

## I. REQUISITOS Y CONDICIONES GENERALES

La solicitud de inscripción de una pieza o una campaña en el Festival implica necesariamente la aceptación de todos y cada uno de los requisitos y condiciones generales que a continuación se enumeran.

Las inscripciones deberán contar con la autorización del anunciante.

La inscripción de los datos de las piezas y campañas debe realizarse a través del sistema de inscripción on-line en [www.elsolfestival.com](http://www.elsolfestival.com).

El material deberá estar concebido y realizado en habla hispana o portuguesa, o en su defecto subtulado en alguno de estos idiomas. Podrán participar todas las empresas que desarrollen su actividad publicitaria en el ámbito iberoamericano entendiéndose también el mercado USA hispano, así como aquellas empresas que hayan desarrollado campañas de ámbito iberoamericano.

El material deberá haber sido exhibido durante los años 2021 y el periodo correspondiente al 2022 hasta la fecha de celebración del Festival y no haber sido presentado en anteriores ediciones.

Las piezas y/o campañas que soliciten la inscripción en el Festival deberán ser originales y no vulnerar derechos de terceros.

Todas las piezas y/o campañas deberán ser inscritas tal y como se exhibieron o publicaron, sin haber sido modificadas para festivales o certámenes.

No podrá presentarse ninguna pieza o campaña cuyo mensaje/contenido haya sido declarado ilícito por los tribunales u organismos de autorregulación publicitaria, mediante sentencia o resolución firme. En el caso de que dicha declaración firme de ilicitud lo sea con posterioridad a la premiación de la misma, la organización procederá a la retirada del premio concedido, fuera cual fuera el tiempo transcurrido.

La organización del Festival no aceptará la inscripción de aquellas piezas o campañas que pudieran herir los sentimientos de carácter nacional, religioso o político, o la sensibilidad del público. Así mismo no procederá a llevar a cabo aquellas inscripciones de piezas o campañas que inciten a la violencia o sugieran actitudes de violencia, comportamientos ilegales, así como todas aquellas cuyos contenidos atenten contra los criterios imperantes del buen gusto y del decoro social, así como contra las buenas costumbres. Tampoco se procederá a la inscripción de aquellas piezas o campañas, cuyo contenido sugiera circunstancias de discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, sexo u orientación sexual, o que atenten contra la dignidad de la persona.

La decisión de no inscripción de una determinada pieza o campaña publicitaria en el Festival, por las razones y motivos expuestos anteriormente, se hará en base única y exclusivamente a la opinión de la organización del Festival, su decisión será comunicada a quién solicitará la inscripción. No cabrá ningún tipo de recurso sobre esta decisión y en ningún caso, la decisión de no inscribir una determinada pieza o campaña, por las razones y motivos expuestos, podrá dar lugar a responsabilidad alguna para la organización del Festival, ni a ningún tipo de indemnización.



No se admitirá que dos empresas distintas presenten por separado la misma pieza/campaña en una misma categoría de una sección. En el caso de que dos empresas participen en la misma inscripción, se otorgará el premio y la puntuación a la empresa que aparezca en primer lugar en la ficha de la pieza y/o campaña.

La organización se reserva el derecho, bien por iniciativa propia o a instancias del Jurado, de realizar cambios de categoría en aquellas inscripciones de material que crea conveniente.

En el caso de que una de las categorías no contenga un número mínimo de inscripciones, la organización podrá agruparla en otra de las categorías de la misma sección.

En el caso de que una pieza o campaña sea finalista (integrante lista corta) o merecedora de premio, la organización se reserva el derecho a verificar a través de cualquier medio que considere apropiado, que la pieza o campaña cumple con los requisitos y condiciones que en el presente reglamento se contemplan. En caso de que la organización lo requiera, la empresa responsable de la inscripción deberá presentar la documentación requerida dentro del plazo fijado por la organización.

Podrán presentarse quejas o reclamaciones, sobre una determinada pieza o campaña publicitaria que haya resultado finalista (integrante lista corta) o merecedora de premio, siempre que:

- Se hagan por escrito a través de un correo electrónico dirigido a, con acuse de recibo. El plazo máximo establecido para recibir la reclamación será de 5 días naturales a contar desde la fecha de celebración de la entrega de premios.
- Identificando claramente la pieza o campaña objeto de la queja o reclamación, así como las razones que las justifiquen.
- Identificando la persona y/o empresa que realiza la reclamación.

