



ACADEMIA DE LA PUBLICIDAD

BASES DEL CONCURSO

“EI DESAFÍO DE LA ACADEMIA 2019 COMUNICA COMO PIENSAS”

PRIMERA.- Entidad organizadora del Concurso:

La entidad responsable de la promoción es la Academia de la Publicidad (en adelante AP ó La Promotora), provista de C.I.F. G-85430296 y domiciliada en calle Poeta Joan Maragall, 51-3º-8 28020 de Madrid.

1

SEGUNDA.- Objetivo:

“El Desafío de la Academia 2019 COMUNICA COMO PIENSAS” es un concurso por el que estudiantes universitarios se integran físicamente en una agencia, durante al menos seis semanas, para competir por un briefing real de un gran anunciante. Los ganadores reciben un pago económico en el caso de la agencia y unas prácticas remuneradas de al menos tres meses en el caso de los estudiantes.

El objetivo es que los estudiantes participantes vivan, inmersos en ellos, todos los procesos que llevan a la realización de una campaña en un marco real y competitivo, proporcionándoles una experiencia completa y difícilmente alcanzable de otra forma antes de su actividad laboral.

En la edición de 2019, el nombre completo será: El Desafío de la Academia “COMUNICA COMO PIENSAS” de acuerdo con Toyota, patrón de la Academia de la Publicidad y anunciante que aportará el briefing de la campaña a concurso.

TERCERA.- ¿Quiénes pueden participar?

Las universidades o escuelas de negocios socias de la Academia de la Publicidad (AP) que quieran participar designarán su equipo representante. El método de elección queda a la decisión de cada universidad o escuela.

Los equipos estarán formados por entre dos y cuatro estudiantes de Grado de Publicidad, Comunicación, Marketing u otros afines. Todos los alumnos seleccionados por su centro deben tener su matrícula vigente en el curso académico en el que se convoca el concurso.

La AP informará a todas sus agencias socias para que se inscriban voluntariamente. En caso de no cubrirse todas las necesarias, se podrá invitar a participar a agencias no

Poeta Joan Maragall, 51 3º-8
8020 Madrid
+34 915 479 458

www.academiapublicidad.org



socias, lo que ocurrirá también si hay casos de facultades participantes en ciudades donde no haya agencias socias de la AP.

CUARTA.- ¿Cómo participan?

Lo equipos designados por las universidades o escuelas se emparejarán en un sorteo por ciudades, con las agencias participantes. Si hay más agencias que universidades o escuelas, las agencias que queden fuera tendrán prioridad en la siguiente convocatoria, caso de volver a participar.

El sorteo se realizará de manera pública en el momento y por el procedimiento aleatorio que se determine posteriormente.

Las universidades o escuelas firmarán un convenio con las agencias de acuerdo con sus propios procedimientos y nombrarán un coordinador de la práctica, que facilitará a la agencia los pasos para firmar el convenio y será el supervisor académico de la práctica. En este convenio se especificará el horario y las condiciones de presencia de los estudiantes en las oficinas de la agencia. La Academia de la Publicidad no se hace responsable de cualquier incidencia que pudiera surgir en el cumplimiento de dichos convenios.

Las agencias nombrarán a un responsable interno a ser posible del equipo que destine al concurso, que será el contacto tanto para la Universidad o escuela como para la AP.

Agencias y estudiantes firmarán un acuerdo de confidencialidad sobre el concurso.

QUINTA.- Desarrollo del trabajo

Las agencias designarán libremente un equipo interno en el que se integrarán los estudiantes. Como se ha señalado, el objetivo es que estos conozcan y participen en todos los procesos desde la investigación, a la planificación de medios, pasando por planificación estratégica, la creatividad o la producción. Las agencias se comprometen a que los estudiantes participen como uno más en el equipo designado.

A lo largo del proceso de trabajo, los equipos podrán cruzar consultas con el representante que nombre el anunciante.



SEXTA.- Fases del concurso

1. Difusión a Universidades o Escuelas

Desde el 15 de diciembre de 2018.

- Emailing informativo a decanos y profesores
- Presentación colectiva a universidades o escuelas.

2. Inscripción

Del 28 de enero al 1 de febrero de 2019, ambos inclusive

Las universidades o escuelas interesadas deberán comunicar su deseo de participar a la Academia de la Publicidad a la dirección desafío@academiapublicidad.org antes del 1 de febrero de 2109 inclusive y recibirán un documento de adhesión al concurso.

3. Comunicación de los equipos

Del 4 al 8 de febrero de 2019, ambos inclusive

Las universidades o escuelas deberán comunicar el equipo que les representará a través del formulario que se les facilite antes del 8 de febrero de 2019, inclusive.

4. Entrega de briefing

El anunciante presentará el briefing de la mano de su agencia The&Partnership el 11 febrero de 2019 en un acto que se celebrará en la UCM. (provisional).

5. Desarrollo del trabajo en equipo

Del 11 febrero al 29 de marzo (seis semanas) de 2019, ambos inclusive

Los equipos de estudiantes/agencia desarrollarán la campaña a concurso entre el 11 de febrero y el 29 de marzo de 2019, ambos inclusive conforme a la dinámica de trabajo que acuerden entre ellos y las condiciones del convenio con cada universidad o escuela.



6. Primera presentación

Se hará entre el 1 y el 5 de abril de 2019, ambos inclusive en lugar y fechas que se fijarán antes del 31 de enero próximo, una vez cumplido el plazo mínimo de seis semanas de integración de los estudiantes en las agencias correspondientes. Los materiales a presentar se ceñirán como mínimo a los que solicite el cliente en su briefing. En cualquier caso, los trabajos contemplarán estrategia, creatividad y recomendación de medios para

el presupuesto asignado. Antes de dos días después de la presentación se darán a conocer las tres propuestas finalistas.

