



MANUAL DE INSCRIPCIÓN

MMA SMARTIES HISPANIC LATAM 2026

Premiando el impacto en los negocios

MMA Smarties Hispanic Latam es el premio a la innovación con impacto en los negocios que reconoce a líderes, marcas, agencias y medios. El premio destaca la creatividad estratégica y los resultados de impacto en los negocios, alcanzados a través de campañas eficaces. Su alcance acepta todo tipo de casos, siempre que las campañas inspiren acción e innovación, proporcionando una plataforma amplia para el reconocimiento en el marketing.

Las campañas ganadoras son seleccionadas en base a su innovación e impacto, y cada entrada es rigurosamente evaluada por un jurado de expertos y líderes del mercado para asegurar que los premios reflejen los más altos estándares de excelencia.

FECHAS

- Período de inscripciones: del 27 de mayo hasta el 21 de agosto de 2026
- Plazo final para inscripciones: 21 de agosto de 2026
- Ceremonia de premiación: Octubre 2026

VALORES

PROGRAMA	FECHA LÍMITE	MIEMBRO	NO MIEMBRO
1 caso x 1 categoría	21 de agosto de 2026	USD 675	USD 899
Categorías adicionales (mismo caso)	21 de agosto de 2026	USD 225	USD 299

Descuentos

- 5% OFF por más de 5 casos
- 10% OFF por más de 10 casos

Contacto: mmahispanic@mmaglobal.com

Nota: Todos los montos están expresados en USD Dólares Estadounidenses.

PAGO

El pago debe realizarse con tarjeta de crédito en USD Dólares Estadounidenses una vez que el caso esté completo y listo para ser presentado, directamente en la plataforma de MMA. Todas las inscripciones destinadas a evaluación deben ser cargadas y estar pagas por completo antes del plazo final de inscripción.

MMA debe recibir el monto total sin posibles retenciones de impuestos derivados de operaciones internacionales.

No habrá reembolso para desistencias por parte de los participantes después del plazo oficial de inscripciones, independientemente de cualquier extensión del plazo original. Las solicitudes de los participantes para retirar inscripciones luego del plazo serán atendidas, pero no serán aptas para reembolso o crédito eventual. Las solicitudes con pago pendiente fuera de plazo no estarán sujetas al proceso de evaluación.

ADMISIÓN

- Campañas difundidas en el mercado de Hispanoamérica entre enero de 2025 y julio de 2026, con resultados también proporcionados dentro de ese período. No se aceptarán casos ya presentados en ediciones anteriores a menos que sean fases distintas y/o complementarias.
- La competencia está abierta a todos los involucrados en el ecosistema de marketing (agencias, profesionales de marketing, proveedores de tecnología, medios y canales de comunicación, relaciones públicas y diseño).
- Es responsabilidad de quien inscribe garantizar que cuenta con los derechos de uso de la propiedad intelectual del caso presentado. Asumimos que todas las inscripciones enviadas tienen la autorización previa del cliente/titular de los derechos de la campaña. De ser solicitado, deberá proporcionarnos de inmediato una copia de dicha autorización.
- Todos los formularios de inscripción deben completarse en línea y las inscripciones no se considerarán completas hasta que se haya realizado el pago total.
- El equipo de MMA puede ponerse en contacto con la agencia/cliente con respecto a cualquier inscripción a petición del jurado en cualquier momento durante el proceso de votación si surgen dudas sobre la implementación o presentación del trabajo.

CATEGORÍAS

Hay 25 categorías divididas en 3 macro disciplinas:

- Branding
- Medios, Tecnología y Crecimiento
- Creatividad e Innovación

Es posible presentar un caso en tantas categorías como desee. Para aumentar las posibilidades de ganar, considere inscribirlo en varias categorías.

1. Experiencia de Marca (Brand Experience)

La categoría premia campañas que crean interacciones profundas y memorables con la marca, aprovechando estrategias innovadoras y tecnología para involucrar y fidelizar consumidores, con un diseño centrado en el ser humano.

El jurado evalúa:

- Capacidad de comunicar de forma innovadora
- Conexión significativa con el consumidor
- Integración de tecnología
- Resultados de impacto
- Sustentación del interés a lo largo del tiempo

Criterios de evaluación: Estrategia 25% | Ejecución 20% | Resultados 35% | Creatividad 20%

2. Impacto Inmediato / Promoción (Instant Impact / Promotion)

La categoría busca premiar campañas que involucran a los consumidores de manera creativa y generan resultados rápidos a través de tácticas promocionales efectivas, evidenciando la eficacia de las promociones en el mercado competitivo actual.

