

BASES – CATEGORÍA “JÓVENES PROMESAS”

Certamen Benditas Marcas · Branded content con propósito e impacto positivo

Estas bases regulan la participación de estudiantes de 4º de la ESO y 1.º de Bachillerato en la categoría «Jóvenes promesas» del Certamen Benditas Marcas. La categoría está orientada a proyectos de branded content con propósito e impacto social positivo, realizados en colaboración con una entidad sin ánimo de lucro.

Art. 1. Objeto y alcance

Se reconocen proyectos originales de branded content concebidos como contenidos de atracción (pull), alineados con valores de marca y capaces de construir audiencia, al servicio de una necesidad social real propuesta por una entidad sin ánimo de lucro (ONG, fundación, asociación o institución pública con finalidad social).

Art. 2. Enfoque pedagógico

Los centros articularán los proyectos preferentemente bajo un marco de Aprendizaje-Servicio (ApS) o, como mínimo, aprendizaje por proyectos con servicio real a la comunidad. Se recomienda incorporar práctica reflexiva y una evaluación compartida con la entidad social.

Art. 3. Participantes y equipos

Podrán participar estudiantes matriculados en 4º de la ESO y 1.º de Bachillerato en el curso 2025–2026.

Los equipos estarán formados por 4 alumnos y contarán con un profesor/a del centro como tutor académico.

Cada centro podrá inscribir hasta un equipo por curso.

Un profesor puede ser tutor académico de varios equipos.

Art. 4. Entidad destinataria

Todos los equipos trabajarán para una misma entidad sin ánimo de lucro. Se valorará que la entidad aporte un briefing, valide necesidades y destinatarios y participe en la revisión del resultado.

Art. 5. Categorías y formatos admitidos

El equipo elegirá uno de los siguientes formatos:

- 1) Audiovisual (pieza 2–3 min; se admiten teasers de 15–30”).
- 2) Sonoro (podcast/spot 2–4 min).
- 3) Digital (contenidos de activación en redes sociales/web/app con 3–5 piezas de 15–60”).
- 4) Editorial (dossier 6–12 páginas, maquetado).
- 5) Guion (3–5 páginas para una pieza de branded content).

Art. 6. Entregables

- a) Pieza creativa final (según formato).
- b) Dossier estratégico (máx. 2 páginas) con el siguiente contenido: objetivo e insight, público, propuesta de valor, tono, plan de distribución (no plan de medios) y KPI básicos de alcance/engagement/impacto social.
- c) Validación de la entidad social (correo o breve acta) y reflexión del equipo (media página con aprendizajes e impacto percibido).

Art. 7. Inscripción y calendario

Inscripción de centros y equipos: hasta 31 de octubre de 2025.

Formación/tutoría (online + presencial):

- Webinar de lanzamiento: 30 septiembre 2025 (30’).
- Taller 1: 16 octubre 2025 (60’) – Qué es BC y tipologías.
- Taller 2: 20 noviembre 2025 (60’) – Del brief a la idea y al prototipo.
- Taller 3: 22 enero 2026 (60’) – Producción, distribución y métricas.

Entrega de proyectos: 31 de marzo de 2026 (23:59 CET).

Deliberación del jurado: abril de 2026.

Gala final y exposición de finalistas: 4 de junio de 2026 (Universidad Villanueva).

La organización podrá ajustar fechas con aviso a los centros.

Calendario resumido

Hito	Fecha
Webinar de lanzamiento	30/09/2025
Taller 1	16/10/2025
Taller 2	20/11/2025
Taller 3	22/01/2026
Fin de inscripción	31/10/2025
Entrega de proyectos	31/03/2026
Deliberación del jurado	Abril 2026
Gala final	4 junio de 2026

Art. 8. Criterios de evaluación (rúbrica)

Ponderación total (100 puntos):

- 1) Branded Content (BCMA): contenido original, pull, distribución y capacidad de construir audiencia (30).
- 2) Propósito e impacto social: alineación con valores y necesidad real; plausibilidad de impacto y uso por la entidad (25).
- 3) Creatividad e innovación (20).
- 4) Calidad técnica y ejecución (15).
- 5) Estrategia y métricas (KPI): plan de distribución, indicadores y evaluación básica (10).

Rúbrica resumida

Criterio	Puntuación máx.
Branded Content (BCMA)	30
Propósito e impacto social	25
Creatividad e innovación	20
Calidad técnica y ejecución	15
Estrategia y KPI	10

Art. 9. Jurado

El jurado estará integrado por profesionales propuestos por BCMA y académicos de la Universidad Villanueva, pudiendo invitarse a representantes de entidades sociales colaboradoras como observadores. Sus fallos serán inapelables.

Art. 10. Uso de herramientas y originalidad

Se permite el uso de herramientas digitales e IA generativa siempre que se declare en el dossier. La autoría y licencias de todos los materiales deben ser compatibles con su difusión por parte del certamen y de las entidades colaboradoras.

Art. 11. Derechos de imagen y protección de datos de menores

Para cualquier grabación de personas menores de edad o colectivos vulnerables será obligatorio recabar las autorizaciones correspondientes del centro/familias y de la entidad social; los equipos garantizarán el cumplimiento normativo y que no se vulneran derechos de terceros.

Art. 12. Premios y reconocimientos

Trofeo y diploma para el equipo ganador de cada formato (Audiovisual, Sonoro, Digital, Editorial, Guion).

Menciones a “Mejor Estrategia” y “Mejor Propósito e Impacto”.

Visita-mentoría con profesionales BCMA para los equipos ganadores.

Art. 13. Exposición pública y gala

Los finalistas presentarán su proyecto en formato pitch durante la gala. La organización podrá exhibir trabajos con fines académicos y de comunicación del premio/ONGs citando autoría.

Art. 14. Reclamaciones y modificaciones

La participación implica la aceptación íntegra de estas bases. La organización se reserva el derecho de introducir ajustes operativos por motivos académicos o logísticos, comunicándolo a los centros.