creadas para promociones de cualquier tipo.
- FI-15 Entretenimiento, juegos de azar y ocio**
Parques temáticos y de diversiones, gimnasios, espectáculos, y festivales, eventos y clubes deportivos, clubes nocturnos, bares, restaurantes, museos, galerías de arte, cines y teatros, libros, discos, juguetes, juegos de mesa, de video y electrónicos, loterías, juegos de azar.
- FI-16 Medios de Comunicación**
Canales de televisión abierta y de cable, radios, diarios, revistas, portales y buscadores de internet.
- FI-17 Bien Público**
Entidades de beneficencia, fundaciones, ONGs, asociaciones ambientales, obras de caridad, donación de órganos y sangre, prevención de enfermedades, adicciones y accidentes, difusión de servicios estatales y municipales, mensajes y obras religiosas.
- FI-18 Responsabilidad social empresarial**
Compromiso con la comunidad, responsabilidad social, acciones de beneficencia asociadas a marcas.
- FI-19 Campañas**
Campañas de cualquier tipo (mínimo 2 piezas)

CATEGORÍAS TÉCNICAS DE FILM

- FI-20 Mejor Dirección**
- FI-21 Mejor Producción**
- FI-22 Mejor Fotografía**
- FI-23 Mejor Film Crafting**
- FI-24 Mejor Uso de Música**

XVIII FESTIVAL
DE PUBLICIDAD ACHAP



FESTIVAL DE RADIO
2017

FESTIVAL DE RADIO

FORMATO DE LAS PIEZAS



Este Festival solo aceptará archivos en formato mp3 con peso máximo de 10 mega, de hasta 2 minutos de duración. No se aceptarán otros formatos de audio como wave y aiff. No se aceptará videos.

CATEGORÍAS

RA-1 Alimentos, lácteos, golosinas, snacks y bebidas

Alimentos para niños, leches, huevos, quesos, yogurt, carnes y pescados, frutas, vegetales, salsas, cereales, harinas, pastas, arroces, pizzas, conservas, aceites, vinagres, especias, caramelos, chocolates, helados, postres, snacks, galletas, mermeladas, azúcar, edulcorantes, cafés, té, gaseosas, jugos, aguas envasadas, bebidas energizantes, suplementos dietarios, snack.

RA-2 Bebidas alcohólicas

Cervezas (incluso sin alcohol), vinos, licores, ron, pisco, whisky, vodka, etc.

RA-3 Electrodomésticos, electrónica, aparatos de telefonía, audio, video, computación

Aparatos, servicios y equipos. (Las empresas que prestan servicio de conexión de telefonía, cable e internet participan en la categoría RA-10)

RA-4 Higiene del hogar, aseo, productos de mantención y decoración, productos para mascotas

Productos de limpieza, detergentes, desodorantes de ambiente, insecticidas, artículos para el hogar y la oficina, vajilla, muebles, colchones, alfombras, artículos de decoración, artículos de ferretería, herramientas, revestimientos, pinturas, adhesivos, pilas, útiles escolares y de oficina, productos de jardinería, alimentos y productos para mascotas.

RA-5 Higiene y cuidado personal, cosmética, belleza, laboratorios y fármacos

Productos para el cuidado bucal, cuidado capilar, cuidado de la piel, maquillaje, pañuelos de papel, algodón, papel higiénico, pañales para niños y adultos, protección femenina, perfumes, lociones, medicamentos, productos de óptica, artículos ortopédicos, preservativos.

RA-6 Vestuario, moda, calzado y accesorios personales

Indumentaria, ropa interior, ropa deportiva, calzado, joyas, relojes, lentes para el sol, carteras, bolsos y valijas.

RA-7 Automóviles, camiones, motos, accesorios, combustibles, repuestos y servicios

RA-8 Educación

Institutos, universidades, colegios

RA-9 Instituciones y servicios financieros, de previsión y salud y seguros

Bancos, tarjetas de crédito y débito, instituciones de crédito y ahorro, fondos de pensiones, cajas de compensación, seguros, inmobiliarias, clínicas, isapres.

