



PREMIOS IAB MIXX AWARDS COLOMBIA 2018
BASES

IMPORTANTE

Es obligación de los participantes conocer y cumplir todas las presentes bases, términos y condiciones. Cada Participante asumirá la responsabilidad de actualizarse e informarse regularmente acerca de estas bases consultando periódicamente el sitio:

www.iabmixxcolombia.com.

Por el hecho de inscribirse y participar, se entiende que el participante ha leído y acepta incondicionalmente los lineamientos establecidos en las presentes bases, mismas que serán inapelables en todo sentido.

ÍNDICE

1. Introducción - Objetivos
2. Participantes
3. Inscripciones
4. Categorías de premiación
5. Evaluación y Jurado
6. Fechas importantes
7. Tratamiento, publicación de las piezas y entrega de premios.
8. De los Derechos de Autor, reproducción y difusión de las piezas
9. Derecho de exclusión
10. Exoneración de responsabilidad
11. Confidencialidad
12. Protección de datos y Políticas de privacidad



Navegable

INTRODUCCIÓN - OBJETIVOS

Los IAB mixx Awards Colombia que se premiarán este año junto al IABDay 2018, resaltan el talento de agencias, centrales de medios, productoras digitales y anunciantes, que con su estrategia, creatividad e innovación, impulsan a la industria local de publicidad y marketing interactivo hacia nuevos desafíos y fronteras, contribuyendo a elevar los estándares profesionales actuales.

IAB Mixx Awards es el único concurso oficial de la industria publicitaria digital, que evalúa todos los aspectos clave del marketing interactivo en Colombia, incluyendo la estrategia, el desarrollo creativo y su ejecución, la pauta en medios digitales, la integración con las campañas tradicionales de comunicación y su eficacia por su aporte significativo en el logro de los objetivos de marketing y comunicación de una marca.

Los Premios IAB Mixx Awards son entregados a partir de la calificación de un prestigioso jurado conformado por líderes de la industria publicitaria y específicamente del área de la publicidad y marketing interactivo local e internacional.

Los finalistas y ganadores recibirán sus premios en la ceremonia de premiación del IAB Mixx Colombia 2018 a celebrarse en el marco del IABDay 2018, el día 26 de abril.



PARTICIPANTES

- Podrán participar empresas afiliadas y no afiliadas a IAB Colombia (beneficios en precio de inscripción para empresas afiliadas).
- Podrán participar empresas colombianas (Personas Jurídicas), que hayan sido contratadas para realizar trabajos/piezas interactivas por empresas nacionales, domiciliadas en Colombia, que hayan sido emitidas o publicadas entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2017.

Los participantes darán por aceptadas las condiciones establecidas en las bases y todos sus términos, por el solo hecho de presentarse y completar la ficha de inscripción, así como por la resolución de cualquier imprevisto no contemplado por éstas y que adopte el jurado. No podrán participar aquellas empresas que no cumplan con el requerimiento precedente.



INSCRIPCIONES

- Los casos deberán inscribirse en línea a través del sitio www.iabmixxcolombia.com
- No hay un número limitado de inscripciones, podrán inscribirse 1 o varios casos por empresa.
- Los casos a inscribir deberán haber estado activos entre 1 de enero y 31 de diciembre del 2017.
- Se podrán inscribir casos tanto en las categorías de Campañas como en las categorías de Herramientas, tomando en cuenta las siguientes especificaciones:
 - Un mismo caso podrá inscribirse tanto en una Campaña como en una Herramienta.
 - Se permite una inscripción como máximo de un mismo caso en las categorías de Campañas.
 - Se permiten un máximo de tres inscripciones de un mismo caso en las categorías de Herramientas.

Importante:

En situaciones donde una campaña cuente con la participación de dos o más empresas, el puntaje se asignará a la empresa que inscriba el caso. El cliente o marca es quien deberá aprobar qué empresa inscribirá el caso.

Proceso de inscripción

- La inscripción de los casos se llevará a cabo a través de una plataforma especializada.
- Antes de inscribir el caso, la empresa deberá registrarse en la plataforma creando un



usuario y una clave para tener acceso a la misma.

