



Reglamento Festival Volcán 2017

PROPIEDAD, RESPONSABILIDAD Y COORDINACIÓN DEL FESTIVAL

1. El Festival Creativo Volcán (conocido como Festival Volcán), es el Certamen Creativo de la industria de la comunicación comercial. Es de propiedad, organización y responsabilidad de la Asociación Comunidad de Empresas de Comunicación Comercial de Costa Rica- conocida en adelante como “**COMUNIDAD**” - (cédula 3-002-056978). El año 2017 representa la Quinceava Edición del Certamen. Se invita a participar en este concurso a los países de Centroamérica, Caribe y Suramérica.

El Festival consiste en la premiación a los mejores trabajos creativos de la industria de la comunicación comercial, realizados en los países participantes, y hechos públicos en un medio de comunicación, en el período que se mencionará.

2. COMUNIDAD ha designado un comité organizador, conocido como “Comité”, nombrado por la Junta Directiva, que se encargará de ejecutar y tomar las decisiones correspondientes para la realización del Festival.
3. La premiación se lleva a cabo anualmente, y se conoce como “FESTIVAL CREATIVO VOLCÁN”.
4. El objetivo del festival es realizar un concurso donde se premie y estimule la excelencia en la creatividad de la comunicación comercial en la región, mediante el reconocimiento a los mejores trabajos creativos.
5. El reconocimiento o premiación se hará entregando estatuillas y certificados a los mejores trabajos inscritos en el Festival, según la calificación otorgada por el Jurado.
6. El concurso inicia con la inscripción de las piezas o casos participantes **en idioma idioma inglés**, que posteriormente se someterán a conocimiento y criterio de un Jurado Internacional, todo en la forma que este reglamento indica; y finalizará con la entrega de los premios a las mejores piezas.

INSCRIPCIÓN DE PIEZAS Y CASOS PARTICIPANTES

7. Podrán participar todos los anuncios y/o estrategias creados y producidos en los países participantes, divulgados o publicados en medios de comunicación **por primera vez**



entre el primero de marzo de 2016 y el quince de marzo de 2017 (ambas fechas inclusive).

8. Las piezas o casos podrán ser inscritos por la agencia de publicidad, la agencia de relaciones públicas, la agencia de BTL, la central de medios, la agencia digital, la productora, el cliente propietario de la pieza, la agencia de diseño, los Estudiantes (en su categoría), fotógrafos e ilustradores; únicamente y sin excepción las piezas participantes serán inscritas por empresas / personas involucradas en la creación de la pieza / caso.
9. Las piezas se inscribirán por medio de la pagina web del Festival del 1 al 20 de febrero de 2017, en período ordinario y del 21 de febrero al 10 de marzo de 2017, en período extraordinario.

RUBROS, CATEGORÍAS Y PREMIOS

10. Las piezas participarán según el Rubro y la Categoría a la que pertenecen.
11. Cada Rubro se divide en categorías, tal y como se explica en detalle más adelante. Cada pieza o caso deberá ser inscrito en su correspondiente rubro y categoría. Una misma pieza puede ser inscrita en más de una categoría, si aplica.
12. Se entregarán los siguientes premios:

Certificado de Finalista por cada categoría

Tercer lugar para cada categoría: Certificado Volcán de Bronce (se entrega después de la premiación)

Segundo lugar para cada categoría: Volcán de Plata

Primer lugar para cada categoría: Volcán de Oro

Mejor trabajo para cada uno de los Rubros: Gran Volcán de Oro

Empresa de Comunicación del Año

Empresa de Comunicación Independiente del Año

Productora del Año

Red del Año

Mejor Trabajo del Festival

13. En el caso del Rubro CATEGORÍAS TÉCNICAS AUDIOVISUALES, se entregará un reconocimiento Finalista, Bronce, Plata y Oro para la Productora y otro para la Empresa



de Comunicación que co-creó el comercial. No existe premio Gran Volcán de Oro para este Rubro.

14. Asignación de Grandes Volcanes de Oro a Empresas del Año: El Gran Volcán de Oro a: la Empresa de Comunicación del Año y a la Empresas de Comunicación Independiente del año será asignado por el puntaje que cada premio otorga; es decir, cada finalista y/ o premio que una empresa obtenga, sumará determinada cantidad de puntos. El rubro Categorías Técnicas Audiovisuales sólo será tomado en cuenta para la sumatoria de Productora del Año.
15. Las piezas o casos que obtengan la mayor calificación, asignada por los Jurados Internacionales, serán los acreedores de los premios.
16. Los puntos que cada finalista ó premio asigna a la empresa de comunicación / productora, según corresponda, son los siguientes:

- **FINALISTA: UN PUNTO**
- **BRONCE: CINCO PUNTOS**
- **PLATA: DIEZ PUNTOS**
- **ORO: QUINCE PUNTOS**
- **GRAN VOLCAN DE ORO: VEINTE PUNTOS**
- **GRAN VOLCAN DEL FESTIVAL: VEINTICINCO PUNTOS**

**** Las piezas Finalistas que obtengan un reconocimiento: Bronce, Plata u Oro, perderán el punto que recibieron al ser Finalistas.**

17. A continuación se presentan los rubros y sus respectivas categorías:



RUBROS Y SUS CATEGORÍAS

A. AUDIOVISUAL

Productos y servicios

La longitud máxima en estas categoría es de 180 segundos. Participa todo audiovisual cuyo fin haya sido anunciar en TV o Cine algún producto o servicio.

