

BASES DEL PREMIO

1. PREMIO APAP 2. INSCRIPCIÓN 3. LISTADO DE CATEGORÍAS 4. JURADO Y PREMIOS 5. TÉRMINOS Y CONDICIONES 6. LEGAL

El Premio APAP tiene como objetivo reconocer y celebrar lo mejor de la creatividad publicitaria en el Perú. Este galardón destaca el trabajo sobresaliente de las empresas que forman parte de la industria de la comunicación y la publicidad, incluyendo anunciantes, agencias de publicidad, agencias digitales, BTL, casas productoras de audio y video, centrales de medios, entre otras.

Es un reconocimiento a la excelencia, la innovación y el impacto creativo generado en nuestra industria.

1. Consideraciones generales:

Podrán participar en la premiación las agencias asociadas a APAP y las no asociadas, así como otras empresas dedicadas a la publicidad y comunicación que estén constituidas en el Perú.

1.1 Podrán participar todos los trabajos emitidos o publicados entre el 26 de setiembre 2025 al 14 agosto 2026 inclusive.

1.2 Se otorgarán premios en las siguientes categorías:

1. FILM & CONTENT
2. DIGITAL & SOCIAL
3. PRINT & PUBLISHING
4. AUDIO & RADIO
5. OUT OF HOME
6. BRAND EXPERIENCE
7. MEDIA, PR & PARTNERSHIPS
8. DESIGN
9. INNOVATION
10. CRAFT & PRODUCTION
11. CREATIVE STRATEGY
12. SPORTS

1.3 Participarán para el Grand Prix todas las categorías mencionadas anteriormente. Sin embargo, los trabajos de bien social y sostenibilidad no podrán hacerlo.

1.4 Las inscripciones se realizarán de manera online a través de la plataforma destinada para el Premio APAP: www.apap.org.pe.

1.5 Las consideraciones para la evaluación y otorgamiento de premios de las piezas publicitarias que se inscriban en el concurso serán las siguientes:

- Creatividad: es una pieza que destaca por su impacto y su poder disruptivo.
- Innovación: es una pieza que, a través de una idea innovadora, ha encontrado una forma distinta de solucionar problemas y comunicar
- Ejecución: excelencia en la calidad de la producción y realización de la pieza.

2. INSCRIPCIÓN

Requisitos y condiciones para la inscripción de piezas y campañas:

1. Todas las piezas y/o campañas deberán ser inscritas tal y como se exhibieron o publicaron, sin haber sido modificadas para festivales o certámenes.

Es OBLIGATORIO que el material participante esté en idioma ESPAÑOL, sea pieza o videocaso.

2. Es permitido el uso de video caso como presentación de la pieza inscrita, quedando claro que lo que prevalece en la evaluación es la idea creativa como tal (el video caso no deberá de exceder de 2 minutos).

Se recuerda que enviar piezas en un board o en un videocaso no es obligatorio y no representa una ventaja al momento de evaluar.

3. La inscripción de los datos de las piezas y campañas debe realizarse en la sección del premio a través de la página web www.apap.org.pe

4. Todo participante deberá completar dentro de su inscripción la información en donde deberá consignar los datos del cliente de la pieza que inscribe.

5. Cada inscripción debe venir acompañada de un dato de contacto del cliente o empresa que firma la pieza. Toda pieza debe contar con la aprobación del cliente para su participación en el premio.

6. La organización se reserva el derecho de contactar al cliente o empresa con el fin de verificar la información del anuncio.

7. Debe mantenerse en el anonimato el nombre de las agencias participantes para los jurados. Por ello, no incluya los nombres de las agencias participantes en las piezas publicitarias que el jurado va a revisar.

BASES 2026 PREMIO APAP

8. La fecha de cierre de inscripción y envío del material será:

- Inscripción regular: Domingo 16 de agosto a las 23:59 p.m.
- Inscripción extemporánea: Martes 18 de agosto a las 23:59 p.m.

9. A efecto de verificar la veracidad del material inscrito en el Premio APAP, la organización podrá solicitar, en cualquier instancia de la selección, el comprobante de publicación, emisión o implementación.

10. El participante asume plena responsabilidad por los contenidos de sus creaciones y liberará a la organización del premio de toda responsabilidad frente a terceros.

11. Solo será posible inscribir las piezas que fueron contratadas por un cliente y pautadas o divulgadas en algún medio de comunicación o plataforma digital. No se aceptarán anuncios que no se ajusten a las normas establecidas. Los organizadores se reservan el derecho de admisión.

12. Las piezas y/o campañas que soliciten la inscripción en el Premio APAP deberán ser originales y no vulnerar derechos de terceros.

13. N.º de inscripciones por pieza: No existe límite alguno para el número de piezas que se deseen inscribir. Una pieza podrá inscribirse como máximo en 5 categorías o subcategorías, haciendo un total de máximo 5 inscripciones por pieza. Los trabajos pueden ser inscritos como piezas individuales o en la categoría campañas.

14. En caso de que la inscripción sea observada (por datos incompletos o incorrectos del participante, incumplimiento de las condiciones de la pieza presentada u otras razones relacionadas con los requisitos de participación), la organización comunicará la observación y sus motivos mediante correo electrónico y/o WhatsApp, indicando el plazo otorgado para su subsanación. De no subsanarse dentro del plazo señalado, la inscripción podrá ser descalificada.

15. Metodología de inscripción online: Para registrarse, debe hacerlo en la sección del PREMIO APAP de la plataforma : www.apap.org.pe

a. Registro:

- Tipo de participante: agencia creativa, casa productora de video o casa de audio, empresa BTL, agencia digital, empresa de PR, otro tipo de empresa de comunicación o anunciante.
- Datos de empresa: nombre, RUC, dirección, teléfono de contacto.
- Datos del responsable de envío: dirección, teléfono y email.

BASES 2026 PREMIO APAP

Carga de piezas:

Información básica de la pieza: nombre de la pieza, duración de video, medio de emisión.

