



PREMIOS ASPID DE CREATIVIDAD Y COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA EN SALUD Y FARMACIA. XXIX EDICIÓN

1. CONVOCATORIA

1.1 Los Premios Aspid están organizados y convocados en España, bajo licencia, por **pmfarma**.

1.2 Agencias y profesionales del mundo del diseño y la comunicación, así como laboratorios farmacéuticos u otras instituciones o empresas con productos o servicios en el ámbito de la Salud, pueden presentar sus obras a los Premios Aspid. Las agencias o empresas radicadas en México no pueden presentar sus campañas en la edición española de los Premios Aspid si no se han presentado previamente en la edición mexicana del 2024 con la obra en cuestión.

2. CONDICIONES GENERALES DE PARTICIPACIÓN

2.1 Las obras tendrán que haber sido producidas, publicadas, difundidas o emitidas en España, Portugal o Iberoamérica **entre el 1 de abril del 2024 y el 31 de marzo del 2025**. La creatividad y la estrategia de comunicación de toda obra presentada a este Festival, debe haber sido realizada por la empresa que presenta la obra.

2.2 Todas las piezas presentadas deben corresponder, en su integridad, a las que realmente se publicaron, emitieron o difundieron, en plazo, en su divulgación pública al target al cual iba dirigida la campaña, y por lo tanto, ninguna de las piezas puede pertenecer a materiales rechazados, bien por el cliente, o bien por las entidades reguladoras del ámbito sanitario correspondiente.

La organización de los Premios Aspid podrá auditar con la empresa anunciante, y en su caso, también con la agencia, las obras presentadas que resulten ganadoras, en especial, los Aspid Oro y Plata.

La organización de los Premios Aspid podrá anular cualquier premio conseguido en el que se demuestre que la agencia o cliente no hayan cumplido lo preceptuado en este punto, y también en aquellos casos en los que el cliente no valide las piezas presentadas. En dicho caso, se proclamará ganadora la segunda obra mejor valorada de la categoría, y así sucesivamente.

2.3 En las obras relacionadas con productos farmacéuticos o sanitarios, estos deben comercializarse habitualmente en el Canal Farmacias u Hospitalario.

2.4 Cada obra presentada deberá encuadrarse en alguna de las categorías de participación de estas bases.

2.5 Tendrán que abonarse los derechos correspondientes a cada categoría de participación en el mismo momento de la inscripción. No abonar los derechos de inscripción implica que el Jurado no valorará la obra presentada.

2.6 La Organización de los Premios Aspid se reserva el derecho de exposición, reproducción y utilización de los materiales de las obras subidas a nuestro servidor.

En el caso de que alguna obra, o parte de la misma, no deba publicarse, deberá indicarse en el campo de observaciones en la ficha de inscripción, o bien comunicarlo fehacientemente, por escrito, a la organización de los Premios Aspid.

2.7 Los organizadores de los Premios Aspid declinan toda responsabilidad respecto a la autenticidad de los datos expresados por los participantes en las fichas de participación.

2.8 La participación en esta convocatoria supone la total aceptación de estas bases.

3. PRESENTACIÓN DE LAS OBRAS

3.1 Todas las obras presentadas se acompañarán de la correspondiente ficha de participación y la ficha resumen, que previamente habrán tenido que ser introducidas desde los formularios que hay al efecto en www.premiosaspid.es/ con todos los datos que se solicitan, cumplimentados con el máximo rigor y exactitud, ya que estos serán los utilizados para efectuar la proclamación pública de los premios y para su publicación en la web oficial de los Premios Aspid. Si así no se hiciera, la Organización declina toda responsabilidad. Solamente los datos reseñados en las fichas de participación serán los que figuren en los créditos de los premios.

