



BASES Y CONDICIONES

IAB MIXX AWARDS URUGUAY 2026

Bureau Uruguayo de Publicidad Interactiva

1. Introducción – Objetivos

Los IAB MIXX Awards Uruguay distinguen al talento de agencias, productoras y anunciantes que, a través de su estrategia, creatividad e innovación, impulsan a la industria local de la publicidad y del marketing digital hacia nuevos desafíos y fronteras, contribuyendo a elevar los estándares profesionales de la industria.

Los IAB MIXX Awards constituyen el único concurso oficial de la industria de la publicidad digital en Uruguay que evalúa todos los aspectos clave del marketing interactivo, incluyendo la creatividad, la estrategia, la innovación, el desarrollo y la ejecución, la pauta en medios digitales, la integración con las campañas tradicionales de comunicación y su eficacia, medida por su aporte al cumplimiento de los objetivos de marketing y comunicación de una marca, una empresa, un organismo gubernamental o una organización sin fines de lucro.

Los IAB MIXX Awards son otorgados a partir de la calificación de un prestigioso jurado conformado por paneles independientes de líderes de la industria publicitaria y, en particular, de las áreas de publicidad, marketing y tecnología, tanto a nivel nacional como internacional.

Los ganadores recibirán sus premios en la ceremonia de premiación de los IAB MIXX Uruguay 2026, que se celebrará en diciembre, en lugar y fecha a confirmar.

2. Participantes

Podrán participar empresas uruguayas (personas jurídicas), incluyendo agencias de publicidad, agencias de medios, desarrolladoras, plataformas tecnológicas o cualquier proyecto independiente que haya sido contratado por empresas nacionales, domiciliadas en Uruguay, para realizar trabajos con fines publicitarios en la industria digital.

Para la categoría "Trabajos en el Exterior" podrán participar los trabajos contratados por empresas del exterior, siempre que hayan sido realizados, emitidos y publicados en territorio uruguayo y dentro del período estipulado en estas bases (ver categoría "Trabajos en el Exterior").

Los participantes aceptan las condiciones establecidas en estas bases y todos sus términos por el solo hecho de presentar su inscripción y completar la ficha correspondiente, así como también aceptan la resolución que adopte el jurado respecto de cualquier situación imprevista no contemplada en ellas.

No podrán participar aquellas empresas que no cumplan con los requisitos precedentemente establecidos.

3. Inscripciones

Para participar de los IAB Mixx Awards 2026, los casos deberán inscribirse en línea a través del sitio www.iabmixx.com.uy

Además de la carga online, deberán ser enviados al correo secretaria@iab.com.uy la “Carta de aceptación de las bases” firmada por un responsable de la empresa y el comprobante de pago, según los plazos establecidos.

Sólo podrán presentarse casos que hayan sido realizados y pautados entre el 1° de octubre de 2025 al 30 de setiembre de 2026.

3.1 Proceso de inscripción

La inscripción de los casos se llevará a cabo a través de la plataforma www.iabmixx.com.uy, en la sección "Inscribir Piezas". Una vez allí, la empresa deberá registrarse creando un usuario y una contraseña, los cuales le permitirán acceder a la plataforma.

Una vez completado el registro, deberán cargarse, de forma individual, las piezas y/o campañas, siguiendo los pasos indicados y completando la información solicitada (fichas técnicas), de acuerdo con los plazos establecidos.

Se solicita completar todos los campos requeridos (obligatorios y opcionales) y utilizar correctamente mayúsculas y minúsculas en la carga de los datos.

Asimismo, se recomienda verificar cuidadosamente que la información ingresada sea correcta, ya que será utilizada durante la votación y para la difusión de finalistas y ganadores del Festival.

Las piezas y campañas deberán presentarse siguiendo los lineamientos detallados en cada categoría. En la ficha técnica de cada pieza podrá incorporarse toda la información que se considere necesaria para una mejor presentación del trabajo. Asimismo, podrán adjuntarse todos los materiales utilizados durante la campaña para respaldar el caso.

También deberá adjuntarse un video explicativo de hasta 3 minutos de duración y un peso máximo de 100 MB, en formato MP4 (H.264) / 1920x1080. Como alternativa, podrá indicarse una URL que permita acceder al video en alta calidad sin límite de tiempo (por ejemplo, YouTube). La presentación del video case por sí sola no será suficiente, por lo que deberán completarse las fichas técnicas conforme a lo indicado en los puntos anteriores.

