



Luxury Advertising Awards
El Festival de Publicidad de Lujo, Marcas Premium y Publicidad Elegante



CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN Y PREMIACIÓN

Antes de concurrir a la participación en el festival...

Rogamos lea detenidamente, comprenda y acepte estas bases de participación y premiación, en cuyo contenido se especifican al detalle todos y cada uno de los aspectos relacionados con la participación y posible premiación en el mismo.

Firmando la hoja de inscripción al festival el participante entiende y acepta cada uno de los puntos establecidos en el presente documento, no cabiendo en caso de disconformidad con alguno de los puntos alegaciones al desconocimiento de las mismas.

A. Aspectos fundamentales:

- A1.** La solicitud de inscripción de una pieza o una campaña en el festival o en la sección de Premios Marcas del Año, implica necesariamente la aceptación de todos y cada uno de los requisitos y condiciones generales de este certamen, establecidos en estas bases. Rogamos lea detenidamente este documento en su totalidad antes de participar para tener clara la forma de trabajo y protocolo de la organización.
- A2.** El incumplimiento de las normas lleva consigo la anulación de la participación en el festival para esta edición, así como la penalización por 3 años que imposibilita participar en futuras ediciones de cualquier festival perteneciente a la organización.
- A3.** En el caso de que un participante pretenda desentenderse de sus obligaciones de pago y acreditación una vez elegido como ganador, la organización podrá reclamar dicho abono de derechos de acreditación al cliente/anunciante con el que se haya presentado el proyecto al festival.
- A4.** El participante no podrá declinar/cancelar su participación en el festival una vez cerrado el plazo de inscripción.
- A5.** La organización del festival podrá hacer uso del material inscrito a concurso para promocionar el festival en su web o en acciones promocionales del mismo en ediciones posteriores.
- A6.** Los participantes son responsables del permiso para poder participar con una pieza por parte del anunciante o marca o en la sección de Premios Marcas del Año, quedando exenta la organización de cualquier tipo de responsabilidad pasada, presente o futura, en cuanto a permisos de proyección y promoción de piezas en el evento y comunicaciones posteriores, siendo plena responsabilidad de los participantes.
- A7.** La organización se reserva el derecho de modificar fechas de inscripción al festival, fechas del acto, precios de acreditación, ciudad o lugar de realización del festival. Todo esto será publicado y anunciado con suficiente antelación en la página web www.luxuryawards.es así como en las redes sociales y comunicaciones de la organización.
- A8.** La organización se reserva el derecho de cancelar o posponer el evento, si por causa o motivo

mayor, las instituciones o autoridades del Estado lo consideran oportuno.

A9. Si por causa o motivo mayor el desarrollo de la Gala no fuese factible de manera presencial, la organización podrá adaptar la misma a un entorno online donde la entrega de Premios se celebrará en un escenario virtual, recibiendo los ganadores los mismos derechos de la premiación, en este caso, estatuillas, palmarés y acciones sociales del año en curso.

A10. La agencia o entidad ganadora podrá solicitar réplicas de estatuilla de su premio, solicitándola dentro de las fechas correspondientes a la organización, por un precio de 195€ cada una.

B. Inscripción, proceso de participación:

B1. La sección concursal de **Luxury Awards**, está abierta a la participación de anunciantes, agencias de publicidad, estudios de diseño gráfico, creativos, desarrolladores de webs, productoras, agencias de medios, medios de comunicación, jóvenes talentos y estudiantes del sector, creativos freelances, directores y/o productores de cine publicitario o cualquier profesional, anunciante o entidad que hayarealizado una **pieza/campaña o acción promocional en relación con la publicidadde Lujo, Marcas Premium y Publicidad Elegante**.

Por otro lado la sección de **Premios Marcas del Año**, está abierta a la participaciónde empresas, entidades o marcas que tengan que ver con el lujo, lujo responsable o marcas Premium.