En el caso de gráfica, indicar el nombre de la pieza y no debe ser mayor a 20 MB por pieza.

Seleccionar categoría y subcategoría:

El pedido de información será solicitado según la categoría y subcategoría.

Guardar / Enviar.

Listado resumen:

cantidad de piezas, categoría, número de ficha de inscripción, estatus (guardado, enviado, aceptado, observado).



Registro de pago.

En caso de necesitar información adicional, puede contactar con nosotros al teléfono y/o WhatsApp: **993 009 766** o escribir al correo electrónico: **premioapap@apap.org.pe**

Al final de su inscripción, debe verificar haber completado lo siguiente:

- Formulario ficha de resumen de inscripción *
- Selección de la categoría a participar *
- Adjuntar todas las piezas publicitarias *
- Haber realizado el pago correspondiente (monto de inscripción) *

Las piezas inscritas presentadas por los candidatos son estrictamente confidenciales y serán evaluadas únicamente por el jurado. Sin embargo, podrán ser usadas posteriormente con fines académicos, previa autorización por escrito de la empresa participante.

COSTOS DEL PREMIO

TIPO	TARIFA ASOCIADO APAP	TARIFA NO ASOCIADO APAP
Pieza	S/ 1,246 (inc. IGV)	S/ 1,480 (inc. IGV)
Campaña	S/ 1,713 (inc. IGV)	S/ 1,817 (inc. IGV)

Inscripción extemporánea: recargo del 15%

Forma de pago: A través de la plataforma web

CATEGORÍAS

1. FILM & CONTENT

Las historias siguen siendo una de las herramientas más poderosas para construir marcas. Esta disciplina reconoce la excelencia creativa en la comunicación audiovisual y en la creación de contenidos capaces de conectar con las personas a través de la narrativa, el entretenimiento y la cultura. Se premiarán trabajos donde el lenguaje audiovisual constituya el principal vehículo de la idea, independientemente de la duración, el formato o la plataforma donde hayan sido exhibidos.

1.1 Film

Reconoce piezas audiovisuales individuales desarrolladas para comunicar una idea de marca mediante el lenguaje cinematográfico.

Incluye comerciales para televisión, cine, plataformas digitales o cualquier otro entorno audiovisual, donde la narrativa, la dirección y la realización constituyan el principal recurso creativo. La categoría reconoce la capacidad de una única pieza para emocionar, sorprender, entretener o persuadir a través de la fuerza de la historia y su ejecución.

Incluye

- Comerciales de televisión.
- Comerciales de cine.
- Videos digitales.
- Fashion Films.
- Cortometrajes de marca.
- Videos de lanzamiento.
- Piezas para redes sociales.
- Videos de producto.
- Spots individuales.

No incluye

- Campañas compuestas por múltiples piezas.
- Series. Documentales.
- Podcasts.
- Branded Content.
- Contenido editorial.

El jurado evaluará

- Originalidad de la idea.
- Storytelling.
- Dirección.
- Realización audiovisual.
- Integración de la marca.
- Impacto emocional.



1.2 Film Campaigns

Reconoce campañas audiovisuales desarrolladas mediante dos o más piezas construidas alrededor de una misma idea creativa. La categoría premia la capacidad de desarrollar una plataforma narrativa consistente donde cada ejecución fortalezca el concepto general de la campaña. Las piezas podrán haber sido difundidas en televisión, plataformas digitales, streaming, cine o cualquier otro entorno audiovisual.

Incluye

Campañas de TV, digitales de video, series de comerciales.
Lanzamientos.
Campañas estacionales, Campañas institucionales.

No incluye

Piezas individuales.
Series documentales.
Branded Content.
Podcasts.
Contenido de entretenimiento.

El jurado evaluará

Fortaleza de la idea.
Consistencia entre las piezas.
Desarrollo creativo.
Calidad narrativa.
Integración de la marca.
Calidad del sistema audiovisual.

1.3 Contenido y Entretenimiento

Reconoce contenidos desarrollados para informar, entretener, educar o generar participación de las audiencias mediante una propuesta editorial o de entretenimiento donde la marca aporte valor a la experiencia. La comunicación comercial no constituye el objetivo principal del contenido. La marca debe integrarse de manera natural y relevante, aportando valor antes que interrumpiendo la experiencia.

Incluye

Branded Content.
Series.
Documentales.
Podcasts.
Streaming.
Programas.
Música.
Deportes.
Cultura.
Educación.
Contenido editorial.

No incluye

Comerciales tradicionales.
Campañas audiovisuales.
Piezas promocionales.
Casos cuyo principal mérito sea la producción audiovisual.

**El jurado evaluará**

Calidad del contenido.
Relevancia cultural.
Integración de la marca.
Valor para la audiencia.
Originalidad.
Capacidad de generar engagement.

2. DIGITAL & SOCIAL

La creatividad digital ya no consiste únicamente en adaptar campañas a internet. Esta disciplina reconoce ideas concebidas específicamente para plataformas digitales y redes sociales, aprovechando las posibilidades de la tecnología, la interacción y el comportamiento de las personas dentro del entorno digital. Se premiarán soluciones donde lo digital forme parte esencial de la idea y no únicamente de su distribución.

2.1 Campaña Digital y Social

Reconoce campañas desarrolladas principalmente para plataformas digitales y redes sociales mediante múltiples formatos, contenidos o ejecuciones construidas alrededor de una misma idea creativa.

La categoría premia campañas concebidas para generar conversación, participación, interacción o amplificación dentro del ecosistema digital.

Incluye

Campañas para Instagram.
TikTok. Facebook. X. LinkedIn.
Snapchat. Twitch. YouTube.
Campañas multiplataforma.

No incluye

Piezas individuales.
Sitios web.
Apps.
Plataformas digitales.
Influencer marketing sin una campaña.

El jurado evaluará

Idea.
Estrategia digital.
Uso creativo de plataformas.
Participación.
Integración de formatos.
Ejecución.

