



XX Edición / XX Edição

Categorías 2025

Deadline 29 de agosto

PATROCINADORES



PROMOCIÓN LATAM - POLÍTICA DE DESCUENTOS / *DESCONTOS*

Aplicables solo para las entradas realizadas y abonadas antes del 15 de agosto 2025.

Aplicável somente para registros comprados e pagos antes de 15 de agosto de 2025.

| CANTIDAD | DESCUENTO |
|---|-----------|
| Entre 4 y 5 entradas / <i>registros</i> | 5% |
| Entre 6 y 7 entradas / <i>registros</i> | 10% |
| 8 ó más entradas / <i>registros</i> | 15% |

SECCIONES / *SEÇÕES*

| | |
|--|---|
| A. Productos Rx | H. Salud Animal – <i>Saúde Animal</i> |
| B. OTC's | I. Relaciones Públicas - <i>relações públicas</i> |
| C. Dispositivos Médicos | J. Autopublicidad - <i>autopromoção</i> |
| D. Medical Marketing | K. Diseño - <i>Design</i> |
| E. Salud Digital – <i>Saúde Digital</i> | L. Innovación - <i>inovação</i> |
| F. Institucionales - <i>institucionais</i> | M. Craft - <i>Artesanato</i> |
| G. Enfermedades - <i>Doenças</i> | |

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...

Essa categoria inclui trabalhos relacionados à promoção, ao lançamento ou ao relançamento de produtos farmacêuticos ou nutricionais com prescrição médica, em todos os tipos de mídia ou canais. Uma campanha é entendida como quando pelo menos dois elementos diferentes foram usados: gráfico, digital, audiovisual...

A1- Campañas (*Aspid Oro y Plata*). 390 € euros

A2- Gráfica 340 € euros

A3- Digital. 340 € euros

A4- Audiovisual. 340 € euros

B. Obras relacionadas con productos de autocuidado, suplementos, (OTC's)... de venta sin receta médica

En esta categoría se encuadran obras relacionadas con promoción, lanzamientos o relanzamientos de productos farmacéuticos de autocuidado, suplementos alimenticios, OTC's... de venta libre (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.

Essa categoria inclui trabalhos relacionados à promoção, ao lançamento ou ao relançamento de produtos farmacêuticos ou nutricionais para autocuidado e vendas sem prescrição médica em todos os tipos de mídia ou canais.

Uma campanha é entendida como quando pelo menos dois elementos diferentes foram usados, incluindo gráficos, digitais, audiovisuais, RRSS...

Eles serão carregados no servidor em formato MP4. Os anúncios podem ter sido transmitidos tanto na TV quanto na mídia digital.

B1- Campañas (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

B2- Spots TV. (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

B3- Gráfica 340 € euros

B4- Digital. 340 € euros

B5- Audiovisual. 340 € euros

B6- Redes Sociales. 340 € euros

C. Dispositivos Médicos (medical devices)

En esta categoría se encuadran dispositivos médicos como aparatos médicos, dispositivos, equipos, implantes, reactivos, diagnósticos, etc, ya sean estos dispositivos invasivos, como no invasivos.

Essa categoria inclui dispositivos médicos, como aparelhos médicos, dispositivos, equipamentos, implantes, reagentes, diagnósticos etc., invasivos ou não invasivos.

C1- Campañas (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

C2- Pieza individual. 340 € euros

D. Medical Marketing

*En las categorías D1 y D2 **es obligatorio** subir al servidor un documento pdf con la siguiente información de cada programa que se presente a los premios.*

[Descargar archivo.](#)

1. *Cuáles fueron los objetivos específicos del programa.*
2. *A quién fue dirigido (Médicos generales, médicos especialistas, enfermería, farmacéuticos...)*
3. *¿El evento fue 100% online, 100% presencial o híbrido?*
4. *Lugar donde se impartió.*
5. *Nombre de la Plataforma online que se utilizó (en su caso).*
6. *Si fue online, en todo o en parte, y todavía es accesible, indique la URL y las claves temporales de acceso.*
7. *Si fue online, en todo o en parte, qué nivel de interactividad se ofreció (foros de discusión, sesiones de preguntas y respuestas, etc.).*
8. *Si fue online, en todo o en parte, ¿Hubo recursos disponibles para que los participantes aprendieran a navegar por la plataforma?*
9. *Si fue online, en todo o en parte, ¿hubo fechas límite estrictas o fue un formato más flexible?*