- Para el proceso de registro debe considerarse la siguiente información:
 - Responsable(s) de la inscripción
 - Datos de pago y facturación
- El (los) responsable(s) de la cuenta deberá(n) llenar una ficha de inscripción del caso, integrando la siguiente información:
 - Datos del cliente
 - Datos de la agencia
 - Datos de los responsables / involucrados en el caso
 - Descripción del caso (brief, objetivos, estrategia, idea/Creatividad y resultados)
 - Enlaces que lleven a las piezas creativas (incluir el link donde se encuentren videos, audios, imágenes, documentos etc).
 - En el proceso de inscripción se deberán incluir todos los datos del caso que permitan tener claridad del mismo y que lo validen.
 - Se debe subir también como enlace, en pdf la carta de autorización y el comprobante de pago.

Importante

En caso de incurrir en datos no veraces o erróneos el caso será descalificado.

Requisitos de inscripción

Todos los casos inscritos deberán cumplir obligatoriamente con los siguientes requisitos:

- Llenado de todos los campos en la plataforma de inscripción.



- Contar con la autorización, por escrito, por parte del Cliente, quien deberá aprobar la inscripción, métricas y todos los materiales compartidos. Dicha autorización deberá subirse como documento adjunto en la plataforma de inscripción. (Carta de autorización del cliente).
- Contar con métricas que hagan referencia al objetivo, estrategia y resultados. (PARA TENER EN CUENTA: EN TODOS LOS CASOS HAY QUE ANEXAR SOPORTES DE GOOGLE ANALYTICS, GOOGLE SEARCH CONSOLE, REPORTES DE REDES SOCIALES, PRINT SCREEN DE LOS ADSERVERS, ETC. ASI MISMO CADA UNA DEBE TENER LOS OBJETIVOS DEFINIDOS Y LOS RESULTADOS OBTENIDOS)

Importante

No se podrán inscribir piezas que no cuenten con la autorización previa del anunciante responsable y/o propietario de las piezas y materiales de comunicación de la marca. Toda Agencia/Empresa que inscriba una pieza que contenga materiales intelectuales (Imagen, Foto, Música, Video, etc) deberá acreditar que posee los derechos de la misma, acreditando la compra o cesión de los mismos según corresponda, mediante documentación que avale la misma.

Sólo será posible inscribir las piezas que fueron contratadas por un cliente y pautadas o divulgadas en algún medio de comunicación o plataforma digital. Se podrá solicitar documentación que avale la pauta ante cualquier duda.

Precios de inscripción

AFILIADO IAB: \$450.000 + IVA (19%)

NO AFILIADO IAB: \$600.000 + IVA (19%)

Fuera de la fecha límite estos valores tendrán un recargo del 20%.



Proceso de pago

Los pasos para realizar el pago de las cuotas de inscripción son los siguientes:

- El pago se podrá realizar de las siguientes formas:
 - Pago vía depósito o transferencia a la cuenta -> Banco: Itaú, cuenta corriente 014375364 a nombre de Interactive Advertising Bureau Colombia, NIT 9001402628, previamente habiendo recibido la factura correspondiente.
Información: administrativo@iabcolombia.com
 - Enviar el comprobante de pago vía correo electrónico a:
administrativo@iabcolombia.com y a iabmixx@iabcolombia.com

Importante:

Inscripción que no cuente con comprobante de pago no será tomada en cuenta para el período de votaciones del jurado.

- **Fecha inicial:** La inscripción de piezas quedará habilitada a partir del día 23 de febrero de 2018.
- **Fecha final:** La fecha final para inscribir piezas, será hasta el miércoles 28 de marzo de 2017 a las 5:00pm, luego de la cual no habrá oportunidad de ingresar más piezas. Entre el 29 de marzo y el 2 de abril se considerará etapa tardía de inscripciones con un recargo en el precio del 20%.



