

LUX AWARDS 22

ENTRY KIT | 2022

Actualizado al 12 de julio, 2022

Si necesitan soporte durante el proceso,
pueden contactarnos a:
supervision@luxawards.la
099-055-0774



/LUXAWARDS

WWW.LUXAWARDS.LA

LA LUZ

El principio y el fin. La chispa que desata la llama.
Y la llama, ese detonante -accidental o premeditado-
que combustiona una idea.

Esa idea que nos revela creaciones nuevas
es también la misma que ilumina generosamente el camino para otros.
Después de todo, vamos al mismo lugar. A un lugar lleno de luz.

LUX AWARDS

Es la celebración del trabajo extraordinario en los negocios y sus innovaciones, en
comunicación y sus estrategias, en la producción y el arte. Promovemos lo mejor de la
industria ecuatoriana, para el engrandecimiento creativo y creador del país, todo
frente a los ojos del resto del mundo.

EL PROPÓSITO

Ser el espacio para celebrar, educar, conectar y reconocer el nivel de creación que hay
en Ecuador, dándole el lugar que se merece a nivel local e internacional.

LA PREMISA

Premiar aquellas creaciones extraordinarias que indiferentemente de su tamaño,
cambian la forma en que experimentamos e interactuamos con el mundo, haciendo un
aporte significativo a la sociedad y a la economía. Además de dar visibilidad y
reconocimiento a aquellas empresas y líderes que son para nuestra industria, fuente
inagotable de inspiración.



1. TÉRMINOS Y CONDICIONES

1.1. RESUMEN DE LAS REGLAS PARA PARTICIPAR

a) Todo el material inscrito para las secciones COMUNICACIONES Y SUS ESTRATEGIAS, PRODUCCIÓN y NEGOCIOS Y SUS INNOVACIONES (con excepción de la categoría ARTE), debió tener a Ecuador como mercado principal de la creación del negocio, innovación, idea, o ejecución.

b) Toda creación inscrita en la sección ARTE, debió ser producto intelectual ecuatoriano o de extranjeros con residencia permanente y legal en Ecuador. Además, debió ser terminado después de 23 de octubre del 2020.

c) Todo el material inscrito para las categorías de COMUNICACIONES Y SUS ESTRATEGIAS y PRODUCCIÓN, debió exhibirse durante el siguiente lapso: desde el 23 de octubre del 2020 hasta el 23 de agosto del 2022. Serán válidas aquellas inscripciones que iniciaron su divulgación antes del 23 de octubre del 2020, siempre y cuando, los resultados o su finalización, esté dentro del periodo establecido.

d) Todo el material inscrito para la sección NEGOCIOS Y SUS INNOVACIONES debió crearse y/o demostrar resultados de negocio durante este lapso: desde el 17 de septiembre del 2018 hasta el 23 de agosto del 2022. Para ser elegible, el negocio debe continuar vigente, y será durante este período de cuatro años en el que debe haber sido creado y de igual manera, logrado resultados de negocio.

e) Todo espacio inscrito en la categoría Creative Spaces (sección COMUNICACIONES Y SUS ESTRATEGIAS), debe tener fecha de entrega y apertura o instalación del lugar entre el 20 de octubre del 2019 y el 23 de agosto del 2022. Para ser elegible, la creación puede continuar vigente o no, pero será durante este período de tres años en el que debe haber sido inaugurado. En el caso de la sub-categoría Ephemeral, la vigencia/permanencia de este espacio debió ser menor a 6 meses contados desde su fecha de instalación.

f) Ninguna inscripción de ediciones anteriores de este Festival se admitirá para participar nuevamente.

g) El trabajo se ha creado en el contexto de un contrato de pago normal con un cliente o si es el caso de una auto promoción o una ONG, el cliente debe haber aprobado todo el material inscrito.

h) Como inscriptor, tienes autorización del anunciante/empresa/marca para ingresar el trabajo, incluiste datos de contacto de la empresa y le notificaste que podríamos contactarlo.

i) El trabajo inscrito no debe haber tenido cambios fundamentales que hayan modificado el sentido y significado inicial de publicación.

j) El trabajo debe ser final, el Festival no reemplazará o añadirá material si la inscripción ya fue aprobada por el inscriptor.

k) La inscripción no debe incluir publicidad especulativa, o que haya sido prohibida o retirada del aire.

l) Un ejecutivo senior (presidente, gerente general, gerente de marketing o equivalentes) de tu compañía debe haber autorizado que este trabajo sea inscrito.

m) La ficha debe tener referencias de tu empresa y su equipo en créditos de autoría.

n) Las inscripciones no pueden retirarse después del 3 de septiembre del 2022 a las 00h00.

o) Si acaso no puedes cumplir con alguno de los puntos de esta lista, es posible que tu trabajo no pueda inscribirse en Lux Awards. Para más detalles, revisa el resto de este documento o contáctate con nosotros a: supervision@luxawards.la

1.2. FECHAS

Periodos de exhibición

Comunicaciones y sus estrategias | Producción : 23 de octubre, 2020 - 23 de agosto, 2022

Negocios y sus Innovaciones : 17 de septiembre, 2018 - 23 de agosto, 2022

Arte : 23 de octubre 2020 - 23 de agosto, 2022

Fechas importantes

Inicio de inscripciones: 13 de julio, 2022

Difusión finalistas The Catalyst: 11 de agosto, 2022

Difusión finalistas Bravest Marketer of the year: 22 de agosto, 2022

Cierre de inscripciones : 23 de agosto, 2022

Publicación de shortlists : 10 de octubre, 2022

Ceremonia presencial: Jueves 20 de octubre en Guayaquil. Premiación presentada por Juan Señor.

Los shortlists y ganadores serán escogidos por el jurado en sesiones online. Los ganadores resultantes se presentarán en la ceremonia de premiación, nombrando a la compañía participante, sus proveedores inscritos y los detalles de su trabajo, por el que recibirán trofeos de acuerdo con el premio asignado por el jurado con base en la calificación recibida en cada criterio de juzgamiento.

1.3. PRECIOS INSCRIPCIÓN POR PIEZA

Los precios de las inscripciones varían de acuerdo a la sección y categoría.

1.4. INSCRIPCIÓN DE PIEZAS

Las piezas o casos deben demostrar su real ejecución y contarán con la autorización del anunciante/empresa/marca, quien confirmará su aprobación, tiempo de utilización y resultados.

Toda la información y material de soporte debe subirse en el sistema de inscripción online <https://luxawards.awardsplatform.com>

Las piezas inscritas deben ser iguales a la versión exhibida o publicada originalmente, sin haber sido modificadas para su participación en el Festival.

Ninguna pieza o caso concursará si su inscripción no se ha pagado con anterioridad a la fecha límite de cierre de inscripciones de material.

Los trabajos inscritos no podrán ser publicidad conceptual o especulativa, es decir que no pueden participar materiales presentados en licitaciones y no aprobados. Las ideas/conceptos previos al desarrollo de la idea no son elegibles.

1.5. FORMATO DE LOS ARCHIVOS

El material de soporte es el elemento más importante de tu inscripción. Esto es lo que el jurado examinará, observará y leerá durante su proceso de decisión. Cada categoría tiene diferentes requerimientos, en algunos casos son obligatorios y en otros son opcionales y sugeridos. Es importante recordar que, una vez aprobada la inscripción, no puede haber cambios ni adiciones, por lo que debes estar absolutamente seguro de la información y materiales que subes antes de hacerlo.

Para evitar que tu trabajo sea retirado del Festival, revisa que cumpla con las siguientes guías:

- El material de soporte no debe contener ninguna referencia al proveedor, la agencia, compañía creativa o a profesionales que contribuyeron en la idea o ejecución.

1.6. BOARD EXPLICATIVO

Presentación visual del trabajo, incluidas imágenes y texto (máximo 100 palabras que describan brief, ejecución y resultados).



Especificaciones: JPG, RGB, 7063 x 5008 pixeles, 5 - 15MB.

1.7. DIBUJO A ESCALA

Presentación del producto final mostrando proyecciones escaladas y medidas de primer ángulo y tercer ángulo.



Especificaciones: JPG, RGB, 7063 x 5008 pixeles, 5 - 15MB.

1.7.1. IMÁGENES DE APOYO

Ten en cuenta subir un video de alta calidad en formato .mp4 con un tamaño de hasta 350 MB.



Especificaciones: JPG, RGB, 7063 x 5008 pixeles, 5 - 15MB.

1.7.2. VIDEOS

Archivo digital que puede ayudar a validar la inscripción con el jurado. Subir máximo dos y solo si son realmente necesarias y relevantes.

RELACIÓN DE ASPECTO	RESOLUCIÓN	FORMATO / CODEC	AUDIO
FULL HD 1080PX	1920PX X 1080PX	.MP4 / H.264	AAC, STEREO 48KHZ
HD 720PX	1280PX X 720PX		

1.7.3. VIDEO CASO

Video corto que explica el trabajo en máximo dos minutos (120 segundos) El contenido de este incluye brief, ejecución y resultados. El video se usará para el proceso de juzgamiento y podrá ser exhibido públicamente.

Especificaciones: .mp4, 350 MB.

1.7.4. AWARD SHOW FILM

Versión corta y editada del video caso, con una duración máxima de 30 segundos. El vídeo no se usará para el proceso de juzgamiento, sino que será exhibido públicamente en la ceremonia de premiación del Festival si la inscripción llega a ganar un premio. Este material es obligatorio en algunas las categorías.

Especificaciones: .mp4, 350 MB.

1.7.5. VIDEO

El anuncio o contenido original, tal y como fue emitido y sin información adicional.

Especificaciones: .MP4, 350 MB

1.7.6. DEMO FILM

Video corto que explica el 'making of' o grabación de la activación en máximo dos minutos (120 segundos)

1.7.7. URLS

Para evitar que tu trabajo sea retirado del Festival, tu URL debe estar al aire mínimo hasta febrero del 2022.

Las URLs deben empezar con 'http://' o 'https://' y deben ser de libre acceso, sin necesidad de un usuario y contraseña.

1.7.8. URL DE CONTENIDO

Link directo a tu ejecución digital. Por ejemplo, un website, micrositio, página de descarga de un app o página de redes sociales.

1.7.9. URL DE VIDEOS

Link directo al sitio donde originalmente se puso al aire el video.