En el caso de recibir por escrito, quejas o demandas sobre una inscripción finalista o ganadora, la organización del Festival realizará una investigación a fondo.

La oficina de reclamaciones del Festival tendrá como función prioritaria atender a las quejas o reclamaciones que pudieran presentarse en relación con el material participante en el mismo. Estará integrada por un total de 4 personas, figurando entre ellas el asesor jurídico del Festival y el gerente del mismo.

En el caso de que una pieza o campaña publicitaria incumpliera lo dispuesto en el presente reglamento, la organización del Festival procederá a la retirada del premio o declaración de finalista, si ya hubiera tenido lugar dicha distinción.

Si se prueba que la empresa participante hubiera infringido deliberadamente el reglamento, la organización se reserva el derecho a prohibir su participación durante el periodo de tiempo que estime oportuno.

La concesión de los premios por los jurados se llevará a cabo partiendo de un máximo de exigencia en relación a la calidad y la creatividad.

La decisión de los jurados con respecto a la concesión de los premios será definitiva e irrevocable. Sólo se llevará a cabo la retirada del premio por la organización, en el caso de que se produjera un incumplimiento de lo dispuesto en el presente reglamento.



Los participantes galardonados tendrán derecho a realizar publicidad de los premios obtenidos en el Festival.

El material y la documentación presentada pasarán a formar parte del archivo del Festival.

Los participantes autorizan la exhibición en público, privado o vía streaming de las piezas presentadas, así como su edición, distribución y venta como recopilación del contenido del Festival.

La organización se reserva el derecho de modificar las bases durante el transcurso del Festival en beneficio del mismo.

La organización sólo cancelará inscripciones a petición del interesado, si recibe notificación por escrito en la oficina del Festival antes de la fecha límite de cierre de inscripciones establecida. Solo en ese caso se efectuará el correspondiente reembolso.

La organización se reserva el derecho a retirar del Festival todo aquel material defectuoso o que no haya sido puesto a disposición del mismo en las debidas condiciones.

Ninguna inscripción concursará si no ha sido pagada con anterioridad a la fecha límite de cierre de inscripciones de material.

Los gastos de transporte y seguros de material, hasta su recepción en la oficina del Festival, correrán a cargo de los participantes.

Las muestras físicas enviadas a concurso podrán ser recogidas en las oficinas del Festival en el periodo de tiempo que la organización comunique.

La organización cuidará del cumplimiento riguroso de dichos requisitos.

La empresa que incumpliera lo establecido en el presente reglamento, será apartada del Festival, así como desposeída de los premios que pudiera haber obtenido por su participación.

## II. DESCRIPCIÓN GENERAL

Se considera Branded Content todos los activos de comunicación producidos o coproducidos por una marca que, mediante formatos que cumplan un rol de entretenimiento, información y/o utilidad distribuidos fuera del espacio publicitario, conecten con y/o creen una audiencia que voluntariamente le dedique su tiempo de atención, visionado, escucha o participación, gracias a la relevancia del contenido; construyendo así un territorio integrado de comunicación con potencial de serialidad que de manera estratégica promueva el rol y valores de la marca. Para ser considerado como tal, todo Branded Content debería cumplir tres condiciones:

1. ¿Es un desarrollo o producción original de la marca? Si el proyecto en cuestión se limita a situar a una marca dentro de un contenido que ya existe o que ha sido creado con otra finalidad, estaremos hablando de Patrocinio, Product Placement o incluso de Branded Placement, pero no de Branded Content.



2. ¿Promueve los valores de la marca? Si no hay una vinculación evidente entre la estrategia de posicionamiento de la marca y el contenido, no podemos hablar de Branded Content, ya que no estará actuando como un activo de comunicación eficaz de marca.

3. ¿Es un contenido “pull” (de atracción) con valores informativos o de entretenimiento capaces de conquistar una audiencia propia? Si el contenido se limita a alquilar espacio en un medio para ser visto, posiblemente estemos ante Native Advertising (Publicidad nativa) pero no ante un BC. Si el contenido se limita a un contenido expositivo, que no es el fin sino el medio para generar tráfico como campaña estaremos hablando de un contenido publicitario y no de un Branded Content.

