

Reglamento Premios Élite – Versión XXIV

Los **Premios Élite a la Creatividad en Marketing y Publicidad** son un concurso anual organizado por el **Programa de Mercadeo y Publicidad de la Universidad de Santander (UDES), sede Bucaramanga**, cuyo propósito es impulsar y visibilizar la importancia del mercadeo y la publicidad en el sector empresarial regional y nacional.

El objetivo del concurso es **reconocer las habilidades creativas y estratégicas de los estudiantes participantes**, brindándoles la oportunidad de trabajar con un cliente en un contexto real. Así mismo, promueve la participación interdisciplinar entre estudiantes de mercadeo, publicidad, diseño, comunicación y áreas afines, con el fin de generar propuestas de calidad que respondan a problemáticas reales.

Categorías y Premiación

Los premios se entregarán a las agencias que, por el desempeño y calidad de sus propuestas, sean reconocidas por los jurados como ganadoras en las diferentes categorías y menciones. Para esta **edición XXIV de los Premios Élite**, la distribución se realizará de la siguiente forma:

Categoría Mundial

La **Categoría Mundial** está dirigida a los estudiantes de pregrado que cursen entre primero y cuarto semestre. Los equipos podrán estar conformados por integrantes de diferentes semestres, siempre que se encuentren dentro de este rango académico.

Distinciones principales

- **Gran Prix de Oro**

Se otorgará a la agencia cuya propuesta sea considerada por el jurado como la más destacada de la categoría.

- Premio: Estatuilla y reconocimiento económico de **\$1.600.000** (Un millón seiscientos mil pesos).

- **Gran Prix de Plata**

Se entregará a la agencia cuya propuesta sea considerada por el jurado como la segunda más destacada de la categoría.

- Premio: Estatuilla y reconocimiento económico de **\$1.000.000** (un millón de pesos).

Menciones especiales

El jurado podrá otorgar hasta tres menciones a propuestas que se distingan en áreas específicas de la comunicación:

- **Mención Élite en Medios ATL**

Reconocimiento a la agencia que demuestre creatividad en el uso de medios tradicionales ATL.

- Premio: Placa de reconocimiento.

- **Mención Élite en Medios BTL**

Reconocimiento a la agencia que demuestre creatividad en el uso de medios BTL.

- Premio: Placa de reconocimiento.

- **Mención Élite en Social Media**

Reconocimiento a la agencia que demuestre creatividad en el uso de redes sociales y plataformas digitales.

- Premio: Placa de reconocimiento.

Categoría Feria

La **Categoría Feria** está dirigida a los estudiantes de pregrado que cursen entre quinto y séptimo semestre. Los equipos podrán estar conformados por integrantes de diferentes semestres, siempre que se encuentren dentro de este rango académico.

Distinciones principales

- **Gran Prix de Oro**

Se otorgará a la agencia cuya propuesta sea considerada por el jurado como la más destacada de la categoría.

- Premio: Estatuilla y reconocimiento económico de **\$1.600.000** (Un millón seiscientos mil pesos).

- **Gran Prix de Plata**

Se entregará a la agencia cuya propuesta sea considerada por el jurado como la segunda más destacada de la categoría.

- Premio: Estatuilla y reconocimiento económico de **\$1.000.000** (un millón de pesos).

Menciones especiales

El jurado podrá otorgar hasta tres menciones a propuestas que se distingan en áreas específicas de la comunicación:

- **Mención Élite en Medios ATL**

Reconocimiento a la agencia que demuestre creatividad en el uso de medios tradicionales ATL.

- Premio: Placa de reconocimiento.

- **Mención Élite en Medios BTL**

Reconocimiento a la agencia que demuestre creatividad en el uso de medios BTL.

- Premio: Placa de reconocimiento.

- **Mención Élite en Social Media**

Reconocimiento a la agencia que demuestre creatividad en el uso de redes sociales y plataformas digitales.

- Premio: Placa de reconocimiento.

Categoría A la Fija

La **Categoría A la Fija** está dirigida a los estudiantes de pregrado que cursen entre octavo y décimo semestre. Los equipos podrán estar conformados por integrantes de diferentes semestres, siempre que se encuentren dentro de este rango académico.

Distinciones principales

- **Gran Prix de Oro**

Se otorgará a la agencia cuya propuesta sea considerada por el jurado como la más destacada de la categoría.

- Premio: Estatuilla y reconocimiento económico de **\$1.600.000** (Un millón seiscientos mil pesos).