1. **Alimentos y bebidas:** comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol.
2. **Bebidas alcohólicas:** todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol
3. **Hogar / oficina / electrónica:** electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación.
4. **Uso personal:** cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos.
5. **Vehículos / afines:** vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios.
6. **Negocios al público:** negocios varios, supermercados, tiendas de departamentos, centros comerciales.
7. **Banca / seguros / servicios públicos, imagen corporativa / estado:** tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros. Servicios públicos. Concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono. Imagen corporativa, entes, organismos estatales.
8. **Medios / entretenimiento:** estaciones de tv, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos.
9. **Restaurantes y comidas rápidas:** incluyen todos los tipo de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares.
10. **Bien social:** pieza en beneficio o apoyo de una causa.



Categorías especiales

11. **Pantallas públicas y eventos:** videos mostrados en recintos deportivos, festivales, lanzamientos, expos, trade shows, vallas digitales y aviones, entre otros.
12. **Pantallas privadas y eventos:** videos mostrados en premiaciones, seminarios, presentaciones internas de empresas, oficinas y pantallas o muppies ubicados en áreas bajo techo.
13. **Pantallas personales:** videos y videos interactivos hecho específicamente para aparatos personales como móviles y tabletas.
14. **Micro-films:** videos cortos hechos específicamente para plataformas digitales tales como Vine, Instagram, GIF's, etc, deben tener una duración menos a un minuto.
15. **Branded Content y entretenimiento:** films creados por o para una marca, que fueron publicados en internet, TV o cine; normalmente en la forma de un documental, película de ficción o video musical. No necesariamente la marca aparece en el video, eliminar los créditos.

Técnicas de producción

16. Dirección.

17. Dirección de arte.

18. Dirección de fotografía.

19. Guión.

20. Edición.

21. Animación y efectos especiales: 2D, 3D, post-producción.

22. Musicalización

23. Diseño de sonido.



B. PRENSA

Participan todas las piezas cuyo fin haya sido anunciar en periódicos, revistas e insertos, algún producto o servicio.

Productos y servicios

1. **Alimentos y bebidas:** comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol.
2. **Bebidas alcohólicas:** todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol.
3. **Hogar / oficina / electrónica:** electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación.
4. **Uso personal:** cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos.
5. **Vehículos / afines:** vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios.
6. **Negocios al público:** negocios varios, supermercados, tiendas de departamentos, centros comerciales.
7. **Banca / seguros / servicios públicos, imagen corporativa / estado:** tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros. Servicios públicos. Concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono. Imagen corporativa, entes, organismos estatales.
8. **Medios / entretenimiento:** estaciones de tv, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos.
9. **Restaurantes y comidas rápidas:** incluyen todos los tipos de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares.
10. **Bien social:** pieza en beneficio o apoyo de una causa.



Categorías especiales

11. **Print original y publicaciones: portadas:** participan portadas creadas para medios impresos como periódicos, revistas, etc.

Técnicas de producción print

12. **Fotografía.**

13. **Ilustración.**

14. **Copy.**

15. **Tipografía.**

16. **Dirección de arte.**



C. RADIO

Participan todas las cuñas cuyo fin haya sido anunciar algún producto o servicio.

Productos y servicios

1. **Alimentos y bebidas:** comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol.
2. **Bebidas alcohólicas:** todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol
3. **Hogar / oficina / electrónica:** electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación.
4. **Uso personal:** cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos.
5. **Vehículos / afines:** vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios.
6. **Negocios al público:** negocios varios, supermercados, tiendas de departamentos, centros comerciales.
7. **Banca / seguros / servicios públicos, imagen corporativa / estado:** tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros. Servicios públicos. Concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono. Imagen corporativa, entes, organismos estatales.
8. **Medios / entretenimiento:** estaciones de tv, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos.
9. **Restaurantes y comidas rápidas:** incluyen todos los tipo de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares.
10. **Bien social:** pieza en beneficio o apoyo de una causa.

Técnicas de producción de radio

11. Musicalización

12. Diseño de sonido.

13. Guión.



D. EXTERIORES

Para todas las categorías es necesario adjuntar fotografías de la pieza debidamente colocada en el medio.

Productos y servicios

1. **Alimentos y bebidas:** comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol.
2. **Bebidas alcohólicas:** todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol.
3. **Hogar / oficina / electrónica:** electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación.
4. **Uso personal:** cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos.
5. **Vehículos / afines:** vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios.
6. **Negocios al público:** negocios varios, supermercados, tiendas de departamentos, centros comerciales.
7. **Banca / seguros / servicios públicos, imagen corporativa / estado:** tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros. Servicios públicos. Concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono. Imagen corporativa, entes, organismos estatales.
8. **Medios / entretenimiento:** estaciones de tv, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos.
9. **Restaurantes y comidas rápidas:** incluyen todos los tipos de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares.
10. **Bien social:** pieza en beneficio o apoyo de una causa.