1.7.10. URL DE PRESENTACIÓN DE SITIO WEB

Link directo al sitio donde se aloja el website.

1.7.11. AUDIO

Archivo de audio en .mp3 con la publicidad de audio original, tal como fue puesta al aire. En el caso de ser una cuña, se requiere incluir el script.

1.7.12. TEXTO EXPLICATIVO

Documento en PDF que explica el caso -especialmente en categorías de Business & it's Innovations- y puede incluir gráficos, diagramas, clippings de prensa, screenshots, etc.



1.7.13. CONTENIDO DE LAS PIEZAS

No podrá presentarse ninguna creación cuyo mensaje/contenido haya sido declarado ilícito por los tribunales u organismos de autorregulación publicitaria, mediante sentencia o resolución firme. En el caso de que dicha declaración firme de ilicitud lo sea con posterioridad a la premiación de esta, Lux Awards procederá a la retirada del premio concedido, fuera cual fuera el tiempo transcurrido.

Lux Awards no aceptará la inscripción de aquellas creaciones que inciten a la violencia o sugieran comportamientos ilegales. Tampoco aquellas cuyo contenido sugiera circunstancias de discriminación, ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, sexo u orientación sexual, o que atenten contra la dignidad de la persona.

La decisión de no inscripción de una determinada creación en el Festival -por las razones y motivos expuestos anteriormente- se hará con base única y exclusivamente en la opinión de la organización de Lux Awards. Su decisión será comunicada a quien solicite la inscripción y en ningún caso la decisión de no inscribir una determinada creación -por las razones y motivos expuestos- podrá dar lugar a responsabilidad alguna para la organización de Lux Awards.

1.8. PROCESO DE JUZGAMIENTO

La organización se reserva, en cualquier momento, una vez cerrado el proceso de recepción de inscripciones, el derecho a verificar a través de cualquier medio que considere apropiado, que la misma cumpla con los requisitos y condiciones que en el presente reglamento se contemplan.

En el caso de necesitar ampliar la información y/o soporte de una inscripción, la organización la solicitará por medio de un correo electrónico a la empresa y persona inscriptora, hasta máximo el viernes 10 de septiembre de 2021. La empresa inscriptora tendrá un máximo de 2 días laborables (contados a partir del envío de la comunicación) para presentar y enviar al mismo correo electrónico de la organización, la información solicitada (o una que la sustituya completa y legítimamente) y que demuestre la validez, veracidad y correcta elegibilidad de esa inscripción.

La organización, junto a los materiales presentados, pondrá al alcance la información y soporte adicional presentados por la empresa, a los jurados al momento del juzgamiento.

La concesión de los premios por el jurado se llevará a cabo partiendo de un máximo de exigencia en relación con la veracidad y la correcta inscripción, de acuerdo con los criterios indicados previamente para cada categoría.

La decisión de los jurados con respecto a la concesión de los premios será definitiva e irrevocable.



Una vez realizada la primera ronda de votación, será el presidente de jurado quien decida el puntaje de referencia para seleccionar a los shortlists.

Una vez que los shortlists por puntajes estén definidos, el jurado podrá solicitar subir a la lista de finalistas, alguna de las inscripciones que consideren lo amerite. Esta solicitud se deberá poner en discusión abierta entre todos quienes confirman el jurado y deberá ser unánime y tener la aprobación definitiva del presidente del jurado.

Para elegir a los ganadores de metales, el jurado realizará una segunda ronda de discusión teniendo en cuenta todos los shortlists de cada categoría y donde se asignarán los ganadores de los Grand Prix, los Oro, Plata o Bronce. Se asignarán los metales entre los shortlists, que a decisión de jurado en pleno lo merezcan, pudiendo dejar sin asignación de premios secciones, categorías y/o subcategorías.

El listado final, se entregará firmado por el jurado y su presidente y será publicado en las redes sociales de Lux Awards el 26 de octubre del 2021.

1.9. DERECHOS DE LA ORGANIZACIÓN

La Organización se reserva el derecho de modificar las bases del Festival durante el transcurso de Lux Awards para beneficio de este y sus inscriptores.

La Organización se reserva el derecho de retirar de Lux Awards a todo material defectuoso o que no presente las debidas condiciones descritas en este Reglamento. La Organización cuidará del cumplimiento riguroso de dichos requisitos.

1.10. PERMISOS DE DIFUSIÓN

La Organización se reserva el derecho de modificar las bases del Festival Los participantes galardonados tendrán derecho a realizar publicidad de los shortlists y premios obtenidos en Lux Awards.

El material y la documentación participante pasará a formar parte del archivo de Lux Awards.

Los participantes autorizan la exhibición en público, privado o vía online de las piezas inscritas, así como su edición, distribución y venta como recopilación del contenido de Lux Awards.

De igual forma, autorizan la difusión del detalle de cada una de las inscripciones registradas, a partir del momento de su aprobación final en la plataforma.

QUEJAS, RECLAMOS, PENALIZACIONES Y DEVOLUCIONES

1.11. QUEJAS Y RECLAMOS

La oficina de reclamaciones de Lux Awards tendrá como función prioritaria atender a las quejas o reclamaciones que pudieran presentarse en relación con el material participante, recopilando la mayor información posible.

Se definirá un Comité para este fin, que estará integrado por un total de cinco personas ajenas a las involucradas en el caso, figurando entre ellas a un asesor jurídico, el supervisor, la directora general del Festival y el presidente de jurado.

Las quejas o reclamaciones sobre determinada inscripción podrán ser realizadas si cumplen con lo siguiente:

1. Clara identificación de la pieza o campaña objeto de la queja o reclamación, así como las razones detrás de la objeción.
2. Presentación de la queja o reclamación firmada por una persona natural con nombre, apellido y número de cédula de identidad, o por el representante de una empresa, indicando su nombre, apellido, cargo y la razón social de la compañía.
3. Incumplimiento de lo dispuesto en el presente Reglamento.

En caso de que las quejas o reclamaciones presentadas no pasen los filtros necesarios, se procederá a notificar a quienes la realizaron, detallando las razones de su no aceptación.

Por el contrario, si llegan a comprobarse con evidencias contundentes, procederán a ser penalizadas públicamente por parte de la Organización.

Las quejas o reclamaciones sobre una inscripción registrada y aprobada en la plataforma <https://luxawards.awardsplatform.com> que sea finalista (integrante de shortlist) o merecedora de premio, se deberán realizar por correo electrónico a supervision@luxawards.la con acuse de recibo. El periodo para presentarlas será desde el 7 de octubre hasta el 18 de octubre de 2021, a las 15h00.

1.12. PENALIZACIONES

Penalización A

De comprobarse uno o varios errores, inconsistencias en la inscripción y/o incumplimiento de algún requisito previamente señalado en este Entry Kit, el Festival procederá a la anulación de la declaración de finalista o del premio, eliminando el respectivo puntaje del cuadro final y retirando el trofeo entregado durante la Ceremonia de Premiación.

Si dicho recuento cambia los resultados finales de algún Special Award entregado por la sumatoria de puntos, el Festival realizará un anuncio público para dar el premio a su real y nuevo merecedor.

Penalización B

Si se comprueba que la empresa inscriptora infringió deliberadamente el reglamento y cometió un fraude, el Festival anulará la declaración de finalista o del premio; y la penalizará con la revocación de todos los puntos recibidos durante esa edición del Festival, así como de los trofeos.

Además, se prohibirá la participación de quienes figuren como profesionales responsables de la (s) inscripción (es) y su contenido, así como de la empresa a la que pertenecen al momento de la inscripción; durante el número de ediciones futuras que el Comité estime oportuno. Ese tiempo se definirá de acuerdo con la gravedad del fraude en mención, siendo como mínimo y automático la siguiente edición del Festival.

Una vez eliminados todos los puntajes otorgados al inscriptor en mención, la Organización realizará un recuento, que de cambiar los resultados finales de algún Special Award entregado por la sumatoria de puntos, el Festival realizará un anuncio público para dar el premio a su real y nuevo merecedor.

Las penalizaciones tendrán una fecha máxima de implementación y difusión de hasta cinco días después del cierre de quejas y reclamaciones, mientras que la nueva ceremonia se realizará hasta máximo 15 días posteriores.

1.13. DEVOLUCIONES

Las compañías participantes pueden notificar a Lux Awards su deseo de retirar inscripciones por correo electrónico a supervision@luxawards.la con acuse de recibo hasta el 13 de septiembre del 2021 a las 12h00.

Lux Awards se reserva el derecho de omitir cualquier otra forma de notificación del deseo de la compañía participante de retirar sus inscripciones.

Las compañías participantes pueden, antes del 3 de septiembre, que es el cierre de inscripciones y sin cargos adicionales, cambiar de categoría a una pieza previamente inscrita.

En el caso de que alguna de las inscripciones sea anulada por el Festival por falta de cumplimiento al reglamento, el valor de la inscripción no será devuelto al inscriptor.

2. CATEGORÍAS

No se admitirá que dos empresas distintas (ya sean marcas, agencias o productoras) presenten por separado la misma inscripción en una misma subcategoría. Pero si pueden inscribirlas en categorías y subcategorías distintas, de acuerdo con su especialidad y de acuerdo con el trabajo que cada una realizó.

En el caso de que dos empresas participen en la misma inscripción, y resultasen ganadoras, se otorgará el premio y la puntuación de acuerdo con la categoría y siempre a todos por igual.

Lux Awards se reserva el derecho, bien por iniciativa propia o por instancias del jurado, de realizar cambios de categoría en aquellas inscripciones de material que crea conveniente.

En el caso de que una de las categorías no contenga un número mínimo de inscripciones, Lux Awards podrá agruparla en otra de las categorías.

Se entiende por inscripciones For Good a aquellos trabajos creados en beneficio de alguna causa social. Pueden ser firmadas por organizaciones sin fines de lucro, no gubernamentales, o inclusive por una marca comercial. Incluyen piezas o campañas con fines de recaudación de fondos o que tengan como objetivo llevar un mensaje de sensibilización y bien público, como la igualdad, la protección de los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente y/o la vida saludable.

3. NEGOCIOS Y SUS INNOVACIONES

3.1. lux small business idea

Lux Small Business Idea celebra la creación de pequeños negocios con diferenciación y que trae resultados comerciales comprobables.

