ECU
0°00'08"S
78°27'21"O

2026

CÓNDOR 2026

EL FESTIVAL OFICIAL DE LA PUBLICIDAD ECUATORIANA

REGLAMENTO OFICIAL

INSCRIPCIONES

12 OCT · 4 NOV 2026

PREMIACIÓN

25 NOV 2026

WWW.ELCONDOR.EC

FESTIVAL EL CÓNDOR 2026

REGLAMENTO

El Cóndor es el Festival Ecuatoriano de Creatividad que premia lo mejor de la comunicación desde 1987. Los puntos obtenidos suman al ranking CREMA.

RESUMEN DE LAS REGLAS PARA INSCRIBIRSE

1 Pueden participar en todas las categorías todas las agencias y empresas ligadas a la comunicación en Ecuador, sean o no afiliadas a la AEAP (Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad).

2 El trabajo inscrito debe haber sido transmitido, ejecutado o publicado por primera vez entre el **1 de noviembre de 2025** y el **31 de octubre de 2026**, dentro del territorio ecuatoriano. En el caso de campañas internacionales, solo serán elegibles aquellas piezas que hayan tenido difusión comprobable en Ecuador.

3 El trabajo ha sido creado dentro del contexto de un contrato de pago con un cliente; en el caso de autopromoción o de una organización sin fines de lucro, el cliente debe haber aprobado la producción del material inscrito.

4 Quien inscribe declara contar con la autorización del cliente/marca para inscribir el trabajo e incluir los detalles de contacto del cliente (podremos solicitar prueba de este permiso en cualquier momento. El Festival se reserva el derecho de contactar al cliente, de ser necesario, y quien inscribe debe notificarlo al cliente).

5 El trabajo ha sido inscrito exactamente como se publicó, se puso al aire o se implementó y no ha sido modificado para esta inscripción.

6 El trabajo no ha sido prohibido ni retirado del aire.

7 El material inscrito debe contar con la autorización del anunciante y/o de la agencia.

8 El trabajo no hace referencia a su agencia o compañías creativas que contribuyeron, en ninguno de los materiales digitales o físicos inscritos.

9 Una misma pieza podrá ser inscrita en un máximo de **6 categorías y/o subcategorías**. Las inscripciones en la categoría Craft no estarán sujetas a este límite y podrán realizarse de manera adicional a las 6 inscripciones permitidas.

10 Después de la fecha de cierre de inscripción, no se aceptan nuevas piezas ni reemplazos en inscripciones realizadas.

> Si no cumple con los requisitos de esta lista, su trabajo puede ser inelegible para el Festival El Cóndor. El no cumplir con todos los requerimientos puede causar que su trabajo sea descalificado o retirado sin reembolso.

01 FECHAS DE INSCRIPCIÓN

INICIO

12 DE OCTUBRE DE 2026

CIERRE

4 DE NOVIEMBRE DE 2026

hasta las 20h00

02 SISTEMA DE CALIFICACIÓN

La votación será online. El jurado estará compuesto por **12 profesionales**. Las 19 categorías se dividirán en 3 grupos. Cada grupo de categorías será evaluado por una línea de 4 jurados. Se escogerá un Presidente del Jurado, que participará en la ceremonia de premiación de manera virtual o presencial. El jurado será seleccionado bajo los criterios:

- El Presidente del Jurado debe ser de una agencia independiente.
- Que haya sido ganador o jurado de Cannes Lions.
- Que hable español y conozca el mercado latinoamericano.
- Que sea un referente relevante para la industria.

El número de jurados online y presidentes podrá variar de acuerdo con las circunstancias.

FECHAS

12 OCT
INICIO DE INSCRIPCIONES

4 NOV
CIERRE DE INSCRIPCIONES
hasta las 20h00

5–20 NOV
EVALUACIÓN DEL JURADO

20 NOV
COMUNICACIÓN DE SHORTLIST

25 NOV
PREMIACIÓN

03 PREMIOS

El Festival Cóndor 2026 contará con **19 categorías y 59 subcategorías**.

- Para las categorías sin subcategorías, se podrán otorgar: Grand Prix, Cóndor de Oro, Cóndor de Plata y Cóndor de Bronce.
- Para las categorías que incorporen subcategorías, se podrá premiar en cada una: Cóndor de Oro, Cóndor de Plata y Cóndor de Bronce y, adicionalmente, entre todas sus subcategorías, el jurado podrá otorgar un Grand Prix.
- En la categoría Gran Campaña se podrán otorgar Cóndor de Oro, Cóndor de Plata y Cóndor de Bronce y, adicionalmente, el jurado podrá otorgar un Grand Prix.
- El jurado tiene la potestad de declarar desierto cualquiera de los premios si considera que las piezas inscritas no cumplen con el nivel de excelencia necesario.

PUNTAJE

15	10	5	3	1
GRAND PRIX	ORO	PLATA	BRONCE	SHORTLIST

Puntaje expresado en puntos por pieza premiada.

BEST OF THE YEAR

Se reconocerá a las mejores agencias, clientes y productoras de acuerdo con los resultados obtenidos en el Festival (salen del puntaje que suman los clientes o trabajos premiados de agencias y productoras; no se llena ficha de inscripción).

- MARCA DEL AÑO
- ANUNCIANTE DEL AÑO
- AGENCIA DEL AÑO
- AGENCIA INDEPENDIENTE DEL AÑO
- PRODUCTORA DEL AÑO
- AGENCIA DE MEDIOS DEL AÑO

04 CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS

A Film	B Radio & Audio	C Experiencia de Marca & Activación
D PR	E Print & Publishing	F Design
G Outdoor	H Health & Wellness	I Media
J Direct	K Gran Campaña	L For Good
M Creative Data	N Culture & Context	O Redes Sociales & Influencer
P Entretenimiento	Q Deportes	R Inteligencia Artificial
S Craft		

A FILM

3 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad en piezas audiovisuales destinadas a pantalla (TV, cine, VOD y entornos online). Se valoran la narrativa, la dirección y la impecable ejecución en la puesta en escena y el acabado técnico.

A.1 PRODUCTOS

Piezas audiovisuales que comunican productos de consumo masivo, marcas de moda y lujo, bienes para el hogar, electrodomésticos, electrónicos, automóviles y otras categorías de producto, en el mercado nacional o internacional.

