

The page features abstract geometric patterns of parallel lines in the corners. In the top-left, there are vertical and diagonal lines. In the top-right, there are diagonal lines. In the bottom-left, there are horizontal and diagonal lines. In the bottom-right, there are horizontal and diagonal lines. The lines are black on a white background.

BASES Y CATEGORÍAS

PREMIOS
Jade
2016

CÓMO PARTICIPAR

CATEGORÍAS

Cada pieza podrá ser inscrita en el medio correspondiente, solamente en una de las categorías de productos o servicios.

Podrá ser inscrita también en las categorías técnicas correspondientes.

Cada pieza podrá ser inscrita solamente en una de las categorías de Campañas, Publicidad Exterior, Mercadeo Directo, Mejor uso de los Medios, Digitales, Diseño, Marca y Experiencia 360°.

INSCRIPCIÓN PASO A PASO

1. Consulta y descarga las bases.
2. Prepara tus piezas.
3. Ingresa a nuestra plataforma.
4. Llena el formulario y sube tu trabajo.
5. Elige tu método de pago.

INSCRIPCIÓN DE PIEZAS

INSCRIBE TU TRABAJO

Regístrate o ingresa con tu usuario e inscribe tus piezas.

Recuerda que puedes ir ingresando tu trabajo progresivamente.

DESCUENTO POR INSCRIPCIÓN TEMPRANA HASTA EL 1 DE AGOSTO

NECESITAS ASISTENCIA
Llámanos +(502) 5205-4443



CATEGORÍAS

A. PRENSA/REVISTA/IMPRESOS, CINE / TELEVISIÓN, RADIO

(Incluye piezas desarrolladas para un producto o servicio y que se haya pautado en los medios de comunicación masiva: Prensa, radio, cine o televisión.)

- PRO1. Alimentos salados
- PRO2. Alimentos dulces
- PRO3. Bebidas alcohólicas
- PRO4. Bebidas no alcohólicas
- PRO5. Productos de higiene doméstica
- PRO6. Electrodomésticos y muebles
- PRO7. Belleza, cuidado e higiene personal
- PRO8. Farmacéuticos y medicinas
- PRO9. Vestimenta, calzado, joyas y accesorios personales
- PR10. Misceláneos
- PR11. Carros
- PR12. Otro tipo de vehículos y productos e insumos automotrices
- PR13. Electrónicos para el hogar y audio-video
- PR14. Comercios al público
- PR15. Restaurantes y comida rápida
- PR16. Recreación, transporte y turismo
- PR17. Entretenimiento y ocio
- PR18. Medios de comunicación y publicaciones
- PR19. Servicios bancarios y financieros, seguros
- PR20. Equipos para negocios y servicios
- PR21. Servicios públicos y privados
- PR22. Institucional. Corporativa
- PR23. Servicios públicos de salud y seguridad
- PR24. Bien público

CATEGORÍAS TÉCNICAS TÉCNICAS DE TELEVISIÓN

- TTO1. Dirección de arte
- TTO2. Dirección
- TTO3. Cinematografía
- TTO4. Edición
- TTO5. Redacción
- TTO6. Uso de música
- TTO7. Diseño de sonido
- TTO8. Efectos visuales
- TTO9. Animación

TÉCNICAS DE PRENSA/ REVISTA /IMPRESOS

- TPO1. Redacción
- TPO2. Dirección de arte
- TPO3. Ilustración
- TPO4. Fotografía

TÉCNICAS DE RADIO

- TRO1. Uso de música y/o diseño de sonido
- TRO2. Redacción
- TRO3. Actuación



B. PUBLICIDAD EXTERIOR

(Las piezas deben estar diseñadas para este medio, en formato de poster/impreso. Todas las piezas de libre formato deben ser inscritas en las Categorías Especiales. Todas las piezas que utilicen tecnología digital: Pantallas digitales, bluetooth, interactivas, deben ser inscritas en la categoría Publicidad Exterior Digital. Afiches para interior y aquellos que se coloquen en el punto de venta deben ser inscritos en las categorías de Afiches.)