RA-10 Empresas de servicio privadas y públicas

Servicios de telefonía y telecomunicaciones, proveedores de Internet, TV cable y satelital, guías y directorios, servicios postales, servicios de electricidad, gas, energía y agua, empresas de gobierno, servicios públicos.

- RA-11 Imagen Corporativa**
Avisos institucionales, eventos de marca, auspicios, mensajes corporativos.
- RA-12 Tiendas, comercio, retail**
Grandes tiendas, tiendas de artículos para el hogar y construcción, supermercados, minimercados, farmacias, malls, stripcenters, tiendas minoristas, peluquerías, ópticas, farmacias, tiendas de fotos, tiendas de discos, librerías. En general, publicidad firmada por las tiendas, no por las marcas que se venden en ellas.
- RA-13 Viajes, turismo y gastronomía**
Hoteles, agencias de viajes, resorts, restaurantes, medios de transporte, buses, trenes, líneas aéreas, alquiler de vehículos.
- RA-14 Promociones y liquidaciones**
Participan piezas creadas para promociones de cualquier tipo.
- RA-15 Entretenimiento, juegos de azar y ocio**
Parques temáticos y de diversiones, gimnasios, espectáculos, y festivales, eventos y clubes deportivos, clubes nocturnos, bares, restaurantes, museos, galerías de arte, cines y teatros, libros, discos, juguetes, juegos de mesa, de video y electrónicos, loterías, juegos de azar.
- RA-16 Medios de Comunicación**
Canales de televisión abierta y de cable, radios, diarios, revistas, portales y buscadores de internet.
- RA-17 Bien Público**
Entidades de beneficencia, fundaciones, ONGs, asociaciones ambientales, obras de caridad, donación de órganos y sangre, prevención de enfermedades, adicciones y accidentes, difusión de servicios estatales y municipales, mensajes y obras religiosas.
- RA-18 Responsabilidad Social Empresarial**
Compromiso con la comunidad, responsabilidad social, acciones de beneficencia asociadas a marcas.
- RA-19 Campañas**
Campañas de cualquier tipo (mínimo 2 piezas).

CATEGORÍAS TÉCNICAS DE RADIO

- RA-20 Mejor Texto o Guión**
- RA-21 Mejor Uso de Música**
- RA-22 Mejor Música Original o Jingle**

XVIII FESTIVAL
DE PUBLICIDAD ACHAP



FESTIVAL DE GRÁFICA
2017

FESTIVAL DE GRÁFICA

FORMATO DE LAS PIEZAS



Este Festival solo aceptará archivos de PNG 2048 X 2048 como máximo, en RGB, baseline standard y tamaño máximo de 5MB
Si la gráfica necesita explicación, podrá enviarse un board digital con el mismo formato anterior. No se aceptarán videos.

CATEGORÍAS

GR-1 Alimentos, lácteos, golosinas, snacks y bebidas

Alimentos para niños, leches, huevos, quesos, yogurt, carnes y pescados, frutas, vegetales, salsas, cereales, harinas, pastas, arroces, pizzas, conservas, aceites, vinagres, especias, caramelos, chocolates, helados, postres, snacks, galletas, mermeladas, azúcar, edulcorantes, cafés, té, gaseosas, jugos, aguas envasadas, bebidas energizantes, suplementos dietarios.

GR-2 Bebidas alcohólicas

Cervezas (incluso sin alcohol), vinos, licores, ron, pisco, whisky, vodka, etc.

GR-3 Electrodomésticos, electrónica, aparatos de telefonía, audio, video, computación

Aparatos, servicios y equipos. (Las empresas que prestan servicio de conexión de telefonía, cable e internet participan en la categoría GR-10)

GR-4 Higiene del hogar, aseo, productos de mantención y decoración, productos para mascotas

Productos de limpieza, detergentes, desodorantes de ambiente, insecticidas, artículos para el hogar y la oficina, vajilla, muebles, colchones, alfombras, artículos de decoración, artículos de ferretería, herramientas, revestimientos, pinturas, adhesivos, pilas, útiles escolares y de oficina, productos de jardinería, alimentos y productos para mascotas.