CATEGORÍAS DE PREMIACIÓN

CAMPAÑAS

Una campaña es la suma de todos los esfuerzos publicitarios que una empresa o marca hace para alcanzar sus objetivos de negocio

» Brand awareness

Se refiere a la construcción de marca. Cuando un consumidor puede identificar, asociar y recordar una marca o varios aspectos de una marca.

KPI's

- %Tráfico directo sobre Visitas totales
- Top of Mind
- Menciones de marca en redes sociales
- Búsquedas en Google de la marca
- Inversión total
- Costo por impacto
- Costo por visita

» Product/service Launch

El lanzamiento de un producto o servicio consiste en una serie de actividades tácticas de comunicación y publicidad, proceso que tiene como objetivo introducir dicho producto en el mercado



KPI's

- Reputación producto redes sociales
- Alcance
- Inversión Total
- Ventas nuevo producto/servicio
- Suscripciones

» Direct response

Es una forma de publicidad que fue diseñada con el propósito de incitar una acción de un consumidor que se pueda medir.

KPI's

- Conversiones Totales
- Tasa Conversión
- Costo por Conversión
- Inverstión Total

» Crisis response/Reputation management

Manejo que se dió a cualquier evento que haya amenazado la imagen y reputación de una institución, compañía o persona, que generó publicidad negativa y como se enfrentó.

KPI's

- Reputación Medios Sociales pre, mid y post crisis
- Inversión Total



» Loyalty & Retention

Fidelidad del cliente, es decir, que un consumidor haya adquirido un producto o servicio y se haya convertido en cliente asiduo que, incluso, además recomienden esa marca. Se refiere también a la retención de clientes antiguos o existentes.

KPI's

- % Usuarios Recurrentes
- % Compras Recurrentes
- LTV
- Inversión Total

» Audience engagement

El engagement (compromiso) consiste en generar interacción a través de los contenidos. Cuando un usuario lee un contenido que le interesa, se involucra ... debe ser siempre adecuado a la audiencia a la que se pretende llegar para generar el engagement que se busca.

KPI's

- Tasas Intereacción (i.e. CTR;VTR)
- Conversiones Totales Interacción
- Inversión Total
- Time spent
- Page views por usuario
- Tasa de rebote



HERRAMIENTAS

Ejecución estratégica en un medio o plataforma específica enfocada a cumplir un objetivo de comunicación para una empresa o marca.

» Search engine optimization

SEO (Search Engine Optimization) hace referencia a un conjunto de medidas para mejorar el posicionamiento de una página Web (dirección), en la posición de los diferentes motores de búsqueda.

KPI's

- MOZ Score
- Keyword sobre el cual se construyó el contenido
- Posición según el search console del contenido creado
- No de impresiones y ctr del contenido según search console
- Inversión del contenido
- Costo del contenido creado

» Search engine marketing

Campañas de anuncios por clic en internet a través de los buscadores más comunes, Yahoo, Google, Bing, a través de sus medios (o servidores de anuncios), en sus medios de búsqueda o redes de contenidos.

KPI's

- Conversiones Totales
- Tasa de Conversión
- Costo por Conversión



- Inversión Total
- CPC
- CTR
- Impression Share
- Ad Rank

» **Display / Video Advertising**

Publicidad en websites. Incluye diferentes formatos y contiene elementos como textos, imágenes, flash, video, audio. El propósito de la publicidad display es entregar anuncios publicitarios y mensajes de marcas a los visitantes y usuarios del site.

KPI's

- CTR
- No de impresiones
- cpm del dsp
- Inversión total
- dsp utilizado
- dmp utilizado
- cpm pagado por el dmp

» **Content marketing**

Campañas en donde la creación y distribución de contenido relevante y valioso para atraer, adquirir y llamar la atención de un público objetivo bien definido, con el objetivo de impulsarles a ser futuros clientes haya sido fundamental

KPI's

- No de piezas de contenido creadas



- valor de cada visitante por el keyword definido
- valor del keyword según adwords
- inversión total
- plataformas de distribución utilizadas
- No de page views del contenido
- No de views
- Valor de cada View
- tasa de rebote
- time spent
- page views por usuario

» **Social media marketing**

Marketing de Redes Sociales, es decir, utilizar las redes sociales y participar en ellas para lograr promocionar un sitio web de una empresa, un producto, un servicio, un blog, etc.