El jurado evalúa:

- Creatividad e innovación
- Eficacia en el engagement
- Impacto mensurable e inmediato en el negocio
- Excelencia de ejecución
- Alineación entre promoción y objetivos de marca

Criterios de evaluación: Estrategia 15% | Ejecución 25% | Resultados 40% | Creatividad 20%

3. Estrategia de Crecimiento y Conversión de Clientes (Customer Growth & Conversion Strategy)

La categoría está destinada a campañas que han potenciado significativamente el negocio mediante el uso estratégico de CRM, automatización, IA, segmentación y modelado predictivo para generar leads calificados, optimizar el customer journey e impulsar resultados medibles en ventas y retención.

El jurado evalúa:

- Eficiencia en la adquisición de clientes
- Impacto real en la conversión
- Crecimiento del valor del cliente a largo plazo
- Integración estratégica entre tecnología y marketing
- Innovación en el engagement a lo largo del journey

Criterios de evaluación: Estrategia 15% | Ejecución 30% | Resultados 30% | Creatividad 20%

4. Lanzamiento / Relanzamiento de Producto o Servicio (New Product and/or Service Launch / Re-launch)

La categoría destaca campañas que efectivamente lanzaron o relanzaron productos o servicios, enfocando aquellas que generaron interés y ventas desde el comienzo.

El jurado evalúa:

- Innovación en el enfoque
- Ejecución estratégica
- Impacto en el mercado
- Resultados mensurables
- Potencial de sustentabilidad y crecimiento

Criterios de evaluación: Estrategia 20% | Ejecución 35% | Resultados 35% | Creatividad 15%

5. Excelencia en Alianzas, RRPP y Contenido de Marca (Partnership, PR & Branded Content Excellence)

Esta categoría reconoce campañas que combinan estrategias de RRPP para generar medios ganados, ampliar el alcance orgánico, fortalecer la reputación de la marca y crear impacto. Celebra proyectos que aprovechan prácticas de comunicación contemporáneas, contenido original, alianzas, narrativas poderosas y formatos innovadores. Las inscripciones elegibles incluyen iniciativas ejecutadas en festivales, eventos deportivos, conciertos, exposiciones, grandes reuniones públicas, eventos de marca propios y cualquier ocasión de alta visibilidad.

El jurado evalúa:

- Uso innovador de prácticas contemporáneas de comunicación
- Originalidad del contenido y fuerza de la narrativa
- Calidad y relevancia de las alianzas
- Capacidad de conectar con audiencias y moldear percepciones
- Resultados mensurables y ROI

Criterios de evaluación: Estrategia 15% | Ejecución 30% | Resultados 35% | Creatividad 20%

6. Marketing en Tiempo Real (Real Time Marketing)

La categoría celebra campañas que sobresalen en el aprovechamiento de datos y tendencias actuales, demostrando agilidad e innovación estratégica. Reconoce la agilidad y creatividad de las marcas al usar información en tiempo real para elaborar mensajes de marketing altamente relevantes, atractivos y efectivos en la consecución de los objetivos de negocio.

El jurado evalúa:

- Agilidad de respuesta
- Relevancia del mensaje
- Uso innovador de la tecnología
- Impacto en los objetivos de negocio
- Resultados mensurables

Criterios de evaluación: Estrategia 15% | Ejecución 25% | Resultados 40% | Creatividad 20%

7. Bajo Presupuesto, Gran Impacto (Small Budget, Big Impact)

La categoría reconoce campañas que alcanzan un éxito significativo en marketing con recursos financieros limitados, trabajando con presupuestos no mayores a USD25.000 dólares estadounidenses. Este presupuesto total debe incluir todos los costos relacionados con la campaña (producción, inversión en medios, talento, tecnología, alianzas y cualquier otro gasto de ejecución). Es obligatorio incluir el presupuesto total convertido a USD.

El jurado evalúa:

- Creatividad e innovación
- Eficiencia estratégica
- Impacto y alcance de la campaña
- Resultados mensurables
- Escalabilidad del enfoque

Criterios de evaluación: Estrategia 20% | Ejecución 20% | Resultados 40% | Creatividad 20%

8. Marketing de Creadores / Influenciadores / Celebrities (Creator / Influencer / Celebrity Marketing)

La categoría valora aquellas campañas que usan este tipo de personalidades para potenciar el engagement con la marca y alcanzar metas de marketing a través de colaboraciones auténticas y persuasivas. Las campañas deben alinear estratégicamente a los creadores, influenciadores o celebridades con la narrativa de la marca para aumentar la interacción con el consumidor.