Esta sección reconoce la creatividad y la innovación de aquellos proyectos que contribuyen a construir o reforzar el posicionamiento de las marcas comerciales en el mercado, así como la capacidad que tienen estas iniciativas de comunicación para construir audiencias propias o ganadas en los medios, canales y plataformas de distribución de contenidos ya existentes.

El jurado valorará positivamente que los proyectos presentados que expliquen, además de la idea y los objetivos para los que el proyecto ha sido creado, los criterios que se han seguido para definir cada una de las 3 fases que cualquier acción de Branded Content requiere, a saber: Producción, Distribución y Promoción.

Todas las piezas y contenidos de bienes y servicios públicos sin ánimo de lucro, así como las piezas y contenidos autopromocionales podrán optar al Gran Premio siempre y cuando cuenten con el voto favorable de los miembros del jurado.

### III. CATEGORÍAS

#### 1. Contenidos audiovisuales.

Se incluyen contenidos tanto de ficción como de no ficción, en formato de serie, película, programa, cortometraje, documental, videojuego, etc..., que sean producciones originales de la marca y que utilicen como medio principal de distribución del contenido, y siempre fuera de los espacios y bloques publicitarios establecidos, algunos de los siguientes canales de distribución:

*1A. Televisión y/o cine.* En esta categoría se incluyen series, películas, programas, cortometrajes, documentales, etc...

*1B. Medios y/o plataformas digitales.* Se incluyen sitios web, webseries, redes sociales, aplicaciones, contenidos generados por los usuarios (UGC) y publicidad nativa.

#### 2. Contenidos Digitales.

#### 3. Contenidos gráficos.

Se incluyen contenidos originales de la marca en formato de revista, comic, libro, álbum de cromos, etc..., que utilicen los soportes gráficos como medio principal de distribución del contenido y que sean ediciones y/o cabeceras originales de la marca.



#### **4. Contenidos sonoros.**

Se incluyen contenidos en formato de programas de radios, podcasts, canciones, discos, videoclips, etc... que sean producciones originales de la marca y que no se limiten a incluir a la marca o sus valores, en un contenido o creación sonora preexistentes.

#### **5. Contenidos en vivo.**

Se incluyen exhibiciones contenidos en formato de espectáculos culturales y/o deportivos en directo, tales como obras de teatro, festivales, exposiciones, exhibiciones, campeonatos, etc... que sean producciones originales de la marca y no se limiten a patrocinar un contenido en vivo preexistente.

#### **6. Contenido transmedia.**

Se incluyen los proyectos que hayan fraccionado y diseminado su contenido como mínimo a través de 3 plataformas, soportes y/o canales (online u offline) con el fin de que cada medio muestre una parte específica de la historia global de contenido original de la marca. Es importante destacar que no hablamos de acciones integradas, 360 o crossmedia, sino de diversos contenidos originales en los que cada medio contribuya a contar una parte de la historia de manera complementaria.

### **IV. METODOLOGÍA DE INSCRIPCIÓN**

#### **1.REGISTRO**

Para inscribir material en El Sol debes registrarte como un nuevo usuario tanto si has participado en ediciones anteriores del Festival como si es la primera vez que lo haces. Para registrarte debes hacerlo desde la página principal. En la esquina superior derecha encontrarás el botón REGÍSTRATE.

#### **2.COMPLETAR FORMULARIO**

A continuación, deberás darte de alta rellenando el formulario que aparece en la página de registro.

#### **3. ACCESO**

Recibirás en tu email un usuario y contraseña que deberás introducir en el apartado de acceso, en la barra superior de la web.

#### **4. INSCRIPCIÓN DE MATERIAL**

Una vez hayas accedido al backoffice del Festival, debes acceder a la herramienta INSCRIPCIÓN DE MATERIAL, desde donde podrás inscribir las piezas que participarán en el Festival.

#### **5. NUEVA INSCRIPCIÓN**

En la herramienta de inscripción de asistentes debes hacer click en NUEVA INSCRIPCIÓN y rellenar sus datos.

En caso de necesitar información adicional puedes contactar con nosotros.

