

**PONTE**   
**EL CHUPETE**

**BASES Y CONDICIONES  
GENERALES 2023**

# Bases y Condiciones Generales

## El Chupete 2023

En esta XIX Edición todas las agencias y participantes podrán inscribir un número ilimitado de piezas por campaña. Como novedad este año el Festival de El Chupete contará con **10 categorías de premios**.

Cada año, el Festival de El Chupete se convierte en el foro internacional de referencia de la comunicación infantil y juvenil, a través de un Congreso de jurados profesionales que premian los mejores trabajos creativos (productos o servicios) con valores, dirigidos a menores de entre 0 y 17 años. Una razón de ser que se mantiene intacta desde el 2004.

La participación en el Festival supone la aceptación de todas las condiciones generales recogidas en este documento y las del reglamento.

### 1. Registro en la plataforma de inscripciones

Para registrarte deberás seguir los siguientes pasos:

- **REGISTRO**  
Para inscribir material debes registrarte como un nuevo usuario, tanto si has participado en ediciones anteriores como si se trata de la primera vez. Para registrarte debes hacerlo en el siguiente link: [www.elchupete.koolfest.com](http://www.elchupete.koolfest.com)
- **COMPLETAR FORMULARIO**  
A continuación, debes registrarte con tus datos fiscales y bancarios.
- **INSCRIPCIÓN DE MATERIAL**  
Una vez accedido al backoffice de El Chupete, accede a la herramienta "INSCRIPCIÓN DE MATERIAL". En caso de necesitar información adicional puedes contactar con nosotros: 661 826 903 - [scook@bestawards.es](mailto:scook@bestawards.es).

## 2. Condiciones Generales de participación

Para la inscripción de piezas en El Chupete, será necesario cumplir las siguientes condiciones:

1. Podrán inscribir el material las agencias de publicidad, anunciantes, asociaciones, instituciones, productoras, estudios de diseño, agencias de medios, agencias de eventos y particulares; tanto nacionales como internacionales.
2. Deberán contar con la autorización del anunciante o agencia de publicidad.
3. Tanto para las producciones españolas como internacionales, el material deberá de haber sido emitido, publicado o expuesto en España, en el año transcurrido desde las dos últimas ediciones, es decir, desde el 1 de noviembre de 2021, independientemente de la sede social de la empresa y siempre que no hayan sido inscritas con anterioridad en ninguna edición de El Chupete.
4. Las piezas internacionales podrán participar en todas las categorías del Festival.
5. Se podrán inscribir piezas individuales y campañas de hasta 4 piezas, siempre que estén inscritas en el mismo medio y en la misma categoría.
6. Todas las piezas y/o campañas deberán ser inscritas tal y como se exhibieron o publicaron, sin haber sido modificadas para festivales o certámenes.
7. Para la inscripción de piezas, se recomienda acompañar certificado de emisión para las piezas presentadas en televisión, comprobante de publicación para el material gráfico y comprobante fotográfico para el material PLV. Los justificantes los puede emitir el medio de comunicación correspondiente o, en su defecto, el anunciante.
8. En el caso de que una de las categorías no contenga un número mínimo de inscripciones, la organización o el jurado podrá agruparla en otra de las categorías de la misma sección.
9. Cada categoría contará con un máximo de 3 premiados.
10. Los gastos de transporte y seguros del material, hasta su recepción en la oficina del Festival, correrán a cargo de los participantes (incluidos los envíos internacionales).
11. 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 antes de la fecha de cierre establecida. En esos casos, se devolverá la cantidad desembolsada.

12. En el caso de Packaging y PLV, todos los trabajos originales presentados (juguetes, comida, ropa, etc.) serán donados a una asociación, una vez acabado el certamen.

### 3. Criterios de valoración del jurado

1. El Chupete nace para premiar la creatividad responsable. Aquella comunicación que destaque en primer lugar por su creatividad, pero sin olvidar su responsabilidad en el mensaje que transmite. El Jurado deberá ponderar también, por tanto, los valores que se inculcan en el menor. Por tanto insistimos en que El Chupete es el único festival que premia no solo la creatividad si no los valores de la comunicación infantil y juvenil.
2. Cada categoría tiene características muy diversas, por ejemplo, los anuncios dirigidos a niños tienen mayor presencia de producto y su creatividad tiene un desarrollo diferente. Sin embargo, la comunicación dirigida a padres, pero cuyo consumidor es el niño, tienen un carácter más emotivo. Es importante valorar cada categoría desde el punto de vista del público al que se dirige, acorde con la naturaleza del producto (Por ejemplo, no se pueden valorar con los mismos parámetros un spot de juguetes y uno de una ONG...).
3. En caso de que hubiera algún premio que incumpla el Código Deontológico Infantil, o que exista alguna duda de ello, no podrá optar a premio ninguno.
4. El Chupete es un festival creativo, y la creatividad es el principal criterio de valoración que tendrá el jurado en sus deliberaciones.

