



ajolote

...el dador de vida

Bases para concurso de publicidad farmacéutica

... y que gane el mejor

I) Todo empieza con un nombre apropiado...

Desde el primer momento en que nos propusimos crear y llevar a cabo el mejor concurso de creatividad publicitaria farmacéutica de este país, supimos también que, para iniciarlo con el pie derecho, deberíamos proveerlo de un buen nombre.

Original y extraordinario: creativo en una palabra, valga la redundancia.

Fue entonces cuando alguien nos recomendó efectuar un viaje a nuestro glorioso pasado e inspirarnos en la medicina azteca.

Y nos sumergimos en un mar de conocimientos que aún ahora nos tiene deslumbrados y con la boca abierta.

Disciplinas, herbolaria, recetas, especialidades, tratamientos...

Cada camino implicaba miles de posibilidades. Sobre todo porque, en cada caso y conforme a la cosmogonía azteca, el misticismo y la realidad se funden de tal modo que es difícil saber dónde acaba una y empieza otra.

Todo ello nos llevó a reencontrarnos con un personaje de leyenda, pero real por entero. Con un ser de carne y hueso cargado de simbolismos de vida y muerte: el humilde ajolote (axolotl).

En la mitología azteca el ajolote es la representación acuática de Xólotl, hermano gemelo de Quetzalcóatl, atl (agua) y Xólotl (monstruo).

El ajolote es un animal emblemático e icónico de nuestra mexicanidad. Una rara avis que no deja de asombrar a la ciencia por la capacidad de auto regenerar sus tejidos, incluso hasta partes de su cerebro. Toda su vida permanece en estado larvario, pero se reproduce como adulto.

Para las antiguas culturas mesoamericanas el ajolote era un ser que desafiaba a la muerte, un dador de vida... tan maravilloso y legendario que decidimos adoptar su nombre para nuestro concurso.

II) Convocatoria

II.1.- El ajolote busca reconocer el talento de quienes crean y desarrollan la comunicación comercial para los medicamentos y servicios del sector salud en México.

II.2.- Pueden participar en él las agencias y profesionales de diseño, creatividad y comunicación, así como los laboratorios farmacéuticos, otras empresas o instituciones del ámbito sanitario.

II.3.- Este premio extiende su convocatoria a toda la industria farmacéutica de México en general, a las agencias de publicidad, a las organizaciones, (asociaciones, federaciones, etcétera) para que presenten a las que consideren como sus mejores iniciativas para mejorar la salud y la calidad de vida de los pacientes, en especial

aquellas relacionadas a la innovación y a la tecnología de vanguardia en la comunicación.

III).- Participación.

III.1.- Pudiendo de las anomalías que en el ejercicio profesional nos plantearon a todos, la pandemia y el COVID -19, para poder entrar al presente concurso, las obras presentadas deberán haber sido publicadas, difundidas o emitidas, dentro del territorio nacional, entre el 1º de enero de 2020 y el 30 de septiembre de 2021.

III.2.- Se aceptan obras producidas en otros países de habla hispana siempre y cuando hayan sido adaptadas a la idiosincrasia nacional por la agencia que inscriba dichos materiales.

III.3.- **Es condición indispensable** el que los conceptos creativos y las estrategias de comunicación de todas las piezas y los programas presentados hayan sido realizados por el laboratorio y/o la agencia de publicidad responsable. **(Cero trucos).**

III.4.- Así mismo, todos los programas, piezas y campañas presentadas deben corresponder de forma íntegra a los que se publicaron, emitieron o difundieron realmente. **(Cero trucos).**

III.5.- Ninguna pieza inscrita puede haber sido rechazada por el cliente o alguna de las entidades reguladoras de la actividad sanitaria en México. (Cero trucos).

III.6.- En relación a los tres últimos puntos, (2, 3, 4 y 5), el Comité Organizador se reserva el derecho de auditar a anunciantes y agencias

a fin de evaluar la autenticidad y honradez de los materiales inscritos pudiendo, de no ser así, anular la inscripción en cuestión, (Cero truchos).

