



CONVOCATORIA

La Asociación Mexicana de Agencias de Promociones
convoca al

“FESTIVAL AMAPRO 2023”

donde otorga el premio VICTORIA AMAPRO a las agencias cuyos casos de mercadotecnia promocional fueron los más sobresalientes del periodo del 1º de julio de 2022 al 30 de junio de 2023, destacando su creatividad, planeación y ejecución estratégica para una marca, y está abierto a la participación de todas las agencias de México y Latinoamérica.

LAS VICTORIAS AMAPRO SE OTORGAN EN LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS:

PROMOCIÓN

1. Trial Promotion

Campaña de activación o experiencia promocional presencial, digital o híbrida que tenga como objetivo invitar al consumidor a probar o usar el producto o servicio.

2. Loyalty Promotion

Campaña de activación o experiencia promocional presencial, digital o híbrida que tenga como objetivo impulsar y reconocer la lealtad del consumidor, así como impulsar la repetición de compra.

3. Activaciones In Store

Campaña promocional de activación en el punto de venta físico que logre brand awareness y/o incremento en ventas de productos y/o servicios.

4. Traffic Building

Campaña o activación promocional destinada a lograr mayor tránsito de consumidores hacia el Punto de Venta y/o punto de exhibición (físico) (puede ser activación fuera del punto de venta, plataforma digitales o híbrido).



5. Marketing Omnicanal

Campaña cuya idea y ejecución mejoran la experiencia del usuario con la marca al integrar canales online y offline de forma orquestada e interrelacionada, permitiendo que el target inicie una conversación por una vía y la continúe por otra si así lo desea.

6. Promoción Mundial de Fútbol Qatar 2022

Campaña o activación promocional presencial, digital o híbrida basada en el Mundial de Fútbol de Qatar 2022.

CAPITAL HUMANO

7. Desarrollo de Promotores, Vendedores y Demostradores

Desarrollo de equipos de trabajo que se adaptaron en tiempos inciertos y se sobrepusieron para dar resultados extraordinarios en el punto de venta.

8. Desarrollo de Oficina y staff

Desarrollo de equipos de trabajo de alto impacto que generen valor e innovación.

ACTIVACIONES Y EVENTOS

9. Eventos Corporativos, Foros, Convenciones y Congresos

Evento o conjunto de eventos presenciales, digitales o híbridos impulsados por una marca o empresa.

10. Evento de Lanzamiento

Evento o conjunto de eventos físicos, digitales o híbridos destinados a dar a conocer o reposicionar un producto o servicio.

11. Evento de Experiencia de Marca

Evento o conjunto de eventos físicos, digitales o híbridos destinados a motivar, posicionar o fidelizar una marca.



12. Evento Deportivo

Evento o conjunto de eventos físicos, digitales o híbridos con los cuales una marca fomenta el deporte para alcanzar sus objetivos.

13. Evento de Marketing Social

Evento o conjunto de eventos físicos, digitales o híbridos con los cuales se fomenta la participación ciudadana o la promoción de cultura con el fin de lograr un impacto en la sociedad o para apoyar una causa social.

14. Stands y Ambientación

Diseño y ambientación de espacios delimitados dentro de una feria o salón de exposición, que por su creatividad e ingenio, atraen a visitantes para realizar negociaciones comerciales.

15. Experiencia Masiva

Evento físico, digital o híbrido que impacte a un público masivo y logre los objetivos de la marca.

16. Evento deportivo Mundial de Fútbol Qatar 2022

Evento físico, digital o híbrido con motivo del Mundial de Fútbol de Qatar 2022.

MARKETING DE PROMOCIÓN DIGITAL

17. Amplificación Digital

Campaña promocional, evento o activación que tiene su origen en medios no digitales y logra amplificarse y darse a conocer principalmente a través de medios digitales.

18. Social Media

Campaña promocional que hace uso de estrategias y/o acciones en redes sociales para lograr los objetivos de la marca.

19. Marketing Digital Integral

Activación, campaña o promoción cuya ejecución y difusión fue primordialmente digital y sus resultados dependieron de este medio.