### 4. Especificaciones técnicas de la votación

Durante la primera fase de la votación online, se valorarán todas las piezas presentadas y de ahí resultarán seleccionadas de cada categoría una serie de ellas que pasarán a la lista corta.

A lo largo de la votación online, el Jurado valorará los trabajos con dos parámetros principales: Creatividad y Responsabilidad. Además cada categoría tiene unas indicaciones propias de evaluación que ayudarán al jurado a decidir los ganadores de cada categoría.

Durante la fase online los jurados no podrán votar las piezas inscritas por su propia empresa, ni que hayan estado directamente relacionados. En la segunda fase tampoco podrán votar estas piezas y, por el mismo motivo, evitarán dar explicaciones sobre las campañas presentadas y se mantendrán al margen en las discusiones verbales del jurado donde estén presentes sus trabajos, saliendo físicamente de la sala de reuniones para que el resto de jurado pueda deliberar con total libertad las piezas.

En la votación presencial del jurado, se repasará la lista corta de piezas que hayan pasado la valoración mínima, y se procederá a otorgar los Chupetes a cada una de las categorías. La lista corta quedará definida por un mínimo de 3 inscripciones, la figura de presidente del jurado, con ayuda de la organización será responsable de determinar según la votación online del jurado la valoración de corte para pasar a la lista corta.

La mayoría simple de la votación del jurado determinará el otorgamiento de Chupete. Si el mismo número de jurados vota a favor y en contra de otorgar un Chupete, dándose un empate en la valoración, las reglas del festival definen, que la pieza valorada obtendrá premio.

Los Chupetes ganadores de cada categoría tendrán una valoración equivalente entre ellos. No se destacará una pieza sobre la otra. Habrá un máximo de 3 chupetes por categoría.

## 5. Precios

Se cobrará una única vez por compañía (CIF) una cuota administrativa de 50 € más 21% IVA que cubre los gastos de gestión, da derecho a una entrada para la entrega de premios, valorada en 70€.

Categoría	Hasta el 27 de julio	Tarifa general
Film	250€	350€
Digital	250€	350€
Gráfica	250€	350€
Música y sonido	250€	350€
Activación y Experiencia de marca	250€	350€
Branded Content	250€	350€
Relaciones Públicas	250€	350€
Campaña Social	150€	150€
Mejor Juguete	250€	350€
Producción (Craft)	250€	350€

- **Inscripción anticipada general pieza 250€ (oferta hasta el 27 de Julio).** A partir de la 5ª pieza, sea de la categoría que sea, costará 100€.
- **Inscripción general pieza 350€.** A partir de la 5ª pieza, sea de la categoría que sea, costará 100€.

A estos precios hay que añadirle el 21% de IVA.

El pago deberá efectuarse mediante:

- **Transferencia bancaria** a nombre El Chupete Producciones S.L a la cuenta del Banco Sabadell, IBAN ES55 0081 5077 7100 0210 5420.
- **Tarjeta bancaria** a través del sistema de inscripción. No se admiten devoluciones una vez finalizado el proceso de inscripción.

### 5.1 Entradas Festival 2023

- **Entrada general/individual: 70€ + IVA**, incluye acceso a la Gala de la XIX Edición y Cóctel.
- **Entrada grupal (6 personas): 350€ + IVA**, incluye localización exclusiva para 6 personas con acceso a la Gala de la XIX Edición y Cóctel.

## 6. Premios que se otorgan

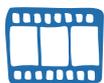
El Chupete reconoce a los mejores trabajos de marketing infantil y juvenil otorgando hasta 3 Chupetes, en cada categoría de cada sección. El jurado reconocerá con un Gran Premio de entre todos los Chupetes otorgados en todas las categorías a la **Mejor Campaña Integrada**, **Mejor Idea** y **Mejor contenido innovador**, que se desvelarán en la entrega de premios. La organización solicitará a los ganadores una edición corta de 45 segundos, de cara a presentarlo en la Gala.

Así mismo se establecerá un ranking de mejores agencias del festival, otorgando los siguientes puntos por los premios obtenidos:

Lista corta: 1 punto  
Premio Chupete: 5 puntos  
Gran Premio: 10 puntos

La organización de El Chupete otorga un reconocimiento honorífico al **Mejor Comunicador**, **Mejor Personaje Infantil** y a la **Mejor Trayectoria de Marca**, de una compañía dedicada al sector infantil y juvenil.