Las inscripciones deberán evidenciar la idea única e innovadora del pequeño negocio, y constatar los resultados e impacto del mismo. Además de poder demostrar el potencial de sostenibilidad y/o crecimiento que posee.

El criterio para definir un Small Business dentro de este Festival es el siguiente:

- Apertura de negocio menor a los 4 años
- Inversión inicial no deberá superar a los \$100,000.00
- Negocios formales constituidos por personas naturales

3.1.1. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Idea (40%)

Ejecución (30%)

Impacto y resultados (30%)

3.1.2. CONSEJOS

- Asegúrate de que la idea del negocio sea clara y su ejecución responda a ella.
- Contar una historia está bien, pero es mejor que vayas directo al punto: responde cada pregunta de manera clara (incluye datos, gráficos y todos los recursos que necesites para explicar tu idea, mostrar su ejecución y exhibir sus resultados y potencial)
- Si tu texto explicativo empieza a enfocarse demasiado en un producto o servicio específico, considera inscribir tu caso en otra categoría como Product Innovation o Service Innovation.

3.1.3. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo
- Texto redactado en español, que debe colocarse dentro de la plataforma de inscripción, que responda las siguientes preguntas:
 - ¿Cuál es la idea de negocio? ¿Qué la hace única?
 - ¿Cuál fue la necesidad que generó la idea de negocio?
 - Detalla tu propuesta de valor y su ejecución
 - ¿Cuáles han sido los resultados obtenidos hasta ahora? (Pueden ser resultados de ventas, rentabilidad, reputación, o cualquier otra forma de generar valor para los propietarios de este)
 - Describe el potencial de sostenibilidad y/o crecimiento del negocio.

3.1.4. MATERIALES OPCIONALES

- Video caso (muy recomendable)
- Imágenes de apoyo (recomendado)
- URL de sitio web

3.2.



lux big business idea

Lux Big Business Idea celebra la creación de grandes negocios con diferenciación y que trae resultados comerciales comprobables.

Las inscripciones deberán evidenciar la idea única e innovadora del negocio, y constatar los resultados e impacto del mismo. Además de poder demostrar el potencial de sostenibilidad y/o crecimiento que posee.

El criterio para definir un Small Business dentro de este Festival es el siguiente:

- Apertura de negocio menor a los 4 años
- Negocios formales cuya inversión inicial superó los \$100,000.00.

3.2.1. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Idea (40%)

Ejecución (30%)

Impacto y resultados (30%)

3.2.2. CONSEJOS

- Asegúrate de que la idea del negocio sea clara y su ejecución responda a ella.
- Contar una historia está bien, pero es mejor que vayas directo al punto: responde cada pregunta de manera clara (incluye datos, gráficos y todos los recursos que necesites para explicar tu idea, mostrar su ejecución y exhibir sus resultados y potencial)
- Si tu texto explicativo empieza a enfocarse demasiado en un producto o servicio específico, considera inscribir tu caso en otra categoría como Product Innovation o Service Innovation.

3.2.3. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo
- Texto redactado en español, que debe colocarse dentro de la plataforma de inscripción, que responda las siguientes preguntas:
 - ¿Cuál es la idea de negocio? ¿Qué la hace única?
 - ¿Cuál fue la necesidad que generó la idea de negocio?
 - Detalla tu propuesta de valor y su ejecución
 - ¿Cuáles han sido los resultados obtenidos hasta ahora? (Pueden ser resultados de ventas, rentabilidad, reputación, o cualquier otra forma de generar valor para los propietarios de este)
 - Describe el potencial de sostenibilidad y/o crecimiento del negocio.

3.2.4. MATERIALES OPCIONALES

- Video caso (muy recomendable)
- Imágenes de apoyo (recomendado)
- URL de sitio web



business digital transformation

Lux Business Digital Transformation celebra los negocios que han tenido evoluciones significativas basándose en la implementación de las nuevas tecnologías digitales.

Estas inscripciones deben demostrar la transformación de un negocio en su estrategia comercial, o en sus operaciones, o en la interacción con sus clientes o hasta en la estructura de toda la organización.

3.3.1. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

- Estrategia de transformación (40%)
- Ejecución (30%)
- Impacto y resultados (30%)

3.3.2. CONSEJOS

- Asegúrate de que la idea de la transformación cultural sea clara y su ejecución responda a ella.
- Responde cada pregunta de manera clara (incluye datos, gráficos y todos los recursos que necesites para explicar la transformación, mostrar su implementación y exhibir sus resultados).

3.3.3. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo
- Texto redactado en español, que debe colocarse dentro de la plataforma de inscripción, que responda las siguientes preguntas:
 - ¿Cuál es la estrategia de transformación digital? ¿Qué la hace relevante para sus stakeholders?
 - Detalle el tipo y uso de la tecnología que incorporó a su negocio.
 - ¿Cuál ha sido el impacto y los resultados logrados en beneficio de sus stakeholders hasta ahora? (Pueden ser resultados de servicio, ventas, rentabilidad, reputación, o cualquier otra forma de generar valor extraordinario)

3.3.4. MATERIALES OPCIONALES

- Video caso (muy recomendable)
- Imágenes de apoyo (recomendado)
- URL (si aplica)

3.4.



corporate transformation

Lux Corporate Transformation celebra los procesos de transformación cultural de las empresas alrededor de su propósito organizacional. Las inscripciones deberán evidenciar las iniciativas que generaron cambios positivos humanos para sus stakeholders.

3.4.1. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

- Estrategia de transformación (40%)
- Ejecución (30%)
- Impacto y resultados (30%)

3.4.2. CONSEJOS

- Asegúrate de que la idea de la transformación cultural sea clara y su ejecución responda a ella.
- Responde cada pregunta de manera clara (incluye datos, gráficos y todos los recursos que necesites para explicar la transformación, mostrar su implementación y exhibir sus resultados).

3.4.3. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo
- Texto redactado en español, que debe colocarse dentro de la plataforma de inscripción, que responda las siguientes preguntas:
 - ¿Cuál es la estrategia de transformación digital? ¿Qué la hace relevante para sus stakeholders?
 - Detalle el tipo y uso de la tecnología que incorporó a su negocio. ¿Cuál ha sido el impacto y los resultados logrados en beneficio de sus stakeholders hasta ahora? (Pueden ser resultados de servicio, ventas, rentabilidad, reputación, o cualquier otra forma de generar valor extraordinario)

3.4.4. MATERIALES OPCIONALES

- Video caso (muy recomendable)
- Imágenes de apoyo (recomendado)

3.5. product innovation

Lux Product Innovation celebra la creación de un nuevo producto, o la inclusión de nuevos componentes, materiales o funciones deseables en un producto existente.

Las inscripciones deberán demostrar que esta innovación generó valor para las personas y tuvo resultados de negocio medibles. Las ideas/conceptos previos a su desarrollo y ejecución no son elegibles.

3.5.1. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Idea (40%)

Ejecución (30%)

Impacto y resultados (30%)

3.5.2. CONSEJOS

- Es importante que el jurado entienda rápidamente si se trata de un nuevo producto o mejoras sobre uno existente.
- Incluye todo el material gráfico (dibujos a escala, fotos de uso, renders, etc.)que necesites para explicar por qué tu producto es innovador.
- En caso de que tu producto sea de consumo masivo, puedes enviar muestras a nuestras oficinas.

3.5.3. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo
- Imágenes de apoyo
- Texto redactado en español, que debe colocarse dentro de la plataforma de inscripción, que responda las siguientes preguntas:
 - ¿Cuál fue la necesidad que impulsó el desarrollo del producto?
 - ¿Qué novedad o mejora tiene el producto dentro de su categoría?
 - Detalla la propuesta de tu producto y su ejecución
 - Describe cómo mejora la funcionalidad, desempeño, sostenibilidad o productividad, entre otros.
 - ¿Cómo genera valor para las personas esta innovación?
 - ¿Cuáles han sido los resultados obtenidos hasta ahora?

3.5.4. MATERIALES OPCIONALES

- Video caso (recomendable)
- Dibujo a escala

3.6.



**service
innovation**

Lux Service Innovation celebra la creación de un nuevo servicio, o la inclusión de nuevos componentes, características o funciones deseables en un servicio existente.

Las inscripciones deberán demostrar que esta innovación generó valor para las personas y tuvo resultados de negocio medibles. Las ideas/conceptos previos a su desarrollo y ejecución no son elegibles.

3.6.1. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Idea (30%)

Ejecución (30%)

Impacto y resultados (40%)

3.6.2. CONSEJOS

- Describe tu servicio con la mayor cantidad posible de detalles.
- Contextualiza tu idea y explica cualquier factor cultural que influya en tus decisiones. Recuerda que el jurado es internacional y puede que no conozca ciertas cosas que para ti son obvias.

3.6.3. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo
- Imágenes de apoyo
- Texto redactado en español, que debe colocarse dentro de la plataforma de inscripción, que responda las siguientes preguntas:
 - ¿Cuál fue la necesidad que impulsó el desarrollo del servicio?
 - ¿Qué novedad o mejora tiene el producto dentro de su categoría?
 - Detalla la propuesta de tu servicio y su ejecución
 - Describe cómo mejora la agilidad, experiencia, accesibilidad, entre otros, gracias a tu innovación.
 - ¿Cómo genera valor para las personas esta innovación?
 - ¿Cuáles han sido los resultados obtenidos hasta ahora?

3.6.4. MATERIALES OPCIONALES

- Video caso (recomendable)
- Acceso para poder evidenciar la innovación del servicio (recomendable)
- URL

3.7. social innovation

Lux Social Innovation reconoce la aplicación de enfoques novedosos, prácticos, sostenibles y de mercado que logran grandes cambios sociales o medioambientales positivos con énfasis en las poblaciones más necesitadas.

Las inscripciones tendrán que demostrar la resolución real de algún problema social, asegurando la autosuficiencia, apelando a la orientación a resultados en la estrategia financiera, y considerando alternativas de escalabilidad y replicabilidad.

3.7.1. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

- Idea (30%)
- Ejecución (30%)
- Impacto y resultados (40%)

3.7.2. CONSEJOS

- Recuerda que el término «social» engloba los retos medioambientales, éticos o económicos, o todas las dimensiones.
- El protagonista real de esta categoría no es la idea ni la ejecución, sino sus resultados e impacto. No olvides mencionar esos aspectos en tu inscripción.
- Ten en cuenta que el proyecto no debe acabar en la ejecución y resultados logrados, sino que además debes proponer cómo podría escalar e incluso replicarse en otras partes del país o del mundo.