GR-5 Higiene y cuidado personal, cosmética, belleza, laboratorios y fármacos

Productos para el cuidado bucal, cuidado capilar, cuidado de la piel, maquillaje, pañuelos de papel, algodón, papel higiénico, pañales para niños y adultos, protección femenina, perfumes, lociones, medicamentos, productos de óptica, artículos ortopédicos, preservativos.

GR-6 Vestuario, moda, calzado y accesorios personales

Indumentaria, ropa interior, ropa deportiva, calzado, joyas, relojes, lentes para el sol, carteras, bolsos y valijas.

GR-7 Automóviles, camiones, motos, accesorios, combustibles, repuestos y servicios

GR-8 Educación

Institutos, universidades, colegios.

GR-9 Instituciones y servicios financieros, de previsión y salud y seguros

Bancos, tarjetas de crédito y débito, instituciones de crédito y ahorro, fondos de pensiones, cajas de compensación, seguros, inmobiliarias, clínicas, Isapres.

GR-10 Empresas de servicio privadas y públicas

Servicios de telefonía y telecomunicaciones, proveedores de Internet, TV cable y satelital, guías y directorios, servicios postales, servicios de electricidad, gas, energía y agua, empresas de gobierno, servicios públicos.

GR-11 Imagen Corporativa

Avisos institucionales, eventos de marca, auspicios, mensajes corporativos, responsabilidad social empresarial, campañas políticas, etc.

GR-12 Tiendas, comercio, retail

Grandes tiendas, tiendas de artículos para el hogar y construcción, supermercados, minimercados, farmacias, malls, stripcenters, tiendas minoristas, peluquerías, ópticas, farmacias, tiendas de fotos, tiendas de discos, librerías. En general, publicidad firmada por las tiendas, no por las marcas que se venden en ellas.

GR-13 Viajes, turismo y gastronomía

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

GR-14 Promociones y liquidaciones

Participan piezas creadas para promociones de cualquier tipo.

GR-15 Entretenimiento, juegos de azar y ocio

Parques temáticos y de diversiones, gimnasios, espectáculos, y festivales, eventos y clubes deportivos, clubes nocturnos, bares, restaurantes, museos, galerías de arte, cines y teatros, libros, discos, juguetes, juegos de mesa, de video y electrónicos, loterías, juegos de azar.

GR-16 Medios de Comunicación

Canales de televisión abierta y de cable, radios, diarios, revistas, portales y buscadores de internet.

GR-17 Bien Público

Entidades de beneficencia, fundaciones, ONGs, asociaciones ambientales, obras de caridad, donación de órganos y sangre, prevención de enfermedades, adicciones y accidentes, difusión de servicios estatales y municipales, mensajes y obras religiosas.

GR-18 Responsabilidad Social Empresarial

Compromiso con la comunidad, responsabilidad social, acciones de beneficencia asociadas a marcas.

GR-19 Campañas

Campañas de cualquier tipo (mínimo 2 piezas).

CATEGORÍAS TÉCNICAS DE GRÁFICA**GR-20 Mejor Dirección de Arte****GR-21 Mejor Texto****GR-22 Mejor Fotografía****GR-23 Mejor Ilustración****GR-24 Mejor Packaging****GR-25 Mejor Identidad Gráfica**

XVIII FESTIVAL
DE PUBLICIDAD ACHAP



FESTIVAL OUTDOOR
2017

FESTIVAL OUTDOOR

FORMATO DE LAS PIEZAS



Este Festival solo aceptará piezas gráficas PNG 2048x2048 como máximo, en RGB, baseline standard y máximo de 5MB. Las piezas que se envíen como video caso deben ser en mp4 H.264 con un tamaño 720 x 480 que no exceda los 3 minutos de duración.

Los videos deben enviarse sin barras y sin negros, ni al inicio ni al final, y no pueden tener más de una pista de audio.

