



1

Rubros y Categorías Festival Creativo Volcán 2025

Rubro Print (PR)	Ideas plasmadas en imágenes fijas, en formato impreso o digital.
PR1. Mejor print para producto / servicio	Idea individual de gráfica en medios para un producto o servicio.
PR2. Mejor campaña de print	Campañas que se componen de al menos dos piezas de print.
PR3. Mejor innovación en print	Ideas individuales o casos (campañas) con el formato print aplicado de una forma creativa y no convencional en la comunicación. Incluye: fotografía, ilustración, copy, tipografía y dirección de arte. Incluye Digital y Print.
Rubro Vía Pública / Outdoor (VPO)	Ideas plasmadas en imágenes fijas, impresas o digitales, desarrollados para formatos estándar de vía pública. También participan imágenes impresas y digitales fijas o en movimiento que contengan una intervención o permitan una interacción, generadas para formatos estándar así como también acciones y ambientaciones desarrolladas en la vía pública y/o espacios cerrados.
VPO1. Mejor outdoor de producto / servicio	Idea o acción individual destacada en un área exterior o espacio cerrado.
VPO2. Mejor campaña de outdoor	Conjunto de mínimo dos acciones de comunicación, campañas o ideas que utilizan espacios exteriores o privados.
VPO3. Mejor innovación en outdoor	Idea individual creada para aprovechar y/o intervenir elementos y espacios de la vía pública o interna, aplicando un formato creativo y no convencional en la comunicación.
Rubro Film (FLM)	Ideas producidas en formato audiovisual, imágenes en movimiento; creados para ser emitidos en televisión, cine, video on demand, de forma online y para aquellos que se emiten fuera del hogar, como pantallas en la vía pública, espacios en el exterior, espacios internos, y otros.
FLM1. Mejor film para producto / servicio	Idea individual producida en formato audiovisual.
FLM2. Mejor campaña de film	Campañas de mínimo dos piezas o ideas en formato film.
FLM3. Mejor innovación en film	Ideas en formato film aplicadas de forma creativa y no convencional en la comunicación.



CATEGORÍAS

2

Rubro Radio & Audio (RAUD)	Ideas de audio desarrolladas tanto para medios convencionales como para distintas plataformas de audio.
RAUD1. Mejor radio/audio para producto / servicio	Idea individual producida en formato de radio / audio.
RAUD2. Mejor campaña de radio/audio	Campaña de mínimo dos piezas en formato radio /audio.
RAUD3. Mejor jingle	Idea individual de radio / audio que incluye una canción original, creada específicamente para una marca o campaña.
RAUD4. Mejor podcast	Una idea o campaña con contenido creado para todas las plataformas de audio, incluidas estaciones de radio, plataformas de streaming, patrocinio de programas, etc.
RAUD5. Mejor innovación en radio/audio	Idea que aplica un uso creativo, no convencional y destacado de la tecnología para radio / audio. Comunica un concepto, mejorando y revitalizando la experiencia del público meta.
Rubro Craft (CRFT)	Este rubro reconoce el talento aplicado a una realización excepcional; por ejemplo, ejecución, diseño o técnica. Destaca la destreza de las personas involucradas en la producción y creación de una idea; ya que buscan la originalidad y calidad para así lograr una mejor comunicación con su público meta.
CRFT1. Mejor diseño de producto	Ideas de diseño de un producto (no su empaque) que logran, a través de la estética y la utilidad, aumentar el valor de la marca. Se tendrán en cuenta los logros del diseño en expresión de cualidades de marca, facilidad de producción, identidad y funcionalidad.
CRFT2. Mejor diseño de empaque / Packaging	Ideas para todo tipo de empaques y embalajes utilizados para promover, vender o exhibir cualquier producto. Pueden ser embalajes para productos de consumo masivo, productos de lujo y de diseño como así también empaques promocionales o especiales que se han ejecutado por un período de tiempo limitado. Se incluyen también los embalajes con métodos de producción de origen responsable, limpio y fomenten la sustentabilidad.
CRFT3. Mejor diseño de identidad y construcción de marca	Ideas para la creación o actualización de una marca o identidad corporativa para cualquier producto, servicio, empresa, cliente y/u organización. Participan soluciones de identidad desarrolladas a través de múltiples puntos de contactos y plataformas de medios.



