



Los POPAI Awards nacieron en EE.UU. en 1959 con el objeto de que cada año se reconozca y se premie la excelencia en retail marketing.

Desde entonces tanto las marcas como el retail evolucionaron de manera radical en el valor de las ejecuciones de punto de venta , y Shop! Association influyó en ese camino de cambio.

Nuevas referencias para evaluar la creatividad y la la ejecución. Nuevos criterios sobre los entrees para responder a las nuevas exigencias de marcas, retailers y compradores.

Los Premios POPAI Argentina nacieron en 2004, dando inicio a una nueva etapa en el desarrollo de estrategias de punto de venta en la Región.

Después de un período en donde el retail se han transformado como ninguna otra industria en el planeta, los Premios POPAI Shop Argentina vuelven celebran y premian los mejores casos de retail marketing, para un shopper y un mercado en plena evolución.

**Bienvenido a los Premios POPAI Shop Argentina 2022!**

# REGLAMENTO

## FECHAS Y ARANCELES

1. El concurso queda abierto el día 1 de Noviembre y cerrará el día 22 de Noviembre de 2022 a las 23:59 hs. De ser necesario y justificado modificarlo, se comunicará oportunamente.
2. Para concursar, cada caso requerirá una presentación a la que llamamos "entry". Por cada entry se deberá tener cancelado el pago de un Arancel, a saber:

	MIEMBROS	NO-MIEMBROS
Hasta del 9/11	\$ 40.000.-	\$ 60.000.-
Desde el 1/10 al cierre	\$ 48.000.-	\$ 67.000.-
Caso especial Categoría "Mundial"	Ver "Categorías" Nro 34	

3. Si el concursante decidiese cancelar un entry antes del comienzo de Jurado, se reintegrará el 50% de las sumas abonadas conservando el saldo en concepto de gastos operativos. Si el concursante decide retirar de concurso después de sustanciado el Jurado, o el concurso de un entry se viese frustrado por cualquier razón ajena a la responsabilidad de POPAI Shop Argentina, el arancel pagado no tendrá reembolso.

## CONDICIONES GENERALES PARA PARTICIPAR

4. El mero hecho de participar de este Certamen implica el reconocimiento inexcusable del concursante de haber leído y ACEPTADO íntegramente las disposiciones de este Reglamento.
5. Podrán participar las piezas o campañas que hayan sido ejecutadas efectivamente **entre el 18 de Octubre de 2018 y el 22 de Noviembre de 2022**. A EXCEPCIÓN de las que hayan participado en el Certamen 2021, independientemente del resultado.
6. Pueden participar del Certamen cualquiera de las empresas que hayan intervenido en la creación, desarrollo o ejecución de piezas o campañas, tanto sean Marcas; Retailers; Proveedores/fabricantes; Agencias de compras y Agencias creativas. Empresas de logística y ejecución pueden participar exclusivamente en categorías relacionadas a esa actividad.
7. **PUEDEN CONCURSAR** Casos reales, comercializados a un cliente/usuario, y efectivamente ejecutados en puntos de venta reales del mercado.
8. **NO PUEDEN CONCURSAR** las muestras, modelos, prototipos, unidades de prueba, proyectos no ejecutados, y casos que ya hayan concursado en ediciones anteriores del Premio POPAI Shop Argentina independientemente del resultado.
9. La presentación de un entry supone **la autorización de la marca-cliente y/o la compañía dueña del proyecto concursante**, así como el de diseñadores, creativos, compradores intermediarios, agencias o cualquiera que pudiera reivindicar algún derecho sobre lo presentado. Supone además la conformidad de ellos para poner a disposición de POPAI Shop Argentina y del Jurado, la información presentada así como su **consentimiento** para cualquier forma de difusión de la misma. El participante se hace entera y totalmente responsable de cualquier reclamo, y exime a POPAI Shop Argentina, sus directivos, ejecutivos y prestadores, de cualquier responsabilidad al respecto, sin excepción.