Categorías especiales

- 11. Exteriores fijos:** participan todas las piezas que se colocaron en espacios publicitarios previamente establecidos por los medios, tales como: vallas, mupis, tapias, paradas de bus, banderolas en centros comerciales, etc.
- 12. Afiches:** participan todos los afiches que se colocaron en espacios exteriores e interiores (tiendas, hospitales, escuelas, bancos, oficinas, exhibiciones, galerías, etc.)
- 13. Ambiente pequeña escala:** participan todas las formas no estándar de publicidad exterior de pequeña escala, entre ellas: lentes, ceniceros, fósforos, espejos de baño, tarjetas postales, stickers, flyers, floor stickers, globos, regalías promocionales y cualquier otro recurso ya sea en exteriores o dentro del punto de venta.
- 14. Ambiente gran escala:** participan todas las formas no estándar de publicidad exterior de gran escala, entre ellas: instalaciones, exhibiciones, proyecciones, modificaciones al punto de venta, edificios o algún otro elemento del paisaje. Se incluye también la publicidad que utiliza medios de transporte tales como taxis, autos particulares, buses, trenes, aviones, etc.
- 15. Experiencial:** participan las activaciones, demostraciones, eventos, juegos, pantallas y cualquier otra presentación en vivo que involucre la participación del consumidor.
- 16. Técnicas de producción:** participan todos los exteriores que se destaquen por sus características técnicas en aspectos como el copy, ilustración, fotografía y tridimensionalidad.



E. DIGITAL

Productos y servicios

Participan todas las campañas que hayan sido diseñadas basadas en una experiencia digital.

1. **Alimentos y bebidas:** comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol.
2. **Bebidas alcohólicas:** todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol
3. **Hogar / oficina / electrónica:** electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación.
4. **Uso personal:** cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos.
5. **Vehículos / afines:** vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios.
6. **Negocios al público:** negocios varios, supermercados, tiendas de departamentos, centros comerciales.
7. **Banca / seguros / servicios públicos, imagen corporativa / estado:** tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros. Servicios públicos. Concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono. Imagen corporativa, entes, organismos estatales.
8. **Medios / entretenimiento:** estaciones de tv, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos.
9. **Restaurantes y comidas rápidas:** incluyen todos los tipo de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares.
10. **Bien social:** estrategia en beneficio o apoyo de una causa.



Categorías especiales digital

- 11. Campaña web:** participan solamente la campañas para web que tengan más de dos ejecuciones.
- 12. Plataformas web:** participan los websites permanentes, micrositiros temporales y las aplicaciones o servicios web diseñados para incrementar la cercanía y experiencia de las personas con la marca.
- 13. Anuncios online:** participan los banners web y las soluciones innovadoras para la publicidad online.
- 14. Video online:** en esta categoría solo se tomarán en cuenta los videos creados para ser publicados en internet, si el video también fue transmitido en TV y cines NO pueden participar en esta categoría, incluye video virales (videos creados con la intención principal de ser compartidos por los usuarios online).
- 15. Social:** participan las piezas que hayan sido creadas para redes sociales con fines como generar involucramiento, adaptar el negocio de la marca al medio, obtener respuesta ante una situación o causa y fomentar la creación de contenido por parte del target. También participan las piezas que se destaquen por realizar un uso innovador de la red social seleccionada..
- 16. Juegos:** participan los juegos creados para una marca y que funcionen en plataformas sociales. No participan los juegos que no tienen relación con alguna marca.
- 17. Tecnología:** participan las herramientas, aplicaciones o servicios que mediante el uso innovador de tecnología lograron aumentar el valor de la marca y mejorar el estilo de vida de los usuarios. Participan también exhibiciones, pantallas digitales y representaciones visuales que se destaquen por su uso de la tecnología.
- 18. Craft:** participan las piezas que se destaquen por sus características técnicas en aspectos como la interfaz, navegación, experiencia de usuario, manera de contar una historia, animación, ilustración, diseño gráfico, uso de imágenes, uso de video, uso de música, copys, uso innovador de tecnología y diseño en general.



F. MÓVIL

La comunicación entre marca - cliente hoy en día ya no tiene barreras. Las nuevas tecnologías móviles surgen como herramientas cada día más innovadoras para que las marcas ya no tengan impedimentos en llegar a sus clientes.

Por eso el rubro de móvil busca reconocer la creatividad que ha sido inspirada por los dispositivos móviles. Se juzgará la idea y creatividad por sobre los resultados que haya obtenido con la ejecución.

Productos y servicios

Participan todas las campañas que hayan sido diseñadas basadas en una experiencia digital.

1. **Alimentos y bebidas:** comidas, lácteos, golosinas, snacks y bebidas sin alcohol.
2. **Bebidas alcohólicas:** todas las bebidas alcohólicas, incluidas cervezas sin alcohol
3. **Hogar / oficina / electrónica:** electrodomésticos, muebles, accesorios y pinturas, higiene doméstica, electrónica, equipos de audio, video y/o computación.
4. **Uso personal:** cosmética, perfumería, vestimenta, accesorios personales, higiene personal, salud, artículos medicinales y farmacéuticos.
5. **Vehículos / afines:** vehículos (automóviles, camiones, motocicletas, lanchas), accesorios, repuestos, lubricantes, motores fuera de borda, talleres y servicios.
6. **Negocios al público:** negocios varios, supermercados, tiendas de departamentos, centros comerciales.
7. **Banca / seguros / servicios públicos, imagen corporativa / estado:** tarjetas de crédito, bancos, servicios financieros, seguros. Servicios públicos. Concesiones, telefónicas, servicios postales, agua, luz, teléfono. Imagen corporativa, entes, organismos estatales.