2.2 Contenido Social y Creadores

Reconoce el uso creativo de influencers, creadores de contenido, streamers y comunidades digitales para construir relaciones auténticas entre las marcas y las personas.

La colaboración con el creador deberá formar parte de la idea y no limitarse únicamente a la difusión del mensaje.

Incluye

Influencers. Creadores. Streamers.
UGC.
TikTok creators.
Twitch.
YouTube creators.
Comunidades digitales.

No incluye

Compra de pauta con influencers.
Celebrity endorsement tradicional.
Campañas donde el creador solo replica un guion publicitario.

El jurado evaluará

Integración entre marca y creador.
Autenticidad.
Calidad del contenido.
Originalidad.
Engagement.
Participación.

2.3 Plataformas y Experiencias Digitales

Reconoce el desarrollo de plataformas digitales concebidas para resolver una necesidad, ofrecer un servicio o crear nuevas formas de interacción entre las personas y las marcas. La tecnología deberá constituir una parte esencial de la solución y no únicamente un soporte de comunicación.

Incluye

Sitios web. Apps.
Plataformas.
Herramientas.
Videojuegos.
Chatbots.
Asistentes virtuales.
Experiencias interactivas.

No incluye

Campañas digitales.
Redes sociales.
Piezas individuales.
Innovaciones cuyo principal mérito sea tecnológico.

El jurado evaluará

Innovación.
Experiencia de usuario.
Diseño.
Funcionalidad.
Creatividad.
Valor generado.

3. PRINT & PUBLISHING

Las ideas más poderosas pueden expresarse a través de una sola imagen, una secuencia gráfica o una publicación completa. Esta disciplina reconoce la excelencia creativa en la comunicación editorial e impresa, premiando trabajos donde el diseño gráfico, la dirección de arte, la fotografía, la ilustración y la redacción constituyen el principal vehículo de la idea.

Incluye piezas desarrolladas para medios impresos tradicionales, publicaciones editoriales y cualquier formato gráfico concebido para comunicar una idea de manera visual y memorable, independientemente de su tiraje o sistema de distribución.

3.1 Print

Reconoce piezas gráficas individuales desarrolladas para medios impresos, publicaciones o soportes gráficos donde una única ejecución comunique una idea de manera clara, original y memorable. La categoría premia la capacidad de sintetizar una idea mediante una ejecución visual de alto impacto, utilizando la dirección de arte, la fotografía, la ilustración, la tipografía y la redacción como recursos principales. Podrán participar avisos, afiches, portadas, páginas editoriales, piezas gráficas promocionales y cualquier otra ejecución concebida como una pieza individual.

Incluye

Avisos de prensa. Revistas.
Afiches. Posters.
Portadas.
Publicaciones editoriales.
Folletos.
Flyers.
Material impreso.
Piezas gráficas de comunicación.

No incluye

Campañas conformadas por múltiples piezas.
Sistemas de identidad visual.
Packaging.
Diseño editorial completo.
Publicaciones cuyo principal mérito sea el diseño del objeto editorial.

El jurado evaluará

Fortaleza de la idea.
Dirección de arte.
Calidad visual.
Redacción.
Originalidad.
Capacidad de comunicar mediante una sola ejecución.

3.2 Print Campaigns

Reconoce campañas gráficas desarrolladas mediante dos o más piezas construidas alrededor de una misma idea creativa. La categoría premia campañas donde cada ejecución aporte una nueva interpretación del concepto sin perder consistencia visual ni conceptual. Se valorará especialmente la capacidad del sistema gráfico para desarrollar una idea a través de múltiples ejecuciones. Las piezas podrán haber sido desarrolladas para diarios, revistas, publicaciones especializadas, carteles, editoriales o cualquier otro soporte gráfico.

Incluye

Series de avisos.
Campañas editoriales.
Campañas gráficas.
Lanzamientos.
Campañas promocionales.
Campañas institucionales.
Campañas gráficas para publicaciones.

**No incluye**

Piezas individuales.
Sistemas completos de branding.
Diseño editorial.
Packaging.
Comunicación exterior.

El jurado evaluará

Calidad del concepto.
Consistencia entre las piezas.
Dirección de arte.
Redacción.
Originalidad.
Desarrollo creativo del sistema gráfico.

4. AUDIO & RADIO

El sonido tiene la capacidad de construir imágenes, despertar emociones y contar historias sin necesidad de una imagen. Esta disciplina reconoce la excelencia creativa en ideas concebidas para radio, plataformas de audio y cualquier formato donde el lenguaje sonoro constituya el principal vehículo de comunicación.

Se premiarán trabajos donde la creatividad dependa del uso de la voz, la música, el silencio, la actuación, el diseño sonoro o cualquier otro recurso auditivo para construir una experiencia de marca.

4.1 Radio

Reconoce piezas individuales desarrolladas para radio tradicional, radio digital, streaming, podcasts, plataformas musicales o cualquier otro entorno donde el audio sea el principal medio de comunicación. Incluye comerciales, cuñas, cápsulas, mensajes institucionales y cualquier pieza concebida como una ejecución única. La categoría premia la capacidad de construir una idea poderosa utilizando exclusivamente recursos sonoros.

Incluye

Comerciales de radio.
Cuñas.
Podcasts publicitarios.
Streaming de audio.
Plataformas musicales.
Audio Ads.
Piezas para Spotify.
Piezas individuales de audio.

No incluye

Campañas conformadas por múltiples piezas.
Podcasts editoriales.
Branded Content.
Producción sonora como principal mérito.

El jurado evaluará

Fortaleza de la idea.
Originalidad.
Uso creativo del sonido.
Redacción.
Dirección.

