

BASES LEGALES

XVIII EDICIÓN DE LOS PREMIOS NACIONALES DE MARKETING (2026)

La Asociación de Marketing de España (AMKT) creó los Premios Nacionales de Marketing (PNM) en 2008-2009. El objetivo de los PNM es poner en valor la función del marketing en empresas e instituciones y dar a conocer estrategias que han conseguido aumentar la competitividad de las organizaciones para mejorar sus resultados.

A diferencia de otros premios y festivales de publicidad, comunicación y marketing en los que se valoran acciones o campañas tácticas, los PNM:

- Evalúan y reconocen estrategias de marketing que sobresalen por su grado de innovación y por su impacto positivo en el negocio, en la sociedad y en el desarrollo responsable de la profesión.
- Tienen en cuenta todo el proceso: definición de la estrategia, fijación de objetivos, ejecución y resultados tangibles.

BASES DE LA CONVOCATORIA

- 1. OBJETIVO.** Los Premios otorgados por la Asociación de Marketing de España tienen por objeto reconocer y poner en valor a las empresas, instituciones y profesionales que destaquen por la excelencia, innovación, sostenibilidad y conducta ética en el desarrollo de sus estrategias de marketing.
- 2. PARTICIPANTES.** Podrán participar en la presente convocatoria aquellas empresas o instituciones que hayan desarrollado o adaptado estrategias de marketing, tanto en el ámbito nacional como internacional, con resultados demostrables en el mercado español, ejecutadas durante el año anterior a la celebración de la Gala de los Premios. Asimismo, podrán considerarse resultados acumulados de ejercicios anteriores cuando resulten relevantes para la correcta valoración del caso.

En el caso de adaptaciones de estrategias internacionales, dicha circunstancia deberá indicarse expresamente en la candidatura. En todo caso, la planificación, ejecución y/o desarrollo creativo de la adaptación deberá haberse realizado desde España.

- 3. JURADO.** La Asociación de Marketing de España nombrará anualmente a un jurado compuesto por alrededor de 20 profesionales para valorar y analizar los casos presentados:
 - El jurado lo formarán un/a presidente/a, un/a secretario/a, un/a representante de AMKT y vocales profesionales de marketing, que podrán proceder de los Órganos

de Gobierno de la Asociación, empresas/marcas, instituciones académicas, asociaciones, agencias, centrales de medios, medios de comunicación, etc.

- Los miembros del jurado se renovarán en cada edición, salvo casos excepcionales que serán evaluados por la propia organización interna de los Premios.
- Los miembros del jurado se comprometen a mantener la confidencialidad de todos los datos y decisiones que se tomen durante el proceso de votación de manera permanente y, a no revelar la identidad de los ganadores hasta la publicación de los resultados en sus distintas fases.
- En caso de conflicto de interés real, potencial o aparente por parte de cualquier miembro del jurado en relación con una candidatura —incluyendo, entre otros, la participación en la entidad candidata, la prestación de servicios a la marca o la pertenencia a la agencia responsable—, dicho miembro deberá comunicarlo a la Secretaría Técnica y abstenerse de intervenir en la evaluación, deliberación y votación correspondientes.
- Cualquier otra situación que pudiera afectar a la imparcialidad será analizada y resuelta por la Secretaría Técnica de los Premios.

4. CATEGORÍAS DE LA XVIII EDICIÓN

Categorías de empresa

- Estrategia integral de Marketing
- Construcción de marca (2-3 años)
- Experiencia cliente
- Innovación en la propuesta de valor (producto, servicio, modelo de negocio)
- Publicidad y comunicación comercial
- Estrategia de ventas (punto de venta y/o *ecommerce*)
- Patrocinios y alianzas
- *Startup*

Categorías especiales

- Mejor equipo de Marketing
- Líder empresarial impulsor del Marketing
- Gran Premio Nacional de Marketing

Criterios generales de evaluación de las categorías de empresa

- **20 %: Valor a medio-largo plazo.** Consistencia de la estrategia general, alineación con los valores de la marca o compañía y enfoque ESG.
- **20 %: Grado de innovación y creatividad.** Desarrollo original de nuevas aproximaciones.
- **25 %: Uso de datos, modelos y tecnología** para diseñar los objetivos y la propuesta de valor y para evaluar el éxito.
- **25 %: Resultados de negocio** o impacto sobre variables conectadas con negocio: ventas, cuota o margen, retorno de inversión, incremento en la preferencia por la marca, construcción de audiencias o mercados, optimización de presupuesto...