20. Influencer Marketing

Campaña promocional que busca conectar con su audiencia a través de influencers, embajadores o celebridades en medios digitales.

21. Desarrollo de Sitios Web y aplicaciones

Diseño y desarrollo creativo y funcional de sitios web o aplicaciones que ofrezcan una gran experiencia de usuario y promocionen una marca.

22. Innovación Tecnológica

Campañas o acciones promocionales que hicieron de la tecnología un asset para dar resultados a través de la innovación.

MARKETING SOCIAL

23. Responsabilidad Social

Campaña y/o promoción que fomente la participación ciudadana o el desarrollo cultural con el fin de lograr un impacto en la sociedad o para apoyar una causa social o mejoras en el medio ambiente.



BASES

Inscripción

1. La plataforma de inscripciones y carga de información es la siguiente:
<https://www.oxoawards.com/amapro2023>
2. Las agencias podrán inscribir tantos entres como decidan sin limite de casos por agencia o de categorías en las que participe cada caso.
3. Ninguna cuota de inscripción será devuelta pese a que algún entree inscrito sea descalificado por incumplimiento de bases.
4. Ningún trabajo será devuelto. Los trabajos inscritos pasarán a formar parte del acervo de AMAPRO y podrán ser utilizados con fines de promoción y publicidad del Festival así como con fines comerciales con el objetivo de promover el trabajo de la industria y como fuente de inspiración, dando los créditos correspondientes.
5. Ningún entree será aceptado por fuera de la plataforma por ningún motivo.

Participación

6. Podrán participar casos de Marketing Promocional que hayan sido realizados entre el **1º de julio de 2022 y 30 de junio del 2023**.
Los casos que tengan un mayor período de tiempo o varias fases, deberán presentar los resultados obtenidos hasta el momento, en el periodo de tiempo que marca esta convocatoria.
7. Para participar, los entrees deberán estar completamente pagados y marcados como terminados en la plataforma antes de que termine el día **miércoles 4 de octubre de 2023**.



Evaluación

8. El periodo de evaluación por parte del Jurado seleccionado para cada entrie se realizará desde el lunes 16 de octubre y hasta el domingo 5 de noviembre al terminar el día. No existirá prórroga para la calificación.

9. Los entries participantes serán calificados de forma individual por un grupo de jurados bajo los siguientes criterios en una escala del 1 al 10. Las calificaciones que otorguen los jurados serán sumadas y promediadas en cada criterio el cual tendrá un peso determinado en la calificación final (indicado entre paréntesis).
 - a. Creatividad (15%)
 - b. Estrategia (25%)
 - c. Ejecución (25%)
 - d. Innovación (10%)
 - e. Resultados (25%)

10. El jurado no podrá reclasificar entries en categorías distintas a las inscritas.

11. Los entries con calificaciones finales iguales o menores a 6, no serán considerados para la premiación ni para la representatividad de entries concursantes por categoría.

Descalificación

12. Es motivo de **descalificación**:
 - a. Incluir en cualquier material del entrie (excepto láminas informativas), información que identifique a la agencia que lo presenta: logo, nombre, datos de contacto, redes sociales, diseño de template, nombre del caso, etc.
 - b. No presentar cartas de aprobación de clientes o presentar documentos o información falsificada de clientes para la participación en el festival.
 - c. Presentar información falsa.



13. El Comité Organizador contactará de forma aleatoria a clientes mencionados en los entres para verificar la veracidad de la información proporcionada por las agencias participantes y corroborar la autorización de la marca para la participación del entree en el Festival.