KPI's

- **Engagement:** Clic, likes, shares, comments, active followers.
- **Reach: Active** followers, impressions, traffic data.

» **Affiliate marketing**

Campañas de marketing de afiliación que estén basadas en la obtención de resultados, donde el anunciante no haya pagado por impresiones o clicks sino por los resultados que se obtienen. En este caso, los sitios web, llamados afiliados, se encargaron de publicar a los anunciantes mediante la publicación de sus anuncios o promociones. Pueden ser productos de empresas o de bloggers. Dichos afiliados obtuvieron una comisión cuando el usuario entró en su página web y realizó la acción determinada previamente. Que puede ser pulsar sobre un enlace, llenar un formulario de registro o bien comprar.

KPI's

- CPA o CPR
- Inversión lograda
- No de leads o resultados
- Objetivo establecido en No de Leads

» Email marketing

Campañas donde la comunicación con el usuario es a través del email para atraer a potenciales clientes, o para comunicarse con los clientes actuales

KPI's

- Tasa apertura
- Tasa conversión
- Volumen envíos
- Costo por Conversión
- Conversiones Totales

» Plataformas móviles (SMS, APPS y SITES)

Utilización de recursos a través de plataformas móviles* ya sea como parte central o complementaria de la campaña para poder ofrecer al usuario una experiencia con la marca o el producto.

*Ejemplos: mobile site, sms, mobile app, realidad aumentada, QR code o cualquier desarrollo que involucre la utilización de dispositivos móviles

KPI's

- Visitas a sitio o aplicación instalada



- Conversion rate (si aplica transacción)
- Registros, cotizaciones, número de ventas/adquisiciones (si aplica), costo por adquisición dentro de plataforma móvil (si aplica)
- Monto total de ventas (si aplica)
- Creatividad
- Innovación
- Consistencia y/o funcionalidad con la campaña (congruencia digital)

» **Big data y analytics**

Mejor aprovechamiento de datos antes, durante y después de la ejecución de una campaña.

KPI's

- **Antes:** Número de registros, nivel de segmentación, calidad de los datos (Número de variables por registro)
- **Durante:** (En función del tipo de campaña, ya que puede ser mail, SMS, etc) Performance de la campaña dependiendo del canal (Views, clics, CTR, CTO open rate, etc)
- **Después:** Nuevos registros, mejoras en la segmentación, mejoras en la calidad de los datos

» **Sitios web**

Cualquier sitio, micrositio o destino online que a través de la experiencia y la interfase para el usuario contribuye a resolver una necesidad del consumidor.

KPI's

- Las que correspondan a los objetivos del proyecto



- Visitas y visitas únicas
- Tiempo de navegación
- Conversion rate
- CTRs internos (clics dentro del sitio)
- Registros (si aplica)
- Cotizaciones (si aplica)
- Número de ventas/adquisiciones (si aplica)
- Costo por adquisición (si aplica)
- Monto total de ventas (si aplica)
- Accesibilidad y autoresponsivo
- Usabilidad / experiencia de usuario.
- Tasa de rebote

PREMIOS ESPECIALES

ANUNCIANTE DIGITAL DEL AÑO

Se le otorga a la marca que suma la mayor cantidad de puntos entre shortlist y metales obtenidos.

AGENCIA DIGITAL DEL AÑO

Se otorga a la agencia con mayor puntaje según premios recibidos o shortlist.

BEST IN SHOW

Se vota entre los premios ORO obtenidos de Campañas y Herramientas.



EVALUACIÓN Y JURADO

Jurado

El jurado de los Premios IAB Mixx Colombia 2018 estará compuesto por 25 miembros, líderes de la industria de la publicidad digital, integrado de la siguiente manera:

- Un presidente del jurado
- 24 miembros líderes de opinión, académicos, anunciantes, agencias, medios y plataformas, nacionales e internacionales, con el know how y experiencia suficiente para asumir este rol.