B1. EXTERIORES

- PEO1. Alimentos salados
- PEO2. Alimentos dulces
- PEO3. Bebidas alcohólicas
- PEO4. Bebidas no alcohólicas
- PEO5. Productos de higiene doméstica
- PEO6. Electrodomésticos y muebles
- PEO7. Belleza, cuidado e higiene personal
- PEO8. Farmacéuticos y medicinas
- PEO9. Vestimenta, calzado, joyas y accesorios personales
- PE10. Misceláneos
- PE11. Carros
- PE12. Otro tipo de vehículos y productos e insumos automotrices
- PE13. Electrónicos para el hogar y audio–video
- PE14. Comercios al público
- PE15. Restaurantes y comida rápida
- PE16. Recreación, transporte y turismo
- PE17. Entretenimiento y ocio
- PE18. Medios de comunicación y publicaciones
- PE19. Servicios bancarios y financieros, seguros
- PE20. Equipos para negocios y servicios
- PE21. Servicios públicos y privados
- PE22. Institucional. Corporativa
- PE23. Servicios públicos de salud y seguridad
- PE24. Bien público

C. MERCADEO DIRECTO

(Incluye comunicación directa, diseñada con la intención de entablar un diálogo con el consumidor y de generar una respuesta o acción específica, mientras se construye una relación a largo plazo.)



C1. MERCADEO DIRECTO

MDO1. Correo Simple. Sin muestras o pop-ups. Incluye: tarjetas con mensaje, invitaciones, notificaciones. (Enviar ejemplo físico de la pieza.)

MDO2. Correo dimensional. Correo con varias dimensiones con muestras o pop-ups.

C2. MERCADEO DIGITAL Y SOCIAL

MDO3. Uso de marketing digital

MDO4. Uso de plataformas digitales

MDO5. Uso de mercadeo móvil

MDO6. Comercio en Internet

C3. MERCADEO DIRECTO PRODUCTOS Y SERVICIOS

MD07. Productos de consumo de alta rotación

MD08. Otros productos (Incluyendo productos no perecederos)

MD09. Vehículos e insumos automotrices

MD10. Productos y servicios financieros

MD11. Servicios comerciales públicos (Incluyendo cuidado de la salud y médicos)

MD12. Viaje, entretenimiento y ocio

MD13. Retail y comercio en Internet (Incluyendo restaurantes)

MD14. Publicaciones y medios

MD15. Otros servicios

MD16. Imagen corporativa e información

MD17. Bien público

MD18. Salud y seguridad pública

D. MEDIA

(En estas categorías la pieza inscrita será calificada específicamente tomando en cuenta la innovación / mejor utilización del medio.)

D1. MEJOR USO DE LOS MEDIOS

MMO1. Mejor uso de pantallas. Incluyendo cine, televisión, en exhibiciones y pantallas en exteriores.

MMO2. Mejor uso de audio. Radio, otra tecnología de audio.

MMO3. Mejor uso de impresos. Periódicos y revistas.



MMO4. Mejor uso de exteriores. Vallas y afiches tradicionales, paradas de bus, publicidad de tránsito utilizando espacio publicitario estándar.

MMO5. Mejor uso de la ambientación: Pequeña escala.

MMO6. Mejor uso de la ambientación: Gran escala.

MMO7. Mejor uso de eventos especiales/publicidad viva.

MMO8. Mejor uso de contenido de marca. Promoción del valor y posición de una marca yendo más allá de los canales tradicionales de publicidad y utilizando la generación de contenido. Por ejemplo, integración de un producto en un programa de televisión.

MMO9. Mejor uso de un patrocinio.

D2. MEJOR USO DE LOS MEDIOS DIGITAL Y SOCIAL

MM10. Mejor uso de plataformas digitales

MM11. Mejor uso de plataformas sociales

MM12. Mejor uso de aparatos móviles

E. MEDIOS DIGITALES

E1. PLATAFORMAS, SITIOS Y MICROSITIOS

(Pueden inscribirse un website y un microsite que es parte del mismo website, siempre y cuando tenga un URL separado y al que se pueda tenerse acceso independientemente del URL del website principal.)

MGO1. Alimentos salados

MGO2. Alimentos dulces

MGO3. Bebidas alcohólicas

MGO4. Bebidas no alcohólicas

MGO5. Productos de higiene doméstica

MGO6. Electrodomésticos y muebles

MGO7. Belleza, cuidado e higiene personal

MGO8. Farmacéuticos y medicinas

MGO9. Vestimenta, calzado, joyas y accesorios personales

MG10. Misceláneos

MG11. Carros

MG12. Otro tipo de vehículos y productos e insumos automotrices

MG13. Electrónicos para el hogar y audio-video

MG14. Comercios al público

MG15. Restaurantes y comida rápida

MG16. Recreación, transporte y turismo

MG17. Entretenimiento y ocio



- MG18. Medios de comunicación y publicaciones
- MG19. Servicios bancarios y financieros, seguros
- MG20. Equipos para negocios y servicios
- MG21. Servicios públicos y privados
- MG22. Institucional. Corporativa
- MG23. Servicios públicos de salud y seguridad
- MG24. Bien público

E2. PUBLICIDAD ON LINE

- MG25. Banner web.
- MG26. Solución innovadora online.

