



PREMIOS ASPID DE CREATIVIDAD Y COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA EN SALUD Y FARMACIA

XX EDICIÓN

Latinoamérica

1. CONVOCATORIA

1.1 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 Latinoamérica. Las agencias o empresas radicadas en España no pueden presentar sus campañas en la edición latinoamericana de los Premios Aspid y deben hacerlo en la edición española (www.premiosaspid.es)

2. CONDICIONES GENERALES DE PARTICIPACIÓN

2.1 Las obras tendrán que haber sido publicadas, difundidas o emitidas en español o portugués, **entre el 1 de septiembre del 2024 y el 30 de agosto del 2025**. La creatividad y la estrategia de comunicación de toda obra presentada a este Festival, debe haber sido realizada por la agencia 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 esta edición.

2.5 Tendrán que abonarse los derechos correspondientes a cada categoría de participación en el mismo momento de la inscripción. En todo caso, las obras presentadas que no hayan abonado los derechos no podrán participar en el certamen.

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 Latinoamérica 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 Las obras se subirán a nuestro servidor con los formularios que hay al efecto en <https://premiosaspid.mx/> con todos los datos que se solicitan, cumplimentados con el máximo rigor y exactitud, ya que éstos serán los utilizados para efectuar la proclamación pública de los premios y para su publicación en la web oficial de los Premios Aspid Latinoamérica. 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 materiales gráficos y audiovisuales de cada obra que se presente. Sólo se podrá subir un máximo de 5 imágenes por obra o campaña, exclusivamente en formato jpg, jpeg, png o webp y un video explicativo para el Jurado, en formato mp4, webm o mov, video que **no puede superar los tres minutos de duración.** En el caso de las categorías de Audiovisuales y spots, se podrán subir dos videos; el explicativo para el Jurado, de un máximo de tres minutos de duración, y el del audiovisual en sí; este último puede durar hasta 10 minutos como máximo.

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 formato pdf.

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 plazo de inscripción de las obras se cerrará el **29 de agosto de 2025.**

3.5 La organización de los Premios Aspid está en ubicada en Barcelona (España) Tel. +34 653854919. email: latam@premiosaspid.lat

4. JURADO

4.1 La organización de los Premios Aspid podrá efectuar el cambio de cualquier obra de una categoría a otra, si la considera 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, los miembros del Jurado que la votan 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 de Creatividad** valorará la Creatividad desarrollada en la obra en base a los objetivos, la estrategia y el plan de acción definido en la ficha de participación de la misma.

El **Jurado de Medical Marketing** valorará principalmente aspectos como los objetivos de los programas, necesidades a la que responden, cantidad de público alcanzado, innovaciones tecnológicas de los Programas y nivel de acreditaciones o avales científicos, en su caso.

El proceso de votación será online en ambos jurados.

5.2 Cada miembro del Jurado valorará y votará las obras presentadas en las categorías y no podrá votar la propia obra.

Cada miembro del Jurado votará una única obra que considere como la mejor de la categoría según su criterio, o bien declararla desierta mediante su votación. De cada categoría será ganadora la obra con mayor número de votos. En caso de empates, el voto del Presidente del Jurado valdrá el doble. En el caso de que el Presidente del Jurado no haya podido participar en el proceso de votación, 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 que hayan emitido voto. Esto afecta a todo tipo de premio (Oro, Plata, Aspid o Platino).

5.4 Los miembros del Jurado solo podrán votar aquellas obras que no sean de su agencia o empresa, es decir, en las que no estén vinculados directamente. En caso contrario, se invalidará su votación.

5.5 El Jurado no conocerá el nombre de las agencias que se presentan al certamen hasta que haya finalizado completamente el proceso de votación.

5.6 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.

5.7 Tanto el Presidente, como los miembros del Jurado, no podrán emitir o difundir opiniones personales sobre las obras presentadas durante el proceso de valoración de las mismas. 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.

La gala de entrega de premios se celebrará en Ciudad de México en la segunda quincena del mes de octubre de 2025.

7. MIEMBROS DEL JURADO

Se puede consultar en premiosaspid.mx

8. CATEGORÍAS DE PARTICIPACIÓN Y DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

Se puede consultar en premiosaspid.mx

OBSERVACIONES GENERALES

Haga que su inscripción sea exitosa

1. **Sea directo.** Presente su historia en un estilo fácil de seguir con un mínimo de hipérboles. El nexo entre los desafíos estratégicos, los objetivos, la gran idea, las ejecuciones creativas y los resultados debe ser claro.
2. **Sea conciso.** Utilice el espacio establecido en la Ficha de Inscripción y respete el límite de extensión. Tenga en cuenta que los Jurados tienden a no leer textos demasiado extensos.
3. **Incluya las imágenes de los diferentes materiales de la campaña.** Los jurados necesitan ver los diferentes materiales utilizados (sobretudo en campañas integrales).
4. **Conozca las reglas.** Revise los requerimientos de formatos y de inscripción antes de subir sus obras o campañas. Revise las definiciones de las categorías para asegurarse de que su campaña esté correctamente inscrita.
5. Asegúrese de que su inscripción **NO incluya el nombre de ninguna agencia** en los materiales creativos y videos explicativos. Los Premios Aspid son una competencia anónima.
6. **Provea traducciones** al portugués o español en las fichas de inscripción (*no obligatorio, pero sí conveniente*).

7. **NO lo escriba todo en Mayúsculas.**
8. **Abone los derechos de inscripción desde la misma plataforma de participación.**
Las obras presentadas que no hayan abonado los derechos no podrán participar en el certamen.
9. **Los videos explicativos de la obra no pueden durar más de 3 minutos.**
10. **Optimice los videos.** Un video de 3 minutos no debería pesar más de 100 Mb.
Tenga en cuenta que los archivos muy grandes pueden ralentizar la visualización del video con cortes e intermitencias desagradables. No corra ese riesgo.
Optimice el tamaño del archivo del video antes de subirlo a nuestro servidor.

Para resolver dudas y consultas: Tel. +34 653854919

latam@premiosapid.lat

Skype: alvarobosch