De considerarlo necesario, podrán presentarse enlaces a piezas en funcionamiento y/o materiales adicionales que acrediten la dimensión de la pieza o campaña, o que complementen y respalden la veracidad de la propuesta.

Los materiales, el video y la URL no deberán contener datos de la empresa que inscribe. No deberán citarse ni incluirse referencias o marcas de agua con logotipos de agencias o

productoras que hayan desarrollado la pieza. Únicamente podrá identificarse la marca anunciante para la cual fue realizada.

Todo el material deberá estar en idioma español o contar con traducción o subtítulo.

No podrá adicionarse ningún material extra que no cumpla con las especificaciones anteriormente mencionadas.

Una vez cargadas las fichas técnicas de cada caso y finalizado el período de inscripción, no podrá realizarse modificación alguna.

Todos los materiales deberán presentarse en su formato original o como copia, en caso de que ya no se encuentren activos.

No podrán inscribirse 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 o empresa que inscriba una pieza que contenga materiales protegidos por derechos de propiedad intelectual (imagen, fotografía, música, video, etc.) deberá acreditar que posee los derechos correspondientes.

Solo podrán inscribirse piezas que hayan sido contratadas por un cliente y pautadas en algún medio de comunicación. La organización podrá solicitar documentación que acredite la pauta en caso de considerarlo necesario.

No existe un límite en la cantidad de inscripciones.

Será el cliente o la marca quien, mediante carta de autorización, determine qué empresa inscribirá el caso cuando existan dos o más agencias o empresas involucradas.

El solo hecho de completar las fichas vía web no implicará que la pieza o campaña quede formalmente inscrita ni aceptada, hasta tanto se hayan cumplido todos los requisitos establecidos en estas bases.

En caso de que una pieza o campaña presente observaciones, la empresa que la inscribió dispondrá de un plazo de 48 horas desde la notificación para corregirlas y volver a cargar la pieza, campaña o video.

Se deja expresa constancia de que aquellas piezas o campañas observadas cuya corrección sea presentada con posterioridad al vencimiento del período de inscripción bonificada serán nuevamente inscritas una vez subsanadas las observaciones, pero perderán el beneficio del precio bonificado.

No se realizarán excepciones respecto de la presentación de formularios de inscripción fuera de las fechas establecidas, ya que el sistema informático cerrará automáticamente en los días y horarios previstos.

4. Plazos

Período Bonificado

Las piezas que se inscriban desde el 9 de setiembre hasta el 12 de octubre de 2026 inclusive, con el pago de los casos realizado hasta las 16:00 hs y la carga online completada hasta las 23:59 hs de ese mismo día, accederán al precio bonificado.

La bonificación aplicará si, y solo si, se completan todos los requisitos de inscripción; es decir, si se envía por correo electrónico la Carta de aceptación de las bases y se realiza el pago correspondiente hasta las 16:00 hs del 12/10/2026, inclusive, y se cargan las fichas de inscripción online hasta las 23:59 hs de ese mismo día. De lo contrario, la bonificación no será aplicable.

Período final y cierre de inscripciones

El período final de inscripciones comprenderá desde el 13 de octubre hasta el 23 de octubre de 2026, ambos inclusive. Para este período, el pago de los casos deberá realizarse hasta las 16:00 hs y la carga online hasta las 23:59 hs del mismo día. Vencido dicho plazo, no habrá posibilidad de ingresar nuevas piezas.

Las inscripciones realizadas durante este período serán válidas si, y solo si, se completan todos los requisitos; es decir, si se envía por correo electrónico la Carta de aceptación de las bases, se realiza el pago correspondiente hasta las 16:00 hs del 23/10/2026, inclusive, y se cargan las fichas de inscripción online hasta las 23:59 hs de ese mismo día. De lo contrario, la inscripción no será considerada válida.

Una pieza o campaña inscrita en la primera fase (período bonificado) no podrá ser sustituida por una versión posterior de la misma en la segunda fase (período final de inscripciones).