3.7.3. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo
- Imágenes de apoyo
- Texto redactado en español, que debe colocarse dentro de la plataforma de inscripción, que responda las siguientes preguntas:
 - ¿Cuál fue la necesidad que impulsó el desarrollo del proyecto?
 - Detalla la propuesta de tu proyecto y su ejecución
 - Describe cómo mejora la situación de la comunidad gracias a tu innovación.
 - ¿Cómo genera valor para las personas esta innovación?
 - ¿Cuáles han sido los resultados obtenidos hasta ahora?
 - ¿Qué alternativas de escalabilidad y replicabilidad has considerado para tu proyecto?

3.7.4. MATERIALES OPCIONALES

- Video caso (recomendable)
- URL

4. COMUNICACIONES Y SUS ESTRATEGIAS

La siguiente sección celebra los mecanismos de comunicación que cambian la forma en que experimentamos e interactuamos con el mundo. Las inscripciones tendrán que demostrar ideas excepcionales, ejecutadas de una manera extraordinaria y que tengan excelentes resultados.



**lux smart
strategy**

Lux Smart Strategy reconoce al extraordinario trabajo de planificación estratégica detrás de la comunicación de las empresas y sus marcas.

Las inscripciones tendrán que demostrar una estrategia inteligente, audaz y consistente con los objetivos de empresa y/o marca.

4.1.1. SUBCATEGORÍAS

4.1.1.1 PRODUCT BRANDS

Estrategias creadas para productos nacionales o internacionales del mercadeo ecuatoriano de: alimentos y bebidas, salud, belleza y moda, marcas premium y de lujo, ropa, zapatos y accesorios, productos del hogar, electrodomésticos y muebles, electrónicos y automóviles, entre otros.

4.1.1.2. SERVICE BRANDS

Estrategias creadas para servicios nacionales e internacionales del mercadeo ecuatoriano de: e-commerce y retail, comunicaciones y servicios públicos, transporte, turismo y entretenimiento, bares, restaurantes y cafeterías, medios, servicios financieros, servicios móviles y online, entre otros.

4.1.1.3. CORPORATE BRANDS

Estrategias creadas para impulsar marcas corporativas (empresas, no productos y no servicios)y/o grupos económicos.

4.1.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

- Estrategia (60%)
- Ejecución (20%)
- Resultados (20%)

4.1.3. CONSEJOS

Para ganar Oro debes presentar una estrategia que además de destacarse, haya sido clave para el éxito de la comunicación.

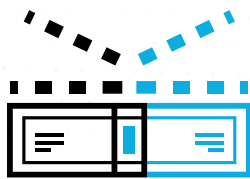
4.1.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo
- Imágenes de apoyo
- Texto redactado en español, que debe colocarse dentro de la plataforma de inscripción, que responda las siguientes preguntas:
 - ¿Cuál es el insight y el punto de partida?
 - ¿Cuál es la estrategia central y sus componentes principales ?
 - ¿Por qué fue clave para el éxito de la campaña y porque es audaz ?
 - ¿Cuáles han sido los resultados obtenidos hasta ahora? (Pueden ser resultados de ventas, rentabilidad, reputación, o cualquier otra forma de generar valor para el negocio)

4.1.5. MATERIALES OPCIONALES

- Video caso (recomendado)

4.2.



lux video

Lux Video celebra la creatividad de imágenes en movimiento. Las inscripciones tendrán que demostrar una idea magnífica, un storytelling de marca brillante, previsto para una pantalla. Es decir, contenidos filmados y/o creados digitalmente para la televisión, el cine, para pantallas móviles y para experiencias de marca on y offline.

Cada ejecución de video constituye una inscripción individual.

4.2.1. SUBCATEGORÍAS

4.2.1.1 PRODUCT BRANDS

Videos realizados para productos nacionales o internacionales de: alimentos y bebidas, salud, belleza y moda, marcas premium y de lujo, ropa, zapatos y accesorios, productos del hogar, electrodomésticos y muebles, electrónicos y automóviles, entre otros.

4.2.1.2. SERVICES

Videos realizados para servicios nacionales e internacionales de: e-commerce y retail, comunicaciones y servicios públicos, transporte, turismo y entretenimiento, bares, restaurantes y cafeterías, medios, servicios financieros, servicios móviles y online, entre otros.

4.2.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Los criterios considerados durante el juzgamiento serán predominantemente la idea y ejecución.

4.2.3. CONSEJOS

- Recuerda que en esta categoría se juzga el resultado final - el video - y no el proceso de creación. Si sientes que este es muy relevante para tu idea, considera la posibilidad de inscribir tu pieza en Video Craft.
- Para ganar Oro debes presentar una idea brillantemente creativa, ejecutada de una manera extraordinaria. Ambos aspectos son igual de importantes.

4.2.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Video
- Awards Show Film

4.2.5. MATERIALES OPCIONALES

- URL del video
- Demo Film

4.3.



lux print

Lux Print celebra la creatividad en circulación impresa. Las inscripciones tendrán que demostrar ideas extraordinarias que se sobresalgan. Es decir, trabajos que exhiben ingenio y artesanía sobresaliente en publicaciones offline.

Cada ejecución de Print constituye una inscripción individual.

4.3.1. SUBCATEGORÍAS

4.3.1.1 PRODUCT BRANDS

Avisos realizados para productos nacionales o internacionales de: alimentos y bebidas, salud, belleza y moda, marcas premium y de lujo, ropa, zapatos y accesorios, productos del hogar, electrodomésticos y muebles, electrónicos y automóviles, entre otros.

4.3.1.2. SERVICES

Avisos realizados para servicios nacionales e internacionales de: e-commerce y retail, comunicaciones y servicios públicos, transporte, turismo y entretenimiento, bares, restaurantes y cafeterías, medios, servicios financieros, servicios móviles y online, entre otros.

4.3.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Los criterios considerados durante el juzgamiento serán predominantemente la idea y ejecución.

4.3.3. CONSEJOS

- Todas las piezas deben presentarlas con el copy original en español.
- Asegúrate de que tus ideas sean originales y relevantes; simples en el pensamiento y desarrolladas con un arte fantástico.

4.3.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Avisos originales en español

4.4. lux audio

Lux Audio celebra la creatividad auditiva. Las inscripciones tendrán que demostrar ideas que comunican un mensaje de marca a través de la excelencia de audio, la innovación sonora o un storytelling superior usando solo sonidos.

4.4.1. SUBCATEGORÍAS

4.4.1.1 PRODUCT BRANDS

Audios y/o cuñas realizados para productos nacionales o internacionales de: alimentos y bebidas, salud, belleza y moda, marcas premium y de lujo, ropa, zapatos y accesorios, productos del hogar, electrodomésticos y muebles, electrónicos y automóviles, entre otros.

4.4.1.2. SERVICES

Audios y/o cuñas realizados para servicios nacionales e internacionales de: e-commerce y retail, comunicaciones y servicios públicos, transporte, turismo y entretenimiento, bares, restaurantes y cafeterías, medios, servicios financieros, servicios móviles y online, entre otros.

4.4.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Los criterios considerados durante el juzgamiento serán predominantemente la idea y ejecución.

4.4.3. CONSEJOS

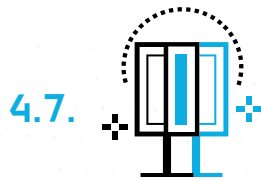
- Asegúrate de que tu pieza capta la atención en los primeros 4 o 5 segundos. Si el jurado debe forzarse para escucharla completa, seguramente no ganará.
- Es posible que el jurado no entienda la cultura local o el contexto, no olvides explicarlo en el material de soporte.

4.4.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Mp3 con audio en español

4.4.5. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Contenido de soporte
- URL



4.7.

lux outdoor

Lux Outdoor celebra la creatividad experimentada en medios exteriores. Las inscripciones tendrán que demostrar ideas que aprovechan ingeniosamente los espacios públicos para transmitir un mensaje o sumergir a las personas en una experiencia de marca.

4.7.1. SUBCATEGORÍAS

4.7.1.1. PRODUCTS

Campañas realizadas para productos nacionales o internacionales de: alimentos y bebidas, salud, belleza y moda, marcas premium y de lujo, ropa, zapatos y accesorios, productos del hogar, electrodomésticos y muebles, electrónicos y automóviles, entre otros.

4.7.1.2. SERVICES

Campañas realizadas para servicios nacionales e internacionales de: e-commerce y retail, comunicaciones y servicios públicos, transporte, turismo y entretenimiento, bares, restaurantes y cafeterías, medios, servicios financieros, servicios móviles y online, entre otros.

4.7.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Los criterios considerados durante el juzgamiento serán predominantemente la idea y ejecución.

4.7.3. CONSEJOS

- No te excedas explicando la idea. Ve directo al punto y proporciona suficiente contexto y permite que la idea se venda por sí misma.
- Si tu idea fue muy popular localmente, menciónalo. Nunca des por sentado que los jurados internacionales lo saben.
- Asegúrate de explicar o demostrar que tu entrada es una pieza o activación de outdoor.

4.7.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo

4.7.5. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Video caso (muy recomendable)
- Fotografías reales de apoyo

4.8. lux cyber & mobile

Lux Cyber & Mobile celebra la creatividad maravillosamente expresada en digital. Las inscripciones ingresadas deberán explotar el formato digital para realzar el mensaje de una marca y necesitarán demostrar una magnífica estrategia y resultados sólidos. Esto puede incluir -pero no se limita a- el uso innovador de plataformas, dispositivos móviles y tecnologías digitales.

4.8.1. SUBCATEGORÍAS

4.8.1.1 WEB PLATFORMS & E-COMMERCE

El jurado evaluará la creatividad y usabilidad en el diseño de: páginas web para marcas, productos o servicios; micrositios desarrollados para campañas específicas y aplicaciones web para brindar servicios o mejorar la experiencia con los usuarios.

4.8.1.2. ONLINE VIDEO

El jurado considerará el contexto en línea y la estrategia de segmentación de la audiencia. La concepción y ejecución de los videos inscritos en esta subcategoría deben ser exclusivamente para entornos digitales.

