



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

1. CONVOCATORIA

1.1 Los Premios Aspid están organizados y convocados en España, bajo licencia, por la Revista 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 sanitario, pueden presentar sus obras a los Premios Aspid.

2. CONDICIONES GENERALES DE PARTICIPACIÓN

2.1 Las obras tendrán que haber sido publicadas, difundidas o emitidas, **entre el 1 de abril del 2022 y el 31 de marzo del 2023**. 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.

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 dos 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 **11 de Abril de 2023 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/ Llacuna, 110 -local 1- (08018 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 Todas las categorías de Aspid Oro se votarán al final del proceso de votación de todas las obras presentadas.

5.5 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.

5.6 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.

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

5.8 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.

5.9 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/index.php/jurado/

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

Resumen de Categorías

A. Obras relacionadas con productos de prescripción

- A1- Campaña integral de promoción de producto (*Aspid Oro y Plata*). 400€
- A2- Comunicación Digital (*Aspid Oro y Plata*). 400€
- A3- Materiales impresos utilizados en visita profesional. 300€
- A4- Aplicaciones digitales utilizadas en visita profesional. 300€
- A5- Otros materiales impresos no utilizados en visita. 300€
- A6- Anuncios en prensa. 300€
- A7- Audiovisuales sobre producto. 300€

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

- B1- Campaña integral de promoción de producto (*Aspid Oro y Plata*). 400€
- B2- Spots TV (*Aspid Oro y Plata*). 350€
- B3- Comunicación digital (*Aspid Oro y Plata*). 400€
- B4- Anuncios en prensa. 300€
- B5- Audiovisuales sobre producto. 300€
- B6- Publicidad exterior. 300€
- B7- Campañas en redes sociales. 300€
- B8- Materiales impresos. 300€

C. Medical Marketing (categoría valorada por el Jurado de Formación)

- C1- Programas de formación acreditada (*Aspid Oro y Plata*). 400€
- C2- Programas de formación no acreditada y servicios científicos prestados a profesionales (presencial) (*Aspid Oro y Plata*). 400€
- C3- Programas de formación no acreditada y servicios científicos prestados a profesionales (NO presencial) (*Aspid Oro y Plata*). 400€
- C4- Telemedicina. 300€

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. 300€

D2- Realidad virtual o aumentada. 300€

D3- Gamificación en Salud. 300€

E. Campañas institucionales o corporativas de empresa

E1- Campaña integral institucional (*Aspid Oro y Plata*). 400€

E2- Comunicación digital (*Aspid Oro y Plata*). 400€

E3- Anuncios en prensa. 300€

E4- Elementos impresos. 300€

E5- Audiovisuales. 300€

E6- Campañas en redes sociales. 300€

F. Campañas sobre enfermedades o patologías

F1- Campaña integral (*Aspid Oro y Plata*). 400€

F2- Comunicación digital (*Aspid Oro y Plata*). 400€

F3- Anuncios en prensa. 300€

F4- Elementos impresos. 300€

F5- Audiovisuales. 300€

F6- Campañas en redes sociales. 300€

G. Veterinaria

G1- Veterinaria (*Aspid Oro y Plata*). 400€

H. Relaciones Públicas y Comunicación

H1- Campañas de RR.PP. (*Aspid Oro y Plata*). 400€

H2- Marketing Interno en lanzamientos (*Aspid Oro y Plata*). 400€

H3- Reuniones con profesionales sanitarios organizadas por el propio laboratorio (*Aspid Oro y Plata*). 400€

H4- Acciones en congresos de sociedades profesionales o científicas. 300€

H5- Acciones de Street Marketing. 300€

I. Autopublicidad de agencia

I1- Campañas de autopublicidad (*Aspid Oro y Plata*). 400€

J. Diseño

J1- Proyectos de identidad corporativa (*Aspid Oro y Plata*). 400€

J2- Diseño de stands. 300€

J3- Packagings. 300€

J4- Visuales en farmacias y expositores PLV. 300€

K. Innovación

K1- Casos de Innovación (*Aspid Oro y Plata*). 400€

L. Crafts

En esta categoría, el Jurado otorgará mediante votación, un Aspid Oro y Plata entre las obras ganadoras de las categorías L1 a L3:

L1- Dirección de Arte 300€

L2- Imagen / Fotografía 300€

L3- Cinematografía / Edición 300€

Detalle, e instrucciones de Categorías

A1- Campaña integral de promoción de producto (Aspid Oro y Plata).