E3. VIDEO ON LINE REDES SOCIALES

- MG27. Video en redes
- MG28. Plataforma interactiva

E4. JUEGOS CON MARCA

- MG29. Web
- MG30. Social
- MG31. Digital en vivo
- MG32. Otro juego en rich media

E5. APLICACIONES Y SERVICIOS WEB

- MG33. Herramientas interactivas (APPS)

F. MOVILES Y TABLETAS

F1. USO DE TECNOLOGIA Y MOVIL Y TABLETA

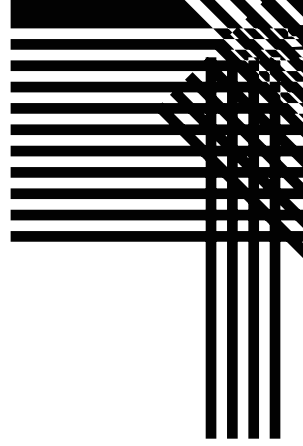
- MTO1. Medio, entretenimiento y ocio
- MTO2. Bien público

F2. APLICACIONES PARA MÓVILES Y TABLETAS

- MTO3. Medio, entretenimiento y ocio
- MTO4. Bien público

F3. JUEGOS

- MTO5. Medio, entretenimiento y ocio
- MTO6. Bien público



F4. PUBLICIDAD RICH MEDIA PARA EQUIPOS MÓVILES Y TABLETAS

MTO7. Medio, entretenimiento y ocio

MTO8. Bien público

F5. CAMPAÑAS DE MENSAJES INCLUYENDO SMS, MMS Y MAIL POR MÓVIL

MTO9. Campañas de mensajes incluyendo SMS, MMS y mail por móvil

G. DISEÑO

G1. DISEÑO DE COMUNICACIONES

DCO1. Afiches

DCO2. Volantes, entradas, invitaciones, postales, tarjetas de Navidad

DCO3. Calendarios

DCO4. Libros

DCO5. Autopromoción

DCO6. Publicaciones y comunicación de negocios

DCO7. Reportes anuales

DCO8. Transmisiones y comunicación animada

G3. DISEÑO DIGITAL

DDO1. Diseño digital en línea

DDO2. Diseño digital offline

G4. DISEÑO ESPECIAL

DSO1. Punto de venta permanente

DSO2. Punto de venta temporal

DSO3. Experiencia de marca

DSO4. Espacios públicos

DSO5. Señalizaciones

DSO6. Exhibiciones no comerciales

DSO7. Stands en el punto de venta

DSO8. Exhibiciones y eventos en vivo

G5. DISEÑO DE EMPAQUE

DEO1. Comidas

DEO2. Bebidas alcohólicas

DEO3. Bebidas no alcohólicas

DEO4. Salud, belleza y farmacéuticos OTC

DEO5. Electrónicos y multimedios

DEO6. Empaques sostenibles



- DE07. 3D diseño estructural
- DE08. Ediciones especiales y empaques promocionales
- DE09. Otros empaques

G6. TÉCNICAS DE DISEÑO

- DT01. Ilustración
- DT02. Tipografía
- DT03. Fotografía
- DT04. Diseño de sonido

H. MARCA Y EXPERIENCIA 360°

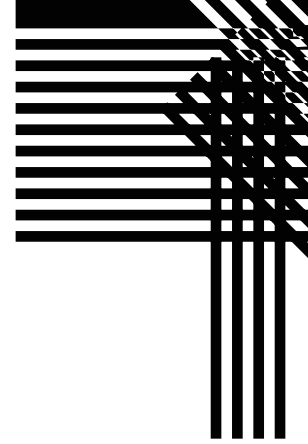
(Incluye desarrollo de soluciones de identidad corporativa en plataformas de varios medios, y soluciones 360° de branding que involucren múltiples puntos de contacto con el consumidor.)

- MEO1. Productos de consumo
- MEO2. Productos de servicio
- MEO3. Bien público

I. PROMOCIÓN Y ACTIVACIÓN

I.1. USO DE PROMOCIONES Y ACTIVACIONES /PROMOCIONES Y ACTIVACIONES DIGITALES Y SOCIALES

- PA01. Alimentos salados
- PA02. Alimentos dulces
- PA03. Bebidas alcohólicas
- PA04. Bebidas no alcohólicas
- PA05. Productos de higiene doméstica
- PA06. Electrodomésticos y muebles
- PA07. Belleza, cuidado e higiene personal
- PA08. Farmacéuticos y medicinas
- PA09. Vestimenta, calzado, joyas y accesorios personales
- PA10. Carros
- PA11. Otro tipo de vehículos y productos e insumos automotrices
- PA12. Electrónicos para el hogar y audio–video
- PA13. Comercios al público
- PA14. Restaurantes y comida rápida
- PA15. Recreación, transporte y turismo
- PA16. Entretenimiento y ocio
- PA17. Medios de comunicación y publicaciones
- PA18. Servicios bancarios y financieros, seguros
- PA19. Equipos para negocios y servicios
- PA20. Servicios públicos y privados
- PA21. Institucional. Corporativa