## V. ENVÍO DE MATERIAL

BRANDED CONTENT		
SECCIÓN	OBLIGATORIO	OPCIONAL
<b>1.Contenidos Audiovisuales</b>		
1A.TV y cine	Vídeo explicativo (5' max)	Vídeo proyección (1' max) url
1B. Medios y Plataformas digitales		
<b>2.Contenidos Digitales</b>		
	Vídeo explicativo (5' max)	Vídeo proyección (1' max) url
<b>3.Contenidos Gráficos</b>		
	Jpeg y/o vídeo explicativo (5' max)	Vídeo proyección (1' max) url
<b>4.Contenidos Sonoros</b>		
	Audio y/o vídeo explicativo (5' max)	Vídeo proyección (1' max) url
<b>5.Contenidos en vivo</b>		
	Vídeo explicativo (5' max)	Vídeo proyección (1' max)
<b>6.Contenidos Transmedia</b>		
	Vídeo explicativo (5' max)	Vídeo proyección (1' max)

1. Será **obligatorio** enviar a través del sistema online un video explicativo en formato QuickTime en habla hispana o portuguesa o en su defecto subtulado en alguno de estos idiomas. Se recomienda una duración máxima de 5 minutos.

En el caso de la categoría de *Contenidos Gráficos (Cat. 3)* será obligatorio subir a través del sistema upload una de las siguientes opciones, o ambas:

- Archivo digital de la pieza
- Vídeo explicativo de 5 minutos de duración máxima.

En el caso de la categoría de *Contenidos Sonoros (Cat. 4)*, será obligatorio subir a través del sistema upload una de las siguientes opciones, o ambas:

- Audio
- Vídeo explicativo de 5 minutos de duración máxima.

2. Será **opcional** pero RECOMENDADO enviar a través del sistema online un video de 1 min. de duración máxima explicando la campaña. La organización recomienda el envío de este video para su proyección en la entrega de premios en el caso de ser galardonado con un Sol de Oro. En este video es imprescindible mostrar todos los elementos que conforman la acción publicitaria. De no enviar este video, el Festival realizará la edición correspondiente a su criterio.

Además, de forma opcional también se puede incluir la dirección URL donde se encuentra alojada dicha pieza inscrita.



## VI. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

### VÍDEO

QuickTime 16:9

- 1920×1080
- 1280×720 ó 1024×576

QuickTime 16:9 anamórfico

- 720×576
- 720×480

Códecs recomendados:

- Apple Prores 25 p
- H264 100% 25p

### AUDIO

- MP3
- 192 kbits
- Stereo 44 Khz

### CONTENIDOS WEB

- Ficheros de texto en formato TXT que contengan la dirección web (URL)

## VII. FECHA LÍMITE

La fecha límite para la inscripción de campañas, envío del material y pago de las inscripciones se podrá consultar en la web, [www.elsolfestival.com](http://www.elsolfestival.com)

## VIII. PRECIO Y FORMAS DE PAGO

MATERIAL	EUROS
Branded Content	375

\*IVA no incluido

Las inscripciones de material solo se podrán pagar en euros.

A través del área privada podrás acceder al pago del material inscrito. Deberás indicar una de las dos formas de pago (transferencia bancaria o tarjeta de crédito) y seguir las instrucciones que se indican.

- Mediante **transferencia** bancaria a nombre de la ACP (Asociación de la Comunicación Publicitaria) indicando el código de referencia que automáticamente se enviará a tu correo.  
Es imprescindible enviar el justificante de la operación a [contabilidad@elsolfestival.com](mailto:contabilidad@elsolfestival.com)



MADRID  
02 DE JUNIO DE 2022

branded content

BANCO: BANKINTER

DIRECCIÓN BANCO: Av. Portugal, 19 Local 5, Móstoles, 28931 Madrid, ESPAÑA

Nº Cuenta: 0128/1515/12/0500000602

IBAN: ES81 0128 1515 1205 0000 0602

BIC/SWIFT: BKBKESMMXXX

CÓDIGO BANCARIO: 01281515

- Mediante **tarjeta** Visa, Mastercard, Maestro o Euro 6000
- Mediante **PayPal**

**Fecha límite de pago:** consultar [www.elsolfestival.com](http://www.elsolfestival.com)