En esta categoría se encuadran obras relacionadas directamente con comunicación de productos farmacéuticos o sanitarios de prescripción bajo todo tipo de soportes o canales. Para participar en esta categoría se debe presentar como mínimo tres elementos diferentes o canales diferentes de comunicación.

A2- Comunicación digital (Aspid Oro y Plata).

En esta categoría se pueden presentar acciones o aplicaciones digitales promocionando productos de prescripción, como páginas web, banners, etc. En esta categoría no se pueden presentar aplicaciones digitales utilizadas en visita profesional, obras que deberán presentarse en la categoría A4.

A3- Materiales impresos utilizados en visita profesional.

En esta categoría se encuadran obras como infografías, folletos, o literaturas, que se hayan utilizado en visita profesional.

A4- Aplicaciones digitales utilizadas en visita profesional.

En caso de aplicaciones digitales (tablets, etc...) se presentarán mediante un audiovisual con locución e imagen fija directa del dispositivo en funcionamiento, de forma que el Jurado pueda valorar la funcionalidad de la aplicación en toda su extensión. No se admitirán montajes virtuales, es decir, han de ser filmaciones directas del dispositivo electrónico funcionando. El audiovisual se subirá al servidor en formato MP4, y no podrá exceder de dos minutos de duración.

A5- Otros Materiales impresos.

En esta categoría se encuadran obras como infografías, obras editoriales o piezas de marketing directo que no se han utilizado en visita médica, que se tendrán que presentar en A3.

A6- Anuncios en Prensa.

Los anuncios en prensa se presentarán en soporte rígido sin ningún tipo de margen, es decir, en el mismo formato original de la obra. Las medidas máximas del soporte rígido serán de DIN/A3. Se debe indicar en qué revistas o diarios concretos se publicó el anuncio, o bien adjuntar algún ejemplar donde se publicará el anuncio.

A7- Audiovisuales sobre producto.

Audiovisuales dirigidos a profesionales sanitarios y basados en información sobre productos de prescripción. Si el audiovisual sobrepasa los dos minutos de duración, se puede subir al servidor también, además del original, un video resumen del mismo. Este resumen debe tener una duración máxima de dos minutos. Este audiovisual se utilizará exclusivamente para su proyección el día de la Gala de Entrega, en caso de resultar ganador. Todos los audiovisuales se subirán al servidor en formato MP4.

B1- Campaña integral de promoción de producto (Aspid Oro y Plata).

En esta categoría se encuadran obras relacionadas directamente con comunicación de productos farmacéuticos o sanitarios de autocuidado y de venta sin receta, bajo todo tipo de

soportes o canales. Para participar en esta categoría se debe presentar como mínimo tres elementos diferentes o canales diferentes de comunicación.

B2- Spots TV (Aspid Oro y Plata).

Los spots no pueden sobrepasar los 30 segundos de duración. Si sobrepasara este tiempo, la obra se deberá presentar en la categoría de audiovisuales (B5). Se subirán al servidor en formato MP4. Los spots pueden haberse emitido tanto en TV como en medios digitales.

B3- Comunicación digital (Aspid Oro y Plata).

En esta categoría se pueden presentar acciones o aplicaciones digitales promocionando productos de autocuidado o de venta sin receta, como páginas web, banners, etc.

B4- Anuncios en prensa.

Los anuncios en prensa se presentarán en soporte rígido sin ningún tipo de margen, es decir, en el mismo formato original de la obra. Las medidas máximas del soporte rígido serán de DIN/A3. Se debe indicar en qué revistas o diarios concretos se publicó el anuncio, o bien adjuntar algún ejemplar donde se publicara el anuncio.

