



PREMIOS IAB MIXX MÉXICO 2026

Bases, términos y condiciones

Importante:

Es responsabilidad de todas las personas participantes **conocer, cumplir y mantenerse actualizadas** respecto a las presentes bases, términos y condiciones. Cada participante deberá consultar periódicamente el sitio oficial: premiosiabmixx.mx.

Al inscribirse y participar, se entiende que el participante **ha leído, comprendido y acepta de manera plena e incondicional** los lineamientos establecidos en estas bases. Todas las decisiones derivadas de las mismas son **inapelables**.

Índice

A) Participantes

B) Inscripciones

1. Proceso de inscripción
2. Requisitos
3. Costos
4. Sobre el pago
5. Proceso de pago
6. Facturación

C) Evaluación

1. Jurado
2. Criterios de evaluación
3. Etapas de evaluación
4. Asignación de puntos

D) Premios

E) Fechas importantes

F) Contacto



A) PARTICIPANTES

Podrán participar empresas socias y no socias de IAB México.

Quedan invitadas a inscribir casos:

- Marcas (anunciantes)
- Agencias de publicidad
- Agencias de medios
- Plataformas tecnológicas
- Empresas desarrolladoras de soluciones digitales
- Proyectos independientes con fines publicitarios en la industria digital

B) INSCRIPCIONES

En 2026, IAB México ofrecerá **un entry gratuito por empresa durante la etapa Early Bird**, con el propósito de incentivar la participación de organizaciones —socias y no socias—, especialmente aquellas con presupuestos limitados.

Durante la **etapa Regular** se otorgará un **50% de descuento en la inscripción de un caso en una categoría**, mientras que en la **etapa Tardía no aplicarán estos beneficios**. Esta iniciativa busca facilitar que más empresas den a conocer los casos de éxito desarrollados a lo largo del año.

Los casos inscritos deberán haber estado **activos entre enero y diciembre de 2025**, o bien haber completado **al menos el 80% de su ejecución** en México durante 2025.

No existe un límite de inscripciones por empresa; se podrán registrar uno o varios casos, considerando las siguientes especificaciones:



Límites de inscripción por categoría

- Un mismo caso o campaña podrá inscribirse en un **máximo de 4 categorías**.
- Un caso podrá inscribirse **solo en una categoría de “Campañas: Objetivos de Negocio y Marca”**.
- Se permiten **hasta dos inscripciones** del mismo caso **en las categorías de “Herramientas”**.
- Un caso podrá inscribirse **solo una vez en la categoría de “Excelencia en Integración Omnicanal”**.
- Un mismo caso o campaña **no podrá inscribirse dos o más veces en la misma categoría**, aun cuando el registro lo realicen empresas distintas. En este escenario, una de las inscripciones será descalificada; IAB México notificará previamente a los contactos registrados.

Recomendación de documentación

Para una mejor evaluación, se recomienda adecuar el video caso y la ficha de inscripción según la categoría en la que competirá cada registro.

Casos inscritos por múltiples empresas

En situaciones donde una campaña sea inscrita en un mismo entry por dos o más empresas, el puntaje se asignará a la empresa que facture el caso.

La marca deberá aprobar y definir qué agencia o empresa será la responsable de inscribir el caso.



1. Proceso de inscripción

La inscripción de casos se realizará a través de la plataforma **Oxobox**:

<https://oxoawards.com/IAB2026#/home>

Antes de registrar un caso, la empresa deberá crear una cuenta en la plataforma, generando un usuario y una contraseña. Para completar el registro inicial, se deberá proporcionar la siguiente información:

- **Responsable de la inscripción** (contacto principal).
- **Datos de contacto**: correo electrónico, teléfono celular y empresa.
- **Comprobante de pago** (cuando aplique) y **datos de facturación**.

Una vez creada la cuenta, el o los responsables deberán completar la **ficha de inscripción** correspondiente a cada caso, incluyendo:

- Datos del cliente (marca).
- Datos de la agencia o agencias involucradas.
- Datos de las personas responsables / involucradas en el caso.
- Descripción detallada del caso.

