

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L
e-mail: marcas@amnet.co.cr

REGLAMENTO DEL PREMIO PREGONERO DE BRONCE 2011 DEL GRUPO NACIÓN

SOBRE EL PREMIO Y LA CONVOCATORIA A PARTICIPAR

- 1- El **PREMIO PREGONERO DE BRONCE**, es una premiación organizada por (**Grupo Nación S.A. (3-101-102844)**), en adelante **GRUPO NACIÓN**, que consiste en el esfuerzo que realiza la empresa, para estimular y reconocer los mejores trabajos creativos de la publicidad costarricense, publicados en los productos de la empresa, a saber: **los periódicos:** La Nación, Al Día, El Financiero; **La Teja;** **las revistas:** Soho, Su Casa, Sabores, Perfil,; Hablemos de Niños; Agenda Mamá; Bienestar; Novias; **las páginas web:** nacion.com; aldia.cr, lateja.co.cr, elfinancierocr.com, perfilcr.com, revistasoho.co.cr, revistasucasa.co.cr, sabores.co.cr, empleo.com, guiaacademica.com; cinemanía.co.cr; suplementos, proyectos varios, los servicios de las páginas Web del Grupo previamente señaladas **y las radioemisoras** Besame 89.9, ADN 90.7 y Los 40 Principales 104.3 durante el período indicado más adelante.
- 2- La premiación se llevará a cabo mediante la entrega de Estatuillas y Certificados a los mejores trabajos inscritos en el concurso, de acuerdo a la selección que realice un jurado independiente y especializado, de carácter internacional, especialmente convocado al efecto.
- 3- La premiación se lleva a cabo anualmente, y se conoce como "**PREGONERO DE BRONCE**". El nombre va acompañado **del año en que se celebra anualmente**, para diferenciar la premiación de cada año.
- 4- Cada año el reglamento será corregido, para ajustarlo a las necesidades. El presente Reglamento, se refiere al **PREGONERO DE BRONCE 2011**.
- 5- La convocatoria para inscripción de piezas para el **PREGONERO DE BRONCE 2011**, se inicia el **lunes 10, martes 11 y jueves 13 de octubre**, para todos aquellos trabajos publicados y pagados en los productos **GRUPO NACIÓN**, entre el **1 de octubre del año 2010 y el 30 de setiembre el año 2011, ambas fechas inclusive**. La entrega de las piezas se hará de acuerdo al calendario por categoría indicado en el inciso 19 de este reglamento.
- 6- El concurso iniciará con la convocatoria y la inscripción de las piezas que se someterán a conocimiento y criterio de un jurado, todo en la forma que este reglamento indique, y finalizará con la entrega de los premios en una noche especial que se dará a conocer mediante una invitación personalizada.

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L

e-mail: marcas@amnet.co.cr

PROPIEDAD, DIRECCIÓN DEL EVENTO Y NOMBRAMIENTO DEL JURADO

- 7- La actividad pertenece y es responsabilidad de **GRUPO NACIÓN**.
- 8- La Coordinadora General es Vivian Salazar de GN Comercial será a quién se puede contactar al correo electrónico: vsalazar@nacion.com
- 9- **GRUPO NACIÓN** escogerá a un jurado preferiblemente de tres personas, sin perjuicio de que si alguno no pudiese asistir, se lleve a cabo con solamente dos.
- 10- En la medida de lo posible **GRUPO NACIÓN** seleccionará un jurado internacional no remunerado. **GRUPO NACIÓN** asumirá que las personas que acepten ser miembros del jurado, pueden juzgar imparcialmente.

PIEZAS PARTICIPANTES, CATEGORÍAS Y FECHAS DETERMINANTES

- 11- Podrán participar todos los anuncios y/o campañas que se hayan publicado o hayan utilizado los productos impresos, radioemisoras y páginas Web o Internet de **GRUPO NACIÓN**, dentro del plazo indicando el punto cinco anterior, siempre y cuando **no hayan participado en el concurso anteriormente**. Cada pieza inscrita debe ser original y elaborada por una agencia de publicidad costarricense que sea agencia reconocida dentro de los estándares del Grupo Nación.
- 12- El Grupo Nación se reserva la recepción de piezas que, siendo evidentemente individuales, se pauten como parte de un solo anuncio. Cada anuncio que participe, deberá ser pautado de forma individual.
- 13- Las piezas podrán ser inscritas únicamente por las agencias de publicidad que a nombre de sus clientes, hayan ordenado el trabajo en los productos de **GRUPO NACIÓN**.
- 14- Las categorías participantes, son las siguientes:
 1. Gráfica en Periódico (incluye Color y Blanco/Negro)
 2. Ocasiones especiales.
 3. Retail y promociones.
 4. Insertos
 5. Gráfica en Revistas
 6. Campañas
 7. Radio (cuñas y campañas).
 8. Publicidad en páginas web (internet)

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L

e-mail: marcas@amnet.co.cr

La descripción de lo que cada una significa, se explica más adelante.