- **Gran Prix de Plata**

Se entregará a la agencia cuya propuesta sea considerada por el jurado como la segunda más destacada de la categoría.

- Premio: Estatuilla y reconocimiento económico de **\$1.000.000** (un millón de pesos).

Menciones especiales

El jurado podrá otorgar hasta tres menciones a propuestas que se distingan en áreas específicas de la comunicación:

- **Mención Élite en Medios ATL**

Reconocimiento a la agencia que demuestre creatividad en el uso de medios tradicionales ATL.

- Premio: Placa de reconocimiento.

- **Mención Élite en Medios BTL**

Reconocimiento a la agencia que demuestre creatividad en el uso de medios BTL.

- Premio: Placa de reconocimiento.

- **Mención Élite en Social Media**

Reconocimiento a la agencia que demuestre creatividad en el uso de redes sociales y plataformas digitales.

- Premio: Placa de reconocimiento.

Conformación de Agencias

Para la versión 24 de los **Premios Élite**, cada agencia podrá estar integrada por un grupo de mínimo dos (2) y máximo tres (3) participantes. Las categorías en las que las agencias pueden participar son:

- **Categoría Mundial:** En esta categoría podrán participar exclusivamente estudiantes de pregrado que se encuentren entre el primer y cuarto semestre, matriculados y con estado académico activo en su respectiva universidad.
- **Categoría Feria:** En esta categoría podrán participar exclusivamente estudiantes de pregrado que se encuentren entre el quinto y séptimo semestre, matriculados y con estado académico activo en su respectiva universidad.
- **Categoría A la Fija:** En esta categoría podrán participar exclusivamente estudiantes de pregrado que se encuentren entre el octavo y décimo semestre, matriculados y con estado académico activo en su respectiva universidad.

Nota: Para poder participar, cada estudiante debe contar con matrícula vigente durante el desarrollo del evento. En caso contrario, el grupo será automáticamente descartado.

Inscripción de Agencias

Para participar en la versión 24 de los **Premios Élite**, los equipos deberán seguir estos pasos:

1. Un integrante de la agencia debe realizar la inscripción y efectuar el pago correspondiente por valor de **\$120.000** (ciento veinte mil pesos) por grupo, ingresando al siguiente enlace:

https://educacioncontinua.udes.edu.co/Participante/Inscripcion_Plataforma.aspx?date=IQ+Di6lqiBO5EqJcV5OzGA==

2. Una vez realizado el pago, un integrante del grupo debe diligenciar el formulario disponible en el siguiente enlace:

https://forms.office.com/pages/responsepage.aspx?id=pJ786mHb1EChXdtXs2TA4KCR5_pO4g9EjKgH7K8-aMBUOE5ZV1BBUzIKQkQ1SEY3UjdLWEdCMkxTUC4u&route=shorturl

Allí deberán suministrar la información requerida para formalizar su participación y registrar a los integrantes de la agencia.

3. A vuelta de correo se enviará la confirmación de inscripción, junto con el documento de **cesión de derechos**, que deberá ser firmado por cada integrante.

Datos y documentos requeridos:

- Nombres completos de cada integrante.
- Documento de identificación de cada integrante.
- Soporte de matrícula vigente del semestre académico correspondiente.

Nota: El periodo de inscripción estará abierto del **14 de agosto al 18 de septiembre de 2025**. Es obligatorio el diligenciar el formato de sesión de derechos, el cual se enviará una vez formalizada la inscripción.

Entregables

Todos los participantes de la versión 24 de los **Premios Élite** deberán presentar una **campaña publicitaria** que responda a las necesidades del cliente en cada una de las categorías

(Mundial, Feria y A la Fija), las cuales estarán detalladas en el **brief** entregado a las agencias inscritas.

Se resalta que las propuestas deben evidenciar un ejercicio de **cobranding** entre las dos marcas patrocinadoras: **Alkosto** y **Ktronix**.

Las agencias deben entregar:

1. Video Caso

Cada agencia participante deberá presentar un **Video Caso de Publicidad** en el cual se exponga de manera estructurada y creativa la solución propuesta al reto de la marca patrocinadora. Este material será objeto de evaluación por parte de los jurados y deberá cumplir con los siguientes **criterios de presentación**:

1.1 Idea Creativa

- Presentar el **insight** que sirvió de inspiración para la campaña, explicando el hallazgo que conecta con el público objetivo y con el reto de la marca.
- Exponer la **solución estratégica**: cómo a partir del insight se desarrolla la propuesta creativa central que orienta la campaña.