4.2 Radio Campaigns

Reconoce campañas desarrolladas mediante dos o más piezas de audio construidas alrededor de una misma idea creativa. La categoría premia la consistencia conceptual entre las diferentes ejecuciones y la capacidad del sistema creativo para desarrollar una idea mediante múltiples piezas sonoras. Las campañas podrán desarrollarse para radio, streaming, plataformas digitales o cualquier otro entorno donde el audio constituya el principal medio.

Incluye

Campañas de radio.
Campañas para Spotify.
Campañas de audio digital.
Series de cuñas.
Campañas institucionales, promocionales.

No incluye

Piezas individuales. Podcasts editoriales.
Contenido de entretenimiento.

El jurado evaluará

Idea central.
Consistencia entre las piezas.
Desarrollo narrativo.
Calidad sonora.
Integración de la marca.
Creatividad del sistema.

4.3 Música Original

Reconoce la excelencia en la ejecución sonora de una pieza de audio.
Se premiará el trabajo creativo detrás de la dirección, actuación, locución, música, composición, diseño sonoro, mezcla y producción de audio como elementos determinantes para elevar una idea. La categoría reconoce el oficio detrás del lenguaje sonoro.

Incluye

Dirección.
Locución.
Actuación.
Música original.
Sound Design. Mezcla.
Producción sonora.

No incluye

La idea creativa.
Campañas.
Estrategias de medios.

El jurado evaluará

Calidad de ejecución.
Dirección.
Producción.
Diseño sonoro.
Interpretación.
Calidad técnica.

4.4 Música Adaptada o Licenciada

Descripción

Reconoce el uso creativo de música preexistente, adaptada o licenciada como parte esencial de una idea de comunicación.

La categoría premia trabajos donde una composición musical existente contribuya significativamente a construir la narrativa, potenciar el concepto creativo o generar una conexión emocional con la audiencia. La música deberá desempeñar un papel estratégico dentro de la idea y no limitarse a funcionar como acompañamiento o ambientación.

Se aceptan tanto canciones originales adaptadas para una campaña como obras musicales utilizadas mediante licencia, siempre que su selección, adaptación o integración constituya un elemento relevante de la creatividad.

Incluye

Canciones licenciadas.
Canciones adaptadas.
Versiones o reinterpretaciones.
Covers.
Remixes autorizados.
Adaptaciones de letras.
Uso creativo de música de catálogo.
Música comercial utilizada como parte de la idea.

No incluye

Música original compuesta específicamente para la campaña.
Uso incidental de música de fondo sin un rol creativo relevante.
Musicalización cuya función sea únicamente acompañar la pieza.
El jurado evaluará
Uso creativo de la música.
Integración con la idea.
Relevancia narrativa.
Contribución emocional.
Originalidad en la adaptación o selección.
Impacto de la ejecución.

4.5 Diseño Sonoro

Reconoce la excelencia en la creación del universo sonoro de una pieza de comunicación. La categoría premia el uso creativo del sonido para construir atmósferas, generar emoción, definir el ritmo o potenciar la narrativa, mediante efectos, ambientes, foley y otros recursos sonoros. Se evaluará cómo el diseño sonoro contribuye a la idea, más allá del uso de la música.

Incluye

Sound Design. Foley.
Efectos sonoros.
Ambientes y paisajes sonoros.
Mezcla creativa. Audio inmersivo o espacial.
Diseño sonoro para experiencias digitales, instalaciones y videojuegos.

No incluye

Música original.
Música adaptada o licenciada.
Locución o actuación de voz.

5. OUT OF HOME

La ciudad es uno de los escenarios más poderosos para una marca. Esta disciplina reconoce ideas concebidas para el espacio público, donde el entorno físico, el contexto y la interacción con las personas forman parte esencial de la solución creativa.

Se premiarán trabajos capaces de transformar un soporte exterior en una experiencia memorable, utilizando la ciudad como un componente activo de la idea.

5.1 Clásico

Reconoce piezas individuales desarrolladas para formatos tradicionales de publicidad exterior. Incluye paneles, carteles, mobiliario urbano, estaciones, transporte público, aeropuertos, fachadas y cualquier otro soporte físico concebido para comunicar una idea mediante una única ejecución. La simplicidad, la claridad y el impacto visual constituyen elementos fundamentales de esta categoría.

Incluye

Billboard.
Mobiliario urbano.
Paraderos.
Metro. Buses.
Aeropuertos.
Fachadas.
Murales publicitarios.

No incluye

Campañas digitales.
Instalaciones.
Activaciones.
Ambient.

El jurado evaluará

Idea.
Impacto visual.
Simplicidad.
Dirección de arte.
Uso del medio.

5.2 Digital y Dinámico

Reconoce el uso creativo de pantallas digitales y tecnología aplicada a la publicidad exterior. Incluye automatización, data en tiempo real, geolocalización, inteligencia artificial, programación dinámica y cualquier solución donde la tecnología transforme el comportamiento del medio. La tecnología deberá potenciar la idea y no convertirse únicamente en un recurso técnico.

Incluye

DOOH.
Programmatic DOOH.
Data. IA. Dynamic Creative.
Geolocalización.
Tiempo real.

No incluye

Pantallas utilizadas únicamente como soporte audiovisual.

Activaciones.

El jurado evaluará

Idea.

Uso de tecnología.

Contexto.

Innovación y relevancia.

6. BRAND EXPERIENCE

Las personas ya no solo consumen marcas; las viven. Esta disciplina reconoce ideas concebidas para generar una interacción directa entre una marca y su audiencia mediante experiencias memorables capaces de crear vínculos más profundos y significativos.

Se premiarán proyectos donde la participación activa de las personas constituya el elemento central de la idea, independientemente de si la experiencia ocurre en un evento, un punto de venta, un espacio público o un entorno híbrido.

6.1 Activaciones, Eventos y Experiencias de Marca

Reconoce experiencias creadas para conectar a las personas con una marca mediante eventos, activaciones, lanzamientos, festivales, exhibiciones o cualquier otra experiencia presencial o híbrida. La experiencia deberá constituir el principal vehículo de comunicación de la idea y generar una interacción significativa entre la marca y su audiencia.

