

PREMIOS ASPID DE CREATIVIDAD Y COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA DE SALUD Y FARMACIA XV EDICIÓN

1. Convocatoria

1.1 Los Premios Áspid, espacio iberoamericano de la publicidad farmacéutica, están organizados y convocados por Farmaindustria en Latino América bajo licencia Premios Áspid España.

1.2 Agencias y profesionales del mundo del diseño y la comunicación, así como los laboratorios farmacéuticos, otras instituciones o empresas de ámbito sanitario, pueden presentar sus obras a los Premios Áspid.

1.3 Se extiende la convocatoria para presentar los programas de adherencia a las mejores iniciativas desarrolladas en beneficio de los pacientes.

1.4 Los Premios Áspid en su XV edición en conjunto con la **Catedra Universidad de los Pacientes** convoca a la industria farmacéutica, las agencias de publicidad y organizaciones (asociaciones, federaciones, etcétera); a presentar los programas de adherencia, las mejores iniciativas desarrolladas en beneficio de los pacientes y los programas de adherencia que mejoren condiciones y calidad de vida, especialmente las iniciativas vinculadas a la innovación en el ámbito de las nuevas tecnologías y herramientas de comunicación.

TodosSomosPacientes reconocerán los mejores programas de adherencia a pacientes.

2. CONDICIONES GENERALES DE PARTICIPACION

2.1 Las obras tendrán que haber sido publicadas, difundidas o emitidas en Latinoamérica entre el 1º de julio del 2018 al 30 de julio del 2019.

También se aceptarán las obras publicadas, difundidas o emitidas en otros países que hayan sido producidas por agencias radicadas en Latinoamérica.

El concepto creativo y la estrategia de comunicación de todos los programas presentados, deberán haber sido realizados por el laboratorio y/o la agencia que presenta la obra.

2.2 Todos los programas y las campañas presentados deben corresponder, en su integridad, a las que realmente se publicaron, emitieron o difundieron, en plazo, en su divulgación pública al target al cual iba dirigida la campaña, y, por lo tanto, ninguna de las piezas puede pertenecer a materiales rechazados, bien por el cliente, o bien por las entidades reguladoras del ámbito sanitario correspondiente.

La organización de los Premios Áspid podrá auditar con la empresa anunciante, y en su caso, también con la agencia, las obras presentadas que resulten ganadoras, en especial, los Áspid Oro y Plata.

La organización de los Premios Áspid podrá anular cualquier premio conseguido donde se demuestre que la agencia o cliente no hayan cumplido aceptado en este punto, y también en aquellos casos en los que el cliente no valide las piezas presentadas. En dicho caso, se proclamará ganadora la segunda obra mejor valorada de la categoría, y así sucesivamente.

2.3 En las obras relacionadas con productos farmacéuticos o sanitarios, éstos deben difundirse y/o comercializarse habitualmente en el Canal Farmacia u Hospitalario.

2.4 En las obras relacionadas con productos nutricionales, hay que aportar el aval de la Secretaría de Salud y/o Cofepri.

2.5 Cada obra presentada deberá encuadrarse en alguna de las categorías de participación de estas bases.

2.6 Tendrán que abonarse los derechos correspondientes a cada categoría de participación en el mismo momento de la inscripción.

2.7 Si la obra se presenta a más de una categoría, deberán enviarse tantos ejemplares de la misma como a las categorías que desean ser inscritas. Lo mismo procede decir de las imágenes y videos que hay que subir a nuestro servidor.

2.8 Todos los materiales físicos, imágenes y audiovisuales presentados no se devolverán y quedarán en propiedad de los organizadores, que así mismo se reservan el derecho de exposición, reproducción y

utilización de los mismos para su divulgación pública. En el caso de que alguna obra, o parte de la obra, no deba exponerse o publicarse, o que se quiera recuperar tras la exposición de piezas el día de la Gala, deberá indicarse en el campo de observaciones en la ficha de inscripción, o bien, comunicarlo fehacientemente, por escrito, tal circunstancia, a la organización de los Premios Áspid.

2.9 Los organizadores de los Premios Áspid declinan toda responsabilidad respecto a la autenticidad de los datos expresados por los participantes en las fichas de participación.

