

**FIAP**  
2 0 2 5

SÉ PARTE  
DEL LEGADO  
CREATIVO

# INFORMACIÓN GENERAL, BASES Y CONDICIONES

 FIAPAWARDS

 FIAPAWARDS

 FIAP\_

[fiapawards.com](https://fiapawards.com)

POWERED BY  
**PRODU**

EL PREMIO	03
FECHAS CLAVE	04
PARTICIPANTES	05
DISCIPLINAS	06
F - FORMATOS	07
I - INNOVACIÓN	08
A - ANUNCIOS	09
P - PRODUCCIÓN	11

ESTIPULACIONES ESPECIALES SOBRE COSTOS	12
¿CÓMO PARTICIPAR?	13
REQUISITOS	14
REGLAMENTO	15
PREMIOS Y DISTINCIONES	18
EL JURADO	24
CRITERIOS DE VOTACIÓN Y EVALUACIÓN	25
SELECCIÓN DE GRUPOS Y VOTACIÓN	26

El FIAP, festival que durante 56 años ha reconocido la creatividad en todos los formatos publicitarios de Iberoamérica, continúa su trayectoria basada en la excelencia y la innovación.

En sociedad con PRODU, el proveedor líder de información de la industria del entretenimiento, la publicidad y la tecnología de habla hispana, buscan reconocer la excelencia en ideas que transforman, inspiran, elevan y apasionan audiencias. Las disciplinas del Festival 2025 son: **Formatos, Innovación, Anuncios y Producción.**

Esta división refleja el impresionante cambio que evidencia la industria; particularmente en la relación con marcas, agencias, medios, producción y distribución de acuerdo con la realidad que viven las audiencias, la comunicación, el entretenimiento y la tecnología.

A esto se suma la apuesta año a año por un jurado de gran prestigio nacional e internacional, con profesionales de inmensa trayectoria y un método incuestionable de evaluación.

**FECHAS CLAVE 2025**

**ABRIL**

INICIO DE INSCRIPCIONES  
*EARLY BIRD*  
CIERRE DE *EARLY BIRD*

**JULIO**

CIERRE DE  
INSCRIPCIONES

**AGO/SEP**

VOTACIONES

**OCT/NOV**

02 OCT - GALA VIRTUAL  
GALA PRESENCIAL

*Fechas son tentativas y sujetas a cambios por los organizadores*

*La premiación presencial se realiza en el marco del Advertising Week LATAM 2025 en CDMX*

*FIAP Face to Face Webinar durante todo el año cada 15 días*

**Anunciantes**

**Agencias de publicidad**

**Agencias digitales**

**Creativos publicitarios**

**Consultoras**

**Centrales de medios**

**Diseñadores**

**Directores**

**Estudios creativos**

**Estudiantes**

**Empresas de comunicación**

**Empresas de posproducción**

**Empresas de tecnología**

**Fotógrafos**

**Ilustradores**

**Medios de comunicación**

**Productoras**

**Productoras de música publicitaria**

**F** *FORMATOS*

**I** *INNOVACIÓN*

**A** *ANUNCIOS*

**P** *PRODUCCIÓN*

## FORMATOS - TV ABIERTA, PAGA Y DIGITAL

## COSTOS

- *BRANDED CONTENT* - PROGRAMA ENTRETENIMIENTO
- *BRANDED CONTENT* - PROGRAMA DE FICCIÓN
- *BRANDED CONTENT* INTEGRADO A OTRAS PLATAFORMAS
- *OWN MEDIA* - VIDEO PLATAFORMA - VIDEO
- *OWN MEDIA* - VIDEO PLATAFORMA - AUDIO
- *PRODUCT PLACEMENT* - ENTRETENIMIENTO
- *PRODUCT PLACEMENT* - FICCIÓN
- MEJOR ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO DE PROGRAMA
- CONTENIDO CON MEJOR ESTRATEGIA DIGITAL
- MEJOR CAMPAÑA DE PLATAFORMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
- CORTOS
- MEJOR CAMPAÑA DE SOSTENIBILIDAD
- *LIVE EXPERIENCE*
- *MUSIC CONTENT*
- USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