A.2 SERVICIOS

Piezas audiovisuales que comunican servicios de retail y e-commerce, transporte, turismo, entretenimiento, gastronomía, medios de comunicación, finanzas, telecomunicaciones y otros servicios públicos o privados, de alcance nacional o internacional.

A.3 BIEN PÚBLICO E INSTITUCIONAL

Piezas creadas para campañas institucionales, gubernamentales, fundaciones, ONG y causas sociales.

B RADIO & AUDIO

6 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad en proyectos sonoros. Se valorará cómo la idea transmite el mensaje de la marca mediante un uso sobresaliente del audio, tanto en sus formatos tradicionales como en propuestas innovadoras no necesariamente vinculadas solo a la radio.

B.1 CUÑA DE RADIO

Inscripción individual de una cuña radial en su formato tradicional.

B.2 ACCIÓN EN RADIO

Uso creativo de la radio como medio para desarrollar una acción o idea que trascienda el formato convencional de la cuña.

B.3 IDEA DE AUDIO

Proyectos que exploren de manera innovadora el audio en cualquiera de sus expresiones (branding sonoro, podcasts, experiencias inmersivas, tecnologías de voz, entre otros), no necesariamente vinculados a la radio.

B.4 PRODUCTOS

Piezas enfocadas en comunicar productos de consumo masivo, moda, lujo, hogar, tecnología, automóviles y otros bienes en el mercado nacional o internacional.

B.5 SERVICIOS

Piezas enfocadas en comunicar servicios relacionados con retail y e-commerce, turismo, gastronomía, medios de comunicación, finanzas, telecomunicaciones, transporte, entretenimiento y otros servicios públicos o privados.

B.6 BIEN PÚBLICO E INSTITUCIONAL

Piezas creadas para campañas institucionales, gubernamentales, fundaciones, ONG y causas sociales.

C EXPERIENCIA DE MARCA & ACTIVACIÓN

3 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad que conecta directamente a las personas con las marcas a través de experiencias memorables. Se valorarán las ideas que generen interacción, participación y un vínculo activo con el consumidor, ya sea en entornos físicos o digitales.

C.1 EXPERIENCIAS DE MARCA

Ideas que crean experiencias memorables alrededor de una marca, a través de eventos, instalaciones, intervenciones o experiencias físicas, digitales o híbridas.

C.2 ACTIVACIONES & PARTICIPACIÓN

Ideas que requieren la acción o participación de las personas para cobrar vida, convirtiendo al público en parte activa de la ejecución.

C.3 RETAIL & PUNTO DE VENTA

Ideas que transforman creativamente tiendas, establecimientos comerciales, puntos de venta o momentos de compra para generar una nueva experiencia entre las personas y la marca.

D PR

5 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad en campañas de relaciones públicas que logran construir confianza, generar conversación y cambiar percepciones. Se valorará la capacidad de las ideas para atraer la atención de los medios, influir en el diálogo público y fortalecer la reputación de las marcas.

D.1 REAL TIME

Ideas que nacen como respuesta creativa a acontecimientos, conversaciones, tendencias o momentos culturales, aprovechando la oportunidad y la velocidad para insertar a la marca de manera relevante en la conversación.

D.2 MANEJO DE CRISIS & REPUTACIÓN

Ideas creadas para responder a una crisis, controversia, percepción negativa o desafío reputacional, utilizando la creatividad para proteger, recuperar o transformar la relación entre una marca y sus públicos.

D.3 GENERACIÓN DE NOTICIA

Ideas, acciones o iniciativas concebidas para convertirse en noticia y generar cobertura editorial, conversación pública y earned media alrededor de una marca.

D.4 CONVERSACIÓN & CULTURA

Ideas que logran insertar a una marca en una conversación social o cultural relevante, provocando participación, debate o una nueva manera de hablar sobre un tema.

D.5 BIEN PÚBLICO E INSTITUCIONAL

Piezas creadas para campañas institucionales, gubernamentales, fundaciones, ONG y causas sociales.

E PRINT & PUBLISHING

5 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad en piezas impresas y publicaciones. Se valorará la originalidad, la calidad de la idea y la ejecución visual en cualquier formato impreso o editorial.

E.1 TRADICIONAL

Inscripción individual de piezas en formato impreso tradicional, creadas 100% por trabajo humano, ya sea a través de fotografía, ilustración o diseño digital.

E.2 PUBLISHING

Inscripción individual de trabajos editoriales como libros, revistas o periódicos. No corresponde a piezas publicitarias impresas tradicionales, sino a publicaciones concebidas como producto cultural o de marca.

E.3 PRODUCTOS

Piezas impresas cuyo eje principal sea un producto de consumo masivo, moda, lujo, hogar, electrónicos, automóviles u otras categorías de bienes.

E.4 SERVICIOS

Piezas impresas cuyo eje principal sean servicios de retail y e-commerce, telecomunicaciones, turismo, gastronomía, entretenimiento, medios, transporte, finanzas y otros servicios públicos o privados.

E.5 BIEN PÚBLICO E INSTITUCIONAL

Piezas creadas para campañas institucionales, gubernamentales, fundaciones, ONG y causas sociales.

F DESIGN

4 SUBCATEGORÍAS

Premia ideas en las que el diseño es un elemento central de la comunicación y una herramienta para construir, transformar o expresar una marca. Se valorarán el concepto, la funcionalidad, la originalidad y la calidad con la que el diseño convierte una idea en una solución visual o tangible.

F.1 IDENTIDAD & BRANDING

Creación o transformación de identidades de marca, incluyendo sistemas visuales, logotipos, tipografías, códigos gráficos y otros elementos que construyan una expresión distintiva y coherente.

F.2 PACKAGING

Diseño o rediseño de empaques donde la creatividad, la funcionalidad o el uso innovador del formato aporten valor al producto y a la experiencia de marca.

F.3 ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Objetos, productos, merchandising, kits y materiales creados por una marca como parte de una acción de comunicación, donde el diseño sea fundamental para convertirlos en una expresión de la idea.

F.4 COMUNICACIÓN VISUAL

Piezas y soluciones de diseño que utilizan recursos gráficos, tipográficos, editoriales, espaciales o físicos para resolver creativamente una necesidad de comunicación de marca.

G OUTDOOR

6 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad en ideas desarrolladas para espacios urbanos y públicos. Se valorará el ingenio con el que las marcas utilizan la vía pública, tanto en formatos tradicionales como en usos innovadores e intervenciones capaces de generar experiencias memorables.