CATEGORÍAS

OD-1 Productos y servicios en soporte gráfico / outdoor convencional

Contenido estático para vallas, mobiliario de calles, refugios, monumentales, metro, etc.

OD-2 Productos y servicios en soporte digital

Contenido animado creado especialmente para pantallas y proyecciones en vía pública para productos y servicios en general.

OD-3 Ambient Ideas

Intervenciones en soportes o instalaciones especiales de vía pública en locaciones interiores y exteriores.

OD-4 Intervenciones experienciales

Intervenciones en vía pública o lugares públicos (bares, restaurantes, tiendas, museos, etc.) que generen experiencia.

OD-5 Outdoor interactivo

Intervenciones en vía pública con incorporación tecnológica que generen interactividad.

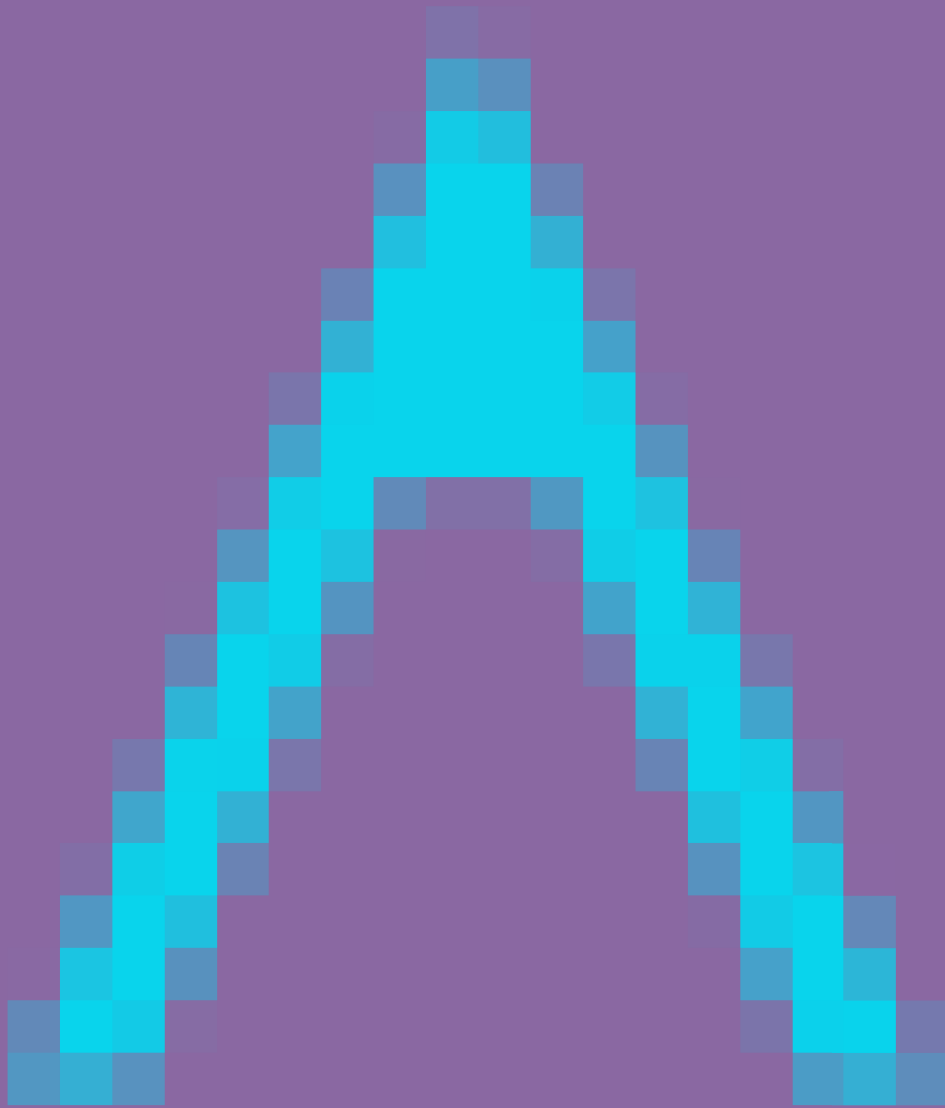
OD-6 Punto de Venta

Intervenciones en puntos de venta, incluye instalaciones y vitrinas.