**US\$499**

**US\$699**

**US\$499**

## FORMATOS - TV ABIERTA, PAGA Y DIGITAL

## COSTOS

- DESARROLLO TECNOLÓGICO
- *ADVERGAMING*
- *SOCIAL CONTENT*
- VÍA PÚBLICA
- MEJOR USO DE *AMBIENT MEDIA*
- MEJOR USO DE *INFLUENCER* EN CUALQUIER PLATAFORMA
- ESTUDIANTES
- MEDIOS INTEGRADOS/CONTENIDO360
- *ONLINE VIDEO*
- SALUD
- *BUSINESS TO BUSINESS CHANNEL* O *PARTNER MARKETING* - B2B
- *PODCAST*
- EVENTO EN VIVO O HÍBRIDO

**US\$499**

**US\$99**

**US\$849**

**US\$499**

**US\$200**

**US\$499**

**\$399.00**

## INNOVACIÓN

## COSTOS

- INNOVACIÓN EN TELEVISIÓN
- INNOVACIÓN EN MEDIOS IMPRESOS
- INNOVACIÓN EN RADIO
- INNOVACIÓN EN *OUTDOOR/VÍA PUBLICA/AMBIENT*
- INNOVACIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES
- INNOVACIÓN EN EVENTOS/EXPERIENCIAS
- INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍA
- INNOVACIÓN EN *GAMING* Y ENTRETENIMIENTO
- INNOVACIÓN EN *MOBILE*
- INNOVACIÓN EN REDES SOCIALES
- USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

**US\$499**

**US\$349**

**US\$499**

**US\$349**

**US\$499**

**US\$499**

**US\$349**

**US\$349**

**US\$499**

## INNOVACIÓN

## COSTOS

- INNOVACIÓN EN PRODUCCIÓN
- INNOVACIÓN EN ACTIVACIONES
- INNOVACIÓN EN *MARKETING* DIRECTO
- INNOVACIÓN EN PR
- INNOVACIÓN EN CAMPAÑAS SOBRE SOSTENIBILIDAD
- INNOVACIÓN EN MÚSICA
- ESTUDIANTES
- SALUD
- *ONLINE* VIDEO
- *NEW BUSINESS*/NUEVOS NEGOCIOS
- NFTS
- EXPERIENCIA DE PODCAST INTERACTIVO
- MEJOR EXPERIENCIA INTERACTIVA Y CREATIVA EN EVENTO

**US\$499**

**US\$349**

**US\$99**

**US\$200**

**US\$499**

**US\$399**



## ANUNCIOS

## COSTOS

- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - ALIMENTOS / COMIDAS / BEBIDAS ALCOHÓLICAS / NO ALCOHÓLICAS
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - HIGIENE DOMÉSTICA, PERSONAL / BELLEZA / COSMÉTICA / PERFUMERÍA / ARTÍCULOS MEDICINALES Y FARMACÉUTICOS
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - ELECTRODOMÉSTICOS / MUEBLES / ELECTRÓNICA / COMPUTACIÓN / AUDIO / VIDEO
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - VESTIMENTA / TEXTILES
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - AUTOMÓVILES
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - BANCOS / FINANCIERAS
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - BIEN PÚBLICO
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - IMAGEN CORPORATIVA
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - NEGOCIOS AL PÚBLICO
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - MEDIOS DE COMUNICACIÓN / PUBLICACIONES
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - RECREACIÓN / PLACER / TIEMPO LIBRE / TRANSPORTE / VIAJES / TURISMO
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - CAMPAÑAS (PRODUCTOS / SERVICIOS / CORPORATIVAS)
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - CAMPAÑAS BIEN PÚBLICO
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - VARIOS
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - MEJOR MÚSICA INCIDENTAL / MEJOR CANCIÓN
- ORIGINAL / MEJOR DIRECCIÓN MUSICAL