2.10 La participación en esta convocatoria supone la total aceptación de estas bases.

3. PRESENTACION DE LAS OBRAS

3.1 Todas las obras presentadas se acompañarán de la correspondiente ficha de participación y la ficha resumen, que previamente habrán tenido que ser introducidas en los formularios de inscripción ubicados en Los formularios de inscripción deberán ser llenados con todos los datos que se solicitan. Se pide a los participantes completarlos con el máximo rigor y exactitud, ya que éstos serán utilizados para efectuar la proclamación pública de los premios y para su publicación en la web oficial de los Premios Áspid. En caso de no cumplir con estos requerimientos, la Organización declina toda responsabilidad. Solamente los datos reseñados en las fichas de participación serán los que figuren en los créditos de los premios.

3.2 Es condición indispensable para la admisión de las obras, subir al servidor de los Premios Áspid las imágenes y los videos de cada obra que se presenten en el Festival. Sólo se podrá subir un máximo de 10 imágenes por obra o campaña, exclusivamente en formato jpg, y un video explicativo para el Jurado, en formato mp4, que no deberá superar los 3 minutos de duración.

Si el video dura más de dos minutos, éste se editará de manera automática a los dos minutos. En el caso de la categoría de Audiovisuales, se podrán subir

dos videos: el explicativo para el Jurado, de dos minutos de duración, y el del audiovisual. En algunas categorías, se podrá subir al servidor un único archivo complementario o explicativo de la obra dirigido al Jurado. Dicho archivo ha de ser obligatoriamente en los formatos Word, pdf o PowerPoint.

3.3 Las obras físicas, con sus respectivas fichas de participación, así como el importe de sus derechos de inscripción más los impuestos aplicables, mediante transferencia electrónica y/o cheque bancario o transferencia bancaria a nombre de Farmaindustria S.A DE C.V, se remitirán a la dirección indicada en el punto 3.7.

3.4 Las obras no llevarán en ninguna parte (ni anversos ni reversos) el nombre o logotipo de la agencia o empresa que las presenta. Esto es aplicable también en los audiovisuales.

3.5 El término de recepción de las obras finalizará a las 18 horas del día 31 de julio del 2019. En el caso de presentación posterior a esta fecha, los derechos de inscripción sufrirán un incremento del 20%.

3.6 Las fichas de participación y la subida de imágenes y videos deben realizarse desde la web oficial de los Premios Áspid: www.

3.7 Las piezas físicas se deben enviar a la sede de la Farma Industria S.A. DE C.V Eje 3 Norte Calzada San Isidro 164, C-704, Col. Industrial San Antonio, C.P. 02760, Azcapotzalco mexico@premiosaspid.health-care

4. JURADO

4.1 El Presidente del Jurado y el Comité Ejecutivo de los Premios Áspid están facultados para efectuar el cambio de obras de una categoría a otra, si la consideran mal clasificada por la agencia o empresa que presente la campaña o pieza.

4.2 El Presidente y los Miembros del Jurado firmarán las Actas de Obras Ganadoras, la cuales estarán a disposición de los participantes hasta los diez días naturales después de la deliberación. En el acta se constará obligatoriamente la categoría votada, el título de la

obra premiada y la agencia o empresa que ha presentado la pieza o campaña.

4.3 Tanto los participantes, como el Comité Ejecutivo de los Premios Áspid, podrán solicitar la impugnación de cualquier obra galardonada. Para ello, se deberá remitir por escrito a la Organización los motivos fundamentados de tal solicitud. No se aceptarán solicitudes de impugnación de obras premiadas, una vez hayan transcurrido diez días naturales después de la comunicación oficial de los premios.

4.4 Una vez transcurrido el período de impugnación de obras, el veredicto del Jurado será inapelable.

5. ACTUACIÓN DEL JURADO

5.1 Criterio de valoración. Como norma general, el Jurado valorará la Creatividad desarrollada en la obra en base a la estrategia, los objetivos y el plan de acción definidas en la ficha de participación de la misma y/o contenido editorial si el caso lo requiere.

5.2 Cada miembro del Jurado valorará y votará presencialmente in situ las obras presentadas de las subcategorías en las que no esté vinculado.

Cada miembro del Jurado votará una única obra que considere 'como Áspid Oro' según su criterio. Una vez proclamado un premio Oro, se procederá de la misma manera para designar el Premio Áspid Plata entre las restantes obras de la subcategoría. En las subcategorías que entreguen un 'Diploma ganador' sólo podrá votar una única obra, o bien declararla desierta mediante su votación. De cada subcategoría serán ganadoras las obras con mayor número de votos. En caso de empates, el Jurado volverá a votar las obras que hayan quedado empatadas. Si persistiera el empate, se proclamarán ganadoras a las obras empatadas. En caso de que se otorguen dos Oros en una subcategoría por no haber podido desempatar, el Premio Plata de la subcategoría quedará eliminado.