4.8.1.3. GAMES

El jurado evaluará la experiencia generada a través de juegos interactivos aplicados a cualquier uso digital.

4.8.1.4. APPS

El jurado considerará el aporte de la aplicación a la marca al igual que su performance, sin importar al dispositivo al que aplique.

4.8.1.5. SOCIAL MEDIA

El jurado calificará los niveles de engagement, alcance, entre otros objetivos de métricas digitales, además del uso creativo de las redes sociales en el cumplimiento de los mismos. Se tomará en cuenta la consideración del comportamiento social del target.

4.8.1.6. RICH MEDIA & DISPLAY ADS

El jurado determinará la innovación en anuncios interactivos con conceptos nuevos, frescos, inteligentes y llamativos, que incluyan el uso de video, audio u otros elementos.

4.8.1.7. CAMPAIGN

El jurado evaluará el uso integrado de múltiples plataformas, así como la inclusión de ejecuciones offline o en dispositivos móviles, siempre y cuando estas sirvan para dirigir o amplificar la experiencia online de la campaña.

4.8.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Idea (40%)
Ejecución (30%)
Resultados (30%)

4.8.3. CONSEJOS

- No exageres las cosas: mantén la idea, los resultados y la presentación sencilla, clara y sin esfuerzo.
- Cuenta una historia en tu video caso para complementar detalles, no para hacer que la idea parezca más grande de lo que es.

4.8.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo (no necesario en la sub-categoría Online Video)
- URL de contenidos
- Video (obligatorio en la subcategoría Online Video)
- Video caso (obligatorio en la subcategoría Campaign)

4.8.5. MATERIALES OPCIONALES

- Video caso (muy recomendable)

4.9. lux promo & activation

Lux Promo & Activation celebra la creatividad que da vida a las marcas. Las inscripciones tendrán que demostrar ideas que generen interacción, experiencia y conversión; es decir trabajo en el que la participación de las personas en una actividad sirva para promover un producto o servicio.

4.9.1. SUBCATEGORÍAS

4.9.1.1. PRODUCTS

Acciones realizadas para productos nacionales o internacionales de: alimentos y bebidas, salud, belleza y moda, marcas premium y de lujo, ropa, zapatos y accesorios, productos del hogar, electrodomésticos y muebles, electrónicos y automóviles, entre otros.

4.9.1.2. SERVICES

Acciones realizadas para servicios nacionales e internacionales de: e-commerce y retail, comunicaciones y servicios públicos, transporte, turismo y entretenimiento, bares, restaurantes y cafeterías, medios, servicios financieros, servicios móviles y online, entre otros.

4.9.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Estrategia (20%)
Idea (30%)
Ejecución (20%)
Impacto (30%)

4.9.3. CONSEJOS

- ¡Destaca tus resultados!
- Deja clara la estrategia y que sea coherente con el grupo objetivo.

4.9.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo o video caso

4.9.5. MATERIALES OPCIONALES

- Imágenes de apoyo
- URL de contenidos



Lux Direct celebra la creatividad que busca impulsar las respuestas y la creación de relaciones. Las inscripciones tendrán que demostrar la búsqueda de la conexión directa con los clientes, dirigiéndose a un target específico con un call-to-action que produzca resultados mensurables y significativos.

4.10.1. SUBCATEGORÍAS

4.10.1.1. EXPERIENCE

El jurado determinará cómo el diseño de la experiencia aporta valor a la idea, a través de la comprensión del comportamiento del consumidor, y conduce a una respuesta exitosa y medida

4.10.1.2. USE OF TECH

El jurado evaluará cómo la tecnología fue utilizada para llevar el mensaje de la marca directamente al público seleccionado. Esto incluye instalaciones digitales en el punto de venta o vía pública, pantallas interactivas, realidad aumentada, mundos virtuales, impresión 3D y tecnología portátil..

4.10.1.3. CAMPAIGN

El jurado evaluará como varias acciones, por medio de distintos puntos de contacto, aportan a lograr el objetivo deseado.

4.10.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Estrategia (20%)
Idea (30%)
Ejecución (20%)
Resultados (30%)

4.10.3. CONSEJOS

- Sé absolutamente claro. ¿A quién te dirigías, cuál fue el reto, cuál fue la idea, y cuáles fueron los resultados?
- Asegúrate de que tu caso es perfecto para Direct. Este debe generar datos como parte de una relación uno a uno entre el cliente y la empresa.
- La estrategia es importante, pero no olvides que el jurado debe ver lo que el consumidor vio. Muestra el trabajo completo.

4.10.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo o video caso

4.10.5. MATERIALES OPCIONALES

- Imágenes de apoyo
- URL de contenidos

4.11.



lux pr

Lux PR celebra el espectacular trabajo creativo que construye exitosamente confianza y cultiva relaciones creíbles con terceros, utilizando principalmente tácticas o canales de earned-media para influenciar el diálogo público, y para cambiar las percepciones y los comportamientos de manera que protejan y aumenten la reputación y los negocios de una organización o marca.

4.14.1. SUBCATEGORÍAS

4.14.1.1. PRODUCTS

Campañas realizadas para productos nacionales o internacionales de: alimentos y bebidas, salud, belleza y moda, marcas premium y de lujo, ropa, zapatos y accesorios, productos del hogar, electrodomésticos y electrónicos y automóviles, entre otros.

4.11.1.2. SERVICES

Campañas realizadas para servicios nacionales e internacionales de: e-commerce y retail, comunicaciones y servicios públicos, transporte, turismo y entretenimiento, bares, restaurantes y cafeterías, medios, servicios financieros, servicios móviles y online, entre otros.

4.11.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Estrategia (30%)
Idea (20%)
Ejecución (20%)
Resultados (30%)

4.11.3. CONSEJOS

- Asegúrate de que queda claro cómo la idea de PR fue el corazón de la campaña.
- Demuestra cómo generaste conversaciones creíbles, creaste historias convincentes y cambiaste percepciones o comportamientos.
- Presenta resultados de una manera significativa: incluye KPIs, y explica el impacto de tu trabajo de relaciones públicas.

4.11.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Video caso
- Awards show film

4.11.5. MATERIALES OPCIONALES

- Imágenes de apoyo
- URL de contenidos
- Board

4.12. lux new use of media

Lux New Use of Media celebra la innovación en el contexto de la creatividad en medios. Las inscripciones tendrán que demostrar una implementación nueva e inspiradora en el uso o la creación de un medio que genere repercusión.

4.12.1. SUBCATEGORÍAS

4.12.1.1. NEW USE OF MEDIA – ONLINE

El jurado determinará qué tan novedoso es el uso del medio o la creación del nuevo medio en formatos digitales



4.11.1.2. NEW USE OF MEDIA – OFFLINE

El jurado determinará qué tan novedoso es el uso del medio o la creación del nuevo medio en formatos físicos.

4.12.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Idea (40%)

Ejecución (30%)

Impacto y resultados (30%)

4.12.3. CONSEJOS

- Céntrate en los elementos claves para explicar el nuevo uso o creación del medio y no olvides incluir resultados reales.
- No se trata de la astucia de tu storytelling ni de la calidad del video caso, sino más bien de llegar al punto principal de una manera clara y poderosa.

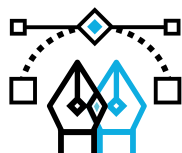
4.12.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Video caso o board
- Awards show video (en el caso de incluir video caso)

4.12.5. MATERIALES OPCIONALES

- Imágenes de apoyo
- URL de contenidos

4.13.



lux design

Lux Design celebra la artesanía visual. Las inscripciones deberán demostrar cómo se ha utilizado un magistral diseño para definir una marca o comunicar su mensaje clave. Es decir, el trabajo en el que una identidad visual única logra hacer que se destaque, y genere reconocimiento y comprensión por parte de las personas.

4.13.1. SUBCATEGORÍAS

4.13.1.1. BRANDING

El jurado considerará el valor estético de las soluciones de identidad desarrolladas a lo largo de múltiples puntos de contacto y plataformas. Esto incluye la experiencia de marca a través del empaquetado, impresión, contenido digital, ambiente, etc.

4.13.1.2. PACKAGING

El jurado determinará la capacidad del packaging para promover, vender o exhibir todo tipo de artículos. Se tomará en cuenta el arte, los materiales utilizados, la identidad visual única construida a través de este elemento, entre otros aspectos.

4.13.1.3. EDITORIAL

El jurado evaluará el uso creativo de tipografías, diseños y composiciones inteligentes en distintos tipos de impresos. Esto incluye revistas, periódicos, brochures, infografías, artículos, libros, afiches, calendarios, invitaciones, tarjetas, entre otros.

4.13.1.4. PRODUCT DESIGN

El jurado considerará la eficiencia del diseño del producto, su conceptualización y ejecución. Los productos que impresionan son aquellos con una solución bien pensada en cada detalle y que ofrecen mejoras a la vida cotidiana con creaciones prácticas y hermosamente diseñadas.

4.13.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Los criterios considerados durante el juzgamiento serán predominantemente la idea/concepto y ejecución.

4.13.3. CONSEJOS

- Los jueces necesitan entender el proyecto rápidamente. Evita las intros largas y las explicaciones innecesarias.
- Es sumamente importante que los aspectos físicos reales del trabajo se destaquen ya sea en el video caso o con imágenes de apoyo.

4.13.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo o video caso

4.13.5. MATERIALES OPCIONALES

- Imágenes de apoyo
- URL de contenidos



4.14.

lux for good

Piezas o campañas realizadas en beneficio de alguna causa social. Pueden ser firmadas por organizaciones sin fines de lucro, Gobierno, Fundaciones, ONGs, o inclusive por una marca comercial. Incluye piezas o campañas con fines de recaudación de fondos o que tengan como objetivo llevar un mensaje de sensibilización y bien público.

La descripción técnica de las siguientes sub-categorías, serán las mismas que las explicadas en la correspondiente categoría de la sección Communications.

4.14.1. SUBCATEGORÍAS

4.14.1.1 VIDEO

4.14.1.2 PRINT

4.14.1.3 AUDIO

4.14.1.4 OUTDOOR

4.14.1.5 CYBER & MOBILE

4.14.1.6 PROMO & ACTIVATION

4.14.1.7 DIRECT

4.14.1.8 PR

4.14.1.9 NEW USE OF MEDIA

4.14.1.10 DESIGN

4.14.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Idea (30%)

Ejecución (30%)

Impacto y resultados (40%)

4.14.3. CONSEJOS

- El protagonista real de esta categoría no es la idea ni la ejecución, sino sus resultados e impacto. No olvides recalcar esos aspectos en tu inscripción.