B2. Serán considerados jóvenes talentos estudiantes del sector o creativos ensituación de desempleo con una edad máxima de 30 años. Ambas situacionesdeberán ser acreditadas mediante los documentos que solicite la organización.

B3. Los participantes podrán comenzar el proceso de participación en el festival unavez anunciada la apertura del plazo de inscripción por la organización. El cierre del plazo de inscripción será fijado por la organización siendo anunciado con suficiente antelación en los medios oficiales del festival.

B4. El proceso de participación comienza enviando a la organización una hoja de inscripción debidamente cumplimentada por cada obra / campaña o en su lugar conla/s categorías seleccionadas en la sección de Premios Marcas del Año, que el participante desee inscribir. Para ello, el participante deberá descargar la hoja de inscripción disponible en el apartado PARTICIPA de la web del certamen y enviarladebidamente cumplimentada, sellada y firmada al correo electrónico comunicacion@luxuryawards.es con copia a participantes@luxuryawards.es

B5. Una vez recibida y validada esta hoja de inscripción, la organización contactará conel participante para preparar la subida del material a concurso a una cuenta FTP, para lo cual le será facilitada unas claves de acceso. Cualquier duda surgida en este proceso será atendida por la organización.

B6. Cada participante puede inscribir las piezas/obras que desee con un límite de 20 y en la sección de Premios Marcas del Año con un limite de 12 , si bien existe un límite de categorías en los que podrá ser premiados, especificados en el siguiente punto de estas bases.

B7. Un mismo participante podrá ser seleccionado para un MÁXIMO DE 12 PREMIOS en total en una misma edición del festival. Si, tras la valoración del jurado, un participante obtiene puntuación suficiente para ser ganador de una cantidad superior de premios, la organización seleccionará para premiar exclusivamente las 12 piezas/categorías valoradas con mayor puntuación.

B8. El festival no aceptará participaciones que no incluyan la hoja de inscripción o la incluyansin su firma y sello correspondiente. Firmando este documento el participante confirma que ha leído y acepta las bases de participación del festival.

B9. En caso de concurrir con varios trabajos/piezas a concurso, es obligatorio enviar una hoja de inscripción firmada y sellada por cada trabajo/pieza presentada, indicando en cada una de ellas las categorías por las que concursa esa pieza.

B10. El participante concursa con la totalidad de la suma de las categorías señaladas en cada hoja de

inscripción. De este modo, en el ejemplo de que una agencia presente 3 hojas de inscripción con 4 categorías señaladas cada una, concurre a concurso con 12 categorías.

B11. El material presentado al festival podrá estar concebido y realizado en cualquier lengua internacional, a ser posible subtulado en castellano.

B12. El material inscrito al festival deberá haber sido publicado antes de la fecha del festival, o contar con la autorización expresa del cliente para su visionado en caso de ser un proyecto que a fecha de la gala no haya visto la luz.

B13. La organización podrá reclamar los correspondientes certificados o comprobantes de emisión o publicación en los medios de una campaña o pieza publicitaria merecedora de premio así como en la sección de Premios Marcas del Año.

B14. Los participantes a la sección de Jóvenes Talentos necesitarán tener el permiso del cliente en caso de presentar un trabajo para una marca real. Pueden entrar a concurso en esta sección campañas con clientes ficticios, habituales en prácticas universitarias y procesos de formación.

B15. En caso de posibilidad de envío físico de material a concurso tales como Packaging, los gastos de envío correrán a cargo del participante, que solicitará previamente a la organización la dirección postal para el mismo.

B16. Las piezas presentadas a concurso no tendrán más de 5 años de antigüedad. Las piezas producidas con anterioridad a esta fecha podrán concurrir a concurso en la categoría de "Mejor versión histórica".

B17. En el caso de las inscripciones en las categorías de marketing directo, marketing promocional o relaciones públicas, se adjuntará a la pieza inscrita un documento explicativo de la acción en concreto detallando antecedentes y objetivos, estrategia creativa, duración, ámbito y resultados de la campaña (si estuvieran disponibles).