<p>CRFT4. Mejor uso de editorial / publishing</p>	<p>Ideas de diseño creado para fines editoriales, tanto impresos como digitales, así como el diseño de piezas para el uso de la promoción y la comunicación de una marca o cliente. Incluye libros (tapa e interior), revistas, periódicos, artículos editoriales. Incluye Afiches y publicaciones.</p>
<p>CRFT5. Mejor rebrand / refresh</p>	<p>Ideas o acciones como el cambio de nombre, logotipo, tipografía, diseño, mensajes publicitarios o combinación de las anteriores, en busca de cambiar la opinión ya establecida de clientes respecto a una marca o cliente.</p>
<p>CRFT6. Mejor UI/UX</p>	<p>Ideas o casos que muestran una creativa interacción de la Experiencia (UX; Experiencia del Usuario) y la Interfase (UI: Interfase del Usuario), usando activaciones, apps, webs o servicios donde el diseño de la experiencia de usuario sea parte fundamental de la idea y genere un impacto en el consumidor.</p>
<p>CRFT7. Mejor uso de IA</p>	<p>Aplicación, implementación o uso de la Inteligencia Artificial como uno de los componentes en la creación de la estrategia, de forma que transforma la forma en que interactúan una marca/negocio y sus clientes.</p>
<p>CRFT8. Mejor uso de motion graphics</p>	<p>Idea de comunicación en la que los motion graphics (gráficos en movimiento) aportan justamente movimiento a la idea, logrando un aumento en su capacidad de impacto.</p>
<p>CRFT9. Mejor craft en film</p>	<p>Las ideas de film participantes en esta categoría deben demostrar una realización cinematográfica excepcional. Es un trabajo en el que la habilidad técnica y la destreza en la producción/postproducción elevan una idea o mejoran dramáticamente su ejecución.</p>
<p>CRFT10. Mejor craft radio & audio</p>	<p>Ideas donde el uso creativo en la producción del audio y/o sonido sea protagonista de la acción. Esto puede incluir el uso de plataformas de audio, aplicaciones, redes sociales, desarrollo de software y tecnologías que demuestren un proceso creativo en la producción y distribución del audio.</p>
<p>CRFT11. Mejor innovación en diseño</p>	<p>Ideas donde el uso creativo y no convencional del diseño es protagonista de la acción. Diseño en todas sus manifestaciones, de producto, audio, etc.</p>



CATEGORÍAS

4

Rubro Datos / Data (DAT)	Ideas que se nutren de información y datos para mostrar al usuario una creatividad personalizada y por tanto más relevante.
DAT1. Mejor uso de data	Ideas que demuestran cómo los datos colaboraron para planificar una idea creativa y/o una estrategia más sólida. La mejora es demostrable tanto en la experiencia del usuario como en el resultado.
DAT2. Mejor innovación en data	Ideas que demuestran cómo el uso creativo y no convencional de los datos aplicados marcó la diferencia al desarrollar y ejecutar una idea/acción creativa.
Rubro Directo / Direct (DRCT)	Estrategia de comunicación directa, dirigida y diseñada con la intención de entablar un diálogo con el usuario y generar una respuesta o una acción específica, mientras construye una relación prolongada con el usuario. No se limita únicamente al trabajo que contiene un mecanismo de respuesta (como cupones, número de teléfono, etc) sino que debe ser capaz de demostrar algún efecto en el comportamiento y obtener una respuesta significativa y medible.
DRCT1. Mejor idea en directo	Ideas (individuales o campañas) que generen de una forma creativa una respuesta y construyan una relación con el cliente, que busquen como objetivo captar, retener y fidelizar a un mercado meta específico, donde exista un medio de respuesta para interactuar o medir resultados relevantes.
DRCT2. Mejor uso en plataformas sociales	Ideas en directo desarrolladas en redes sociales.
DRCT3. Mejor innovación en directo	Ideas digitales o físicas que se comunican con las personas de manera directa y personal, en donde se demuestra el uso creativo y no convencional del formato directo.
Rubro Medios / Media (MED)	Ideas en que se toma en cuenta el contexto y la estrategia en la elección del medio y contribuyen a amplificar el mensaje, con un uso creativo y no convencional de los medios.
MED1. Mejor uso de evento / stunt	Ideas que se implementan en eventos, patrocinio de eventos, stunts, juegos promocionales, concursos, marketing de guerrilla, arte callejero, espectáculos y eventos transmitidos en vivo, festivales, conciertos, eventos deportivos, fiestas de lanzamiento, etc. Se reconoce el uso creativo y no convencional del entorno tradicional, digital y nuevo emergente.