10. Si fue online, en todo o en parte, ¿Se fomentó la interacción entre los participantes para el aprendizaje colaborativo?
11. Avals que tuvo el programa (en su caso).
12. Si el programa tenía valor curricular indique los puntos o créditos que se conseguían al finalizarlo.
13. Fecha de inicio.
14. Duración de la formación.
15. ¿El programa tiene continuidad en el tiempo, o empezó y acabó?
16. Número de profesionales sanitarios que participaron.
17. Quiénes fueron los instructores o facilitadores.
18. Cómo se alinearon los objetivos con las necesidades del personal sanitario.
19. Qué temas se cubrieron en el programa.
20. Qué metodología se utilizó.
21. Cómo se aseguró la participación activa de los asistentes.
22. Cuál fue el sistema de evaluación de los participantes antes y después de la formación.
23. Qué recursos didácticos se proporcionaron.
24. Cómo se recolectó el feedback de los participantes sobre el programa.
25. ¿Se realizó algún tipo de seguimiento?
26. ¿Cuál fue la tasa de finalización del curso?
27. Costo económico del programa.
28. ¿Los profesionales que participaron tuvieron que pagar alguna cantidad?

Nas categorías D1 e D2, **é obrigatório** fazer o upload de um arquivo pdf com as seguintes informações para o servido.

[Descargar archivo.](#)

1. Quais eram os objetivos específicos do programa.
2. Quem era o público-alvo (clínicos gerais, médicos especialistas, enfermeiros, farmacêuticos, etc.)?
3. o evento foi 100% on-line, 100% presencial ou híbrido?
4. Onde foi realizado?
5. Nome da plataforma on-line que foi usada (se aplicável).
6. Se estava on-line e ainda está acessível, indique o URL e as chaves de acesso temporário.
7. Se foi on-line, qual foi o nível de interatividade oferecido (fóruns de discussão, sessões de perguntas e respostas, etc.)?
8. Se for on-line, havia recursos disponíveis para que os participantes aprendessem a navegar na plataforma?
9. Se on-line, havia prazos rígidos ou era um formato mais flexível?
10. Se for on-line, a interação entre os participantes foi incentivada para o aprendizado colaborativo?
11. Endossos que o programa teve (se houver).
12. Se o programa teve valor curricular, indique os pontos o créditos obtidos após a conclusão.
13. Data de início.
14. Duração do treinamento.
15. O programa teve continuidade ao longo do tempo ou teve início e fim?
16. Número de profissionais de saúde que participaram.
17. Quem foram os instrutores ou facilitadores?
18. Como os objetivos foram alinhados com as necessidades da força de trabalho de saúde.
19. Quais tópicos foram abordados no programa.
20. Qual foi a metodologia utilizada.
21. Como foi garantida a participação ativa dos participantes.
22. Qual foi o sistema de avaliação dos participantes antes e depois do treinamento?
23. Quais recursos de treinamento foram fornecidos?
24. Como foi coletado o feedback dos participantes sobre o programa?
25. Houve algum acompanhamento?
26. Qual foi a taxa de conclusão do curso?
27. Custo financeiro do programa.
28. Os profissionais que participaram tiveram de pagar algum valor?

D1- Programas de formación acreditada (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

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

Esta categoría inclui trabalhos relacionados exclusivamente a programas de treinamento médico ou farmacêutico, em qualquer forma, que tenham sido credenciados por instituições ou autoridades de saúde. Os programas de treinamento para redes de vendas estão excluídos dessa categoria.

D2- Programas de formación no acreditada y servicios científicos prestados a profesionales. (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

En esta categoría se encuadran servicios multisupoorte dirigidos a profesionales sanitarios, como servicios de formación médico-sanitaria no acreditada, documentos de consenso, guías clínicas, etc.

Essa categoria inclui serviços de suporte múltiplo destinados a profissionais de saúde, como serviços de treinamento médico-sanitário não credenciados, documentos de consenso, diretrizes clínicas, etc.

D3- Programas de apego o apoyo a pacientes (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

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.

Essa categoria inclui programas de educação, conscientização ou monitoramento de pacientes com o objetivo de apoiá-los no diagnóstico, no acesso ou na adesão ao tratamento, para que possam ter uma melhor qualidade de vida.

D4- Estrategias de posicionamiento de producto basadas en evidencia científica .340 € euros

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.

Essa categoria avalia as decisões tomadas sobre o melhor lugar para ocupar com um medicamento, dentro do esquema terapêutico de uma indicação clínica ou de um problema de saúde específico, e sempre com base em dados com evidência científica comprovada e que representem uma melhoria em relação à concorrência no tratamento da indicação ou do problema de saúde.