15- Los anuncios publicados en la Teleguía y en los fascículos coleccionables editados por **GRUPO NACIÓN** sólo podrán participar en la Categoría de Revistas.

16- En las Categorías de Campañas, Ocasiones Especiales, Revistas, Retail e Insertos se evaluarán en forma general todas las piezas que califiquen, ya sean en blanco y negro o a color.

17- Inscripción simultánea en varias categorías:

A. Una pieza inscrita individualmente en alguna de las categorías de Periódico, Revistas, Retail y Promociones, podrá integrar una pieza dentro de la categoría campañas, siempre y cuando forme parte del mismo concepto, es decir, si están incluidas como elementos integrantes y/o complementarios de una campaña.

B. Salvo lo indicado en el punto anterior, cada pieza podrá participar sólo en una categoría.

18- Las agencias podrán inscribir un máximo de diez piezas por CATEGORÍA. En el caso de campañas, se entiende por "pieza", el grupo de anuncios que conforman la misma, no importando la cantidad de avisos individuales involucrados, siempre y cuando todos los anuncios tengan una unidad de concepto, tanto a nivel de idea, como gráficamente. Igualmente se considera una pieza, aquellos anuncios que no siendo una campaña, involucran dos o más anuncios consecutivos en una misma publicación, siempre bajo una misma idea.

19- Las piezas se inscribirán de acuerdo al siguiente cuadro de fechas:

Gráfica en Periódico y Revistas:	Lunes 10 de octubre
Retail e Insertos, Ocasiones Especiales	Martes 11 de octubre
Campañas, Radio y Web	Jueves 13 de octubre

20- Estas fechas son impostergables. Si la agencia no se presenta dentro de estos plazos a inscribir sus piezas, no se le recibirá en ninguna otra ocasión. Sin embargo, si la agencia se presenta en las fechas indicadas y debido a una acumulación de agencias presentando el mismo día u hora, y como consecuencia de ello no se les pueden recibir

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L

e-mail: marcas@amnet.co.cr

los anuncios, entonces **GRUPO NACIÓN** podrá concederle una cita para el día siguiente o el que le resulte más conveniente.

- 21- **GRUPO NACIÓN** se reserva el derecho de conceder citas especiales, previa solicitud, a aquellas agencias que pretendan inscribir muchas piezas. La cita incluso se podrá pactar para una fecha posterior o anterior a las indicadas, para lo cual la agencia solicitante, deberá ajustarse al horario al que deben presentarse.
- 22- **GRUPO NACIÓN** realizará la inscripción en sus oficinas, en los horarios normales de atención al público, sin embargo, si hay acumulación de agencias presentando materiales, entonces podrá habilitar personal y horas de recepción de anuncios fuera de su horario normal. Sin embargo, no se aceptará ningún anuncio que no se presente en el periódico con su respectiva ficha de inscripción, antes de las fechas antes indicadas.
- 23- El proceso de inscripción será individual, es decir no será público, pero el mismo no se considera secreto. **GRUPO NACIÓN** tomará todas las diligencias para que la información de las piezas de cada agencia no se divulgue, y no brindará información al respecto, al menos hasta que todas las agencias hayan inscrito sus piezas, sin embargo, **GRUPO NACIÓN** no recibirá ningún reclamo ni gestionará acción alguna, por la divulgación e información sobre las piezas participantes, ya que es claro que el personal de las mismas agencias lo puede hacer.
- 24- El lugar, la hora y el día de la entrega de premios será comunicada mediante formalmente la página de pregonerodebronce.com y comunicados oficiales de la organización.

CONDICIONES Y REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

- 25- La participación es voluntaria y gratuita.
- 26- Únicamente participan agencias reconocidas por **GRUPO NACIÓN**.
- 27- Los interesados se someterán libremente al criterio del jurado, decisión que deberán aceptar todos los participantes sin ninguna condición. La declaración del jurado es inapelable, salvo en el caso que se trate de una denuncia, debidamente documentada, en la que se demuestre que la pieza ganadora fue copiada de un trabajo realizado anteriormente, o que la participación de la pieza fue fraudulenta. En este caso, la apelación no la sustentará el Jurado, sino **GRUPO NACIÓN**, quién tomará la debida diligencia para analizar el caso y si prospera, proceder conforme indica este reglamento.