El jurado evalúa:

- Alineación estratégica con los objetivos de la marca
- Autenticidad y calidad del contenido
- Engagement y alcance del público
- Impacto mensurable en los objetivos de marketing
- Innovación en la ejecución creativa

Criterios de evaluación: Estrategia 25% | Ejecución 25% | Resultados 40% | Creatividad 10%

9. Marketing Omnicanal (Omnichannel Marketing)

La categoría premia campañas que proporcionan una experiencia de cliente armoniosa e integrada a través de múltiples canales, utilizando de manera estratégica y creativa diversos puntos de contacto (TV, prensa, radio, exterior D/OOH, RRPP, marketing directo y plataformas digitales).

El jurado evalúa:

- Coherencia estratégica entre canales
- Integración fluida de las acciones
- Uso creativo de los medios
- Resultados de negocio impactantes
- Medición y optimización eficaces

Criterios de evaluación: Estrategia 15% | Ejecución 30% | Resultados 40% | Creatividad 15%

10. Marketing Digital Cruzado (Cross Digital Media Marketing)

Esta categoría premia campañas digitales que integran al menos 3 plataformas digitales diferentes —desktop, mobile, wearables, instalaciones digitales, etc.— creando experiencias de marca envolventes en una estrategia exclusivamente digital.

El jurado evalúa:

- Uso integrado de medios digitales en cada plataforma
- Interacciones cautivantes con el consumidor
- Combinación inteligente de tecnologías digitales
- Impacto mensurable en el negocio
- Awareness y engagement generados

Criterios de evaluación: Estrategia 20% | Ejecución 30% | Resultados 35% | Creatividad 15%

11. Marketing en Redes Sociales (Social Media Marketing)

La categoría reconoce campañas que utilizan eficazmente las redes sociales como canal principal y motor estratégico de la campaña para alcanzar metas de marketing. Celebra el uso estratégico de redes sociales, aplicaciones de mensajería y servicios de mensajes de texto para generar engagement con las audiencias, impulsar ventas y fortalecer la visibilidad de la marca.

El jurado evalúa:

- Planificación y ejecución estratégicas
- Creatividad y calidad del contenido
- Engagement del público y construcción de comunidad
- Impacto en los objetivos de negocio
- Innovación en la adaptación a las tendencias sociales

Criterios de evaluación: Estrategia 20% | Ejecución 25% | Resultados 35% | Creatividad 20%

12. Perspectivas de Datos con IA / Marketing Contextual (AI Powered Data Insights / Contextual Marketing)

La categoría premia campañas que utilizan analítica impulsada por IA, insights claros (provenientes de investigación, análisis de datos o comprensión de los dolores del consumidor) y tecnología contextual para entregar mensajes personalizados al público objetivo.

El jurado evalúa:

- Uso estratégico de datos orientados por IA
- Personalización y relevancia del mensaje
- Aplicación innovadora de los insights
- Impacto en los objetivos de negocio
- Resultados mensurables en engagement y conversión

Criterios de evaluación: Estrategia 20% | Ejecución 30% | Resultados 35% | Creatividad 15%

13. Marketing con Tecnologías Avanzadas (Advanced Technologies Marketing)

Premia campañas que aplican tecnologías emergentes o avanzadas —AR/VR, computación espacial, audio/voz/sónico, NFTs, Web3, geolocalización, Bluetooth, sensores, IoT, automatización— para transformar la participación del consumidor y elevar la interacción con la marca.

El jurado evalúa:

- Uso innovador de la tecnología
- Creación de experiencias inmersivas
- Alineación con el mensaje de marca

- Estímulo al engagement e interacción
- Impacto demostrable en los objetivos de marca y ROI

Criterios de evaluación: Estrategia 20% | Ejecución 30% | Resultados 35% | Creatividad 15%

14. Excelencia en Retail Media / O2O (Retail Media / O2O Excellence)

Premia campañas que utilizan canales de retail media (online o en tienda) para generar impacto en el negocio: productos patrocinados, medios digitales in-retail, branded content en ecosistemas de retailers, displays, anuncios en plataformas de e-commerce, activaciones 'shop-the-ad' o estrategias omnicanal de retail media.