- **10 %: Dificultad del caso:** competitividad del mercado, características del sector, madurez del producto, dimensión internacional...

Factores adicionales a valorar en cada categoría empresa

- **Estrategia integral de Marketing.** Enfoque holístico de todos los elementos del marketing para impulsar el crecimiento de negocio. Se reconocerán:
 - El foco continuo en la diferenciación y la relevancia.
 - La identificación de oportunidades de negocio y nuevos mercados.
 - La consistencia de todas las acciones de marketing con los objetivos estratégicos a largo plazo.
- **Construcción de marca (2-3 años).** Proceso dinámico de desarrollo de la marca como brújula de la estrategia general de marketing. Se reconocerán:
 - La progresión clara y consistente del posicionamiento de la marca.
 - La generación y el uso de *insights* para formular una estrategia diferenciada.
 - El impacto sobre la percepción y el comportamiento de los distintos públicos.
- **Experiencia cliente.** Modelo de gestión de las interacciones de los clientes con la marca a lo largo de su ciclo de vida (B2C o B2B). Se reconocerán:
 - La gestión de la percepción y el comportamiento de los clientes a partir de una comprensión profunda de sus necesidades y deseos.
 - La alineación con la estrategia de marca y el uso de métricas que demuestren el impacto sobre la satisfacción, la lealtad y la recomendación.
- **Innovación en la propuesta de valor.** Introducción de soluciones disruptivas que aportan valor significativo al cliente y a la organización. Se reconocerán:
 - El uso de la diferenciación como eje para adaptarse a los cambios del mercado, responder a oportunidades emergentes, crear categorías...
 - La aplicación de soluciones originales a productos, servicios, modelos de negocio o precios.
- **Publicidad y comunicación comercial.** Modelo de comunicación de productos, servicios o promociones construido sobre el posicionamiento estratégico. Se reconocerán:
 - La integración coherente de las iniciativas en una plataforma estratégica.
 - La eficiencia para llegar a las audiencias deseadas.
 - La capacidad de generar reconocimiento de marca, conexión emocional y demanda.

- **Estrategia de ventas (punto de venta y/o ecommerce).** Modelo integrado de gestión de los canales físicos y digitales como herramientas de marketing. Se reconocerán:
 - El foco en la diferenciación y la conveniencia para optimizar la experiencia de compra.
 - La colaboración entre Marketing y Ventas para fomentar la comprensión de los segmentos de clientes y su gestión (creación de materiales comerciales, generación de demanda cualificada, ...).
 - La maximización del tráfico online y/o físico, la conversión, la lealtad, la venta cruzada, el *upgrade*...
- **Patrocinios y alianzas.** Colaboraciones entre empresas para crear sinergias que mejoren la activación de las marcas. Se reconocerán:
 - La combinación de recursos y capacidades para descubrir nuevas oportunidades de mercado.
 - El impacto de la colaboración sobre la innovación, la competitividad y la eficiencia.
- **Startup.** Estrategias de marketing eficaces desarrolladas por empresas emergentes con hasta 3 años de existencia. Se reconocerán:
 - El uso estratégico y eficaz del marketing para impulsar el arranque, crecimiento o consolidación del negocio en contextos de recursos limitados, entornos cambiantes o fases tempranas de desarrollo.
 - La creatividad y agilidad para diseñar e implementar acciones de marketing diferenciadoras, así como la capacidad de definir y comunicar una propuesta de valor atractiva para sus públicos.
 - La construcción y evolución de una marca con potencial de crecimiento, su conexión con clientes, usuarios o comunidades y los resultados logrados en términos de impacto comercial, visibilidad, captación o escalabilidad.
- **Mejor Equipo de Marketing.** Se tendrá en cuenta:
 - Innovación. Metodologías de trabajo implantadas con éxito en el departamento (gestión de proyectos, nuevos modelos de medición, formación, ...).
 - Espíritu de equipo. Actividades (tanto profesionales como de ocio) realizadas para fomentar y fortalecer la unión entre los integrantes del grupo.
 - Nivel de compromiso. KPIs de satisfacción, rotación, permanencia en el departamento, desarrollo de carrera en la empresa...
 - KPIs específicos de proyectos de marketing y negocio realizados.
- **Líder Empresarial Impulsor del Marketing.** Se premiará a un profesional que haya impulsado el marketing desde su posición para convertirlo en un elemento clave en la gestión de la empresa o institución que dirige.