MED2. Mejor uso de radio y medios de audio	Ideas que destacan por el uso creativo y no convencional de la radio y/o los medios de audio.
MED3. Mejor uso de medios impresos	Ideas que utilizan los medios impresos de una forma creativa y no convencional. Son aquellas ideas que hayan aprovechado y/o utilizado como concepto alguna característica en especial intrínseca a los medios impresos.
MED4. Mejor uso de medios digitales / sociales	Ideas en donde se utilizan las plataformas digitales de una forma creativa y no convencional.
MED5. Mejor uso de pantallas y plataformas audiovisuales	Ideas que destacan por el uso creativo y no convencional en formatos de TV, plataformas de video a pedido (VOD), plataformas de transmisión y otros proveedores de servicios en línea. Las pantallas que no sean de TV pueden incluir, entre otras, pantallas táctiles, pantallas digitales dinámicas, pantallas interactivas y pantallas receptivas.
MED6. Mejor innovación en medios	Ideas donde el uso creativo y no convencional del medio es protagonista de la acción. Se desarrolla con apoyo de tecnología. Se debe tener en cuenta el contexto y la estrategia en la elección del medio para lograr la amplificación del mensaje.
Rubro Relaciones Públicas (RRPP)	Estrategias que generan la construcción de reputación, construcción y preservación de la confianza y la generación de mensajes que comuniquen credibilidad, concientización, reputación y relacionen personas, compañías u organizaciones de forma positiva con sus consumidores, miembros, empleados o la comunidad en general.
RRPP1. Mejor RP en medios sociales	Estrategias de relaciones públicas implementadas en redes sociales, que generan conciencia de marca y relevancia para el cliente. También incluye el desarrollo, mantenimiento y mejoramiento de la interacción en línea, entre el público objetivo y el cliente, construyendo reputación y estableciendo confianza dentro de la comunidad en línea.
RRPP2. Mejor uso de influencers en RP	Estrategias donde se utilizan influencers como celebridades, youtubers, bloggers, como también los contenidos creados por el usuario donde se busca amplificar una iniciativa, involucrarse con una comunidad de consumidores o fans y animarlos a contribuir o colaborar con una iniciativa de marca.
RRPP3. Mejor lanzamiento / relanzamiento	Estrategias dirigidas a promover los lanzamientos y relanzamientos.