PA22. Misceláneos

PA23. Servicios públicos de salud y seguridad

PA24. Bien público

J. RELACIONES PÚBLICAS

RP1. Acciones para el consumidor: Trabajos o acciones que generen noticia para crear buena reputación a la marca, construir imagen, aumentar el perfil y la presencia en los medios o formar opinión de un producto o servicio.

RP2. Acciones de comunicación corporativa: Trabajos o acciones que generen noticia para crear buena reputación a la marca, aumentar el perfil o formar opinión de una marca, una organización, instituciones y consejos.

RP3. Manejo de crisis: Campañas para planear y/o para manejar las consecuencias de una crisis o de una acción que pueden afectar a la credibilidad y a la buena reputación de una compañía.

RP4. Acciones de bien público.

RP5. Acciones digitales y en redes sociales: Web site, microsites o sitios del Intranet, motores de búsqueda, banners, dispositivos móviles y otras técnicas digitales creadas para ejecutar o para apoyar una campaña, incluyendo blogs, redes sociales y contenido generado por el usuario.

K. CAMPAÑAS

No hay necesidad de inscribir o llenar formulario para participar en esta categoría. En las fichas de piezas individuales se le preguntará si la pieza que está inscribiendo pertenece a una campaña, y si pertenece, debe indicar qué número de pieza de la campaña es.



BASES

PARTICIPANTES

1. Podrán participar todas las agencias de publicidad de habla hispana, reconocidas por los medios de comunicación de cada país y personas individuales de habla hispana, creadoras de una pieza o una campaña de publicidad, así como productoras, agencias de relaciones públicas y agencias de medios de habla hispana.
2. En el caso de los trabajos inscritos por personas individuales, es indispensable que las piezas presentadas cuenten con autorización escrita de la agencia de publicidad responsable o del anunciante. La agencia de publicidad tendrá prioridad sobre los publicistas independientes, en caso que ambos deseen inscribir la misma pieza al certamen en la misma categoría.
3. Pueden participar todas las piezas publicitarias a excepción de las realizadas para las asociaciones publicitarias o círculos creativos de cada país, o que ya hayan participado en Premios Jade anteriores.
4. Podrán participar los materiales que hayan sido pautados entre el 7 de septiembre de 2015 y el 10 de agosto de 2016, y no haber sido inscritos en Premios Jade en años anteriores.

PREMIOS

5. Se podrá premiar cada una de las categorías de Premios Jade con: Finalista, Bronce, Plata y Oro.
6. Los ganadores de Oro, Plata y Bronce, recibirán un trofeo que será entregado a la persona o a la entidad que haya inscrito la pieza en el certamen. Sólo se harán diplomas a solicitud, sin costo, para las personas o entidades involucradas con el premio y se entregarán en fecha posterior al evento, previa autorización del Director Creativo responsable y la Agencia.
7. GRAN JADE. Premio que será otorgado por decisión del Jurado Calificador a la campaña o pieza que considere la mejor de su categoría (Cyber, Diseño Gráfico, Mercadeo Directo, Televisión, Uso de Medios, Mobile, Exteriores, Prensa, Promociones y Activaciones, Radio, Relaciones Públicas, Digitales, Diseño.) Para participar no se debe hacer una inscripción adicional, ya que todas las piezas y campañas que ganan Oro en su categoría participan automáticamente.
8. Se otorgarán los premios Agencia del Año, Agencia de Medios del Año, Premio País, Red del Año, Red de Agencia de Medios del Año y Agencia Independiente del Año.
10. AGENCIA DEL AÑO. La agencia será premiada con un título que la acredite como tal, luego de alcanzar la puntuación más alta del certamen. Si participó en conjunto con una agencia de medios en las categorías D. Mejor uso de los Medios, E. Medios Digitales Y F. Móviles y Tabletas y ganó, se le adjudican la mitad de los puntos. Si participa sólo como agencia creativa en estas categorías, obtiene el total de los puntos. Si hubiera empate, se seleccionará la que tenga más puntos por obtener Oro, seguido de Plata, Bronce, o sea puntos obtenidos según jerarquía de premios.