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L

e-mail: marcas@amnet.co.cr

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

- 28- Cada pieza debe cumplir con los requisitos formales de inscripción, con su boleta de participación, dentro de respectiva y correcta categoría.
- 29- El hecho de que una pieza o campaña haya sido inscrita en una categoría al que no corresponda, no implica que se descalifique automáticamente, sino que la coordinación general, jurado o el fiscal, podrán reclasificarla, excepto que el juzgamiento del rubro y/o categoría, ya haya sido realizado. En este último caso, la pieza será descalificada en ese momento. En casos especiales, se podrá consultar a la agencia participante, si está de acuerdo con el traslado de la pieza a otra categoría.
- 30- **GRUPO NACIÓN** dará por un hecho de que la información que se acompañe a la pieza publicitaria es cierta, pero en caso de duda, podrá investigar la veracidad o idoneidad de la misma, y si resulta que no es cierta o no corresponde con la realidad, entonces la coordinación general, jurado o el fiscal, podrán descalificar la pieza, sin que ello implique que **GRUPO NACIÓN** asuma ningún tipo de responsabilidad, ni la coordinación general.
- 31- Todas las piezas participantes deberán contar con la autorización de los anunciantes, para ser inscritas. El **GRUPO NACIÓN** se reserva la posibilidad de comprobar si el anunciante aprobó la pieza(s) publicada(s), sin embargo en primera instancia se dará por un hecho que tal autorización existe. Es decir, las agencias asumen antes sus clientes, la responsabilidad de la inscripción de piezas.
- 32- Todos los anuncios presentados al Certamen, deben observar los derechos de propiedad intelectual, **GRUPO NACIÓN** ni la coordinación general, jurado o el fiscal, incurrirán en responsabilidad alguna, por los juicios, denuncias, querellas o cualquier forma de litigio que se origine contra los anuncios presentados a concursar, no obstante, en el caso de que se compruebe con pruebas fehacientes que el anuncio o grupo de anuncios o campañas han infringido las leyes en esa materia, la única responsabilidad de **GRUPO NACIÓN** será la de despojar al ganador de su premio, siempre y cuando se haya cumplido con el debido proceso. En esta situación, la agencia deberá devolver la estatuilla o certificado correspondiente, en cuyo caso ya no se considera de su propiedad. Si la agencia se resiste a devolverlo voluntariamente, **GRUPO NACIÓN** se reserva al derecho de establecer la respectiva denuncia por retención indebida, delito sancionado por el Código Penal. **GRUPO NACIÓN** se reserva el derecho de hacer pública esta circunstancia, así como de entregar el premio a quién corresponda y hacer la correspondiente divulgación.
- 33- Las agencias presentarán una copia impresa de los anuncios, con su respectiva boleta de inscripción, conforme se explica en el artículo 57 de este reglamento. Para los comerciales de radio debe enviarse un cd con el archivo en formato "mp3" y para las

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L

e-mail: marcas@amnet.co.cr

piezas que se evaluarán como publicidad web se deberá presentar por medio de una captura de la pantalla y un montaje en un archivo Web HTML. En todos los casos, las agencias concursantes autorizan a que la publicidad postulada, sea en impresos, radio o en web, permanezcan permanentemente en el sitio web y sean divulgadas siempre con relación al evento en el que participan, y en especial autorizan que si las piezas resultan finalistas o premiadas, a que se difundan por cualquier medio, para dar a conocer el resultado final.

- 34- El simple hecho de que la pieza sea inscrita, dará derecho a **GRUPO NACIÓN** a su exhibición, pública o privada. Tal autorización se da de hecho con la sola presentación a participar. En toda exhibición, **GRUPO NACIÓN** hará mención al menos de la agencia, del anunciante y del premio que ha obtenido. En estos casos, **GRUPO NACIÓN** no tendrá derechos de autor sobre las piezas dadas a conocer, solamente en la producción y/o edición del material en el que se presente tanto en publicaciones impresas e internet, renunciando a los derechos propios de la agencia y/o el cliente.
- 35- **GRUPO NACIÓN** no se responsabiliza por el material que no sea presentado en sus oficinas, ni tampoco por aquel que no posea su boleta de inscripción debidamente sellada y firmada como recibido por la organización.