# CATEGORÍAS

**11. LAS CATEGORÍAS ESTABLECIDAS PARA EL CERTAMEN 2022** son las siguientes:

## POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS

- 1. Alimentos, comestibles y afines:** Comestibles procesados y sin procesar, frescos o envasados, helados, congelados, lácteos, carnes, vegetales, enlatados, dulces, infusiones, encurtidos, etc., y productos de almacén en general *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente)*.
- 2. Golosinas y Snacks:** Caramelos, chicles, chocolates, galletitas dulces y saladas, snacks y entremeses, etc. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente)*.
- 3. Cervezas y Soft Drinks (bebidas no alcohólicas):** Cervezas de todo tipo, bebidas gaseosas, jugos, aguas, sodas y otros productos similares, sin alcohol o con muy baja graduación alcohólica. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente)*.
- 4. Vinos, Licores, Tabacos y Delicatessen:** Bebidas alcohólicas en general, destiladas, espirituosas, vinos y champañas, y bebidas de similares características; habanos y cigarros, y productos gourmet en general *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente)*.
- 5. Salud, Higiene y Cuidados Personales:** Productos farmacéuticos de venta libre o recetada, primeros auxilios, dentífricos, instrumentos de acicalamiento, pañales, productos de cuidado para el bebé, productos de higiene personal como jabones, champúes, desodorantes, talcos, etc. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente)*.
- 6. Cosméticos, Fragancias y Belleza en general:** Cremas para la piel, maquillaje de todo tipo, productos para tratamientos de belleza, lociones, tinturas para el cabello,

perfumes y colonias, etc. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

**7. Indumentaria y productos personales en general:** Incluye ropa, calzado, accesorios de todo tipo, joyería, anteojos, billeteras, equipajes, encendedores finos, relojes, etc. *(Sub-Categoría única).*

**8. Ferretería en general, herramientas y Accesorios para el automóvil:** Neumáticos, repuestos, herramientas de todo tipo, maquinarias para uso no industrial, suplementos y accesorios, lubricantes, aditivos, y productos y servicios afines a ferretería. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

**9. Bazar, Casa y Jardín:** Vajilla, utensilios de cocina, artículos de limpieza, desodorantes de ambientes, productos para el mantenimiento del hogar, decoración y afines, utensilios y herramientas para actividades hogareñas. Incluye también alimentos y elementos para mascotas, artículos para el césped y jardinería, insecticidas y afines, etc. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente)*

**10. Entretenimiento, artículos deportivos y juguetes:** Videos, servicios de televisión y plataformas, juegos electrónicos, cines y películas, música, productos y servicios relacionados con el esparcimiento, raquetas, pelotas, equipamiento y accesorios de todo tipo para uso deportivo. *(Sub-Categoría única).*

**11. Electrodomésticos, electrónicos, informática y tecnología:** Equipamiento del hogar y la oficina, informática (hardware, software y accesorios), telefonía de todo tipo, y productos tecnológicos en general. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

**12. Artículos varios, librería y papelería en general:** Artículos de librería, escolares, pilas, rollos fotográficos, así como artículos varios de todo tipo asociados a ramos

generales, libros, periódicos, revistas, etc. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario y Permanente)*).

**13. Insumos y Servicios:** Bienes y servicios intermedios, productos para la industria agraria, productos industriales, y elementos y servicios que no estuvieran destinados al consumidor final. Servicios financieros, telecomunicaciones (no equipamiento), transporte, educación, turismo, correo, servicios profesionales, deliveries, etc., así como intangibles en general. *(Sub-Categoría única)*

#### **POR CANALES Y FORMATOS DE RETAIL**

El material POP que sea ingresado en estas categorías, deberá tener una clara influencia de los requerimientos e intereses del retail en su concepción, y deberá poder demostrar que ha sido emplazado mayoritariamente en el canal al que aplica.

**14. Canal Mayorista:** Material POP de cualquier tipo y categoría, destinado a ser emplazado en locales de distribución intermediaria, cuya actividad comercial principal y distintiva es la venta dirigida a comerciantes minoristas. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente)*.

**15. Canal Tradicional:** Material POP de cualquier tipo y categoría, destinado a ser emplazado en almacenes, kioscos, polirubros, ferreterías, lubricentros, y comercios de especialidades que son negocios familiares pequeños, no forman parte del canal organizado y cuya operación no tiene características de canal moderno. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente)*.

**16. Grandes superficies: super e hipermercados:** Material POP de cualquier tipo y categoría, destinado a ser emplazado locales de mediana y gran superficie pertenecientes a cadenas de retail cuya actividad principal es la venta al consumidor final. Incluye supermercados-discount, supermercados, hipermercados, y home-centers. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente)*.