G.1 TRADICIONAL

Piezas que empleen de manera convencional los formatos de vía pública (vallas, mupis, carteles, entre otros).

G.2 NO CONVENCIONAL

Piezas que otorguen un uso novedoso o creativo a los formatos de vía pública.

G.3 INTERVENCIÓN

Acciones o activaciones realizadas en la vía pública con fines de comunicación de marca.

G.4 PRODUCTOS

Piezas cuyo eje principal sea un producto de consumo masivo, moda, lujo, hogar, tecnología, automóviles u otras categorías de bienes.

G.5 SERVICIOS

Piezas cuyo eje principal sean servicios vinculados a retail y e-commerce, telecomunicaciones, turismo, gastronomía, entretenimiento, medios, transporte, finanzas y otros servicios públicos o privados.

G.6 BIEN PÚBLICO E INSTITUCIONAL

Piezas creadas para campañas institucionales, gubernamentales, fundaciones, ONG y causas sociales.

H HEALTH & WELLNESS

3 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad en ideas que promuevan la salud y el bienestar integral de las personas. Se valorarán las campañas que eduquen, sensibilicen o generen un impacto positivo en la salud física, mental y social, fomentando un consumo responsable y estilos de vida saludables.

H.1 PREVENCIÓN & BIENESTAR INTEGRAL

Ideas orientadas a la educación y promoción de hábitos saludables, prevención de enfermedades y cuidado proactivo de la salud física y mental. Incluye enfoques de bienestar integral más allá del mensaje médico tradicional, como el equilibrio emocional, el descanso y la vida consciente.

H.2 SALUD & TRATAMIENTOS

Ideas relacionadas con servicios médicos, salud mental, tratamientos, medicamentos, clínicas, hospitales u otros actores del sector salud.

H.3 DONACIÓN & APOYO

Ideas que impulsen la donación de órganos, sangre o recursos, así como aquellas que brinden apoyo a pacientes, comunidades o causas vinculadas al cuidado de la salud.

I MEDIA

3 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad en el uso estratégico de los medios para amplificar el mensaje de una marca. Se valorará la innovación en la forma de utilizar plataformas tradicionales, digitales o emergentes para generar impacto cultural, comercial o social.

I.1 INNOVACIÓN EN MEDIOS TRADICIONALES

Ideas que transforman o resignifican el uso de medios convencionales como televisión, radio, prensa, vía pública u otros formatos tradicionales.

I.2 INNOVACIÓN EN MEDIOS DIGITALES & REDES SOCIALES

Estrategias que aprovechan de manera innovadora plataformas digitales y redes sociales para conectar con las audiencias y generar interacción.

I.3 NUEVOS MEDIOS

Propuestas que utilizan canales no convencionales, plataformas emergentes o incluso medios nunca antes utilizados o descubiertos, convirtiéndolos en un vehículo principal de comunicación para la marca.

J DIRECT

2 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad orientada a generar respuesta inmediata y construir relaciones sólidas con audiencias específicas. Se valorará la efectividad de las ideas para activar un call to action claro, medible y relevante, conectando de manera directa con el público objetivo.

J.1 POR FORMATOS

Piezas en las que la respuesta se logra principalmente gracias al uso innovador del formato o medio empleado.

J.2 POR AUDIENCIAS

Piezas en las que la respuesta se genera a partir de la segmentación, personalización o conexión directa con una audiencia determinada.

K GRAN CAMPAÑA

SIN SUBCATEGORÍAS

Reconoce la excelencia creativa y estratégica de una campaña 360°, concebida desde una idea central que se despliega de forma integral en múltiples medios y puntos de contacto. Para ser admitida, la campaña deberá incluir de forma obligatoria comerciales de TV y, al menos, otros dos touchpoints clave que refuercen la comunicación integral de la marca (digital, vía pública, radio u otros). En esta categoría no existen subcategorías: se premia a la campaña en su conjunto, valorando la claridad de la idea, la cohesión entre medios, la innovación en la ejecución y el impacto logrado.

L FOR GOOD

3 SUBCATEGORÍAS

Premia las ideas que impulsan un cambio positivo en la sociedad. Se reconocerán aquellas campañas que, desde la creatividad, buscan transformar realidades, fomentar la inclusión, proteger el ambiente o apoyar causas sociales.

L.1 INCLUSIÓN

Campañas que promueven la diversidad, la equidad y la inclusión en todas sus formas, generando representaciones justas y espacios más accesibles.

L.2 AMBIENTE

Ideas enfocadas en la protección y preservación del medio ambiente, la sostenibilidad y el consumo responsable.

L.3 CAUSA SOCIAL

Campañas que apoyan causas de impacto social, como justicia, salud, educación, seguridad, derechos humanos y desarrollo comunitario.

M CREATIVE DATA

SIN SUBCATEGORÍAS

Premia las ideas en las que los datos son el origen del concepto creativo, y no solo un soporte de la ejecución o una validación posterior. Se valorará cómo los datos —first-party, zero-party, open data, contextuales o generados por la interacción— permiten descubrir insights relevantes, personalizar mensajes, optimizar el uso de medios y aportar evidencia de su impacto como respaldo de la idea, no como criterio principal. Se valorará también el uso ético y responsable de los datos y el respeto a la privacidad de las personas.

N CULTURE & CONTEXT: ECUATORIANIDAD

SIN SUBCATEGORÍAS

Premia las ideas que realzan, utilizan y promueven aspectos propios del Ecuador, su gente y su cultura. Se reconocerán campañas e ideas que logren reflejar de manera auténtica los valores, costumbres, expresiones y particularidades que hacen única a la identidad ecuatoriana, conectando con orgullo y pertinencia cultural.

O REDES SOCIALES & INFLUENCER

3 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad en ideas concebidas para plataformas sociales y en colaboraciones con creadores de contenido o influencers. Se valorará el ingenio con el que las marcas aprovechan las dinámicas propias de las redes sociales y el poder de los creadores para conectar de manera auténtica con las audiencias.

O.1 RED SOCIAL ESPECÍFICA

Campañas o piezas desarrolladas para una plataforma concreta, aprovechando creativamente sus herramientas, formatos y estilo de comunicación.

O.2 MULTI-REDES

Ideas que logran integrarse de forma coherente y estratégica en varias redes sociales a la vez, ampliando el alcance y la interacción con la audiencia.