4.14.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo o video caso

4.14.5. MATERIALES OPCIONALES

- URL con contenido digital



Los espacios creativos arquitectónicos son vitales en el servicio, la experiencia de marca y la comunicación de ellas, por eso reconoceremos la creación arquitectónica y visual de estos magníficos lugares.

4.15.1. SUBCATEGORÍAS

4.15.1.1. SMALL SCALE RETAIL

Todo espacio terminado hasta 300 mt.² que sea tenga algún propósito comercial. Ejemplos: bares, restaurantes, cafés, showrooms, spas, tiendas independientes, etc.

4.15.1.2. LARGE SCALE RETAIL

Todo espacio terminado mayor a 300 mt.² que tenga algún propósito comercial. Ejemplos: hoteles, restaurantes, cafés, showrooms, spas, tiendas independientes, centros comerciales, gimnasios, supermercados, etc.

4.15.1.3. WORKPLACES

Oficinas y espacios corporativos terminados, excepcionalmente conceptualizados y diseñados, que relatan la historia y los valores de la empresa. Oficinas que se convirtieron en el espacio de branding de su negocio.

4.15.1.4. EPHIMERAL SPACES

Desde stands a medida, hasta vitrinas y pop-up stores. Espacios con una vida no mayor a 6 meses, que comunican una cultura de marca y crean un impacto significativo en aquellos que ven e interactúan con estos.

4.15.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Concepto (30%)
Ejecución arquitectónica (40%)
Impacto (30%)

4.15.3. CONSEJOS

- Los jueces necesitan entender el proyecto rápidamente. Evita las intros largas y las explicaciones innecesarias. Es sumamente importante que los aspectos físicos reales del trabajo se destaquen ya sea en el video caso o con imágenes de apoyo.

4.15.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo
- Imágenes de apoyo

4.15.5. MATERIALES OPCIONALES

- Video caso (recomendable)
- Contenido digital de apoyo URL

4.16.



lux action for good

Lux Action for Good celebra las acciones de marcas o empresas con ánimo de lucro, que invierten en desarrollar ideas para mejorar una comunidad o medio ambiente. Las inscripciones deberán evidenciar la iniciativa de responsabilidad empresarial o de marca, la forma cómo fue llevada a cabo y su impacto.

4.16.1. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

- Idea (30%)
- Ejecución (30%)
- Impacto y resultados (40%)

4.16.2. CONSEJOS

- Sé absolutamente claro. ¿Cuál fue la acción for good realizada, cómo fue ejecutada y cuáles fueron los resultados?
- Asegúrate de que tu caso sea perfecto para Action For Good. Este debe enfocarse en la acción de la marca o empresa, que busque hacer del mundo, un mejor lugar.

4.16.3. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Board explicativo o caso

4.13.5. MATERIALES OPCIONALES

- Imágenes de apoyo
- URL de contenidos

5. PRODUCCIÓN

Las siguientes categorías celebran por un lado la artesanía de las ejecuciones excepcionales, que deberán ser demostradas en las inscripciones. Es decir, un trabajo en el que la habilidad técnica y la destreza en la producción eleven una idea o la mejoren dramáticamente por su ejecución.

5.1. 
**lux video
craft**

Lux Film Craft celebra la habilidad técnica y la proeza de producción para elevar una idea en movimiento. Su publicación debió ser en televisión o cualquier otro tipo de pantalla.

5.1.1. SUBCATEGORÍAS

5.1.1.1 EDITING

El jurado reflexionará sobre el rol que la edición ha jugado en el éxito de la ejecución final. Todos los aspectos de la edición del video serán tomados en cuenta: innovación, estilo, ritmo, dinámica visual, dinámica de diálogo, integración de sonido y storytelling en general.

5.1.1.2. VISUAL EFFECTS & POSTPRODUCTION

El jurado evaluará la integración de los elementos visuales capturados por una cámara y los realizados mediante el uso de una computadora.

5.1.1.3. ART DIRECTION

El jurado considerará cómo la narrativa ha sido realizada por la ingeniosa gestión de los componentes visuales. Esto incluye el diseño del set y selección de locaciones, así como el aspecto general, la sensación y la atmósfera lograda en la pieza a través del diseño de la producción/dirección

5.1.1.4. ANIMATION

El talento del artista se evalúa en la creación de personajes, elementos o acciones que proporcionan la sensación de movimiento y se han producido en 2D, 3D, Motion Graphics o Stop Motion.

5.1.1.5. BEST AUDIOVISUAL UNDER 60 SECONDS

El jurado determinará cómo la pieza audiovisual se traduce en la forma en que los elementos de producción (guiones, casting, diseño de sets, diseño sonoro, cinematografía y demás) se han utilizado para hacer increíble esa pieza. Comerciales y películas de contenido de marca de hasta 60 segundos son elegibles en esta categoría.

5.1.1.6. BEST AUDIOVISUAL OVER 60 SECONDS

El jurado determinará cómo la pieza audiovisual se traduce en la forma en que los elementos de producción (guiones, casting, diseño de sets, diseño sonoro, cinematografía y demás) se han utilizado para hacer increíble esa pieza. Comerciales y películas de contenido de marca mayores a 60 segundos son elegibles en esta categoría.

5.1.1.7. ART DIRECTION & CINEMATOGRAPHY

El Jurado evaluará la técnica cinematográfica y construcción de estilo visual, que incluye aspectos como la iluminación, tiros de cámara, las texturas, el diseño de los sets y locaciones, entre otros, que se utilizaron para hacer increíble esa pieza.

5.1.1.8. BEST MUSIC VIDEO

Los videos musicales creados para una canción con fines promocionales o artísticos, destinados a ser transmitidos en cualquier medio pueden ingresarse en esta sección. Los jueces evaluarán aspectos como la dirección, fotografía, dirección de arte y efectos visuales, entre otros.

5.1.1.9. BEST AUDIOVISUAL FOR LIVE EXPERIENCE & EVENTS

Esta subcategoría reconoce las mejores experiencias digitales en vivo en un entorno físico, incluidas tiendas, espacios de exposición, instalaciones de arte y eventos en general.

5.1.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

El criterio considerado durante el juzgamiento será predominantemente la ejecución.

5.1.3. CONSEJOS

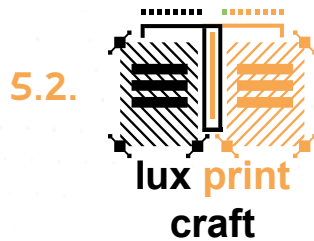
- Asegúrate de que el material que subes ayuda a entender claramente el trabajo realizado. Por ejemplo, en el caso de haber agregado efectos visuales, es importante demostrar cómo lucía la pieza sin ellos.
- Sé inteligente acerca de dónde inscribes - elige la subcategoría de craft en la que tu trabajo realmente sea más fuerte.
- Para ganar tienes que demostrar que una idea excelente fue elevada a nuevas alturas gracias a una ejecución verdaderamente excepcional.

5.1.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Video (.mp4)
- Awards show video

5.1.5. MATERIALES OPCIONALES

- URL del video
- Demo video (muy recomendable)



Lux Print Craft celebra la destreza excepcional en la ejecución de impresos, con el fin de amplificar el mensaje de una marca.

5.2.1. SUBCATEGORÍAS

5.2.1.1. BEST USE OF PHOTOGRAPHY

El jurado evaluará el efecto de la fotografía en la pieza. Se considera todas las elecciones artísticas y técnicas utilizadas que influyan en el resultado final: trabajo de luz y de cámara, estilo, composición, entre otros.

5.2.1. SUBCATEGORÍAS

5.2.1.1. BEST USE OF ART DIRECTION & DIGITAL COMPOSITION

El jurado evaluará el efecto de la fotografía en la pieza. Se considera todas las elecciones artísticas y técnicas utilizadas que influyan en el resultado final: trabajo de luz y de cámara, estilo, composición, entre otros.

5.2.1.. BEST USE OF ILLUSTRATION

El jurado evaluará el arte de la ilustración dentro de la comunicación, el aporte de esta ejecución a la marca y a los mensajes del producto. Esto incluye la aplicación creativa de la ilustración para afiches o editorial, aplicada a packaging, contenido digital, instalaciones, videos, etc.

5.2.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

El criterio considerado durante el juzgamiento será predominantemente la ejecución.

5.2.3. CONSEJOS

- Asegúrate de que las consideraciones estéticas tomadas en el desarrollo de la pieza sean geniales, independientemente de la idea creativa.

5.2.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Avisos
- Video caso o board explicativo

5.2.5. MATERIALES OPCIONALES

- Imágenes de apoyo
- Demo video

5.3.



**lux audio
craft**

Lux Audio Craft celebra el uso excepcional del sonido para mejorar, dramáticamente, una pieza de comunicación.

5.3.1. SUBCATEGORÍAS

5.3.1.1. BEST USE OF AUDIO DESIGN

El jurado determinará el impacto del audio en el éxito de la pieza final. Esto incluye: selección de música con licencia o adaptada, selección de efectos de sonido, casting de locutores, entre otros.

5.3.1.2. BEST USE OF VOICE OVER & COPY

Una pieza donde el guión y su locución se vuelve el centro importante y vital de la pieza, haciéndola extraordinaria.

5.3.1.3. BEST USE OF ORIGINAL MUSIC & JINGLE

El jurado determinará el impacto de las composiciones musicales originales en el éxito de la pieza final.

5.3.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

El criterio considerado durante el juzgamiento será predominantemente la ejecución.

5.3.3. CONSEJOS

- Es posible que el jurado no entienda la cultura local o el contexto. Si alguna de las decisiones de producción se basa en esto, déjalo claro con el material de soporte.

5.3.4. MATERIALES OBLIGATORIOS

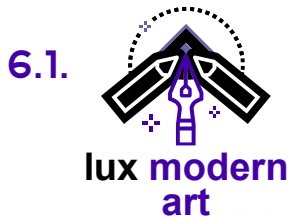
- Pieza comercial o cuña de radio (con audio en español)

5.3.5. MATERIALES OPCIONALES

- Contenido de soporte
- URL

6. ARTE

Las siguientes categorías celebran la habilidad creativa y la imaginación humana expresada en una forma visual contemporánea, logrando obras para ser apreciadas principalmente por su belleza y/o poder de comunicar emociones y posturas.