B18. En caso que un candidato concorra a concurso con una CAMPAÑA, todas las obras a concurso han de pertenecer al mismo anunciante y acción publicitaria y podrán ser presentadas tantas piezas sean necesarias. Los trabajos premiados en cualquier categoría de CAMPAÑA tendrán un coste especial de acreditación especificado en el apartado C de estas bases.

B19. No se aceptarán anuncios o campañas cuyos mensajes hayan sido declarados ilícitos por los tribunales u organismos de autorregulación publicitaria. Tampoco entrarán a concurso mensajes/entidades que no tengan relación con la temática de este festival.

B20. Bajo ningún concepto se aceptarán a concurso trabajos/entidades cuya producción haya requerido cualquier vulneración de derechos humanos, derechos de los animales, cuidado del medio ambiente, etc...

B21. En caso de incumplimiento de algún aspecto de estas bases, la organización podrá valerse de la hoja de inscripción firmada donde el participante acepta las bases si considera oportuno emprender un procedimiento legal.

C. Premiación, proceso de acreditación:

C1. Las candidaturas serán valoradas por la organización y un jurado compuesto por diferentes profesionales del sector de la publicidad, la comunicación y el marketing, dándose la posibilidad de incluir a **profesionales del sector de la publicidad de Lujo, Marcas Premium y Publicidad Elegante.**

C2. En el caso de que un miembro del jurado tenga algún tipo de relación directa o indirecta con algún participante o marca anunciada en un trabajo, no tendrá posibilidad de valorar y puntuar dicho trabajo.

C3. La organización envía las candidaturas al jurado de forma anónima para lograr la máxima imparcialidad en las valoraciones. De esta forma, el jurado no conoce a los creadores de los

trabajos/entidades que valoran, logrando un examen limpio de cualquier influencia y basado únicamente en la calidad del proyecto presentado a concurso.

C4. Para favorecer la valoración anónima indicada en el anterior punto, el participante enviará sus obras su libres de cualquier tipo de identificación o logotipo que relacione la pieza con su creador.

C5. La organización se reserva el derecho de hacer una selección previa a la valoración del jurado, filtrando aquellas candidaturas que no superen los criterios mínimos de calidad establecidos por el festival. De igual modo, la organización se reserva el derecho a retirar del concurso todo el material que sea ofensivo, defectuoso, o no represente los valores y el espíritu del festival.

C6. La organización se reserva el derecho, por iniciativa propia o a propuesta del Jurado, de añadir o dejar desiertas determinadas categorías de las establecidas inicialmente a concurso.

C7. El jurado y la organización puntúan conceptos como creatividad, eficacia, mensaje, originalidad, diseño, producción, estrategia, mensaje social, etc. en cada proyecto valorado. La puntuación de cada proyecto en cada uno de estos conceptos técnicos sirve a la organización para designar los premios otorgados por cada categoría. Así, en el ejemplo de que una pieza inscrita en la categoría SPOT TV consiga una alta valoración en el concepto EFICACIA, podrá conseguir el premio MEJOR EFICACIA ENSPOT TV, logrando siempre la exclusividad en ese premio.

C8. Dado el supuesto anteriormente expuesto, es totalmente compatible que varias piezas inscritas inicialmente a una misma categoría puedan resultar premiadas en distintas modalidades de la misma según el concepto técnico más puntuado en cada caso.

C9. Los empates y situaciones especiales serán resueltos con el voto de calidad de la presidencia del jurado y la organización.

C10. La selección de premios y menciones especiales, así como premios y nombramientos honoríficos queda reservada exclusivamente para la organización, siendo responsable de votaciones en casos especiales.

C11. Fallados los premios por el jurado, el palmarés será depositado ante notario.

C12. El palmarés será confidencial hasta el día de la Gala de entrega de premios. Los premiados sólo serán informados de sus galardones, nunca de los premios de los demás participantes.