## **17. Autoservicios, canal “asiático” y canal organizado en formatos de**

**cercanía:** Material POP de cualquier tipo y categoría, destinado a ser emplazado en los canales mencionados, caracterizados por abastecer compras de cercanía, de ubicación urbana y de no más de 5 cajas. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

## **18. Convenience stores en general:**

Material POP de cualquier tipo y categoría, destinado a ser emplazado en tiendas de conveniencia pertenecientes a cadenas incluyendo “petroleras”, kioscos-cadenas del tipo “24hs open”, etc. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

## **19. Farmacias y Perfumerías:**

Material POP de cualquier tipo y categoría, destinado a ser emplazado en las tiendas especializadas de referencia, ya sean cadenas o comercios independientes. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

## **POR CARACTERISTICAS DIFERENCIALES DEL PROYECTO**

## **20. Cartelería, Señalización, vidrierismo y comunicación exterior:**

Piezas para punto de venta que comunican o exhiben pero que no contienen carga de producto. Incluye vidrieras, elementos decorativos on-premise, gráficas, carteles transiluminados, etc., como así también elementos destinados a ser instalados en el exterior de los locales comerciales, incluyendo toldos y marquesinas. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

## **21. “Category” y Desarrollos para el lineal:**

Instalaciones formadas por una o varias piezas que combinadas entre sí forman una unidad conceptual destinado a ser emplazado en la góndola, los racks u otras instalaciones propias del retail, ya sea para decorar una categoría, como para destacar una marca en particular. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

## **22. Packaging/POP:**

Packaging de alto valor agregado que tiene como función principal destacar, glorificar, activar o promover al producto en el punto de venta. El packaging

que sea ingresado en esta categoría deberá tener atributos y elementos desarrollados especialmente para generar un plus de valor para la marca en el PDV, y un plus de carácter promocional. Envases estándar NO podrán participar de esta categoría. *(Sub-Categoría Única)*.

**23. Alta Cobertura Territorial:** Material POP de cualquier tipo y categoría, producido en altas cantidades de piezas idénticas, en cantidades no inferiores a mil unidades (1000). El material POP que sea ingresado en esta categoría deberá tener una fuerte y fundamentada misión de alcanzar masividad de distribución. Para participar de esta categoría será condición excluyente que las 1000 piezas mínimas hayan sido entregadas para su distribución en un período corto de tiempo, que dé cuenta de manera clara y evidente de una acción única y simultánea. NO serán aceptados en esta categoría las piezas iguales que hayan tenido entregas parciales a lo largo de períodos muy distanciados entre sí y/o tengan como objetivo ser re-producciones. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente)*.

**24. Pequeñas piezas “call-to-action” (alto volumen, bajo costo unitario):** Material POP impreso resuelto en materiales livianos destinado a utilizar pequeños espacios de comunicación en la góndola como puntos de atención o ubicaciones de oportunidad para cross-selling o para señalizaciones puntuales. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario y Semi-Permanente)*.

**25. IT aplicada e integración digital:** POP y desarrollos de retail marketing de cualquier tipo y categoría, que utilicen de innovación tecnológica, o recursos digitales integrados que complementen la activación o amplíen la experiencia del shopper más allá de su ejecución física en la tienda. Sólo se admitirán a concurso casos concretos desarrollados para marcas o retailers concretos. NO se admitirán a concurso los recursos en sí mismos en forma inespecífica o general, aunque estos hubieran sido materializados. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente)*.

**26. Activaciones Promocionales en el PDV:** Activaciones y acciones de marketing ejecutadas en el punto de venta destinado a promover o impulsar el conocimiento, la



venta o la experiencia de una marca o un producto, o a generar tráfico hacia un entorno de retail. Para concursar en esta categoría los casos deberán incluir la utilización simultánea de **al menos dos recursos o herramientas de marketing promocional complementarias** (personal, packs promocionales, concursos, descuentos, eventos, sponsoreos, etc.) que generen interacción extra con el shopper. No se juzgará la acción de marketing como tal sino la eficacia comunicacional y la performance de la activación punto de venta al servicio de esa acción. *(Sub-Categoría única)*

**27. Campañas, Ambientaciones y Proyectos Especiales:** Material para el PDV que, por sus dimensiones, forma de emplazamiento o características arquitectónicas forman un entorno o un espacio que abarca físicamente al consumidor. Material POP compuesto por un conjunto de no menos de tres piezas de una misma marca destinadas a ser utilizadas en diferentes emplazamientos ya sea dentro de un mismo local o en diferentes locales y/o canales, necesariamente relacionadas entre sí por un mismo tema, concepto acción comercial. **La evaluación del Jurado no se hará sobre ninguna pieza individual sino sobre el conjunto como tal.** Proyectos especiales que por dimensiones, su funcionalidad especial o cualquier otra característica excepcional no encuadra en las demás categorías establecidas. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente. **IMPORTANTE:** Para garantizar condiciones de competitividad genuina las piezas o conjunto de piezas temporarias desarrolladas mayoritariamente con materiales de alta resistencia y durabilidad normalmente destinados a ejecuciones de mayor permanencia, deberán ser inscriptas como semipermanentes independientemente de que el tiempo para el que fueron proyectadas haya sido menor).*