8. **Medios / entretenimiento:** estaciones de tv, radio, programas, periódicos, revistas, libros, enciclopedias, fascículos, parques recreativos, entretenimientos.
9. **Restaurantes y comidas rápidas:** incluyen todos los tipo de restaurantes y cadenas de comidas rápidas, cafés y bares.
10. **Bien social:** pieza en beneficio o apoyo de una causa.

Categorías especiales móvil

11. **Uso de tecnología:** participan las piezas que se destaquen por el uso de aspectos como la geolocalización, realidad aumentada, QR codes, redes, tecnología innovadora, etc.
12. **Web y aplicaciones:** participan los sitios web y aplicaciones diseñados especialmente para dispositivos móviles, así como sitios web adaptados para ellos (si este fuera el caso, es necesario un caso en el que se muestre los atributos únicos que solo están presentes en la versión para móviles). Participan también los banners, anuncios y otros rich media diseñados especialmente para teléfonos celulares, smartphones, tabletas y cualquier otro dispositivo móvil. Se incluyen en esta categoría las campañas que utilizaron solamente SMS, MMS y correo electrónico para uso en celulares.
13. **Apps:** cualquier aplicación (nativa, hibrida, basada en web o pre-instalad) diseñada para dispositivos móviles o Smart TV's, que puedan ser acusadas por la web o descargadas desde un app store o cualquier otro tipo de plataforma para la distribución de software.
14. **Juegos:** participan los juegos hechos por marcas diseñados para jugarse en teléfonos celulares, smartphones, tabletas y cualquier otro dispositivo móvil. No participan juegos que no estén relacionados con una marca de productos o servicios, ONG, fundación, etc.
15. **Social:** participan las piezas diseñadas para funcionar en redes sociales a través de dispositivos móviles con el fin de hacer crecer una comunidad, obtener respuesta ante una situación o causa y fomentar la creación de contenido por parte del target. También participan las piezas que se



destaquen por realizar un uso innovador de los dispositivos móviles en las redes sociales. Es necesario presentar un caso que muestre como la campaña en redes sociales fue implementada en las plataformas móviles.

- 16. Craft:** participan las piezas que se destaquen por sus características técnicas en aspectos como la interfaz, navegación, diseño, copys, imágenes, video, sonido y uso de la información para envolver al usuario en una experiencia que resulte en una mejor relación con la marca.



G. Directo

Podrán participar en este rubro todas aquellas piezas/campañas que:

- Demuestren cuantitativamente o cualitativamente el logro de los objetivos planteados en el momento de su creación.
- Estén dirigidas a un target/destinatario determinado por base de datos, o que sirvan para recabar datos de manera personalizada (uno a uno)
- Persigan un objetivo de marketing/comunicación determinado (fidelización, retención, crear relaciones, solicitud de entrevistas).
- Tengan un medio de respuestas (un número 800, site, cupón, etc.) que deba ser utilizado para participar de la acción (entrega de datos)

1. Uso del mercadeo directo

En esta categoría se evaluará específicamente como el medio fue usado para obtener una respuesta por parte de los consumidores. Para lograrlo, pueden haberse usado muestras de producto, tarjetas, invitaciones, volantes, stickers, entre otros. Participan también activaciones en la vía pública y mensajes distribuidos en TV, radio, exteriores y prensa.

2. Mercadeo directo social y digital

Participan las piezas que para obtener una respuesta de los consumidores hayan utilizado sitios web, micro sitios, buscadores, banners, envíos de correos electrónicos, realidades aumentadas, QR codes, juegos, aplicaciones, widgets, bluetooth, mms, sms, gps, reproductores de mp3, teléfonos, tabletas, redes sociales, etc.

3. Estrategia

En esta categoría se premiarán las mejores estrategias para atraer clientes, retención de clientes, bajo presupuesto y lanzamiento de producto. También participan lanzamientos de nuevos productos o servicios, así como campañas internas diseñadas, para la fidelización de los públicos internos.



4. Craft

El jurado deberá considerar si el craft del trabajo le aporta algo a la idea o a la ejecución, esto puede ser por ejemplo: tomar en cuenta copy o diseño, así como la parte emocional o de comportamental en la respuesta del público a la misma.



H. Promoción

Podrán participar todas aquellas piezas/campañas que hayan sido creadas con el objetivo de activar y promover la venta de un producto o servicio durante un período determinado de tiempo, generar conocimiento y uso de marca, y/o fidelidad, teniendo en cuenta el público al que está dirigida la acción y los objetivos de la misma.

1. Uso de la promoción

En esta categoría se evaluará específicamente como el medio fue usado para activar y promover la venta del producto o servicio. Para lograrlo pueden haberse usado activaciones, eventos deportivos, festivales musicales, eventos corporativos, máquinas dispensadoras, pantallas digitales, medios exteriores, acciones guerrilla, elementos de pequeña escala (volantes, stickers, muestras de producto, etc), elementos de gran escala (vallas, vallas troqueladas o 3D, edificios, etc.), juegos, concursos, medios tradicionales (TV, radio, prensa y cine) y el patrocinio de una celebridad.

2. Promoción digital y social

Participan las piezas que para promover la venta del producto o servicio utilizaron medios sociales o digitales. Para lograrlo, pueden haber usado sitios web, micrositiros, buscadores, envíos de correos electrónicos, juegos, pantallas digitales, realidad aumentada, códigos QR, aplicaciones, bluetooth, mms, sms, gps, teléfonos, tabletas, blogs y redes sociales.