CATEGORÍAS

6

RRPP4. Mejor manejo de crisis	Estrategias creadas para planear y/o manejar las consecuencias de una crisis o de una acción que pueden afectar la credibilidad y la buena reputación.
RRPP5. Mejor innovación en RP	Estrategias donde el uso creativo y no convencional de las técnicas de Relaciones Públicas es protagonista de la acción. Incluye mejor estrategia de Relaciones Públicas en tiempo real.
Rubro Digital y Social (DIGS)	Creatividad pensada para el mundo digital y social. Ideas que se experimentan digitalmente, y que aprovechan el medio digital para mejorar el mensaje.
DIGS1. Mejor idea de digital y social	Ideas o acciones que se originan en plataformas digitales o redes sociales para optimizar la idea.
DIGS2. Mejor uso de real time	Ideas digitales que interactúan con los clientes al instante, según las noticias y la información más reciente.
DIGS3. Mejor uso de influencer	Ideas, estrategias, contenidos o acciones digitales que utilizan una celebridad, embajador, influencer social o gamers, etc, para involucrarse con un público objetivo.
DIGS4. Mejor uso de formato/plataforma	Ideas desarrolladas para redes sociales, web y landing. Se debe explicar la importancia y relevancia de la idea, justificando la escogencia de la plataforma social utilizada. Incluye Juegos.
DIGS5. Mejor uso de e-commerce	Sitios o aplicaciones creadas para soluciones comerciales o de pago donde se tendrá en cuenta cómo la optimización del recorrido llevará a una mayor participación del consumidor y el éxito de la compra.
DIGS6. Mejor innovación en digital y social	Estrategias que usan de forma creativa y no convencional las técnicas de digital y social, o bien las que usan una tecnología existente o nueva como protagonista de la acción.
Rubro Entretenimiento: Música, Deportes y Gaming (ENTR)	Toda forma de creatividad que convierte el contenido en una forma de cultura. Se trata de estrategias que cautivan para trascender y comunicar un mensaje o conectar con las personas de una forma novedosa.
ENTR1. Mejor idea de entretenimiento	Ideas que por su simplicidad, innovación, singularidad o novedad, plantean una nueva manera de entender la comunicación y crean una relación con el público meta.



CATEGORÍAS

7

<p>ENTR2. Mejor idea o acción de entretenimiento para música</p>	<p>Las ideas participantes deberán mostrar una producción original, promoción o distribución de música; estrategias en donde un artista o plataforma es aprovechada de forma innovadora para comunicarse con las personas.</p>
<p>ENTR3. Mejor idea o acción de entretenimiento para deportes</p>	<p>Estrategias de contenido que buscan la participación o el entretenimiento a través de dinámicas y mecánicas en el campo del deporte practicado con ejercicio físico.</p>
<p>ENTR4. Mejor idea o acción de entretenimiento para gaming</p>	<p>Estrategias de contenido que buscan la participación o el entretenimiento a través de dinámicas y mecánicas relacionadas a la industria del gaming y/o E-Sports.</p>
<p>ENTR5. Mejor innovación en entretenimiento</p>	<p>Ideas que utilizan de forma creativa y no convencional la tecnología aplicada a la categoría Entretenimiento, agregando con ello valor a la imagen.</p>
<p>Rubro Experiencia de Marca y Activación / Brand Experience & Activation. (EXPA)</p>	<p>Ideas producidas para la construcción creativa e integral de marcas, a través del diseño de experiencias, activaciones, inmersiones, venta al por menor y customer engagement de 360°. Estas estrategias tienen como objetivo crear afinidad y participación de las personas. Las estrategias deben demostrar cómo lograron esa afinidad con la marca y el éxito comercial.</p>
<p>EXPA1. Mejor idea de Experiencia de Marca y Activación</p>	<p>Ideas producidas para la construcción creativa e integral de marcas, a través del diseño de experiencias, activaciones, inmersiones, venta al por menor y customer engagement de</p>
<p>EXPA2. Mejor experiencia de marca en vivo</p>	<p>Acciones y eventos desarrollados durante un período limitado de tiempo y utilizando el espacio público como eje de la acción.</p>
<p>EXPA3. Mejor experiencia de marca en punto de venta</p>	<p>Estrategias o acciones creadas para ser implementadas teniendo en cuenta como escenario principal uno o varios puntos de venta (físicos o digitales, como actividades en puntos de venta minoristas), como apoyo de una activación, un lanzamiento de producto, actividades de muestreo, etc. Estas estrategias atraen y guían a las personas a los canales de venta.</p>
<p>EXPA4. Mejor lanzamiento / relanzamiento</p>	<p>Estrategias o acciones creadas para experiencia de marca, por ejemplo: promocionar un lanzamiento o relanzamiento de producto o servicio, entre otros, que buscan captar la atención de los consumidores generando un contacto e interacción o respuesta.</p>