1.2 Copy y Look Visual de la Campaña

- Presentar el **copy o slogan principal** de la campaña, resaltando su coherencia con el insight y su capacidad de transmitir el concepto de la propuesta.
- Incluir el **look & feel** de la campaña, mostrando elementos gráficos, estilos visuales y tono comunicativo que acompañarán la estrategia.

1.3 Ejecución de la Campaña

- Describir de manera organizada el **despliegue de la campaña**: fases, etapas o tácticas con las que se dará solución al problema planteado.
- Mostrar cómo la campaña se **implementa en los distintos medios**:

ATL (televisión, radio, prensa, exteriores, etc.)

BTL (activaciones, eventos, experiencias en punto de venta, etc.)

Medios Digitales (redes sociales, plataformas web, pauta digital, etc.)

- Relacionar cada pieza creativa y acción con la **estrategia planteada y el problema a resolver**, evidenciando su aporte a la solución integral.

1.4 KPIs y Medición de Resultados

- Definir los **indicadores de desempeño (KPIs)** con los que se evaluará el éxito de la campaña, los KPIs deberán estar alineados con los objetivos del brief
- Explicar cómo cada indicador permitirá valorar la efectividad de la estrategia y la pertinencia de la solución creativa.

Requisitos técnicos: El video debe ser presentado en formato **.mp4**, con un tamaño de **1920 x 1080 píxeles**.

Duración: El video debe tener una duración de 2 a 4 minutos.

Nota: se recomienda al final presentar el nombre de la agencia.

2. Manual de Campaña

Manual de Campaña es el documento complementario al Video Caso. Su función es ampliar la información presentada en el video, ofreciendo una descripción detallada de las piezas publicitarias, su aplicación y los lineamientos técnicos correspondientes. Este manual permite evidenciar aspectos que no se desarrollan en el video y sirve como guía para comprender cómo se implementa la campaña en cada medio.

2.1 Portada

- Nombre de la agencia.
- Categoría en la que participa.
- Logos de las marcas involucradas.

2.2 Copy y Look Visual

- Nombre de la campaña o copy principal.

- Key visual de la campaña.
- Breve descripción del concepto que inspiró el look visual.
- Lineamientos gráficos (tipografía, paleta de colores, estilo fotográfico/ilustrativo), si se considera necesario.

2.3 Ejecución de la Campaña

- Explicación de cómo se despliega la campaña en cada medio (ATL, BTL y digital), con ejemplos de aplicación visual en las diferentes piezas.
- Presentación de las piezas en orden cronológico, de acuerdo con las etapas de la campaña (teaser, lanzamiento, mantenimiento, cierre).

2.4 KPIs y Medición

- Parámetros de evaluación asociados a la campaña.
- Relación entre las piezas y los indicadores planteados.

Notas importantes

- Si la propuesta incluye archivos de video adicionales, estos deberán anexarse en la presentación y cargarse en la carpeta en la nube asignada a cada agencia, en formato **.mp4** y con un tamaño de **1920 × 1080 píxeles**.
- Todas las agencias deben suministrar los archivos editables y finales de sus entregables. En caso de ser elegidas ganadoras, sus campañas podrán ser utilizadas y difundidas posteriormente por las marcas **Alkosto** y **Ktronix**.

Condiciones de participación

Las propuestas inscritas por los participantes deberán cumplir con las siguientes condiciones básicas:

- Las campañas deben ser concebidas y creadas exclusivamente para la **versión 24 de los Premios Élite**, desarrolladas dentro del tiempo establecido para la participación y

basadas en las necesidades expresadas en el **brief oficial** entregado por la empresa patrocinadora.

- Los participantes no podrán tener ningún tipo de vinculación laboral ni familiar, hasta tercer grado de consanguinidad, con las empresas patrocinadoras **Ktronix** y **Alkosto**.
- La agencia participante deberá haber cancelado previamente el valor de la inscripción y encontrarse a paz y salvo con el concurso por todo concepto.
- Será requisito inscribir tanto a la agencia como a cada uno de los integrantes que la conforman.
- No se aceptarán piezas desarrolladas de manera independiente que no hagan parte del proyecto integral de campaña.
- Todos los datos suministrados por las agencias deberán ser verídicos. La alteración o falsificación de cualquier información ocasionará la descalificación inmediata, sin derecho a reembolso. La organización de los **Premios Élite** se reserva el derecho de reclamar la devolución de un galardón cuando, a su juicio, exista mérito para hacerlo. Cualquier decisión en este sentido será debidamente comunicada.