D5- Reuniones con profesionales sanitarios organizadas por el propio laboratorio. 340 € euros

En esta categoría se encuadran la organización, reuniones, congresos, o acciones comerciales organizadas por el propio laboratorio, al margen de los congresos de sociedades científicas y que no consistan en programas de formación médica.

El Jurado evaluará principalmente estos aspectos clave:

Objetivos de la reunión, contenido científico, participación de los asistentes, claridad/transparencia, calidad de los materiales y puesta en escena/innovación.

Essa categoria inclui a organização de reuniões, congressos ou ações comerciais organizadas pelo próprio laboratório, além de congressos de sociedades científicas e que não consistem em programas de treinamento medico.

O júri avaliará principalmente os seguintes aspectos principais:

Objetivos da reunião, conteúdo científico, participação dos participantes, clareza/transparência, qualidade dos materiais e apresentação/ inovação.

D6- Acciones en congresos de sociedades profesionales o científicas. 340 € euros

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

Essa categoria inclui a organização de atividades promocionais em congressos ou reuniões de sociedades científicas.

D7- Gamificación en Salud. 340 € euros

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 tres minutos. Esta categoría inclui trabalhos de gamificação digital. É essencial indicar no formulário de inscrição os endereços eletrônicos dos sites, senhas, etc., se houver. É altamente recomendável que, nesta categoria, juntamente com o formulário de inscrição, um vídeo em formato MP4 seja carregado no servidor com a explicação da campanha dirigida ao júri. Esse vídeo não pode ter mais de três minutos.

E. Salud Digital

E1. Soluciones digitales. (Aspid Oro y Plata) 390 € euros

En esta categoría se pueden presentar aplicaciones o soluciones digitales que implementen tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito de la medicina y otras profesiones de la salud, que ayuden a gestionar enfermedades, riesgos, acceso o necesidades no cubiertas en la actualidad en el ámbito sanitario.

Las obras presentadas no deben tratarse de proyectos y deben estar comercializadas o puestas a disposición. En caso de que esté accesible a través de Internet, debe indicarse la URL y claves de acceso, en su caso.

El Jurado, en los casos donde aplique, atenderá para la evaluación de las obras presentadas a los siguientes criterios:

1. Impacto en la salud y resultados clínicos

- **Criterio:** ¿La solución ha demostrado mejorar la gestión de enfermedades, reducir riesgos o atender necesidades no cubiertas en el ámbito sanitario?
- **Evidencia esperada:** Datos clínicos, métricas de mejora en salud (como adherencia al tratamiento, reducción de hospitalizaciones) o testimonios de profesionales de la salud.

2. Innovación tecnológica y usabilidad

- **Criterio:** ¿La aplicación o solución utiliza de manera innovadora tecnologías de la información y comunicación (TIC) como IA, telemedicina, wearables, entre otros? ¿Es fácil de usar para pacientes y profesionales?
- **Evidencia esperada:** Nivel de innovación tecnológica, diseño intuitivo y accesibilidad de la plataforma o aplicación.

3. Alcance y accesibilidad

- **Criterio:** ¿La solución está disponible para distintos tipos de usuarios (pacientes, médicos, instituciones)? ¿Facilita el acceso a poblaciones vulnerables o con necesidades no cubiertas?
- **Evidencia esperada:** Número de usuarios, mercados disponibles, integración en sistemas de salud o distribución en entornos específicos.

4. Sostenibilidad y aspecto comercial

- **Criterio:** ¿La solución está comercializada de manera sostenible y tiene potencial de crecimiento o expansión? ¿Cuenta, a priori, con un modelo de negocio viable?
- **Evidencia esperada:** Reporte de ventas, adopción en instituciones sanitarias, respaldo financiero o alianzas estratégicas conseguidas.

Esta categoría está aberta a aplicativos ou soluções digitais que implementem tecnologias de informação e comunicação no campo da medicina e de outras profissões da saúde, que ajudem a gerenciar doenças, riscos, acesso ou necessidades não cobertas atualmente no campo da saúde.

Os trabalhos enviados não devem ser projetos e não devem ser comercializados ou disponibilizados. Se for acessível pela Internet, o URL e os códigos de acesso, se aplicável, deverão ser indicados.

O Júri, quando aplicável, levará em conta os seguintes critérios para a avaliação dos trabalhos enviados:

1. impacto na saúde e nos resultados clínicos

- **Critério:** a solução demonstrou melhorar o gerenciamento de doenças, reduzir riscos ou atender a necessidades não atendidas no ambiente de saúde?