C13. Tras el veredicto del jurado, la organización informará a cada participante del resultado de su candidatura. Los concursantes que hayan resultado ganadores comenzarán desde ese momento un proceso muy protocolizado de asistencia y participación en la Gala.

C14. Tras la inscripción inicial gratuita, sólo los participantes premiados tendrán que abonar un coste por los derechos de acreditación al festival quedando los no premiados exentos de cualquier desembolso económico.

C15. El precio de acreditación establecido en cada caso es:

JOVEN TALENTO INDIVIDUAL – **195€** por cada obra/categoría premiada.

JOVEN TALENTO GRUPAL – **295€** por cada obra/categoría premiada.

AGENCIA/ANUNCIANTE CATEGORÍA GENERAL – **695€** por cada obra/categoría premiada.

AGENCIA/ANUNCIANTE CATEGORÍA CAMPAÑA – **995€** por cada campaña premiada.

AGENCIA/ANUNCIANTE CATEGORÍA CAMPAÑA INTEGRADA – **1995€** por cada campaña premiada.

SECCIÓN PREMIOS MARCAS DEL AÑO: **695€** por cada categoría premiada

C16. El ganador está obligado al pago de sus derechos de acreditación dentro del plazo indicado por la organización en la comunicación de sus premios a través de los medios de pago facilitados en el protocolo.

C17. Cada pieza/entidad inscrita al festival, puede resultar premiada en tantas categorías como indique el participante en la hoja de inscripción. En caso de que una misma pieza sea premiada en varias categorías, el ganador deberá abonar una acreditación por cada una de las categorías galardonadas, no pudiendo cambiar, declinar o rechazar ninguna de ellas tras el veredicto del jurado y la comunicación de sus premios.

C18. En el caso de que un ganador quiera cancelar su participación en el certamen tras la deliberación del jurado y la comunicación de sus premios, está igualmente obligado al pago de sus acreditaciones. En caso de incumplimiento de este punto la organización se reserva el derecho de solicitar el pago vía legal, así **como tomar medidas** legales contra el participante/entidad por daños y perjuicios a la organización.

C19. En el supuesto de que dos participantes diferentes concurren a concurso con una misma obra, en caso de resultar el trabajo premiado, cada participante deberá pagar una acreditación de manera independiente. Es decir, no se admitirá que un premio quede de manera compartida entre dos compañías, agencias o anunciantes. Sólo los jóvenes talentos podrán compartir un galardón siempre que haya sido inscrito en la sección grupal. Únicamente se podrán presentar dos participantes diferentes en una misma obra, en el caso de que se trate de una agencia de publicidad que realice el trabajo en conjunto con una productora y para ello, tendrán que demostrar o certificar con algún documento, de que han realizado la campaña en conjunto. Así mismo, la estatuilla que se incluye con el pago de la acreditación, irá a nombre únicamente de una de las dos, teniendo que pedir la otra, una réplica para que vaya a su nombre.

C20. El ganador puede solicitar si lo desea una o varias réplicas de su estatuilla para compartir sus premios con clientes o compañeros. Este servicio tiene un coste de 195 € por cada réplica y la entrega se hará en la misma gala de entrega de premios siempre que sea solicitada dentro del plazo especificado por la organización para ello. Si se solicita en fecha posterior a este plazo fijado, los gastos de envío de las réplicas correrán a cargo del solicitante y nunca de la organización.

D. Protocolo, promoción y asistencia a la Gala:

D1. El ganador podrá hacer autopromoción de su galardón, así como de la condición de ganadora de su agencia o productora desde el momento del abono de su acreditación, nunca antes. La organización del festival autorizará el uso de su marca y distintivos al ganador para dicha promoción.

D2. En caso de que un ganador decline su participación o sea descalificado del festival por incumplimiento de bases tendrá prohibido hacer autopromoción de este premio, pudiendo la organización emprender acciones legales para evitarlo si así lo considera oportuno.

