



CMM
AWARDS

**Bases y
condiciones**

CMM AWARDS

2021
15/16 ABRIL

OBJETO

El presente reglamento establece las bases y condiciones aplicables al concurso llamado CMM Awards, a realizarse en el marco de CMM 2021, Content Marketing Meeting Latam, Spain & Caribe 2021, a realizarse los días 15 y 16 de abril de 2021. A través de CMM Awards se reconocerán y premiarán los mejores proyectos de marketing de contenidos de habla hispana realizados y publicados entre Julio de 2019 y Febrero de 2021.

El período de inscripción de trabajos para los CMM Awards inicia el 15 de febrero de 2021 y termina el día 18 de marzo de 2021. Los ganadores serán divulgados el 16 de Abril durante el Content Marketing Meeting y publicados en la web del evento cmmlatamycaribe.com

COMUNICACION

La comunicación y divulgación del concurso será realizada mediante press-release, email marketing a las agencias, productoras y anunciantes, a través de las Redes Sociales y website del evento y mediante cualquier otro canal que los organizadores del evento decidan incluir en su divulgación.

CONDICIONES DE PARTICIPACION

Podrán participar de los CMM Awards todos los anunciantes, las agencias, productoras, o creadores de contenido independientes de habla hispana que cumplan los requerimientos y que se hayan inscripto en el concurso dentro del período válido y que hayan completado el pago de la inscripción de sus trabajos, a partir del segundo de ellos. (el primero es sin costo)

MODO DE PARTICIPACION

Para participar del concurso deben completar la inscripción y realizar el pago a través del Site Oficial del Content Marketing Meeting 2021 disponible en www.cmmlatamycaribe.com/cmm-awards, hasta la fecha límite, día 18 de marzo de 2021.

Los participantes deberán completar toda la información solicitada en el site y adjuntar su o sus trabajos uno por uno, escogiendo las categorías en las que quieren participar y luego realizar el pago de la inscripción a través de los medios de pago que allí se especifican.

La inscripción en cada categoría tiene un costo de U\$S 25 para cada pieza o campaña, por cada categoría en que es inscripta. No existe límite máximo de número de campañas inscriptas por participante Sin embargo cada participante tendrá derecho a inscribir una pieza sin costo utilizando el código PiezaFree.

El pago de las inscripciones debe ser realizado por Transferencia Bancaria para la cuenta BANCO ITAU Uruguay, Caja de Ahorro dólares, a nombre de Azul Marino 2 SRL siguiendo estas instrucciones [CLICK AQUI](#) , mediante paypal a la siguiente cuenta de email raquel.oberlander@gmail.com, o por Western Union a Uruguay, a nombre de Yadira Gómez, C.I. 6.385.757-7 El comprobante deberá ser enviado por correo electrónico a awards@cmmlatamycaribe.com

La inscripción del mismo trabajo en más de una categoría implica el pago de la inscripción en cada una de las categorías. Cada trabajo puede participar en un máximo de 3 categorías.

La factura de la inscripción será emitida con los datos de facturación indicados en la ficha de inscripción y enviada vía mail.

Todos los campos del formulario son de cumplimiento obligatorio.

Los trabajos serán aceptados sólo en formato digital en el momento de la inscripción.

La inscripción solo será validada, después de la recepción del comprobante de pago y la verificación del pago; así como también después de la validación de la correcta inscripción hasta el día 18 de marzo de 2021.

La candidatura para el Gran Premio no depende de ninguna inscripción, ya que la inscripción en cualquier de las otras categorías los habilita automáticamente a ganar ese premio.

La organización del evento se reserva el derecho de abrir prórroga de participación si así lo considera.

ENTREGA DE LOS MATERIALES

Las candidaturas deben ser realizadas mediante el site www.cmmlatamycaribe.com/cmm-awards en donde deberán completar todos los campos requeridos.

El formato de entrega de los trabajos deberá ser .jpg, .png, .pdf, .mp3, mp4, con un peso máximo de hasta 10 mega por adjunto, si bien en el caso de los videos, se recomienda cargarlo en You Tube o Vimeo y adjuntar el link del mismo.

Cuando no sea necesario adjuntar anexos, habrá un campo para incluir la url de la pieza que se presenta y/o del sitio donde está alojado el contenido. Podrá realizarse un case, de un máximo de 5 minutos de duración para poder contar el caso presentado. En dicho caso podrá incluirse el problema a resolver y los resultados obtenidos.