Durante el proceso de inscripción deberán integrarse **todos los datos, materiales y documentos requeridos** que permitan **validar el caso** conforme a lo establecido en el **formulario oficial**. Al realizar la inscripción, los participantes declaran que los **datos, resultados, declaraciones e impactos presentados** en el caso son **verídicos** y que **podrán ser comprobados mediante evidencia documental**, en caso de que el **Comité Organizador o el Jurado** así lo requieran.

Asimismo, en el caso de **campañas con enfoque social, ambiental o de impacto**, estas deberán contar con **evidencia clara y comprobable** de su **implementación** y de los **resultados obtenidos**. El **uso desproporcionado de mensajes aspiracionales sin sustento real** será



considerado como **purpose washing** y **podrá ser penalizado** durante el **proceso de evaluación**.

Importante:

La inclusión de datos **falsos, inexactos o incompletos** podrá derivar en la **descalificación del caso**, sin derecho a reembolso.

2. Requisitos obligatorios para todos los casos inscritos

Todos los casos deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. **Llenado completo** de los campos obligatorios en la plataforma de inscripción.
2. **Autorización por escrito del cliente (marca)**, en la que apruebe:
 - La inscripción del caso.
 - Las métricas presentadas.
 - Todos los materiales compartidos.
 - El uso de la campaña por parte de IAB México para difusión en caso de ser shortlist o ganadora.
3. Esta autorización deberá adjuntarse en la plataforma (se proporcionará un **ejemplo de Carta de Autorización del Cliente**).
4. **Métricas claras y verificables**, relacionadas con los objetivos, estrategia y resultados del caso. **No se aceptarán cambios posteriores en métricas ni materiales** después del cierre de inscripciones.
5. **Logos en alta resolución** (300 dpi) de la marca y de la empresa que inscribe.



6. El **nombre de la campaña no deberá incluir** el nombre de la agencia, plataforma o empresa que la registra.
7. **Video caso** con las siguientes características:
 - Duración máxima: **2 minutos**.
 - Formatos aceptados: **.mp4 o .mov**.
 - Debe **explicar claramente el caso** e **incluir las métricas** que lo validen.
 - **No debe contener nombre ni logo de la agencia o plataforma que inscribe.**
 - En caso de ser finalista o ganador, **el video podrá utilizarse** para la producción de la ceremonia de premiación y para la comunicación y difusión del certamen.
 - IAB México podrá utilizarlo para otros fines relacionados con la difusión del concurso, sin ánimo de lucro.
8. Subir **todos los materiales utilizados durante la campaña** para respaldar el caso.

Importante:

La **producción del video no será evaluada**; su propósito es exclusivamente explicar y documentar el caso.

Todos los materiales solicitados son **indispensables**, pues se usarán para la difusión de los casos participantes, shortlist y ganadores.

3. Costos

Una vez inscritos, los casos deberán cubrir la **cuota correspondiente de inscripción**.



Inscripciones en etapa early bird: (del 5 al 26 de enero de 2026) Precios + IVA

EARLY BIRD		
Entries	Socios	Público
2 a 9	\$10,869	\$16,303
10 a 14	\$9,782	\$14,673
15 a 19	\$9,239	\$13,858
20 o más	\$8,696	\$13,043

Inscripciones en etapa regular: (del 27 de enero al 16 de febrero de 2025) Precios + IVA

REGULAR		
Entries	Socios	Público
1 a 9	\$11,956	\$17,933
10 a 14	\$10,760	\$16,140
15 a 19	\$10,163	\$15,244
20 o más	\$9,566	\$14,347

Inscripciones en etapa tardía: (del 17 de febrero al 9 de marzo de 2025) Precios + IVA

TARDÍA		
Entries	Socios	Público
1 a 9	\$13,152	\$19,726
10 a 14	\$11,836	\$17,754
15 a 19	\$11,179	\$16,768
20 o más	\$10,523	\$15,782



Notas importantes:

- Los **precios se aplican por caso inscrito por categoría.**
- Si se desea inscribir **el mismo caso en más de una categoría**, deberá realizarse un **pago adicional** correspondiente a esa inscripción, de acuerdo con los límites permitidos por las bases.
- Una vez procesado el pago, **no se realizarán reembolsos** bajo ninguna circunstancia.

