



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.

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 entendiendo 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 a 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

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

III. CATEGORÍAS

1. Websites.

Piezas de comunicación digital de naturaleza web a las que el usuario accede de manera voluntaria a través de una URL propia de la marca. Se consideran websites o microsites aquellos desarrollos o piezas de comunicación digital en los que el usuario accede voluntariamente a la pieza tecleando una dirección URL o accediendo desde un enlace bien sea desde un medio pagado, propio del anunciante o generado por usuario. Piezas que destaquen por su experiencia de usuario, diseño de interfaz, estructura de contenidos y desarrollo tecnológico.



2. Piezas Online.

Vídeos de intención publicitaria de cualquier duración o formato expresamente creados para difundirse a través de la viralidad. Las piezas pueden haber sido alojadas en canales digitales ajenos al anunciante, como YouTube, Vimeo, etc. o difundidas a través del website, red social o canal digital del mismo anunciante, o mediante estrategias de difusión propias de las acciones virales. Se valorará no sólo la creatividad de la pieza, sino su capacidad de propagación viral, a través del número de reproducciones, visualizaciones, visitas, comentarios o cualquier otra variable que demuestre su éxito en la difusión.

Quedan excluidos de esta categoría todos los formatos de publicidad digital en medios pagados como pre-roll, vídeo expandible etc., o aquellos spots o piezas audiovisuales creadas expresamente para medios pagados offline, como TV o Cine, cuyo objetivo principal no sea la propagación viral a través de medios digitales. En este caso las piezas deberían inscribirse en la sección Film.

Esta categoría se subdivide en las siguientes subcategorías:

2A. Piezas audiovisuales de corto formato: pre-rolls y similares.

2B. Piezas audiovisuales de largo formato: video online.

2C. Piezas programadas, display y formatos rich media.

Emails, piezas interactivas, aplicaciones participativas, vídeos interactivos, mensajes a través de sms, tweets u otros formatos, o cualquier pieza publicitaria no exclusivamente audiovisual que sea propia de los medios digitales y que pretenda la difusión a través de la viralidad y la generación de WOM. Piezas de Comunicación desarrolladas bajo los formatos estándar orientados a paid media y performance, incluyendo piezas gráficas, social ads, e-mailing...

3. Marketing en redes sociales.

Piezas creativas digitales de carácter social o desarrolladas para entornos sociales o comunidades como Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Tik Tok, etc.

Esta categoría se subdivide en las siguientes subcategorías:

3A. Comunicación en redes sociales.

3B. Mejor uso de las redes sociales.

Ideas cuya base sea la utilización de una red social de forma innovadora y aprovechando sus características específicas.

3C. Mejor uso de influencers.

Acciones de comunicación en las que se hace uso de influencers.

4. Movilidad y Aplicaciones móviles.

Comunicación móvil y aplicaciones para dispositivos móviles. Contempla aplicaciones-apps creadas para smartphones y tablets, ya sean basadas en una aplicación nativa o web app, que ofrezcan al público un servicio o herramienta de utilidad, que vaya más allá de un mensaje creativo o campaña publicitaria. Se valorará la utilidad, el uso y aprovechamiento de las



posibilidades del dispositivo, así como la experiencia del usuario, diseño, estructura de contenido y desarrollo tecnológico.

5. Nuevas tecnologías

5A. *Creative data e inteligencia artificial.*

Esta categoría premiará campañas en las que el uso creativo de la data o la inteligencia artificial haya sido significativo en la estrategia y ejecución de la campaña digital (data driven insight, data storytelling, social data, real time data, dashboards, data visualization, data art...).

5B. *Real time e internet de las cosas.*

Se premiarán ideas de comunicación cuya base sea la utilización de un evento que suceda en internet en tiempo real de una forma innovadora y en beneficio de una marca. En esta categoría también se podrá inscribir aplicaciones desarrolladas para conectar objetos cotidianos con internet.

5C. *Realidad virtual, realidad aumentada y prototipos.*

Acciones de comunicación que utilice de forma innovadora la realidad virtual o aumentada.

6. Campañas digitales y móviles.

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

DIGITAL Y MÓVIL		
SECCIÓN	OBLIGATORIO	OPCIONAL
Todas las categorías de esta sección	Vídeo explicativo (5'max)	Vídeo proyección (1'max) Url

1. En primero lugar será **obligatorio** subir a través del sistema upload un vídeo explicativo en formato QuickTime en habla hispana o portuguesa, o en su defecto subtulado en alguno de estos idiomas. La duración deberá de ser de 5 minutos como máximo mostrando los elementos que conforman la campaña, relación de los resultados obtenidos, los objetivos de comunicación y la estrategia.

2. En segundo lugar, la organización recomienda el envío de un vídeo con una duración máxima de 1 min a través del sistema upload, mostrando o explicando la pieza. Este vídeo se proyectará durante los días del Festival y se utilizará en la entrega de premios en caso de que la pieza sea galardonada con un Sol de Oro. El jurado visionará el vídeo explicativo de la pieza. De no enviar este video, el festival realizará la edición correspondiente a su criterio.

3. En tercer lugar será **opcional** el envío de la URL donde está alojada la pieza.

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



Codec recomendado:

- Apple ProRes 25p
- H264 100% 25p

VII. FECHA LÍMITE

La fecha límite para la inscripción de campañas, envío del material y pago de las inscripciones podrás consultarlo en la web del Festival: www.elsolfestival.com

VIII. PRECIO Y FORMAS DE PAGO

MATERIAL
Digital y Móvil

EUROS
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

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