SOBRE LAS DENUNCIAS

- 36- **GRUPO NACIÓN** se convierte en el máximo ente regulador del concurso, y por lo tanto, podrá en cualquier momento despojar un premio, a las piezas o campañas que mediante pruebas legales, suficientes y confiables, demuestren ser copia de otros. Lo mismo aplicará si la participación de piezas se da en forma fraudulenta. La denuncia deberá hacerse por escrito, firmada por el Gerente o representante legal de la agencia o interesado, con las pruebas que determinen la copia. En el caso de similitudes y no exactamente de copias fieles, **GRUPO NACIÓN** podrá actuar bajo su mejor criterio y gobierno. Se establece un máximo de dos meses para hacer la respectiva denuncia, contados a partir del día de entrega de premios, pasado ese trámite, no se dará trámite a la denuncia, lo dicho en el artículo 39 anterior es aplicable. A juicio del jurado, en cada categoría, una de las piezas premiadas con mención honorífica, podrá ser declarada *-si cumple y posee los méritos suficientes como se dijo a juicio del jurado-*, la que sustituya al Pregonero de Bronce en caso de una denuncia. En este caso, se despojará al ganador del Pregonero de Bronce y entregará a la pieza que la sustituya, con todos los honores del caso.
- 37- **GRUPO NACIÓN** no ha tomará en cuenta la divulgación de denuncias o comentarios que circulen anónimamente. No obstante, a juicio de la coordinación general y del fiscal, juntos necesariamente, podrán mostrarlos al jurado y que este tome la decisión final,

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L

e-mail: marcas@amnet.co.cr

pero solo si existen méritos suficientes. De esta circunstancia no se dejará constancia alguna.

CATEGORÍAS Y PREMIOS

38- Las categorías por evaluar y sus respectivas descripciones, son las que a continuación se indican.

39- **Gráfica en periódico: color y blanco/negro.** En esta categoría se incluyen todos los anuncios publicados en alguna edición de un diario del Grupo Nación que circule en el territorio nacional, se excluyen los anuncios de Retail y/o promociones. De todas las piezas participantes se seleccionará un máximo de ocho en la primera etapa:

- 3 piezas recibirán Menciones Honoríficas
- 2 piezas recibirán Menciones Honoríficas Especiales
- 1 pieza será galardonada con el Pregonero de Bronce

40- **Retail y/o Promoción:** En esta categoría podrán participar todos los anuncios publicados en alguna edición de un diario del Grupo Nación que circule en el territorio nacional, y hayan sido creadas con el objetivo de crear acción inmediata y/o la venta de un producto o servicio teniendo en cuenta el público al que esta dirigida la acción y los objetivos de la misma. Los trabajos de Retail & Promoción podrán inscribirse también en la categoría Campañas. De todas las piezas participantes se seleccionará un máximo de ocho en la primera etapa:

- 3 piezas recibirán Menciones Honoríficas
- 2 piezas recibirán Menciones Honoríficas Especiales y
- 1 pieza será galardonada con el Pregonero de Bronce.

41- **Ocasiones Especiales:** En esta categoría participarán todas las piezas realizadas con el propósito de conmemorar fechas significativas para el mercado o para el anunciante, como por ejemplo: el Día de la Madre, el Día del Trabajo, el Día de la Independencia, inauguraciones o aperturas de nuevos locales, etc., para lo cual el jurado tomará en cuenta que se trata de piezas publicadas generalmente una sola vez. No podrán participar en esta categoría piezas en las que se celebren ocasiones especiales ofreciendo a los consumidores un descuento, una rebaja o bonificación como motivo de conmemorar dicha fecha. En esta categoría competirán en forma conjunta las piezas

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L

e-mail: marcas@amnet.co.cr

en blanco y negro y las que son a todo color. Un máximo de cinco piezas serán las finalistas, según la siguiente distribución:

- 2 piezas ganarán Menciones Honoríficas
- 2 piezas recibirán Menciones Honoríficas Especiales
- 1 pieza será premiada con el Pregonero de Bronce

42-

43-Insertos. Los insertos son anuncios preimpresos que pueden variar en tamaño, cantidad de páginas, ser en blanco y negro o a color, o contener dobleces o grapas. Son enviados a los consumidores al introducirlos dentro de los ejemplares de un periódico o revista sin ser parte integral de la publicación, aunque pueden ir sueltos o pegados. De todos los participantes en Insertos, se seleccionará un máximo de cinco, que podrán ser premiados de la siguiente manera:

- 2 recibirán Menciones Honoríficas
- 2 obtendrán Menciones Honoríficas Especiales
- 1 recibirá el Pregonero de Bronce

44-Gráfica en revistas. En esta categoría se integran tanto los anuncios a color o en blanco y negro. De los anuncios participantes en esta categoría se seleccionará un máximo de cinco, para ser premiados según la siguiente distribución:

- 2 piezas recibirán una Mención Honorífica
- 2 piezas tendrán Mención Honorífica Especial
- 1 pieza obtendrá el Pregonero de Bronce

45-Campañas. Se define una campaña como la serie de anuncios distintos, relacionados entre sí, pertenecientes a un mismo anunciante, publicados en días diferentes. Dichas piezas se refieren a un mismo producto o servicio y se identifica el concepto por la unidad del mensaje y una misma línea en el diseño. Así, en esta categoría pueden participar campañas elaboradas para periódico y revistas independientemente del tamaño. Igualmente, una campaña promocional podrá participar junto a las campañas de concepto en esta categoría. De todas las campañas participantes se seleccionará un máximo de seis en la primera etapa:

- 3 campañas recibirán Menciones Honoríficas
- 2 campañas recibirán Menciones Honoríficas Especiales
- 1 campaña será premiada con el Pregonero de Bronce

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L

e-mail: marcas@amnet.co.cr

46- **Radio:** En esta categoría podrán participar todos los comerciales y las campañas pautados en las radioemisoras del Grupo Nación, sean cuñas o jingles, cuyo mínimo en pauta publicitaria haya sido de \$500. De todas las piezas participantes se seleccionará un máximo de ocho en la primera etapa:

- 3 piezas recibirán Menciones Honoríficas
- 2 piezas recibirán Menciones Honoríficas Especiales y
- 1 pieza será galardonada con el Pregonero de Bronce.

47- **Publicidad Web.** En esta categoría podrán participar piezas interactivas que incluyan hasta un mínimo de 1 (una) y un máximo de 10 (diez) ejecuciones (clic), incluyendo: banners simples o rich media, e-mails que salgan desde el servicio de envíos de Grupo Nación, micrositios y virales que estén acompañados de banners o Rich media hospedados en las páginas del Grupo Nación y cuyo mínimo de inversión publicitaria sean \$500. El objetivo de este premio es dar a conocer la calidad del trabajo y el esfuerzo de las agencias quienes desarrollan creatividades con formatos totalmente interactivos, pensando en públicos con tendencias nuevas y actuales. De todas las Publicaciones Web participantes se seleccionará un máximo de seis en la primera etapa:

- 3 piezas recibirán Menciones Honoríficas
- 2 piezas recibirán Menciones Honoríficas Especiales y
- 1 pieza será galardonada con el Pregonero de Bronce.

48- El jurado se reservará el derecho de declarar más de un ganador de cualquiera de los premios (excepto Pregonero de Bronce que solamente habrá uno) o bien declararlo desierto en caso de que ninguna pieza o campaña presentada satisfaga sus expectativas de calidad y excelencia creativa

49- **El Gran Pregonero:** El jurado otorgará este premio entre las piezas que hayan ganado Pregonero de Bronce en la edición que se esté evaluando. El premio incluirá una estatuilla de Pregonero de Bronce y un viaje de capacitación al exterior al Idea Conference para 3 funcionarios de la agencia de publicidad ganadora, con los siguientes rubros incluidos (tiquete, hospedaje, alimentación e inscripción al evento), no incluye los gastos por visas y otros en los cuales pudiera incurrir los ganadores del premio.

DEL FORMATO DE PRESENTACIÓN Y RETIRO DE MATERIALES

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L

e-mail: marcas@amnet.co.cr

- 50-El formato estandarizado para la presentación de las piezas participantes es el siguiente, entendiéndose que todos los trabajos deberán ser presentados en el **tamaño original** en que fueron publicados:
- A. Todos los trabajos deberán presentarse montados sobre cartulina o cartafóam blanco o negro.
 - B. Para cada pieza presentada debe adjuntarse un recorte original de la publicación realizada, donde se observe la **fecha claramente**.
 - C. En la parte posterior del anuncio en la que se presenta cada pieza, deberá pegarse la ficha de inscripción, con toda la información requerida y el recorte original.
 - D. En la Categoría de Insertos, adicional a lo coindicado anteriormente, también se deberá adjuntar una copia de la orden de compra en **GRUPO NACIÓN**, en la cual se compruebe la cantidad de insertos publicados de cada material inscrito. Deberán ser mínimo de 5.000 insertos efectivos. El Grupo Nación tendrá la potestad de descalificar los insertos inscritos en los que se compruebe una inserción menor al mínimo de los 5.000 ejemplares contratados.
 - E. Para toda pieza presentada, se incluirá una impresión del original, es decir del formato enviado al periódico para publicación y la impresión a color digital.
 - F. Para la publicidad web o internet, se deberá presentar la ficha de inscripción con el material en un CD o DVD con todos los archivos que integren la propuesta interactiva (HTML, multimedia), la captura de la página Web de Grupo Nación en la que se publicó con la campaña Web en movimiento.
 - G. Para la publicidad en radio se deberá presentar en un cd la grabación de la cuña(s) de radio en formato mp3 en una calidad mínima de 128 Kbps, o en Wav. Los comerciales que conformen una campaña deben enviarse separadamente.
- 51-Una vez finalizado el certamen, las agencias de publicidad podrán retirar los materiales entre el 1 y 30 de noviembre del 2011. Posterior a las fechas indicadas, el material será destruido, sin responsabilidad para **GRUPO NACIÓN**. Es responsabilidad de cada agencia, retirar dicho material.