3.2 Es condición indispensable para la admisión de las obras, subir al servidor de los Premios Aspid las imágenes y videos de cada obra que se presente al Festival. Sólo se podrá subir un máximo de 10 imágenes por obra o campaña, exclusivamente en formato jpg, y un video explicativo para el Jurado, en formato mp4, que **no puede superar los tres minutos de duración**. En el caso de la categoría de Audiovisuales, se podrán subir dos videos; el explicativo para el Jurado, de un máximo de dos minutos de duración, y el del audiovisual en sí.

En algunas categorías, también se podrá subir al servidor un único archivo complementario o explicativo de la obra dirigido al Jurado. Dicho archivo ha de ser obligatoriamente en los formatos Word, pdf o PowerPoint.

3.3 Las obras no llevarán en ninguna parte el nombre o logotipo de la agencia, institución o empresa que las presenta. Esto es aplicable también en los audiovisuales.

3.4 El término de inscripción de las obras será el **7 de Abril de 2025 a las 17h**. En el caso de presentación posterior a esta fecha, los derechos de inscripción sufrirán un incremento del 20%.

3.5 Las fichas de participación y la subida de imágenes y videos debe realizarse desde la web oficial de los Premios Aspid www.premiosaspid.es

3.6 La organización de los Premios Aspid España está en ubicada en la sede de la Revista PMFarma. C/ Pujades 43 B (08005 Barcelona). Tel. +34 937 370 190. email: sede@premiosaspid.es

4. JURADO

4.1 El Presidente del Jurado y el Comité Ejecutivo de los Premios Aspid están facultados para efectuar el cambio de obras de una categoría a otra, si la consideran mal clasificada por la agencia o empresa que presente la campaña o pieza.

4.2 Las Actas de Obras Ganadoras estarán a disposición de los participantes hasta los diez días naturales después de la deliberación. En el acta constará obligatoriamente la categoría votada, el título de la obra premiada y la agencia o empresa que ha presentado la pieza o campaña.

4.3 Tanto los participantes, como el Comité Ejecutivo de los Premios Aspid, podrán solicitar la impugnación de cualquier obra galardonada. Para ello, se deberá remitir por escrito a la Organización los motivos fundamentados de tal solicitud. No se aceptarán solicitudes de impugnación de obras premiadas, una vez hayan transcurrido diez días naturales después de la comunicación oficial de los premios.

4.4 Una vez transcurrido el período de impugnación de obras, el veredicto del Jurado será inapelable.

5. ACTUACIÓN DEL JURADO

5.1 Criterio de valoración: Como norma general, el Jurado valorará la Creatividad desarrollada en la obra en base a la estrategia, objetivos y plan de acción definida en la ficha de participación de la misma.

5.2 Cada miembro del Jurado valorará y votará las obras presentadas de las categorías en las que no esté vinculado con propia obra, directa o indirectamente.

Cada miembro del Jurado votará una única obra de la categoría, que considere como la mejor según su criterio o bien declararla desierta mediante su votación. Una vez proclamado un premio Aspid Oro, se procederá de la misma manera para designar el premio Aspid Plata entre las restantes obras de la categoría. De cada categoría serán ganadoras las obras con mayor número de votos. En caso de empates, el Jurado volverá a votar las obras que hayan quedado empatadas. Si persistiera el empate, el voto del Presidente del Jurado valdrá el doble en esa segunda ronda. En el caso de que el Presidente del Jurado no haya podido participar en el proceso de votación por estar vinculado en la categoría, se proclamarán ganadoras las obras empatadas. En caso de que se otorguen dos Oros en una categoría por no haber podido desempatar, el Premio Plata de la categoría quedará eliminado.

5.3 Para que una categoría se considere desierta, han de votar en ese sentido la mitad más uno de los miembros del Jurado con derecho a voto. Esto afecta a todo tipo de premio (Oro, Plata, Aspid o Platino).