CATEGORIAS

El marketing de contenidos es una estrategia a largo plazo que consiste en la creación y distribución regular de contenido de alto valor agregado para los prospectos y/o clientes, en diversos formatos, acompañando las diferentes etapas de su buyer journey (recorrido de compra). Estos contenidos educan, entretienen, inspiran, informan o son útiles en algún sentido relacionado con la categoría del producto o servicio que comercializa la empresa o las actividades de la organización y permiten construir relaciones/estados mentales y emocionales positivos, a través de las cuales es probable, que esas personas elijan nuestra oferta en lugar de una de la competencia.

A continuación se listan las categorías definidas para la premiación:

EJECUCIONES DE CONTENT MARKETING

Mejor Podcast / Contenido de audio:

Piezas o programas de audio que hayan sacado el mejor provecho del formato para crear contenido relevante y original, generando audiencias amplias y fieles. Podrán participar podcast de creadores independientes como de marcas, empresas, u organizaciones. En el caso de un podcast, deberá contar con al menos 3 capítulos de un mínimo de 8 minutos de duración.

Mejor Blog de Contenidos:

Blogs de cualquier temática con una audiencia específica, gran cantidad de comentarios y que haya generado cantidad de compartidos gracias a su contenido novedoso y relevante. Esta categoría se refiere a blogs independientes, no aquellos que funcionan como parte de un sitio web corporativo.

Mejor Blog Corporativo:

Blogs empresariales e institucionales, que produzcan y publiquen artículos que sean referencia en el sector y en el mercado. Nos referimos a blogs que se vehiculizan a través del propio sitio web de la empresa u organización y puede estar dirigido a público B2B o B2C.

Mejor Visual Data:

Infografías estáticas, animadas o interactivas, que permiten visualizar data relevante de forma dinámica y entretenida. No podrán participar en esta categoría los datos presentados en forma de video.

Mejor uso de Video de corta duración:

¿Cuánto se puede decir y qué se puede lograr en un vídeo de hasta 60 segundos? Para vídeos que logran mucho con poco. Esta categoría se refiere a piezas de video individuales y no a un conjunto de piezas. Se refiere a piezas de video que aporten un valor agregado a su audiencia y no que únicamente promuevan un producto o servicio en formato de pieza publicitaria.

Mejor uso de Video de larga duración:

Contenidos de vídeo de más de 1 minuto que hayan impactado significativamente a su audiencia y generado tracción en el ecosistema digital de la organización que los produjo. Máximo 2 horas de duración.

Mejor App Mobile:

Apps innovadoras que hayan conquistado su lugar en los smartphones y tablets de su público y sean casos de éxito en su categoría. No se incluyen aquí apps independientes sino aquellas producidas por una empresa u organización de forma de brindar valor a sus clientes, ya sea mediante información, entretenimiento, autogestión de los servicios, etc.

Mejor Solución de Gaming:

Minijuegos, plataformas de gamification o experiencias interactivas lúdicas, que destaquen por su contenido, originalidad e innovación. También puede ser una app de juegos.

Mejor uso de Email marketing:

Emails que destacan entre la multitud del buzón de entrada, sobreviven a la papelera y conquistan ese click tan deseado. En este caso se puede incluir un mail individual o una secuencia de hasta 5 mails y podrán incluirse tanto textos planos como con diseño.

Mejor Microsite:

Hotsites que dan ganas de visitar y volver por más, sea por su contenido relevante, su interactividad adictiva o su diseño impactante. Nos referimos a sitios que están pensados para acompañar acciones puntuales y tener una duración limitada en el tiempo (menos a un año)

Mejor Site Institucional:

Sites empresariales u organizaciones que muestran lo mejor de la compañía, dan las mejores soluciones a sus clientes y consiguen atraer y conservar a su público, siendo ágiles y con excelente usabilidad. Podrán ser sitios de e-commerce o institucionales.

Mejor publicación impresa:

Revistas, almanaques, catálogos, libros u otros formatos impresos que siempre dan ganas de seguir leyendo/mirando y que fueron producidos por una empresa u organización para alcanzar algún objetivo de marketing o comunicación.

Mejor uso de Facebook:

Posts, vídeos, stories, activaciones o campañas que hayan brillado en la más masiva de las Redes Sociales. Puede ser una publicación independiente o una serie de publicaciones con un período no mayor a 3 meses entre la primera y última de las publicaciones que se inscriben.