11. AGENCIA DE MEDIOS DEL AÑO.

Para optar a este premio tienen que existir tres o más participantes, no de la misma Red. La agencia de medios será premiada con un título que la acredite como tal, luego de alcanzar la puntuación más alta del certamen por premios obtenidos en la categorías: D. Mejor uso de los Medios, E. Medios Digitales Y F. Móviles y Tabletas. Si participó en conjunto con una agencia creative en estas categorías y ganó, se le adjudican la mitad de los puntos Si hubiera empate, se seleccionará la que tenga más puntos por obtener Oro, seguido de Plata, Bronce, o sea puntos obtenidos según jerarquía de premios. El premio se entregará solamente si la agencia de medios alcanza como mínimo 7 puntos.

12. PREMIO PAÍS.

Para entregar este premio deben estar participando dos o más agencias del país. La agencia debe haber acumulado la mayor cantidad de puntos entre las agencias participantes del país. Sólo se entregará 1 Premio País y la agencia deberá haber obtenido como mínimo 7 puntos. Si hubiera empate, se seleccionará la que tenga más puntos por obtener Oro, seguido de Plata, Bronce, o sea puntos obtenidos según jerarquía de premios.

13. PREMIO RED.

Optan a este premio las redes de Agencias de Publicidad que tienen dos o más participantes pertenecientes a la misma red y diferente país, que dos o más de ellas hayan obtenido un punto como mínimo.

14. PREMIO RED AGENCIA DE MEDIOS.

Optan a este premio las redes de Agencias de Medios que tienen dos o más participantes pertenecientes a la misma red, de diferente país, y que dos o más de ellas hayan obtenido 7 puntos como mínimo.

15. PREMIO AGENCIA INDEPENDIENTE DEL AÑO.

Para optar a este premio tienen que existir dos o más participantes del mismo o de diferente país, y cada uno de ellos debe haber obtenido un punto como mínimo. La Agencia Independiente del año debe haber acumulado la mayor cantidad de puntos entre las participantes. Sólo se entregará el Premio si la agencia obtuvo un mínimo de 7 puntos. Si hubiera empate, se seleccionará la que tenga más puntos por obtener Oro, seguido de Plata, Bronce, o sea puntos obtenidos

según jerarquía de premios. *Se considera una agencia independiente aquella agencia que no pertenezca a una red o holding.

16. PUNTUACIÓN / ASIGNACIÓN DE PUNTOS.

| | |
|-----------|------------------|
| Finalista | 1 Punto |
| Bronce | 3 Puntos |
| Plata | 5 Puntos |
| Oro | 7 Puntos |
| Gran Jade | 10 Puntos |

CATEGORÍAS TÉCNICAS

| | |
|-----------|-----------------|
| Finalista | 1 Punto |
| Bronce | 3 Puntos |
| Plata | 5 Puntos |
| Oro | 7 Puntos |

CÁLCULO

Metal anula punto de finalista adjudicado anteriormente. Premio Gran Jade anula punto de metal adjudicado anteriormente.

OBSERVACIÓN: Puntos para AGENCIA DEL AÑO y AGENCIA DE MEDIOS DEL AÑO, cuando la pieza es inscrita por una agencia creativa y participa una agencia de medios, o viceversa, los puntos obtenidos se reparten en igual proporción para ambas.

CALIFICACIÓN

17. El Jurado Calificador reunido, examinará todas las piezas que están participando en el certamen y es el único responsable de otorgar los premios de Finalista, Bronce, Plata, Oro y los premios Gran Jade.

18. Los criterios a tomar en cuenta por el Jurado para calificar las piezas participantes se refieren a LA IDEA, LA EJECUCION Y LA RELEVANCIA.

19. Las piezas que conforman el listado de Finalistas son las que optarán a Oro, Plata y Bronce.

20. El Jurado Calificador tienen la potestad de declarar desierta una categoría si así lo considera, así como otorgar más de un premio del mismo metal dentro de una categoría.

21. La categoría Bien Público suma puntos para Agencia del Año, puede optar al Gran Jade de Bien Público.

JURADO CALIFICADOR

22. El Jurado Calificador estará integrado por prestigiosos profesionales extranjeros que trabajen en agencias de publicidad, quienes serán invitados especialmente para el efecto. Participarán jurados de Red y jurados de Agencias independientes.
23. Será responsabilidad del comité del Festival nombrar al Presidente del Jurado Calificador.
24. El Jurado Calificador tiene la potestad de unir o dividir categorías, según la participación en éstas, así como de reubicar pieza(s) inscrita(s) en cualquier categoría.
25. El Jurado Calificador tiene la potestad de descalificar del concurso la(a)s pieza(s) o campaña(s) publicitaria(s) que no cumpla(n) con las reglas o especificaciones técnicas establecidas.
26. El fallo del Jurado Calificador será definitivo e inapelable.
27. Se contará con una firma auditora, quien dará fe de lo actuado.