5. Categorías

Las campañas o piezas pueden participar en las categorías que así deseen quedando a criterio del jurado tal pertinencia. Los participantes pueden inscribir sin límite el número de piezas o campañas, siempre y cuando completen la ficha de Inscripción, la organización corrobore la veracidad de los datos y la inscripción se realice según las pautas previstas en este reglamento.

Las categorías se dividen en dos grandes mundos: el primero, DIGITAL COMMUNICATION, enfocado en premiar la estrategia y creatividad aplicada a la comunicación digital, y el segundo, CRAFT & INNOVATION, enfocado en premiar las mejores ejecuciones y experiencias en el mundo digital desde un punto de vista técnico.

Una misma pieza, campaña o desarrollo podrá inscribirse en uno o ambos mundos, siempre que cumpla con los requisitos de cada categoría.

Asimismo, los Trabajos para el Exterior serán evaluados en una categoría independiente.

Una misma pieza o campaña se puede inscribir en ambos mundos. Los “Trabajos para el exterior” serán evaluados en una categoría independiente.

DIGITAL COMMUNICATION

Este mundo busca reconocer aquellas ideas, acciones y campañas que a través de la creatividad, estrategia e ingenio han creado una conexión entre marcas y personas a través de canales digitales de comunicación. Los criterios de evaluación serán predominantemente la estrategia y creatividad aplicada a la comunicación.

Se valorará especialmente la capacidad de la estrategia para resolver un desafío de comunicación, la originalidad de la idea creativa, la relevancia para la audiencia objetivo y el impacto alcanzado. Cuando corresponda, también se considerarán los resultados obtenidos en relación con los objetivos planteados.

Las categorías incluidas en este mundo son:

Social Media

Se evaluarán acciones de contenido que visiblemente fueron desarrolladas para el ambiente de social media, tales como: Reels, Stories, Posts, etc. y que tienen como objetivo generar una acción de interacción y participación de los usuarios.

Se valorará la correcta utilización de los códigos y lenguajes propios de cada plataforma, así como la capacidad del contenido para conectar de manera relevante con la comunidad.

El jurado evaluará principalmente: la creatividad del contenido, la adecuación al canal, la capacidad de generar interacción, la estrategia detrás de la acción y los resultados obtenidos.

Los trabajos inscriptos deberán haber sido desarrollados para la filial local de empresas con presencia en Uruguay.

Marketing & Creators

Se evaluará cualquier acción de comunicación digital cuyo objetivo principal haya sido conectar con una audiencia específica a través de una celebridad, embajador social, talento o influencer.

El jurado evaluará principalmente: la estrategia de selección del talento, la autenticidad de la integración con la marca, la creatividad de la propuesta y el impacto alcanzado.

Los trabajos inscriptos deberán haber sido desarrollados para la filial local de empresas con presencia en Uruguay.

Branded Content

Se evaluará cualquier idea digital que utilice el entretenimiento o contenido informativo y lo incorpore a una propuesta promocional o de desarrollo de una marca con el objetivo de alcanzar resultados de marketing previamente establecidos. La experiencia puede incluir pero no se limita a campañas en series, videoclips, películas, videojuegos, podcasts, plataformas de streaming, etc.

Se valorará que el contenido aporte valor real a la audiencia y que la presencia de la marca resulte orgánica y relevante.

El jurado evaluará principalmente: la calidad del contenido, la integración de la marca, la capacidad de generar engagement y los resultados obtenidos.

Los trabajos inscriptos deberán haber sido desarrollados para la filial local de empresas con presencia en Uruguay.

Real Time Marketing

Se evaluará cualquier acción de comunicación digital que utilice como punto de partida la conversación e interacción en redes sociales, y lo incorpore a una propuesta de desarrollo de una marca con el objetivo de alcanzar resultados de marketing. La oportunidad, el tiempo de respuesta y la ejecución serán valores importantes en esta categoría.

La oportunidad, la velocidad de respuesta, la pertinencia cultural y la calidad de la ejecución serán aspectos determinantes para esta categoría.

El jurado evaluará principalmente: la oportunidad de la acción, la creatividad de la respuesta, la calidad de la ejecución y el impacto generado.

Los trabajos inscriptos deberán haber sido desarrollados para la filial local de empresas con presencia en Uruguay.