## 7. Categorías



### 7.1 FILM

Dentro de esta sección se permitirán los trabajos relacionados a la Animación y Medios de Comunicación, publicaciones y material escolar: animaciones 2D, 3D, integración, plastilina, etc. Y TV, programas, series, revistas, suplementos, libros, coleccionables, fascículos, etc. Cine, espectáculos, vídeos, DVD, CD, etc.

#### SUBCATEGORÍAS:

1. **Juguetes:** Campañas relacionadas a productos que busquen el entretenimiento infantil y juvenil.
2. **Resto de productos o servicios.**

#### CRITERIOS DE VALORACIÓN:

- Creatividad: 75%
- Responsabilidad: 25%

#### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

- Podrán presentarse piezas individuales y campañas de hasta cuatro piezas pertenecientes al mismo anunciante y producto.
- Podrán presentarse producciones como programas y series infantiles. c) Archivos digitales (url, vídeo...).
- Complimentar la casilla de briefing en el formulario de inscripción de la pieza, explicando el briefing, público objetivo y los resultados del proyecto. (No más de 100 palabras).
- No debe constar la marca de la agencia en la presentación.



### 7.2 DIGITAL

Campañas de comunicación basadas en el medio digital, móvil y la tecnología e innovación, con la finalidad de impactar de forma positiva en la experiencia del público objetivo.

**SUBCATEGORÍAS:**

Las acciones de ámbito interactivo tienen dos subcategorías, entre las piezas se incluyen:

1. **Publicidad y Creatividad Tecnológica:** campañas de comunicación enfocadas a medios digitales y móviles. Banners, diseño de webs, aplicaciones, uso de data, Metaverso, Realidad aumentada, Realidad Virtual, Inteligencia Artificial.
2. **Social e Influencers:** Acciones de comunicación cuya estrategia, ejecución y uso de influencers, se haya basado en originalidad y generado mayor impacto en la comunidad y target de la marca.

**CRITERIOS DE VALORACIÓN:**

- Creatividad/Innovación: 50%
- Experiencia de usuario: 25%
- Ejecución: 25%

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:**

Se debe enviar y subir a la plataforma lo siguiente:

- Subir dirección URL del sitio.
- Envío de manera online de una demo o presentación no superior a 3 minutos, con una animación para mostrar su funcionamiento, animación.
- Complimentar la casilla de briefing en el formulario de inscripción de la pieza, explicando el briefing, público objetivo y los resultados del proyecto (no más de 100 palabras).
- En Apps, Campaña Dispositivos Móviles, Campaña Digital.
- Un vídeo en formato MPEG2, MP4 o Quicktime Apple Prores Resolución Codec.

**7.3 GRÁFICA**

Se considerarán los trabajos publicitarios elaborados para su publicación en prensa, revistas, dominicales, medio exterior, lonas, infografía, decoración de vehículos, rotulación

**SUBCATEGORÍAS:**

1. **Prensa Exterior:** Se deberá subir a la plataforma un archivo en formato PDF con el material publicitario.

2. **Identidad de Marca (Packaging y diseño gráfico):** De manera online, envío de un archivo en formato JPEG (no importa su tamaño) o PDF. Se deberá enviar por correo postal el packaging original del producto, tal y como se comercializa. Además, enviar por correo postal el PLV desmontado con las debidas instrucciones de montaje.

**CRITERIOS DE VALORACIÓN:**

- Creatividad: 75%
- Adecuación mensaje al público objetivo: 25%

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:**

- Material obligatorio: Una imagen o PDF, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales. (Máximo 3 piezas en campaña).

**7.4 MÚSICA Y SONIDO**

De manera online, envío de un archivo en formato MP3, además cumplimentar la casilla de briefing en el formulario de inscripción de la pieza, explicando el briefing, público objetivo y los resultados del proyecto (no más de 100 palabras). No debe constar la marca de la agencia en la presentación.

**CRITERIOS DE VALORACIÓN:**

- Transmisión de mensaje: 50%
- Creatividad: 25%
- Producción audio: 25%

**7.5 ACTIVACIÓN Y EXPERIENCIA DE MARCA**

Serán consideradas todas las campañas promocionales, eventos y producciones musicales, obras de teatro, etc.

**SUBCATEGORÍAS:**

1. Juguetes

2. Resto de productos o servicios.

**CRITERIOS DE VALORACIÓN:**

- Creatividad: 50%
- Conexión con el consumidor: 25%
- Ejecución: 25%

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:**

- De manera online, envío de un archivo en formato MP3.
- Cumplimentar la casilla de briefing en el formulario de inscripción de la pieza, explicando el briefing, público objetivo y los resultados del proyecto (no más de 100 palabras).
- No debe constar la marca de la agencia en la presentación.
- Un vídeo explicativo en formato MPEG2, MP4 o Quicktime Apple Prores Resolución Codec, suficientemente descriptivo de la acción, para presentar al jurado con claridad el trabajo realizado.