3. Estrategia

Campañas desarrolladas para el lanzamiento o relanzamiento de un producto o servicio al mercado.

4. Patrocinios

Campañas que utilizan el patrocinio para la promoción de un evento, ejemplo: deportes, música, entretenimiento, etc.



I. Relaciones Públicas

Cada inscripción en este Rubro se presenta como un caso, en un video con una duración máxima de 3 minutos.

1. **Manejo de crisis:** estrategias de comunicación desarrolladas para prever y manejar el impacto en la imagen de una organización que se enfrenta a una crisis de opinión.
2. **Comunicación interna:** estrategias diseñadas para impactar positivamente la relación entre la organización y sus colaboradores.
3. **Relaciones con los medios:** estrategias desarrolladas para promover publicaciones positivas de una organización, producto o servicio a través de los medios informativos de comunicación: periódicos, revistas, radio, televisión y medios electrónicos.
4. **Responsabilidad social:** estrategias enfocadas en cualquiera de los ámbitos que comprende la responsabilidad social empresarial / corporativa.
5. **Relaciones business to business:** estrategias desarrolladas para crear o fortalecer relaciones con socios de negocios.
6. **Relaciones business to consumer:** estrategias desarrolladas para crear o fortalecer relaciones con los consumidores.
7. **Digital y social:** participan las campañas o estrategias de PR que utilizaron plataformas digitales y sociales (sitios web, micrositios, buscadores, envíos de correos electrónicos, juegos, pantallas digitales, realidad aumentada, códigos QR, aplicaciones, bluetooth, mms, sms, gps, teléfonos, tabletas, blogs y redes sociales) para generar involucramiento, obtener respuesta ante una situación o causa y fomentar la creación de contenido por parte



del público. También participan las que se destaquen por realizar un uso innovador de la red social seleccionada.

8. **Asuntos públicos y lobby:** estrategias desarrolladas para influir o informar en la agenda política, utilizando ya sea el lobby o estrategias de asuntos públicos más amplias.
9. **Eventos:** estrategias de RP que utilizan competencias, juegos promocionales, eventos, arte callejero, guerrilla de marketing, eventos corporativos, eventos de lanzamiento, etc, para ayudar a construir el valor y la reputación de una marca o para comunicar proyectos como parte de una estrategia más amplia de RP.
10. **Shows en vivo, conciertos y festivales:** estrategias de RP que utilizan conciertos, festivales, eventos deportivos, exhibiciones, transmisión online en vivo, etc, para ayudar a construir el valor y la reputación de una marca o para comunicar proyectos como parte de una estrategia más amplia de RP.
11. **Lanzamiento y relanzamientos:** estrategias de RP desarrolladas para el lanzamiento o relanzamiento de un producto o servicio.
12. **Sin fines de Lucro:** Campañas cuya estrategia está dirigida a resolver problemas sociales y cuyo objetivo es contribuir al beneficio de algún grupo social determinado.



J. Medios

Participan todas las piezas que hayan utilizado un medio de comunicación de manera innovadora, también las piezas que hayan utilizado medios nuevos.

1. Uso de los medios offline

Participan las piezas que se hayan destacado por un uso innovador de medios como cine, TV, otras pantallas (exteriores, interiores, de avión, etc.), radio, periódicos, revistas, vallas, mupis, paradas de bus, banderolas, volantes, stickers, edificios, comercios, activaciones, conciertos, eventos en vivo, etc.

2. Uso de los medios online

Participan las piezas que se hayan destacado por un uso innovador de medios como webistes, micrositos, buscadores, banners, mensajería instantánea, juegos, realidad aumentada, apps, widgets, blogs, redes sociales,



K. Diseño

En esta categoría participan todas las piezas o campañas que hayan utilizado el diseño para influenciar al consumidor, favoreciendo con éste la comunicación del mensaje del producto y la marca.

1. Diseño gráfico

Logos, afiches, volantes, invitaciones, tarjetas postales, tarjetas de felicitación, calendarios, libros, artículos promocionales, catálogos, brochures, tarjetas de presentación, estuches de disco, reportes anuales y elementos para ser usados en TV (súpers, cortinas, títulos, etc.).

2. Craft

Participan las piezas que se destaquen por su características técnicas en ilustración, tipografía, fotografía, o diseño de sonido.

3. Digital

Participan elementos online y offline: websites, micrositos, apps, pantallas digitales, instalaciones digitales, etc.

4. Diseño ambiental

Participan las estructuras nuevas o las modificaciones realizadas en los puntos de venta, ya sea de manera temporal o permanente, que además de ser funcionales tengan como objetivo el aumentar la experiencia del cliente con la marca y por supuesto, las ventas. Se incluyen las también las activaciones y exhibiciones realizadas en lugares públicos y eventos como festivales, conciertos, etc.

5. Empaques

Participan los empaques diseñados especialmente para promocionar o exhibir un producto de manera temporal o permanente.



L. Integrado

En esta categoría podrán participar las campañas multi-plataforma que en su desarrollo hayan utilizado distintos tipos de medios y que a su vez fueron capaces de acercar el target a la marca a través de una experiencia integral (mínimo debe hacer un medio online y uno offline).

O. Gran volcán a la productora del año

Productora con mayor número de puntos acumulados en la categoría técnicas de producción audiovisual. Deberán haber ganado al menos un Volcán de Oro en este rubro.

