



PREMIO APAP

BASES 2026

ÍNDICE

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



1. PREMIO APAP

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.



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.



b. 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.

c. Seleccionar categoría y subcategoría: el pedido de información será solicitado según la categoría y subcategoría.

d. Guardar / Enviar.

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

f. 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 de inscripción

Tipo	Tarifa asociados a APAP	Tarifa no asociados a APAP
Pieza	S/ 1,246 (Incluye IGV)	S/1,480 (Incluye IGV)
Campaña	S/ 1,713 (Incluye IGV)	S/1,817 (Incluye IGV)

Inscripción extemporánea: recargo del 15%.

Forma de Pago: A través de la plataforma de pago de la web.



3. LISTADO DE CATEGORÍAS

1. FILM & CONTENT

Descripción de la disciplina: 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.
- Campañas 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

Descripción de la disciplina: 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

Descripción de la disciplina: 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

Descripción de la disciplina: 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 aporta 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

Descripción de la disciplina

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.
- Impacto emocional.

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.
- Campañas 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 Audio Craft: 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.

5. OUT OF HOME

Descripción de la disciplina

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.
- Paneles.
- Mobiliario urbano.
- Paraderos.
- Metro.
- Aeropuertos.
- Buses.
- 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.
- Relevancia.

6. BRAND EXPERIENCE

Descripción de la disciplina

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.
- 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.
- 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.
- Commerce



No incluye

- Activaciones masivas.
- Eventos.
- Diseño arquitectónico permanente.

El jurado evaluará

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

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

Descripción de la disciplina

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.
- Estrategia.
- Integración.
- Eficiencia.
- 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.
- 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.
- 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.
- Plataformas de pago.
- Redes sociales.

No incluye

- Plataformas desarrolladas desde cero.

El jurado evaluará

- Uso creativo.
- Integración.
- Innovación.
- Relevancia.
- Impacto.

8. DESIGN

Descripción de la disciplina

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.
- Valor para las personas.

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.
- 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

Descripción de la disciplina

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.
- Soluciones B2C.

No incluye

- Productos físicos.
- Campañas.

El jurado evaluará

- Innovación.
- Utilidad.
- Experiencia.
- Implementación.
- Impacto.
- 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.
- Realidad 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.

10. CRAFT & PRODUCTION

Descripción de la disciplina

Las grandes ideas merecen una ejecución excepcional. Esta disciplina reconoce la excelencia en el oficio, la técnica y la producción que permiten convertir una idea en una pieza extraordinaria.

A diferencia del resto de disciplinas, aquí se premiará **cómo fue ejecutada una idea**, independientemente del medio donde haya sido difundida.

10.1 Dirección de Arte y Diseño: Reconoce la excelencia en la construcción visual de una pieza mediante el uso de la dirección de arte, composición, fotografía, ilustración, tipografía, color, identidad visual y cualquier otro recurso gráfico que contribuya significativamente a la calidad de la ejecución.

Incluye

- Dirección de arte.
- Diseño gráfico.
- Fotografía.
- Ilustración.
- Lettering.
- Tipografía.



- Motion Graphics.
- CGI.

No incluye

- Branding completo.
- Packaging.
- Diseño de producto.

El jurado evaluará

- Calidad visual.
- Originalidad.
- Técnica.
- Consistencia.
- Craft.
- Aporte a la idea.

10.2 Dirección y Realización Audiovisual: Reconoce la excelencia en la dirección y realización audiovisual como elementos determinantes para materializar una idea creativa.

Incluye dirección, cinematografía, edición, animación, efectos visuales, coreografía, casting y cualquier otro recurso relacionado con la realización de una pieza audiovisual.

Incluye

- Dirección.
- Cinematografía.
- Edición.
- Animación.
- VFX.
- Casting.
- Coreografía.
- Dirección de actores.

No incluye

- Idea creativa.
- Campañas.



El jurado evaluará

- Calidad de dirección.
- Narrativa audiovisual.
- Técnica.
- Innovación.
- Ejecución.
- Impacto.

10.3 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.

11. CREATIVE STRATEGY

Descripción de la disciplina



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

Descripción de la disciplina

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. Las grandes ideas merecen una ejecución excepcional. Esta disciplina reconoce la excelencia en el oficio, la técnica y la producción que permiten convertir una idea en una pieza extraordinaria.