5.4 Los miembros del Jurado solo podrán votar aquellas categorías en las que su empresa no haya presentado obra, es decir, en las que no estén vinculados directamente. En aquellos casos en los que un miembro del Jurado pertenezca a un grupo o holding empresarial, y dicho miembro no tenga obra presentada en la categoría, pero sí haya una obra de alguna agencia del Grupo, dicho miembro podrá votar la categoría, pero no podrá designar como ganadora la obra de dicha agencia del Grupo. En caso contrario, se invalidará su votación.

5.5 En relación al punto anterior, en las categorías en las cuales haya muchos miembros del Jurado vinculados, excepcionalmente podrán votar la categoría todos los miembros de Jurado en una primera vuelta, pero tampoco podrán votar su propia obra. De dicha votación se votará nuevamente las obras mejor clasificadas en una segunda votación, pero esta vez únicamente por parte de los Jurados no implicados en la categoría. El comité ejecutivo de los Premios Aspid designará qué categorías son susceptibles de implementarse con dos votaciones.

5.6 El Jurado no conocerá el nombre de las agencias, hasta que haya concluido la revisión y valoración de todas las obras de la categoría.

5.7 Concluido el proceso de votación de cada categoría y una vez declaradas las obras ganadoras por parte del Presidente del Jurado, no se podrá volver a votar o reconsiderar la votación de la categoría.

5.8 Tanto el Presidente, como los miembros del Jurado, evitarán emitir opiniones personales sobre las obras presentadas durante el proceso de valoración de cada categoría. La intervención activa del presidente se limitará exclusivamente a aquellos casos en los que surjan polémicas de clasificación de obras, empates, formas de presentación, etc.

6. PREMIOS

6.1 Los premios a las obras ganadoras se entregarán a las personas o entidades que figuren reseñadas como Autor y Cliente en la ficha de participación. La solicitud de más estatuillas Aspid complementarias, se abonará aparte.

7. MIEMBROS DEL JURADO

Se puede consultar en www1.premiosaspid.es/jurado/

8. SECCIONES DE PARTICIPACIÓN Y DERECHOS DE INSCRIPCIÓN (sin impuestos).

A. Obras relacionadas con productos farmacéuticos de prescripción

En esta categoría se encuadran obras relacionadas con promoción, lanzamientos o relanzamientos de productos farmacéuticos o nutricionales de prescripción médica, bajo todo tipo de soportes o canales. Se entiende por campaña cuando se hayan utilizado al menos dos elementos diferentes entre gráfica, digital, audiovisual...

A1- Campañas (Aspid Oro y Plata) 450 €

A2- Gráfica 350 €

A3- Digital 350 €

A4- Audiovisual 350 €

B. Obras relacionadas con productos de autocuidado y venta sin receta

En esta categoría se encuadran obras relacionadas con promoción, lanzamientos o relanzamientos de productos farmacéuticos o nutricionales de autocuidado y venta sin receta bajo todo tipo de soportes o canales.

Se entiende por campaña cuando se hayan utilizado al menos dos elementos diferentes entre gráfica, digital, audiovisual, RRSS...

Se subirán al servidor en formato MP4. Los spots pueden haberse emitido tanto en TV como en medios digitales.

B1- Campañas (Aspid Oro y Plata) 450 €

B2- Spots TV (Aspid Oro y Plata). 450 €

B3- Gráfica 350 €

B4- Digital 350 €

B5- Audiovisual 350 €

B6- Redes Sociales 350 €

B7- Exterior 350 €

C. Medical Marketing

C1- Programas de formación acreditada (Aspid Oro y Plata) 450 €

En esta categoría se encuadran obras relacionadas exclusivamente con programas de formación médica o farmacéutica, sean bajo el soporte que sean, que hayan sido acreditados por autoridades sanitarias. Se excluyen de esta categoría los programas de formación para Redes de Ventas.

C2- Programas de formación no acreditada y servicios científicos prestados a profesionales (presencial) (Aspid Oro y Plata) 450 €

En esta categoría se encuadran servicios multisopte dirigidos a profesionales sanitarios, como servicios de formación médico-sanitaria no acreditada, documentos de consenso, guías clínicas, etc. y que se hayan impartido presencialmente.