5.3 Para que una subcategoría se considere desierta, han de votar en ese sentido un mínimo de tres cuartas partes de los miembros del Jurado con derecho a voto.

BASES

2. CONVOCATORIA 2018



5.4 Los miembros del Jurado solo podrán votar aquellas subcategorías en las que su empresa no haya presentado obra, es decir, en las que no estén vinculados directamente. En aquellos casos en los que un miembro del Jurado pertenezca a un grupo o holding empresarial, y dicho miembro no tenga obra presentada en la categoría, pero sí haya una obra de alguna agencia del Grupo, dicho miembro podrá votar la categoría, pero no podrá designar como ganadora la obra de dicha agencia del Grupo. En caso contrario, se invalidará su votación.

5.5 El Jurado no conocerá el nombre de las agencias, hasta que haya concluido la revisión y valoración de todas las obras de la subcategoría.

5.6 Concluido el proceso de votación de cada subcategoría y una vez declaradas las obras como ganadoras por parte del Presidente del Jurado, no se podrá volver a votar o reconsiderar la votación de la subcategoría.

5.7 Tanto el Presidente como los miembros del Jurado, evitarán emitir opiniones personales sobre las obras presentadas durante el proceso de valoración de cada subcategoría. La intervención activa del presidente se limitará exclusivamente a aquellos casos en los que surjan polémicas de clasificación de obras, empates, formas de presentación, etc.

6. PREMIOS

6.1 Campañas Dirigidas a Público y Pacientes. Los premios a las obras ganadoras se entregarán a las personas o entidades que figuren reseñadas como Autor y Cliente en la ficha de participación. La solicitud de más diplomas, así como de estatuillas Aspíd complementarias, se abonará aparte.

6.2 Los mejores programas de adherencia al tratamiento. En esta categoría y subcategoría se reconocerán las mejores iniciativas desarrolladas en beneficio de los pacientes para la mejora de la adherencia terapéutica y la promoción del uso responsable del medicamento a favor de la salud.

6.3 En esta categoría y subcategoría se encuadran obras relacionadas directamente con comunicación de productos farmacéuticos o sanitarios de Autocuidado y de venta sin receta, bajo todo tipo de soportes o canales. Para participar en esta subcategoría se debe presentar como mínimo tres elementos diferentes o canales diferentes de comunicación.

7. SECCIONES DE PARTICIPACION Y DERECHOS DE INSCRIPCION (sin impuestos).

CATEGORIAS

A-J OBRAS RELACIONADAS CON ADHERENCIA AL TRATAMIENTO

Las mejores iniciativas desarrolladas en beneficio de los pacientes y los programas de adherencia que mejoren condiciones y calidad de vida, especialmente las iniciativas vinculadas a la innovación en el ámbito de las nuevas tecnologías y herramientas de comunicación.

K-O OBRAS RELACIONADAS CON PRODUCTOS DE AUTOCUIDADO Y DE VENTA SIN RECETA

2.3 En las obras relacionadas con productos farmacéuticos o sanitarios, éstos deben comercializarse habitualmente en el Canal Farmacia u Hospitalario.

PREMIO ESPECIAL ONG DEL AÑO

ASPID de Publicidad Iberoamericana de Salud y Farmacia 2012 entregará el PREMIO ESPECIAL ASPID a la Organización no Gubernamental (ONG), cuya actividad haya sido destacada y esté encaminada a la prevención, ayuda y promoción de la Salud en la comunidad sin fines de lucro.

*Catedra Universidad de los Pacientes
Es una catedra Corporativa en la Universidad Anáhuac de Farma industria.

CATEGORIAS

A – J. Obras relacionadas con programas de Adherencia. Los programas de adherencia que se podrán inscribir serán sobre los siguientes padecimientos en el ámbito de estas diez enfermedades se valorarán los distintos

programas.

- A. Cáncer. Campaña integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
- B. Leucodistrofias (Aspid Oro y Plata) \$ 495
- C. Enfermedades raras (Aspid Oro y Plata) \$ 495
- D. Pediatría Campaña integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
- E. Epilepsia Campaña integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
- F. Esclerosis múltiple Campaña integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
- G. Diabetes Campaña integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
- H. Cardiopatías Campaña integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
- I. Respiratorias Campaña integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
- J. Reumatoides Campaña integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495

