



SI NO
ESTÁS,
NO
ESTÁS



XXI PREMIOS NACIONALES DE CREATIVIDAD

26-27-28 de marzo / San Sebastián-Donostia

Inscripciones en clubdecreativos.com - último día 27/01/2020

SI NO ESTÁS, NO ESTÁS.

INSCRIPCIÓN

El periodo de inscripción se abre el 26 de noviembre de 2019 y se cierra el 27 de enero de 2020.

El Club de Creativos (c de c) se reserva el derecho de conservar el material presentado al certamen Premios Nacionales de Creatividad para editar el libro Anuario de la Creatividad Española e incluirlo en la web de uso público: www.clubdecreativos.com/archivodelacreatividad/. El c de c también podrá utilizarlo posteriormente con fines promocionales, divulgativos y didácticos.

PRECIOS

IDEAS: 425 € inscripción.
CRAFT: 250 € inscripción.
INNOVACIÓN: 300 € inscripción.
IVA (21%) NO INCLUIDO

DESCUENTOS:

Los descuentos estarán activos hasta la fecha de cierre de inscripciones (27 de enero incluido).

Si es la primera vez que participas en nuestros premios, tienes GRATIS la primera inscripción en CRAFT.

Por número de inscripciones en cada pedido tramitado:

Apartado de Ideas
De 1 a 5 inscripciones: Socios: 10%; No Socios 0%
De 6 a 10 inscripciones: Socios 15%; No Socios 5%
A partir de 11 inscripciones: Socios 20%; No Socios 10%

Apartado de Craft
De 1 a 7 inscripciones: Socios 10%; No Socios 0%
De 8 a 12 inscripciones: Socios 15%; No Socios 5%
A partir de 13 inscripciones: Socios 20%; No Socios 10%

Apartado de Innovación
Desde la primera inscripción: Socios 10%; No Socios 0%

Si una empresa realiza más de cinco inscripciones, tiene derecho a dos entradas para asistir a la Gala de entrega de los Premios Nacionales de Creatividad la tarde del 28 de marzo de 2020, que se celebra en el Kursaal (San Sebastián-Donostia). Si además quien hace la inscripción de piezas es un trabajador autónomo o una empresa pequeña (menos de 10 empleados en nómina), tiene derecho a dos pases completos para el c de c 2020 (se deberá justificar esta condición).

PRESENTACIÓN DE PIEZAS

Para cada pieza presentada, en el formulario de inscripción se solicitará un breve texto destacando el valor principal de la pieza. Este texto será sometido a la apreciación del jurado en el momento de evaluar la pieza.

Se invita a indicar en este texto cualquier especificación que se considere necesaria para la evaluación de la pieza por el jurado.

Las piezas inscritas se presentarán en los formatos en los que se hayan difundido. Si una pieza estuviera en un idioma diferente al castellano, se presentará subtítuloada. Si una pieza original supera los 120" se presentará también una pieza corta de no más de 60" (se pedirá autorización a la organización para subir el vídeo corto).

IDEAS

Una inscripción puede incluir varios spots, varias cuñas o varias piezas gráficas, pero deben estar incluidos en un único archivo (la unión de piezas nunca debe superar los 120"). También se pueden inscribir por separado si se quiere que el jurado las valore como ideas independientes. El jurado tiene potestad para unir o separar piezas.

Cuando no se puedan aportar piezas originales, se aportará un vídeo explicativo de la acción de no más de 120". Se recomienda que el vídeo sea lo más conciso posible y que se ciña a la idea presentada, sin extenderse en los resultados o la repercusión de la acción (no incluir nunca la empresa que ha realizado la pieza).

Para las inscripciones de Ideas que contengan gráficas, aparte del eventual vídeo explicativo, se solicitarán los originales impresos correspondientes.