D3. Desde el momento de la comunicación del premio a un ganador, el premiado atenderá y facilitará a la organización los datos requeridos para el protocolo de la gala dentro de los plazos establecidos.

D4. La acreditación incluye la asistencia a la Gala (el número de invitaciones dependerá del aforo permitido), así como actos asociados indicados en el protocolo que facilitará la organización durante el proceso de acreditación. El ganador deberá facilitar a la organización su listado de invitados dentro del plazo que se le indique en la notificación de su premio.

D5. Cerrado el plazo anteriormente citado, el aforo puede verse completado, por lo que, si un ganador se demora en el envío de su lista de invitados, la organización podrá reducir la disponibilidad de invitaciones a un número menor por motivos de seguridad, aforo y protocolo.

D6. En caso de necesitarlo, el ganador puede solicitar invitaciones extra a las que le corresponden. La organización podrá facilitar dichas invitaciones extra sólo en el caso de existencia de aforo disponible.

D7. Si la pieza premiada es un audiovisual que exceda los 25 segundos de duración, la organización solicitará al ganador un resumen de su trabajo de no más de 25 segundos para su visionado en la gala, propiciando así la agilidad y el buen desarrollo de la misma. Si el premiado no envía este resumen dentro del plazo que le sea indicado en el proceso de acreditación, la organización tendrá potestad para editar y resumir a su criterio la pieza para su proyección en la gala.

D8. Independientemente de las personas que suban al escenario, sólo una persona por agencia/entidad podrá pronunciar un discurso de agradecimiento que no podrá exceder en ningún caso los 20 segundos de duración para mayor agilidad de la Gala.

D9. Bajo ningún concepto la organización se hará cargo de gastos de desplazamiento, hospedaje, dietas o cualquier desembolso relacionado con la asistencia al festival. Si bien, la organización informará debidamente al ganador si existen hoteles recomendados con tarifas especiales para el festival o descuentos exclusivos en viajes.

D10. El material y la documentación presentada pasará a formar parte del archivo del festival. Los participantes autorizan la exhibición en público o privado de las piezas presentadas, así como su edición, distribución o venta con fines promocionales del festival.

D11. La decisión de no premiar una determinada pieza, campaña publicitaria o entidad en el festival, por las razones y motivos expuestos en estas bases, se hará en base única y exclusivamente a la opinión del jurado o la organización del festival. En este sentido, el participante no podrá recurrir esta decisión ni, en ningún caso, exigir responsabilidad o indemnización alguna a la organización del festival.

E. Ranking, premios especiales y agencia platino:

E1. La organización del festival otorgará a cada ganador por cada premio obtenido una puntuación para su posición dentro del Ranking Internacional de las Mejores Agencias de Publicidad publicado en la web del festival o en su lugar en el Ranking Internacional de las Marcas del Año. Así mismo, esta puntuación podrá ser válida y acumulable para diferentes Rankings de agencias, festivales o medios especializados de publicidad, así como promociones de concurso público, etc.

E2. En caso de que un premiado lo solicite, la organización podrá emitir un certificado acreditativo de puntuación propio del festival expedido de manera online sin coste alguno. De igual forma, la organización ofrece la posibilidad de emitir un certificado notarial de puntuación, que se podrá solicitar en tiempo y forma y cuyo coste es de 95 Euros por cada certificado.

