[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en México el 03/08/2021

# [Los MMA Smarties Hispanic Latam reconocen el marketing moderno a través del uso de la tecnología.](http://www.notasdeprensa.es)

## Agencias y marcas podrán presentar sus mejores casos hasta el 13 de agosto. Los ganadores serán develados durante el Innovate Latam 2021 organizado por la MMA

Los MMA Smarties Hispanic Latam tienen como objetivo celebrar campañas que mezclan el uso de la tecnología con la creatividad orientadas al impacto de negocios. Según María Mujica, VP eCommerce Latin America para Mondelēz y jurado de esta edición, los premios estimulan y provocan a los marketers a exprimir el jugo a la tecnología centrada en las marcas y en las personas, y también mostrar cómo la tecnología agregó valor. No es un premio de tecnología, sino un premio que reconoce el calibre de las ideas, la excelencia con que fueron ejecutadas y el rol clave que tuvo la tecnología para potenciarlas. Este reconocimiento está destinado a los profesionales de marketing, agencias y anunciantes. Los premios Smarties de MMA reconocen las campañas y acciones de marketing que utilizan la tecnología y la creatividad para construir nuevos abordajes en el marketing moderno. Las inscripciones para los Smarties comenzaron y se extienden hasta el 13 de agosto. https://www.mmaglobal.com/smarties/awards/programs/hispanic-latam Los jurados coinciden en que sus expectativas sobre las campañas están asociadas a la creatividad y la innovación aplicadas a los nuevos formatos digitales. Carolina Wood, Directora de Marketing de Raízen, afirmó que espera ver mucha creatividad e innovación, donde seguramente la tecnología sea la protagonista. “El 2020 fue un año que nos obligó a pensar distinto y a buscar nuevas formas de hacer las cosas. Por lo tanto, en los casos que se presenten, debería verse reflejada la transformación del marketing en la relación de las marcas con los consumidores”, añadió. Tecnología, creatividad y marcasEn chino, crisis significa “oportunidad” y eso ha sido este último año. Cuando la crisis ha sido a nivel mundial, también fue la oportunidad para llevar a cabo todo lo que se estaba planificando. Las marcas tuvieron que patear el tablero y cambiar a un mindset digital rápidamente, adoptar para luego aprender y ser capaces de estar en constante evolución. “En el mundo del marketing y la publicidad, la creatividad es el motor de todo lo que se produce. La tecnología es la forma en que se conduce a la creatividad: se puede ser creativo en cualquier soporte, mensaje o con cualquier producto. Estas disciplinas se volvieron un poco más técnicas en los últimos años y tuvieron que adoptar nuevos formatos, no solo desde la implementación sino desde la concepción de las ideas. La narrativa digital es totalmente distinta, y ya no es cuestión de adaptar formatos, se trata de adoptar el mindset digital y evolucionar hacia un modelo flexible, que está en permanente cambio”, sostiene Yanina Duchowny, Managing Director and Chief Digital Officer para BBDO Argentina. Además del rol de la tecnología como influencia en esta “nueva manera de hacer marketing”, la comunicación y las campañas hoy tienen una visión “customer centric”: se construyen desde y para el consumidor. En relación a esto, Marcelo Romeo, Gerente de Marketing, Comunicaciones y Prensa de Newsan, sostiene que la visión del marketer debe estar centrada en el consumidor. Todas las estrategias llevadas adelante con esa premisa deberían repercutir de manera directa -o indirecta- en la evolución del negocio y su sustentabilidad. Para Eliana Kaplan, General Account Director de Wunderman Thompson, "a la hora de construir una marca, el desafío es diseñar estratégica y creativamente experiencias completas que respondan a las necesidades y deseos de las personas con las que queremos conectarnos y eso se traducirá en resultados de negocio". Pluralidad de visiones y representantes de toda la región componen la plantilla de los profesionales que hacen parte del jurado de los premios. Desde la MMA los invitan a consultarlos aquí: Jurados de la edición 2021. Para registrar sus casos ingrese aquí: https://www.mmaglobal.com/smarties/awards/programs/hispanic-latam Conocer más acerca de los MMA Smarties Hispanic Latam en las redes de MMA. Seguir en Instagram y LinkedIn. Acerca de MMALa misión de MMA es permitir a los líderes de marketing promover la innovación y garantizar el valor de sus negocios en un mundo cada vez más dinámico y conectado. Formada por más de 800 empresas asociadas en todo el mundo y con 14 oficinas regionales, MMA es la única asociación global de marketing que reúne a todo el ecosistema, incluidos los anunciantes, agencias, plataformas tecnológicas, compañías de medios y otros proveedores, trabajando juntos para planificar el futuro del marketing; generando crecimiento en el presente. Basados en esta misión están los cuatro pilares principales de MMA: cultivar la inspiración de los CMOs a través de la innovación, desarrollar habilidades Mobile en organizaciones, defender la eficiencia y el impacto de las estrategias Mobile a través de la investigación y datos reales; y ser útil a los intereses de los anunciantes. Para más información visitar www.mmaglobal.com

**Datos de contacto:**

Geraldine Martell

Directora de Cuentas

+54911531428

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/los-mma-smarties-hispanic-latam-reconocen-el](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Telecomunicaciones Comunicación Marketing Emprendedores E-Commerce Innovación Tecnológica

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)