CRAFT

En este apartado, una inscripción solo puede incluir una pieza (se juzga el CRAFT de cada ejecución) y la misma pieza se puede presentar en varias categorías (subiendo el material en cada una de ellas

El Anuario de la Creatividad Española 2020 recogerá todas las piezas creadas y/o difundidas en España entre el 1 de enero del año 2019 y el cierre de inscripciones, en cualquier medio y formato, que sean seleccionadas como claro exponente de calidad en comunicación y creatividad. Se analizará y valorará, por un lado, la calidad de la IDEA o concepto y su aportación al desarrollo o crecimiento de la marca y/o negocio; por otro, el CRAFT de una pieza, es decir los aspectos ejecucionales que determinan su producción y su realización y contribuyen de forma decisiva a potenciar la idea.

A estos dos apartados se suma un tercero, INNOVACIÓN, en el que se valorará el aspecto innovador de un proyecto en cuanto al uso de la tecnología, formato, uso del medio o creación de nuevos productos o servicios, y siempre en relación a su contribución al desarrollo de la marca.

La selección de piezas de IDEAS la realizará un jurado compuesto por profesionales cuya experiencia y talento haya sido suficientemente probado. Este mismo jurado, complementado con algunos especialistas en técnicas concretas, se dividirá posteriormente para juzgar las piezas de CRAFT. Por último, se juzgarán las piezas de INNOVACIÓN con un jurado mixto incorporando creativos y especialistas. Los jurados seleccionarán aquellas piezas que se incluirán en el libro y las que a su juicio merecen un metal de los tres que se contemplan: bronce, plata y oro. En los apartados de IDEAS y CRAFT, el jurado podrá otorgar un máximo de 36 metales, y en el de INNOVACIÓN, un máximo de 9. Para coordinar la labor del jurado, se nombrará a un/a presidente/a.

Cuando los jurados hayan finalizado su trabajo se reunirán para la votación entre todos del Gran Premio. La elección del Gran Premio se realizará entre aquellas piezas que hayan sido primero seleccionadas por el jurado de IDEAS como merecedoras de oro, y hayan sido después refrendadas por el jurado de CRAFT y/o INNOVACIÓN con un metal de los tres posibles. No obstante, y una vez seleccionadas el total de piezas que optan al Gran Premio, el jurado deliberará y solicitará de quien haya hecho la inscripción los datos que requiera para tomar su decisión. Al finalizar la deliberación, cada jurado votará en secreto y de esa votación saldrá la ganadora. El jurado es soberano en sus decisiones. No pueden concurrir al Gran Premio las piezas en IDEAS que correspondan a Servicios públicos sin ánimo de lucro y ONG.

Cada pieza que se presente se podrá inscribir bien en el apartado de IDEAS, y dentro de este, en el segmento de mercado al que pertenezca el producto o servicio que se comunica, bien en cada una de las áreas que se detallan en CRAFT o en INNOVACIÓN. Una misma pieza puede concurrir en los tres apartados, ya que en cada uno se juzgan aspectos diferentes. También podrán concurrir en más de una categoría de CRAFT. La organización y el jurado se reservan el derecho de cambiar la categoría de inscripción cuando así lo consideren oportuno.

No se podrán inscribir piezas que hayan sido realizadas para cualquier actividad o evento del Club de Creativos.

Formatos audiovisuales: una inscripción debe contener solo una pieza de vídeo o audio, siempre la pieza original, tal y como se difundió. **No se podrá presentar en las categorías de CRAFT el videocase de IDEAS, ya que en ambos apartados se juzgan aspectos esencialmente diferentes.**

Formatos impresos: **se solicitan dos impresiones, tamaño A2 (420x594 mm), una de ellas montada o impresa sobre un cartón pluma o foam de 5 mm de grosor y otra sin montar** (cuando la misma pieza concorra en varias categorías, se enviará solo un ejemplar de la montada en foam y otras tantas sin montar como en categorías se presente). Se solicitan las piezas originales, tal y como se difundieron. En caso de considerarse necesario un vídeo explicativo para apreciar el trabajo, ponerse en contacto con la organización.

Formatos tridimensionales: se solicita un ejemplar de la tirada final que se enviará al c de c. La inscripción puede apoyarse en un vídeo explicativo.

Formatos digitales: se aportará un vídeo explicativo de la pieza. **Es también imprescindible proporcionar una url o app activa en la que se pueda vivir exactamente la experiencia ofrecida al usuario.**

Experiencias: se puede aportar un vídeo explicativo que presente la acción (en cada caso se registrará por las características de formatos audiovisuales o impresos).