**US\$499**

## ANUNCIOS

## COSTOS

- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - BAJO PRESUPUESTO
- GRÁFICA - ALIMENTOS / COMIDAS / BEBIDAS ALCOHÓLICAS / NO ALCOHÓLICAS
- GRÁFICA - HIGIENE DOMÉSTICA, PERSONAL / BELLEZA / COSMÉTICA / PERFUMERÍA / ARTÍCULOS MEDICINALES Y FARMACÉUTICOS
- GRÁFICA - ELECTRODOMÉSTICOS / MUEBLES / ELECTRÓNICA / COMPUTACIÓN / AUDIO / VIDEO
- GRÁFICA - VESTIMENTA / TEXTILES
- GRÁFICA - AUTOMÓVILES
- GRÁFICA - BANCOS / FINANCIERAS
- GRÁFICA - BIEN PÚBLICO
- GRÁFICA - IMAGEN CORPORATIVA
- GRÁFICA - NEGOCIOS AL PÚBLICO
- GRÁFICA - MEDIOS DE COMUNICACIÓN / PUBLICACIONES
- GRÁFICA - RECREACIÓN / PLACER / TIEMPO LIBRE / TRANSPORTE / VIAJES / TURISMO
- GRÁFICA - SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS
- GRÁFICA - CAMPAÑAS (PRODUCTOS / SERVICIOS / CORPORATIVAS)
- GRÁFICA - CAMPAÑAS BIEN PÚBLICO
- GRÁFICA - VARIOS

**US\$499**

## ANUNCIOS

## COSTOS

- RADIO - ALIMENTOS / COMIDAS / BEBIDAS ALCOHÓLICAS / NO ALCOHÓLICAS
- RADIO - HIGIENE DOMÉSTICA, PERSONAL / BELLEZA / COSMÉTICA / PERFUMERÍA / ARTÍCULOS MEDICINALES Y FARMACÉUTICOS
- RADIO - ELECTRODOMÉSTICOS / MUEBLES / ELECTRÓNICA / COMPUTACIÓN / AUDIO / VIDEO
- RADIO - VESTIMENTA / TEXTILES
- RADIO - AUTOMÓVILES
- RADIO - BANCOS / FINANCIERAS
- RADIO - BIEN PÚBLICO
- RADIO - IMAGEN CORPORATIVA
- RADIO - NEGOCIOS AL PÚBLICO
- RADIO - MEDIOS DE COMUNICACIÓN / PUBLICACIONES
- RADIO - RECREACIÓN / PLACER / TIEMPO LIBRE / TRANSPORTE / VIAJES / TURISMO
- RADIO - SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS
- RADIO - CAMPAÑAS (PRODUCTOS / SERVICIOS / CORPORATIVAS)
- RADIO - CAMPAÑAS BIEN PÚBLICO
- RADIO - VARIOS
- RADIO - *JINGLES* / MÚSICA ORIGINAL / AUDIO LOGO / MEJOR *SOUND EFFECT*

**US\$499**

**US\$399**

## ANUNCIOS

## COSTOS

- VÍA PÚBLICA - INSTITUCIONAL
- VÍA PÚBLICA - PRODUCTOS
- VÍA PÚBLICA - SERVICIOS
- VÍA PÚBLICA - CAMPAÑAS
- CAMPAÑAS INTEGRALES
- CREATIVIDAD EFECTIVA - BIEN PÚBLICO
- CREATIVIDAD EFECTIVA - APOORTE CULTURAL Y/O MULTICULTURAL
- MEJOR USO DE LA CULTURA LOCAL
- MEJOR CONCEPTO
- MEJOR DISEÑO
- NUEVOS NEGOCIOS
- TRANSFORMACIÓN SOCIAL
- MEJOR ESTRATEGIA / PLANEACIÓN
- ESTUDIANTES
- SALUD
- NEW BUSINESS
- USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL
- MEJOR INTEGRACIÓN DE MARCA EN *PODCAST*
- USO CREATIVO DEL ESPACIO EN PUBLICIDAD DE EVENTOS