C3- Programas de formación no acreditada y servicios científicos prestados a profesionales (NO presencial) (Aspid Oro y Plata) 450 €

En esta categoría se encuadran servicios online dirigidos a profesionales sanitarios, como servicios de formación médico-sanitaria no acreditada, plataformas web de servicios científicos, aplicaciones científicas para dispositivos móviles, etc. Si el programa ha consistido en materiales online y posteriores reuniones presenciales, la obra se tendrá que presentar en la categoría D3.

C4- Programas de adherencia o apoyo a pacientes (Aspid Oro y Plata) 450 €

En esta categoría se encuadran programas de educación, concienciación o seguimiento al paciente, cuyo objetivo sea apoyarle en el diagnóstico o el acceso y adherencia al tratamiento, para que de esta manera pueda alcanzar una mejor calidad de vida.

C5- Estrategias de posicionamiento de producto basadas en evidencia científica 350 €

En esta categoría se evaluará la toma de decisiones adoptadas sobre el mejor lugar a ocupar con un medicamento, dentro del esquema terapéutico de una indicación clínica o de un problema de salud específico, y siempre partiendo de datos con evidencia científica contrastada y que supongan una mejora frente a la competencia en el tratamiento de la indicación o problema de salud.

D. e-Salud

En esta categoría, el Jurado otorgará mediante votación, un Aspid Oro y Plata entre las obras ganadoras de las categorías D1 a D3.

D1- Aplicaciones (APP's) y dispositivos móviles 350€

En esta categoría se encuadran programas informáticos o equipos diseñados para ofrecer servicios en todo tipo de dispositivos móviles, dirigidos a pacientes o profesionales sanitarios, que realicen determinadas funciones rápidamente para acceder a información optimizada para lectura en pantallas de distintas dimensiones, en áreas como bienestar, dieta, ejercicio, enfermedades o manejo del tratamiento.

Si la aplicación utiliza inteligencia artificial se debe presentar en la categoría E1.

D2- Realidad virtual o aumentada 350€

En esta categoría se encuadran modelos de simulación que permitan a una persona interactuar con un entorno sensorial tridimensional (3D) artificial u otro entorno sensorial, y que sumerjan al usuario en un entorno generado digitalmente que simule la realidad mediante el uso de dispositivos interactivos, que envían y reciben información y se usan como gafas, auriculares, guantes, etc.

D3- Gamificación en Salud 350€

En esta categoría se encuadran obras digitales de gamificación. Es imprescindible indicar en la ficha de inscripción, las direcciones electrónicas de los sites, passwords, etc, si los hubiere. Es muy aconsejable que esta categoría se suba al servidor, junto a la ficha de inscripción, un video en formato MP4 con la explicación de la campaña dirigida al Jurado.

E. Inteligencia Artificial

E1- Inteligencia Artificial en aplicaciones 350€

En esta categoría se encuadran aplicaciones digitales que integren total o parcialmente el uso de Inteligencia artificial en su implementación.

En esta categoría NO se pueden presentar campañas en las que se haya utilizado Inteligencia Artificial Generativa para la creación de textos, imágenes o videos. En dicho caso, la obra debe presentarse en E2

E2- Inteligencia Artificial Generativa 350€

En esta categoría se encuadran obras en las que se haya utilizado Inteligencia artificial para su creación, ya sea en textos, como en imágenes o videos.

F. Campañas institucionales o corporativas de empresa

En esta categoría se encuadran campañas o acciones de comunicación institucional o corporativa de empresas o servicios, nunca sobre patologías o productos. En esta categoría NO se pueden presentar campañas de RR.PP. o de Street Marketing.

Se entiende por campaña cuando se hayan utilizado al menos dos elementos diferentes entre gráfica, digital, RRSS o audiovisual.