O.3 INFLUENCER / CREADOR

Colaboraciones o proyectos liderados por influencers o creadores de contenido, donde su participación es central para el mensaje y la activación, y contribuye a la construcción de comunidad.

P ENTRETENIMIENTO

2 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad en ideas que conectan con los territorios culturales y de ocio que más apasionan a las personas. Se valorará cómo las marcas logran integrarse de manera auténtica en experiencias que generen emoción, identidad y sentido de pertenencia.

P.1 JUEGOS

Campañas y experiencias vinculadas al gaming, e-sports, juegos de mesa o dinámicas lúdicas que refuercen la conexión de la marca con los consumidores.

P.2 MÚSICA

Ideas que utilizan la música como motor creativo, a través de colaboraciones con artistas, festivales, branding sonoro o contenidos musicales originales.

Q DEPORTES

3 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad en ideas que se apoyan en el deporte —profesional, amateur o comunitario— como territorio cultural y de conexión con las personas. Se valorará cómo las marcas logran integrarse de manera auténtica en experiencias deportivas que generen emoción, identidad, orgullo y sentido de pertenencia, potenciando su impacto en la sociedad y en la cultura popular.

Q.1 GRANDES EVENTOS DEPORTIVOS

Ideas desarrolladas alrededor de los principales acontecimientos deportivos del año, como mundiales, Juegos Olímpicos, Copa América, torneos continentales, finales y otros eventos de gran relevancia nacional o internacional. No es necesario ser patrocinador oficial del evento para participar.

Q.2 FANS & CULTURA DEPORTIVA

Ideas que nacen de los códigos, rituales, rivalidades, supersticiones, comportamientos y pasiones de los aficionados, utilizando la cultura que existe alrededor del deporte como parte central de la idea.

Q.3 EQUIPOS, ATLETAS & PATROCINIOS

Ideas desarrolladas junto a deportistas, clubes, selecciones, ligas o propiedades deportivas, incluyendo activaciones y usos creativos de patrocinios que amplifiquen la relación entre una marca y el deporte.

R INTELIGENCIA ARTIFICIAL

3 SUBCATEGORÍAS

Premia la creatividad en ideas y ejecuciones que utilizan inteligencia artificial como una herramienta fundamental para su desarrollo. Se valorará cómo la IA potencia la idea, abre nuevas posibilidades creativas o permite crear experiencias y contenidos que no serían posibles de la misma manera sin esta tecnología.

R.1 PRINT

Piezas gráficas o impresas creadas total o parcialmente mediante inteligencia artificial, donde su uso sea relevante en el proceso creativo o en la ejecución final.

R.2 FILM

Piezas audiovisuales creadas total o parcialmente mediante inteligencia artificial, incluyendo generación o transformación de imágenes, video, animación, voces u otros elementos audiovisuales.

R.3 IDEA DE IA

Ideas, campañas, productos o experiencias en las que la inteligencia artificial sea un elemento central del concepto o de su funcionamiento, y no únicamente una herramienta utilizada para producir las piezas.

S CRAFT

5 SUBCATEGORÍAS

Premia la excelencia en la ejecución técnica y artística de las ideas. Se reconocerán aquellas piezas donde el detalle, la calidad de producción y la maestría en la ejecución potencien el impacto creativo.

S.1 FILM

Reconoce la impecable ejecución en producción audiovisual, incluyendo cinematografía, dirección de arte, edición, montaje, iluminación, composición y otros recursos técnicos aplicados al film.

S.2 GRÁFICA

Se premia la impecable ejecución del diseño, evaluando composición, dirección de arte, uso de tipografía como un apoyo de comunicación al momento de informar valores distintivos de marca, contemplando aplicaciones como Logo, Corporate & Identity, Poster, Book y otras piezas que se ajusten a la categoría.

S.3 AUDIO

Premia la calidad en la creación y diseño sonoro: grabación, mezcla, edición, composición musical original, audio branding y demás técnicas que aporten al impacto de la pieza.

S.4 DIGITAL

Reconoce la excelencia en ejecución digital, destacando la integración entre diseño, desarrollo tecnológico y experiencia de usuario en entornos como web, mobile, redes sociales o plataformas interactivas.

S.5 INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Premia la excelencia técnica y artística en ejecuciones realizadas total o parcialmente mediante inteligencia artificial, valorando el dominio de estas herramientas, la calidad del resultado y su aporte a la materialización de la idea.

05 VALORES DE INSCRIPCIÓN

	PRIMER CIERRE **18 DE OCTUBRE DE 2026**	SEGUNDO CIERRE **25 DE OCTUBRE DE 2026**	TERCER CIERRE **4 DE NOVIEMBRE DE 2026** hasta las 20h00
CATEGORÍAS A a R Pieza individual	**$200**	**$230**	**$270**
CATEGORÍAS A a R Gran Campaña	**$250**	**$300**	**$350**
CATEGORÍA S (CRAFT) Pieza individual	**$180**	**$200**	**$220**

06 RECEPCIÓN DE INSCRIPCIONES

Las inscripciones deben subirse a través del sistema de inscripción online **elcondor.kingpin.com.ar** que cuenta con un link directo en la página **www.elcondor.ec**, donde deberán registrarse como usuarios y continuar los pasos que el sistema informará para concretar la inscripción.

Por sistema se aceptará 1 archivo por inscripción, ya que son inscripciones individuales. Los formatos de archivos que se aceptan para cada categoría son:

A	FILM	VIDEO
B	RADIO & AUDIO	AUDIO · VIDEO · URL
C	EXPERIENCIA DE MARCA & ACTIVACIÓN	VIDEO · GRÁFICA · URL
D	PR	VIDEO · GRÁFICA · URL
E	PRINT & PUBLISHING	GRÁFICA · VIDEO · URL
F	DESIGN	VIDEO · GRÁFICA · URL
G	OUTDOOR	VIDEO · GRÁFICA · URL
H	HEALTH & WELLNESS	VIDEO · GRÁFICA · AUDIO · URL
I	MEDIA	VIDEO · GRÁFICA · AUDIO · URL
J	DIRECT	VIDEO · GRÁFICA · URL
K	GRAN CAMPAÑA	VIDEO · AUDIO · GRÁFICA · URL
L	FOR GOOD	VIDEO · GRÁFICA · URL
M	CREATIVE DATA	VIDEO · GRÁFICA · URL
N	CULTURE & CONTEXT	VIDEO · AUDIO · GRÁFICA · URL
O	REDES SOCIALES & INFLUENCER	VIDEO · GRÁFICA · URL
P	ENTRETENIMIENTO	VIDEO · GRÁFICA · URL
Q	DEPORTES	VIDEO · GRÁFICA · URL
R	INTELIGENCIA ARTIFICIAL	VIDEO · GRÁFICA · URL
S	CRAFT	VIDEO · GRÁFICA · AUDIO · URL