P. Gran volcán a la empresa de comunicación independiente del año

Gana la empresas de comunicación sin afiliación internacional, que obtenga mayor número de puntos acumulados en todas las categorías participantes (excepto en técnicas audiovisuales).

Q. Gran volcán a la empresa de comunicación del año

Empresa de Comunicación con afiliación internacional, que obtenga el mayor número de puntos acumulados en todas las categorías participantes (excepto en las técnicas audiovisuales)



R. Gran volcán a la red del año

Red con mayor número de puntos acumulados por los premios obtenidos por sus afiliadas en todas las categorías participantes (excepto en técnicas audiovisuales).

S. Gran volcán del festival

Mejor trabajo (pieza o estrategia) del festival.

T. Gran volcán al cliente del año “VOLCAN AL CORAJE”

18. Cada categoría asignará los siguientes premios: Finalista, Bronce, Plata, y Oro. El Gran Volcán del Festival será entregado a la mejor pieza inscrita en el festival, y será elegido por el Jurado entre los Grandes Volcanes de Oro asignados en cada Rubro, si corresponde.
19. Cada pieza creativa inscrita competirá para ganar cualquiera de los reconocimientos que este Festival otorga. El premio que se asigne depende de la calificación que la pieza reciba, por parte de los Jurados Internacionales.
20. El Jurado Internacional presencial se reserva el derecho de declarar más de un ganador de cualquiera de los premios (asignando hasta un máximo de 3 Bronces, 2 Platas y 1 Oro en cada categoría), o bien declarar desierta una Categoría o Rubro, en caso que ninguna pieza inscrita satisfaga sus expectativas de calidad y excelencia creativa.

CONDICIONES Y REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

21. La participación en el presente festival es voluntaria.
22. Los interesados se someterán libremente al criterio del Jurado, y todos los participantes aceptarán su resolución. La decisión del Jurado es **confidencial e inapelable**; sólo será



apelable en el caso que se trate de una denuncia interpuesta, debidamente documentada, en la que se manifieste y pruebe fehacientemente que la participación de una pieza ganadora fue fraudulenta. En este caso, será la Junta Directiva de COMUNIDAD quien conozca y resuelva la denuncia.

23. No hay límite de participación de material, el único requisito es que cada pieza cumpla con los requerimientos de inscripción, sea inscrita en el Rubro y categoría correspondientes, cuente con su boleta de participación debidamente completa y firmada por el Gerente General, Apoderado Generalísimo o bien una persona responsable y representante de la empresa inscriptora, así como con el pago del derecho de inscripción. Una pieza podrá participar en más de una categoría, siempre y cuando se encuentre de conformidad. Podrá haber re-clasificación o traslado de piezas / casos por parte del Jurado del Festival, si considera que debe estar inscrita en otra Categoría. Las decisiones del Jurado serán tomadas por mayoría simple, son confidenciales e inapelables.
24. Los interesados deben acatar la forma y fecha máxima de inscripción para poder participar en el Festival.
25. El Comité y la Junta Directiva de COMUNIDAD han definido que la inscripción de piezas sea en línea (por medio de internet). La página web del festival tendrá a disposición de los interesados este reglamento, boletas de inscripción y la organización dará a conocer la forma de inscribir y enviar el material participante.
26. ***Importante: inscriptores deberán presentar todas las piezas gráficas y de forma optativa los Boards impresos, montados en cartón de presentación color negro, de modo que el Jurado pueda observar el material impreso. Detrás de cada pieza, deberá aparecer el nombre de la versión, igual a como aparece en la Ficha de Inscripción. Una vez realizada la Inscripción en línea, el inscriptor tendrá un plazo de tres días hábiles posteriores al término de la inscripción para hacer llegar estos materiales a las oficinas de COMUNIDAD. Para el caso de participantes de otros países, deberán enviar las piezas montadas por correo máximo 5 días hábiles posteriores a su inscripción en el Festival.***
27. Inscripción de material: Vía internet. Dudas o consultas: con Victor Esquivel a los teléfonos: (506) 6003-9875 / 8825-6577 / direccion@comunidad.cr o con Johanna Lacayo 6003-9875 / asistente@comunidad.cr



28. Como prueba de que la/las piezas participantes son verdaderas, aprobadas por el cliente y pautadas por primera vez en las fechas reglamentarias, será requisito presentar una carta que será una declaración jurada adjunta al material inscrito, firmada por el representante de la empresa inscriptora. En caso de duda, COMUNIDAD podrá investigar la veracidad o idoneidad de la información, y si resulta que no corresponde con la realidad (como la falta de indicación de pauta en las fechas reglamentarias, entre otros aspectos), entonces podrá descalificar la pieza, sin que ello implique que el Comité o COMUNIDAD asuman ningún tipo de responsabilidad.
29. Todas las piezas participantes deberán contar con la autorización de sus propietarios y personas involucradas para ser inscritas y divulgadas. No obstante, ni el Comité, ni COMUNIDAD, deberán comprobar estas circunstancias; se dará por un hecho que tal autorización existe con la presentación de la declaración jurada.
30. Todos los anuncios y casos inscritos en el Festival, deben observar los derechos de propiedad intelectual de sus componentes (imágenes, música, personas, etc.). Ni COMUNIDAD, ni el Comité incurrirán en responsabilidad alguna, por los juicios, denuncias, querellas o cualquier forma de litigio que se origine contra los anuncios presentados para concursar. En el caso que se confirme con pruebas de validez legal que el anuncio o grupo de anuncios o campañas han infringido las leyes en esa materia, la única responsabilidad de COMUNIDAD será la de definir si se despoja del premio al ganador.
31. A los efectos de mantener un archivo con las piezas ganadoras, éstas son propiedad de COMUNIDAD, reconociendo la autoría de cada material. El simple hecho de que la pieza o estrategia sea inscrita, dará derecho a COMUNIDAD a su exhibición, pública o privada. Tal autorización se da de hecho con la sola presentación a participar. En estos casos COMUNIDAD no tendrá derechos de autor sobre las piezas.
32. Bajo ningún concepto, COMUNIDAD devolverá dinero recibido por la inscripción de material en el Festival.
33. COMUNIDAD no se responsabiliza por el material que no sea presentado en la forma y por la vía que se indica en este reglamento, ni tampoco por aquel material que no posea su boleta de inscripción que respalde el trámite, prueba de recibido del material por parte de la organización (que se enviará por internet al contacto de cada inscriptor), ni el que no haya cancelado los respectivos derechos de inscripción.