SUBCATEGORIAS

Mejor. Mejor desarrollo web o aplicación.
Mejor iniciativa o campaña en el ámbito de las redes sociales.
Mejor iniciativa de servicio al paciente.
Mejor iniciativa de concienciación social o fomento al padecimiento.
Mejor Iniciativa preferida por asociaciones de pacientes.
Mejor iniciativa Pacientes Sociedad.
Mejor Audiovisual.
Mejor Juego Entretenimiento.
Mejor Visual en Farmacias Exteriores y/o Carteleras

K-O Obras relacionadas con productos de Autocuidado y venta sin receta
K1- Campaña integral de promoción de producto (Aspid Oro y Plata) \$ 495
L 1- Spots TV. Campaña integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
M 1 Influencers integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
N 1 Campaña de Productos Farmacéuticos o Sanitarios (OTC) integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
O 1 Cuidado Infantil integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495

SUBCATEGORIAS

B3- Anuncios en Prensa.
B4- Audiovisuales sobre producto.
B5- Comunicación Digital.
B6- Publicidad exterior.

PREMIO ESPECIAL ONG DEL AÑO (sin coste)

ASPID de Publicidad Iberoamer-

icana de Salud y Farmacia 2012 entregará el PREMIO ESPECIAL ASPID a la Organización no Gubernamental (ONG), cuya actividad haya sido destacada y esté encaminada a la prevención, ayuda y promoción de la Salud en la comunidad sin fines de lucro.

OBSERVACIONES GENERALES

1.Campaña Integral: Se entiende como Campaña Integral aquella campaña en la que se presenten, como mínimo, dos o tres (depende de la categoría) elementos diferentes o canales diferentes de comunicación, como, por ejemplo: anuncios en prensa, folletos de visita, productos editoriales, otros recursos de visita, audiovisuales, Spots, marketing directo, publicidad exterior, visuales en farmacias, acciones online, digital y plataformas en Internet, elementos multimedia, stands. En las Campañas Integrales, es aconsejable subir al servidor un video explicativo de la obra en formato MP4 y cuya duración no supere los dos minutos.
2.En todas las subcategorías digitales, exceptuando la de banners, es aconsejable subir al servidor un video explicativo de la obra en formato MP4 y cuya duración no supere los dos minutos.
3.Las campañas de productos alimenticios o nutricionales han de haber sido avaladas por la EFSA (European Food Safety Authority) www.efsa.europa.eu/
4.En las obras que haya que valorarlas a través de Internet, hay que indicar en el boletín de inscripción la dirección electrónica del sitio, así como las claves de acceso, en su caso.
5.Las obras presentadas, tanto gráficas como audiovisuales, no deben incluir ninguna etiqueta o imagen que pueda identificar a la agencia o empresa que presenta la obra.
6.Todas las impresiones en soporte rígido (foams) deben tener un tamaño máximo de DIN-A3.
7.Los audiovisuales explicativos para el Jurado no pueden sobrepasar los dos minutos de duración. Si sobrepasa ese tiempo se cortará su visualización a los dos minutos.

Mejor Juego Entretenimiento.
Mejor Visual en Farmacias Exteriores y/o Carteleras

K-O Obras relacionadas con productos de Autocuidado y venta sin receta
K1- Campaña integral de promoción de producto (Aspid Oro y Plata) \$ 495
L 1- Spots TV. Campaña integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
M 1 Influencers integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
N 1 Campaña de Productos Farmacéuticos o Sanitarios (OTC) integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495
O 1 Cuidado Infantil integral (Aspid Oro y Plata) \$ 495

ASPID DE PLATINO

Este premio se otorgará, según votación del Jurado de Creatividad, entre los Oros de

esta edición, exceptuando los de las categorías C y D. En caso de empate, el Jurado volverá a votar sobre las obras empatadas hasta proclamar el ganador. En caso de empate, el voto de calidad del Presidente del Jurado, designará la obra ganadora. En el caso de que el Presidente del Jurado estuviera vinculado con alguna de las obras a desempatar, el voto de desempate correrá a cargo del Comité Ejecutivo de los Premios Aspíd.

PREMIO ESPECIAL AL ANUNCIANTE DEL AÑO

Este premio se otorgará a aquel anunciante que haya conseguido más premios Aspíd en total. En caso de empate, será ganador aquel anunciante que haya conseguido más oros, platas, etc.
Para resolver dudas y consultas: Farma Industria /Farma Conventions
Director General Ángel Bosch Torrano
Premios Áspid de Publicidad Iberoamericana de Salud y Farmacia
TEL. 75 89 93 13/53 53 75 49/ 59/ E-Mail: a.bosch@omat.org.mx
E-Mail: mexico@premio-saspid.healthcare