Diseño de producción: para que el jurado pueda valorar el proyecto, al inscribir la pieza se solicitará rellenar un formulario que especifique las características del proceso de producción. Aparte de la pieza original difundida, la inscripción podrá apoyarse con un vídeo explicativo (making of o similar).

En todos los casos se subirá a la web de inscripción la imagen correspondiente para medios impresos, tridimensionales y experiencias.

INNOVACIÓN

Las ideas / conceptos previos al desarrollo no son aceptados. Los participantes deben estar en condiciones de demostrar completamente la tecnología y la innovación. En el caso de las categorías 3 y 4 (Innovación en producto, Innovación en servicio), **se aportará la prueba de la distribución y comercialización de los productos mencionados y/o la existencia tangible de los servicios presentados, con certificados firmados por el cliente que demuestren la validez de la propuesta.** En la categoría 5 se aceptarán proyectos en estado de prototipo.

Las piezas físicas se enviarán directamente al Club de Creativos (Cervantes, 3. 28014 Madrid. Telf: 915 915 478), debidamente identificadas.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LAS PIEZAS A SUBIR EN LA WEB

- VIDEO: Formato: Codificado en H264 entre 7 y 12Mb/s
Aspect ratio: 16/9 Real
Sonido: 48000 Khz - 16 bit –stereo
- AUDIO: Formato: MP3, MPEG4
Audio, WMA
Sonido: 48000 Khz -16 bit – stereo
- IMÁGENES: Formato: JPG, TIFF o PDF
Resolución: 300pp para un A4

Si alguna pieza no cumple estas características podrá ser DESCALIFICADA.

PROCESO DE INSCRIPCIÓN

Para que las inscripciones sean efectivas, se deberá cumplir todo el proceso de inscripción a través de la www.clubdecreativos.com/inscripciones/
- Inscribir cada pieza en el apartado y categoría correspondientes.

- Aportar FICHA DE APROBACIÓN DEL CLIENTE correctamente cumplimentada, sellada y firmada por el responsable de la aprobación y autorización por parte del anunciante. Subir un PDF, escaneando el Word que se facilita (se descarga desde la página web de inscripción cuando ya se está logueado).

- Subir a la plataforma el thumb y el material correspondiente a la inscripción.

- Enviar las piezas físicas (si el formato lo exige) a las oficinas del Club de Creativos en Madrid (Cervantes, 3. 28014 Madrid. Telf: 915 915 478).

- Cumplimentar el proceso de pago en "Pagar material" obteniendo el correspondiente pedido y realizar el pago bien con tarjeta de crédito (TPV) o bien mediante transferencia a c/c: ES96 0081/0085/63/0002291139. Titular: Club de Creativos de España (indicando como concepto el nº de pedido y la empresa que realiza las inscripciones).

IDEAS

A las 15 categorías existentes, correspondientes a sectores de mercado, este año se suma una nueva: Ideas de comunicación transformadoras. El objetivo de esta nueva categoría es destacar las ideas, para marcas o instituciones, que contribuyen a una transformación social o cultural.

1.1. ALIMENTACIÓN.

- Alimentos naturales, congelados y preparados, conservas, dietéticos, confitería, snacks y aperitivos, café, té, leche y refrescos lácteos.
- Comida para animales.

1.2 AUTOMÓVILES. VEHÍCULOS.

- Vehículos de cualquier gama.
- Servicios, productos y accesorios para automóviles y vehículos en general.

1.3 BANCOS. SERVICIOS FINANCIEROS. SEGUROS.

1.4 BEBIDAS. TABACOS.

- Bebidas no alcohólicas: refrescos, zumos, agua mineral, bebidas energéticas, cervezas sin alcohol.
- Bebidas alcohólicas: espirituosos, vinos, cervezas, licores, cavas.
- Tabacos y artículos para el fumador.