INSCRIPCIÓN DE PIEZAS

28. La inscripción debe realizarse únicamente **EN INTERNET**, en el portal del Festival de Antigua: www.festivaldeantigua.com, en la página de Premios Jade, sección Inscripciones, en donde encontrarán las fichas de inscripción. Es indispensable incluir toda la información que se solicita y seguir el procedimiento indicado. **DEBEN RECIBIR DE VUELTA LA CONFIRMACIÓN DE SU INSCRIPCIÓN.**
29. La información deberá presentarse de manera clara y exacta.
30. Deberá llenarse una ficha de inscripción por cada una de las piezas inscritas.
31. El Festival de Antigua se reserva el derecho de anular la inscripción de la(s) pieza(s) de publicidad que no cumplan con los lineamientos establecidos en estas bases. **EI FESTIVAL CONTACTARÁ A LOS CLIENTES A DISCRECIÓN PARA VALIDAR LA INFORMACIÓN DE LAS PIEZAS.**
32. Se considera como válida una inscripción una vez se haya recibido el pago total según piezas inscritas y se haya subido todo el material a Internet.

PRESENTACIÓN DE MATERIALES

Los materiales para todas las categorías deben enviarse vía Internet, a través del portal del Festival de Antigua.

33. **Para los materiales en video deben presentarse dos ediciones: Una con duración hasta de tres minutos y una segunda de 30 segundos máximo** para ser exhibida si la pieza resulta ganadora.
34. Para subir el material **video** en forma digital, se requieren las siguientes especificaciones: Archivo: mp4 o mov
Formato: H264 Resolución Mínima: 720x480
FPS: 30 Data rate: 5 Mbit/s (DVD)
Depth: Millions of Colors Audio: ACC Stereo 44100

35. Para **impresos**, boards, diseño y sus categorías técnicas, publicidad exterior, medios alternos y categorías especiales deben tomar en cuenta las siguientes especificaciones: Formato: JPG Modo: CMYK Resolución: 300dpi Tamaño: 60 cm x 40 cm Resolución mínima en pixeles: 7000px de alto o de ancho.

36. Para subir el material de **radio** y sus categorías técnicas: Formato: wav o aiff Resolución: 192 kbit/s Depth: 48 bits Deben subir en un documento WORD o PDF LOS TEXTOS DE CADA SPOT.

37. Medios **Digitales**, Internet deben enviar un video de cómo funciona el URL o indicar el link del sitio. Deben permanecer activos hasta el 15 de septiembre de 2016. Especificaciones: Archivo: mp4 o mov Formato: H264 Resolución Mínima: 720x480 FPS: 30 Data rate: 5 Mbit/s (DVD) Data rate mínimo: 3 Mbit/s Depth: Millions of Colors Audio: ACC Stereo 44100

38. Si la organización lo requiere, solicitará originales al responsable de la inscripción.

Deben enviarse a las oficinas de UGAP hasta el 19 de agosto: 5ª. Avenida 16-62, zona 10, Edificio Platina 4º nivel, Oficina 403 Teléfonos: (502) 2333-5967, 2333-6370 y 2363-0844.

39. Pueden inscribir piezas durante todo el período. Suban la(s) pieza(s) correspondiente(s) a la ficha que inscriben, según instrucciones y especificaciones.

40. Su inscripción quedará completa y aceptada el día en que ya hayan subido todas las piezas según fichas hayan abierto y que ya se haya efectuado pago correspondiente.

Inscripción **ÚNICAMENTE EN LÍNEA.**

Período de inscripción del 20 de julio al 26 de agosto

Una vez hecha la inscripción, no se permitirá ningún cambio ni se harán devoluciones.

El comité organizador se reserva el derecho de verificación de datos. El comité organizador se reserva el derecho de conservar las copias presentadas al evento y podrá dar divulgación de los nominados y ganadores por los medios que estime convenientes.

EL VALOR Y FECHAS VÁLIDAS DE INSCRIPCIÓN

INSCRIPCIÓN CON DESCUENTO hasta el 1 de agosto

Pieza individual US\$85

El descuento aplica **ÚNICAMENTE** si la inscripción queda pagada y las piezas quedan subidas según instrucciones de inscripción, EL 1 DE AGOSTO.

INSCRIPCIÓN del 2 de agosto al 19 de agosto

Pieza individual US\$100

Este valor aplica ÚNICAMENTE si la inscripción queda pagada y las piezas quedan subidas según instrucciones de inscripción EL 19 DE AGOSTO.