El jurado evalúa:

- Estrategias innovadoras de retail
- Integración fluida entre online y offline
- Engagement y experiencia del consumidor
- Impacto en ventas y crecimiento
- Uso estratégico de tecnología y datos

Criterios de evaluación: Estrategia 25% | Ejecución 15% | Resultados 40% | Creatividad 20%

15. Excelencia en Participación de Audiencia con IA (Audience Engagement Excellence Using AI)

Esta categoría celebra campañas de marketing que utilizan inteligencia artificial para mejorar significativamente el engagement de la audiencia. Reconoce los esfuerzos que emplean tecnologías de IA para analizar comportamientos, predecir preferencias, automatizar interacciones y personalizar las comunicaciones a escala. La categoría destaca cómo la IA puede ser una herramienta fundamental para comprender y conectarse con las audiencias de manera más profunda y efectiva, lo que lleva a un mayor compromiso, satisfacción y lealtad.

El jurado evalúa:

- Uso eficaz de las tecnologías de IA
- Mejora real del engagement de la audiencia
- Innovación y creatividad en la estrategia
- Impacto cuantificable en los objetivos de negocio
- Uso ético de los datos

Criterios de evaluación: Estrategia 20% | Ejecución 30% | Resultados 30% | Creatividad 10%

16. Comercio Electrónico Innovador Integrado y Transmisión en Vivo (Integrated E-commerce Innovation & Live Streaming)

La categoría premia campañas que incorporan estrategias digitales de 360°, incluyendo transmisión en vivo, para enriquecer la experiencia de e-commerce y promover el crecimiento del negocio.

El jurado evalúa:

- Innovación aplicada al e-commerce
- Integración de herramientas y estrategias digitales
- Engagement y conversión del consumidor
- Impacto mensurable en ventas y satisfacción
- Sustentabilidad y escalabilidad de la solución

Criterios de evaluación: Estrategia 20% | Ejecución 20% | Resultados 45% | Creatividad 15%

17. Experiencia del Cliente (CX) / Experiencia del Usuario (UX) y Diseño

La categoría premia campañas que se destacan en el desarrollo de experiencias superiores para el cliente, tanto online como offline, a través de un diseño innovador y eficaz, aumentando la satisfacción y el compromiso del usuario.

El jurado evalúa:

- Innovación en el diseño
- Impacto en el engagement del usuario
- Fluidez e intuitividad del journey
- Equilibrio entre estética y funcionalidad
- Resultados mensurables en objetivos de negocio y fidelización

Criterios de evaluación: Estrategia 15% | Ejecución 15% | Resultados 30% | Creatividad 40%

18. Personalización (Personalization)

Premia campañas que entregan contenido altamente personalizado para cada consumidor, utilizando datos y tecnología para aumentar la participación del público y generar resultados de negocio.

El jurado evalúa:

- Profundidad y relevancia de la personalización
- Innovación en las técnicas utilizadas
- Engagement y respuesta del consumidor
- Integración de la personalización entre canales
- Impacto en el ROI y en los objetivos de marketing

Criterios de evaluación: Estrategia 15% | Ejecución 15% | Resultados 30% | Creatividad 40%

19. Video en Formato Corto o Largo (Short or Long Form Video)

Premia campañas que utilizan video (corto o largo, incluyendo micro-dramas) con storytelling creativo para **cautivar audiencias** y generar resultados en plataformas digitales o tradicionales. La calidad de producción no necesita ser cinematográfica; lo que importa es el contenido. Se debe enviar el video original junto con el caso.

El jurado evalúa:

- Creatividad y fuerza del storytelling
- Calidad de producción
- Engagement e impacto generado
- Uso estratégico del video
- Integración del video a la estrategia de marketing

Criterios de evaluación: Estrategia 15% | Ejecución 15% | Resultados 30% | Creatividad 40%

20. Uso Innovador de IA en Publicidad (Innovative Use of AI in Advertising)

Premia campañas que usan inteligencia artificial (Generativa o Predictiva) de forma innovadora para revolucionar estrategias publicitarias, ampliar la personalización y aumentar el engagement.

Muestra cómo la IA transformó prácticas creativas tradicionales, desde el desarrollo de producto hasta la atención al cliente.