Desarrollo del Concurso Premios Élite 2024

A continuación, se presentan las etapas correspondientes al desarrollo de la **24ª versión de los Premios Élite**, en las cuales las agencias participantes deberán avanzar hasta llegar a la premiación final:

Fase 1: Shortlist

Cada agencia deberá presentar sus propuestas cumpliendo con las condiciones establecidas en este documento, con plazo máximo hasta el **21 de septiembre a las 11:59 p.m.**

Posteriormente, estas propuestas serán evaluadas por el jurado calificador, quien realizará una **preselección de las mejores siete (7) propuestas de campaña por cada una de las tres**

categorías (Mundial, Feria y A la fija), siguiendo los lineamientos de calificación definidos por la organización.

La preselección, denominada “**Shortlist**”, será publicada en la fecha establecida dentro del calendario oficial de los Premios Élite.

Aspectos a tener en cuenta:

- La votación de los jurados será individual, simultánea y secreta.
- Cada jurado otorgará un puntaje de acuerdo con los criterios de evaluación descritos en este reglamento.
- La organización del evento registrará y consolidará los resultados mediante los medios tecnológicos disponibles.
- Las siete agencias de cada categoría que obtengan los puntajes más altos conformarán la “Shortlist” y participarán en la segunda etapa.

Una vez seleccionada la Shortlist, las agencias deberán:

- Revisar las sugerencias enviadas por los jurados a través de correo electrónico y realizar los ajustes que consideren pertinentes.
- Enviar los entregables finales siguiendo las instrucciones de la organización, con plazo máximo hasta el **7 de octubre**.
- Presentar la sustentación de su propuesta frente a los jurados finales en la fecha designada por la organización.
 - Para las agencias ubicadas en el área metropolitana de Bucaramanga, la presentación será **obligatoriamente presencial**.
 - Para las agencias de otras regiones o países, la presentación podrá realizarse de manera virtual a través de los medios definidos por la organización.

Fase 2: Presentación ante Jurados Finales

Las agencias seleccionadas en la Shortlist (siete por cada categoría) deberán sustentar sus propuestas ante los jurados finales, quienes elegirán a los ganadores de cada categoría siguiendo los criterios de evaluación establecidos.

Aspectos a tener en cuenta:

- La votación de los jurados será individual, simultánea y secreta.
- La organización del evento se encargará de registrar y consolidar la votación mediante los medios tecnológicos disponibles.
- Los reconocimientos especiales serán otorgados a las agencias que, a criterio de los jurados, se destaquen en las menciones **Medios ATL, Medios BTL y Medios Digitales**. Dichas agencias recibirán una **estatuilla** en su respectiva categoría.
- Los premios principales, **Gran Prix de Oro y Gran Prix de Plata**, serán entregados a las agencias que obtengan las puntuaciones más altas en cada categoría (Mundial, Feria y A la fija):
 - **Gran Prix de Oro:** a la mejor propuesta de campaña por categoría. Según el criterio de los jurados finales y atendiendo a las consideraciones de calificación del comité organizador.
 - **Gran Prix de Plata:** a la segunda propuesta de campaña por categoría. Según el criterio de los jurados finales y atendiendo a las consideraciones de calificación del comité organizador..

Premiación

La premiación y socialización de las agencias ganadoras se llevará a cabo en una ceremonia oficial el **18 de octubre de 2025**, en el lugar designado por el comité organizador.

La asistencia de los participantes a la ceremonia es opcional. En caso de que una agencia ganadora no se encuentre en la ciudad, el premio o reconocimiento será enviado posteriormente, teniendo en cuenta los tiempos de entrega de las empresas transportadoras.

Criterios de Evaluación

Los **criterios de evaluación** han sido definidos en concordancia con las necesidades expuestas en los **briefs de las marcas**, en cada una de las categorías: **Mundial, Feria y A la fija**.

A continuación, se detallan los aspectos que los jurados tendrán en cuenta al momento de valorar las propuestas presentadas por las agencias:

1. Idea Creativa (IC) – 30%

Se evaluará la capacidad de la propuesta para dar respuesta a los retos planteados en el brief, considerando:

- La claridad y solidez de la idea creativa.
- La adecuada interpretación de los objetivos y necesidades de la marca.
- La pertinencia frente al público objetivo.
- La identificación y uso del insight que sustente la campaña.