07 FORMATOS PARA INSCRIPCIONES

La calidad técnica de los archivos enviados es responsabilidad de los participantes. EL CÓNDOR no está obligado a controlar la calidad de origen de los archivos enviados; sin perjuicio de ello, realiza esfuerzos razonables para chequear y clasificar los archivos cuando fueron enviados dentro de los plazos de inscripción originalmente establecidos. En caso de tener algún problema técnico, EL CÓNDOR podrá notificar al participante y recomendar su corrección.

VIDEO

Enviar los videos en formato 720p o 1080p en códec H.264, no más de 8 Mbps, en contenedores .mpg / .mov / .mp4.

VIDEO CASO	Es un cortometraje que explica su trabajo. El contenido debe contener el resumen, la ejecución y los resultados. Este video podrá hacerse público después de que termine el Festival. El video debe tener una duración máxima de 4 minutos.
VIDEO PUBLICITARIO	El video debe ser el original, exactamente como se emitió; no debe tener información adicional. Recomendamos que cada pieza no supere los 2 minutos, a excepción de la categoría GRAN CAMPAÑA, que podrá durar hasta 3 minutos.
VIDEO DE DEMOSTRACIÓN O EVIDENCIA	Suele ser una grabación de la activación o del entorno para mostrar los elementos reales de su trabajo, pero todo depende de la categoría en la que esté participando su caso o producto. Las piezas de demostración deben tener una duración máxima de 3 minutos.

GRÁFICA

Cada pieza requiere un archivo .jpg; en su formato, el lado más corto debe tener por lo menos 1800 px de largo y ningún lado puede superar los 5000 px.

BOARD	Este material es una representación visual de su trabajo. Se solicita que esta pieza sea una combinación de imágenes y un texto descriptivo, el mismo no podrá pasar las 100 palabras y tratará de resumir la ejecución y los resultados de su trabajo. Especificaciones: el archivo debe ser un jpg; en su formato, el lado más corto debe tener por lo menos 1800 px de largo y ningún lado puede superar los 5000 px.
EVIDENCIA DIGITAL	Esta versión digital del anuncio tiene que evidenciar la ejecución original, demostrando cómo funcionó exactamente. Especificaciones: el archivo debe ser un jpg; en su formato, el lado más corto debe tener por lo menos 1800 px de largo y ningún lado puede superar los 5000 px.

AUDIO

Se enviará un archivo en formato MP3, 44.1 kHz, 16 bits estéreo, de 128 kbps o más. Los comerciales deben tener una duración máxima de 2 minutos cada uno.

URLS

Su URL debe estar accesible en línea hasta el **29 de diciembre de 2026**. Tome en cuenta que las URL deben comenzar con "http://" o "https://", y preferiblemente no contengan un nombre de usuario ni una contraseña.

URL DE CONTENIDO	Es un enlace directo a su ejecución digital, sitio web, micrositio, página de descarga de aplicaciones o página de redes sociales.
URL DEL VIDEO	Enlace directo donde se emitió el video digital.

08 PAGOS

Los pagos de inscripciones deben realizarse en la misma plataforma digital de inscripción a través de las tarjetas de crédito aceptadas. Para cualquier caso específico, contactarse con AEAP (Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad), a los teléfonos 04 2374709 o al correo **aeapgye@interactive.net.ec**.

09 CONTACTOS PARA INFORMACIÓN

REGLAMENTOS E INSCRIPCIONES
info@elcondor.ec

PAGOS
aeapgye@interactive.net.ec

PAGOS · CON COPIA A
pagos@elcondor.ec

CÓNDOR 2026 · PARTE 2

TÉRMINOS Y CONDICIONES

PARA INSCRIBIRSE AL FESTIVAL

01 REGLAS GENERALES

1.1 El Festival EL CÓNDOR es propiedad de la ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD (AEAP).

1.2 Al inscribirse para el Festival, las Compañías que se inscriben acuerdan cumplir y estar sujetas a las Reglas. AEAP tiene la absoluta discreción de enmendar ocasionalmente las Reglas y la versión aplicable de las mismas, tal como se publica en la siguiente página web: www.elcondor.ec

1.3 AEAP puede, a su absoluta discreción y en cualquier momento, rehusar permitir la entrada al Festival o retirar una inscripción del Festival a aquellas inscripciones que:

a) Violen leyes, regulaciones o códigos de práctica reconocidos por la industria.

b) Ofendan los sentimientos nacionales, religiosos o el gusto público.

c) Se procederá a la eliminación de una pieza si se comprobara que, pese a cumplir con el periodo de elegibilidad (1 de noviembre de 2025 al 31 de octubre de 2026), ya fue inscrita en una edición anterior del Festival El Cóndor.

d) En cualquier otra forma contradiga las reglas y el espíritu de los Principios Guía del Festival EL CÓNDOR.

1.4 AEAP se compromete a comerciar legalmente y respetar todas las leyes.

1.5 Las siguientes palabras y expresiones tienen los siguientes significados:

a) **AEAP** significará la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad, organización que a su sola discreción administra el Festival.

b) **Categoría** hará referencia a un segmento general de comunicación o craft, que agrupa piezas o campañas afines al mismo.

c) **Compañía Participante** significará la compañía que presenta una inscripción para consideración en el Festival. En el caso de que una inscripción esté seleccionada para que gane un Cóndor o reconocimiento, la Compañía Participante es la entidad que recibe cualquier trofeo o certificado otorgado en los Premios EL CÓNDOR.

d) **Inscripción** significará el trabajo presentado por una Compañía Participante para ser considerado en el Festival.

e) **Pago de Inscripciones**, el registro de pago físico o en línea que se requiere para el proceso de presentación.

f) **Cuota de Inscripción** significará el monto pagado por la Compañía Participante a la ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD, al momento de la inscripción al Festival.

g) **Festival** significará EL CÓNDOR Festival Ecuatoriano de Creatividad.

h) **Reglas** significará: estos términos y condiciones del Festival; las reglas generales; las reglas específicas para cada premio; las reglas para los premios especiales; las reglas para la inscripción; la política oficial sobre inscripciones inelegibles; como se enmienden ocasionalmente y se publique en www.elcondor.ec

i) **Restricción** significará aquellos límites de ejercicio de acuerdo con los propósitos del Festival en relación con una inscripción específica.