**28. Campañas Integrales de POP “Liviano”:** Material POP compuesto por un conjunto de no menos de tres piezas de una misma marca, destinadas a ser utilizadas en diferentes emplazamientos ya sea dentro de un mismo local o en diferentes locales y/o canales, necesariamente relacionadas entre sí por un mismo concepto o acción comercial y con un mismo “pattern” temático y visual. El diferencial respecto de la categoría anterior es que el conjunto de piezas debe estar resuelto íntegramente en soportes de materiales livianos (papel, pvc, acetatos, etc.), generalmente soportes planos, y sus funciones como material de punto de venta deben ser un sistema visual de comunicación at retail, y **ninguna de sus piezas puede estar destinada a contener carga**

**de producto.** La evaluación del Jurado no se hará sobre ninguna pieza individual sino sobre el conjunto como tal.. El Comité de Admisión y Gestión y POPAI Argentina se reservan el derecho de limitar el número de participantes en esta categoría, así como el criterio final de interpretación. *(Esta Categoría subdivide en 2 Sub-Categorías: Temporario y SemiPermanente).*

**29. Logística y ejecución en el PDV:** Acciones de logística desarrolladas para casos concretos de materiales o campañas de POP o retail marketing, que hayan incluido un mix total o parcial de los siguientes ítems: auditorías preliminares en los puntos de venta; selección de los materiales más adecuados para cada PDV; acopio, stockeo y control de calidad del material; distribución del material POP; gestión, implantación y emplazamiento de acuerdo a los objetivos; “tracking” o seguimiento del proceso; reportes al cliente de acuerdo a lo solicitado por el cliente; mantenimiento, reparación del material en los casos destinados a permanecer mucho tiempo instalados o reemplazos, logística inversa; etc. La evaluación del Jurado no será la pieza ejecutada sino el aporte de valor de estos procesos logísticos al éxito de la campaña. Del mismo modo, el objeto de evaluación del Jurado no serán las capacidades o atributos de las empresas participantes como tales, sino la gestión específica desarrollada para el caso presentado. *(Sub-Categoría única).*

**30. Store-fixturing, Store-in-store y POP Up stores:** Arquitectura, interiorismo, ambientación, mobiliario, equipamiento e instalaciones de tiendas y locales comerciales. Espacios y ambientaciones diseñados para limitar y diferenciar un espacio brandeado y con identidad propia, dentro de un espacio comercial espacial y comercialmente más amplio, dentro del cual se desarrollan experiencias de compra o actividades de promoción de venta *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

**31. Stands en Exposiciones o puntos de experiencia fuera del retail:** Espacios y ambientaciones diseñados para limitar y diferenciar un espacio brandeado y con identidad propia, destinado a atraer, impactar, generar engagement y establecer experiencia de marca y relacionamiento con shoppers y leads en exposiciones, convenciones, eventos u otros espacios no-retail, sin objetivos específicos de venta dentro de ellos *(Sub-Categoría única).*

**32. Internacional Argentina:** Material POP destinado a cualquier categoría y canal de que se encuentre alcanzado por alguna de las condiciones establecidas en este Reglamento, a saber: A) piezas o campañas creadas y/o producidas en Argentina para ser emplazadas en cualquier otro país; B) piezas o campañas creadas y/o producidas en el país extranjero en el cuál esté radicada la empresa concursante, para ser emplazada en la Argentina. Podrán participar en esta categoría aún cuando la misma pieza hubiese sido presentada en alguna de las otras categorías de concurso. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

**33. Internacional Global:** Material POP destinado a cualquier categoría y canal desarrollado y/o emplazado en cualquier parte del Mundo. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

**34. Categoría Especial 2022 > Activaciones “Mundialistas”:** Material POP destinado a cualquier categoría y canal que hayan apelado a la temática del Campeonato Mundial de Fútbol 2022. También podrán participar en esta categoría piezas o campañas que hubiesen sido presentada en alguna de las otras categorías de concurso. En ese caso pagarán por este entry el 50% del arancel establecido en el punto 2 de este Reglamento.