Premios

14. Serán finalistas los entres que hayan sido obtengan una calificación mayor a 7.00 puntos en la categoría participante.
15. El **Shortlist** (lista de finalistas) se publicará en los diferentes medios de la AMAPRO (página web del festival, mail, redes sociales) el **6 de noviembre de 2023**.
16. El **Premio Victoria AMAPRO** se otorgará a los ganadores de cada categoría de la siguiente forma:
 - a. **Oro**: trofeo al entree con la calificación más alta.
 - b. **Plata**: reconocimiento digital al entree con la segunda calificación más alta.
 - c. **Bronce**: reconocimiento digital al entree con la tercera calificación más alta.
 - d. En caso de empate, **AMBOS** recibirán premio (trofeo o reconocimiento).
 - e. Los ganadores de Plata y Bronce podrán adquirir sus trofeos bajo pedido. El costo de los trofeos se compartirá a los ganadores un día después del evento de premiación y aplicará también para pedidos de réplicas.
17. El **Premio a la Excelencia** se otorgará a la agencia que obtenga el mejor promedio de calificación de todos los entres inscritos al concurso.
18. Para ser candidata al **Premio AGENCIA DEL AÑO**, la agencia deberá:
 - a. Haber inscrito al menos 6 casos.
 - b. Haber conseguido al menos un oro.
 - c. Obtener una calificación mínima de 8 en promedio entre todos sus entres.



- d. La agencia con el puntaje más alto, será la ganadora y recibirá un trofeo único.
 - e. En caso de tener un empate en el acumulado total de puntos, los criterios de desempate serán los siguientes, aplicados en este orden:
 - 1. Ganará quien mayor número de casos haya inscrito.
 - 2. Ganará quien haya obtenido más oros.
 - 3. Ganará quien obtenga el voto unánime del Comité del Festival.
19. Los nombres de los **ganadores** serán dados a conocer en la Ceremonia de **Premiación del Festival AMAPRO 2022 el 15 de noviembre del mismo año**, y publicados en un boletín de prensa, así como en las redes sociales de la AMAPRO.
20. Los participantes aceptan implícitamente las bases del concurso y son los únicos responsables de la veracidad de los datos que proporcionen sobre los trabajos sometidos a concurso.



JURADO

El jurado estará integrado por anunciantes, destacados creativos, profesionales del sector académico, personalidades con conocimientos sobresalientes en mercadotecnia promocional, producción, comunicación publicitaria, marketing digital y marketing integrado con gran experiencia, pensamiento estratégico y creatividad que destaquen por su ética e imparcialidad.

Cada jurado tendrá un acceso individual y seguro a la plataforma en la que encontrará, a partir de la fecha de inicio de juzgamiento, los casos que automáticamente el sistema le haya asignado según su expertise.

El jurado podrá otorgar calificaciones y sugerir la descalificación de entries en caso de no cumplir con las bases del concurso y no podrá reclasificar entries en diferentes categorías a las que fueron inscritos.

También otorgará de manera obligatoria y anónima sus comentarios y/o recomendaciones para mejorar en cada uno de estos entries, a los cuales tendrá acceso exclusivo y privado la agencia que los haya inscrito.

No podrán ser miembros del jurado directores o colaboradores de agencias de promociones, BTL, event marketing, shopper marketing o digital marketing.

Cualquier situación no prevista en la presente convocatoria será resuelta por el jurado, siendo inapelable su fallo.



CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. CREATIVIDAD (15%)

La idea creativa que se aplicó para alcanzar los objetivos del caso. Cómo surge y cómo toma vida en la ejecución para establecer ese concepto diferenciador, impactante, relevante y trascendente que distingue al producto y a la marca de los de su categoría.

2. ESTRATEGIA (25%)

El proceso mediante al cual se enfrenta el reto estratégico para darle solución. Busca que todas las acciones propuestas sean congruentes y basadas en insights. La creatividad utilizada, la implementación y la logística aplicada deben estar alineadas al objetivo planteado en el caso.

3. EJECUCIÓN (25%)

La forma en que se ejecuta o produce el concepto creativo, incluyendo la convocatoria, la organización, la calidad de los materiales y herramientas utilizados, el uso de recursos y logística aplicada.

4. INNOVACIÓN (10%)

Es el plus que acompaña a la creatividad en cada caso. La innovación se refiere a nuevas herramientas y recursos, o a nuevas formas de aplicar lo que ya existe en la industria para darle un giro diferenciador al proyecto.

5. RESULTADOS (25%)

Los resultados deben estar alineados a los objetivos, alcanzarlos o superarlos, por lo que deben ser cuantificables. Existen diversos KPI's que permiten evaluar los resultados dependiendo de cada caso: ventas, inscripciones, desplazamiento de producto, generación de leads, visitas a un sitio, pruebas de producto, etc.