4. Sobre el pago

El pago de las inscripciones podrá realizarse **en cualquiera de las etapas del periodo de inscripción** (Early Bird, Regular o Tardía), aplicando el **costo correspondiente a la etapa** en que se efectúe el pago.

La inscripción del caso en la plataforma podrá realizarse en cualquier momento dentro del periodo de inscripciones, siempre y cuando se **complete totalmente antes del 9 de marzo de 2026.**

Si la inscripción no se concluye antes de esta fecha, el caso **no será tomado en cuenta**, aun cuando el pago se haya realizado.

No se evaluarán casos cuya inscripción no esté completamente finalizada en la plataforma, aún si el pago fue realizado.

En caso de que las políticas internas de la empresa requieran un pago posterior, será necesario enviar una **carta compromiso** en hoja membretada, firmada y con la **fecha EXACTA** de pago.

Si la fecha indicada en dicha carta no se respeta, la inscripción o inscripciones serán **dadas de baja automáticamente** del certamen.

Una vez realizado el pago, **no habrá reembolsos**, incluso si el caso se solicita dar de baja posteriormente.



5. Proceso de pago

Para realizar el pago de las cuotas de inscripción, deberán seguirse los siguientes pasos:

1. Formas de pago

a) Depósito o transferencia bancaria

Banco: BANORTE, S.A. / Banco Mercantil del Norte, S.A.

Beneficiario: Asociación Interactiva en Publicidad, A.C.

Número de cuenta: 1237810-0

CLABE: 072 180 00012378100 2

b) Pago con tarjeta de crédito

(American Express, Visa y Mastercard)

Para esta opción, deberá enviarse el formato de cargo debidamente llenado al correo:

eventos@iabmexico.com

2. Comprobante de pago

Una vez realizado el pago, se deberá:

- **Subir el comprobante de pago** a la plataforma de inscripción como archivo adjunto.
- **Enviar el comprobante** por correo electrónico a eventos@iabmexico.com, indicando:
 - Nombre de la empresa
 - Número de casos inscritos (entries)

6. Facturación

Al enviar el comprobante de pago, será necesario **adjuntar todos los datos fiscales** correspondientes.



La factura se emitirá **dentro del mes en curso**.

Una vez emitida la factura, **no se realizarán re-facturaciones**.

Importante:

Si el pago no se realiza, la inscripción **no será considerada para el periodo de evaluación del jurado** y el caso quedará **descalificado** del certamen.

C) EVALUACIÓN

1. Jurado

El proceso de evaluación estará a cargo de un jurado conformado por profesionales destacados de la industria.

Fase 1

Un jurado extendido de **hasta 80 especialistas** revisará aproximadamente el **20% de la muestra total**, participando en la primera selección de casos destacados.

Fase 2

En la segunda etapa, un jurado conformado por **hasta 30 expertos de la industria** realizará una evaluación más profunda para la **definición de metales**.

Criterios de selección del jurado

Los miembros del jurado serán elegidos con base en los siguientes criterios:



- **Áreas de expertise** relevantes dentro de la industria del marketing y la publicidad digital.
- **Roles directivos** y capacidad de **toma de decisión**.
- **Experiencia previa** como jurado en festivales nacionales o internacionales.
- Reconocimiento y trayectoria como **perfiles referentes** en la industria.

2. Criterios de evaluación

Todos los casos inscritos serán evaluados conforme a los siguientes criterios, cada uno con el mismo peso:

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

3. Etapas de evaluación

Etapas de evaluación

El total de trabajos inscritos se divide entre 5, asignando a cada miembro del jurado aproximadamente el **20%** de las campañas **de acuerdo con su área de expertise**, revisando únicamente las categorías relacionadas con su especialidad.

Con el objetivo de asegurar un proceso de evaluación **claro, consistente y comparable**, cada caso recibirá una calificación numérica de acuerdo con la siguiente escala:

3 – Oro

Corresponde a un **caso sobresaliente**, que demuestra **excelencia integral** en todos los criterios de evaluación. Presenta una **estrategia sólida y bien fundamentada**, una **ejecución**



destacada, uso ejemplar de plataformas y herramientas digitales, así como **resultados contundentes, comprobables y alineados a los objetivos planteados**. Este nivel se asigna a los casos que representan **referentes de la industria** y elevan el estándar de la categoría.