34. La Junta Directiva de COMUNIDAD se convierte en el máximo ente regulador del Festival, después del Comité en lo que a organización se refiere y del Jurado en lo que a juzgamiento se refiere. Por lo tanto, podrá en cualquier momento declarar despojado de un premio, a las piezas o campañas que mediante pruebas legales, suficientes y confiables, demuestren fehacientemente ser fraudulentas. La denuncia deberá presentarse a COMUNIDAD necesariamente por escrito, impresa, firmada por el Gerente o representante legal del denunciante, aportando las pruebas fehacientes que determinen la falta. En el caso de similitudes y no exactamente de copias fieles, la Junta Directiva podrá actuar bajo su mejor criterio y gobierno. Se establece un plazo máximo de dos meses naturales para hacer la respectiva denuncia, contados a partir del día de la entrega de los premios. Pasada esa fecha, no se dará trámite a denuncia alguna. De prosperar la denuncia, y agotado el debido proceso, el afectado con la resolución, deberá devolver el premio. Si la Junta Directiva lo considera necesario, se podrá realizar la divulgación de la situación. Si esto sucede, el reconocimiento estará desierto.
35. Todo lo relacionado al evento o a la interpretación y aplicación de este reglamento, será resuelto por el Comité, salvo que éste decida que la Junta Directiva de COMUNIDAD deba conocer y resolver el asunto.

INSCRIPCIÓN DEL MATERIAL

36. Todos los materiales participantes deberán inscribirse **EN IDIOMA INGLÉS**, de la siguiente forma:
- Boleta de Inscripción que se completa y se envía debidamente firmada por cualquiera de estas formas a COMUNIDAD: en original, escaneada por correo electrónico a direccion@comunidad.cr, asistente@comunidad.cr, por medio de www.wetransfer.com/# o por medio de la página del festival. El nombre que se dé a una pieza deberá indispensablemente aparecer en su respectiva Boleta, para su identificación. La organización enviará un correo al inscriptor, confirmando el recibo de las boletas y las piezas, como comprobante de que la inscripción se realizó exitosamente. Para todos los materiales participantes, se entenderá que es verdadera la información que aparece en la Ficha de Inscripción debidamente completa y firmada por el Gerente General o Apoderado generalísimo de la empresa inscriptora. COMUNIDAD podrá, si así lo desea, verificar las fechas de pauta de las piezas y los medios en que apareció publicada; tomando las acciones del caso ante inexactitudes.



- Se solicitará la presentación de una Declaración Jurada en que el representante del inscriptor indique que los trabajos inscritos para participar son reales, el Cliente los aprobó y que fueron pautados / implementados por primera vez en las fechas indicadas en el presente reglamento.
- Todo el material a inscribir se enviará en forma digital al organizador por medio de internet, para mayor facilidad de los inscriptores. ** OPCIONAL: Las piezas gráficas y Boards deben enviarse impresas a COMUNIDAD, montadas sobre cartón de presentación negro con las especificaciones citadas anteriormente. Dirección para el envío: San José, frente al antiguo Cine California, edificio Jotabequ.

FORMATOS DE LAS PIEZAS PUBLICITARIAS QUE SE SOLICITAN:

37. La entrega de los materiales en el Festival Volcán se tramita vía internet, de la siguiente forma:
 - En la página <http://www.festivalvolcancr.com> del Festival Volcán se encuentran las fichas de Inscripción del Festival. Se deben completar y las debe firmar el Representante Legal, Gerente General o Director(a) Responsable de la empresa inscriptora.
 - Estas fichas debidamente completas deben enviarse en original a las oficinas de Comunidad o escaneadas a: direccion@comunidad.cr, asistente@comunidad.cr, www.wetransfer.com/# o bien por medio de la herramienta de inscripción que se presente en la página web.
 - Se darán, por medio de internet y en la página web del Festival, las instrucciones para enviar o “subir” el material participante; ya que la herramienta estará disponible para los inscriptores en la página web.
 - COMUNIDAD confirmará por correo a cada suscriptor la inscripción del material en el Festival. Si un inscriptor no recibe un correo de confirmación 72 horas después de haber enviado los materiales, deberá consultar el estatus a [dirección@comunidad.cr](mailto:direccion@comunidad.cr) o asistente@comunidad.cr, para verificar qué sucede.