El jurado evalúa:

- Innovación e implementación de la IA
- Eficacia en targeting y personalización
- Mejora mensurable en ROI y KPIs
- Impacto en la experiencia del consumidor
- Resultados publicitarios alcanzados

Criterios de evaluación: Estrategia 15% | Ejecución 15% | Resultados 30% | Creatividad 40%

21. Excelencia Creativa Impulsada por IA (AI-Driven Creative Excellence)

Premia campañas que integran la IA al proceso creativo —generación de imagen y video, síntesis de voz, traducción multilingüe, streaming en tiempo real— para adaptar contenido dinámicamente, optimizar costos y generar engagement.

El jurado evalúa:

- Innovación en la integración de la IA
- Impacto creativo de las soluciones
- Ejecución y eficacia
- Mejora de la experiencia del consumidor

- Resultados mensurables y ROI

Criterios de evaluación: Estrategia 15% | Ejecución 15% | Resultados 35% | Creatividad 35%

22. Excelencia en Marketing D2C / E-commerce (D2C / E-commerce Marketing Excellence)

Premia campañas de marketing digital de marcas D2C, e-commerces o empresas de gaming que se expanden a mercados internacionales, con foco en ampliar el reconocimiento de marca o alcanzar conversiones eficientes en otros países.

El jurado evalúa:

- Insights y estrategia de mercado
- Creatividad y ejecución
- Selección e integración de medios
- Alcance y engagement del usuario
- Reconocimiento de marca, conversión, ROI y sustentabilidad

Criterios de evaluación: Estrategia 20% | Ejecución 20% | Resultados 30% | Creatividad 30%

23. Propósito de Marca / Activismo (Brand Purpose / Activism)

Premia campañas que usan el poder de la marca para defender causas sociales o abordar cuestiones societarias relevantes —de sustentabilidad ambiental a activismo social, político y económico. Las inscripciones son evaluadas por la credibilidad del compromiso de la marca, la claridad y valentía del punto de vista, y cómo el propósito está incorporado a la narrativa, las acciones y los comportamientos de la marca.

El jurado evalúa:

- Papel de la marca en generar impacto societario
- Innovación en la estrategia de advocacy
- Engagement y movilización de la audiencia
- Sustentabilidad del esfuerzo
- Potencial para beneficios duraderos

Criterios de evaluación: Estrategia 30% | Ejecución 25% | Resultados 20% | Creatividad 25%

24. Marketing de Impacto Social (Social Impact Marketing)

Premia campañas que usan el marketing para generar un cambio social significativo en servicio público, responsabilidad social o en cambios positivos de actitudes y comportamientos. Va más allá del marketing convencional para hacer una diferencia real en el mundo.

El jurado evalúa:

- Creatividad de la campaña

- Engagement de la audiencia
- Resultados mensurables (concientización, participación, cambio de comportamiento, impacto real)
- Sustentabilidad de los beneficios
- Estrategias innovadoras de advocacy

Criterios de evaluación: Estrategia 35% | Ejecución 25% | Resultados 20% | Creatividad 20%

25. Excelencia en Diversidad e Inclusión (Diversity and Inclusive Excellence)

Premia campañas focalizadas en promover la comprensión, reducir desigualdades y amplificar voces subrepresentadas, demostrando el poder del marketing en la construcción de una sociedad más equitativa.

El jurado evalúa:

- Representación auténtica
- Engagement impactante
- Enfoques innovadores
- Éxito mensurable
- Contribución al cambio a largo plazo

Criterios de evaluación: Estrategia 30% | Ejecución 35% | Resultados 20% | Creatividad 30%

¿No está seguro/a en qué categoría va su campaña? ¡Lo ayudamos!

Contáctenos: mmahispanic@mmaglobal.com

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

- Las inscripciones deben realizarse utilizando la herramienta online de inscripciones.

Link de acceso a la plataforma: https://mmaglobal.com/smarties-2026/?region_id=20

- Responder con atención las preguntas en los cuatro campos principales: estrategia, ejecución, creatividad e impacto en los negocios. Cada campo tiene límite de caracteres, así que sea directo/a, claro/a y objetivo/a. Las campañas ganadoras suelen tener formularios cortos, pero bien escritos y fáciles de entender.
- Cuente su campaña como una buena historia —simple y clara: los jurados son profesionales experimentados que evalúan muchas inscripciones a la vez. Use párrafos cortos, organice

bien las ideas y facilite la lectura. Un storytelling pertinente con presentación concisa y bien estructurada hace toda la diferencia.