2. Ejecución e Implementación de la Idea Creativa (EI) – 60%

Se valorará cómo se materializa la idea creativa en los diferentes escenarios y medios de comunicación, teniendo en cuenta la categoría en la que se participe. La ponderación será la siguiente:

- **Medios ATL:** Desarrollo y aplicación de la idea en medios masivos. **(20%)**
- **Medios BTL:** Desarrollo y aplicación de la idea en experiencias de marca y activaciones. **(20%)**

- **Medios Digitales:** Desarrollo y aplicación de la idea en entornos digitales y plataformas online. (20%)

3. Medición de Resultados (MR) – 10%

Se evaluará la definición y coherencia de los indicadores de medición, así como el cumplimiento de los **KPIs** propuestos. Se tendrá en cuenta la capacidad de la propuesta para proyectar resultados tangibles y evaluar su impacto.

Estos criterios garantizan que la evaluación sea **justa, equitativa y transparente**, premiando la creatividad, la innovación y la ejecución estratégica de las agencias en cada una de las categorías de participación.

Designación de Jurados

Jurado Shortlist

Para la evaluación inicial de las propuestas se designarán **nueve (9) jurados**, distribuidos en grupos de **tres (3)** personas por cada una de las categorías: **Mundial, Feria y A la fija**.

Cada grupo de jurados estará conformado por:

- **Dos (2) profesores expertos en mercadeo y publicidad**, designados por el programa de Mercadeo y Publicidad de la Universidad de Santander.
- **Un (1) profesor invitado externo**, proveniente de otra institución universitaria y con experiencia en mercadeo y publicidad.

Condición especial: El profesor invitado externo deberá pertenecer a universidades cuyas agencias participen en la **24.ª versión de los Premios Élite**.

Los jurados del shortlist utilizarán el **formato de evaluación definido en el apartado de Criterios de Evaluación**, garantizando uniformidad y transparencia en la valoración.

En caso de presentarse **situaciones extraordinarias**, el comité organizador podrá ajustar la designación de jurados con el fin de cumplir las fechas establecidas en el cronograma oficial.

Cada profesor que participe como jurado calificador del shortlist recibirá un **certificado de participación** como reconocimiento a su labor académica.

Jurados Finales

Para la selección de los **ganadores** en cada categoría y de las menciones especiales, se conformará un jurado calificador integrado por **tres (3) personas**, designadas directamente por el **Comité Organizador de la 24.ª versión de los Premios Élite**.

La composición será la siguiente:

- **Un (1) jurado externo profesional**, con trayectoria en mercadeo o publicidad, seleccionado por el Comité Organizador.
- **Un (1) jurado externo egresado** del programa de Mercadeo y Publicidad de la Universidad de Santander, designado por el Comité Organizador.
- **Un (1) jurado representante del patrocinador oficial** de los Premios Élite.

Este jurado también utilizará el formato de evaluación definido en los criterios oficiales, asegurando objetividad y coherencia en la selección de los ganadores.

Compromiso Ético

Cada jurado se compromete a realizar la valoración de las propuestas con **transparencia, imparcialidad y rigurosidad académica**.

Una vez concluida la evaluación, los jurados deberán mantener **confidencialidad absoluta** sobre las deliberaciones y resultados, absteniéndose de emitir comentarios o juicios hasta que la **organización del evento haga el anuncio oficial**.



PATROCINADORES
OFICIALES



REGLAMENTO
Y MECÁNICA DE
PARTICIPACIÓN

Cláusula Final

El presente reglamento constituye el marco normativo de la **24.ª versión de los Premios Élite a la Creatividad en Marketing y Publicidad**, organizado por el programa de Mercadeo y Publicidad de la Universidad de Santander (UDES).

La participación en el concurso implica la aceptación íntegra de las condiciones aquí establecidas. El comité organizador se reserva el derecho de interpretar y resolver cualquier situación no prevista en este reglamento, siempre en favor de garantizar la transparencia, la equidad y el cumplimiento de los objetivos académicos y formativos del evento.

Con esta versión, los Premios Élite reafirman su compromiso con la **formación integral de los estudiantes**, la **innovación en el campo del mercadeo y la publicidad** y la **proyección del talento creativo universitario** hacia escenarios empresariales reales.