02 DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL: TRATAMIENTO, USO Y PUBLICACIÓN DE LAS INSCRIPCIONES

2.1 Cuando una compañía participante presenta una inscripción para ser considerada en el Festival, la compañía participante le garantiza a AEAP que lo hace en total cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual que subsisten en la inscripción, incluyendo como sigue:

a) La compañía participante tiene el derecho legal de presentar la participación en el Festival.

b) El ejercicio por parte de AEAP o su agente autorizado, para los propósitos del Festival, no infringirá los derechos de cualquier tercero ni incumplirá cualquier ley aplicable.

2.2 La compañía participante le da a AEAP el derecho de usar el material inscrito para propósitos del Festival y su promoción.

2.3 De ser necesario, la compañía participante hará los esfuerzos razonables para asegurar que AEAP pueda ejercer los propósitos del Festival sin restricción. En este contexto, los esfuerzos razonables:

a) Incluirán que la compañía participante haga esfuerzos para hacer que los terceros aplicables acuerden permitir a AEAP utilizar el material inscrito para los propósitos del Festival; y

b) No requerirán que la compañía participante gaste dinero a fin de obtener permisos para que AEAP ejerza los propósitos del Festival.

2.4 Sus datos personales serán usados por AEAP para procesar la participación, contactar para preguntas y anunciar y promocionar los ganadores.

2.5 Los "Propósitos del Festival", que la AEAP puede, pero no estará obligada a cumplir, son los siguientes:

a) Proyectar o publicar todos los materiales presentados en el Festival, incluyendo participaciones en presentaciones públicas o privadas, de tal manera y forma como AEAP razonablemente lo considere adecuado;

b) Reproducir todos los materiales presentados al Festival EL CÓNDOR;

c) Permitir que terceros usen, directa o indirectamente, cualquier material presentado al Festival para el propósito de promover el Festival; y

d) Reproducir cualquier participación en una colección o productos de donde el material pueda ser ofrecido para venta en cualquier lugar del mundo. Tal colección, ni cualquier extracto de la misma, no puede ser copiada, comercializada o vendida por cualquier organización que no sea la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad (AEAP) o cualquier organización autorizada por la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad (AEAP) para hacerlo.

2.6 Los Propósitos del Festival que se estipulan arriba no incluirán alguna acción que pueda violar:

a) Alguna ley aplicable; o

b) Cualquier restricción puesta en el uso de la Participación por su dueño legal, licenciatario autorizado o tercero cuya propiedad se incluye dentro de tal material, donde tal restricción se notifica y divulga a AEAP por la Compañía Participante.

2.7 La Compañía Participante notificará a AEAP por escrito (incluyendo por e-mail) de cualquier restricción tan pronto como sea razonablemente práctico al conocer la misma.

2.8 En el caso de alguna acción legal que se inicie contra AEAP, como resultado de su ejercicio de los propósitos del Festival y/o en relación con una participación, entonces, sin perjuicio de otros derechos o recursos legales disponibles para AEAP, la Compañía Participante deberá inmediatamente ayudar a AEAP en el manejo de la demanda, incluyendo, pero no limitado a, proporcionar toda la documentación que establezca la propiedad de los derechos en la Participación.

03 ADMINISTRACIÓN DEL FESTIVAL

3.1 AEAP puede realizar cambios en cualquier momento a las categorías del Festival donde crea que tales cambios sean necesarios para asegurar que todo el trabajo se exhiba de mejor manera. Las compañías participantes recibirán información si se hacen cambios de categoría.

3.2 AEAP puede en cualquier momento requerir detalles de confirmación por escrito del cliente o cualquier otra información adicional que se necesite para verificar la autenticidad de un trabajo.

04 EFECTO DE NO CUMPLIR CON LAS REGLAS

4.1 AEAP tendrá el derecho de determinar, a su absoluta discreción, cualquier incumplimiento con cualquier regla. En el caso de establecer un incumplimiento, AEAP tendrá el derecho de descalificar la respectiva inscripción.

4.2 Cuando AEAP juzgue que cualquier compañía participante haya deliberadamente y con conocimiento contravenido las reglas, podrá prohibir que esas compañías participantes entren al Festival por cualquier período de tiempo, como se juzgue conveniente a su absoluta discreción.

4.3 Las decisiones de AEAP en todos los asuntos que se relacionen con el Festival (incluyendo en relación con determinar el no cumplimiento con las reglas de una compañía participante) serán finales y vinculantes.

05 PROCEDIMIENTOS DE QUEJAS

5.1 En el caso de una queja referente a cualquier inscrito ganador o preseleccionado, o el otorgamiento de un Premio Especial, AEAP puede, a su discreción, optar por realizar una investigación de la queja. Si AEAP opta por realizar una investigación sobre cualquier queja, las Compañías Participantes deben cooperar completamente con AEAP en relación con esa investigación, incluyendo proporcionarle cualquier información que sea requerida.

5.2 Si AEAP declara ha lugar la queja como para establecer que el ganador o preseleccionado de cualquier inscrito fue injusto o incorrecto, AEAP retirará la respectiva inscripción o premio, de ser aplicable.

06 VARIOS

6.1 En el caso de un ganador, cualquier arancel, tasas o cargos acumulados por el transporte del trofeo serán cubiertos por el receptor, no por AEAP.

6.2 El trofeo EL CÓNDOR es de propiedad intelectual, incluyendo derecho de autor, derechos de diseño y derechos de marca de la ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD, quien tiene el derecho exclusivo y no limitado de reproducir, fabricar, copiar y vender el trofeo EL CÓNDOR en cualquier tamaño o medio, y para distribuir o explotar el diseño de EL CÓNDOR o las reproducciones del mismo mediante regalo, venta, renta o licencia. No se puede hacer reproducción, réplica u otra copia del trofeo EL CÓNDOR por parte de cualquier fabricante, publicista, organizador o persona, a menos que tenga un consentimiento expreso escrito previo o licencia de la ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD (AEAP).