INSCRIPCIÓN CON RECARGO del 20 al 24 de agosto

Pieza individual US\$135

FORMAS DE PAGO

1. **Cheque en Quetzales** a nombre de UGAP, utilizando la tasa de cambio oficial del día. (Banco de Guatemala) Comunicarse a UGAP para verificar tasa de cambio.
2. **Giro bancario** en US\$ Dólares a nombre de UGAP.
3. **Pago en línea** con tarjeta de crédito VISA. Lo encuentras en el website del Festival de Antigua – www.festivalantigua.com –, en la pestaña de Premios Jade, la página de Inscripciones. Si paga por este medio le agradecemos agregar 3% al valor total de su inscripción.
4. **Pago con tarjeta de crédito** se aceptan únicamente tarjetas VISA. El cobro se hará en US\$ (dólares estadounidenses) El pago de las inscripciones de Premios JADE 2016 con tarjeta de crédito se realizará a través de un POS local ubicado en las oficinas de UGAP en Guatemala, para la cual se necesita la siguiente información:

I. Enviar correo electrónico a contabilidad@festivalantigua.com y colocar en el asunto "Pago TC (agencia) (país), con atención a Karin Romero de Velásquez, Contadora General de UGAP y Festival de Antigua.

I. En dicho correo deberá incluirse la siguiente información y adjuntos:

- a. Nombre del titular de la tarjeta
- b. Número de tarjeta
- c. Fecha de vencimiento o caducidad
- d. Scan (anverso y reverso) de la tarjeta. La tarjeta debe estar firmada.
- e. Carta autorizando al Festival Antigua/Premios JADE, evento organizado por la Unión Guatemalteca de Agencias de Publicidad, para hacer el cobro único por inscripción de piezas de forma manual (Ver referencia**).
- f. Pdf del pedido, resumen de inscripción con valores a pagar, para aplicar el cobro (generado por el sistema de inscripción.)

**** Referencia de la carta (e.):**

(Logotipo / Membrete / Encabezado)

A QUIÉN INTERESE

Por este medio autorizo a la Unión Guatemalteca de Agencias de Publicidad UGAP, organizadora de Festival Antigua y Premios JADE 2016, a que debiten de la tarjeta de crédito VISA, número _____ a nombre de _____ con fecha de caducidad o vencimiento _____ (mes/año), la cantidad de US\$ _____ (dólares estadounidenses) por concepto de inscripción de piezas para participar en el certamen denominado PREMIOS JADE. Adicionalmente, autorizo a que se haga cargo del 3% (tres por ciento) del monto indicado en el párrafo anterior en concepto de comisión de tarjeta de crédito. _____
Lugar y fecha _____

Firma de tarjetahabiente

Una vez recibido, se procesará el cobro. Se hará recargo del 3% sobre el total del pedido por comisión de Tarjeta de Crédito.

CONFIRMACIÓN: Se hará llegar, al correo con el que se registró para la inscripción de piezas a Premios JADE, el número de autorización de la transacción de la tarjeta de crédito. así como recibo electrónico correspondiente al pago, por parte UGAP.

5. Transferencia bancaria en US\$ Datos: CITIBANK, N. A. 111 Wall Street, N.Y. 10043 United States SWIFT CITIUS33 ABA 021000089 I/N/O BANCO REFORMADOR, S. A., GUATEMALA SWIFT (CTRC-GTGC) For further credit to 4171030877 I/N/O UGAP-FEST. ANTIGUA Si paga por medio de transferencia agradecemos agregar a su total US\$20 que cobra el banco por realizar la transacción.

Por ser UGAP una asociación no lucrativa y exenta de impuestos, únicamente se extiende RECIBO por donación, deducible del Impuesto sobre la Renta.

Más información en:

UGAP

(502) 2333-5967, 2333-6370 y 2363-0844.

www.festivaldeantigua.com

ugap@ugap.com

monica.escaler@festivaldeantigua.com

meches.munoz@festivaldeantigua.com



CALENDARIO

APERTURA DE INSCRIPCIONES:

Inscripción únicamente en línea a partir del 22 de julio de 2016.

FECHA LÍMITE DE INSCRIPCIONES:

24 de agosto de 2016.

Una vez hecha la inscripción, no se permitirá ningún cambio ni se harán devoluciones.

NO SE ACEPTARÁN INSCRIPCIONES DESPUÉS DE ESTA FECHA.

El comité organizador se reserva el derecho de verificación de datos.

El comité organizador se reserva el derecho de conservar las copias presentadas al evento y podrá dar divulgación de los nominados y ganadores por los medios que estime convenientes.