B5- Audiovisuales.

Audiovisuales dirigidos a profesionales sanitarios y basados en información de productos de autocuidado o de venta sin receta. Si el audiovisual sobrepasa los dos minutos de duración, se puede subir al servidor también, además del original, un video resumen del mismo. Este resumen debe tener una duración máxima de dos minutos. Este audiovisual se utilizará exclusivamente para su proyección el día de la Gala de Entrega, en caso de resultar ganador. Todos los audiovisuales se subirán al servidor en formato MP4.

B6- Publicidad exterior.

En esta categoría se encuadran obras que se hayan expuesto en marquesinas, vallas, autobuses, etc. Se debe subir al servidor fotografías reales de la acción.

B7- Redes sociales.

En esta categoría se pueden presentar acciones o campañas en redes sociales promocionando productos de autocuidado o de venta sin receta.

C1- Programas de Formación Acreditada (Aspid Oro y Plata).

En esta categoría se encuadran obras relacionadas exclusivamente con programas de formación médica o farmacéutica, sean bajo el soporte que sean, que hayan sido acreditadas por autoridades sanitarias. Se deben presentar todos los materiales físicos o electrónicos que componen el programa. 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 de carácter presencial (Aspid Oro y Plata).

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 de carácter no presencial (Aspid Oro y Plata).

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 C2.

C4 - Telemedicina.

Prestación de servicios de salud (en los que la distancia es un factor determinante) por parte de profesionales sanitarios a través de la utilización de tecnologías de la información y la comunicación, para el intercambio de información medico-paciente válida para el diagnóstico, el tratamiento, o la prevención de enfermedades.

D1 - Aplicaciones en Salud.

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.

D2- Realidad virtual / aumentada.

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.

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. Dicho video no puede durar más de dos minutos.

E1- Campaña integral institucional o corporativa de empresa (Aspid Oro y Plata).

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. Para participar en esta categoría se debe presentar como mínimo dos elementos diferentes o canales diferentes de comunicación.

E2- Comunicación digital (Aspid Oro y Plata).

En esta categoría se pueden presentar acciones o aplicaciones digitales institucionales o corporativas de empresas, como páginas web, banners, etc.

E3- Anuncios institucionales o corporativos en prensa.

Se debe indicar en qué revistas o diarios concretos se publicó el anuncio, o bien adjuntar algún ejemplar donde se publicara el anuncio.

E4- Elementos impresos.

En esta categoría se encuadran obras como folletos y materiales impresos de carácter corporativo o institucional.

E5- Audiovisuales institucionales.

Audiovisuales basados en información institucional o corporativa de empresas. Si el audiovisual sobrepasa los dos minutos de duración, se puede subir al servidor también, además del original, un video resumen del mismo. Este resumen debe tener una duración máxima de dos minutos. Este audiovisual se utilizará exclusivamente para su proyección el día de la Gala de Entrega, en caso de resultar ganador. Todos los audiovisuales se subirán al servidor en formato MP4.

E6- Redes Sociales.

En esta categoría se pueden presentar acciones o campañas en redes sociales vinculadas a campañas institucionales de empresas o servicios, no de productos.

F1- Campaña integral sobre enfermedades o patologías (Aspid Oro y Plata).

En esta categoría se encuadran campañas de comunicación asociadas exclusivamente a patologías, y que no se traten de campañas de RR.PP. Para participar en esta categoría se debe presentar como mínimo dos elementos diferentes o canales diferentes como son materiales impresos, audiovisuales o elementos digitales.

F2- Comunicación digital (Aspid Oro y Plata).

En esta categoría se pueden presentar acciones o aplicaciones digitales sobre patologías, como páginas web, banners, etc.

F3- Anuncios en Prensa basados en patologías.

Se debe indicar en qué revistas o diarios concretos se publicó el anuncio, o bien adjuntar algún ejemplar donde se publicara el anuncio.