III.7.- Todas las piezas inscritas deberán acompañarse de sus correspondientes permisos sanitarios para anunciarse, (copia).

III.8.- Cada pieza inscrita deberá encuadrarse dentro de alguna de las siguientes categorías y subcategorías de participación.

III.9.- Los derechos de participación deberán abonarse en el momento mismo de la inscripción en cualquier caso.

III.10.- Si alguna pieza se pretende inscribir en más de una categoría, deberán enviarse tantos ejemplares o muestras del trabajo como de las categorías en las que se desee inscribirlas. Lo mismo aplica en el caso de imágenes y videos.

III.11.- No se devuelven originales.

Todos los materiales inscritos quedarán en poder del Comité Organizador, quien podrá utilizarlos de manera exclusiva para su divulgación pública y/o de relaciones públicas.

III.12.- En los casos en los que alguna campaña o parte de la misma no deba publicarse, esto deberá especificarse en el área de “observaciones” dentro de la ficha de inscripción.

III.13.- El Comité Organizador declina toda responsabilidad en lo que toca a la autenticidad de los datos anotados por los participantes dentro de las fichas de inscripción.

III.14.- La participación en esta convocatoria supone la total aceptación de estas bases.

III. 15.- Sin embargo, aunque hayan sido realizadas y/o divulgadas dentro del plazo antes mencionado NO se aceptarán a concurso en El Ajolote 2021 aquellos trabajos que ya hayan participado en otros certámenes, o incluso en el Ajolote, en el pasado.

IV).- Categorías.

A.- Promoción en el consultorio

B.- Hoja de producto

C.- Folleto

D.- Anuncio de prensa

E.- Anuncio de revista

F.- Anuncio Exterior

G.- Radio

H.- Video: H.1: para TV.

H.2: para Cine.

H.3: para uso digital.

H.4: otros usos.

I.- Digital

J. Otros

Subcategorías (medicamentos):

- (1).- Similares
- (2).- Genéricos
- (3).- De patente
- (4).- De alta especialidad
- (5).- OTC (productos cuya venta no necesita receta médica).
- (6).- Por adherencia al tratamiento
- (7).- Corporativos (aquellos firmados por el laboratorio o fabricante).
- (8).- Veterinaria.
- (9).-Eventos

El que el número de subcategorías vaya entre paréntesis permite identificar, más rápido y fácil, en donde quedará inscrita la pieza en trámite.

P.ej. C (3) equivale a un anuncio de prensa para un medicamento de patente.

V).- Presentación de las piezas inscritas.

V.1.- Todas las obras inscritas deberán estar acompañadas de su correspondiente ficha de participación más una ficha adicional, de resumen. Ambas fichas tienen que ser introducidas previamente en los formularios de inscripción que aparecen en el sitio web de este certamen.

V.2.- Los formularios de inscripción deberán ser llenados con la totalidad de los datos requeridos. En caso de no cumplir cabalmente con estos requerimientos el Comité Organizador no se hace responsable.

V.3.- Por lo tanto se pide a los participantes llenar los mencionados formularios con todo rigor y exactitud: los datos ahí vertidos serán utilizados, en el momento oportuno, para la proclamación de los ganadores y la publicación de los mismos en el sitio web oficial de este certamen.

V.4.- Para que una obra quede debidamente inscrita la misma deberá ser subida, en tiempo y forma, al servidor del certamen y solo se podrá hacerlo con un mínimo de (2) y un máximo de seis (6) piezas por campaña: exclusivamente en formato jpg.

V.5.- Es conveniente adjuntar a cada pieza o campaña un video explicativo, en formato mp4, que puede subirse también al sitio web: su duración no podrá exceder de 3 minutos.

V.6.- Las piezas físicas, con sus respectivas fichas de inscripción, junto con el debido comprobante del pago de sus inscripciones deberán enviarse a

El Publicista

José Revueltas 271,

Col. Iztaccihuatl, CDMX

C.P. 03520

En atención de la Lic. Brenda Ordaz

contacto@premioajolote.com.mx

V.7.- Para cualquier aclaración dirigirse a la susodicha a los teléfonos 5698-5834. Ella misma puede dar los informes necesarios en caso de que el participante desee pagar mediante transferencia bancaria.

