

**Bases y Condiciones Generales**  
**El Chupete 2024/2025**



# Bases y Condiciones Generales

## El Chupete 2024/2025

En esta XXª Edición todas las agencias y participantes podrán inscribir un número ilimitado de piezas por campaña. Este año el Festival de El Chupete volverá a contar 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 cumple 20 años, pues comenzó en 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:  
<https://elchupete.koolfest.com/#/login>
- **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:  
693737570 - [lucia@nort3.com](mailto:lucia@nort3.com).

## 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 noviembre de 2024 hasta febrero de 2025, 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 sin límite gracias a la tarifa plana especial.
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 4 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 que no haya sido puesto a disposición del mismo en las debidas condiciones antes de la fecha de cierre establecida. En esos casos, se devolvería 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 e inclusiva. Aquella comunicación que destaque en primer lugar por su creatividad, pero sin olvidar su responsabilidad en el mensaje que transmite considerando el Objetivo de Desarrollo Sostenible 5 de Pacto Mundial de Naciones Unidas: igualdad de género. La igualdad entre géneros no es solo un derecho fundamental, sino la base necesaria para conseguir un mundo próspero y equitativo, además es fundamental para el desarrollo sostenible de la sociedad. Por ello, es esencial que aquellas candidaturas presentadas respeten la dignidad de las niñas, adolescentes y personas LGTBIQ+ en sus anuncios o campañas publicitarias.
2. 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 sino los valores sociales de la comunicación infantil y juvenil.
3. Cada categoría tiene características muy diversas, por ejemplo, los anuncios dirigidos a niños y niñas 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 o la niña, 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...).
4. 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.
5. El Chupete es un festival creativo, y la creatividad es el principal criterio de valoración que tendrá el jurado en sus deliberaciones, pero también se tendrá en cuenta el uso de un lenguaje inclusivo y respetuoso.

### 4. Especificaciones técnicas de la votación

Los jurados recibirán las propuestas con antelación y, durante la reunión presencial, compartirán sus valoraciones y deliberarán en conjunto para otorgar los Chupetes a cada una de las categorías. La selección de ganadores se basará en estas deliberaciones, con la presidenta del jurado, junto a la organización, guiando el proceso de evaluación.

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 4 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	Tarifa general	Tarifa especial
Film	300€	500€
Digital	300€	500€
Gráfica	300€	500€
Música y sonido	300€	500€
Activación y Experiencia de marca	300€	500€
Branded Content	300€	500€
Relaciones Públicas	300€	500€
Campaña Social	100€	-
Mejor Juguete	300€	500€
Producción (Craft)	300€	500€

- Inscripción general 1 pieza 300€. Tarifa plana especial inscripción de piezas ilimitadas, 2 o más piezas 500€.

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 2025

- Próximamente

## 6. Premios que se otorgan

El Chupete reconoce a los mejores trabajos de marketing infantil y juvenil otorgando hasta un máximo de 4 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:**

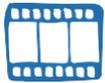
**Chupete: 5 puntos**

**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, a criterio propio de los miembros que conforman el board.

El fallo del jurado, con el nombre de las candidaturas ganadoras, se dará a conocer rigurosamente en la gala que tendrá lugar en Madrid, el día 12 de mayo de 2025.

## 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...).
- Cumplimentar 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.
- Cumplimentar 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

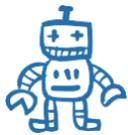
Trabajos publicitarios que tengan un impacto positivo en la sociedad.

## 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.



## 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...).
- 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.