**7.6 BRANDED CONTENT**

Creación o integración natural de contenido original de una marca cuyo propósito es la transmisión de mensajes de marketing que refuercen los valores de ésta y que conecten de manera original informando o entreteniendo a los consumidores a través de plataformas relevantes de contenido, más allá de los métodos o canales tradicionales publicitarios, utilizando técnicas de storytelling.

**SUBCATEGORÍAS:**

1. Juguetes
2. Resto de productos o servicios

**CRITERIOS DE VALORACIÓN:**

- Creatividad: 50%
- Fluidez: 30%
- Resultados: 20%

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:**

- Podrán presentarse piezas individuales y campañas de hasta cuatro piezas pertenecientes al mismo anunciante y producto.
- Archivos digitales (url, vídeo...).
- Complimentar la casilla del briefing en el formulario de inscripción de la pieza, explicando el briefing, público objetivo y los resultados del proyecto (no más de 100 palabras).
- No debe constar la marca de la agencia en la presentación.

**7.7 RELACIONES PÚBLICAS**

Todos aquellos trabajos de Relaciones Públicas llevadas a cabo por marcas con medios de comunicación, que no hayan tenido una contraprestación económica entre la marca y el medio, que consiga impactar con la comunicación entre la marca y los consumidores de manera creativa.

**SUBCATEGORÍAS:**

1. Juguetes
2. Resto de productos o servicios

**CRITERIOS DE VALORACIÓN:**

- Creatividad: 60%
- Resultados: 40%

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:**

- De manera online, envío de un archivo en formato JPEG o PDF.
- Complimentar la casilla del briefing en el formulario de inscripción de la pieza, explicando el briefing, público objetivo y los resultados del proyecto (no más de 100 palabras).
- No debe constar la marca de la agencia en la presentación.
- Un vídeo explicativo en formato MPEG2 o Quicktime Apple Prores Resolución Codec, suficientemente descriptivo de la acción, para presentar al jurado con claridad el trabajo realizado.

**7.8 CAMPAÑA SOCIAL**

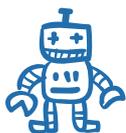
Trabajos publicitarios que tengan un impacto positivo en la sociedad.

**CRITERIOS DE VALORACIÓN:**

- Conexión con los valores sociales de la marca o institución: 60%
- Creatividad: 40%

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:**

- De manera online, envío de un archivo en formato JPEG, MP4 o PDF.
- Complimentar la casilla del briefing en el formulario de inscripción de la pieza, explicando el briefing, público objetivo y los resultados del proyecto (no más de 100 palabras).
- No debe constar la marca de la agencia en la presentación.
- Un vídeo explicativo en formato MPEG2 o Quicktime Apple Prores Resolución Codec, suficientemente descriptivo de la acción, para presentar al jurado con claridad el trabajo realizado.
- Junto a un cartón pluma de 50 x 35 con la imagen de la campaña.

**7.9 MEJOR JUGUETE**

Se trata de identificar el juguete o juego más creativo o el juguete o juego que incentive la creatividad en el público infantil y juvenil.

**CRITERIOS DE VALORACIÓN:**

- Valor educativo del juguete. 25%
- Creatividad en el diseño. 25%
- Capacidad de motivar la imaginación del target infantil: 25%
- Durabilidad y jugabilidad en el tiempo 25%

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:**

- Envío físico de al menos 3 muestras del juguete a la secretaría técnica del festival.
- Subida a la plataforma de un archivo en formato JPEG o PDF donde se muestre el juguete o juego.
- Complimentar la casilla de briefing en el formulario de inscripción de la pieza, explicando el briefing, público objetivo y los resultados del proyecto (no más de 100 palabras).

- Adicionalmente se podrá subir una demo en video no superior a 1 minuto, con una animación para mostrar su funcionamiento, o presentación en formato pdf.



## 7.10 PRODUCCIÓN (CRAFT)

Dentro de esta sección se valorarán los trabajos audiovisuales, cuya producción y postproducción tenga un factor determinante en el conjunto de la comunicación, reforzando de manera clara la idea y creatividad de la pieza.

### CRITERIOS DE VALORACIÓN:

- Producción audiovisual: 50%
- Postproducción: 50%

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

- Podrán presentarse piezas individuales y campañas de hasta cuatro piezas pertenecientes al mismo anunciante y producto.
- Podrán presentarse producciones como programas y series infantiles. c) Archivos digitales (url, vídeo...).
- Complimentar la casilla de briefing en el formulario de inscripción de la pieza, explicando el briefing, público objetivo y los resultados del proyecto. (No más de 100 palabras).
- No debe constar la marca de la agencia en la presentación.