- **Evidência esperada:** dados clínicos, métricas de melhoria da saúde (como adesão ao tratamento, redução de hospitalizações) ou depoimentos de profissionais de saúde.

2. Inovação tecnológica e usabilidade

- **Critério:** O aplicativo ou a solução faz uso inovador de tecnologias de informação e comunicação (ICT), como IA, telemedicina, wearables, etc.? É fácil de usar para pacientes e profissionais?

- **Evidência esperada:** Nível de inovação tecnológica, design intuitivo e acessibilidade da plataforma ou aplicativo.

3. Escopo e acessibilidade

- **Critério:** A solução está disponível para diferentes tipos de usuários (pacientes, médicos, instituições) e facilita o acesso a populações vulneráveis ou com necessidades não atendidas?

- **Evidência esperada:** número de usuários, mercados disponíveis, integração aos sistemas de saúde ou distribuição em ambientes específicos.

4. Sustentabilidade e aspecto comercial

- **Critério:** A solução é comercializada de forma sustentável e tem potencial de crescimento ou expansão? Ela tem, a priori, um modelo de negócios viável?

- **Evidência esperada:** relatório de vendas, adoção em instituições de saúde, apoio financeiro ou alianças estratégicas alcançadas.

F. Campañas institucionales o corporativas

F1- Campañas (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

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

Esta categoría inclui campanhas ou ações de comunicação institucional ou corporativa de empresas ou serviços, nunca sobre patologias ou produtos farmacêuticos. Campanhas de RP ou Street Marketing NÃO podem ser inscritas nesta categoria.

G. Campañas sobre enfermedades o patologías

G1- Campañas (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

En esta categoría se encuadran campañas de comunicación asociadas exclusivamente a patologías y que no relacionen directamente fármaco alguno.

Esta categoría inclui campanhas de comunicação associadas exclusivamente a patologias e não diretamente relacionadas a qualquer medicamento.

H. Salud Animal

H1- Salud Animal (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

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.

Essa categoria inclui trabalhos ou peças relacionados exclusivamente a produtos ou serviços veterinários. Sua comunicação pode ter sido dirigida a veterinários, clínicas veterinárias, consumidores, bem como ao público em geral.

I. Relaciones Públicas y Comunicación

I1- Campañas de RR.PP. (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

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.

Essa categoria inclui campanhas de relações públicas focadas em qualquer tipo de público alvo. Será avaliada a capacidade de mobilizar pessoas ou grupos em um evento ou ação específica e o uso eficaz da mídia.

I2- Comunicación Interna (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

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.

Incluem-se nessa categoria os eventos ou campanhas relacionadas à promoção de lançamentos ou relançamentos de produtos farmacêuticos ou de saúde, voltados exclusivamente para os profissionais do laboratório farmacêutico que lançou ou relançou o produto. Também podem ser incluídas nessa categoria ações de motivação empresarial ou de promoção da saúde voltadas para os funcionários do laboratório, que não estejam relacionadas a nenhum produto específico.

I3- Acciones de Street Marketing. 340 € euros

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

Essa categoria inclui campanhas de Street marketing. Uma campanha é considerada de Marketing de Rua quando a ação ocorre em um espaço público sem anúncio ou publicidade prévia e é executada de surpresa na frente do público.

J. Autopublicidad de agencia

J1- Campañas de autopublicidad (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

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

Essa categoria inclui ações ou campanhas relacionadas exclusivamente a autopromoções de agências, independentemente do meio.

K. Diseño

K1- Proyectos de identidad corporativa (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

En esta categoría se encuadran logotipos y proyectos de identidad corporativa o desarrollo gráfico de imagen corporativa multisopte.

Essa categoria inclui logotipos e projetos de identidade corporativa ou o desenvolvimento gráfico de uma imagem corporativa sólida ou com vários suportes.

K2- Packaging. 340 € euros

K3- Diseño de stands. 340 € euros

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

Na categoria de estandes, as fotografias o vídeo do estande, no local real onde foi exposto, devem ser carregadas no servidor.

K4- Publicidad Exterior 340 € euros

En esta categoría hay que presentar fotografías del escaparate, del PLV, de los anuncios espectaculares, marquesinas, etc.

Nessa categoria, devem ser enviadas fotografias da vitrine da loja, do PDV, de outdoors etc.

L. Innovación

L1- Casos de Innovación (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

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.

Essa categoria inclui projetos, produtos ou serviços que introduzam uma novidade relevante no contexto ou no mercado em que pretendem atuar. Deve envolver a aplicação de novas ideias, produtos, conceitos, serviços ou novas práticas a uma questão, atividade ou serviço específico, com a intenção de ser útil para aumentar a produtividade ou resolver necessidades que não tenham sido atendidas até então. Os projetos enviados nessa categoria devem estar relacionados ao setor de saúde.