COSTOS DE INSCRIPCIÓN

TARIFAS POR ENTRIE

	Inscripción Temprana (Early Birds)	Inscripción Regular
	<i>Del 17 de julio al 11 de agosto</i>	<i>Del 12 de agosto al 4 de octubre</i>
SOCIOS AMAPRO	\$4,690	\$4,920
AGENCIAS EXTERNAS	\$6,500	\$6,850

DESCUENTOS

20% de descuento
30% de descuento
40% de descuento
50% de descuento

Inscribiendo 5 a 9 entries
Inscribiendo 10 a 15 entries
Inscribiendo 16 a 30 entries
Inscribiendo 31 o más entries

Notas

1. Tarifas en Pesos Mexicanos. No incluye IVA.
2. Entrie = caso inscrito en una categoría. Ej. Si un caso se inscribe participando en 2 categorías, son 2 entries.
3. Para considerar que los entries son de la misma agencia, deberán ser cargados en el mismo perfil de agencia en la plataforma (un solo usuario por agencia).



Pagos

El proceso para la realización del pago de la inscripción es el siguiente:

1. Opciones de pago
 - a. Por medio de transferencia bancaria (SPEI) a los siguientes datos bancarios:
ASOCIACIÓN MEXICANA DE AGENCIAS DE PROMOCIONES, A.C.
BANCO: SANTANDER (MÉXICO) S.A.
CUENTA: 65505605402
CLABE: 014180655056054028
SWIFT: BMSXMMXX
 - b. Por medio de tarjeta de crédito, a través de CLIP con un link que será generado según el número de entries a inscribir.
2. Las Agencias deberán enviar el comprobante a gvelasco@amapro.com.mx indicando en el correo la referencia del comprobante, así como le nombre de la agencia y el número de entries a inscribir.

DUDAS Y ACLARACIONES

Teléfonos AMAPRO
+52 (55) 5663 1306
+52 (55) 5661 0314

Carmen Blanco
cblanco@amapro.com.mx
Graciela Velasco
gvelasco@amapro.com.mx
Adrián Castillo
acastillo@amapro.com.mx



GUÍA PARA CARGA DE ENTRIES “FESTIVAL AMAPRO 2023”

Se podrá utilizar este formato para llenar la información de los entries offline antes de cargarlos en la plataforma.

Dado que un mismo caso puede participar en diferentes categorías, los entries podrán duplicarse en la plataforma para agilizar la carga de información, permitiendo al participante modificar la INFORMACIÓN DEL CASO para adaptarla a la o las categorías en las que esté participado. Los campos de INFORMACIÓN GENERAL permanecerán sin opción de edición.

FORMULARIO DE INFORMACIÓN

INFORMACIÓN GENERAL

	Final del formulario	Principio del formulario
Título de caso		
Cliente		
Marca		
Contacto de marca		
<i>El contacto con el que podemos corroborar la información del caso y la autorización para participar en el Festival. (Uso exclusivo de la AMAPRO)</i>		
Nombre completo		
Mail		
Temporalidad del caso (DD/MM/AA)		
Fecha de inicio		
Fecha de terminación		
Indica si aún está vigente	<input type="checkbox"/>	
Monto de inversión estimado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	0 a 1 Millón
	<input type="checkbox"/>	1M a 5M
	<input type="checkbox"/>	5M a 10M
	<input type="checkbox"/>	10M a 20M
	<input type="checkbox"/>	Más de 20M



INFORMACIÓN DEL CASO

Aunque la plataforma permite duplicar la información del caso para utilizarse en diferentes categorías sin necesidad de volver a escribirla, se recomienda desarrollar este contenido por categoría en cada caso.

Antecedentes

2000 caracteres máximo

Objetivos de la campaña

2000 caracteres máximo

Estrategia y Creatividad

2000 caracteres máximo

Mecánica

2000 caracteres máximo

Resultados

2000 caracteres máximo

¿Por qué consideras que el caso debe concursar en la categoría seleccionada?