F1- Campañas (Aspid Oro y Plata) 450€

F2- Gráfica 350€

F3- Digital 350€

F4- Audiovisual 350€

F5- Redes Sociales 350€

F6- Exterior 350€

G. Campañas sobre enfermedades o patologías

En esta categoría se encuadran campañas de comunicación asociadas exclusivamente a patologías.

Se entiende por campaña cuando se hayan utilizado al menos dos elementos diferentes entre gráfica, digital, RRSS o audiovisual.

G1- Campañas (Aspid Oro y Plata) 450€

G2- Gráfica 350€

G3- Digital 350€

G4- Audiovisual 350€

G5- Redes Sociales 350€

G6- Exterior 350€

H. Salud Animal

H1- Salud Animal (Aspid Oro y Plata) 450€

En esta categoría se encuadran obras o piezas relacionadas exclusivamente con productos o servicios veterinarios. Su comunicación puede haberse dirigido tanto a veterinarios, clínicas veterinarias, consumidores, como al público en general.

I. Relaciones Públicas y Comunicación

I1- Campañas de RR.PP. (Aspid Oro y Plata) 450€

En esta categoría se encuadran campañas de relaciones públicas focalizadas en cualquier tipo de target. Se valorará la capacidad de movilización de personas o colectivos en un evento o acción específica y el uso efectivo de los medios de comunicación.

I2- Comunicación Interna (Aspid Oro y Plata) 450€

En esta categoría se encuadran eventos o campañas relacionadas con la promoción de lanzamientos o relanzamientos de productos farmacéuticos o sanitarios, que hayan sido dirigidas exclusivamente a los profesionales del propio laboratorio farmacéutico que ha lanzado o relanzado el producto. También se pueden incluir en esta categoría acciones de motivación empresarial o de promoción de la salud, dirigidas a los empleados del laboratorio, que no estén relacionadas con ningún producto en concreto.

I3- Reuniones con profesionales sanitarios organizadas por el propio laboratorio (Aspid Oro y Plata) 450€

En esta categoría se encuadran la organización de talleres, reuniones, congresos, o acciones comerciales organizadas por el propio laboratorio, al margen de los congresos de sociedades científicas.

I4- Acciones en congresos de sociedades profesionales o científicas 350€

En esta categoría se encuadran la organización de acciones promocionales en congresos o reuniones de sociedades científicas.

I5- Acciones de Street Marketing 350€

En esta categoría se encuadran campañas de Street Marketing. Se considera que una campaña es de Street Marketing cuando la acción se desarrolla en un espacio público sin convocatoria ni publicidad previa y que se ejecuta por sorpresa ante la audiencia.

J. Autopublicidad de agencia

J1- Campañas de autopublicidad (Aspid Oro y Plata) 450€

En esta categoría se encuadran acciones o campañas relacionadas exclusivamente con autopromociones de agencia, sean bajo el soporte que sean.

K. Diseño

K1- Proyectos de identidad corporativa (Aspid Oro y Plata) 450€

En esta categoría se encuadran proyectos de identidad corporativa o desarrollo gráfico de imagen corporativa multisopORTE o sonora.

K2- Packaging 350€

K3- Diseño de stands 350€

En la categoría de stands, debe subirse al servidor fotografías del stand, en la ubicación real donde se expuso.

K4- Visuales en farmacias y expositores PLV 350€

En esta categoría hay que presentar fotografías del visual o expositor instalado en la farmacia.

L. Innovación

L1- Casos de Innovación (Aspid Oro y Plata) 450€

En esta categoría se encuadran proyectos, productos o servicios que introduzcan alguna novedad relevante en el contexto o mercado donde pretende actuar. Tiene que tratarse de la aplicación de nuevas ideas, productos, conceptos, servicios o nuevas prácticas a una determinada cuestión, actividad o servicio, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad o de la resolución de necesidades no cubiertas hasta ese momento. Los proyectos presentados en esta categoría han de estar relacionados con el ámbito sanitario.