1.5 CENTRO EDUCATIVOS. CULTURA. OCIO. JUGUETES. DEPORTE.

- Escuelas, universidades, centros docentes de cualquier naturaleza.
- Conciertos, espectáculos, exposiciones, museos, galerías, librerías, festivales.
- Cine, teatro, música, videoclips, discotecas, literatura, parques temáticos.
- Juguetes, juegos de mesa, videojuegos.
- Clubs deportivos, gimnasios, campeonatos, estadios, estaciones de esquí.

1.6 ELECTRÓNICA. INFORMÁTICA. ELECTRODOMÉSTICOS. EQUIPAMIENTO DEL HOGAR Y LA OFICINA.

- Smartphones, smartwatches y wearables, ordenadores, tablets, consolas, impresoras, fotocopadoras, etc.
- Frigoríficos, lavadoras, lavavajillas, hornos, televisores, equipos de música, pequeño electrodoméstico, etc.
- Mobiliario del hogar (baño, cocina, dormitorio, jardín, etc.); mobiliario, equipamiento y material de oficina.

1.7 GRANDES SUPERFICIES. FRANQUICIAS. PEQUEÑO COMERCIO. COMERCIO ONLINE.

- Supermercados, centros comerciales, distribuidores, grandes superficies, outlets.
- Cadenas de comida rápida, empresas de reparto a domicilio.
- Restaurantes, ópticas, peluquerías, salones de belleza, tintorerías, joyerías, etc.
- Webs y apps de comercio online.

1.8 HIGIENE Y BELLEZA. PRODUCTOS PARA EL HOGAR. FARMACIA Y PARAFARMACIA.

- Perfumes, desodorantes, maquillaje, cosmética, jabones, champús, productos de afeitado.
- Detergentes, suavizantes, limpiadores, insecticidas, pinturas, productos de droguería, productos de jardinería, etc.
- Medicamentos de venta en farmacia sin receta, vitaminas, suplementos dietéticos, preservativos, test de embarazo, etc.

1.9 LOTERIAS Y APUESTAS. JUEGOS DEL ESTADO.

1.10 MEDIOS DE COMUNICACIÓN. PUBLICACIONES. PLATAFORMAS DE STREAMING. REDES SOCIALES. AGENCIAS Y PRODUCTORAS DE PUBLICIDAD.

- Canales de televisión, emisoras de radio, periódicos, revistas. Editoriales.
- Websites de información, buscadores, plataformas de streaming, bancos de imágenes, medios digitales.
- Redes sociales.
- Piezas promocionales de empresas del sector de la comunicación (agencias, productoras, estudios de diseño, etc).

1.11 MODA Y COMPLEMENTOS. ACCESORIOS.

- Confección, calzado, ropa deportiva, lencería, etc.
- Joyería. Bolsos y maletas.

1.12 OPERADORES DE TELEFONÍA. PROVEEDORES DE SERVICIOS INTERNET. CONSULTORÍAS.

1.13 SERVICIOS ESENCIALES. CONSTRUCTORAS. INMOBILIARIAS.

- Gas, electricidad, agua, compañías petroleras y estaciones de servicio.
- Constructoras e inmobiliarias. Materiales de construcción.
- Empresas funerarias.

1.14 SERVICIOS PÚBLICOS SIN ÁNIMO DE LUCRO Y ONG.

- Mensajes institucionales de ministerios y administraciones públicas, sin ánimo de lucro. ONG. Partidos políticos.

1.15 VIAJES. TURISMO. TRANSPORTE DE PERSONAS Y MERCANCÍAS.

- Líneas aéreas, ferrocarril, barcos, metro, autobuses.
- Mensajerías. Taxis, VTC.
- Agencias de viajes. Hoteles. Cruceros. Campañas de promoción turística.

1.16 SERVICIOS DE CONSULTA Y ASesorIA.

Categoría especial: **IDEAS DE COMUNICACIÓN TRANSFORMADORAS**. (nueva categoría)

CRAFT

1.1. CATEGORÍAS DE CRAFT

En este apartado se evalúan los aspectos ejecucionales de una pieza, y las categorías del apartado corresponden a las especialidades y técnicas involucradas. Para esta edición, se ha ampliado y reestructurado el sistema, que ahora contempla 16 categorías.