OD-7 Campañas Outdoors

Piezas de un mismo producto o servicio que involucren el uso de dos o más alternativas de las antes descritas, ya sea en formato convencional y/u otros formatos.

XVIII FESTIVAL
DE PUBLICIDAD ACHAP



FESTIVAL DIGITAL
2017

FESTIVAL DIGITAL

FORMATO DE LAS PIEZAS



Este Festival solo aceptará video casos en formato mp4 H.264 con un tamaño de 720x480 que no exceda de 3 minutos de duración. Los videos deben enviarse sin barras y sin negros, ni al inicio ni al final y no pueden tener más de una pista de audio.

Nota: Para facilitar que el jurado evalúe el acceso y la navegación, los casos presentados deben tener una URL activa, la que deberá ser informada al momento de la inscripción.

CATEGORÍAS

- DI-1 Formatos Preestablecidos**
Banners simples, dinámicos, expandibles, rich media, emailings.
- DI-2 Sitios**
Sitios web, minisitios, micrositios, ecommerce, landing pages.
- DI-3 Advergames (juegos creados para una marca)**
Experiencias lúdicas digitales ya sean para plataformas móviles, web o redes sociales.
- DI-4 Acciones en RRSS**
Acciones o activaciones realizadas en las redes sociales. Real Time/Estrategias/Aplicaciones/Posts/Canvas.
- DI-5 Contenido en RRSS**
Branded Content/Video/Webseries/Programas/Streaming/Podcasts.
- DI-6 Dispositivos**
Desarrollos hechos especialmente para celulares y tablets.
- DI-7 Innovación**
Ideas innovadoras, tecnología revolucionaria y nuevos métodos de comunicación de marca, en cualquier plataforma.
- DI-8 Mejor uso de data**
Se premia la correcta interacción entre las ideas y la información. Las piezas o campañas deben demostrar cómo se mejoró o impulsó una campaña creativa mediante la interpretación y el análisis de datos. El uso creativo de datos debe centrarse en la idea, y el resultado o impacto debe ser claro y robusto.
- DI-9 Campaña digital**
Piezas de un mismo producto o servicio que involucre el uso de dos o más alternativas de las anteriormente descritas. Participan aquellas campañas que conjugan diferentes plataformas y soportes específicos del medio digital. Deben tener como mínimo banners, landing site, emailings y redes sociales.

CATEGORÍAS TÉCNICAS DE DIGITAL

- DI-10 Mejor uso de video**
 - DI-11 Mejor animación**
 - DI-12 Mejor diseño**
 - DI-13 Mejor Dirección**
 - DI-14 Mejor Producción**
 - DI-15 Mejor uso de Música**
-

XVIII FESTIVAL
DE PUBLICIDAD ACHAP



FESTIVAL DE MEDIA
2017

FESTIVAL DE MEDIA

FORMATO DE LAS PIEZAS



Este Festival solo aceptará video casos en formato mp4 H.264 con un tamaño de 720x 480 que no exceda de 3 minutos de duración. Los videos deben enviarse sin barras y sin negros, ni al inicio ni al final y no pueden tener más de una pista de audio

CATEGORÍAS

- ME-1 Mejor uso de Pantallas**
Piezas o casos que utilicen de forma innovadora este medio y/o cualquier otro soporte audiovisual.
 - ME-2 Mejor uso de Diarios y Revistas**
Piezas que innoven en el uso creativo de estos medios gráficos.
 - ME-3 Mejor uso Outdoor**
Utilización no convencional del medio.
 - ME-4 Mejor uso de Radio**
Publicidad no tradicional y utilización creativa del medio.
 - ME-5 Mejor uso de Medios Digitales**
 - ME-6 Mejor uso de Redes Sociales**
Piezas o casos que se destaquen por el uso creativo de las plataformas sociales.
 - ME-7 Mejor uso de Mobile**
 - ME-8 Mejor uso de Mailing**
 - ME-9 Mejor uso de Eventos Especiales y Auspicios**
Piezas o casos que muestren el uso creativo de actividades y eventos especiales asociados a una marca.
 - ME-10 Mejor uso Creativo en la integración de Medios**
Piezas que combinen de forma creativa e innovadora el uso de dos o más medios convencionales o alternativos.
-