Lux Modern Art reconoce a aquellos excepcionales artistas ecuatorianos (o extranjeros con residencia permanente en el país) que utilizan técnicas modernas pictóricas, ilustrativas o fotográficas, como expresión artística (sin objetivo publicitario)

6.1.1. SUBCATEGORÍAS

6.1.1.1. OBRA INDIVIDUAL (UNA SOLA PIEZA)

6.1.1.2. COLECCIÓN (ENTRE CINCO Y 10 PIEZAS)

6.1.2. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Concepto de la obra (40%)
Ejecución y técnica (60%)

6.1.3. CONSEJOS

- Los jueces necesitan entender el proyecto rápidamente. Evita las intros largas y las explicaciones innecesarias.
- Es sumamente importante que los aspectos físicos reales del trabajo se destaquen

6.1.4 MATERIALES OBLIGATORIOS

- Nombre de la obra
- Reseña de la obra o colección (explicación del recurso, materiales, técnicas)
- Imágenes de apoyo

6.1.5 MATERIALES OPCIONALES

- Contenido digital de apoyo
- URL

6.2. lux digital NFT

Lux Digital NFT reconoce a aquellos excepcionales artistas ecuatorianos (o extranjeros con residencia permanente en el país) que utilizan NFTs (token no fungible, por sus siglas en inglés) como medio para sus obras digitales. Las inscripciones podrán ser fotografías digitales, video o cualquier tipo de pieza de arte que no exista en el mundo físico.

6.2.1. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

- Los jueces necesitan entender la pieza rápidamente. Evita las intros largas y las explicaciones innecesarias.
- Es sumamente importante que los aspectos del trabajo se destaquen

6.2.2. MATERIALES OBLIGATORIOS

- Nombre de la pieza
- Reseña de la pieza (explicación del recurso, materiales, técnicas)
- Imágenes de apoyo

6.2.3. MATERIALES OPCIONALES

- Contenido digital de apoyo
- URL

7. SPECIAL AWARDS

Las reglas para premios especiales varían según se establece a continuación, por lo cual se recomienda revisar esta información en detalle.

7.1. SPECIAL AWARDS – NOMINATIONS

Los Special Awards – Nominations no requieren de inscripción pagada alguna, son por nominación especial y juzgados -según su categoría- por un jurado de altísimo nivel, quienes revisarán los perfiles, analizarán su relevancia y harán la designación por su evidente mérito.



the catalyst

Profesional referente en creatividad e innovación, cuyos logros han generado que el Ecuador brille internacionalmente en diferentes áreas, que van desde lo empresarial hasta lo artístico.

7.1.1.2. PROCESO DE SELECCIÓN

El Jurado lo conformarán entre diez y quince profesionales locales de vasta experiencia y conocimiento de la industria. Entre ellos, gerentes generales, directores corporativos, directores generales creativos, gerentes de marketing, de innovación, periodistas, líderes de opinión, etc.

7.1.1.3. CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

- Antecedentes (30%)
- Logros (40%)
- Legado (30%)



bravest marketer of the year

Profesional detrás de la marca que indiscutiblemente evidencia toma de riesgos y continua apuesta por la creatividad e innovación.

7.1.2.1. PROCESO DE SELECCIÓN

El Jurado estará compuesto por los mismos miembros de la mesa que eligen The Catalyst.

Lux Awards entregará al Jurado un listado de nominados, cada uno con una breve reseña y justificación de su postulación.

Quien gane no podrá volver a ser nominado hasta dos ediciones posteriores del Festival en el que se hizo acreedor al premio. Ejemplo: si un profesional fue Bravest Marketer of the Year en 2017, podrá ser nominado nuevamente en el 2020. En el caso de que el Marketer sea nominado por el liderazgo de otra marca (por haber cambiado de trabajo o porque maneja una segunda marca) podrá ganar el premio el siguiente año a haber recibido el premio.

Lux Awards entregará al Jurado un listado de nominados, cada uno con información del contexto, consideraciones y respaldos de su nominación.

7.1.2.2 CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Antecedentes (30%)
Logros (40%)
Legado (30%)

7.1.3 ecuadorian talent of the world

Profesionales ecuatorianos talentosos que actualmente trabajan en otros países del mundo y cuyas ideas, innovaciones, proyectos o producciones son creados, implementados y/o exhibidos para o en mercados extranjeros, donde se destacan y son un gran aporte para su equipo de trabajo y a la empresa innovadora y creativa para la cual prestan servicios.

Durante la ceremonia de Lux Awards el 20 de octubre 2022 se homenajeará a 2 Ecuatorian por medio del reconocimiento ECUADORIAN TALENT FOR THE WORLD para darles exposición a ellos y a su excepcional trabajo fuera del país.

7.1.4 people's choice lux love brand of the year (marca con trayectoria)

Este premio reconoce a la marca más amada por la opinión pública ecuatoriana. Los votantes -cualquier persona dentro del territorio ecuatoriano- la elegirán entre todas las que participan en esta edición del Festival (mínimo con una inscripción) teniendo en cuenta a la que mayor empatía les genera.

7.1.4.1 SUBCATEGORÍAS

7.1.4.1.1. LUX LOVE BRAND OF THE YEAR – MARCA CON TRAYECTORIA

Marcas con 5 años o más de lanzamiento

7.1.4.1.2. LUX LOVE BRAND OF THE YEAR – NEW BRAND

Marcas con menos de 5 años de lanzamiento

7.1.4.2. PROCESO DE SELECCIÓN

Esta marca será elegida por el público en general por medio de una encuesta abierta, que aceptará solo una votación por IP.

Las finalistas y las ganadoras serán el resultado de la sumatoria de votos exactos de la encuesta.

Las demás condiciones serán explicadas y publicadas al momento de la encuesta

7.1.4.3. SPECIAL AWARDS – RANKING

Los Special Awards - Ranking – se eligen por medio de la acumulación de puntos por premios dentro de las secciones Business & It's innovations, Communications y Craft, dependiendo del tipo de premio.

7.1.4.4. ESTRUCTURA DE PUNTOS

Se asignará el siguiente número de puntos por cada uno de los premios especificados a continuación:

- 15 puntos por cada Grand Prix
- 10 puntos por cada Oro
- puntos por cada Plata
- puntos por cada Bronce
- 0,5 puntos por cada shortlist (hasta llegar a un máximo de 5 puntos)

7.1.5



creative brand of the year

El premio honrará a la marca que abrace y aliente consistentemente la creatividad y su gran implementación, a través de sus comunicaciones de marca de sus productos. Se seleccionará por el total de puntos en la suma de todos los premios recibidos durante la sección Communications y Craft del Festival. No se sumarán los puntos de los premios en la categoría For Good.

7.1.5.1 CÁLCULO DE PUNTOS

El ganador del premio Creative Brand of the Year será la que obtenga el mayor número de puntos acumulados por shortlist y piezas premiadas de acuerdo con la asignación de puntos arriba indicada.

El total se calcula sumando:

- El total de puntos de los Premios otorgados a la marca.
- El total de puntos de las restantes piezas de la marca preseleccionadas en shortlist. Una vez que una pieza gana un premio, el punto de ese shortlist ya no se cuenta.

Además, en el caso de que la marca o empresa inscriptora, tenga premios por distintas piezas inscritas, acumulará puntos adicionales, establecidos por porcentajes, que irán aumentando en función a si es una pieza ganadora distinta. La pieza 1 será siempre la que más puntaje total haya recibido por esa pieza. Y la pieza 2, la segunda pieza en puntuación. En el caso de que exista un empate de puntaje entre piezas, se escogerá una para ser la pieza 1, y la otra para ser la pieza 2.

Pieza 1 | 100% de la puntuación
 Pieza 2 | 150% de la puntuación
 Pieza 3 | 200% de la puntuación
 Pieza 4 | 250% de la puntuación
 Pieza 5 | 300% de la puntuación

Por ejemplo:

PIEZA 1 (100% DE LOS PUNTOS)		PIEZA 2 (150% DE LOS PUNTOS) 7.5	
1 LUX DE ORO	10	1 LUX DE PLATA	3
1 LUX DE BRONCE	2	1 LUX DE BRONCE	3
2 SHORTLIST	1	2 SHORTLIST	13.5
TOTAL	13	TOTAL	13.5

En este ejemplo, la marca obtiene por su pieza 1, 13 puntos. Por la pieza dos, debió obtener 9 (5 por Plata más 2 de Bronce y más 2 de shortlist) pero dado a que recibe el 150% del puntaje, aumenta a 13.5.

7.1.5.2 EMPATE

En el caso de un empate entre el total de puntos ganados por las marcas, el ganador será determinado según el número y rango de los premios acumulados durante el festival.

Por ejemplo:

MARCA A		MARCA B	
2 LUX DE ORO	20	1 LUX DE ORO	10
1 LUX DE PLATA	5	2 LUX DE PLATA	6
2 SHORTLIST	1	12 SHORTLIST	26
TOTAL	26	TOTAL	26

En este ejemplo, la marca A gana el premio Creative Brand of the Year.

MARCA A		MARCA B	
1 LUX DE ORO	10	1 LUX DE ORO	10
3 LUX DE BRONCE	6	1 LUX DE PLATA	5
2 SHORTLIST	1	4 SHORTLIST	2
TOTAL	17	TOTAL	17

En este ejemplo, la marca B gana el premio Creative Brand of the Year.

7.1.6 innovative brand of the year

El premio honrará a la marca que aliente la creación continua a través de sus innovaciones. Se seleccionará por el total de puntos en la suma de todos los premios recibidos dentro las categorías de Innovación del Festival. No se considerarán los premios de la categoría Social Innovation.

7.1.6.1 CÁLCULO DE PUNTOS

El ganador del premio Innovative Brand of the Year será la que obtenga el mayor número de puntos acumulados por shortlists y piezas premiadas de acuerdo con la asignación de puntos arriba indicada.

El total se calcula sumando:

- El total de puntos de los Premios otorgados a la marca.
- El total de puntos de las restantes innovaciones de la marca preseleccionadas en shortlist. Una vez que una pieza gana un premio, el punto de ese shortlist ya no se cuenta.

