

BASES

Premios Nacionales de Marketing 2017

PREMIOS NACIONALES DE MARKETING 2017

Los **Premios Nacionales de Marketing** han sido creados por la Asociación de Marketing de España y tienen como objetivo realzar la función del marketing en las empresas y en las instituciones, y reconocer el mejor marketing como medio para conseguir aumentar la competitividad y la capacidad innovadora.

Los Premios Nacionales de Marketing celebran en 2017, su novena edición.

En la edición de 2016 se presentaron más de 200 candidaturas. El acto de entrega tuvo lugar en Teatros del Canal y reunió a más de 750 profesionales y representantes de las principales empresas e instituciones.

BASES DE LA CONVOCATORIA

1. La Asociación de Marketing de España concede anualmente los Premios Nacionales de Marketing, en reconocimiento público a las empresas, instituciones y profesionales que destacan por su buen Marketing y por su contribución a la difusión e implantación del Marketing en las empresas y en las instituciones.
2. Pueden participar en esta convocatoria 2017 todas aquellas empresas o instituciones que hayan creado o adaptado estrategias en España, cuya implantación y resultados corresponda al año 2016. El Jurado podrá considerar también el resultado acumulado de años anteriores.

El plazo de inscripción de candidaturas finaliza el viernes 17 de febrero de 2017 para todas las categorías excepto Internacionalización LATAM, que permanecerá abierto hasta el 3 de marzo de 2017.

3. Las categorías a premiar son:
 - Marca
 - Innovación
 - Instituciones
 - Internacionalización LATAM
 - Pymes
 - Mejor Director / Profesional de Marketing
 - Líder Empresarial Impulsor del Marketing
 - Premio Nacional de Marketing

Pudiendo quedar, a criterio del Jurado, alguna de ellas desierta.

3.1 ¿Qué se premia?

Los Premios Nacionales de Marketing, organizados por la Asociación de Marketing de España, distinguen aquellas estrategias de marketing que sobresalen por su innovación, por sus buenas prácticas y por la obtención de resultados tangibles.

No se trata de premiar una acción o campaña concreta, sino el resultado de un buen trabajo a lo largo del año, en el que se consideran desde la estrategia competitiva desarrollada hasta las acciones de marketing necesarias para alcanzar los objetivos establecidos, y la consecución de los mismos. Algunos casos se presentan ilustrados con acciones concretas, pero el Jurado debe considerar el trabajo en su conjunto y los resultados obtenidos.

Ningún ganador en cualquiera de las categorías podrá volver a resultar ganador de dicha categoría hasta no haber transcurrido un plazo de tres años.

3.2 Definición de las categorías:

Marca

En este apartado, el Jurado examinará los casos seleccionados en los que el éxito alcanzado se debe principalmente a la excelente gestión de la marca, en el periodo indicado.

Innovación

El Jurado valorará la implantación de estrategias innovadoras de marketing con resultados tangibles, que impliquen cambios significativos en cualquiera de sus elementos clásicos: producto, precio, comunicación, distribución.

Instituciones

Se premian las estrategias de marketing realizadas por Instituciones, Administraciones Públicas y Tercer Sector.

Internacionalización LATAM

En este apartado, el Jurado examinará y considerará dos grupos distintos, con su correspondiente premio en cada uno, de casos de marketing de la región LATAM (más concretamente en los siguientes países: Brasil, Colombia, Perú, Chile, México, Ecuador, Puerto Rico, Nicaragua, Bolivia, Paraguay y Uruguay):

1º.- Casos de empresas españolas que hayan desarrollado una estrategia de marketing exitosa en los países de dicha región en los que tengan presencia empresarial.

2º.- Casos de empresas latinoamericanas que hayan desarrollado una estrategia de éxito en marketing, dentro del mercado latinoamericano.

Pyme

Se premian las estrategias de marketing de éxito realizadas por toda empresa, independientemente del sector de actividad y de su forma jurídica, que reúna las tres condiciones siguientes (Según la DG XXIII de la Comisión Europea):

- Que emplee, como máximo a 250 trabajadores.
- Que tenga una cifra de negocios inferior a 40 millones de euros.
- Que ninguna otra empresa, de mayor dimensión, posea más de un tercio de su capital social.

Mejor Profesional de Marketing

Se trata de premiar al profesional de marketing que ha estado detrás de las actividades de marketing más destacadas del año o que más haya sobresalido por alguna de sus acciones, y sea además un referente en su sector.