Los jurados serán designados según el criterio definido a continuación e invitados por escrito por IAB Colombia. Las invitaciones serán cursadas a la institución y será ésta la encargada de definir las personas que tomarán dicho lugar, siempre que cumplan con los requisitos de solvencia en sus conocimientos del área de comunicación digital. Los jurados tendrán 5 días hábiles para aceptar en forma escrita, comprometiéndose a participar de todas las instancias definidas por el festival para los jurados. La designación del jurado y sus resoluciones son inapelables

» **Funcionamiento interno**

El jurado se considerará habilitado a votar siempre que se encuentre activo el 70% de los integrantes del mismo.

El jurado contará con un presidente, que será un jurado designado por la organización del IAB Mixx, que oficiará de moderador y será el encargado de velar por el cumplimiento del quórum y de solicitar arbitraje cuando sea necesario, siempre que sea fuera de las instancias de votación. En caso de que una situación no haya sido prevista por estas



bases y el árbitro indique dicho vacío, será criterio del presidente del jurado la solución a dicha situación, quedando consignada en las actas de desarrollo de la votación.

Los jurados que sean propietarios o empleados de empresas que hayan presentado piezas, deberán abstenerse de votar las mismas. Previo al comienzo de la votación, el jurado titular que hubiese inscrito piezas, deberá entregar una carta con el listado de dichas piezas al presidente del jurado. Para que los resultados sean ecuanímes, los votos totales de cada pieza serán divididos por la cantidad de jurados que efectivamente votaron dicha pieza.

Los jurados se comprometen a no divulgar información alguna sobre las piezas presentadas en ninguna instancia previa o durante la premiación.

» Arbitraje

Se designará un árbitro que será quien vele por el cumplimiento de las bases durante la inscripción, durante la votación y ante cualquier cuestionamiento durante el desarrollo de la votación y premiación.

Este no podrá ser propietario, empleado o proveedor de empresas que presenten piezas.

Ante una situación no prevista en las bases, tanto el árbitro o el presidente podrán llamar la atención sobre la misma. Será el presidente únicamente el encargado de, según su mejor criterio, tomar una decisión definitiva.

Las decisiones son buenas exclusivamente en el caso concreto y no generan antecedentes para futuros jurados, sino que estas decisiones serán documentadas para su consideración posterior en una revisión de las bases. La decisión será inapelable.



» **Auditoría y Arbitraje durante la inscripción.**

El Auditor consignará que toda la información sobre las piezas haya sido proporcionada adecuadamente según las bases y en los tiempos adecuados, según los procedimientos acordados.

El árbitro será el encargado de analizar las piezas con su mejor criterio y en caso de que encuentre un aspecto formal o de contenido que no sea satisfactorio, elaborará un informe junto a la pieza que será utilizado como insumo para la deliberación del presidente del jurado.

En caso que alguna pieza sea descalificada en esta instancia, será documentada la omisión.

» **Arbitraje sobre la votación**

El arbitraje no tomará parte de la votación sino que la responsabilidad de apego a las normas será del presidente y serán debidamente corroboradas por el auditor.

Criterios de evaluación

Los casos inscritos serán evaluados de acuerdo a los siguientes criterios:

- 33.33% Creatividad
- 33.33% Estrategia
- 33.33% Resultados

» **Etapas de evaluación**

Primera etapa: Elección de shortlist

En una primera rueda los jurados decidirán qué piezas pasan al shortlist. La votación se



realizará por parte del jurado en forma no presencial por medio de soporte informático y será secreta.

Cada juez revisa caso por caso los proyectos que se le asignaron y determina una calificación del 1 al 10 (ascendente) a cada uno de los criterios de evaluación. Las calificaciones se suman y se promedian, dando una puntuación por cada criterio y para cada caso. Las abstenciones sólo podrán realizarse cuando el jurado pertenezca a una empresa que tenga pieza inscrita, la cual no podrá votar, o cuando haya oposición de intereses, descalificando a la pieza, notificando al árbitro su razón de descalificación.