Creative e-Commerce

Se evaluarán piezas o campañas cuyo objetivo principal haya sido generar ventas y transacciones online. Esto incluye tanto iniciativas de e-commerce propias de las marcas como estrategias de Retail Media implementadas en entornos digitales de retailers y marketplaces (ej.: sitios web, aplicaciones, medios propios de supermercados o tiendas online).

Se valorará la creatividad aplicada al proceso de compra, la experiencia del usuario y la capacidad de convertir la comunicación en resultados comerciales.

El jurado evaluará principalmente: la creatividad aplicada al comercio digital, la experiencia de compra, la integración entre comunicación y conversión y los resultados de negocio.

Los trabajos inscriptos deberán haber sido desarrollados para la filial local de empresas con presencia en Uruguay.

Performance

Se evaluarán piezas o campañas con objetivos claros, medibles y comprobables que hayan generado una respuesta directa del consumidor (promociones especiales, ventas, conversiones, pruebas de producto, bases de datos, etc.)

Las inscripciones deben contar con datos claros y demostrar cómo la campaña alcanzó o superó el objetivo previamente estipulado. Se evaluará cómo la creatividad y estrategia en medios digitales logró la eficiencia comunicacional.

El jurado evaluará principalmente: la claridad de los objetivos, la estrategia implementada, la eficiencia de la ejecución, la calidad de los resultados y el retorno obtenido en relación con los objetivos planteados.

Los trabajos inscriptos deberán haber sido desarrollados para la filial local de empresas con presencia en Uruguay.

Integrated

Se evaluarán trabajos que implementen la integración de una idea utilizando múltiples medios, acciones y/o aplicaciones que se enriquezcan mutuamente y potencien la comunicación de la marca, producto o servicio.

Las campañas deberán incluir, como mínimo, tres (3) medios, plataformas o formatos digitales diferentes.

Se valorará especialmente que la integración responda a una estrategia y no únicamente a la presencia de una misma campaña en distintos canales.

El jurado evaluará principalmente: la fortaleza de la idea central, la coherencia entre los distintos canales, la integración estratégica de las ejecuciones y el impacto logrado por el ecosistema digital en su conjunto.

Los trabajos inscriptos deberán haber sido desarrollados para la filial local de empresas con presencia en Uruguay.

CRAFT & INNOVATION

Este mundo busca reconocer ideas, desarrollos e innovaciones que demuestren una forma y función excepcional en un contexto digital. Se valorará la creatividad aplicada al diseño, ejecución y experiencia de usuario creada para todos los entornos digitales. Los criterios de evaluación serán predominantemente la ejecución y la experiencia.

Las categorías incluidas en este mundo son:

Innovación

Se evaluarán soluciones innovadoras asociadas con una marca o trabajo creativo. Se buscarán ejecuciones que desafíen los límites establecidos por los medios, formatos y/o plataformas digitales de comunicación ya existentes para dar una experiencia diferente a las personas.

El jurado evaluará principalmente: el grado de innovación de la propuesta, la originalidad de la solución, el aporte de la tecnología y el valor generado para la marca y las personas.

Los trabajos inscriptos deberán haber sido desarrollados para la filial local de empresas con presencia en Uruguay.

Mejor Uso de Inteligencia Artificial

En esta categoría se premiarán las campañas, piezas o plataformas que utilicen la Inteligencia Artificial (IA) de forma innovadora y efectiva para resolver un problema de marketing, mejorar la experiencia del cliente o crear nuevas formas de comunicación.

Se evaluará la originalidad en la aplicación de la IA, la relevancia de su uso para la marca y el impacto medible que ha generado, ya sea en términos de eficiencia, personalización, creatividad o resultados de negocio. Las inscripciones deberán detallar qué herramientas o modelos de IA se utilizaron y cómo contribuyeron al éxito de la estrategia.

El jurado evaluará principalmente: la aplicación estratégica de la IA, el grado de innovación, el aporte real de la tecnología a la solución y los resultados alcanzados.

Los trabajos inscriptos deberán haber sido desarrollados para la filial local de empresas con presencia en Uruguay.

Diseño y Experiencia (UI/UX)

Se evaluarán las ideas que demuestran cómo el diseño, tanto estético como funcional, construyó y definió la experiencia del usuario en productos y servicios de una marca en el entorno digital.