1.2. CATEGORÍAS DE CRAFT

1.3. CATEGORÍAS DE CRAFT

(Categorías **TRANSVERSALES**, que cruzan todos los formatos y medios)

2.1 DIRECCIÓN DE ARTE.

Para su evaluación, se agruparán las piezas según el formato a que correspondan: impreso, audiovisual, digital, experiencial, etc.

2.2 DISEÑO DE PRODUCCIÓN. (nueva categoría)

En esta categoría se evaluará la combinación y el uso de los recursos al servicio de la producción de una idea, cualquiera que sea su formato (impreso, audiovisual, digital o experiencial). También se valorará la superación de los retos que suponía en términos de producción el planteamiento de la idea. Para que el jurado pueda valorar el proyecto, al inscribir la pieza se solicitará rellenar un formulario que especifique las características del proceso de producción.

2.3 REDACCIÓN.

En esta categoría entran a competir todos los géneros redaccionales: titulares, bodycopy, namings, claims de marcas, letras de canciones, guiones, locuciones, etc. Para la evaluación de las piezas, se agruparán según el formato a que correspondan (impreso, audiovisual, digital, experiencial, etc.).

2.4 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.5 DISEÑO DE SERVICIO.

(Categorías correspondientes a técnicas aplicadas sobre piezas de **IMAGEN ESTÁTICA**, en un entorno gráfico, digital, experiencial, de redes sociales, etc)

2.6 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

En esta categoría se contemplan todos los elementos y ramas del diseño gráfico: carteles, diseño editorial, gráfica aplicada a espacios, logotipos e identidad corporativa, papelería, tipografía y lettering, packaging y etiquetas, etc. En caso de posible confusión, especificar en el texto de inscripción de la pieza qué valor específico se somete al criterio del jurado.

2.7 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.8 DISEÑO DE SERVICIO.

2.9 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.10 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.11 DISEÑO DE SERVICIO.

2.12 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.13 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.14 DISEÑO DE SERVICIO.

2.15 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.16 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.17 DISEÑO DE SERVICIO.

2.18 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.19 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.20 DISEÑO DE SERVICIO.

2.21 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.22 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.23 DISEÑO DE SERVICIO.

2.24 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.25 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.26 DISEÑO DE SERVICIO.

2.27 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.28 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.29 DISEÑO DE SERVICIO.

2.30 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.31 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.32 DISEÑO DE SERVICIO.

2.33 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.34 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.35 DISEÑO DE SERVICIO.

2.36 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.37 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.38 DISEÑO DE SERVICIO.

2.39 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.40 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.41 DISEÑO DE SERVICIO.

2.42 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.43 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.44 DISEÑO DE SERVICIO.

2.45 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.46 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.47 DISEÑO DE SERVICIO.

2.48 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.49 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.50 DISEÑO DE SERVICIO.

2.51 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.52 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.53 DISEÑO DE SERVICIO.

2.54 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.55 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.56 DISEÑO DE SERVICIO.

2.57 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.58 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.59 DISEÑO DE SERVICIO.

2.60 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.61 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.62 DISEÑO DE SERVICIO.

2.63 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.64 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.65 DISEÑO DE SERVICIO.

2.66 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.67 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.68 DISEÑO DE SERVICIO.

2.69 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.70 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.71 DISEÑO DE SERVICIO.

2.72 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.73 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.74 DISEÑO DE SERVICIO.

2.75 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.76 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.77 DISEÑO DE SERVICIO.

2.78 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.79 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.80 DISEÑO DE SERVICIO.

2.81 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.82 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.83 DISEÑO DE SERVICIO.

2.84 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.85 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.86 DISEÑO DE SERVICIO.

2.87 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.88 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.89 DISEÑO DE SERVICIO.

2.90 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.91 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.92 DISEÑO DE SERVICIO.

2.93 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.94 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.95 DISEÑO DE SERVICIO.

2.96 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.97 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.98 DISEÑO DE SERVICIO.

2.99 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.100 DISEÑO DE PRODUCTO.

2.101 DISEÑO DE SERVICIO.

2.102 DISEÑO DE EXPERIENCIA.

2.15 EXPERIENCIA EN RETAIL Y ACTIVACIONES. (nueva categoría)

En esta categoría, se evaluará la calidad de la experiencia ofrecida al usuario en circuitos de venta, tratándose de un circuito propio o de terceros.