**35. Sustentabilidad (Materiales):** Material y campañas de punto de venta de cualquier tipo y categoría, desarrollado y/o producido con materiales que puedan demostrar fehacientemente encuadrar en parámetros de sustentabilidad avalados y consensuados en el mercado por entidades referentes de público reconocimiento, y que muestren en forma clara y fundamentada, tener un nivel diferenciado de triple impacto positivo económico, social y ambiental, evidenciando un impacto positivo en el ciclo de vida completo: estar preparada para durar más o para ser reutilizada. Se valorarán las referencias concretas a los ítems anteriores, así como a la reducción de huella de carbono y a las certificaciones exhibidas por las empresas involucradas en el proyecto. La información consignada tiene carácter de declaración jurada. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

**36. Sustentabilidad (Procesos):** Material y campañas de punto de venta de cualquier tipo y categoría, desarrollado, producido o gestionado utilizando procesos que puedan demostrar fehacientemente encuadrar en parámetros de sustentabilidad avalados y consensuados en el mercado por entidades referentes de público reconocimiento, incluyendo los procesos productivos propiamente dichos como los procesos logísticos de recolección y reciclaje de sus componentes contribuyendo a la mitigación del desperdicio. Deberá verificar si la forma en que fue fabricado contribuyó al empleo en la sociedad donde va a ser emplazado, si dio trabajo a algún colectivo con barreras laborales y si fue pagado justamente. Se valorarán las referencias concretas a los ítems anteriores, así como a la reducción de huella de carbono y a las certificaciones exhibidas por las empresas involucradas en el proyecto. La información consignada tiene carácter de declaración jurada. *(Esta Categoría subdivide en 3 Sub-Categorías: Temporario, Semi-Permanente y Permanente).*

#### ACERCA DE LAS SUBCATEGORÍAS

**12.** Algunas Categorías están subdivididas en **Sub-Categorías de acuerdo al tiempo de vigencia para el cual fueron proyectadas**, independientemente del tiempo que circunstancialmente hayan permanecido emplazadas. Las Sub-Categorías son:

- **Temporaria, menos de 3 meses;**
- **Semi-Permanente, entre 3 y 6 meses; y**
- **Permanente, más de 6 meses.**

EXCEPCIÓN: Para garantizar condiciones de competitividad genuina las piezas o conjunto de piezas temporarias desarrolladas mayoritariamente con materiales de alta resistencia y durabilidad típicamente destinados a ejecuciones de mayor permanencia, deberán ser inscritas como semipermanentes independientemente de que el tiempo para el que fueron proyectadas haya sido menor.-

Algunas categorías están sub-divididas en las tres subcategorías descriptas; otras, sólo en dos, y algunas no están subdivididas.

**En el siguiente cuadro queda establecido qué Sub-Categorías aplican en cada categoría:**

CUADRO DE CATEGORIAS 2022		SUBCATEG.		
por CATEGORIA DE PRODUCTOS				
1	Alimentos, comestibles y afines	T	S	P
2	Golosinas y Snacks	T	S	P
3	Cervezas y Soft Drinks (bebidas no alcohólicas)	T	S	P
4	Vinos, Licores, Tabacos y Delicatessen	T	S	P
5	Salud, Higiene y Cuidados Personales	T	S	P
6	Cosméticos, Fragancias y Belleza en general	T	S	P
7	Indumentaria y productos personales en general	Unica		
8	Accesorios para el automóvil, herramientas y ferretería en general.	T	S	P
9	Bazar, casa y Jardín	T	S	P
10	Entretenimiento, artículos deportivos y juguetes	Unica		
11	Electrodomésticos, electrónicos, informática y tecnología	T	S	P
12	Artículos varios, librería, papelería en general	T	S	P
13	Insumos y Servicios	Unica		

por CANALES Y FORMATOS DE RETAIL				
14	Canal Mayorista*	T	S	P
15	Canal Tradicional: kioscos, almacenes, ferreterías, polirubros, etc	T	S	P
16	Grandes Superficies: Supermercados e Hipermercados	T	S	P
17	Autoservicios, canal asiático y canal organizado formato de cercanía	T	S	P
18	Convenience stores en gral. (petroleras, kioscos-cadenas, etc.)	T	S	P
19	Farmacias y Perfumerías	T	S	P

por CARACTERISTICAS DIFERENCIALES DEL PROYECTO				
20	Cartelería, señalización, vidrierismo y comunicación exterior	T	S	P
21	Category y Desarrollos para el lineal	T	S	P
22	Packaging/POP	Unica		
23	Alta Cobertura Territorial	T	S	P
24	Pequeñas piezas call-to-action (alto volumen/bajo costo unitario)	T	S	P
25	IT aplicada e integración digital	T	S	P
26	Activaciones Promocionales en el PDV*	Unica		
27	Ambientación y Proyectos Especiales*	T	S	P
28	Campañas Integrales en POP "Liviano"	T	S	P
29	Logística y ejecución en el PDV	Unica		
30	Store-fixturing, Store-in-store y POP-Up Stores*	T	S	P
31	Stands/Expos y puntos de experiencia fuera del retail*	Unica		
32	Internacional - Argentina*	T	S	P
33	Internacional Global *	T	S	P
34	Caso Especial > Activaciones "Mundial 22" **	T	S	P