Se tendrán en cuenta trabajos que involucren sitios web, aplicaciones móviles, eventos virtuales, plataformas sociales, videojuegos y otros medios digitales. La interacción del usuario con la marca a través de estos canales debe ser significativa, al tiempo que comunique efectivamente el mensaje de la marca.

El jurado evaluará principalmente: la calidad del diseño, la experiencia de usuario, la interfaz, la usabilidad, la accesibilidad y el aporte del diseño a los objetivos de la marca.

Los trabajos inscriptos deberán haber sido desarrollados para la filial local de empresas con presencia en Uruguay.

Creative Data

Se evaluarán ideas que hayan utilizado creativamente la información y los datos en ejecuciones digitales sin importar el formato.

Las inscripciones deberán demostrar cómo el uso creativo de la interpretación, el análisis o la aplicación de data mejoró y/o impulsó la ejecución de la campaña. El uso innovador de los datos debe ser el núcleo de la idea.

El jurado evaluará principalmente: el uso estratégico y creativo de los datos, la calidad de los insights obtenidos, la innovación en su aplicación y el impacto generado.

Los trabajos inscriptos deberán haber sido desarrollados para la filial local de empresas con presencia en Uruguay.

Experiencia Inmersiva (AR, VR, XR)

Se evaluarán piezas o acciones que empleen de manera innovadora nuevas tecnologías y experiencias digitales inmersivas con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario o la activación de una marca. Esto abarca pero no se limita a tecnologías como la realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR), realidad extendida (XR), NFTs, Blockchain, sistemas inmersivos, mundos virtuales, metaversos y otras plataformas.

La tecnología deberá estar al servicio de la experiencia y no constituir un fin en sí misma. El jurado evaluará principalmente: la innovación tecnológica, la calidad de la experiencia inmersiva, la interacción del usuario, la integración con la estrategia de la marca y el impacto alcanzado.

Los trabajos inscriptos deberán haber sido desarrollados para la filial local de empresas con presencia en Uruguay.

TRABAJOS PARA EL EXTERIOR

Se evaluarán piezas, campañas o desarrollos creados por equipos de trabajo basados en Uruguay, para generar un impacto en medios y formatos digitales de una marca o empresa en el exterior y que no hayan sido pautadas en Uruguay.

Esta categoría busca reconocer el talento uruguayo que desarrolla soluciones para mercados internacionales.

El jurado evaluará principalmente: la calidad estratégica y creativa de la propuesta, la excelencia de la ejecución, la adecuación al mercado de destino y el impacto obtenido.

PREMIOS ESPECIALES

Anunciante del Año

Se reconocerá como “Anunciante del Año” a aquel anunciante que haya sumado mayor cantidad de puntos a lo largo del festival. Quedan excluidas de este premio las ONG.

Productora del Año

Se reconocerá como “Productora del año” a la productora que haya sumado mayor cantidad de puntos a lo largo del festival.

Agencia del Año

Se reconocerá como “Agencia del año” a la agencia que haya sumado mayor cantidad de puntos a lo largo del festival.

Idea del Año

Se reconocerá como “Idea del Año” a aquella idea que mejor represente al festival. Participan de esta distinción todas las inscripciones que hayan sido reconocidas con oro en al menos una categoría del festival. Quedan excluidas las inscripciones en la categoría de trabajo para el exterior y los trabajos realizados para ONG.

6. Del Jurado, Árbitro, Auditor y Comisión Veedora

6.1 Composición del jurado

Los jurados serán designados según el criterio definido a continuación e invitados por escrito por IAB Uruguay. Las invitaciones a gremiales 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. Se solicitará el nombramiento de un titular y un suplente para cada cupo. 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. Una vez que entra el suplente, debe seguir como jurado y no puede volver el titular. La designación del jurado y sus resoluciones son inapelables.

6.2 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 internacional 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 dicha pieza, sin perjuicio de poder votar el resto de las piezas que están en la misma categoría. Previo al comienzo de la votación, tanto el jurado titular como suplente que hubiese inscrito piezas deberá entregar una carta con el listado de dichas piezas a la organización del IAB MIXX. Para que los resultados sean ecuanímenes, 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.