2 – Plata

Se otorga a un **caso de alto nivel**, que cumple de manera consistente con los criterios de evaluación y presenta **resultados relevantes y verificables**. Si bien puede existir oportunidad de mejora en alguno de los aspectos evaluados, el caso demuestra **solidez estratégica, correcta ejecución y aportación significativa** dentro de su categoría.

1 – Bronce

Reconoce a un **caso bien ejecutado**, que cumple adecuadamente con los criterios mínimos de evaluación y presenta **resultados claros**, aunque con **menor nivel de profundidad, innovación o impacto** en comparación con los niveles superiores. El caso muestra buenas prácticas, pero no alcanza un grado de excelencia integral.

0 – Sin reconocimiento

Corresponde a casos que **no cumplen con los criterios de evaluación establecidos**, presentan **información insuficiente, poco clara o no comprobable**, o cuyos resultados **no demuestran impacto relevante**. Esta calificación indica que el caso no alcanza el estándar necesario para recibir un reconocimiento en la categoría.

Las calificaciones se suman y promedian para obtener una puntuación final por caso.

Etapas 2 – Definición de shortlist



Se ordenan las campañas y piezas de manera descendente según su calificación final, aplicando un **Top 35 percentil** para determinar la base del shortlist.

El **Presidente y Vicepresidente del Jurado** tendrán la facultad de definir la **puntuación mínima** para integrar el shortlist final.

Los casos seleccionados avanzarán a la siguiente etapa y serán discutidos de manera presencial durante la deliberación.

Etapas 3 – Preselección de metales

El jurado de la fase 2 revisará **todos los casos finalistas**.

La escala de evaluación para esta etapa será de **0, 1, 2 o 3 puntos** (donde 3 es la puntuación más alta).

Estas calificaciones servirán para generar una preselección de metales.

Etapas 4 – Sesión de deliberación final

Durante la sesión de deliberación presencial, se revisará la lista de metales preseleccionados. En esta reunión, los jueces revisarán nuevamente los casos finalistas, discutirán sus méritos y resolverán dudas o diferencias de criterio.

Después de discutir cada caso, los jueces emitirán una votación **secreta**, asignando nuevamente **0, 1, 2 o 3 puntos**, los cuales determinarán los metales finales.

A partir de esta votación se determinará:

- Las campañas ganadoras en cada categoría.
- Los niveles de reconocimiento correspondientes (Oro, Plata y Bronce), cuando aplique.
- Reconocimientos especiales, en caso de ser definidos por el jurado.



La decisión final se tomará por mayoría simple y quedará registrada para garantizar transparencia en el proceso.

4. Asignación de puntos para Premios Especiales

Cada metal obtenido suma puntos para definir a los ganadores de los premios **Agencia del Año** y **Anunciante del Año**, con base en los siguientes puntajes aplicables a las categorías de **Campañas: Objetivo de Negocio y Marca, Herramientas y Excelencia en Integración Omnicanal**:

- **Oro:** 3 puntos
- **Plata:** 2 puntos
- **Bronce:** 1 punto
- **Shortlist:** 0 puntos

Best in Show

Se selecciona entre todos los casos ganadores de **Oro**. Para que este premio pueda otorgarse, deberá haber al menos **tres oros** en la muestra.

El ganador de Best in Show recibe **10 puntos adicionales** para el acumulado de Agencia del Año y Anunciante del Año.



Grand Prix

El jurado podrá otorgar, a mano alzada, un reconocimiento especial a la campaña que se considere **lo mejor de la muestra**. Este premio no es obligatorio y queda a criterio del jurado.

El Grand Prix otorga **10 puntos adicionales** para Agencia del Año y Anunciante del Año.

Diversidad e Inclusión

El jurado podrá reconocer, también a mano alzada, la campaña que mejor represente una propuesta destacada en temas de **diversidad e inclusión**, considerando elementos como edad, capacidad, etnicidad, género, identidad o expresión de género, religión u orientación sexual.

La entrega de este premio no es obligatoria y queda a criterio del jurado.

El ganador recibe **10 puntos adicionales** para Agencia del Año y Anunciante del Año.