Los resultados del shortlist no serán dados a conocer al jurado hasta el momento de la segunda ronda.

Segunda etapa: Elección de ganadores

La segunda ronda será en forma presencial y por medio de una reunión física o en soporte de video conferencia, donde los jurados votarán únicamente las piezas seleccionadas en el shortlist.

En esta segunda ronda se debatirá la definición de los premios (Oro, Plata y Bronce) para cada categoría. Las abstenciones sólo podrán realizarse cuando el jurado tenga pieza inscrita, la cual no podrá votar o cuando haya oposición de intereses, descalificando a la pieza, notificando al árbitro su razón de descalificación.

- Procedimiento de votación para esta instancia final

El presidente del Jurado oficiará de moderador y argumentador de esta instancia. Se abstendrá de votar, salvo que alguno de los jurados votantes este imposibilitado a hacerlo. En esta hipótesis, el presidente del jurado integra la votación de la pieza en cuestión.



- Sistema de evaluación por categoría

Cada jurado realiza una votación por cada pieza, valorándola como Oro, Plata, Bronce o Desierto. Una vez valoradas todas las piezas de la categoría, se realiza una última valoración y debate del jurado, arrojando los resultados finales por categoría (Oro, Plata, Bronce o Desierto). Para los premios especiales: Agencia digital del año y Anunciante digital del año, se valorará numéricamente a todos los Oro con 5, Plata con 4 y Bronce con 3. Los que hayan pasado al Shortlist, tendrán 1 punto adicional. Los que más puntaje tengan serán los ganadores en cada categoría correspondiente. En caso de empate, el presidente emitirá un voto que desempatará. Respecto al Premio Especial Best in show, se valorarán los premiados con Oro y se decidirá por mayoría del jurado. En caso de empate el presidente emitirá un voto que desempatará.

Etapas 1 - Evaluación individual de los casos.

El número de trabajos inscritos se divide entre 4, asignando a cada uno de los miembros del jurado el 25% de las campañas de manera aleatoria. Cada juez revisa caso por caso los proyectos que se le asignaron y determina una calificación del 1 al 10 (ascendente) a cada uno de los criterios de evaluación. Las calificaciones se suman y se promedian, dando una puntuación por cada criterio y para cada caso.

Etapas 2 - Definición del shortlist

Se ordenan descendientemente las campañas y piezas a partir de la calificación final y aplicando el Top 35 percentil y superior a 6 puntos mínimos en cada criterio de jurado. Esta lista conforma a los finalistas, los cuales se evaluarán en la sesión de deliberación.

Etapas 3 - Sesión de deliberación

El presidente del Jurado oficiará de moderador y argumentador de esta instancia. Se abstendrá de votar, salvo que alguno de los jurados votantes esté imposibilitado a hacerlo.



En esta hipótesis, el presidente del jurado integra la votación de la pieza en cuestión.

» Sistema de evaluación por categoría

Cada jurado realiza una votación por cada pieza, valorándola como Oro, Plata, Bronce o Desierto. Se hace una revisión de la lista de finalistas y después de la discusión de los casos cada juez asigna una puntuación de manera secreta (3,2,1,0) para la asignación de metales.

Para los premios especiales, se valorará numéricamente a todos los Oro con 5, Plata con 4 Bronce con 3, shortlist con 1. Los que más puntaje tengan serán los ganadores en cada categoría correspondiente. En caso de empate, el presidente emitirá un voto que desempatará. Respecto al Premio Best in show, se valorarán los premiados con Oro y se decidirá por mayoría del jurado. En caso de empate el presidente emitirá un voto que desempatará

Puntaje

Los IAB Mixx Awards reconocen lo mejor del Marketing Interactivo en Colombia dentro de un marco de categorías -con premios Oro, Plata y Bronce-, y se entregan a las campañas y a las piezas interactivas que hayan sido mejor evaluadas por nuestro jurado de líderes de la industria.

El jurado podrá entregar un máximo de 1 Oro, 1 Plata y 1 Bronce por categoría, y en caso que el jurado estime oportuno, podrá otorgar una mención según su criterio.