SUSTENTABILIDAD				
35	Sustentabilidad Materiales***	T	S	P
36	Sustentabilidad Procesos***	T	S	P

- \* Por ser categorías con condiciones de participación especiales NO califican al Grand Prix, sino a Platino Especial  
 \*\* Por ser una categoría super especial independiente, NO califica a Platino ni a Grand Prix  
 \*\*\* Califica a todos los Premios. Tiene un Jurado especial (ver Reglamento)

**13.** Cada pieza sólo puede participar en **UNA categoría**, a excepción de la categoría Internacional (Nro. 32) y la categoría “Mundial” únicas dos en las que podrán participar piezas presentadas en alguna de las otras.

#### **CANTIDADES MINIMAS – CATEGORÍAS STANDAR Y ESPECIALES**

**14.** Las piezas o campañas concursantes deben haber sido ejecutadas en una CANTIDAD no menor a **veinticinco (25)**.-

Las únicas EXCEPCIONES son las siguientes:

- a) Categorías “14.Canal Mayorista” – “26.Activaciones Promocionales en el PDV ” – “27.Campañas, Ambientación, y Proyectos Especiales”: deberán haber sido ejecutadas en una cantidad no inferior a **tres (3)**.
- b) Categoría “23. Alta Cobertura Territorial”: deberá contener piezas o campañas ejecutadas en una cantidad superior a **mil (1000)** unidades.
- c) Categorías “30. Store Fixturing, Store-in-store y Pop Up Stores” y “31. Stands y puntos de experiencia fuera del retail”: Pueden participar ejecuciones únicas **(1)**.

**15.** POPAI Shop Argentina está facultado a exigir la entrega de copias de la documentación que acredite las fechas de entrega y cantidad total de unidades declaradas en lo formularios del entry. Por tanto, se recomienda a los concursantes tener disponible dicha documentación para todos los casos presentados.-

**16 .** Las Categorías 14, 26, 27, 30, 31, 32, 33 y 34 se consideran CATEGORIAS ESPECIALES, ya se por el requerimiento extraordinario que les dio origen, como por la excepcionalidad en la estrategia, la producción o la forma de utilización de la pieza o campaña frente al resto de las que se consideran CATEGORÍAS ESTÁNDAR, convencionalmente normalizadas. Las Categorías Especiales y las Categorías Estándar no compiten entre sí para los Premios Mayores, tal como se explicita más adelante en la sección PREMIOS de este Reglamento.

## FORMALIDADES DE INSCRIPCIÓN

17. La presentación de cada entry se realizará a través de un formulario online que el Concursante, como Usuario, abrirá y completará en la aplicación online que POPAI Shop Argentina indique. En tanto el usuario creará su propio password para acceder a la plataforma, se entenderá que el Usuario es el único en conocer el password y en consecuencia, único responsable del resguardo y de la veracidad de la información.

18. La información presentada en los entries, y los datos y manifestaciones puestas a consideración del Jurado tendrán carácter de declaración jurada, a todos los efectos que pudieran corresponder.

19. El contenido cargado en los formularios **no podrá incluir información alguna que identifique a las personas o empresas que presentan el entry**, salvo en los campos en lo que esos datos se le requieran expresamente. La inobservancia de esta disposición se considerará falta grave, pudiendo derivar en la descalificación del entry o la impugnación del Premio.

20. Ante cualquier situación de fuerza mayor que eventualmente impidiese la utilización del sistema on-line en cualquier momento del proceso de entry, POPAI Shop Argentina estará facultado para instrumentar los mecanismos que considere más adecuado para llevar a cabo el Certamen. **Es responsabilidad de los Concursantes tener copias y/o back-up de toda la información cargada** o por cargar en los formularios online, cualquiera sea el punto del proceso en el que estos se encuentren.

21. Una vez cerrado el Certamen, POPAI Shop Argentina podrá observar una inscripción si considerase que no se han cumplido las formalidades establecidas, si advirtiese errores de interpretación, o si considerase que la categoría en la cual fue inscripto el caso no corresponde a la correcta. Las observaciones se consignarán por escrito, poniéndolo en conocimiento inmediato del Concursante. Éste podrá: a) manifestar su acuerdo a las observaciones y realizar las correcciones propuestas, o bien b) rechazar las observaciones manteniendo el entry como había sido presentado originalmente, para lo cual deberá consignar su descargo escrito en dicho Formulario. La observación y su descargo pasará a integrar el material que los Jueces recibirán

para su evaluación. El participante tendrá dos (2) días para enviar su respuesta un vez recibidas las observaciones. Pasado ese lapso quedarán firmes las observaciones realizadas.