XVIII FESTIVAL
DE PUBLICIDAD ACHAP



FESTIVAL DE PROMO, ACTIVATION
Y MARKETING DIRECTO
2017

FESTIVAL DE PROMO, ACTIVATION Y MARKETING DIRECTO

FORMATO DE LAS PIEZAS



Este Festival solo aceptará video casos en formato mp4 H.264 con un tamaño de 720 X 480 que no exceda de 3 minutos de duración.

Los videos deben enviarse sin barras y sin negros, ni al inicio ni al final y no pueden tener más de una pista de audio.

CATEGORÍAS

PROMO Y ACTIVATION

PA-1 Mejor uso de medios tradicionales para una promoción o activación

Acciones creadas para televisión, prensa, radio, cine y outdoor.

PA-2 Mejor uso de medios digitales para una promoción o activación

Acciones promocionales de un producto, concurso, evento que utilice plataformas digitales, sitios web, micrositos, banners, emails, branded content, RRSS, juegos, móviles, vending machine, o sitios de contenido colaborativo (blog, wiki, etc)

PA-3 Lanzamientos, relanzamientos, campañas de patrocinio, alianzas, eventos o fechas especiales para una promoción o activación

Acciones creadas para promocionar productos o servicios que aún no hayan sido introducidos al mercado o que hayan sido modificados para un relanzamiento.

Auspicios, alianzas, patrocinios, eventos o fechas especiales desarrolladas por una marca con el fin de promover o activar una marca o producto.

PA-4 Mejor uso de publicidad en vivo para una promoción o activación

Ejecuciones en vivo: Teams, flashmob, acciones en eventos, festivales de música, ferias, entretenimiento corporativo.

• **Vía pública:** Outdoor no tradicional, 3D, billboards digitales, barreras, entradas, señalética, muros y edificios, vitrinas, ejecuciones que usan un espacio que ya existe, etc.

• **Soportes a baja escala en lugares públicos:** Vasos, posa vasos, ceniceros, flyers, stickers, señalética, street art, muebles, medios de transporte, etc.

• **Punto de venta:** Acciones promocionales que tienen como escenario principal uno o varios puntos de venta u otros espacios (supermercados, comercios, centros, etc.)

PA-5 Sampling y Packaging

Acciones que realicen distribución de muestras de productos o utilicen el envase para su difusión y promociones de beneficios directos.

PA-6 Campañas integradas lideradas por promociones o activaciones

MARKETING DIRECTO

MD-1 Mejor uso de correo físico

Envíos de una o multidimensiones, con y sin muestras, con y sin pop-ups, invitaciones, etc.

MD-2 Mejor uso de medios tradicionales para una campaña de marketing directo

Uso de cine, televisión, radio, prensa y vía pública tradicional para una campaña de marketing.