Incluye

Eventos de marca.

Activaciones.

Lanzamientos.

Festivales.

Exhibiciones.

Sampling experiencial.

Experiencias inmersivas y Pop-ups.

No incluye

Acciones cuyo principal mérito sea el diseño del espacio.

Promociones en punto de venta.

Publicidad exterior tradicional.

El jurado evaluará

Calidad de la idea.

Diseño de la experiencia.

Participación de las personas.

Integración con la marca.

Originalidad e impacto generado.

6.2 Retail Experience

Reconoce experiencias desarrolladas dentro del proceso de compra o consumo que transforman la relación entre las personas y una marca.

Incluye iniciativas creadas para mejorar la experiencia en el punto de venta, incentivar la prueba de producto, facilitar la compra o desarrollar nuevas formas de interacción comercial.

Incluye

Shopper Marketing.

Trade Marketing.

Punto de venta.



Experiencias en retail.
Sampling. Fidelización.
Promociones experienciales.

No incluye

Activaciones masivas.
Eventos.
Diseño arquitectónico permanente.

El jurado evaluará

Creatividad.
Experiencia del consumidor.
Integración con la marca.
Relevancia comercial.
Calidad de ejecución.

6.3 Ambient & Installations

Reconoce intervenciones físicas e instalaciones concebidas para transformar un espacio en parte integral de la idea creativa. Se premiarán soluciones donde la arquitectura, el mobiliario, el entorno urbano o cualquier espacio físico sean utilizados para crear una experiencia inesperada y memorable. La instalación deberá existir como parte de la idea y no únicamente como soporte para comunicarla.

Incluye

Instalaciones.
Ambient Marketing.
Intervenciones urbanas.
Arquitectura efímera.
Espacios inmersivos.
Esculturas de marca.
Intervenciones artísticas.

No incluye

Eventos convencionales.
OOH tradicional.
Retail permanente.

El jurado evaluará

Uso creativo del espacio.
Originalidad.
Integración con la marca.
Calidad de la experiencia.
Impacto visual.
Participación.

6.4 Stunts & Guerrilla

Reconoce acciones inesperadas concebidas para sorprender a las personas y generar conversación mediante intervenciones no convencionales. La sorpresa deberá constituir el principal recurso creativo de la idea y contribuir a generar amplificación orgánica, cobertura editorial o conversación social.

Incluye

Guerrilla.
PR Stunts.
Flash Mobs.
Acciones sorpresa.



Intervenciones espontáneas.

Experiencias inesperadas.

No incluye

Eventos programados.

Activaciones tradicionales.

Publicidad exterior.

El jurado evaluará

Originalidad. Nivel de sorpresa.

Calidad de ejecución.

Capacidad de amplificación.

Relevancia cultural.

Integración con la marca.

7. MEDIA, PR & PARTNERSHIPS

Las mejores ideas no solo necesitan creatividad; también necesitan encontrar la forma correcta de llegar a las personas. Esta disciplina reconoce el uso estratégico de los medios, las relaciones públicas y las alianzas como parte integral de la solución creativa.

Se premiarán ideas donde el medio, la colaboración o la estrategia de comunicación no sean simplemente un canal de distribución, sino un componente esencial de la idea.

7.1 Innovación en Medios

Reconoce el uso innovador de medios, canales o formatos para potenciar una idea creativa.

Incluye

Estrategias de medios.

Nuevos formatos.

Compra creativa.

Programmatic, data.

Medios híbridos.

No incluye

Campañas cuyo principal mérito sea el contenido.

El jurado evaluará

Innovación y estrategia.

Integración.

Eficiencia y Creatividad.

7.2 Relaciones Públicas

Reconoce estrategias desarrolladas para generar reputación, conversación e influencia mediante earned media y comunicación no pagada.

Incluye

PR. Comunicación corporativa.

Advocacy.

Gestión de reputación y comunicaciones de crisis.

No incluye

Compra de medios.

El jurado evaluará

Relevancia.



Cobertura.
Influencia.
Originalidad.
Integración.

7.3 Partnerships & Earned Media

Reconoce colaboraciones estratégicas entre marcas, organizaciones, instituciones, plataformas o comunidades capaces de ampliar el alcance y el impacto de una idea.

Incluye

Brand Partnerships. Co-branding.
Alianzas institucionales.
Colaboraciones culturales.
Patrocinios creativos.

No incluye

Auspicios convencionales.
El jurado evaluará
Calidad de la alianza. Valor mutuo.
Creatividad e impacto.
Escalabilidad.

7.4 Uso Creativo de Plataformas

Reconoce el aprovechamiento excepcional de plataformas existentes para convertirlas en parte esencial de una idea creativa.

Incluye

Apps. Marketplaces.
Sistemas operativos.
Videojuegos.
Plataformas de movilidad y de pago.
Redes sociales.

No incluye

Plataformas desarrolladas desde cero.

El jurado evaluará

Uso creativo. Integración.
Innovación.
Relevancia e impacto.

8. DESIGN

El diseño no solo da forma a las ideas; muchas veces es la idea. Esta disciplina reconoce soluciones donde el diseño constituye el principal aporte creativo y estratégico del proyecto, generando valor para las personas, las marcas o la sociedad.

Se premiarán trabajos donde el diseño resuelva un problema, mejore una experiencia, transforme un producto o construya una identidad. La excelencia estética será importante, pero siempre al servicio de una solución creativa y funcional.



8.1 Identidad y Packaging

Reconoce la creación, evolución o rediseño de sistemas de identidad visual y diseño de empaques capaces de fortalecer el posicionamiento, la diferenciación y la experiencia de una marca. La categoría premia soluciones donde la identidad visual o el packaging constituyan el principal aporte creativo del proyecto, considerando tanto aspectos estéticos como funcionales.

Incluye

Branding. Rebranding.
Sistemas de identidad visual.
Arquitectura de marca.
Packaging gráfico. Packaging estructural.
Diseño de líneas de producto.
Sistemas visuales.