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L

e-mail: marcas@amnet.co.cr

DEL JURADO Y EL JUZGAMIENTO

- 52-El juzgamiento se llevará a cabo de manera confidencial en las instalaciones del periódico. **GRUPO NACIÓN** coordinará esta actividad, en las fechas y horarios que más convengan a los jurados y al personal de apoyo y atención de jurados.
- 53-El jurado del concurso estará integrado por personas idóneas, con suficientes méritos personales y profesionales, escogidos por **GRUPO NACIÓN**, con plena independencia de las agencias participantes.
- 54-La coordinación general del jurado estará a cargo de GN Comercial del **GRUPO NACIÓN**, en la persona de Vivian Salazar, y las decisiones de votación serán tomadas únicamente por el jurado. El jurado si lo considera conveniente, nombrará un representante o vocero para todos los efectos del juzgamiento.
- 55-El jurado, una vez integrado, será instruido por la Coordinación General sobre el plan de trabajo a seguir.
- 56-Los miembros del jurado actuarán con base a su criterio personal y conocimientos profesionales, con total objetividad e independencia.
- 57-El juzgamiento de cada pieza publicitaria o campaña se realizará con base a la tabla de puntajes y conceptos más adelante se indican. La calificación que se otorgue estará basada en la ponderación individual de los jurados por los méritos que contenga cada pieza publicitaria o campaña, evaluando el conjunto de factores que determinan en definitiva la calidad creativa de la misma.
- 58-Los jurados deberán abstenerse de juzgar toda pieza o campaña publicitaria en la que tengan algún interés directo o indirecto, demostrando un comportamiento ético acorde a la responsabilidad que les ha sido confiada, para lo cual se inhibirán de votar, haciéndoselo saber a la Coordinación General, para que tome nota del caso, a fin de no afectar la ponderación de la posible puntuación obtenida por dicha pieza o campaña.
- 59-Está prohibido a los miembros del jurado comentar sus calificaciones individuales, hasta tanto no se haya calificado la última pieza de cada categoría, o hacer exclamaciones o gestos de aprobación ante la presentación de cualquier pieza o campaña, ya que esto podría afectar la objetividad de los otros miembros del jurado. Si esto se produjera, la Coordinación General o el Fiscal, podrán llamar la atención.
- 60-La evaluación de las piezas o campañas se hará de forma individual por cada uno de los miembros del jurado, a través de un sistema de cómputo preparado al efecto. No obstante, los jurados una vez contabilizada la votación individual, podrán discutir sobre

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L

e-mail: marcas@amnet.co.cr

la forma en que han de asignar los premios, o incluso declarar desierto alguno, total o parcialmente. Es decir, la tabulación inicial solamente servirá para determinar los de mayor puntuación, a partir de ello, el criterio será tomado por mayoría.

61-El jurado tomará sus decisiones por simple mayoría de sus miembros. Si solo se encuentren presentes dos de ellos, deberán esperar al tercer jurado. En caso de empate no remediable, prevalecerá el criterio del jurado de mayor edad.

62- El proceso de juzgamiento y sus resultados serán reportados en un acta notarial y guardados en secreto hasta el día de la premiación.

63-El jurado se compromete a guardar secreto absoluto de lo que suceda en los juzgamientos, así como de los ganadores de cualquier premio, hasta tanto no se hayan entregado todos los premios.

GUÍA DE EVALUACIÓN PARA EL JURADO CALIFICADOR

64-Los parámetros de juzgamiento que deberá tomar en cuenta los miembros del jurado para juzgar las piezas y campañas concursantes será el que a continuación se indica. Lo que respecta a Publicidad Web se detallan más adelante.

65-Objetivo. A partir de la revisión y análisis de las piezas presentadas a competir, el miembro del jurado individualmente pondrá el puntaje que considere conveniente, con la mayor objetividad, determinando las piezas ganadoras en las ocho categorías correspondientes al Certamen Pregonero de Bronce 2010, así como las menciones especiales y menciones del caso.

De los Criterios de Evaluación:

A) Gráfica:

66- En todo momento, los trabajos concursantes serán juzgados tomando como base criterios de Creatividad, Comunicación y Diseño. Los valores asignados serán los siguientes:

- | | |
|-----------------|-------|
| A. Creatividad | (33%) |
| B. Comunicación | (33%) |
| C. Diseño | (33%) |

67- Es importante aclarar que esta estructura no es inflexible, dado que aspectos como el diseño y la creatividad resultan muy difíciles de clasificar.

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L
e-mail: marcas@amnet.co.cr

68- De la Creatividad:

- A. **Idea novedosa:** se evaluará en este punto la originalidad de la idea, tomando como base la búsqueda de un concepto fuera de lo común, no utilizado anteriormente, o bien empleado de una forma novedosa. Debe evaluarse, además, el grado de interés que despierte el mensaje.
- B. **Fuerza del mensaje:** se tomará en consideración el impacto que provoca el mensaje en el lector y si la idea es concreta y directa.