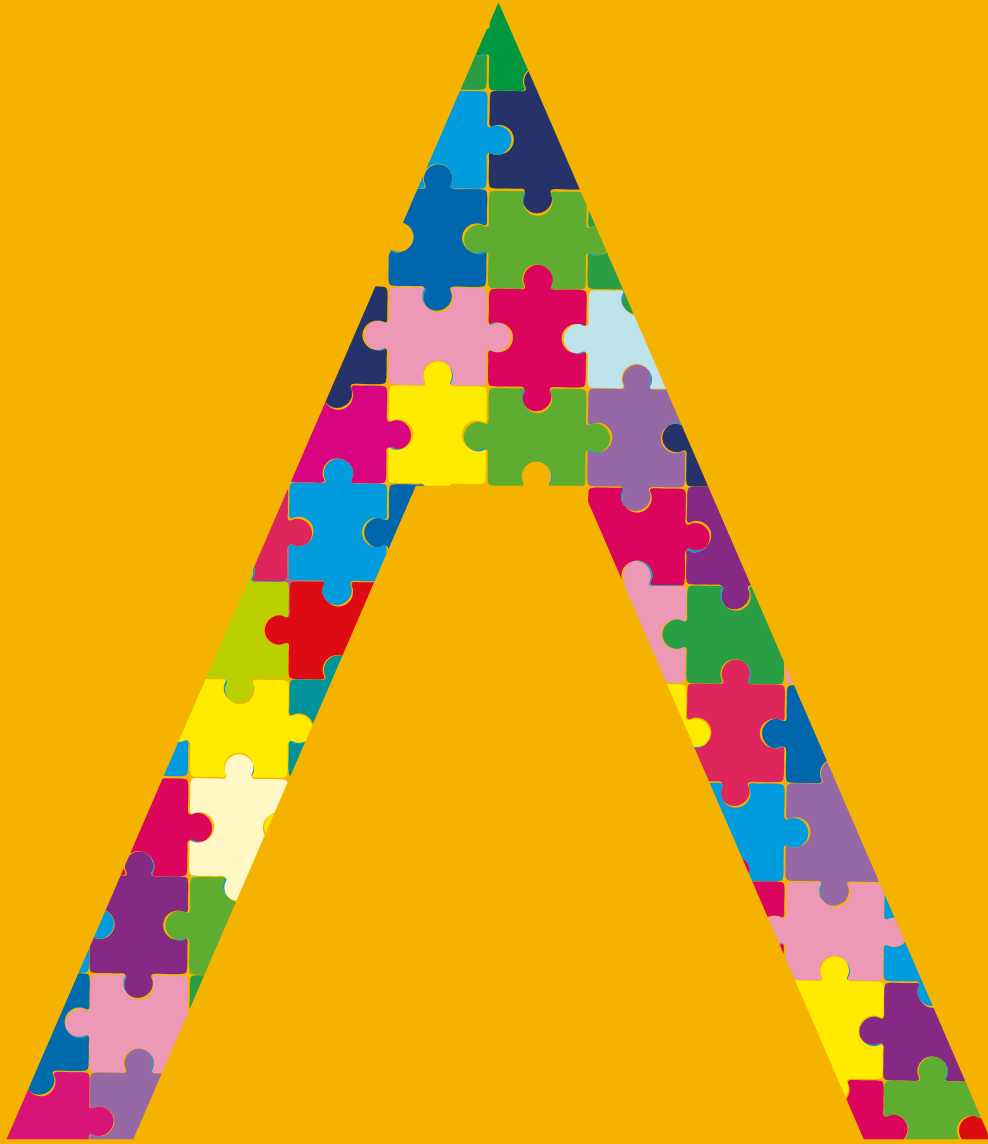
MD-3 Mejor uso de medios digitales para una campaña de marketing directo

Toda acción digital (mobile incluido) con un call-to-action o mecanismos de respuesta. Claramente identificable con respuesta medible. Incluye sitios webs, micrositos, banners, juegos, realidad aumentada, mundos virtuales, aplicaciones, etc.

MD-4 Mejor uso de medios alternativos para una campaña de marketing directo

MD-5 Campañas integradas, lideradas por marketing directo

XVIII FESTIVAL
DE PUBLICIDAD ACHAP



FESTIVAL DE CREATIVIDAD
INTEGRADA
2017

FESTIVAL DE CREATIVIDAD INTEGRADA

FORMATO DE LAS PIEZA

Este Festival solo aceptará video casos en formato mp4 H.264 con un tamaño de 720x480 que no exceda de 3 minutos de duración.

Los videos deben enviarse sin barras y sin negros, ni al inicio ni al final y no pueden tener más de una pista de audio.

CATEGORÍAS

- CI-1 Campañas imagen corporativa
- CI-2 Campañas responsabilidad social
- CI-3 Campañas bien público
- CI-4 Campañas de productos
- CI-5 Campañas de servicios

FESTIVAL
ACH P
2017