F4- Elementos impresos.

En esta categoría se encuadran obras como folletos y materiales impresos.

F5- Audiovisuales sobre patologías.

Audiovisuales basados en información sobre patologías. Si el audiovisual sobrepasa los dos minutos de duración, se puede subir al servidor también, además del original, un video resumen del mismo. Este resumen debe tener una duración máxima de dos minutos. Este audiovisual se utilizará exclusivamente para su proyección el día de la Gala de Entrega, en caso de resultar ganador. Todos los audiovisuales se subirán al servidor en formato MP4.

F6- Redes Sociales.

En esta categoría se pueden presentar acciones o campañas en redes sociales vinculadas exclusivamente a la información o prevención de enfermedades o patologías.

G1. Veterinaria (Aspid Oro y Plata).

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

H1. Campañas de Relaciones Públicas (Aspid Oro y Plata).

En esta categoría se encuadran campañas de relaciones públicas focalizadas en cualquier tipo de target. Se considera que una campaña es de RR.PP. cuando haya movilizadado a cierto número de personas o colectivos en un evento o acción específica a través de los medios de comunicación.

La presentación de una obra en esta categoría, invalida su presentación en la categoría F1.

H2- Marketing Interno (Aspid Oro y Plata).

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.

H3- Reuniones con profesionales sanitarios organizadas por el propio laboratorio (Aspid Oro y Plata).

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.

H4- Acciones en congresos de sociedades profesionales o científicas.

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

H5- Acciones de Street Marketing.

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.

I1- Campañas de autopublicidad (Aspid Oro y Plata).

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

J1- Proyectos de identidad corporativa (Aspid Oro y Plata).

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

J2- Diseño de stands.

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

J3- Packagings.

En esta categoría hay que presentar fotografías del packaging.

J4- Visuales en farmacia y expositores PLV.

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

K1- Proyectos de Innovación (Aspid Oro y Plata).

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.

L- Crafts.

En esta categoría se evalúa la ejecución de una pieza, 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 en dirección de arte, fotografía y cinematografía.

Se debe indicar en la ficha de inscripción de la obra qué aspectos concretos de la misma han de evaluarse.

ASPID DE PLATINO

Este premio se otorgará, según votación del Jurado de Creatividad, entre los Oros de esta edición, exceptuando los de la categoría C. Los miembros del Jurado que estén vinculados con las obras implicadas en el proceso de valoración, deberán ausentarse de la sala. En caso de empate, el Jurado volverá a votar sobre las obras empatadas hasta proclamar el ganador. En caso de 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, el voto de desempate correrá a cargo del 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 que se sitúe en el primer lugar del 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 palmarés.

OBSERVACIONES GENERALES

1. **Campaña Integral:** Se entiende como Campaña Integral aquella campaña en la que se presenten, como mínimo, dos o tres (depende de la categoría) elementos diferentes o canales diferentes de comunicación, como por ejemplo: anuncios en prensa, folletos de visita, productos editoriales, otros recursos de visita, audiovisuales, spots, marketing directo, publicidad exterior, visuales en farmacias, acciones online, digital y plataformas en Internet, elementos multimedia, stands.

En las Campañas Integrales, es aconsejable subir al servidor un vídeo explicativo de la obra en formato MP4 y cuya duración no supere los dos minutos.

2. En todas las categorías digitales, exceptuando la de banners, es aconsejable subir al servidor un vídeo explicativo de la obra en formato MP4 y cuya duración no supere los dos minutos.

3. En las obras que haya que valorar a través de Internet, hay que indicar en el boletín de inscripción la dirección electrónica del sitio, así como las claves de acceso, en su caso.
4. Las obras presentadas, tanto gráficas como audiovisuales, no deben incluir ninguna etiqueta o imagen que pueda identificar a la agencia o empresa que presenta la obra.
5. Los audiovisuales explicativos para el Jurado no pueden sobrepasar los dos minutos de duración.

Para resolver dudas y consultas: Tel. +34 937 370 190 sede@premiosaspid.es