Podrán participar los materiales que hayan sido pautados entre el 7 de septiembre de 2015 y el 10 de agosto de 2016, y no haber sido inscritos en Premios Jade en años anteriores.

DESCUENTO POR INSCRIPCIÓN TEMPRANA

Hasta el 1 de agosto

Pieza individual US \$85

INSCRIPCIÓN

Del 2 al 19 de agosto

Pieza individual US \$100

INSCRIPCIÓN CON RECARGO del 20 al 24 de agosto

Pieza individual US \$135

FECHAS IMPORTANTES

DESCUENTO POR INSCRIPCIÓN TEMPRANA

Hasta el 1 de agosto

INSCRIPCIÓN PRECIO NORMAL

Del 2 al 19 de agosto

INSCRIPCIÓN CON RECARGO

Del 20 al 24 de agosto

SHORTLIST

02 de septiembre

CEREMONIA DE PREMIACIÓN

Sábado 03 de septiembre



PREMIOS ESPECIALES

AGENCIA DEL AÑO

La agencia será premiada con un título que la acredite como tal, luego de alcanzar la puntuación más alta del certamen. Si hubiera empate, se seleccionará la que tenga más puntos por obtener Oro, seguido de Plata, Bronce, o sea puntos obtenidos según jerarquía de premios.

RED DEL AÑO

Optan a este premio las redes de Agencias de Publicidad que tienen dos o más participantes pertenecientes a la misma red y que dos o más de ellas hayan obtenido un punto como mínimo.

RED DE MEDIOS DEL AÑO

Optan a este premio las redes de Agencias de Medios que tienen dos o más participantes pertenecientes a la misma red y que dos o más de ellas hayan obtenido un punto como mínimo.

PREMIOS PAÍS

Para entregar este premio deben estar participando dos o más agencias del país. La agencia debe haber acumulado la mayor cantidad de puntos entre las agencias participantes del país.

Sólo se entregará un Premio País y la agencia deberá haber obtenido como mínimo 7 puntos. Si hubiera empate, se seleccionará la que tenga más puntos por obtener Oro, seguido de Plata, Bronce, o sea puntos obtenidos según jerarquía de premios.

GRANDES JADES

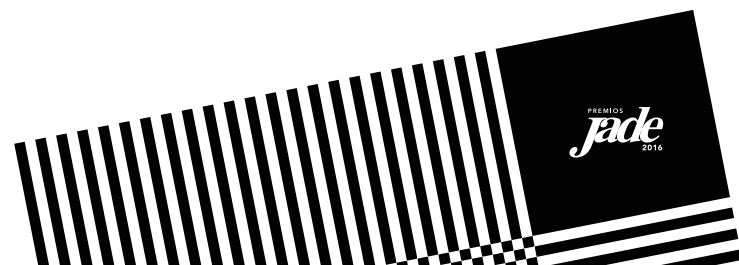
Premio que será otorgado por el Jurado Calificador a la campaña o pieza que considere la mejor de cada categoría (Cyber, Diseño Gráfico, Mercadeo Directo, Televisión, Uso de Medios, Mobile, Exteriores, Prensa, Promociones y Activaciones, Radio, Relaciones Públicas.)

Para participar no se debe hacer una inscripción adicional, ya que todas las piezas y campañas que ganan Oro en su categoría participan automáticamente.

Se otorgará el premio Gran Jade para Bien Público en cada una de las categorías (Cyber, Diseño Gráfico, Mercadeo Directo, Televisión, Uso de Medios, Mobile, Exteriores, Prensa, Promociones y Activaciones, Radio Y Relaciones Públicas.)

AGENCIA INDEPENDIENTE DEL AÑO - NUEVO PREMIO

Para optar a este premio tienen que existir dos o más participantes y cada uno de ellos debe haber obtenido un punto como mínimo. La Agencia Independiente del año debe haber acumulado la mayor cantidad de puntos entre las participantes. Sólo se entregará el Premio si la agencia obtuvo un mínimo de 7 puntos. Si hubiera empate, se seleccionará la que tenga más puntos por obtener Oro, seguido de Plata, Bronce, o sea puntos obtenidos según jerarquía de premios. *Se considera una agencia independiente aquella agencia que no pertenezca a una red o holding.





CONTACTO

UGAP

Información de compra de pasaportes, patrocinios y media partners:

(502) 2333-5967, 2333-6370 y 2363-0844

www.ugap.com

Directora Premios Jade

Información sobre inscripción de piezas y Premios Jade:

Monica Escaler

monica.escaler@festivaldeantigua.com

Contabilidad

Información sobre pagos, formas de pago,
solicitudes de factura y estados de cuenta:

Karin Romero

ugap@ugap.com

PREMIOS
Jade
2016