**22.** El concursante asume que POPAI Shop Argentina queda excluido de toda responsabilidad por las consecuencias que derivaran de la difusión de un Premio entregado, si con posterioridad a esto el mismo es impugnado y esa impugnación se resuelve favorablemente.

## JURADO

**23.** Estará integrado por un panel de ejecutivos de marketing, trade marketing, shopper marketing, visual merchandising, o puestos relacionados con todos o algunos de los aspectos inherentes a la comunicación de marcas en el PDV, tanto de la industria como del retail. Deben ser profesionales en actividad, con expertise reconocido por sus pares y por el ámbito en el que se desenvuelven. No podrán ser Jurados los proveedores, diseñadores o fabricantes de POP, ni sus sub proveedores o prestadores relacionados. Tampoco los miembros de Comisión Directiva o staff de la Cámara Argentina del Punto de Venta.

**24.** El Jurado estará conformado por un mínimo de 25 y un máximo de 40 Jueces, que surgirán de una lista consolidada a partir de listas individuales con profesionales propuestos por los miembros de POPAI Shop Argentina. Uno de ellos será elegido por sus pares como Presidente.

**25.** Se le solicitará a cada miembro de POPAI Argentina que envíe una lista de 10 candidatos potenciales a integrar el Jurado. Serán integrados en forma inmediata aquellas personas que hayan sido propuestas espontáneamente en 3 o más listas individuales distintas. En el caso de que la cantidad de Jueces surgidos de estos votos espontáneos no alcanzara a constituir un Jurado de 25 jueces, se circularizará la lista completa con todos los jueces propuestos entre todos los socios de POPAI Argentina, sin especificar qué miembro los propuso ni cuántos votos espontáneos pudiera haber logrado cada uno de ellos. Los miembros deberán votar a diez nuevas personas de esta nueva lista cerrada, excluyendo a los que propuso originariamente. Se integrarán al Jurado los candidatos que, con esta nueva votación, hubieran obtenido 3 o más votos. En el eventual caso de que con esta votación no se alcanzaran los 25 jueces necesarios, se procederá nuevamente de la misma manera y con los mismos requerimientos. Los candidatos que, teniendo los votos necesarios para calificar, pertenezcan a la misma empresa que un Jurado ya ingresado, pasarán a tener una prioridad ulterior frente a los candidatos que pertenezcan a



una empresa diferente a los Jurados ingresados previamente. En cualquier caso, estando todos calificados por los votos, la prioridad estará dada por el orden en que fueron propuestos originariamente.

**26.** La Comisión Directiva tiene la prerrogativa de designar, además, 5 jueces que se integrarán al Jurado en forma directa. Estos jueces serán profesionales de alto reconocimiento que a través de sus relaciones institucionales y/o internacionales considera de relevancia para el prestigio del Certamen y de la Asociación misma, o personalidades destacadas de la industria a quienes deciden convocar para beneficio de la excelencia del Jury. Este será el caso de la célula que tendrá a su cargo la evaluación de las categorías 36 y 36 sobre sustentabilidad.

**27.** Los Concursantes tendrán derecho recusar a uno de los Jueces de la lista, sin necesidad de expresar los motivos de tal recusación, en cuyo caso el voto del Juez recusado que recaiga sobre las piezas del participante que recusa no será promediado. La eventual recusación deberá ser informada a POPAI Shop Argentina de forma fehaciente antes de la fecha de Cierre del Concurso, después de la cual se pierde este derecho.

## PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

**28.** La nómina completa de Jueces se dividirá en células de no menos de 4 Jueces cada una de ellas. Las células se armarán por sorteo. Cada célula recibirá aleatoriamente un grupo de entries cuya cantidad dependerá de la cantidad final de entries presentados. Cada uno de los Jueces recibirá instrucciones para loguearse como Jurado en la plataforma online, con la cual tendrá acceso especial a los formularios detallados de los casos que se les hayan asignado en función de su célula, y acceso general al resto. Cada Jurado evaluará los casos viendo las imágenes, los videos y leyendo la información escrita disponible. Después de la evaluación, cada Juez adjudicará una calificación individual de 1 a 10, en números enteros sin decimales, a cada una de las piezas evaluadas,

**29.** La calificación adjudicada a los casos asignados será promediada con las de los restantes Jueces de la célula. Así se obtendrá el primer promedio parcial. El puntaje adjudicado al resto de los casos será tomado como una nota de concepto y se promediarán entre sí, generando un segundo promedio parcial. **La Calificación Final** del caso presentado será la que surja de promediar las dos calificaciones obtenidas en los promedios parciales (el de la célula, y el del resto del cuerpo de jueces).