Mejor uso de Instagram:

De las fotos a los vídeos, de los stories a los reels, de los filtros a los contenidos de IGTV. Lo mejor de Instagram se celebra aquí. Vamos a premiar el mejor uso de la plataforma para brindar contenido de valor para al menos uno de los públicos de la organización o marca. Puede ser una publicación independiente o una serie de publicaciones con un período no mayor a 3 meses entre la primera y última de las publicaciones que se inscriben.

Mejor uso de LinkedIn:

Comunicación institucional, papers, campañas de captación de talento y otros contenidos. Hay vida más allá del Networking en LinkedIn. Vamos a premiar el mejor uso de esta plataforma para posicionarse como marca empleadora, difundir buenas prácticas o captar leads. Puede ser una publicación independiente o una serie de publicaciones con un período no mayor a 3 meses entre la primera y última de las publicaciones que se inscriben.

Mejor uso de Twitter:

Contenidos brillantes y campañas sorprendentes en 280 caracteres. Puede ser un tuit independiente, un hilo o un conjunto de mensajes publicados a través de un período de tiempo inferior a 6 meses (entre el primero y el último de los que se presentan) Ya sean sólo textos o textos acompañados de imágenes o videos.

Mejor uso de TikTok:

Vídeos, anuncios, campañas y challenges que fueron sensación en esta red y que fueron usadas por una empresa u organización para alcanzar alguno de sus objetivos de marketing. Puede ser una publicación independiente o una serie de publicaciones con un período no mayor a 3 meses entre la primera y última de las publicaciones que se inscriben.

Mejor uso de las Redes Sociales:

Estrategias integradas de Social Media que destacan por sacar el mejor provecho de cada plataforma, con contenidos impactantes, relevantes y compartibles. Nos referimos a una campaña que vehiculiza mensajes con un mismo objetivo en al menos dos redes sociales.

Mejor Whitepaper/ebook:

Artículos y contenidos que profundizan de forma tan interesante como revolucionaria temas de alta relevancia para sus públicos-objetivo.

Mejor uso de Influencer Marketing:

Campañas y activaciones que destaquen por el uso eficaz e innovador de influencers para amplificar o complementar su mensaje.

Mejor Copywriting:

Slogans, titulares, banners, textos y manifiestos de esos que no se olvidan nunca y dan ganas de compartir en las redes.

Mejor uso de Ilustración en Content Marketing:

Las mejores ilustraciones originales incluidas en campañas o proyectos de Content Marketing, que complementan y enriquecen el contenido.

Mejor uso de Fotografía en Content Marketing:

Fotografías originales creadas específicamente para campañas o proyectos de Content Marketing, que valgan más que mil palabras.

Mejor Integración Online Offline:

Los mejores programas integrados de Content Marketing, conectando el mundo offline y el ecosistema digital.

Premio Innovación:

Estrategias que destaquen por el uso innovador de medios, plataformas y/o tecnologías en la distribución y amplificación de campañas Content Marketing.

Premio Eficacia:

Campañas con resultados extraordinarios que hayan excedido sus KPIs, generado leads, retorno y/o superando todas las expectativas.

Premio Empatía:

Campañas, piezas o contenidos que destaquen en la promoción de valores asociados con la diversidad, la inclusión, la igualdad de género, la sostenibilidad y/o la solidaridad.

CAMPANAS SECTORIALES

Mejor Content Marketing en Viajes, Hotelería y turismo:

Campañas de Content Marketing para el sector del turismo. Mínimo 3 piezas distintas. Nos referimos a un conjunto de piezas de contenido, que son parte de una campaña con un objetivo común y fueron vehiculizadas en un período de tiempo menor a 6 meses entre la primera y la última.

Mejor Content Marketing en Medios y Entretenimiento:

Campañas de Content Marketing para media y la industria del entretenimiento. Mínimo 3 piezas distintas. Nos referimos a un conjunto de piezas de contenido, que son parte de una campaña con un objetivo común y fueron vehiculizadas en un período de tiempo menor a 6 meses entre la primera y la última.

Mejor Content Marketing en Salud y Bienestar:

Campañas de Content Marketing para el sector de la salud. Mínimo 3 piezas distintas. Nos referimos a un conjunto de piezas de contenido, que son parte de una campaña con un objetivo común y fueron vehiculizadas en un período de tiempo menor a 6 meses entre la primera y la última.