No incluye

Campañas gráficas.
Productos cuyo principal mérito sea su funcionalidad.
Diseño de espacios.

El jurado evaluará

Calidad del diseño.
Originalidad.
Consistencia del sistema.
Funcionalidad.
Expresión de la marca. Impacto visual.

8.2 Diseño de Producto

Reconoce la creación o transformación de productos físicos cuyo diseño aporte una solución innovadora, mejore la experiencia de uso o genere un nuevo valor para las personas y las marcas.

La categoría premia proyectos donde el diseño del objeto constituya el principal motor de la innovación y no únicamente su apariencia.

Incluye

Productos de consumo.
Diseño industrial.
Objetos promocionales.
Ediciones especiales.
Merchandising.
Productos sustentables.
Productos funcionales.

No incluye

Servicios.
Plataformas digitales.
Packaging.
Prototipos no implementados.

El jurado evaluará

Calidad del diseño.
Funcionalidad.
Innovación.
Experiencia de uso.
Viabilidad.

8.3 Diseño de Espacios

Reconoce el diseño aplicado a espacios físicos donde la experiencia espacial constituya el eje principal de la solución. Incluye proyectos comerciales, culturales o temporales donde la arquitectura efímera, el interiorismo o el diseño ambiental contribuyan directamente a construir la experiencia de marca.

Incluye

Retail.
Pop-ups.
Exhibiciones.
Museografía.
Showrooms. Stands.
Espacios inmersivos.
Arquitectura efímera.

No incluye

Eventos y activaciones.
Instalaciones cuyo principal mérito sea la experiencia.

El jurado evaluará

Calidad del diseño.
Uso del espacio.
Experiencia.
Innovación.
Integración con la marca.
Funcionalidad.

9. INNOVATION

La creatividad también consiste en cambiar la forma en que las personas viven, compran, utilizan productos o se relacionan con las marcas. Esta disciplina reconoce soluciones que introducen nuevos productos, servicios, procesos o tecnologías capaces de generar un cambio significativo.

La innovación deberá demostrar una aplicación real y aportar una mejora tangible respecto a lo existente.

9.1 Innovación de Producto

Reconoce nuevos productos o mejoras sustanciales sobre productos existentes que introducen nuevas funcionalidades, materiales, procesos o experiencias de uso.

La innovación deberá constituir el principal valor del producto.

Incluye

Productos físicos.
Bienes de consumo.
Wearables.
Dispositivos.
Packaging funcional.
Nuevos materiales.

No incluye

Diseño de producto sin innovación.
Servicios.

El jurado evaluará

Nivel de innovación.
Funcionalidad.



Originalidad.
Valor generado.
Implementación.
Escalabilidad.

9.2 Innovación de Servicio

Reconoce nuevos servicios, plataformas o modelos de atención capaces de resolver necesidades reales mediante soluciones creativas. La categoría premia servicios que transforman la experiencia del usuario o modifican significativamente la forma de relacionarse con una marca.

Incluye

Plataformas de servicio.
Nuevos modelos de negocio.
Servicios digitales.
Programas de atención.
Soluciones B2B y B2C.

No incluye

Productos físicos.
Campañas.

El jurado evaluará

Innovación.
Utilidad.
Experiencia.
Implementación.
Escalabilidad.

9.3 Innovación Tecnológica e Inteligencia Artificial

Reconoce el uso creativo de tecnologías emergentes para desarrollar nuevas soluciones de comunicación, productos, servicios o experiencias. La tecnología deberá ser parte esencial de la idea y no simplemente un recurso de ejecución.

Incluye

Inteligencia Artificial.
Machine Learning.
Automatización.
Robótica.
Realidad Aumentada. Virtual.
Computación Espacial.
Interfaces Conversacionales.
Tecnología inmersiva.

No incluye

Uso tecnológico únicamente como soporte de producción.

El jurado evaluará

Innovación.
Aplicación tecnológica.
Creatividad.
Valor generado.
Implementación.
Potencial transformador.

9.4 Innovación para el Impacto Positivo

Descripción

Reconoce ideas creativas que generan un impacto positivo, verificable y significativo en las personas, las comunidades o el medio ambiente.

La categoría premia proyectos donde la creatividad trasciende la comunicación para convertirse en una solución capaz de producir un cambio real, ya sea a través de nuevos productos, servicios, modelos de negocio, experiencias, tecnologías, iniciativas sociales o acciones de sostenibilidad.

Se aceptarán trabajos provenientes de cualquier disciplina, siempre que el impacto positivo constituya el principal valor de la idea y pueda demostrarse mediante resultados verificables.

Incluye

- Sostenibilidad ambiental.
- Economía circular.
- Conservación y recuperación de ecosistemas.
- Inclusión y accesibilidad.
- Educación.
- Salud y bienestar.
- Desarrollo comunitario.
- Diversidad e igualdad de oportunidades.
- Innovación social.
- Productos o servicios con impacto positivo.
- Modelos de negocio regenerativos.
- Soluciones para desafíos sociales o ambientales.
- Alianzas entre marcas, organizaciones y comunidades.

No incluye

- Campañas que únicamente comuniquen un propósito o compromiso.
- Acciones de responsabilidad social sin una idea creativa relevante.
- Iniciativas con impacto no demostrado.
- Donaciones o patrocinios que no formen parte de una solución creativa.
- Proyectos cuyo beneficio positivo sea incidental y no el eje principal de la idea.

El jurado evaluará

- Relevancia del problema abordado.
- Calidad de la solución creativa.
- Impacto positivo demostrado.
- Nivel de implementación.
- Escalabilidad y sostenibilidad del proyecto.
- Evidencia de resultados.
- Potencial transformador.
- Narrativa audiovisual.
- Técnica.
- Innovación.
- Ejecución.
- Impacto.