<p>EXPA5. Mejor experiencia y activación en plataformas digitales sociales.</p>	<p>Ideas o estrategias que aprovechan las redes sociales para mejorar una experiencia o activación en vivo en línea o fuera de línea. La idea debe utilizar sitios web o micrositiros de marca para impulsar el engagement con los clientes y aumentar la experiencia general de la marca.</p>
<p>EXPA6. Marketing de guerrilla y Stunts.</p>	<p>Experiencia de marca o activación mediante marketing de guerrilla, ejecuciones en vivo breves o únicas, equipos callejeros, stunts, trucos publicitarios y trucos callejeros para impulsar la participación del cliente.</p>
<p>EXPA7. Mejor innovación en experiencia</p>	<p>Estrategias o acciones creadas para buscar de una forma creativa y no convencional a través de la experiencia y activación captar la atención de las personas, generando un contacto e interacción y logrando acercar la marca a ellos.</p>
<p>Rubro Creatividad Transformadora de Negocio (CTNG)</p>	<p>Rubro Creatividad Transformadora de Negocio (CTNG) Ideas que cambian la forma en que los negocios se organizan, la manera en que trabajan los colaboradores y la forma en que los clientes responden al negocio. Participan las ideas que crean nuevos productos y servicios, así como la reinención de operaciones y experiencias que impulsan un cambio transformador en los clientes. Las inscripciones deben demostrar cómo se logró modificación en las funciones comerciales y cómo se dio un impacto positivo y crecimiento para el negocio, sus colaboradores o los clientes. Incluye, pero no se limita a la creación de nuevos productos y servicios, el uso de tecnología y diseño de negocios, así como la renovación de operaciones y experiencias de clientes, lo que genera un cambio transformador.</p>
<p>CTNG1. Mejor transformación de negocio</p>	<p>Estrategia o idea que ha generado un impacto trascendental en el negocio.</p>
<p>CTNG2. Mejor transformación de producto o servicio</p>	<p>Estrategia o idea desarrollada para un producto o servicio (nuevo o reinventado), que ha logrado transformar la oferta de la marca, abarca las continuamente cambiantes necesidades de los clientes, y contempla los cambios en el mercado.</p>
<p>CTNG3. Mejor innovación en transformación de negocio</p>	<p>Estrategia o idea en que se aplicó tecnología que transformó la forma en que interactúan una marca/negocio y sus clientes y generó un impacto positivo.</p>

<p>Rubro Innovación (INNO)</p>	<p>Participa la innovación que marcó una diferencia, la tecnología y su aplicación en la resolución de problemas, también las soluciones tecnológicas independientes que incluyen herramientas, productos, modelos, plataformas, otras formas de adtech y nuevas tecnologías.</p>
<p>INNO1. Mejor innovación en producto</p>	<p>Ideas o estrategias que demuestren innovación en el diseño, implementación o resultado de un cambio de producto. Puede tener una intervención tecnológica. Se trata de estrategias para productos creados y desarrollados como respuesta a un desafío comercial o de consumo. Puede incluir, entre otros, experiencia del consumidor, productos basados en soluciones, sostenibilidad, integración de la tecnología en la vida diaria e impacto social.</p>
<p>INNO2. Mejor innovación en diseño de servicio</p>	<p>Estrategias o ideas que demuestren innovación en el diseño, implementación o resultado de un cambio en un servicio con intervención tecnológica. Se trata de estrategias para servicios desarrolladas como respuesta a un desafío comercial o de consumo. Puede incluir, entre otros, experiencia del consumidor, sostenibilidad, integración de la tecnología en la vida diaria e impacto social.</p>
<p>Rubro Salud y Bienestar / Health & Wellness (SLD)</p>	<p>Ideas que promueven el cuidado de la salud y el bienestar de la sociedad</p>
<p>SLD1. Mejor acción producto / servicio para salud y bienestar</p>	<p>Ideas, estrategias, acciones o campañas de marca que celebran y fomentan el cuidado proactivo de la salud. Acciones que proporcionan un beneficio significativo para la salud o apoya el bienestar.</p>
<p>SLD2. Mejor acción para salud y bienestar animal</p>	<p>Ideas, estrategias, acciones o campañas de productos o servicios dirigidas a la salud de las mascotas o bien a la salud animal en general. Incluye cirugías veterinarias, recaudación de fondos para organizaciones benéficas e instalaciones para bienestar animal y clínicas.</p>