2000 caracteres máximo



ARCHIVOS PARA CARGA

Los archivos se podrán cargar por categoría en cada caso (recomendable), o si así lo desean, utilizar el mismo material para el caso en todas las categorías.

No hay restricciones de peso de archivos, solo se sugiere respetar la duración de los videos.

	Nombre del archivo
1. PDF con imágenes, fotos o gráficas de resultados alusivas al entrie.	
2. VIDEO CASO en alta calidad (1080 HD) en formato .mov (duración máxima recomendada 2min).	
3. PDF con carta aprobación de cliente en hoja membretada de cliente.	
4. PDF o JPG con lámina informativa en alta resolución y cumpliendo con lineamientos de formato. (peso máximo 5MB)	
5. LOGO de agencia en formato editable.	

Notas

- La carta aprobación de cliente y la lámina informativa son para uso exclusivo de la AMAPRO y no serán presentadas al jurado.
- En caso de que el cliente, por políticas de la compañía, no pueda extender esta carta en hoja membretada, es importante que se comparta en pdf una imagen del correo donde se solicita este apoyo y el correo donde el cliente responde con la autorización. Este correo debe contener los datos de contacto del cliente y haber salido de su correo corporativo, no personal.
- Las impresiones de pantalla (screenshots) con conversaciones de whatsapp, mails con la solicitud a cliente desde tu correo (sin respuesta del cliente), cartas en hoja membretada de tu agencia, serán rechazados y pueden ser motivo de **descalificación del caso**.



LÁMINA INFORMATIVA

La lámina informativa es un archivo que debe estar preparado en **alta resolución** ya que se colocará en la plataforma del evento para que los asistentes conozcan los casos finalistas del concurso.

Todos los casos deben incluir este documento al registrarse.

Este archivo no será visible para el jurado.

Las láminas informativas de los finalistas del concurso serán publicadas en la página web del festival en la sección de shortlist a partir del 19 de octubre de 2022.

El documento debe tener las siguientes características técnicas:

- a. Formato PDF o JPG a en RGB.
- b. Tamaño: **1900 X 1200 px**
- c. Diseño: apaisado (orientación **horizontal**)
- d. Peso máximo **5MB**.
- e. Formato de fondo: indistinto
- f. Información a incluir:
 - i. Nombre/Logo de la agencia
 - ii. Nombre/Logo de la marca
 - iii. Nombre del caso
 - iv. Objetivo(s)
 - v. Estrategia
 - vi. Resultado(s)

Debe ser un diseño creativo y con el arte que se desee.

Revisa los ejemplos que aparecen en la plataforma de Oxobox.



CHECK LIST PARA REVISIÓN

	SÍ	NO
¿La campaña inició después del 1 de julio de 2021?		
Si la campaña aún está vigente ¿Se indicó?		
Si la campaña aún está vigente ¿los resultados presentados son los alcanzados hasta el 30 de junio de 2022?		
¿Los antecedentes de la campaña hablan de lo que dio origen al brief? Es decir, de la problemática que enfrentaba la marca/empresa y/o de la oportunidad que se detectó.		
¿Los objetivos a alcanzar son medibles?		
¿La estrategia y creatividad son congruentes con los objetivos a alcanzar?		
¿La mecánica que se presenta es congruente con la estrategia y creatividad?		
¿Los resultados presentados responden a los objetivos a alcanzar?		
¿La información del caso contiene los datos necesarios y relevantes para ser calificado en la categoría que se seleccionó?		
El PDF con imágenes no contiene información de la agencia.		
El video caso no contiene información de la agencia.		
¿La lámina informativa sí contiene logos de la agencia, del cliente y descripción del caso ?		
¿La lámina informativa cumple con medidas? <i>Recuerda hacer un diseño llamativo ya que se van a exponer en el evento.</i>		



FECHAS IMPORTANTE

Inscripción Early Birds	del 17 de julio al 11 de agosto
Inscripción regular	del 12 de agosto al 4 de octubre
Periodo de calificación	del 16 de octubre al 5 de noviembre
Short list	9 de noviembre
Evento de premiación	15 de noviembre