10. CRAFT & PRODUCCIÓN

Las grandes ideas necesitan una ejecución capaz de llevarlas a su máxima expresión. Esta disciplina reconoce la excelencia artística, técnica y profesional de quienes transforman una idea creativa en una pieza audiovisual sobresaliente.

A diferencia de las disciplinas que evalúan principalmente la idea, aquí se premiará cómo fue ejecutada: las decisiones de dirección, la construcción de la imagen, la creación del universo visual, el ritmo narrativo y los procesos de postproducción que determinan el resultado final.

Los trabajos deberán inscribirse en función del oficio específico que se desea reconocer. Una misma pieza podrá competir en más de una categoría cuando existan méritos diferenciados, respetando el límite general de inscripciones establecido por el Premio APAP.

10.1 Dirección

Reconoce la excelencia en la dirección de una pieza audiovisual y en la capacidad de convertir una idea o guion en una experiencia narrativa coherente, original y memorable. Se premiarán las decisiones creativas relacionadas con la interpretación del concepto, la puesta en escena, el tono, el manejo de las actuaciones, el ritmo interno de las secuencias y la articulación de todos los elementos audiovisuales bajo una visión autoral consistente. La categoría deberá evaluar principalmente la mirada y las decisiones del director, y no la idea publicitaria o la calidad técnica aislada de alguno de los departamentos involucrados.

Incluye

Dirección de comerciales, cortometrajes, branded content.
Dirección documental.
Dirección de piezas digitales y contenidos para plataformas.
Dirección de animación.
Dirección de actores.
Dirección de no actores, testimoniales o personajes reales.
Puesta en escena.
Construcción del tono narrativo.
Casting, cuando constituya una decisión central de dirección.
Coreografía y manejo de performance cuando formen parte esencial de la puesta en escena.

No incluye

La idea creativa o el concepto publicitario por sí mismos.
La calidad de la fotografía como mérito principal.
La escenografía, vestuario o diseño visual evaluados de manera independiente.
La edición como principal elemento diferenciador.
La producción logística o presupuestal.
El casting considerado únicamente como proceso de selección, sin relación decisiva con la dirección final.
El jurado evaluará
Claridad y originalidad de la visión del director.
Calidad de la narrativa audiovisual.
Puesta en escena.
Dirección de actores o personajes.
Manejo del tono, la emoción y el ritmo.
Coherencia entre las decisiones creativas.
Capacidad de elevar la idea mediante la dirección.
Memorabilidad del resultado final.

10.2 Cinematografía / Dirección de Fotografía

Reconoce la excelencia en la construcción fotográfica de una pieza audiovisual. Se premiará el uso creativo y técnico de la luz, la cámara, la composición, el movimiento, las ópticas, el color y la exposición para construir una identidad visual relevante para la narrativa. La categoría deberá valorar la capacidad de la cinematografía para expresar una idea, generar una atmósfera y fortalecer el tono emocional de la pieza. No se evaluará únicamente la belleza de las imágenes, sino su aporte concreto a la historia y al concepto.

Incluye

- Dirección de fotografía.
- Diseño de iluminación.
- Composición de imagen.
- Elección y uso de ópticas.
- Movimientos de cámara.
- Cámara en mano, estabilizada, aérea o especializada.
- Exposición y tratamiento de contrastes.
- Construcción de atmósferas.
- Fotografía en estudio o locación.
- Fotografía en live action.
- Integración fotográfica entre imagen real y elementos digitales.
- Decisiones de captura que definan el lenguaje visual de la pieza.

No incluye

- Colorización como mérito principal de postproducción.
- Dirección de arte, escenografía o vestuario.
- Fotografía fija.
- VFX o CGI como principal aporte visual.
- Dirección general de la pieza.
- Uso de una locación visualmente atractiva sin un trabajo fotográfico diferenciador.
- El jurado evaluará
- Calidad y originalidad de la propuesta fotográfica.
- Uso narrativo de la luz.
- Composición.
- Movimiento y lenguaje de cámara.
- Elección de ópticas y recursos de captura.
- Consistencia visual.
- Construcción de atmósfera.
- Aporte de la fotografía a la idea y a la emoción de la pieza.
- Excelencia técnica.

10.3 Dirección de Arte

Reconoce la excelencia en la creación del universo visual y físico de una pieza audiovisual. Se premiará el trabajo de conceptualización y ejecución de escenarios, locaciones, escenografía, ambientación, utilería, vestuario, maquillaje y demás elementos que construyen el mundo en el que sucede la historia. Esta categoría se diferencia de Dirección de Arte y Diseño Gráfico, ya que aquí se evalúa específicamente el craft cinematográfico aplicado a una producción audiovisual y no el diseño gráfico de piezas, sistemas visuales o identidades.

Incluye

Dirección de arte cinematográfica.
Diseño de producción.
Escenografía.
Ambientación.
Selección e intervención de locaciones.
Utilería.
Vestuario.
Maquillaje y caracterización.
Construcción de sets.
Diseño de mundos.
Recreaciones históricas o estilizadas.
Integración de elementos físicos y digitales cuando respondan a una propuesta unificada de arte.
Desarrollo de códigos visuales para personajes y ambientes.

No incluye

Diseño gráfico de campañas.
Branding o sistemas de identidad.
Packaging.
Dirección de fotografía.
VFX o CGI como principal mérito.
Diseño de espacios comerciales o instalaciones de marca.
Locaciones utilizadas sin una intervención o propuesta de arte relevante.
El jurado evaluará
Calidad conceptual de la propuesta de arte.
Originalidad del universo visual.
Coherencia entre escenarios, objetos, vestuario y personajes.
Nivel de detalle.
Calidad de la ejecución.
Construcción de época, contexto o atmósfera.
Integración con la narrativa.
Aporte de la dirección de arte al tono y a la identidad de la pieza.