Mejor Content Marketing en Alimentación y Bebidas:

Campañas de Content Marketing para el sector de Food & Beverages. Mínimo 3 piezas distintas. Nos referimos a un conjunto de piezas de contenido, que son parte de una campaña con un objetivo común y fueron vehiculizadas en un período de tiempo menor a 6 meses entre la primera y la última.

Mejor Content Marketing en Servicios Financieros:

Campañas de Content Marketing en finanzas, banca, seguros, fintech y otros servicios del sector financiero. Mínimo 3 piezas distintas. Nos referimos a un conjunto de piezas de contenido, que son parte de una campaña con un objetivo común y fueron vehiculizadas en un período de tiempo menor a 6 meses entre la primera y la última.

Mejor Content Marketing en Educación y Cultura:

Campañas de Content Marketing para los sectores de la educación y de la cultura. Mínimo 3 piezas distintas. Nos referimos a un conjunto de piezas de contenido, que son parte de una campaña con un objetivo común y fueron vehiculizadas en un período de tiempo menor a 6 meses entre la primera y la última.

Mejor Content Marketing en Productos de Consumo:

Campañas de Content Marketing para FMG o retail. Mínimo 3 piezas distintas. Nos referimos a un conjunto de piezas de contenido, que son parte de una campaña con un objetivo común y fueron vehiculizadas en un período de tiempo menor a 6 meses entre la primera y la última.

Mejor Content Marketing en Campaña B2B:

Campañas de Content Marketing para actividades Business to Business. Mínimo 3 piezas distintas. Nos referimos a un conjunto de piezas de contenido, que son parte de una campaña con un objetivo común y fueron vehiculizadas en un período de tiempo menor a 6 meses entre la primera y la última.

Mejor Content Marketing en Tecnología y Telecomunicaciones:

Estrategias y campañas de Content Marketing para los sectores Tech y Telco. Mínimo 3 piezas distintas. Nos referimos a un conjunto de piezas de contenido, que son parte de una campaña con un objetivo común y fueron vehiculizadas en un período de tiempo menor a 6 meses entre la primera y la última.

Mejor Content Marketing en Deportes:

Campañas de Content Marketing para el sector del deporte. Mínimo 3 piezas distintas. Nos referimos a un conjunto de piezas de contenido, que son parte de una campaña con un objetivo común y fueron vehiculizadas en un período de tiempo menor a 6 meses entre la primera y la última.

GRAN PREMIO

Gran premio para la mejor estrategia global de Content Marketing del mundo de habla hispana.

CRITERIOS DE EVALUACION

Los criterios de evaluación de cada pieza incluirán:

- **Estrategia:** adecuación de la estrategia para alcanzar los objetivos
- **Creatividad:** el poder y originalidad de la idea
- **Ejecución:** la calidad de ejecución de la idea
- **Resultados:** (cuando amerite).

EL JURADO

La selección de los ganadores será realizada en 2 fases de evaluación.

FASE 1

La Fase 1 en donde una comisión de evaluación se encargará de hacer una selección y definir cuales son las campañas/piezas inscriptas que merecen ser reconocidas con un premio, constituyendo así una short list para cada categoría. Esta evaluación será online, en un área privada con un usuario y una contraseña que se asignan a cada jurado. La comisión de evaluación está compuesta por un jurado amplio representativo de varias agencias, productoras y anunciantes del mercado de habla hispana así como integrantes de asociaciones y organizaciones vinculadas al marketing, contenidos y publicidad.

FASE 2

La Fase 2 el jurado principal de los premios recibirá un usuario y una contraseña para acceder al área privada del site de los premios y analizar en detalle los trabajos seleccionados, en donde podrán dar una puntuación del 1 al 5 a cada pieza que le corresponda analizar.

Dicha puntuación corresponde a:

- 1 No merecedor de distinción
- 2 Destacado
- 3 Bronce
- 4 Plata
- 5 Oro

Las campañas y piezas con mayor puntuación en cada categoría, serán luego analizadas en un encuentro virtual entre los 17 miembros del jurado para definir los ganadores de cada una. En dicho encuentro será exigida una mayoría del 50% + 1 voto para determinar a los vencedores de cada categoría. Cualquier situación de empate que se pueda dar, será resuelta por el jurado mediante una reevaluación de los trabajos empatados y en caso de no poder dilucidar la situación será el presidente del jurado quien tendrá la última palabra para tomar la decisión.