6.3 Integrantes del jurado

- 3 jurados internacionales, entre los cuales se encuentra el/la Presidente (designados por la organización del IAB MIXX)
- 4 integrantes por parte de IAB Uruguay (designados por IAB Uruguay)
- 1 integrante por la Asociación Uruguaya de la Publicidad (designado por AUDAP)
- 1 integrante por el Círculo Uruguayo de la Publicidad (designado por CUP)
- 1 integrante por la Cámara de Anunciantes (designado por CAU)
- 1 integrante por la Cámara Uruguaya de Medios (designado por CUAM)
- 1 integrante por la Cámara de Economía Digital del Uruguay (designado por CEDU)
- 1 integrante por la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (designado por CUTI)

El presidente del jurado será determinado por la organización del IAB MIXX.

6.4 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. Deberá presentar una carta al Auditor demostrando que cumple con dichas condiciones. 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.

6.5 Auditoría y Arbitraje durante la inscripción

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

6.6 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.

6.7 Auditoría

Todos los aspectos de la votación serán auditados por un auditor o escribano público. El rol del auditor no valora ni cuestiona aspectos creativos o de viabilidad de las piezas. El auditor documenta el procedimiento seguido para el cumplimiento de las normas tal cual surgen de estas bases y de la aplicación de las mismas. En caso de que la organización del MIXX deba prescindir de la figura del auditor por razones económicas o de funcionamiento, sus tareas quedarán a cargo del árbitro.

6.8 Comisión Veedora

Antes de la primera ronda de votación una comisión veedora, integrada por el árbitro, el auditor y una o más personas designadas por la organización, será la encargada de controlar la oportunidad y requisitos de las piezas inscriptas. Para las piezas con observaciones, la comisión veedora le dará la oportunidad a la empresa que inscribe de modificar la objeción y volver a subir la pieza, campaña o video antes del período estipulado.

7. Formato de votación

7.1 Primera ronda de votación

En la primera ronda los jurados decidirán qué piezas pasan al shortlist. La votación se realizará por parte del jurado en forma online a través de la plataforma y será secreta.

Las piezas serán votadas por el jurado eligiendo:

- 0 - Abstención
- 1 - Pasa
- 2 - No pasa

Las abstenciones sólo podrán realizarse cuando el jurado tenga pieza inscripta (la cual no podrá votar), o cuando haya oposición de intereses, descalificando a la pieza, notificando a la organización del IAB MIXX y al Presidente del jurado su razón de descalificación.

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

7.2 Segunda ronda de votación

La segunda ronda será en forma presencial y 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 inscripta, la cual no podrá votar (y retirarse de la sala) o cuando haya oposición de intereses, descalificando a la pieza, notificando a la organización del IAB MIXX y al Presidente del jurado, su razón de descalificación.

Procedimiento de votación para esta instancia final

- **A)** 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. En caso que sean 2 o más jurados que deban abstenerse, entra como jurado suplente la Sra. Carolina de León, en caso de empate el voto del presidente valdrá doble.
- **B)** 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: Productora del año, Agencia del año y Anunciante del año, se valorará numéricamente a todos los Oro con 7, Plata con 5 y Bronce con 3. Los que hayan pasado al Shortlist tendrán 1 punto adicional, el cual no sumará si el caso obtuvo un metal. Los que más puntaje tengan serán los ganadores en cada categoría correspondiente. En caso de empate, el presidente del jurado emitirá un voto que desempatará. Respecto al Premio Especial Idea del año, se valorarán los premiados con Oro y se decidirá por mayoría del jurado. En caso de empate el presidente emitirá un voto que desempatará.

8. Premios y puntaje

Los IAB MIXX Awards reconocen a lo mejor del Marketing Interactivo en Uruguay dentro de un marco de categorías –con premios Oro, Plata y Bronce–, y se entregan a las campañas y a las piezas que hayan sido mejor evaluadas por nuestro jurado de líderes de la industria local e internacional. El jurado podrá entregar un máximo de 1 Oro.

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.