**30.** En caso de que dos piezas concursantes obtuvieran igual puntaje, el voto del Presidente del Jurado se tomará por duplicado.-

## PREMIOS

**31.** En cada una de las CATEGORÍAS ESTÁNDARES se otorgarán un **Premio ORO**, un **Premio PLATA** y un **Premio BRONCE** por cada Sub-Categoría. También se entregarán **Premios de Platino**, uno para cada Sub-Categoría, tomadas en forma transversal a las Categorías y sin tener en cuenta estas últimas, por lo que habrá un Premio Platino Temporario, y Premio Platino Semi-Permanente y u Premio Platino Permanente. Además se entregará un **Grand Prix 2021**. En cada una de las CATEGORÍAS ESPECIALES se otorgarán un **Premio ORO**, un **Premio PLATA** y un **Premio BRONCE** por cada Sub-Categoría, y un **Premio de Platino Especial**. En el caso de las Categorías que tengan sólo dos Sub-Categorías o una Sub-Categoría única, estas competirán para el Premio de Platino en las Sub-Categoría que califiquen de acuerdo al tiempo de ejecución previsto en el proyecto original, conforme fue declarado en el case history.

**32. Premio Oro:** Sólo serán considerados para obtenerlo aquellos casos cuya Calificación Final fuera mayor o igual a 8, y lo ganará el que más alto puntaje haya obtenido. De no haberlos, puede quedar desierto.

**33. Premio Plata:** Sólo serán considerados para obtenerlo aquellos casos cuyo puntaje promedio obtenido fuera mayor o igual a 7, y lo ganará el que más alto puntaje haya obtenido después del Premio Oro. Si no hubiera piezas que alcanzaran dicha puntuación, puede quedar desierto.

**34. Premio Bronce:** Sólo serán considerados para obtenerlo aquellos casos cuyo puntaje promedio obtenido fuera mayor o igual a 6, y lo ganará el que más alto puntaje haya obtenido después del Premio de Oro. Si no hubiera piezas que alcanzaran dicha puntuación, puede quedar desierto.

**35. Premio Platino POPAI Shop Argentina 2022:** se otorgará a los tres casos con más alto puntaje alcanzado dentro de cada Subcategoría abarcando todas las CATEGORIAS ESTÁNDARES.

**36. Premio Platino Especial POPAI Shop Argentina 2022:** se otorgará al caso perteneciente a CATEGORÍAS ESPECIALES que más alto puntajes haya alcanzado.

**37. Grand Prix POPAI Shop Argentina 2022:** será otorgado al que más alto puntaje haya obtenido entre todos los casos presentados al Certamen en las CATEGORÍAS ESTÁNDARES.

**38.** POPAI Shop buscan premiar la excelencia. Para ello, en Argentina y en todo el Mundo, al momento de adjudicar cada uno de los Premios, los casos concursantes en cada categoría no compiten entre sí para conseguir su ubicación en el podio de su categoría, sino que, por el contrario, “compiten contra sí mismos”, siendo evaluados en función de los objetivos buscados y los resultados alcanzados, y calificados con una nota propia por ello. Sin embargo, en el camino de esa misma excelencia, el Certamen busca que cada edición del Premio esté contextualizada en la coyuntura en la que se da, asegurando las condiciones de competitividad mínima necesaria para que la excelencia se distinga como tal, y esto impulse el progreso de la actividad. Por esto, en el caso extremo de que eventualmente, con los rangos de calificaciones descriptos arriba, la cantidad de premios adjudicados en cada categoría esté por arriba del 70 % ó por debajo del 30% de la cantidad de entries presentados, se podrá habilitar un mecanismo de compensación sumando o restando, respectivamente, 0,50 puntos a cada unos de los rangos establecidos para obtener los Oro, Plata o Bronce.

**39.** Los ganadores se darán a conocer el día 12 de Diciembre de 2022, durante el Acto de Premiación que se anunciará oportunamente.-

**40.** Cualquier modificación que por fuerza mayor se hiciera necesaria para el presente Reglamento, ésta será comunicada y justificada en tiempo y forma. Cualquier situación no prevista aquí, que de buena fe se impusiese como necesaria para llevar adelante este Certamen en el espíritu de los objetivos enunciados por POPAI Shop Argentina, o cualquier situación no prevista que requiriese ser resuelta imperiosamente, quedará a cargo en primera instancia de la Comisión Directiva y en segunda instancia de la Asamblea de la Cámara Argentina del Punto de Venta, cuyas resoluciones serán finales e inapelables.-

POPAI Shop Argentina - 10 de Noviembre de 2022.-