**US\$499**

**US\$849**

**US\$499**

**US\$399**

**US\$499**

**US\$99**

**US\$200**

**US\$499**

**US\$399**

## PRODUCCIÓN

## COSTOS

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL - DIRECCIÓN GENERAL

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL - DIRECCIÓN DE ACTORES

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL - DIRECCIÓN DE ARTE

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL - FOTOGRAFÍA

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL - EDICIÓN

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL - ANIMACIÓN  
COMPUTARIZADA / EFECTOS ESPECIALES

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL - PRODUCCIÓN GENERAL

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL - MÚSICA ADAPTADA /  
MÚSICA ORIGINAL / DISEÑO DE SONIDO / CANCIONES / JINGLES /  
AUDIO LOGO / USO DE LICENCIAS

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN GRÁFICA - REDACCIÓN

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN GRÁFICA - DIRECCIÓN DE ARTE

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN GRÁFICA - FOTOGRAFÍA

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN GRÁFICA - ILUSTRACIÓN

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN DE BTL

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN DIGITAL - ILUSTRACIÓN DIGITAL

**US\$499**

**US\$399**

**US\$499**

**US\$399**

## PRODUCCIÓN

## COSTOS

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN DIGITAL - DISEÑO DE IMAGEN

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN DIGITAL - DISEÑO GENERAL

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN TECNOLÓGICA

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN - PROMOCIÓN DE *BROADCAST*

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN EN PR

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN DE PLATAFORMAS DIGITALES/REDES SOCIALES  
BAJO COSTO DE PRODUCCIÓN

MEJOR LOCUCIÓN CAMPAÑA/MENSAJE INTERNACIONAL - TV / WEB / REDES

MEJOR LOCUCIÓN CAMPAÑA/MENSAJE NACIONAL - TV / WEB / REDES

MEJOR LOCUCIÓN COMERCIAL - RADIO

MEJOR LOCUCIÓN IDIOMA EXTRANJERO - (EXCLUYE ESPAÑOL Y  
PORTUGUÉS)

MEJOR INTERPRETACIÓN EN VOZ CANTADA / ACTUADA / ANIMADA

ESTUDIANTES - MEJOR DEMO O REEL DE LOCUCIÓN

MEJOR PRODUCCIÓN DE *PODCAST*

USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

MEJOR PRODUCCIÓN DE EVENTO EN VIVO O HÍBRIDO

**US\$399**

**US\$349**

**US\$99**

**US\$399**

**US\$499**

**US\$399**

**TARIFAS**

HASTA EL  
**5 de mayo**

***EARLY  
BIRD***

HASTA EL  
**6 de mayo hasta el 30 de junio**

**TARIFA  
PLENA**

- El material debe haber sido enviado y abonado antes del cierre de las inscripciones
- FIAP tiene el derecho, no el deber, de excluir el material en caso de falta de pago FIAP es marca registrada. Todos los derechos reservados

**1**

Ingresa a  
**[www.fiapawards.com](http://www.fiapawards.com)**,  
sección **PARTICIPA YA**.  
Sigue las instrucciones y  
comienza a completar  
tus inscripciones

**2**

Opción concierge. El  
equipo FIAP te asistirá  
con tus inscripciones  
(solo aplica para  
empresas con 10 o más  
inscripciones)

Escribe a **[info@fiapawards.com](mailto:info@fiapawards.com)** para solicitar asistencia

Todas las Inscripciones de **FORMATOS, INNOVACIÓN, ANUNCIOS y PRODUCCIÓN** deben proporcionar los siguientes elementos:

- Un video de la campaña completa, presentación del caso o ambos (máximo tres minutos, .mp4 y 1920x1080px - **FORMATO OBLIGATORIO**)
- Adicional al video del caso (2 minutos aprox.), se deberá incluir el video de la campaña por separado (30, 15 o 10 segundos aprox.). Ambos videos son obligatorios
- Una o varias fotografías (3500 a 2193px - **FORMATO OBLIGATORIO**)
- Los archivos que integren una campaña (cuatro máximo) deben enviarse separadamente
- Para facilitar la tarea de los jurados, se recomienda a los participantes de Brasil y Portugal subtítular al español
- El correo para registrarse e inscribirse debe ser empresarial: nombre@empresa.com

El material concursante no puede haber competido en una edición anterior de FIAP, a menos de que sea en categorías y/o disciplinas distintas.