Criterios de Evaluación

El premio reconocerá la campaña que demuestre una integración destacada de diversidad e inclusión. El jurado evaluará:

1. **Representación auténtica y respetuosa**
Inclusión no estereotipada de comunidades diversas (edad, capacidades, etnicidad, género, identidad o expresión de género, religión u orientación sexual).
2. **Relevancia en la narrativa**
La diversidad forma parte central del mensaje o propósito de la campaña (no como elemento accesorio).
3. **Impacto positivo**
Evidencia de aportación social: genera conciencia, conversación o acciones que promueven inclusión.



4. **Accesibilidad**

Consideración de elementos que permitan acceso inclusivo al contenido (p. ej., subtítulos, interpretación, audiodescripción).

5. **Coherencia de marca**

La campaña es congruente con las prácticas y valores de la marca en materia de inclusión.

Agencia del Año

El puntaje se conforma por:

- La suma de los metales obtenidos.
- Un punto adicional por campañas en **Shortlist**, con un máximo de **2 puntos**, independientemente del número de categorías en las que aparezca.

El oro **no es determinante** para definir a la Agencia del Año.

En caso de empate, se otorgará el reconocimiento a la agencia con **mayor número de clientes que hayan ganado metal**, sin importar el tipo de metal.

Anunciante del Año

El puntaje se conforma por:

- La suma de los metales obtenidos.
- Un punto adicional por campañas en **Shortlist**, con un máximo de **2 puntos**, independientemente del número de categorías en las que aparezca.

El oro **no es determinante** para definir al Anunciante del Año.



En caso de empate, se otorgará el reconocimiento al anunciante con **mayor cantidad de casos que hayan obtenido metal**, sin importar el tipo.

D) Premios

1. Ganadores de metal (Oro, Plata o Bronce) y premios especiales

Recibirán:

- **1 reconocimiento en 3D printing**

2. Ganadores de Oro

Además reciben:

- **1 pase por agencia y 1 pase por cliente** para un evento de **Alta Dirección** de IAB México.
- **Inscripción de un caso para los Premios IAB Mixx 2027**, por cada Oro obtenido (para la agencia).
- **2 becas por agencia y 2 becas por cliente** para cualquier programa de capacitación Digital Day (sujeto a disponibilidad; escribir a eventos@iabmexico.com).
- **Presencia en el documento digital What Works and Why.**

3. Agencia del Año

Recibirá:

- **1 año de membresía tipo Miembro Activo de IAB México.**
 - Importante: Si la agencia ya es miembro, este año se tomará en cuenta como renovación.



- **Acceso para participar en encuentros de Alta Dirección** organizados por IAB México.

4. Anunciante del Año

Recibirá:

- **1 año de membresía tipo Anunciante Activo de IAB México.**
 - Importante: Si el anunciante ya es miembro, este año se tomará en cuenta como renovación.
- **Acceso para participar en encuentros de Alta Dirección** organizados por IAB México.

5. Grand Prix

El equipo ganador recibirá:

- **1 pase para un evento internacional de la industria** (evento por definir) en Estados Unidos en 2026.
Incluye:
 - Entrada al evento
 - Vuelo redondo en clase turista
 - Dos noches de hospedaje
Es indispensable que la persona asistente cuente con perfil de Alta Dirección.



E) FECHAS IMPORTANTES

1. **Sesión Informativa:** 22 de enero de 2026
(Explicación de categorías, KPIs y uso de la plataforma).
2. **Inscripciones de casos — 3 etapas:**
 - **Etapas Early Bird:** del 5 al 26 de enero de 2026
 - **Etapas Regular:** del 27 de enero al 16 de febrero de 2026
 - **Etapas Tardía:** del 17 de febrero al 9 de marzo de 2026
3. **Publicación del shortlist:**
9 de abril de 2026 (sitio web de los premios).
4. **Ceremonia de premiación:**
21 de mayo de 2026.

F) CONTACTO

Para dudas relacionadas con el certamen, procesos de inscripción, requisitos, costos y fechas:

Regina Gómez – Subdirectora de Marketing y Comercial
Natalia Aguilar – Coordinadora Sr. de Eventos
eventos@iabmexico.com

Para soporte técnico de la plataforma de inscripción:

Carlos Ramírez – Oxobox
mexico@oxobox.tv

Tiempo estimado de respuesta: 24 horas hábiles.