6.3 Todas las inscripciones y sus subsiguientes presentaciones, muestras, exhibiciones por AEAP deben ser consideradas para el propósito de crítica y revisión únicamente, y no constituyen ninguna recomendación, respaldo o promoción de los productos o servicios presentados en las mismas por parte de AEAP. Las subsiguientes presentaciones, muestras o exhibiciones no representan los puntos de vista u opiniones de AEAP.

6.4 AEAP no asume ninguna responsabilidad o cuidado de cualquier clase con respecto a cualquier presentación, muestra o exhibición, o cualquier producto o servicio al que se refieran en cualquier futura presentación, muestra o exhibición.

07 ACUERDO TOTAL

7.1 Cada Compañía Participante confirma y acuerda que las Reglas constituyen el total y único acuerdo entre la Compañía Participante y AEAP. Ninguna Compañía Participante depende ni ha dependido de cualquier otra representación, garantía, declaración, afirmación, seguridad, pacto, acuerdo o entendimiento que, de existir, tuviese un efecto diferente de lo establecido de manera expresa y definitiva en las Reglas.

08 VARIACIÓN

8.1 AEAP tiene el derecho de variar unilateralmente las Reglas, en cuyo caso tal variación tendrá efecto a partir de la fecha de publicación en la siguiente página web: www.elcondor.ec.

09 RESPONSABILIDAD

9.1 Si cualquier disposición de las Reglas es o se convierte en no válida, ilegal o no exigible en cualquier respecto, la validez, legalidad y exigibilidad de cualquier otra disposición no se verá afectada u obstaculizada en forma alguna.

9.2 AEAP no acepta responsabilidad alguna por cualquier daño, pérdida, lesión o decepción que sufra cualquier Compañía Participante.

9.3 La responsabilidad de AEAP hacia cualquier Compañía Participante, sea por contrato o daños (incluyendo negligencia), estará limitada al monto de la cuota de inscripción. Para evitar dudas, AEAP no será responsable ante cualquier Compañía Participante por cualquier daño indirecto, consecuencial o especial que surja de o en conexión con las Reglas, ni por cualquier lucro cesante o comercial.

10 LEY QUE RIGE Y JURISDICCIÓN

10.1 Las Reglas serán regidas e interpretadas de conformidad con la ley ecuatoriana, y las partes se someten a la exclusiva jurisdicción de las cortes ecuatorianas.

10.2 En el caso de cualquier disputa, controversia o demanda entre una Compañía Participante y AEAP, que surja de o esté relacionada con las Reglas, incluyendo sin limitación respecto de su existencia, validez o terminación, las partes deberán primero buscar solución de dicha disputa de conformidad con el siguiente procedimiento:

a) Cualquier parte que alegue una disputa le enviará a la otra parte una notificación escrita indicando los detalles materiales de la disputa ("Notificación de Disputa"), la misma que debe indicar que se envía de conformidad con esta Cláusula; y

b) Posteriormente, las partes harán todos los esfuerzos razonables para resolver la disputa mediante negociaciones de buena fe entre ellos, por un período de cuatro semanas a partir de la fecha en que se juzga que la Notificación de la Disputa ha sido dada.

CÓNDOR 2026 · PARTE 3

POLÍTICA OFICIAL

SOBRE INSCRIPCIONES INELEGIBLES

01 INTRODUCCIÓN

1.1 El Premio EL CÓNDOR representa lo mejor en visión creativa y logro, y continuamente nos esforzamos para proteger el espíritu y la pureza del Premio EL CÓNDOR.

1.2 El rol del Festival es fijar comparaciones para creatividad en comunicaciones, celebrar la creatividad y premiar a la industria por trabajo creativo sobresaliente.

02 ¿QUÉ ES TRABAJO ELEGIBLE?

2.1 A fin de que un trabajo sea elegible para inscripción en el Festival, la compañía participante debe estar en condición de satisfacer las siguientes condiciones:

a) El trabajo debe haber sido creado dentro del contexto de un contrato de paga normal con un cliente, excepto en el caso de autopromoción y organizaciones sin fines de lucro. En el caso de organizaciones sin fines de lucro, el cliente debe haber aprobado la implementación en medios y la producción.

b) El trabajo debe inscribirse exactamente como fue publicado, transmitido o implementado y no debe haber sido modificado para ser inscrito en el Festival.

c) El trabajo fue aprobado por el cliente.

2.2 Las inscripciones se juzgarán inelegibles y AEAP por lo tanto las retirará del Festival si incumplen cualquiera de las Reglas para la inscripción.

03 ¿CÓMO REVISAMOS ESTO?

3.1 Las Compañías Participantes deben incluir con cada registro detalles completos del cliente, incluyendo nombre, posición y detalles completos de contacto. Además, un funcionario superior de la compañía participante (por ejemplo, el DG, Gerente o Presidente) debe autorizar la inscripción.

3.2 AEAP se reserva el derecho de hacer su propia revisión que: (i) el presunto cliente de la inscripción es legítimo y (ii) que el producto mostrado en la inscripción corresponde al portafolio correcto.

3.3 Además, durante el proceso de juzgamiento de EL CÓNDOR, los jueces pueden hacer preguntas a AEAP (incluyendo con respecto a programación de medios o autorización del cliente). Las Compañías Participantes deben proporcionarle a AEAP cualquier información que se solicite en este respecto.

04 ¿QUÉ SUCEDE CON INSCRIPCIONES INELEGIBLES?

4.1 Si un trabajo o inscripción es cuestionado, AEAP solicitará aclaración o información adicional de la respectiva Compañía Participante.

4.2 Si la Compañía Participante no proporciona la información solicitada, o si en la absoluta discreción de AEAP se determina que la Compañía Participante no ha proporcionado evidencia adecuada, AEAP retirará la inscripción o CÓNDOR (como sea aplicable).