CATEGORÍAS

Rubro Responsabilidad Social Empresarial - ONG (RSE)	Estrategias / ideas que promueven la Mejor acción en RSE-ONG -Causa Social - Causa Ambientales y Equidad y Género
RSE1. Mejor acción en RSE - ONG - Gobierno	Estrategias o ideas realizadas para reconocer el poder de la creatividad para impactar positivamente en temas de responsabilidad social empresarial.
RSE2. Mejor acción en Equidad y Género	Estrategias o ideas realizadas para reconocer el poder de la creatividad para impactar positivamente en temas de equidad, inclusión y género.
Rubro Uso del Humor (HUMR) (NUEVA Categoría)	<p>El humor es una de las herramientas más poderosas de la comunicación creativa. Esta categoría reconoce las ideas que utilizan el humor ,en cualquiera de sus formas: ingenio, ironía, sátira o comedia, para generar una conexión auténtica con el público, fortalecer la recordación de marca y amplificar el mensaje de manera estratégica.</p> <p>El jurado valorará la creatividad, pertinencia del humor, coherencia con la marca y ejecución del mensaje, independientemente del tono (sutil, absurdo, sarcástico o irreverente).</p>
HUMR1. Humor en audiovisual	Ideas o campañas en formato film, video o plataformas digitales donde el humor sea el eje principal de la comunicación.
HUMR2. Humor en gráfica y exterior	Anuncios impresos, digitales o de vía pública que transmitan el mensaje de forma ingeniosa o divertida, utilizando el humor como recurso visual o textual.
HUMR3. Humor en audio y radio	Piezas de radio, podcast u otros formatos de audio donde el humor sea el recurso central para conectar con la audiencia.
HUMR4. Humor en social media y contenido digital	Campañas o piezas creadas para plataformas sociales o digitales donde el humor sea clave para fomentar conversación, engagement o participación del público.



CATEGORÍAS

<p>Rubro Promoción (NUEVA Categoría)</p>	<p>La creatividad promocional es mucho más que entregar un beneficio o un descuento: es la capacidad de generar experiencias memorables que conectan marcas y personas, impulsando acción inmediata y construyendo valor a largo plazo.</p> <p>En esta categoría reconocemos las ideas que mejor utilizan la promoción como herramienta estratégica para dinamizar mercados, activar audiencias y potenciar el crecimiento de los negocios. Se premia la excelencia en el diseño, ejecución y efectividad de acciones que logran diferenciar a la marca en entornos altamente competitivos, demostrando impacto tangible en resultados comerciales y construcción de marca.</p> <p>El jurado valorará la originalidad creativa, la claridad en la propuesta de valor al consumidor, la integración con otros medios y, sobre todo, la efectividad comprobada en alcanzar los objetivos de negocio y comunicación.</p>
<p>PROM1. Promociones de ventas</p>	<p>Descuentos, cupones, empaques promocionales y programas de lealtad.</p>
<p>PROM2. Activaciones en punto de venta y trade marketing</p>	<p>Activaciones que fortalecen la conexión con consumidores en el punto de venta.</p>
<p>PROM3. Concursos, sorteos y mecánicas innovadoras de incentivo</p>	<p>Estrategias que motivan la participación del público mediante incentivos.</p>
<p>PROM4. Estrategias promocionales integradas con experiencias físicas o digitales</p>	<p>Acciones que combinan experiencias físicas o digitales para potenciar la promoción.</p>

**ACÁ:
INSCRIPCIONES
PIEZAS Y CASOS**