Además de reconocer a las piezas y campañas que integran múltiples plataformas interactivas, los IAB MIXX Awards reconocen a aquellas ideas significativas en un medio

digital, por lo que se entregan cuatro reconocimientos especiales: Anunciante del año (quedando excluidas de este premio las ONG), Productora del año, Agencia del año, e Idea del año (quedando excluidas las inscripciones en la categoría de trabajo para el exterior y los trabajos realizados para las ONG).

Los ganadores de cada Premio Especial (excepto Idea del año) según su especialidad, serán aquellas que obtengan el promedio más alto en base a las piezas puntuadas. Los que más puntaje tengan serán los ganadores en cada categoría correspondiente. En caso de empate, el presidente emitirá un voto que desempatará.

Idea del año: participarán todas aquellas piezas o campañas premiadas con ORO y se decidirá por mayoría del jurado, en votación individual y anónima. En caso de empate el presidente emitirá un voto que desempatará. Este premio especial puede quedar desierto.

Cada Oro recibirá 7 puntos, Plata 5 puntos y Bronce 3 puntos. Las piezas que pasen al shortlist, obtendrán 1 punto. La Idea del Año sumará 10 puntos. Las menciones no suman puntos.

9. Tratamiento, publicación de las piezas y entrega de premios

9.1 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 Uruguay.

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

9.2 Entrega de premios

La entrega de premios se realizará en el mes de diciembre en fecha a confirmar. Los ganadores deberán estar presentes o enviar representante para recibir el premio.

10. Costos de Inscripción y Forma de pago

10.1 Costos de inscripción

Los costos por inscripción se dividen en 2 períodos: bonificado y final.

Período bonificado: del 9 de setiembre al 12 de octubre de 2026, con pago acreditado antes de las 16:00 hs y ficha cargada antes de las 23:59 hs del 12 de octubre.

Categoría	Socios IAB	NO SOCIOS
Todas las categorías (excepto Integrated)	\$ 3.630	\$ 5.060
Integrated	\$ 5.500	\$ 8.800

Período final: del 13 al 23 de octubre de 2026, con pago acreditado antes de las 16:00 hs y ficha cargada antes de las 23:59 hs del 23 de octubre.

Categoría	Socios IAB	NO SOCIOS
Todas las categorías (excepto Integrated)	\$ 5.940	\$ 8.910
Integrated	\$ 9.900	\$ 12.950

Notas:

- Los precios expresados están en pesos uruguayos.
- IAB Uruguay es una asociación sin fines de lucro exenta de pago de impuestos. No contamos con factura, en su lugar, ofrecemos una nota contable y recibo oficial pos pago.

10.2 Formas de pago

- **1. Cheque al día** en \$ (no diferido) entregado en oficina de IAB (Rincón 454 piso 2 Of. 217).
- **2. Transferencia Bancaria**, según la siguiente información:

Scotiabank — Caja de ahorros pesos — Cuenta N° 1308998100 — Sucursal Ciudad Vieja — A nombre de Bureau Uruguayo de Publicidad Interactiva.

Al realizar la transferencia le solicitamos pongan en el detalle el nombre de la empresa y nos envíen el comprobante de la misma al mail secretaria@iab.com.uy, con esto podemos tener una rápida identificación y adjudicación del pago.

11. 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.

12. 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.
- Cuando las piezas presentadas reproduzcan o promuevan estereotipos de género; contengan mensajes, imágenes o representaciones que inciten, legitimen, naturalicen o hagan apología de la violencia y diversidades en cualquiera de sus formas (física, psicológica, simbólica, mediática u obstétrica, entre otras); cosifiquen o reduzcan a las personas a su apariencia física o rol de género; o contengan elementos discriminatorios por motivos de género, orientación sexual, identidad de género, etnia, edad, discapacidad, nacionalidad, religión o condición socioeconómica.

13. 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.

IAB MIXX se reserva el derecho de modificar, sin previo aviso a criterio conforme a Derecho por el Organizador, las bases y las condiciones del Concurso en cualquier momento, e incluso de anularlo o dejarlo sin efecto. En todo caso, se compromete a comunicar las bases modificadas a través de la página www.iabmixx.com.uy de forma que todos los participantes tengan acceso a dicha información.

14. 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.

15. Protección de datos y Políticas de privacidad

IAB Uruguay 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 18.331 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 Uruguay, 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 Uruguay 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 Uruguay 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 inscripto 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 secretaria@iab.com.uy.