69- De la Comunicación:

- A. **Efectividad y facilidad para lograr el mensaje visual:** se evaluará la facilidad de comprensión y la reacción inmediata que provoque el mensaje en el jurado, y no en término de ventas.
- B. **Efectividad y claridad del mensaje escrito:** se evaluará si con pocas palabras se despierta el interés y se conlleva la acción pretendida. Qué tan directo, novedoso y además, congruente con las ilustraciones o fotografías (si las hay), es el mensaje.
- C. **Grado en que se involucra al lector:** se evaluará cuánto logra el mensaje envolver al lector.
- D. **Coherencia:** se analizará en forma global la unidad del mensaje.

70- Del Diseño:

- A. **Composición o la organización equilibrada y racional de los elementos que participan en determinado diseño.** La distribución de los elementos debe ser armónica, evitando la competencia entre los mismos. Además, el seguimiento o recorrido visual ha de ser realizado fácilmente, debe evitar que el lector "se salga del anuncio" y se "pierda" en la lectura del mismo.

Se evaluará el balance o equilibrio de los elementos, ya sea en una composición de tipo formal (simétrica) o informal (asimétrica).

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L
e-mail: marcas@amnet.co.cr

Así como los espacios en blanco son elementos de composición, el uso de tintas adicionales (o medios tonos, en el caso de anuncios B/N), viene a ser importante en el seguimiento visual y como punto de atención. Por ello, debe verificarse que el empleo de estos recursos resulte apropiado.

- B. **Originalidad de la técnica:** evaluará el uso de una técnica nueva o poco usual.
- C. **Uso apropiado de la técnica:** sea cual sea la técnica utilizada, deberá evaluarse su empleo y el dominio de la misma por parte del realizador.
- D. **Tipografía:** se analizará si la tipografía elegida mantiene relación con la idea central y los restantes elementos del diseño. Debe tomarse en cuenta que la tipografía puede ser un apoyo ilustrativo, un elemento más de diseño, además de su acostumbrada función textual.

De los Criterios de Evaluación para retail:

En todo momento, los trabajos concursantes serán juzgados tomando como base criterios de Creatividad, Comunicación y Diseño. Los valores asignados serán los siguientes:

- D. Creatividad (33%)
- E. Comunicación (33%)
- F. Diseño (33%)

De la Creatividad:

- A. **Idea novedosa:** se evaluará en este punto la originalidad de la idea, tomando como base la búsqueda de un concepto fuera de lo común, cuán innovadora o única es la pieza o si está utilizada en una situación diferente.
- B. **Fuerza del mensaje:** se tomará en consideración el impacto que provoca el mensaje en el lector y si la idea es concreta y directa.

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L
e-mail: marcas@amnet.co.cr

71- De la Comunicación:

- A. **Efectividad y facilidad para lograr el mensaje visual:** se evaluará la facilidad de comprensión y la reacción inmediata que provoque el mensaje en el jurado.
- B. **Efectividad y claridad del mensaje escrito:** se evaluará si con pocas palabras se despierta el interés y se conlleva la acción pretendida. Qué tan directo, novedoso y además, congruente con las ilustraciones o fotografías (si las hay), es el mensaje y cuán efectiva es la pieza, a nivel global, en el logro de los objetivos del marketing.
- C. **Grado en que se involucra al lector:** se evaluará cuánto logra el mensaje envolver al lector y cómo trabaja esta pieza en beneficio del consumidor (facilitación de la compra; información acerca del producto, etc)
- D. **Coherencia:** se analizará en forma global la unidad del mensaje.

72- Del Diseño:

- A. **Qué tan bien están usados los materiales y lograda la construcción con relación al diseño.** La distribución de los elementos debe ser armónica, evitando la competencia entre los mismos. Además, el seguimiento o recorrido visual ha de ser realizado fácilmente, debe evitar que el lector "se salga del anuncio" y se "pierda" en la lectura del mismo.

Se evaluará el balance o equilibrio de los elementos, ya sea en una composición de tipo formal (simétrica) o informal (asimétrica).

Se evaluará cuán eficaz es la pieza en la creación o refuerzo de imagen de la marca y/o el conocimiento del producto o servicios (integración de logos, colores, gráfica)

- B. **Originalidad de la técnica:** evaluará el uso de una técnica nueva o poco usual.
- C. **Uso apropiado de la técnica:** sea cual sea la técnica utilizada, deberá evaluarse su empleo y el dominio de la misma por parte del realizador.
- D. **Tipografía:** se analizará si la tipografía elegida mantiene relación con la idea central y los restantes elementos del diseño. Debe tomarse en cuenta que la tipografía puede ser un apoyo ilustrativo, un elemento más de diseño, además de su acostumbrada función textual.