NOMBRE PARA LOS ARCHIVOS:

38. Todos los archivos participantes deben ser nombrados de la siguiente forma: **SIGLAPAISVERSION** (siglas del país del que la pieza proviene y el nombre de la versión o un diminutivo que la identifique). Se permite un máximo de VEINTE caracteres para el nombre. No se permite utilizar signos de puntuación de ninguna clase, signos, ni separaciones de palabras. Por ejemplo, si una versión se llama “bola” y proviene de Nicaragua, el archivo deberá llamarse NIBOLA.
39. Siglas para los países, que debe colocarse al inicio de cada nombre de archivo:
- -Guatemala: GT
 - -El Salvador: SV
 - -Honduras: HN
 - -Nicaragua: NI
 - -Costa Rica: CR
 - -Panamá: PA
 - -República Dominicana: RD
 - -Ecuador: EC

FORMATOS Y TAMAÑO MÁXIMO DE PIEZAS PARTICIPANTES

40. Todos los materiales de **VIDEO**: Se solicitan en formato: **.MP4, tamaño 1920px x 1080px, Full HD** (No hay límite de peso, tomar en cuenta su adecuada reproducción)
- Incluir subtítulos.
 - Todos los videos de casos participantes, según el Rubro al que correspondan, no podrán tener una duración mayor a **tres minutos**.
41. Todos los materiales de **RADIO**: Formato MP3 (No hay límite de peso)
42. Todos los materiales **GRAFICOS**: Formato JPEG de alta resolución
Colocar la imagen sobre un fondo- pantalla negra: 1700 x 1400 RGB, Alta Definición. (No hay límite de peso)
43. Los materiales de **DIGITAL**:
Un video (en formato .MP4) que muestre al Jurado la forma de operación de la pieza, video de máximo tres minutos de duración.



44. En casos en que se envía para participar más de una pieza bajo una sola inscripción, el nombre de cada pieza debe indicar, al final, con un número, el orden en que se desea que el Jurado los vea: **SIGLAPAISVERSION1** (y así consecutivamente, según el número de anuncios y medios que aplique).
45. En caso que se considere conveniente enviar material de apoyo, se debe especificar claramente en la Boleta de Inscripción e indicar el orden en que el Jurado verá la pieza completa; tomando en cuenta que el Jurado no se tomará más de **cuatro** minutos para analizar cada caso. Para el caso de gráfica, la explicación puede adjuntarse en un segundo archivo de JPEG, siguiendo el mismo patrón de nombre **SIGLAPAISVERSION2** (donde el número de la justificación es el 2). Esta explicación es conocida como **BOARD**.

RESPECTO AL JUZGAMIENTO

46. El Festival Volcán contará con **mínimo tres Jurados Internacionales**, especialistas en diferentes ramas participantes de este Festival, que no residen en Centroamérica, Caribe ni Panamá. Ellos son de habla inglesa, por eso se solicita que la inscripción se realice en inglés. El Juzgamiento del Festival Volcán cuenta con un reglamento. Ellos calificarán de forma presencial la totalidad de las piezas inscritas en el certamen, por medio de calificación y por discusión, para asignar los premios de este Festival. El Jurado tendrá poder para realizar y completar el Juzgamiento de la mejor manera, pudiendo tomar todas las decisiones que consideren oportunas para llevar a cabo una mejor calificación, todo ello en beneficio del Festival. El jurado esta conformado por un representantes de Estados Unidos o Canadá, Europa, Suramérica y Asia.
47. El Fiscal, durante todo el proceso del festival, se contará con la presencia de un fiscal, quien es una persona designada por la Junta Directiva de Comunidad, con la finalidad de garantizar el cumplimiento del presente reglamento y el debido proceso durante el juzgamiento.



TARIFAS DE INSCRIPCIÓN

48. Se establecen las siguientes tarifas de inscripción:

Período Ordinario

Empresas Asociadas**

Piezas Individuales: USD\$130

Casos: USD\$170

Empresas No Asociadas

Piezas Individuales: USD\$195

Casos: USD\$255

Período Extraordinario

Empresas Asociadas**

Piezas Individuales: USD\$155

Casos: USD\$185

Empresas No Asociadas

Piezas Individuales: USD\$230

Casos: USD\$280

****Aplican descuentos especiales para asociados**

49. Planes de cancelación de las Inscripciones para el Festival:

Las inscripciones deben ser canceladas de contado o por transferencia electrónica al BAC SAN JOSE.

Datos Bancarios:

Asociación Comunidad de Empresas de Comunicación de Costa Rica

Cédula Jurídica: 3-002-056978

Cuenta del BAC San José

Cuenta en Colones: 906902093

Cuenta en SINPE Colones: 10200009069020931

Cuenta en Dólares \$: 906902119

Cuenta en SINPE Dólares \$: 10200009069021199



50. Implementación: Víctor Esquivel Tel. (506) 6003-9875 / 88256577 / vesquivel@comunidad.cr o asistente@comunidad.cr,
51. Este reglamento podrá ser modificado en cualquier momento por COMUNIDAD. Para surtir efecto tiene que ser dado a conocer el o los cambios en la página web oficial del Festival: [Festival Volcan](#) Las modificaciones entrarán en vigencia veinticuatro horas después de la publicación. Los inscriptores y público en general deberán estar atentos a revisar periódicamente el Reglamento publicado.
52. Fechas de la Premiación del FESTIVAL VOLCAN 2016: Sábado 25 de marzo de 2017.