V.8.- Las piezas inscritas NO deberán llevar en ninguna parte, delantera o trasera, el nombre o logotipo que identifique a la empresa que las presenta.

V.9.- Las fichas de participación y la subida de imágenes y videos deben hacerse en el sitio web del concurso directamente.

V.10.- La fecha límite para la recepción de inscripciones serán las 24 hrs. del 31 de Agosto de 2021.

VI).- Jurado.

VI.1.- El Jurado Calificador estará compuesto por diez (15) publicistas creativos de reconocido éxito y trayectoria en publicidad farmacéutica. A fin de evitar cualquier prejuicio, sus nombres solo se darán a conocer hasta la noche de la premiación final.

VI.2.- No existen normas para la calificación de cada pieza o campaña. Sin embargo, el Jurado valorará la creatividad de cada trabajo inscrito en base a su estrategia, desarrollo y objetivos de comunicación. Para ello se apoyará de manera fundamental en las fichas de inscripción.

VI.3.- Habrá dos rondas de calificación: la primera, totalmente remota vía digital. De esa primera calificación saldrá el shot list que, el Jurado

volverá a calificar de forma remota el día y la hora que se especificará de manera oportuna.

VI.4.- Cada pieza se calificará del uno al diez, siendo esta última la máxima calificación.

VI.5.- El Jurado Calificador tiene las facultades para cambiar las piezas de una categoría a otra si las considera mal clasificadas por cualquiera que las haya inscrito.

VI.6.- A fin de evitar cualquier empate, un determinado miembro del Jurado no podrá votar por los trabajos realizados por él o por su agencia.

VI.7.- Todos los miembros del Jurado firmarán las actas con los resultados finales de la votación: su veredicto es inapelable. En dichas actas se contendrán, de manera obligatoria, el título de cada obra premiada, su categoría y la agencia o empresa que lo haya inscrito.

VI.8.- El ganador de cada categoría o subcategoría será aquella pieza o campaña que mayor número de puntos acumule en la votación final.

VII).- Cuotas de Inscripción.

\$ 7,000.00 más I.V.A., en moneda nacional, por cada pieza individual.

\$ 7,000.00 más I.V.A. por campaña de tres o más piezas (máximo 5).

La Lic. Brenda Ordaz puede asesorarle sobre la forma de efectuar su pago.

Estamos asignando las mismas cantidades a pieza y campaña en atención a la situación económica por la que atraviesa el país, ya que, El ajolote NO es un negocio.

VIII).- Premios.

VIII.1.- El ganador de cada categoría – subcategoría recibirá trofeo.

VIII.2.- El lugar 2º y 3º de cada categoría recibirán diplomas acreditando sus lugares.

La ceremonia o gala de premiación se llevará a cabo el miércoles 29 de octubre de 2021 en el lugar y hora que se especificarán de manera oportuna.

IX).- Premios Especiales

A las piezas que, en su categoría, reciban más puntos se les entregará el Gran Premio de categoría, en versiones oro, plata y bronce. Otro tanto sucederá en el caso de las campañas.

Ranking del Top Ten.

- El ranking de agencias y anunciantes tomará en cuenta el desempeño en todos los aspectos en competencia: agencias de publicidad, agencias digitales, agencias de marketing directo, RP y demás disciplinas de la moderna comunicación comercial y estará basado en la puntuación obtenida por cada agencia o empresa.

- Dicha puntuación se contará de la siguiente manera:

Oro: 10 puntos

Plata: 5 puntos

Bronce: 3 puntos

Finalista: 1 punto

Gran Premio: 15 puntos

Nota: El ganador del Gran Premio acumulará 15 puntos en total, diez por el oro en su categoría más 5 del GP.

Solo habrá dos Grandes Premios en todo el certamen, uno para la agencia y otro para el anunciante.