10.4 Edición / Montaje

Reconoce la excelencia en la construcción narrativa de una pieza audiovisual mediante la selección, organización y articulación de imágenes y sonidos. Se premiará la capacidad del montaje para definir el ritmo, la estructura, el punto de vista, la tensión, el humor o la emoción de la pieza. La edición deberá desempeñar un papel determinante en la forma en que la historia es comprendida y experimentada. No se valorará únicamente la velocidad o complejidad de los cortes, sino la inteligencia narrativa detrás de cada decisión.

Incluye

Montaje narrativo.
Edición de comerciales.
Edición documental.
Edición de branded content.
Montaje de piezas digitales.
Construcción de ritmo.
Manejo de elipsis y transiciones.
Montaje paralelo.
Uso creativo de archivo.
Integración de diferentes formatos de imagen.
Edición basada en música, diálogos, actuación o diseño sonoro.
Reestructuración narrativa realizada durante el montaje.

**No incluye**

VFX, CGI o motion graphics como mérito principal.
Colorización.
Dirección de la pieza.
Diseño sonoro evaluado de forma independiente.
Montajes de videocaso cuyo principal objetivo sea explicar una campaña.
Uso de transiciones o efectos sin una contribución narrativa relevante.

El jurado evaluará

Calidad de la construcción narrativa.
Ritmo.
Selección de tomas y momentos.
Manejo del tiempo.
Continuidad o ruptura intencional.
Capacidad para construir emoción, tensión, humor o sorpresa.
Integración entre imagen y sonido.
Originalidad del montaje.
Contribución de la edición al resultado final.

10.5 Producción

Reconoce la excelencia en la producción y ejecución de proyectos cuya complejidad técnica haya sido determinante para hacer posible una idea.
Se premiará la capacidad de producción para resolver desafíos creativos, técnicos, logísticos o de fabricación, independientemente del medio o disciplina donde haya sido implementado el proyecto.

Incluye

Producción audiovisual.
Producción de eventos.
Producción de experiencias.
Producción gráfica.
Fabricación especial.
Ingeniería.
Producción digital.
Producción de instalaciones.

No incluye

La idea creativa en sí misma.

El jurado evaluará

Complejidad técnica.
Calidad de ejecución.
Innovación en producción.
Resolución de desafíos.
Precisión.
Contribución al resultado final.



10.6 Postproducción

Reconoce la excelencia creativa y técnica en los procesos de postproducción que transforman, amplían o completan el material audiovisual. Para adecuarse al volumen del mercado peruano, esta categoría agrupa disciplinas que en festivales de mayor escala suelen evaluarse por separado: efectos visuales, CGI, motion graphics, composición digital y colorización. La postproducción deberá constituir un aporte central a la pieza y no limitarse a correcciones técnicas, acabados estándar o recursos utilizados únicamente para embellecer el material.

Incluye

- Efectos visuales.
- CGI/ Animación 2D y 3D.
- Motion graphics.
- Composición digital.
- Integración de live action y elementos generados digitalmente.
- Retoque y limpieza de imagen.
- Matte painting.
- Simulaciones.
- Reemplazo o extensión de escenarios.
- Diseño y animación de títulos.
- Colorización/ Finalización audiovisual.
- Técnicas híbridas de animación e imagen real.
- Uso de inteligencia artificial dentro de un proceso de postproducción

No incluye

- Edición o montaje como principal mérito.
- Dirección de fotografía/ Dirección de arte física.
- Uso de plantillas, filtros o efectos predeterminados sin una elaboración creativa relevante.
- Correcciones técnicas básicas.
- Generación automática de imágenes sin un proceso demostrable de dirección, integración y acabado.
- La idea creativa de la campaña.

El jurado evaluará

- Calidad técnica.
- Originalidad de la solución visual.
- Nivel de dificultad.
- Integración de los elementos.
- Realismo o coherencia estilística, según corresponda.
- Precisión de la composición.
- Calidad de la animación o los efectos.
- Uso creativo del color.
- Capacidad de la postproducción para elevar la narrativa.
- Contribución al resultado final.

11. CREATIVE STRATEGY

Reconoce el pensamiento estratégico detrás de una idea creativa excepcional. Premia trabajos en los que una comprensión profunda del negocio, las personas y la cultura dio origen a una estrategia capaz de inspirar creatividad, transformar marcas y generar resultados medibles.

12. SPORTS

Reconoce la creatividad que utiliza el deporte y/o los E-Sports como plataforma para conectar marcas y personas. Premia trabajos que aprovechan el poder de los atletas, las competencias, las comunidades de fans y la cultura deportiva para generar experiencias, conversaciones e impacto a través de ideas creativas sobresalientes.

12.1 Sports Film & Content

Reconoce piezas, campañas y contenidos desarrollados alrededor del deporte o los e-sports, donde la narrativa, el entretenimiento o la comunicación audiovisual constituyan el principal vehículo de la idea.

Incluye:

- Comerciales.
- Campañas audiovisuales.
- Branded content.
- Documentales.
- Series.
- Contenido social.
- Contenido con atletas, clubes o selecciones.
- Contenido de e-sports.

12.2 Sports Experience & Activation

Reconoce activaciones, eventos, experiencias y acciones participativas que utilicen el deporte como plataforma central para conectar marcas y personas.

Incluye:

- Activaciones.
- Fan experiences.
- Experiencias en estadios.
- Eventos deportivos de marca.
- Promociones vinculadas a partidos o competencias.
- Experiencias digitales o híbridas.
- Gaming competitivo y e-sports.
- Acciones de participación comunitaria.

12.3 Sports Sponsorship & Partnerships

Reconoce el uso creativo de patrocinios, derechos deportivos y alianzas con atletas, equipos, clubes, federaciones, ligas, medios o comunidades.

Incluye:

- Patrocinios creativos.
- Brand partnerships.
- Co-branding. Colaboraciones con atletas.
- Activación de derechos. Plataformas de apoyo a clubes o deportistas.
- Nuevos modelos de financiamiento. Alianzas vinculadas a e-sports.



BASES CATEGORÍAS