M. Craft

M1- Craft. (Aspid Oro y Plata). 390 € euros

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.

Essas categorias avaliam a execução de uma peça ou trabalho, reconhecendo o talento criativo e a técnica empregada em sua produção, bem como a contribuição da execução para elevar a ideia e seu sucesso.

Ela busca reconhecer o valor das técnicas e dos recursos, como o uso de IA, de direção de arte, ilustração, fotografia, redação ou cinematografia.

Os aspectos específicos da peça ou do trabalho a serem avaliados pelo júri devem ser indicados no formulário de inscrição.

ASPID DE PLATINO A LA CREATIVIDAD

Este premio se otorgará, según votación del Jurado de Creatividad, entre todas las obras presentadas en esta edición 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 de Creatividad, 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.

Esse prêmio será concedido, conforme votação do Júri de Criatividade, entre todos os trabalhos enviados nesta edição e que tenham passado pela Platinum Short List. Os membros do Júri que estiverem vinculados aos trabalhos finalistas no processo de julgamento deverão estar ausentes da sessão. Em caso de empate, o Júri votará novamente nos trabalhos empatados até que o vencedor seja proclamado. Em caso de empate, o voto de qualidade do Presidente do Júri de Criatividade decidirá o vencedor. Caso o Presidente

do Júri esteja vinculado a uma das obras empatadas, ou se estiver ausente por motivo de força maior, o voto de qualidade será dado pelo Comitê Executivo do Prêmio 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.

Esse prêmio será concedido ao anunciante que tiver conquistado o maior número de prêmios Aspid no total. Em caso de empate, o vencedor será o anunciante que tiver conquistado o maior número de prêmios ouro, prata, 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.

Esse prêmio será concedido à agência ou agências que ficarem em primeiro lugar na ranking o classificação.

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.

Esse prêmio será concedido à agência que tiver conquistado o maior número de prêmios Aspid no total. Em caso de empate, a agência com a classificação mais alta será a vencedora. Caso esse prêmio seja concedido à mesma agência que ganhou o prêmio Agency of the Year, esse prêmio não será concedido.

OBSERVACIONES GENERALES

Haga que su inscripción sea exitosa. *Faça com que seu registro seja bem-sucedido.*

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 en el video caso que se presente.
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 los diferentes materiales de la campaña.** Los jurados necesitan ver los diferentes materiales utilizados (sobre todo 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. **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.
9. **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.

1. **Seja direto.** Apresente sua história em um estilo fácil de acompanhar, com um mínimo de hipérbole. A ligação entre os desafios estratégicos, os objetivos, a grande ideia, as execuções criativas e os resultados deve ficar clara no vídeo que você apresentar.
2. **Seja conciso.** Use o espaço fornecido no Formulário de Inscrição e respeite o limite de tamanho. Observe que os jurados tendem a não ler textos longos.
3. **Inclua imagens dos diferentes materiais da campanha.** Os jurados precisam ver os diferentes materiais usados (em campanhas integradas).
4. **Conheça as regras.** Revise os requisitos de formatação e inscrição antes de fazer o upload de seu trabalho ou campanha. Verifique as definições de categoria para ter certeza de que sua campanha foi inserida corretamente.
5. Certifique-se de que sua inscrição **NÃO inclui o nome de nenhuma agência** em materiais criativos e vídeos explicativos. O Prêmio Aspid é uma competição anônima.
6. **Forneça traduções** para o português ou espanhol nos formulários de inscrição (não é obrigatório, mas é desejável).
7. **NÃO escreva tudo em letras maiúsculas.**
8. **Os vídeos explicativos do trabalho não podem ter mais de 3 minutos** e devem se limitar a explicar o trabalho na categoria em que ele é apresentado, ou seja, por exemplo, uma inscrição na categoria Gráfica não deve explicar toda a campanha integral; ela deve se limitar à produção gráfica e não aproveitar o vídeo da campanha integral.
9. **Otimize os vídeos.** Um vídeo de 3 minutos não deve ter mais de 100 Mb. Observe que arquivos muito grandes podem tornar a exibição do vídeo mais lenta, com cortes desagradáveis e intermitência. Não corra esse risco. Otimize o tamanho do arquivo do vídeo antes de carregá-lo em nosso servidor.

Dudas y consultas: *Perguntas e dúvidas*

latam@premiosaspid.lat

Mobile/Whatsapp +34 653854919