De manera adicional y para reconocer el trabajo y el talento individual de los profesionales de la publicidad farmacéutica se entregará también un trofeo conforme a la misma escala de puntuación a:

- El director creativo del año
- El redactor del año.
- El director de arte (o diseñador) del año.
- El director de cuentas del año.
- El anunciante (contacto) del año.
- La agencia del año.
- El anunciante (empresa) del año.

En cuyos últimos dos casos corresponde al Gran Premio antes especificado.

El Comité Organizador de El Ajolote llevará a cabo año con año las investigaciones y sondeos requeridos y, en caso de existir las debidas condiciones, otorgará un **Premio a la Trayectoria**

X.- Gran Premio Dr. Francisco Hernández

La pieza y la campaña de más alta calificación general recibirán el Gran Premio del Año, llamado Dr. Francisco Hernández en honor al ilustre científico español, médico de Felipe II y Protomédico de las Indias, quien arribó a México en 1571 y durante seis años realizó la labor de investigación más amplia, paciente y fructífera sobre la medicina americana y su herbolaria en esa época. Labor en la que, tan solo la Corona de España invirtió más de 60 mil ducados, toda una fortuna en ese entonces y se contenía en veinte cuatro volúmenes de texto y once de ilustraciones.

Francisco Hernández fue, sin duda, el primer gran médico mexicano y en su honor como hemos bautizado este premio.

XI. El Reconocimiento Especial del año

En el 2020 lanzamos El Ajolote sin sospechar que, casi casi al iniciar el año, la pandemia del COVID- 19 iba a sacudir a la sociedad mundial hasta sus cimientos.

Sobre todo porque la enfermedad a todos por sorpresa.

Muy pronto, cuando el susto inicial paso, la gente y las instituciones se organizaron para presentar batalla a la adversidad.

Y la grandeza humana floreció en forma de infinidad de campañas masivas y/o selectivas, educativas, preventivas y demás.

Fue entonces cuando al Comité Organizador de El Ajolote 2020 se le ocurrió abrir un apartado especial, dentro de este certamen, para reconocer a aquel esfuerzo de comunicación más creativo y más profesional en la lucha contra el coronavirus.

Se trató de una categoría en la que no existió cuotas de inscripción: la participación era gratuita... ¡y la respuesta de la comunidad creativa de México fue abrumadora...!

Sobre todo de instituciones por demás importantes y notables, que enviaron a concurso verdaderas joyas en materia de comunicación.

Vamos: el éxito participativo fue tanto y tan variado, que el Jurado Calificador se vio en la necesidad de otorgar tres menciones honoríficas, repartidas entre la Presidencia de la Republica, Coca-Cola y el Hospital ABC. La estatuilla de oro se la llevo el Consejo de la Comunicación por una campaña multi-medios para promover el uso del cubrebocas.

Animado por tan entusiasta respuesta el Comité Organizador de El Ajolote 2021 ha decidido instituir, en definitiva y de ahora en adelante

El Reconocimiento Especial del Año del Ajolote

Para la mejor campaña en pro de la salud del país, nuevamente de inscripción gratuita.

XII.- Una guía sobre como subir las piezas gráficas.

Presentación general de las piezas gráficas

Cada pieza gráfica deberá presentarse con un archivo digital en JPG altas, idealmente de 2,500 pixeles y acompañada de una prueba fina impresa montada en foamboard o cartulina ilustración. Cada una de esas piezas deberá llevar al reverso, sobre una etiqueta auto adherible, los siguientes datos:

- Título de la pieza
- Anunciante
- Marca
- Categoría y sub categoría

El espacio indicado como “número de inscripción” deberá dejarse libre ya que ahí el comité organizador asignará dicho número y lo hará saber al participante a la brevedad.

Por ningún motivo deberá aparecer ahí el nombre de la agencia, estudio de diseño o casa productora bajo riesgo, en caso contrario, de que la pieza sea descalificada.

XIII.-Presentación de los videos explicativos o a concurso.