Además, en el caso de que la marca o empresa inscriptora, tenga premios por distintas innovaciones, acumulará puntos adicionales, establecidos por porcentajes, que irán aumentando en función a si es una innovación ganadora distinta. La innovación 1 será siempre la que más puntaje total haya recibido por esa innovación. Y la innovación 2, la segunda innovación en puntuación. En el caso de que exista un empate de puntaje entre innovación, se escogerá una para ser la innovación 1, y la otra para ser la innovación 2.

Innovación 1 | 100% de la puntuación
 Innovación 2 | 150% de la puntuación
 Innovación 3 | 200% de la puntuación
 Innovación 4 | 250% de la puntuación
 Innovación 5 | 300% de la puntuación

Por ejemplo:

INNOVACIÓN 1 (100% DE LOS PUNTOS)		INNOVACIÓN 2 (150% DE LOS PUNTOS)	
1 LUX DE ORO	10	1 LUX DE PLATA	7.5
1 LUX DE BRONCE	2	1 LUX DE BRONCE	3
2 SHORTLIST	1	4 SHORTLIST	3
TOTAL	13	TOTAL	13.5

En este ejemplo, la marca obtiene por su Innovación 1, 13 puntos. Por la Innovación 2, debió obtener 9 (5 por Plata más 2 de Bronce y más 2 de shortlist) pero dado a que recibe el 150% del puntaje, aumenta a 13.5.

7.1.6.2 EMPATE

En el caso de un empate entre el total de puntos ganados por las marcas, el ganador será determinado según el número y rango de los premios acumulados durante el festival.

Por ejemplo:

MARCA A		MARCA B	
2 LUX DE ORO	20	1 LUX DE ORO	10
1 LUX DE PLATA	5	1 LUX DE PLATA	10
2 SHORTLIST	1	12 SHORTLIST	6
TOTAL	26	TOTAL	26

En este ejemplo, la marca A gana el premio Innovative Brand of the Year.

MARCA A		MARCA B	
1 LUX DE ORO	10	1 LUX DE ORO	10
3 LUX DE BRONCE	6	1 LUX DE PLATA	5
2 SHORTLIST	1	4 SHORTLIST	2
TOTAL	17	TOTAL	17

En este ejemplo, la marca B gana el premio Innovative Brand of the Year.

7.1.7 agency of the year

Será ganadora la agencia que obtenga el mayor número de puntos de las secciones Communications y Craft. Se sumarán los trabajos ganadores y finalistas inscritos a su nombre, más aquellos trabajos ganadores, inscritos por terceros, donde aparezcan dentro de sus créditos.

Los puntos de las piezas ganadoras y finalistas de la categoría For Good inscritas por organizaciones sin fines de lucro, Gobierno, Fundaciones u ONGs, no serán considerados para este ranking. Los puntos de las piezas ganadoras y finalistas de la categoría For Good inscritas por la empresa privada, serán considerados para este ranking.

Si una pieza está inscrita con una misma empresa como creadora de la idea y como empresa productora, se le sumará los puntos correspondientes una sola vez, dentro del ranking de la actividad principal señalada en la inscripción. En el caso de ser una inscripción donde participan varias agencias, se acreditará el puntaje completo a cada una.

7.1.7.1 CÁLCULO DE PUNTOS

El ganador del premio Agency of the Year será la que obtenga el mayor número de puntos acumulados por shortlist y piezas premiadas de acuerdo con la asignación de puntos arriba indicada.

El total se calcula sumando:

- El total de puntos de los Premios otorgados a la agencia.
- El total de puntos de los shortlists de la agencia.

Una vez que una pieza gana un premio, el punto de ese shortlist ya no se cuenta.

Además, en el caso de que la Agencia tenga premios por distintas piezas inscritas, acumulará puntos adicionales, establecidos por porcentajes, que irán aumentando en función a si es una pieza ganadora distinta. La pieza 1 será siempre la que más puntaje total haya recibido por esa pieza. Y la pieza 2, la segunda pieza en puntuación. En el caso de que exista un empate de puntaje entre piezas, se escogerá una para ser la pieza 1, y la otra para ser la pieza 2.

Pieza 1		100%	de la puntuación
Pieza 2		150%	de la puntuación
Pieza 3		200%	de la puntuación
Pieza 4		250%	de la puntuación
Pieza 5		300%	de la puntuación

Por ejemplo:

PIEZA 1 (100% DE LOS PUNTOS)		PIEZA 2 (150% DE LOS PUNTOS)	
1 LUX DE ORO	10	1 LUX DE PLATA	7.5
1 LUX DE BRONCE	2	1 LUX DE BRONCE	3
2 SHORTLIST	1	4 SHORTLIST	3
	13		13.5

En este ejemplo, la marca obtiene por su pieza 1, 13 puntos. Por la pieza 2, debió obtener 9 (5 por Plata más 2 de Bronce y más 2 de shortlist) pero dado a que recibe el 150% del puntaje, aumenta a 13.5.

7.1.7.2 EMPATE

En el caso de un empate entre el total de puntos ganados por las agencias, el ganador será determinado según el número y rango de los premios acumulados durante el festival.

AGENCIA A		AGENCIA B	
2 LUX DE ORO	20	1 LUX DE ORO	10
1 LUX DE PLATA	5	1 LUX DE PLATA	10
2 SHORTLIST	1	12 SHORTLIST	6
TOTAL	26	TOTAL	26

En este ejemplo, la agencia A gana el premio Agency of the Year.

AGENCIA A		AGENCIA B	
1 LUX DE ORO	10	1 LUX DE ORO	10
3 LUX DE PLATA	6	1 LUX DE PLATA	5
2 SHORTLIST	1	4 SHORTLIST	2
TOTAL	17	TOTAL	17

En este ejemplo, la agencia B gana el premio Agency of the Year.

7.1.8 production company of the year

Se otorga a aquella Productora que haya obtenido el mayor número de puntos. Se les sumarán los trabajos de la sección Craft ganadores inscritos a su nombre; más aquellos ganadores en las categorías Film, Print y Audio de la sección Communications; inscritos por terceros, donde aparezcan como Productoras dentro de sus créditos.

Si una pieza está inscrita con una misma empresa como creadora de la idea y como empresa productora, se le sumará los puntos correspondientes una sola vez, dentro del ranking de la actividad principal señalada en la inscripción. En el caso de ser una inscripción donde participan varias productoras se acreditará el puntaje completo a cada una.

7.1.8.1 CÁLCULO DE PUNTOS

El ganador del premio Production Company of the Year será la empresa que obtenga el mayor número de puntos acumulados por shortlist y piezas premiadas de acuerdo con la asignación de puntos arriba indicada.

El total se calcula sumando:

- El total de puntos de los Premios otorgados a las empresas
- El total de puntos de las piezas preseleccionadas en shortlist.

Una vez que una pieza gana un premio, el punto de ese shortlist ya no se cuenta.

Además, en el caso de que la Productora, tenga premios por distintas piezas inscritas, acumulará puntos adicionales, establecidos por porcentajes, que irán aumentando en función a si es una pieza ganadora distinta. La pieza 1 será siempre la que más puntaje total haya recibido por esa pieza. Y la pieza 2, la segunda pieza en puntuación. En el caso de que exista un empate de puntaje entre piezas, se escogerá una para ser la pieza 1, y la otra para ser la pieza 2.

Pieza 1		100% de la puntuación
Pieza 2		150% de la puntuación
Pieza 3		200% de la puntuación
Pieza 4		250% de la puntuación
Pieza 5		300% de la puntuación

Por ejemplo:

PIEZA 1 (100% DE LOS PUNTOS)		PIEZA 2 (150% DE LOS PUNTOS)	
1 LUX DE ORO	10	1 LUX DE PLATA	7.5
1 LUX DE BRONCE	2	1 LUX DE BRONCE	3
2 SHORTLIST	1	4 SHORTLIST	3
TOTAL	13	TOTAL	13.5

En este ejemplo, la marca obtiene por su pieza 1, 13 puntos. Por la pieza dos, debió obtener 9 (5 por Plata más 2 de Bronce y más 2 de shortlist) pero dado a que recibe el 150% del puntaje, aumenta a 13.5.

7.1.8.2 EMPATE

En el caso de un empate entre el total de puntos ganados por las empresas, el ganador será determinado según el número y rango de los premios acumulados durante el festival.

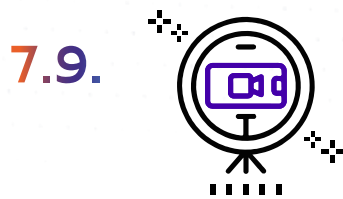
Por ejemplo:

EMPRESA A		EMPRESA B	
2 LUX DE ORO	20	1 LUX DE ORO	10
1 LUX DE PLATA	5	2 LUX DE PLATA	10
2 SHORTLIST	1	12 SHORTLIST	6
TOTAL	26	TOTAL	26

En este ejemplo, la marca A gana el premio Production Company of the Year.

EMPRESA A		EMPRESA B	
1 LUX DE ORO	10	1 LUX DE ORO	10
3 LUX DE BRONCE	6	1 LUX DE PLATA	5
2 SHORTLIST	1	4 SHORTLIST	2
TOTAL	17	TOTAL	17

En este ejemplo, la marca B gana el premio Production Company of the Year.



lux content creators

Lux Content Creators celebra al talento extraordinario de los creadores de contenidos que entretienen, educan o inspiran, además de conectar con sus audiencias y generar ingresos con su pasión. Los nominados deberán evidenciar originalidad y conexión con los intereses de su audiencia en determinada red social.

7.1.9.1 PROCESO DE SELECCIÓN

Lux Awards será encargado de investigar y recibir postulados (por medio de su comunidad) para esta categoría. De acuerdo a los criterios de juzgamiento, realizará una preselección de 10 creadores de contenido que serán los nominados.

Los ganadores de esta sección serán elegidos por el público en general por medio de una encuesta abierta, que aceptará solo una votación por IP.

Los ganadores de bronce, plata y oro de esta sección, serán el resultado de la sumatoria de votos exactos de la encuesta.

7.1.9.2 CRITERIOS DE JUZGAMIENTO

Originalidad (50%)

Conexión con la Audiencia (50%)