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L

e-mail: marcas@amnet.co.cr

De los Criterios de Evaluación:

B) WEB:

En todo momento, los trabajos concursantes serán juzgados tomando como base criterios de Creatividad, Comunicación, Diseño e interactividad. Los valores asignados serán los siguientes:

- A. Creatividad (25%)
- B. Comunicación (25%)
- C. Diseño (25%)
- D. Interactividad (25%)

73- Es importante aclarar que esta estructura de páginas web, no es inflexible, dado que aspectos como el diseño y la creatividad resultan muy difíciles de clasificar.

74- De la Creatividad:

- A. **Idea novedosa:** se evaluará en este punto la originalidad de la idea, tomando como base la búsqueda de un concepto fuera de lo común, no utilizado anteriormente, o bien empleado de una forma novedosa. Debe evaluarse, además, el grado de interés que despierte el mensaje.
- B. **Fuerza del mensaje:** se tomará en consideración el impacto que provoca el mensaje al usuario y si la idea es concreta y directa.
- C. **Coherencia:** se analizará en forma global la unidad del mensaje.

75- De la Comunicación:

- A. **Efectividad y facilidad para lograr el mensaje visual:** se evaluará la facilidad de comprensión y la reacción inmediata que provoque el mensaje en el jurado.
- B. **Efectividad y claridad del mensaje interactivo:** se evaluará si con pocas palabras se despierta el interés y se conlleva la acción pretendida. Qué tan directo, novedoso y además, congruente con las ilustraciones o fotografías (si las hay), es el mensaje.
- C. **Grado en que se involucra al usuario:** se evaluará cuánto logra el mensaje cautivar al usuario.

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L
e-mail: marcas@amnet.co.cr

76- Del Diseño:

- A. **Composición o la organización equilibrada y racional de los elementos que participan en determinado diseño.** La distribución de los elementos debe ser armónica, evitando la competencia entre los mismos.
- B. **Se evaluará el balance o equilibrio de los elementos**, ya sea en una composición de tipo formal (simétrica) o informal (asimétrica).
- C. **Tipografía:** se analizará si la tipografía elegida mantiene relación con la idea central y los restantes elementos del diseño. Debe tomarse en cuenta que la tipografía puede ser un apoyo ilustrativo, un elemento más de diseño, además de su acostumbrada función textual.

77- Interactividad

Se define la interactividad como la manera en que el diseño asiste al usuario en encontrar la información del anunciante, lograr tareas, cautivarlo y motivar el click hacia el anuncio.

De los Criterios de Evaluación

c) Radio:

En todo momento, los trabajos concursantes serán juzgados tomando como base criterios de Creatividad, Comunicación, Producción y Realización. Los valores asignados serán los siguientes:

A. Creatividad	(33%)
B. Comunicación	(33%)
C. Producción	(33%)

78- De la Creatividad:

- A. **Idea novedosa:** se evaluará en este punto la originalidad de la idea, tomando como base la búsqueda de un concepto fuera de lo común, no utilizado anteriormente, o bien empleado de una forma novedosa. Debe evaluarse, además, el grado de interés que despierte el mensaje.

Denis Aguiluz Milla

Abogados y Notarios
Tel. (506) 234-6710 Fax. (506) 234-1126
P.O. Box 7371-1000, San José, Costa Rica

MARKONT®L
e-mail: marcas@amnet.co.cr

- B. **Fuerza del mensaje:** se tomará en consideración el impacto que provoca el mensaje al radio escucha, si la idea es concreta y directa.
- C. **Coherencia:** se valorará que exista unidad entre la creatividad y las características propias del producto o servicio.

79- De la Comunicación:

- A. **Efectividad y facilidad para lograr el mensaje auditivo:** se evaluará la facilidad de comprensión, la amenidad del mensaje y la reacción inmediata que provoque el mismo en el jurado.
- B. **Efectividad y claridad del mensaje:** se evaluará si despierta el interés y si conlleva la acción pretendida. Que tan directo, novedoso e impactante es el mensaje para el radioescucha y la empatía con que se transmite el mensaje.

80- De la producción:

- A. **Composición o la organización equilibrada y racional de los elementos que participan en la elaboración del material.** La distribución de los elementos debe ser armónica, evitando la competencia entre los mismos.
- B. **Se evaluará el balance o equilibrio** en el uso de elementos de producción (mezcla de audio, técnicas de grabación musical, efectos, dirección de locución)
- C. **Jingles:** se evaluará: arreglo musical, composición (letra y música), mezcla de audio.