No se aceptarán inscripciones sin los elementos de apoyo precisos y no se devolverá la tarifa de inscripción.

La calidad técnica de los archivos enviados es responsabilidad de los participantes. FIAP no está obligado a controlar la calidad de origen de los archivos enviados; sin perjuicio de ello, realizará esfuerzos razonables para chequear y clasificar los archivos cuando hayan sido enviados dentro de los plazos de inscripción originalmente establecidos.

Como parte de la innovación de esta nueva edición de FIAP presentamos un nuevo método de evaluación que realza el valor de los premios locales y reconoce al trabajo que desempeñan los Círculos Creativos y Asociaciones Publicitarias de Agencias en cada uno de sus países.

Los ganadores de oro, plata y bronce de los premios locales de Iberoamérica ingresarán directamente como finalistas en el shortlist de FIAP, teniendo en cuenta el filtro exigente que atravesaron en sus respectivos países y que se hayan inscrito en el FIAP 2025.

Se implementarán dos rondas de juzgamiento:

Una primera ronda que seleccionará el shortlist, que será juzgada en forma remota mediante una poderosa plataforma de votación por un prestigioso jurado de más de 100 creativos, ejecutivos de publicidad, medios y productores de toda la región

La segunda ronda de este shortlist será evaluada por un jurado internacional de 32 prestigiosos profesionales para encontrar los oros, platas, bronces y Grand Prix








- Todo participante, por el acto de inscribir, declara conocer y aceptar las condiciones y requerimientos del presente reglamento. La sola inscripción en el FIAP implica la aceptación de su reglamento, de la autoridad de los organizadores y la de los jurados
- Concurra el material inscrito por los participantes antes de la fecha de cierre informada por FIAP y que no haya sido excluido por FIAP por incumplimiento del presente reglamento
- El material concursante no puede haber competido en una edición anterior de FIAP
- La participación debe estar autorizada por la empresa creadora del material o por su anunciante

- Al inscribirse, el participante autoriza a FIAP o PRODU el uso de marcas, promociones, productos, protagonistas, personajes animados y reproducciones fotográficas. Los logos, los formatos, toda imagen y diseño, derivados de nombre, marca, logo, eslogan, diseño, rótulos de establecimientos y demás características de imagen y comerciales se incluyen en esta autorización, que deberá interpretarse en sentido amplio
- Todo el material participante se incorpora al archivo de FIAP y PRODU para sus fines y objetivos
- FIAP y PRODU podrán utilizar el material inscrito con diversos fines, como promoción y difusión; presentaciones en instituciones educativas, grupos empresariales, profesionales de la comunicación y público en general; así mismo, ejerce el derecho de publicar las premiaciones en medios públicos y privados
- El participante mantendrá indemne al FIAP y PRODU ante cualquier acción legal o reclamo que surja de la promoción, exhibición y/o uso del material inscrito, siendo de su exclusiva responsabilidad todo conflicto emergente
- Los ganadores se comprometen a utilizar en su promoción o publicidad la correcta denominación del premio recibido
- Los ganadores podrán incorporar en su página principal el logotipo del festival acreditando el premio obtenido, con un link al website del FIAP [www.fiapawards.com](http://www.fiapawards.com)
- El material inscrito debe cumplir con las normas y los códigos de ética determinados por los organismos calificadoros de la actividad
- En el caso de piezas que conformen una campaña, deben inscribirse individualmente y abonar el arancel correspondiente por cada anuncio
- FIAP podrá evaluar la admisión de otros premios ofrecidos por gobiernos, instituciones, empresas y/o entidades nacionales e internacionales
- El envío de las estatuillas corre por cuenta del ganador