En caso de que el jurado entienda que en determinada categoría ningún trabajo merece recibir alguno de los trofeos (Oro, Plata, Bronce), puede optar por no atribuir ningún premio, dejando libre ese espacio.

El Gran Premio será atribuido por decisión del jurado entre todas las piezas que se hayan presentado en todas las categorías del concurso. El jurado podrá optar por unanimidad por brindar distinciones adicionales a las previstas en este reglamento.

En ningún caso los miembros del jurado pueden votar aquellos trabajos con los que estén relacionados directa o indirectamente de forma personal o profesional, siendo ellos mismos quienes deben excluirse de dicha instancia. En caso de que esto no suceda, un cualquier miembro del jurado podrá plantear la moción de no votar algún trabajo, necesitando el 50% + 1 de los votos para que dicha moción sea aprobada.

Los miembros del jurado fueron seleccionados cuidadosamente por la organización de CMM Latam & Caribe considerando que sean profesionales con experiencia y trayectoria en las áreas que se estarán premiando.

Los miembros del jurado son:

PRESIDENTE

Raquel Oberlander

CHAIRMAN

Daniel Solana (sin voto)

INTEGRANTES

Carlos Pezzani, Argentina

Emma Pueyo, España

Ester Pino, España

Fernando Ojeda, México

Javier Urbaneja, Costa Rica

Laura Blois, Uruguay

Mara Fernandez, Estados Unidos

Martin Luzardo, Panamá

Diego Lev, Uruguay

Esteban Sacco, México

Fernando Lázaro, España

Hugo Olivera, España

Kaué Lara, Brasil

Leonardo Rodríguez, Venezuela

Marcelo Arzabe, Bolivia

Mirella Carnicelli, Brasil

La participación en los CCM Awards 2021 supone el completo conocimiento y aceptación integral de las presentes Bases y Condiciones, por lo que los organizadores del evento se reservan el derecho de rechazar cualquier participación que no las cumpla.

PREMIOS

El premio será un diploma digital diseñado por la organización del evento, el cual será enviado por email a cada ganador.

Será también entregado un distintivo para colocar en sus distintas plataformas digitales y en sus firmas de emails.

Los vencedores serán divulgados en todas las plataformas del evento y en donde los organizadores del evento consideran que su difusión sea apropiada. El premio en ningún caso será cambiado por dinero.

DISPOSICIONES FINALES

La participación en los premios CMM Awards 2021 presupone el conocimiento y la aceptación integral de las Bases y Condiciones aquí descriptas.

Queda prohibida la participación en los premios con fines contrarios a la ley o que supongan un daño a terceras personas, o que atenten contra la imagen, dignidad, intimidad o cualquier otro derecho de las personas.

La organización de los CMM Awards tiene la libertad de prolongar la fase de inscripción en caso que así lo decida, así como de cancelar el concurso sin previo aviso.

La organización tiene la libertad de modificar estas Bases y Condiciones hasta la fecha de inicio de inscripción, y siempre serán tomadas y aceptadas como vigentes las que se encuentren actualizadas y disponibles en el site para su respectiva descarga.

Es obligación de los participantes obtener las autorizaciones y licencias que sean necesarias para la inscripción de los trabajos y su respectiva divulgación; así como garantizar los derechos de propiedad intelectual.

El participante declara que la pieza es original y que tiene permiso del anunciante o de cualquier otra parte involucrada para inscribir los trabajos con todos los derechos garantizados.

La organización no se responsabiliza por cualquier violación de derechos de propiedad intelectual u otros relacionados con los trabajos inscritos.

La organización se reserva el derecho, por decisión del jurado, de eliminar categorías si los trabajos inscritos en las mismas no tuviesen la calidad suficiente para ser evaluados o no sean suficientes para considerar la entrega de una distinción.

Serán excluidas de votación sin aviso previo todas las participaciones que se consideren fraudulentas.

Las decisiones del jurado no podrán ser recurridas.

Cualquier situación extraordinaria que no esté prevista en estas Bases y Condiciones será evaluada y decidida por la Organización del evento.

La organización puede hacer uso de las piezas inscriptas, sean ganadoras o no, para ser difundidas en la web del evento, en sus redes sociales o en donde así lo considere.



CMM
AWARDS

+ INFO

awards@cmmlatamycaribe.com

www.cmmlatamycaribe.com/cmm-awards