PUNTUACIONES OTORGADAS PARA EL RANKING DE LUXURY AWARDS

E3. Un ganador puede obtener los siguientes puntos según los premios cosechados en el festival:

- 15 PUNTOS extra por premio especial otorgado por la organización al ANUNCIANTE.
- 20 PUNTOS por cada categoría premiada.
- 25 PUNTOS extras por cada premio especial que le otorgue la organización
- 35 PUNTOS extras por la distinción AGENCIA GOLD
- 35 PUNTOS extras por la distinción AGENCIA DEL AÑO
- 40 PUNTOS extras por la distinción AGENCIA PLATINO

PUNTUACIONES OTORGADAS PARA EL RANKING DE PREMIOS MARCAS DEL AÑO

E3. Un ganador puede obtener los siguientes puntos según los premios cosechados en el festival:

- 20 PUNTOS por cada categoría premiada.
- 25 PUNTOS extras por cada premio especial que le otorgue la organización

- 35 PUNTOS extras por la distinción EMPRESA DEL AÑO
- 40 PUNTOS extras por la distinción EMPRESA PLATINO

PREMIOS ESPECIALES QUE OTORGA LA ORGANIZACIÓN:

E4. La organización tendrá potestad, por iniciativa propia, de otorgar una serie de Premios Especiales basados en las altas puntuaciones y buenas valoraciones que pueda hacer el jurado de una agencia, campaña o proyecto. Estos Premios Especiales no conllevan ningún coste extra para el ganador en su acreditación, son reflejados automáticamente en el palmarés y suman 25 puntos extra al acumulado de puntos del ganador para el Ranking. Los premios especiales podrán ser, entre otros:

- PREMIO ESPECIAL AGENCIA EFICACIA
- PREMIO ESPECIAL AGENCIA MÁS INNOVADORA
- PREMIO ESPECIAL AGENCIA CON MEJOR ESTRATEGIA
- PREMIO ESPECIAL AGENCIA CON MEJOR USO DEL MARKETING
- OTROS PREMIOS ESPECIALES
- PREMIO ESPECIAL AGENCIA CREATIVA

PREMIOS ESPECIALES AL MÁXIMO PREMIADO DE LA EDICIÓN:

E5. Una agencia será considerada AGENCIA GOLD cuando, una vez finalizadas las valoraciones del Jurado y la Organización, sea la segunda agencia más galardonada de la presente edición del festival.

E6. Una agencia será considerada AGENCIA PLATINO cuando, una vez finalizadas las valoraciones del Jurado y la Organización, sea la agencia más galardonada de la presente edición del festival. En el caso de Premios Marcas del año, será EMPRESA PLATINO cuando una vez finalizadas las valoraciones del Jurado y la Organización, sea la empresa más galardonada de la presente edición del certamen.

E7. Junto a la distinción de AGENCIA PLATINO se obtiene la calificación de AGENCIA DEL AÑO al no tener competencia la alta puntuación obtenida por el ganador. Además, se valorará en estos casos al anunciante de mayor puntuación y anunciante con más categorías premiadas, los cuales serán distinguidos con los premios especiales ANUNCIANTE DEL AÑO, así como otros premios especiales relacionados con el anunciante.

F. Descalificación y penalización, razones y motivos:

F1. Los participantes que hayan sido ganadores y no abonen sus acreditaciones dentro del plazo programado por la organización serán descalificados y penalizados, quedando terminantemente prohibida su asistencia a la gala o cualquier tipo de relación con el festival para los próximos 3 años.

F2. Podrá ser descalificado del certamen aquel participante que no pueda acreditar ser autor de la campaña y/o trabajo presentado o no tenga consentimiento de su cliente para la participación en el concurso.

F3. Podrá ser descalificado y/o penalizado del certamen el participante que, con motivo de su participación o premiación intente contactar con cualquier miembro de la organización fuera del ámbito y los medios estrictamente profesionales (redes sociales personales, teléfono personal, etc...).

F4. Podrá ser descalificado del certamen cualquier participante que incumpla normas morales o cívicas, tales como el intento de comunicarse con los miembros del jurado y/o la organización con fines relacionados a influir en la puntuación de su candidatura, etc.

F5. Podrá ser descalificado y en su caso desposeído de sus galardones cualquier ganador que en la Gala de entrega de premios cometa un altercado de civismo u orden público contra el buen

desarrollo del evento.