- El titular del premio es quien haya realizado la inscripción al festival
- FIAP se reserva el derecho de admisión, así como también de la interpretación y aplicación de los códigos de ética vigentes y sus normas respectivas
- La presente lista no agota otras distinciones y premios de FIAP
- El material participante debe ajustarse a los requerimientos de envío que correspondan
- La información suministrada por el participante debe ser real y veraz; cualquier falsedad provocará su automática descalificación
- Si existiera una denuncia fundamentada referente a alguna inscripción, FIAP podrá requerir al responsable su descargo. Hasta tanto surja una aclaración o resolución, su participación o premiación podrá quedar suspendida
- No se aceptan empates en los primeros premios. Tampoco se acepta premiar de manera individual piezas que estén compitiendo en las categorías Campañas, ni otorgar un premio individual agrupando piezas que estén compitiendo en esa condición
- Toda consideración no prevista en el presente reglamento será resuelta por FIAP y su decisión es inapelable
- Cualquier controversia surgida con motivo o como consecuencia de este reglamento, incluida toda cuestión relativa a su validez total o parcial, interpretación, alcances, cumplimiento, ejecución, extinción; se someterá y será finalmente resuelta mediante arbitraje de derecho administrado por un árbitro designado por FIAP
- Tomando como base la puntuación que arroja el sistema tras la segunda ronda de evaluación, solo se permitirá elevar la categoría de metales a aquellas piezas que hayan logrado mínimo 6,5 puntos. Si, en cambio, en las salas cerradas de deliberación, el jurado de metales y sus presidentes consideran que se debe disminuir la pieza en cuanto al metal obtenido originalmente, esto solo será posible para aquellas que hayan obtenido máximo 6,5 puntos. No se podrá cambiar el resultado de Bronce a Oro o viceversa: las piezas solo pueden ascender o descender en referencia al metal que le sigue o precede inmediatamente

## PREMIOS

-  Soles de Oro, Plata y Bronce para cada categoría
-  Sol de Oro (trofeo) único, sin empate
-  Sol de Plata (diploma), dos por categoría como máximo
-  Sol de Bronce (diploma), tres por categoría como máximo
-  PREMIOS Y DISTINCIONES Premio País (trofeo) único, sin empate, es otorgado a la agencia de cada país que más puntos haya obtenido en la premiación total
-  Gran Sol de Iberoamérica (trofeo) único, sin empate, para cada disciplina
-  Finalistas (diploma)

**AGENCIA / PRODUCTORA / ANUNCIANTE / RED DEL AÑO / AGENCIA INDEPENDIENTE**

Serán distinguidas anualmente aquellas empresas y/o redes, en su caso, que acrediten la mayor cantidad de puntos, de acuerdo a la siguiente escala:

<b>Gran Sol de Iberoamérica.....</b>	<b>10 puntos</b>
<b>Sol de Oro.....</b>	<b>7 puntos</b>
<b>Sol de Plata.....</b>	<b>5 puntos</b>
<b>Sol de Bronce.....</b>	<b>3 puntos</b>
<b>Finalistas (que no obtenga Sol).....</b>	<b>1 punto</b>

- En la selección de Agencia del año y Productora del año, solo se acreditarán los puntajes a la empresa responsable de la inscripción
- Para determinar la Red del Año se suman los puntos obtenidos por las diferentes filiales o representaciones que integran una misma Red; el premio será entregado al Director Creativo Regional de la Red, en el encuentro de clausura del festival
- El Premio País no suma puntos

## PREMIOS LOCALES Y ALIANZAS

Los miembros de Círculos Creativos y Asociaciones de Agencias de las región que inscriban piezas ganadoras de metales en **FIAP 2025**, tienen el beneficio de pasar directamente al *shortlist*.  
Estos son los premios locales con los cuales **FIAP** tiene alianzas

Addys (EE UU hispano)  
APRO (Brasil)  
c de c, Club de Creatividad (España)  
Cima (Venezuela)  
Círculo de Oro (México)  
Cúspide (Puerto Rico)  
Desachate (Uruguay)  
Diente (Argentina)  
FePI (Argentina)  
Festival CCP (Portugal)  
Festival Tatakua (Paraguay)

Festival Volcán (Costa Rica)  
Festival de Antigua (Guatemala)  
IAA (España)  
IAB Mixx (Chile)  
IAB Mixx (Colombia)  
IAB Mixx (México)  
Lápiz Creativo (EE UU)  
LUX Awards (Ecuador)  
Premio Ideas (Perú)  
Premio Locoto (Bolivia)  
Premios PRODU (Iberoamérica)  
SmartFilms (Colombia)  
Smarties (Brasil)

Escribe a [info@fiapawards.com](mailto:info@fiapawards.com) para consultar beneficios adicionales.