05 DEFINICIONES

5.1 Cuando no se indique aquí, los términos en mayúscula en esta Política Oficial tendrán el significado que se les dé en los Términos y Condiciones del Festival. Para facilidad de lectura, algunas definiciones se repiten en la sección de la Política Oficial se reproducen a continuación:

a) **Premios EL CÓNDOR** significará aquellos premios que son determinados por el jurado y otorgados durante el Festival.

b) **Premios Especiales** significarán los premios que se ganan por cálculo de puntos otorgados por el jurado. El método de cálculo de puntos se especifica en estas Reglas para Premios Especiales.

c) **Compañía Participante** significará la compañía que presenta una inscripción para ser considerada en el Festival. En el caso de que una inscripción sea preseleccionada o gane un CÓNDOR, la Compañía Participante es la entidad que recibe cualquier trofeo o certificados otorgados en los Premios EL CÓNDOR.

d) **Inscripción** significará el trabajo presentado por una Compañía Participante para ser considerado en el Festival.

e) **Festival** significará EL CÓNDOR FESTIVAL ECUATORIANO DE CREATIVIDAD, que es organizado, administrado y gerenciado por AEAP y que comprende: (i) el Premio CÓNDOR y (ii) premios especiales CÓNDOR.

f) **CÓNDOR** significará aquellos premios CÓNDOR dados a una Compañía Participante como resultado de una inscripción ganadora de una categoría o sección dentro de los Premios EL CÓNDOR. Las referencias a tipos del premio CÓNDOR (p. ej., CÓNDOR DE ORO, CÓNDOR DE PLATA) son referencias a las clasificaciones específicas de los Premios CÓNDOR.

g) **Reglas** significará aquellas reglas que rigen el Festival y por las cuales las Compañías Participantes acuerdan estar regidas y que comprenden: (1) las Reglas para Premios Especiales; (2) las Reglas para cada CÓNDOR; (3) las Reglas Generales; (4) las Reglas para Inscribirse; (5) los Términos y Condiciones del Festival; (6) la Política de Reembolsos/Cancelaciones; y (7) esta Política Oficial sobre Inscripciones Inelegibles.

CÓNDOR 2026 · PARTE 4

POLÍTICA DE REEMBOLSOS

Y CANCELACIONES

01 INTRODUCCIÓN

1.1 Esta Política de Reembolsos/Cancelaciones, que es parte de las Reglas que rigen el Festival, estipula las circunstancias en las cuales una Compañía Participante puede retirar su participación del Festival.

1.2 Esta Política de Reembolsos/Cancelaciones debe leerse en conjunto con todas las otras Reglas (la totalidad de las cuales pueden encontrarse).

02 ¿CÓMO RETIRAR LAS INSCRIPCIONES?

2.1 Las Compañías Participantes pueden notificar a AEAP de su deseo de retirar sus inscripciones usando los siguientes métodos únicamente: por correo electrónico a **info@elcondor.ec**

2.2 AEAP se reserva el derecho de no considerar cualquier otra forma de notificación sobre el deseo de una Compañía Participante de retirar sus inscripciones.

03 RETIROS ANTES DEL 4 DE NOVIEMBRE DE 2026: REEMBOLSO DE CUOTA DE INSCRIPCIÓN

3.1 Si una Compañía Participante retira sus inscripciones antes del **4 de noviembre de 2026** por cualquier razón, AEAP reembolsará la Cuota de Inscripción pagada, menos un honorario de procesamiento de **$50,00**. El reembolso se realizará después del Festival EL CÓNDOR 2026, previa solicitud enviada a aeapgye@interactive.net.ec.

3.2 Si AEAP retira una inscripción antes del **25 de noviembre de 2026** por las razones estipuladas en la Sección 6, la Compañía Participante no recibirá ningún reembolso.

-

04 RETIROS DESPUÉS DEL 4 DE NOVIEMBRE DE 2026: NO REEMBOLSO DE CUOTA DE INSCRIPCIÓN

4.1 Si una Compañía Participante retira su inscripción después del **4 de noviembre de 2026**, no recibirá ningún reembolso de la Cuota de Inscripción por la razón que fuere.

05 CAMBIOS DE CATEGORÍA / SECCIÓN

5.1 Las Compañías Participantes podrán cambiar la Categoría o Sección en la que ha sido inscrita su participación hasta el **4 de noviembre de 2026**, sin costo adicional.

5.2 En el caso de que una Compañía Participante requiera un cambio de Categoría o Sección, la Compañía Participante será requerida para pagar cualquier monto adicional respecto de cualquier diferencia de precio entre la Cuota de Inscripción pagada para la Categoría o Sección original y la nueva Categoría o Sección.

06 ELIMINACIONES POR PARTE DE AEAP: NINGÚN REEMBOLSO

6.1 Las Compañías Participantes deben cumplir con todas las Reglas. AEAP no proporcionará ningún reembolso a cualquier Compañía Participante cuya inscripción no cumpla con las Reglas (incluyendo, para evitar las dudas, las reglas establecidas en las condiciones para elegibilidad de una inscripción).

6.2 AEAP no hará ningún reembolso cuando una inscripción es inelegible y por lo tanto es eliminada por AEAP, incluyendo por razón de:

a) El trabajo ha sido transmitido fuera de las fechas de elegibilidad;

b) El trabajo no ha sido nunca transmitido públicamente;

c) El trabajo ha sido inscrito en un año anterior en los Premios EL CÓNDOR;

d) La Compañía Participante no ha recibido permiso del respectivo cliente antes de la presentación de la inscripción; o

e) Falta de autorización para inscribir el trabajo.

6.3 AEAP puede eliminar una inscripción sin reembolso alguno a la Compañía Participante si:

a) AEAP juzga a su absoluta discreción que la inscripción es ofensiva o culturalmente insensible;

b) El trabajo que constituye la inscripción fue prohibido o retirado de transmisión;

c) A la inscripción le faltan los medios/resultados/información requerida y la Compañía Participante rehúsa proporcionar la información dentro de un período de tiempo razonable (siendo el período razonable de tiempo a ser determinado en absoluta discreción por AEAP).

07 RETIROS QUE RECIBIRÁN UN CRÉDITO PARA LOS PREMIOS EL CÓNDOR 2026

7.1 En el caso de que AEAP reciba inscripciones en la misma Categoría o Sección de los Premios EL CÓNDOR de diferentes compañías participantes (por ej.: si la compañía productora inscribe el mismo trabajo que una agencia ya ha presentado), la cuota de inscripción pagada por la segunda compañía participante (esto es, la compañía participante que presenta su inscripción en duplicado) puede ser usada por la compañía participante para: (i) mover el trabajo a otra Sección o Categoría, (ii) inscribir un nuevo trabajo en su lugar o (iii) recibir una nota de crédito para los Premios EL CÓNDOR 2026.

COMITÉ ORGANIZADOR
CÓNDOR 2026

CÓNDOR | EL UNIVERSO CANNES LIONS Official Festival Representative