Los miembros del Jurado podrán proponer nuevos candidatos en la votación de la lista corta.

Líder empresarial impulsor del marketing

En este caso, se trata de premiar al líder empresarial que ha convertido el marketing en un elemento clave del management de la empresa o institución que dirige.

Como la anterior, el Jurado podrá proponer nuevos candidatos en la votación de la lista corta.

Premio Nacional de Marketing

La concesión de este premio queda a la libre decisión del Jurado, no siendo obligatorio su otorgamiento.

Podrá concederse tanto a empresas e instituciones como a personas.

Se pedirá a los jurados que, con anterioridad a la reunión del Jurado, sugieran algunas marcas, instituciones, personas...

En caso de que la marca seleccionada a la que se le conceda el Premio Nacional de Marketing, haya sido ya premiada en alguna de las categorías, se le retirará el premio de la categoría, pasando el siguiente mejor valorado de la lista a ser el ganador de la misma.

4. El Jurado realizará la selección de los candidatos de acuerdo al siguiente procedimiento:
 - a) Se crea una lista de candidatos de cada una de las categorías a partir de las sugerencias realizadas por periodistas especializados en información de marketing, Jurados de pasadas ediciones, Escuelas de negocio, Candidaturas del ámbito profesional, Directores de marketing, Directores generales de agencias, el Comité organizador de los Premios Nacionales de Marketing y socios de la Asociación de Marketing de España, así como auto nominaciones.
 - b) De las candidaturas recibidas se crea una lista larga de hasta 13 candidatos (empresas, instituciones y personas) por cada una de las categorías, que hayan recibido más menciones o postulaciones, y en caso de empate, la organización evaluará cuáles merecen estar en esta lista larga, basada en la información provista en cada uno de los casos.
 - c) La organización de los Premios Nacionales de Marketing realizará una ficha técnica por candidato de la lista larga en la que se incluirá información relativa a su nominación en la categoría correspondiente.
 - d) El Jurado procederá a seleccionar hasta cinco empresas, instituciones y personas por cada categoría. Estas empresas e instituciones formarán la lista corta de los Premios Nacionales de Marketing, a las cuales se les pedirá información ampliada relativa a las estrategias correspondientes a cada categoría.
 - e) El Jurado procederá, finalmente, a resolver quiénes son las empresas, instituciones y personas que merecen ser Premios Nacionales de Marketing en cada categoría, pudiendo haber hasta un máximo de dos finalistas por cada categoría. En el caso de empate, será el Presidente del Jurado quién resuelva al respecto.

- f) La votación del Jurado será secreta.
 - g) Los Jurados que por alguna razón tuvieran algún interés de tipo profesional o personal en alguna de las empresas, instituciones o personas candidatas se abstendrán de votar por ésta(s).
5. Los datos e informaciones serán tratados con confidencialidad por parte de los miembros del Jurado y de la Asociación.
 6. El Jurado se reserva el derecho a realizar los cambios necesarios para la mejora de los Premios, respetando la estructura de categorías referidas.
 7. La valoración de las candidaturas presentadas se realizará por el Jurado, en función fundamentalmente, de los cuatro siguientes criterios:
 - Grado de Innovación, creatividad y originalidad.
 - Resultados obtenidos: impacto en medios, incremento de ventas, retorno de la inversión, incremento en la preferencia por la marca, etc.
 - Dificultad del caso (competitividad del mercado, características del sector, madurez del producto, etc.).
 - Buenas prácticas: comportamiento ético y sostenible en el desarrollo de las estrategias de marketing.
 8. El Jurado lo formarán un presidente, un secretario y sus miembros provenientes de los Órganos de Gobierno de la Asociación, profesionales de reconocido prestigio de las más importantes marcas, instituciones académicas, asociaciones, agencias, centrales y medios de comunicación.
 9. Los premios se entregarán, previsiblemente, el 1 de junio de 2017 en una gala especial, que contará con la exposición de los casos premiados por parte de sus mismos protagonistas.
 10. Estas bases, así como toda la información y difusión de los Premios Nacionales de Marketing, se publicarán en la web de la Asociación de Marketing de España (<http://www.asociacionmkt.es>).
 11. El mero hecho de optar al Premio supone la plena aceptación de sus Bases.