### **OTRAS CONDICIONES**

- La presente lista no agota otras distinciones y premios de FIAP
- Los jurados podrán instituir menciones de honor en las disciplinas y/o categorías que lo ameriten
- El titular del premio es quien haya realizado la inscripción al festival PREMIOS Y DISTINCIONES
- FIAP podrá evaluar la admisión de otros premios ofrecidos por gobiernos, instituciones, empresas y/o entidades nacionales e inter nacionales

## ESTUDIANTES CREATIVOS

- Los estudiantes de Publicidad, Comunicación Social, Diseño Gráfico o carrera afín, participan con sus propuestas creativas en las disciplinas en que aparece la categoría PREMIOS Y DISTINCIONES
- En el caso de piezas que conformen una campaña, deben inscribirse individualmente y abonar el arancel correspondiente por cada anuncio
- Con referencia a trabajos prácticos, los mismos tienen que haber sido realizados exclusivamente para la respectiva casa de estudio (si fueron publicados no deben pertenecer a agencia de publicidad, estudio de comunicación, productora o entidad privada de comunicación)
- El material participante debe ajustarse a los requerimientos de envío que correspondan

## OBJETIVOS, JURAMENTO Y DEBERES

- El objetivo de los FIAP es crear un foro saludable, donde los jugadores líderes de la industria y sus trabajos sean evaluados objetivamente por otros colegas, logrando así el máximo reconocimiento de excelencia EL JURADO
- El objetivo del jurado es reconocer la excelencia en el trabajo realizado en los países de Latinoamérica, EE UU hispano, España y Portugal
- El jurado toma el compromiso de votar objetivamente, poniendo la calidad del trabajo antes que cualquier interés personal, de la empresa o financiero
- El jurado tiene el deber de evaluar a fondo cada nominación

El jurado evaluará de acuerdo a los siguientes criterios para definir la excelencia:

- Originalidad
- Creatividad
- Ejecución
- Logros

- Se han introducido dos rondas de evaluación para descubrir los oros, platas, bronces y Gran Sol de Iberoamérica de una primera lista de finalistas
- Los presidentes de los jurados son designados por FIAP
- La organización del jurado se establece sobre la base de los premios creativos, cargos regionales y logros alcanzados. Solo cuatro presidentes de jurados tendrán la posición de guiar a los jurados de metales en la evaluación, un total de 28 jurados, 7 por disciplina, compuesto por las principales marcas de la región y creativos más premiados nacional e internacionalmente de Iberoamérica, quienes tendrán la tarea de seleccionar el rumbo de la industria durante sus intensas jornadas de deliberación
- Más de 100 jurados de shortlist entre medios, productores, anunciantes y creativos de la región, tendrán la tarea central de filtrar todos los trabajos inscritos en el FIAP seleccionando a los finalistas



- Los jurados y/o la organización pueden subdividir o integrar categorías, cuando el número de participantes sea excesivo o cuando no superen el mínimo que permita un criterio de evaluación
- Los jurados pueden hacer sugerencias y recomendaciones a FIAP en tanto representen un aporte para la industria creativa y su desarrollo creativo
- Los jurados podrán instituir menciones de honor en las disciplinas y/o categorías que lo ameriten
- Cualquier situación no prevista respecto del otorgamiento de premios será resuelta por los jurados, con la aprobación de la organización del FIAP
- El grupo de jurados es numeroso por su diseño, con el fin de dividir el proceso de votación y hacerlo más eficiente

**SÉ  
PARTE  
DEL  
LEGADO  
CREA  
TIVO**

**FIAP**

**2 0 2 5**

**INFORMACIÓN  
GENERAL, BASES Y  
CONDICIONES**

 **FIAPAWARDS**

 **FIAPAWARDS**

 **FIAP\_**

**fiapawards.com**

POWERED BY

**PRODU**