- Presente resultados con datos y contexto: los jurados evalúan campañas de diferentes categorías y sectores, así que contextualice el mercado o escenario de tu campaña. Eso ayuda a mostrar el nivel del desafío enfrentado y la real importancia de los resultados conquistados.
- ¿Tiene datos confidenciales? No hay problema: si no puede divulgar números absolutos, use métricas relativas como % de mejora, ROI o índices comparativos con campañas anteriores y benchmarks. Explique siempre cuál es el parámetro utilizado (números fuera de contexto no ayudan, perjudican).
- La revisión hace toda la diferencia: es fundamental revisar con atención la gramática, la ortografía, los cálculos y posibles inconsistencias en el texto. Errores de este tipo pueden dificultar la lectura y perjudicar la evaluación de tu campaña.
- **Preste atención a los créditos de las empresas y el equipo:** hay un campo específico para listar las personas y empresas involucradas en la campaña. Si el caso es finalista o ganador, esos créditos serán utilizados en el sitio web, comunicados, posteos, trofeos y afines EXACTAMENTE COMO FUERON ENVIADOS. MMA no garantiza la viabilidad de ajustes posteriores en artículos, trofeos y afines.
- Quien inscribe es el responsable oficial de la campaña: esa persona será el punto de contacto para todas las comunicaciones sobre el premio. Si abandona la empresa durante el proceso, es necesario avisarnos por email a mmahispanic@mmaglobal.com informando el número de inscripción, nombre de la campaña y los datos del nuevo contacto.

Anonimato y regla de descalificación:

Para preservar la integridad de la evaluación, el nombre de la agencia o de la plataforma de medios/tecnología solo puede aparecer en los campos en que esa información es expresamente solicitada por el formulario. Cualquier mención en el cuerpo del Formulario de Inscripción es motivo de descalificación. La única excepción aplica para campañas de autopromoción.

VIDEO DEL CASO

Es fundamental que los participantes presenten un video que muestre cómo la idea fue puesta en práctica. Este video debe proporcionar una explicación del proyecto y resumir el desafío, la estrategia, los objetivos, la ejecución y los resultados de la inscripción. Este video será visto por los jurados durante las sesiones de evaluación. Si la inscripción es ganadora, también podrá ser utilizado en la ceremonia de premiación, el sitio web de la MMA y sus redes + eventos, la página de

SMARTIES, en programas de socios como WARC, RECMA y ANA, y con fines mediáticos y educativos.

Cargue el video en el área de inscripción online con las siguientes especificaciones:

- Video 2,5 minutos como tiempo máximo
- Proporción 16:9 con resolución mínima de 1280x720
- MP4, QuickTime o un enlace embebido (YouTube, Vimeo, etc.)
- Si es posible, el video debe estar alojado por un tercero
- **Nombrá el video con el n.º de inscripción + nombre del caso: "XXXXX_NombreDelCaso"**

Prohibido: logos, cualquier mención o explicaciones sobre la agencia, adtech o expertise de empresa socia en imagen, texto o narración del video del caso.

GANADORES ANTERIORES

Conozca los ganadores de la edición 2025: <https://latam.marketingfuturetoday.com/mma-smarties-hispanic-latam-2025-conozca-los-casos-ganadores/>

DUDA Y SOPORTE

Silvina Darago

Marketing Coordinator — Marketing + Media Alliance (MMA)

silvina@mmaglobal.com

Josefina Briem Stamm

Operations & Marketing Manager — Marketing + Media Alliance (MMA)

josefina@mmaglobal.com

Consultas generales: mmahispanic@mmaglobal.com

IMPORTANTE

- El SMARTIES Awards es una competencia de propiedad de la MMA Marketing & Media Alliance, una organización global con sede en Nueva York.

- Cada participante asume total responsabilidad por la calidad de las inscripciones y exime a MMA de cualquier responsabilidad en relación con terceros.
- Todos los participantes deberán observar estrictamente las reglas de inscripción. El llenado y envío del formulario de pago de las inscripciones implica la aceptación total de dichas reglas por cada participante.
- El incumplimiento de cualquiera de las reglas de inscripción resultará en la descalificación automática de la inscripción.
- Cualquier material enviado al premio pasa a ser propiedad de MMA y no podrá ser devuelto. La publicación queda a criterio exclusivo de MMA.
- Los ganadores de SMARTIES Global y de los programas regionales son destacados en el [Ranking WARC Media 100](#).
- Las agencias de medios ganadoras del SMARTIES Awards son incluidas en el informe de evaluación [RECMA](#).
- Las decisiones de MMA en todos los asuntos relacionados con el SMARTIES Awards serán finales y vinculantes.