2.16 EXPERIENCIA GENERADA A PARTIR DE DATA. (nueva categoría)

-El jurado considerará cómo se presentan o utilizan los datos y la inteligencia artificial para mejorar la experiencia de la marca. En esta categoría se podrá valorar:

- El uso creativo de datos / ideas generadas para desarrollar una relación significativa con una audiencia, cultura o comunidad específica.
- La aplicación creativa de datos contextuales en tiempo real / cercano; incluidos, entre otros, GPS, tiempo, clima, tendencias sociales de RT y datos transaccionales, para brindar una experiencia de una manera creativa y atractiva.
- La representación visual creativa y presentación de datos y conocimientos digitales.
- La aplicación estratégica de la arquitectura de la información para mejorar la experiencia del usuario de un producto o servicio digital de marcas. Esto puede incluir sofisticados asistentes inteligentes / chatbots con una toma de decisiones avanzada que no depende de la inteligencia artificial para funcionar.

INNOVACIÓN

Este año el c de c ha decidido darle especial énfasis a este apartado, con la voluntad de que el anuario sea cada vez más el reflejo de la vertiente innovadora de la creatividad comercial. El apartado crece con la creación de dos nuevas categorías: Innovación en el uso de la tecnología, e Innovación en el formato o en el uso del medio. Estas se suman a las ya existentes: nuevas ideas de productos o servicios que, trascendiendo la comunicación, puedan añadir valor a las marcas y/o a la sociedad. Estas ideas pueden haber sido elaboradas como proyectos propios de agencias o empresas creativas, o como productos o servicios para terceros.

En este apartado se valorará la tecnología y la resolución innovadora de problemas para las marcas y la sociedad. También se reconocerán soluciones tecnológicas independientes que incluyen herramientas, productos, modelos, plataformas y otras formas de tecnología aplicada a la comunicación, así como campañas creativas que utilizan nuevas tecnologías. En todos los casos, habrá que aportar evidencia de la implementación de cualquiera de las herramientas o productos que se presenten.

3.1 INNOVACIÓN EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA. (nueva categoría)

Soluciones tecnológicas innovadoras asociadas a una marca o campaña creativa. La categoría contemplará, entre otras, tecnologías basadas en datos, plataformas innovadoras, herramientas, modelos, programas, hardware, software, productos y soluciones a medida.

3.2 INNOVACIÓN EN EL FORMATO O EN EL USO DEL MEDIO. (nueva categoría)

Soluciones innovadoras en el formato y/o en el uso de los medios, asociadas a una marca o campaña creativa. La definición de "Innovación" para el propósito de esta categoría es una propuesta innovadora que avance, enriquezca o mejore la experiencia del consumidor en el uso del medio y sus formatos. La categoría también reconocerá, entre otras, tecnologías basadas en datos, plataformas innovadoras, herramientas, modelos, programas, hardware, software, productos y soluciones a medida y formatos como VR, soportes de exterior digitales o convencionales, plataformas televisivas, inteligencia artificial/chat-bot, etc.

3.3 INNOVACIÓN EN PRODUCTO.

Pueden ser productos creados por cualquier representante de la industria creativa: clientes, agencias, empresas de producto e innovación, startups, negocios digitales, etc.

3.4 INNOVACIÓN EN SERVICIO.

Pueden ser servicios creados por cualquier representante de la industria creativa: clientes, agencias, empresas de innovación, startups, negocios digitales, etc.

3.5 INNOVACIÓN EN PROTOTIPADO.

Esta categoría corresponde a las ideas que están en fase de desarrollo o proceso de creación, de las que solo una pequeña parte llegará a ser un producto o servicio implementado por alguna marca o empresa. En otros certámenes internacionales le llaman Early stage technology = tecnología de etapa temprana o de maduración.



XXI PREMIOS NACIONALES DE CREATIVIDAD

26-27-28 de marzo / San Sebastián-Donostia

Inscripciones en clubdecreativos.com - último día 27/01/2020

SI NO
ESTÁS,
NO
ESTÁS.