A diferencia del resto de disciplinas, aquí se premiará cómo fue ejecutada una idea, independientemente del medio donde haya sido difundida.

4. JURADO Y PREMIOS

APAP convoca a profesionales de la industria con reconocida trayectoria nacional e internacional, teniendo en cuenta para esto un enfoque multidisciplinario.

Jurado único (shortlist y metales)

Tendrán la misión de evaluar todas las piezas inscritas, obteniendo en primera instancia un *shortlist* y, posteriormente, la elección de metales (oro, plata y bronce).

Reglas del jurado:

- En todas las instancias de votación, en caso de que un miembro del jurado pertenezca a la agencia responsable de la pieza evaluada, se abstendrá de votar.
- Si al jurado participante le toca evaluar una pieza de una marca competidora a las que maneja actualmente, tendrá que abstenerse de votar, y solo podrá estar presente en modo observador.

Se establecen los siguientes premios:

1. **Grand Prix:** participan todas las categorías. No califican trabajos de la subcategoría bien social y categoría sostenibilidad.
2. **Oro, plata y bronce** para los ganadores de cada categoría.



En el caso de la sub categoría **Dirección y Realización Audiovisual** de CRAFT & PRODUCTION, se otorgará el trofeo a la empresa realizadora de la pieza. No se premiará a la agencia de publicidad, a excepción de las piezas inscritas directamente por la agencia.

- El Jurado puede declarar desierto el Grand Prix u otras categorías y subcategorías si considera que las piezas no están a la altura de calificar para este premio.

Rankings:

Para la elaboración del ranking de la **agencia más premiada** se otorgará un puntaje de acuerdo con la escala siguiente:

Premio	Puntos
Grand Prix	10 puntos
Oro	7 puntos
Plata	5 puntos
Bronce	3 puntos
Finalista*	1 punto

**Máximo de 10 puntos por participante.*

Ranking de agencias:

Se obtienen a través de los premios conseguidos en las siguientes 10 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

**Ranking de Casas Productoras/Casas de audio:**

Puntos a las Casas Productoras. Los puntos se obtienen a través de los premios logrados en las siguientes categorías: Dirección de Arte y Diseño, Dirección y Realización Audiovisual, Producción,

Puntos a Casas de Audio: Los puntos se obtienen a través de los premios logrados en las siguientes categorías: Radio, Radio Campaigns, Audio & Crafts.

Reconocimiento a la marca más creativa:

Se obtiene a través del puntaje total de los premios obtenidos por una marca en las siguientes categorías: . Creative Idea, Film & Content, Digital & Social, Out of Home, Brand Experience, Media & PR, Design, Innovation, Creative Effectiveness, Craft & Production.

5. TÉRMINOS Y CONDICIONES

- El material inscrito quedará en poder de la APAP para fines de difusión y promoción del evento, así como para seminarios propios de la actividad, previa coordinación con la agencia o empresa que inscribió la o las piezas.
- Los datos falsos proporcionados por el participante en sus inscripciones son motivo de descalificación.
- La inscripción se realiza únicamente a través de nuestra plataforma: www.apap.org.pe



6. LEGAL

- Cada participante premiado se compromete a utilizar en su promoción o publicidad la denominación correcta del premio recibido.
- Cualquier regulación o impugnación prevista o no en las bases de la premiación será resuelta por la directiva de la APAP en forma definitiva e inapelable.
- La inscripción de un material en la premiación implica la aceptación de las bases y la autoridad de los organizadores.
- El envío de información falsa o el incumplimiento de lo expresado en el Artículo 2 del presente reglamento conllevará a la sanción de la pieza inscrita y/o premiada, dando lugar a: La invalidación de la inscripción, la devolución del premio, si este hubiese sido otorgado. En ningún caso se devolverá el dinero de la inscripción.

CIERRE DE INSCRIPCIÓN REGULAR

DOMINGO 16 DE AGOSTO

HORA: 23:59 P. M.

CIERRE DE INSCRIPCIÓN EXTEMPORÁNEA

MARTES 18 DE AGOSTO

HORA: 23:59 P.M.

www.apap.org.pe