



PREMIOS
UP!

BASES PREMIOS UP! 2023

1. Se convoca la edición 2023 de los Premios UP!, de la aceleradora de talento creativo creUP!, con el fin de impulsar el talento creativo de los estudiantes de la Universidad Rey Juan Carlos para proyectos de creatividad publicitaria aplicados a startups que operen en el mercado español.
2. Podrán presentarse duplas creativas de estudiantes matriculados durante el curso académico 2023-2024 en cualquier nivel de los grados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos.
3. Para la participación en los premios es imprescindible que los dos miembros de la dupla sean seguidores del perfil en LinkedIn de la entidad organizadora, creUP!,
<https://www.linkedin.com/company/somoscreup/>
4. La participación e inscripción en los premios es totalmente gratuita.
5. Los participantes deberán trabajar sobre el briefing de la empresa colaboradora en los premios para esta edición 2023 y presentar su propuesta creativa cumpliendo lo establecido en el briefing y en el formato indicado en el formulario de inscripción.
6. El plazo para el envío de las propuestas creativas finaliza el 13 de noviembre de 2023.
7. Las propuestas creativas deberán subirse en el formulario de inscripción disponible en el siguiente enlace <https://forms.office.com/e/m7rFPiL2at>, en la web de creUP! <https://somoscreup.com/> o en el perfil en LinkedIn de esta entidad <https://www.linkedin.com/company/somoscreup/>, completando toda la información de contacto referida a los dos miembros de la dupla.
8. Los premios serán otorgados por el jurado del certamen, que podrá estar integrado tanto por profesionales de la Universidad Rey Juan Carlos como de la empresa colaboradora en esta edición de 2023.
9. Se concederán tres galardones: un primer premio consistente en una dotación económica de 200€ brutos a repartir entre los dos miembros de la dupla ganadora y certificado acreditativo para los dos miembros de la misma; un segundo premio consistente en una dotación económica de 100€ brutos a repartir entre los dos miembros de la dupla ganadora y certificado acreditativo para los dos miembros de



PREMIOS
UP!

- la misma; y un tercer premio consistente en certificado acreditativo para los dos miembros de la dupla ganadora. La dotación económica de los premios estará condicionada a la disponibilidad presupuestaria, garantizándose en todo caso la entrega de los correspondientes certificados acreditativos. El jurado podrá declarar desierto cualquiera de estos premios.
10. Para tener derecho a dichos galardones, los dos miembros de las duplas seleccionadas por el jurado para ser premiadas deberán presentar sus proyectos en el evento que se organizará para la entrega de premios en el campus de Fuenlabrada de la Universidad Rey Juan Carlos en el día y hora que será publicado en el perfil de creUP! en LinkedIn con una antelación mínima de 5 días.
 11. Con la presentación de la propuesta, los participantes en los premios garantizan tácticamente que en dicha propuesta no se utiliza ningún tipo de material o recurso protegido por derechos de autor, así como que los datos personales aportados son verídicos.
 12. Sin perjuicio de la propiedad intelectual de los autores, todas las propuestas creativas presentadas podrán ser reproducidas, distribuidas, difundidas o comunicadas públicamente por cualquier medio y sin límites geográficos o temporales tanto por creUP! como por la empresa colaboradora en esta edición de los premios.
 13. La inscripción o participación en los premios supone la aceptación de las normas, bases y reglamentos de los premios y del jurado, así como la aceptación del tratamiento de la información personal facilitada para las comunicaciones que se requieran, siempre en cumplimiento de la legislación actualmente vigente.
 14. La inscripción o participación en los premios supone la autorización a los organizadores de los premios para difundir por cualquier medio de comunicación los nombres de los ganadores y las propuestas creativas ganadoras.
 15. El jurado de estos premios está facultado para interpretar estas bases, resolviendo cualquier incidencia no prevista, siendo su decisión inapelable.
 16. El contacto con la organización del concurso es somoscreup@gmail.com A través del correo electrónico se solucionarán las cuestiones que puedan surgir a los participantes.



PREMIOS
UP!

BRIEF PREMIOS UP! 2023

Empresa colaboradora: <https://natulim.com>



Los participantes deberán realizar una **campaña publicitaria para dar visibilidad a Natulim**. En este proceso se requiere:

- Darle a la marca un concepto estratégico que se materialice en un *claim* o *slogan* sólido.
- Plantear una idea creativa para la campaña.
- Materializar la campaña en dos medios distintos para cubrir los objetivos de la marca.

En el documento anexo se detallan las especificaciones de **Natulim**, que deberán quedar implementadas en la propuesta creativa.

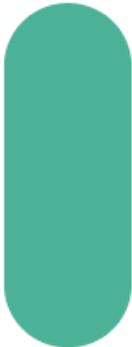
Los proyectos deben tener un título y entregarse en formato presentación en PDF a través del formulario que se indica en las bases.