F6. Luxury Awards apoya los criterios de la Fundación FAADA, para la defensa de los animales en el sector Audiovisual, colaborando de manera estrecha con esta entidad. No serán admitidos trabajos en los que animales hayan resultado dañados, maltratados o vulnerados de algún modo para la creación de cualquier tipo de reclamopublicitario.

F7. Será descalificada, y en su caso desposeída de sus galardones, cualquier agencia que incumpliera lo establecido en estas condiciones, habiéndolas aceptado en su totalidad mediante su firma en la hoja de inscripción.

G. Acción Social, becas de formación:

G1. La entidad organizadora del festival **Gala Acción Social**, donará a los participantes una beca de formación de la que podrá beneficiarse cualquier persona que acredite pertenecer al equipo que presenta el trabajo ganador.

La Acción Social en becas de la que se beneficiarán los ganadores es la siguiente:

JOVEN TALENTO INDIVIDUAL: 1 Máster (Valor 3995€)

JOVEN TALENTO GRUPAL: 1 Máster (Valor 3995€) para cada miembro del grupo.

AGENCIA/ANUNCIANTE/ENTIDAD PREMIADA: 1 Máster (Valor 3995€)

AGENCIA/ANUNCIANTE CON PREMIO ESPECIAL: 1 DBA (Valor 25000€) + 2 Máster (Valor 7990€)

AGENCIA GOLD: 2 DBA (Valor 50000€) + 2 Máster (Valor 7990€)

AGENCIA/ENTIDAD PLATINO: 3 DBA (Valor 75000€) + 3 Máster (Valor 11985€)

G2. Los ganadores de las becas Máster podrán solicitar el cursar de manera totalmente gratuita un Máster relacionado con el sector valorado en 3995€ a cursar online en Campus Universitario Europeo durante un periodo de 6 meses con opción de prórroga, a razón de 95€ por cada mes prorrogado en caso de ser necesario.

G3. En caso de que el beneficiario de esta beca no cumpla los requisitos académicos para cursar un Máster, tendrá la opción de cursar un Experto o programa formativo compatible a su nivel formativo.

G4. Los ganadores las becas Excellent Program DBA podrán solicitar el cursar de manera totalmente gratuita un Excellent Program Doctor in Business Administration valorado en 25000€ a cursar online en Campus Universitario Europeo durante un periodo de 3 años con opción de prórroga, a razón de 95€ por cada mes prorrogado en caso de ser necesario.

G5. El único coste para el alumno que curse el Máster o programa formativo es el de la expedición del título y la Apostilla de la Haya que ser de 295€ requeridos por Campus Universitario Europeo. El coste de expedición de título del Excellent Program DBA es de 595€.

G6. Para poder inscribirse en el Máster, Experto o DBA, deben rellenar la hoja de inscripción que Campus Universitario Europeo les facilitará y reenviarla antes de un mes después de la celebración de la Gala de entrega de premios del festival.

G7. En el caso de que el ganador decida declinar la beca estará obligado comunicarlo a la organización del festival en un plazo máximo de 30 días después de la Gala y podrá proporcionar dicha beca a cualquier miembro o compañero/a de la empresa ganadora siempre y cuando este primero, no haya empezado el curso formativo. Así se entiende, que el abono realizado con anterioridad no se devolverá.

G8. Los alumnos tendrán la opción de solicitar la doble titulación de la prestigiosa Universidad San Miguel, pudiendo solicitar información sobre esto a Campus Universitario Europeo.

G9. Luxury Awards está adherido al sistema de Sello de Seguridad en Internet igualmente al

código ético de buenas conductas.

G10. Este certamen tiene un claro fin solidario y una gran Acción Social, y apoya el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, The Global Compact.

Participando en este certamen estás colaborando en nuestra importante
Acción Social.

* Bases depositadas ante notario.



Luxury Advertising Awards
El Festival de Publicidad de Lujo, Marcas Premium y Publicidad Elegante