M. Craft

En esta categoría, el Jurado otorgará mediante votación, un Aspid Oro y Plata entre las obras ganadoras de las categorías M1 a M4.

M1- Dirección de Arte 350€

M2- Ilustración / Fotografía 350€

M3- Cinematografía / Edición 350€

M4- Copy / Redacción 350€

En estas categorías se evalúa la ejecución de una pieza u obra, reconociendo el talento creativo y la técnica empleada en su producción, así como la contribución de la ejecución para elevar la idea y su éxito.

Se busca reconocer el valor de técnicas y recursos, como el uso de la IA, la dirección de arte, ilustración, fotografía, redacción o cinematografía.

Se debe indicar en la ficha de inscripción de la pieza u obra qué aspectos concretos de la misma ha de evaluar el Jurado.

Este premio se otorgará, según votación del Jurado de Creatividad, entre todas las obras presentadas en esta edición (exceptuando las categorías de Medical Marketing) y que hayan pasado la Short List Platino. Los miembros del Jurado que estén vinculados con las obras finalistas, en el proceso de valoración deberán ausentarse de la sesión. En caso de empate, el Jurado volverá a votar sobre las obras empatadas hasta proclamar el ganador. En caso de persistir el empate, el voto de calidad del Presidente del Jurado, designará la obra ganadora. En el caso de que el Presidente del Jurado estuviera vinculado con alguna de las obras a desempatar, o de su ausencia por fuerza mayor, el voto de calidad será emitido por el Comité Ejecutivo de los Premios Aspid.

PREMIO ESPECIAL AL ANUNCIANTE DEL AÑO

Este premio se otorgará a aquel anunciante que haya conseguido más premios Aspid en total. En caso de empate, será ganador aquel anunciante que haya conseguido más oros, platas, etc.

PREMIO ESPECIAL A LA AGENCIA DEL AÑO

Este premio se otorgará la agencia o agencias que se sitúen en el primer lugar del ranking o palmarés.

PREMIO ESPECIAL A LA AGENCIA MÁS PREMIADA

Este premio se otorgará la agencia que haya ganado más premios Aspid en total. En caso de empate, ganará la agencia que haya quedado mejor situada en el ranking o palmarés. En caso de que este premio recaiga en la misma agencia premiada como Agencia del Año, este premio no se otorgará.

CONSEJOS GENERALES

- Sé directo y presenta tu historia en un estilo fácil de seguir. El nexos entre los desafíos estratégicos, los objetivos, la gran idea, las ejecuciones creativas y los resultados deben ser claros en el video en caso que lo presentes.
- Sé conciso. Ten en cuenta que los Jurados tienden a no leer textos demasiado extensos. Incluye las imágenes y los diferentes materiales de la campaña. Los jurados necesitan ver los diferentes materiales utilizados (sobre todo en campañas integrales). Revisa las definiciones de las categorías para asegurarte que tu campaña esté correctamente inscrita.
- Asegúrate de que tu inscripción NO incluya el nombre ni el logotipo de ninguna agencia en los materiales creativos y videos explicativos. El jurado no debe conocer la autoría de la campaña.
- NO escribas todo en Mayúsculas.
- Los videos explicativos de la obra no pueden durar más de 3 minutos y deben ceñirse a explicar la obra en la categoría en que se presenta, es decir, por ejemplo, una entrada en la categoría de Gráfica no debería explicar toda la campaña integral; debería ceñirse a la producción gráfica y no aprovechar el video de la campaña integral.
- Optimiza los videos. Un video de 3 minutos no debería pesar más de 150 Mb. en formato MP4 calidad web. **Evita subir videos en formato 4K.** Súbelos en resolución web. Ten en cuenta que los archivos muy grandes pueden ralentizar la subida con cortes e intermitencias desagradables. Optimiza el tamaño del archivo del video antes de subirlo a nuestro servidor.