En todos los casos de empate entre dos o más piezas o campañas, para la determinación de las premiaciones, el voto emitido del Presidente del Jurado definirá el resultado según su escala de valores.

Cada Oro recibirá 5 puntos, Plata 4 puntos y Bronce 3 punto. Las piezas que pasen al





shortlist, obtendrán 1 punto. Las menciones no sumarán puntos.

Además de reconocer a las piezas y campañas que integran múltiples plataformas interactivas, los Premios IAB Mixx Awards reconocen a aquellas ideas significativas en un medio digital o interactivo, por lo que se entregan cuatro reconocimientos especiales: Anunciante del año, Agencia del año, Best in show y el premio especial de innovación tecnológica.

Los ganadores de cada Premio Especial (excepto best in show) según su especialidad, serán aquellas que obtengan el promedio más alto según los puntos obtenidos. Los que más puntaje tengan, serán los ganadores en cada categoría correspondiente. En caso de empate, el presidente emitirá un voto que desempatará.

Best in show: Participarán todas aquellas piezas o campañas premiadas con ORO y se decidirá por mayoría del jurado. En caso de empate el presidente emitirá un voto que desempatará.



FECHAS IMPORTANTES

Apertura de convocatoria

Febrero 23 de 2018

Workshop para inscripción de casos

Marzo 7 de 2018, webinar (se anunciará oportunamente)

Etap regular

Del 23 de febrero al 28 de marzo de 2018.

Etap tardía

Del 29 de marzo al 2 de abril de 2018 (con recargo en el precio del 20%).

Juzgamiento

Abril 2018

Publicación del shortlist

6 de abril de 2018

Ceremonia de premiación

26 de abril de 2018



TRATAMIENTO, PUBLICACIÓN DE LAS PIEZAS Y ENTREGA DE PREMIOS

Comunicación de los resultados

El jurado deberá firmar un acuerdo de confidencialidad de no develar ningún tipo de información previo a la ceremonia pública.

Los resultados finales serán en primera instancia comunicados durante la ceremonia de premiación, y luego de la ceremonia, se encontrarán disponibles en el sitio web de IAB Mixx Colombia.

Serán publicados los ganadores de Oro, Plata y Bronce en las distintas categorías y los ganadores de los premios especiales.

Entrega de premios

La entrega de premios se realizará durante la ceremonia de premiación que se llevará a cabo el 26 de abril de 2018, en el marco del IADay 2018. Los ganadores deberán estar presentes para recibir el premio.



DE LOS DERECHOS DE AUTOR, REPRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS PIEZAS

El/los autores cederán, de forma gratuita, los derechos de las piezas seleccionadas para su reproducción, distribución y comunicación pública, los cuales se harán siempre con el reconocimiento de su condición de autor, excepto manifestación en contra. Los concursantes se responsabilizarán totalmente de que no existan derechos a terceros en las obras presentadas ni reclamación alguna por derecho de imagen.

La realización y la pieza definitiva podrán ser grabadas y/o fotografiadas y podrán ser reproducidas y/o expuestas por la organización a través de la prensa, televisión, Internet o cualquier tipo de publicación producida o no por IAB Mixx, con el objeto de que éstas puedan ser utilizadas en actividades relacionadas con la promoción y divulgación de las actividades de IAB Mixx.

Los participantes desde el momento de presentación de las piezas aceptan no tener derecho a reclamación patrimonial de especie alguna contra IAB Mixx, en virtud de los derechos de reproducción cedidos sin perjuicio del derecho moral que les corresponde de solicitar el reconocimiento de la paternidad intelectual sobre la creación artística.