En el caso de los videos el formato deberá ser 720 o 1080 en códec H264, no más de 8 mbps.

Cada pieza deberá tener una duración mínima de 3 minutos. Esto, con carácter obligatorio a fin de que el jurado pueda apreciarlo. De manera adicional, cada video deberá tener también una versión editada a un minuto con el propósito de que, si resulta premiado, pueda ser exhibido en la ceremonia de premiación sin que esta se alargue demasiado.

De cualquier forma, si el concursante siente que necesita más para explicar su caso, puede enviar un video adicional, con duración libre y con el solo propósito de que el jurado lo vea y entienda mejor, a la dirección de este certamen.

En cuanto a las piezas de audio, el archivo debe ser MP3, 44.1 Khz., 1 bits estéreo de 128 kbps o más.

XIV. Requisitos a cumplir para la inscripción.

- Cada pieza se considera como una inscripción y deberá acompañarse de su respectivo formulario.
- Es muy importante precisar bien los nombres de todos los involucrados en cada proyecto, (creativos, dibujantes, productores,

anunciantes, etc.) ya que existe la posibilidad, para cada uno de ellos, de ganar uno de los premios especiales.

- Deberán evitarse las abreviaturas en los nombres propios y de agencias, marcas, anunciantes, etc., con el propósito de crear confusiones: siempre es mejor usar los nombres completos.
- El Jurado Calificador cuenta entre sus facultades la de unificar premios cuando las piezas hayan sido inscritas por separado pero sean claramente parte de una misma campaña.
- Las campañas pueden estar compuestas por dos (2) o más piezas. Se deberá presentar un formulario por campaña. Para inscribir cada campaña es muy importante que los titulares de las piezas coincidan con los registrados en cada formulario.

Para cualquier duda, favor de dirigirse a ella a los teléfonos 55 5570-6519 y 55 5698-5834 e-mail: contacto@premioajolote.com.mx

- Después de terminar el proceso de inscripción no se podrán hacer modificaciones. No se devuelven originales.
- El proceso de inscripción de cada pieza queda realizado al momento del pago correspondiente.

Las piezas o campañas cuya inscripción no haya sido cubierta monetariamente dentro de la fecha límite serán dadas de baja del concurso de manera automática. No hay reembolsos en ningún caso.

Fecha de cierre.

La fecha límite para inscribir piezas o campañas a El Ajolote es el **31 de Agosto de 2021**.

Es importante señalar que no habrá prórroga.

Y no habrá prórroga porque en el pasado, en otros concursos de publicidad farmacéutica, se dieron todo tipo de prórrogas, dándose el caso de inscripciones incluso durante los procesos de calificación, premiación y otros, lo que dio pie a una descarada corrupción que no queremos que se repita: es por el bien del gremio y de la industria.

Y que gane el mejor.

XV. Términos y Condiciones.

Concurrir en El Ajolote conlleva estar de acuerdo con todo lo siguiente

- El cliente o anunciante deberá contar con todos los derechos de uso de propiedad de la marca publicitada: el concursante tiene la obligación de así checarlo.
- El anunciante debe otorgar los permisos, previos y por escrito, para que sus trabajos participen en El Ajolote vía la agencia en cuestión. Este Comité Organizador está en su derecho, llegado el caso, de solicitar ver dicho permiso.
- Así mismo, es responsabilidad del anunciante demostrar que su pieza o campaña fue debidamente pautada o usada. **(Cero trucos)**.

- En el caso de que dos empresas distintas inscriban una misma pieza, solo se aceptará a quien la inscriba primero.
- En caso de que el Jurado lo crea conveniente, podrá cambiar de categoría una o varias piezas a fin de que su participación sea más apropiada.
- La sola inscripción de un material en El Ajolote 2020 implica la aceptación de sus bases y condiciones y de la autoridad del Comité Organizador y del Jurado Calificador.

Las situaciones no previstas en este reglamento serán resueltas por los organizadores de El Ajolote y su decisión será inapelable.

ajolote
...el dador de vida