7. Mejora de las propuestas

Del 8 al 12 de abril de 2019, ambos inclusive

Conocidas las propuestas finalistas habrá un periodo de una semana para la mejora de las mismas.

(Semana Santa: 12 al 22 de abril) de 2019, ambos inclusive

8. Presentación final y entrega de premios

Las propuestas definitivas se presentarán del 24 al 30 de abril de 2019 en la UCM (provisional). En el mismo acto se determinará el ganador y se procederá a la entrega de premios.

SÉPTIMA.- Determinación del ganador

El equipo ganador lo determinará Toyota junto con su agencia The&Partnership

No se podrán elegir partes de diferentes propuestas.

OCTAVA.- Premio

Habrà solo un equipo centro educativo/agencia ganadora de El Desafío de la Academia 2019. Comunica como piensas. La agencia recibirá del anunciante un pago por los derechos de explotación de la campaña ganadora de 40.000 €. Este premio no puede quedar desierto.



Las dos propuestas restantes recibirán un diploma de finalistas.

Los alumnos integrantes del equipo ganador serán contratados, conforme a la legislación vigente en ese momento, en prácticas remuneradas por la agencia con la que participaron durante un periodo mínimo de tres meses a acordar durante los doce meses siguientes al fallo del presente concurso.

NOVENA.- Mención especial al mejor uso del español

De entre las propuestas finalistas, la Real Academia Española, por mediación de quién determine, podrá elegir una merecedora de la mención especial al mejor uso del español. Esta mención puede quedar desierta.

DÉCIMA.- Uso de la campaña

Toyota podrá decidir si emite la campaña ganadora con o sin los retoques que considere oportunos de acuerdo con su agencia, aceptando el equipo ganador la posibilidad modificación o transformación de su propuesta ganadora. Toyota No podrá utilizar materiales de las campañas participantes y no ganadoras.

DÉCIMO PRIMERA.- Aceptación de las bases del concurso

Los participantes aceptan, por el mero hecho de participar en el presente concurso, sus bases y las decisiones del Promotor. Cualquier manifestación en sentido de no aceptación de las mismas, sea cual sea el momento que se realice, implicará la exclusión de los equipos de estudiantes y, en consecuencia, la Promotora quedará liberada de la obligación contraída con dicho participante.

DÉCIMO SEGUNDA.- Utilización de imagen de los participantes ganadores

La Promotora y el Anunciante Toyota, se reserva la posibilidad de utilizar el nombre, voz e imagen del equipo ganador en todo el material publicitario vinculado con el presente concurso.

DÉCIMO TERCERA.- Límite de responsabilidades

La Promotora se reserva el derecho de modificar en cualquier momento las condiciones del presente Concurso, incluso su posible anulación antes de la fecha de celebración o



de fin del mismo, siempre que hubiere causa justificada de fuerza mayor, comprometiéndose a comunicar con suficiente antelación las nuevas bases, condiciones, o en su caso su anulación definitiva, sin que ello genere ningún derecho o compensación a los participantes.

DÉCIMO CUARTA.- Datos personales

En cumplimiento de lo establecido en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (en adelante RGPD), y en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, la promotora, como Responsable del tratamiento, informa a los participantes que el tratamiento de los datos personales relativos al usuario que participe tiene como finalidad posibilitar la gestión del presente concurso.

El tratamiento de los datos está legitimado conforme al RGPD porque los mismos resultan necesarios para la ejecución de la relación contractual, en este caso, su participación en el concurso.

Los ganadores del concurso autorizan la cesión a terceros de sus datos personales obtenidos a través del presente concurso, en la grabación de videos, spots, etc., para su publicación en TV o en otros medios de comunicación, incluido internet y redes sociales.

En cualquier momento podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión y oposición, portabilidad y limitación del tratamiento, recogidos en RGPD (UE) 2016/679 enviando su solicitud con la referencia “El Desafío de La Academia 2019 COMUNICA COMO PIENSAS”, acompañando copia de su DNI, enviando un correo electrónico a (indicar aquí un correo electrónico de La Academia), o a la dirección de la Promotora, La Academia de la Publicidad, calle Poeta Joan Maragall, 51-3º-8 28020 Madrid. La empresa (indicar aquí si es Toyota o su Agencia The & Partnertship) como encargada de tratamiento, en nombre y por cuenta de la Promotora, podrá enviarle un e-mail a fin de informarle del estado de la participación y del presente concurso. El plazo de conservación de sus datos será el necesario para el proceso de validación y disfrute del premio.

En caso de considerar que no se ha satisfecho el ejercicio de sus derechos o la forma de ejercerlos podrá presentar una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos. Obtenga más información en www.agpd.es. Puede contactar con nuestro Delegado Protección de Datos para cuestiones relativas al tratamiento de sus datos y el ejercicio de derechos a través de la siguiente cuenta de correo electrónico: (indicar correo electrónico).

Poeta Joan Maragall, 51 3º-8
8020 Madrid
+34 915 479 458



ACADEMIA DE LA PUBLICIDAD

DÉCIMO SEXTA.- Legislación aplicable, publicación de las bases y jurisdicción

Las presentes bases legales del Concurso se rigen por la normativa española.

Toda cuestión que pudiera surgir en la interpretación o aplicación de las presentes bases será resuelta por la Promotora.

Madrid, enero 2019.

7

Poeta Joan Maragall, 51 3º-8
8020 Madrid
+34 915 479 458

www.academiapublicidad.org