DERECHO DE EXCLUSIÓN

IAB Mixx se reserva el derecho de descartar y excluir del Concurso, sin reembolsar el costo de inscripción, a los participantes que:

- Las piezas no sean publicidad genuina creada y producida por encargo explícito o al servicio de un anunciante que se haya hecho cargo de todos los costos, incluido el servicio de agencia (excepto para los materiales de apoyo a la comunidad o bien público). También deberá incluirse obligatoriamente en cada ficha de inscripción la fecha de publicación/emisión de la pieza y el medio en que fue vehiculizada.
- Cuando se inscriban con datos falsos o haya indicios que razonablemente pudieran llevar a pensar que los datos son falsos. A estos efectos, se podrá exigir a los participantes la verificación de sus datos si lo considera oportuno.
- Cuando, de cualquier forma fraudulenta o artificial, manipulen su participación en el Concurso.
- Cuando IAB Mixx considere que las piezas presentadas contienen elementos que de cualquier forma puedan considerarse contrarios a los derechos fundamentales y las libertades públicas, induzca, incite o promueva actuaciones delictivas, denigratorias, violentas o, en general, contrarias a la ley, a la moral y buenas costumbres generalmente aceptadas o al orden público.
- A piezas que se encuentren protegidas por cualquiera de los derechos de propiedad intelectual o industrial pertenecientes a terceros, sin que el participante haya obtenido previamente de sus titulares la autorización necesaria para llevar a cabo el uso que efectúa o pretende efectuar.
- A piezas que sean contrarias al derecho de honor, a la intimidad personal y familiar o a la propia imagen de las personas.



- A piezas que de cualquier manera menoscaben el crédito y reconocimiento de IAB Mixx o de terceros.
- A piezas que puedan constituir publicidad engañosa o que incorpore virus u otros elementos que puedan dañar el normal funcionamiento de la red, del sistema o de equipos informáticos.
- Cuando se incumplan las presentes bases en cualquier forma.



EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD

IAB Mixx queda exonerada, no haciéndose responsable, respecto del incumplimiento del participante de cualquier garantía en materia de derechos de propiedad intelectual, industrial o de imagen, así como de cualquier responsabilidad que pudiera derivar del incumplimiento o cumplimiento defectuoso por los participantes en el concurso de las presentes Bases.



CONFIDENCIALIDAD

La propiedad intelectual y/o industrial de las iniciativas e ideas de las piezas presentadas en el presente concurso pertenecerá – si procede en cada caso – en exclusiva a los participantes que las hayan presentado.

Durante todo el concurso se garantiza la confidencialidad respecto a las ideas presentadas; pudiendo los organizadores únicamente difundir las características generales de las mismas, así como los nombres de los participantes o de los ganadores.



PROTECCIÓN DE DATOS Y POLÍTICAS DE PRIVACIDAD

IAB Mixx se compromete al cumplimiento de su obligación de secreto de los datos de carácter personal y de su deber de tratarlos con confidencialidad y asume, a estos efectos, las medidas de índole técnica, organizativa y de seguridad necesarias para evitar su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, de acuerdo con lo establecido en la Ley 1581 y su Decreto Reglamentario.

Los participantes en el Concurso quedan informados y autorizan que los datos personales facilitados al inscribirse en el concurso, sin cuya facilitación no se podrá participar en el mismo, se incorporarán a un fichero de responsabilidad automatizado de IAB Mixx, y serán tratados con la finalidad de desarrollar su participación en el concurso (llevar a cabo la gestión del concurso, la comunicación del fallo del jurado y la difusión de la actividad).

Con esta finalidad, IAB mixx podrá ceder dichos datos a empresas o terceros prestadores de servicios necesarios para el desarrollo y promoción del Concurso o envío de comunicaciones. Asimismo, los participantes garantizan que los Datos Personales facilitados a IAB Mixx son veraces y se hacen responsables de comunicar a éste cualquier modificación en los mismos.

Los participantes aceptan recibir noticias y comunicaciones de IAB mixx. Cualquier participante inscrito puede en cualquier momento solicitar la baja del servicio de comunicaciones electrónicas y/o ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y, en su caso, oposición mediante petición escrita dirigida al correo electrónico iabmixx@iabcolombia.com





INFORMACIÓN

www.iabmixxcolombia.com

iabmixx@iabcolombia.com

(571) 6428824 / (571) 6913446



#IABMixxCo

iab • COLOMBIA