- **Público objetivo concreto al que se dirige la marca.**
 - Un público más joven, pero con cierto nivel adquisitivo. Personas independizadas que viven solas o comparten piso y tienen la necesidad de comprar detergente.
- **Los *mandatories* o palabras clave que deben aparecer en la publicidad.**
 - Términos relacionados con el cuidado del medioambiente (sostenibilidad, biodegradable, cero residuos, cero plásticos, compostable, etc.).
 - Resaltar los puntos fuertes del producto que pueden ser de interés para nuestro público objetivo (practicidad, ligero, etc.).
- **Los objetivos que quiere conseguir Natulim con la campaña.**
 - Aumentar la visibilidad de la marca, awareness.
 - Abarcar un público objetivo más joven (previamente mencionado).
 - Aumentar el tráfico web y redes sociales.
 - Transmitir un mensaje claro.
- **Logotipo, tipografías y colores corporativos.**

- Colores corporativos: MARCA

Logotipo



Azul Natulim
HEX #39b397
RGB 57 179 151
CMYK 71 1 50 0

Color utilizado en el logotipo principalmente, pero también en otros soportes como color destacado principal.

Secundarios



Verde logo
HEX #b7d7d2
RGB 183 215 210
CMYK 36 1 22 0

Color secundario derivado del principal. Utilizado en muchos puntos de la marca, sobre todo en fondos y detalles.



Azul
HEX #badde8
RGB 186 221 232
CMYK 35 0 9 0

Color secundario derivado del azul detergente. Utilizado en muchos puntos de la marca, sobre todo en fondos y detalles.



Amarillo
HEX #FFF0AF
RGB 255 240 175
CMYK 1 4 40 0

Color secundario derivado del amarillo friegasuelos. Utilizado en muchos puntos de la marca, sobre todo en fondos y detalles.



Verde
HEX #CEDF97
RGB 206 223 151
CMYK 26 0 52 0

Color secundario derivado del verde sin fragancia. Utilizado en muchos puntos de la marca, sobre todo en fondos y detalles.



Rosa
HEX #F7D4DD
RGB 247 212 221
CMYK 2 23 7 0

Color secundario derivado del rosa floral. Utilizado en muchos puntos de la marca, sobre todo en fondos y detalles.



Morado
HEX #E8D2E7
RGB 232 210 231
CMYK 9 22 0 0

Color secundario derivado del morado lavanda. Utilizado en muchos puntos de la marca, sobre todo en fondos y detalles.

- **Tipografías corporativas:**

- **FAMILIA ROBOTO**

Se utiliza mucho en sus tamaños para cuerpos de textos más largos.

Tipo 1

Tipografía: Roboto
Peso: Black / Black Italic
Puntos: variables

Esta tipo se usa tanto en soportes físicos como en digitales. Funciona mejor en tamaños grandes.

Tipo 2

Tipografía: Roboto
Peso: Bold / Bold Italic
Puntos: variables

Esta tipo se usa tanto en soportes físicos como en digitales.

Tipo 3

Tipografía: Roboto
Peso: Medium / Medium Italic
Puntos: variables

Esta tipo se usa tanto en soportes físicos como en digitales.

Tipo 4

Tipografía: Roboto
Peso: Regular / Italic
Puntos: variables

Esta tipo se usa tanto en soportes físicos como en digitales. Para cuerpos de texto principalmente. Destaca su legibilidad en soportes digitales.

Tipo 5

Tipografía: Roboto
Peso: Light / Light Italic
Puntos: variables

Esta tipo se usa tanto en soportes físicos como en digitales.

Tipo 6

Tipografía: Roboto
Peso: Thin / Thin Italic
Puntos: variables

Esta tipo se usa (casi nunca) tanto en soportes físicos como en digitales. Tiene muy poca legibilidad y no es recomendable para textos muy largos o de tamaños muy extremos.

- **FAMILIA LATO**

Es más decorativa, por lo que se usa más en publicidad y destacados.

Tipo 6

Tipografía: Lato
Peso: Black / Black Italic
Puntos: variables

Esta tipo se usa tanto en soportes físicos como en digitales. Funciona mejor en tamaños grandes y medianos.

Tipo 7

Tipografía: Lato
Peso: Bold / Bold Italic
Puntos: variables

Esta tipo se usa tanto en soportes físicos como en digitales.

Tipo 8

Tipografía: Lato
Peso: Regular / Italic
Puntos: variables

Esta tipo se usa tanto en soportes físicos como en digitales.

- **FAMILIA COCOGOOSE**

Es la nueva incorporación en Natulim, con otra personalidad más llamativa. Se utiliza para títulos destacados de ADS, mails... Sobre todo en textos grandes y llamativos.

Tipo 9

Tipografía: Cocogoose
Peso: Regular
Puntos: variables

Esta tipo se usa de momento solo en formatos digitales, sobre todo para ADS. Funciona mejor en tamaños grandes.