- **Gran Premio Nacional de Marketing.** Es el mayor galardón que otorga la Asociación de Marketing de España. En él se reconoce a una empresa o institución que haya destacado sobre las demás por su uso del marketing como motor de crecimiento y de adaptación a entornos cambiantes.
 - Optarán a este galardón los ganadores de al menos uno de los premios de las categorías de negocio (oro, plata o bronce).
 - Para determinar el ganador del Gran Premio, se sumarán todos los puntos obtenidos por cada premiado con el siguiente criterio: Oro: 15 puntos, Plata: 8 puntos, Bronce: 3 puntos.

5. RECONOCIMIENTOS

A propuesta de la Asociación de Marketing, el jurado podrá otorgar un galardón especial, fuera de las categorías establecidas, a personas, organizaciones, instituciones o sectores que hayan tenido un impacto significativo en el ámbito del marketing.

Este reconocimiento estará orientado a destacar estrategias, a personalidades o acciones que, por su carácter innovador, su relevancia en el contexto social o económico actual, o por su contribución al desarrollo de la disciplina, merezcan una mención especial.

6. PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS

Categorías de negocio y Categoría Mejor Equipo de Marketing. Se hará a través de la web oficial de la Asociación en su sección de Premios (www.asociacionmkt.es/premios-nacionales-de-marketing/).

Podrán presentar su candidatura:

- **De forma directa,** los responsables de Marketing o miembros del equipo de una empresa o institución, así como las agencias en nombre de alguno de sus clientes, mediante la cumplimentación del formulario habilitado en la web de AMKT.
- **De forma indirecta,** las candidaturas podrán ser presentadas por terceros, sin la participación directa de la marca o entidad propuesta ni de las agencias que trabajen con ella.
 - La categoría Mejor Líder Empresarial Impulsor del Marketing será de candidatura exclusivamente indirecta, pudiendo ser propuestas únicamente por entidades y profesionales socios de la Asociación de Marketing de España (AMKT), sin que la persona o entidad propuesta participe directamente en la presentación ni intervengan las agencias que trabajen con ella.
 - Adicionalmente, AMKT podrá presentar candidaturas indirectas en el resto de categorías, conforme a los criterios y procedimientos que establezca la Organización.

7. GESTIÓN DE CANDIDATURAS Y CONDICIONES GENERALES

Una misma marca podrá presentar distintas estrategias de marketing a diferentes categorías y optar a ser reconocida en cada una de ellas. En caso de que una misma estrategia o caso se presente a más de una categoría, deberá adaptarse específicamente a los criterios de evaluación de cada una de ellas.

Una vez presentadas las candidaturas, la Organización de los Premios podrá solicitar información y/o materiales adicionales con el fin de completar o aclarar la documentación aportada. Asimismo, la Organización podrá proponer la reclasificación de una candidatura en una categoría distinta, siempre que dicha modificación sea aceptada por el interesado.

El contenido de los documentos y materiales audiovisuales aportados por los candidatos, así como aquellos generados por la Asociación de Marketing de España (incluyendo, a título enunciativo y no limitativo, fichas resumen de los casos), podrá ser utilizado por la Organización y organizaciones colaboradoras en acciones de comunicación vinculadas a los Premios, incorporarse al recopilatorio de cada edición y ponerse a disposición de los medios colaboradores para su cobertura informativa, respetando en todo caso la confidencialidad de los datos identificados como sensibles por los candidatos, especialmente los KPIs de negocio y cualquier otra información estratégica o reservada.

Los casos ganadores serán susceptibles de ser adaptados por ESIC, Secretaría Técnica de los Premios, u otras instituciones académicas colaboradoras, para su utilización como material docente, previa colaboración y autorización de los autores de los casos.

En caso de que alguno de los datos incluidos en la candidatura tenga carácter confidencial, el candidato deberá identificarlo expresamente en la documentación presentada.

8. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS

El plazo de presentación de candidaturas se **abrirá el 12 de febrero de 2026**, fecha que será comunicada a través de la web oficial de la Asociación de Marketing de España y de los canales oficiales de los Premios, y se cerrará el **25 de marzo de 2026 a las 23:59 horas** para todas las categorías.

9. FORMALIZACIÓN DE LA CANDIDATURA

La formalización de cada candidatura presentada de forma directa estará sujeta al abono del importe de inscripción que se detalla a continuación:

- **Socios de la Asociación de Marketing de España (AMKT):** 616 € + 21 % IVA por candidatura (20% de descuento aplicado)
- **Entidades no socias:** 770 € + 21 % IVA por candidatura.

En el caso de Startup, se aplicará un importe de inscripción reducido, conforme a los siguientes importes:

- **Socios *Startup* de AMKT:** 308 € + 21 % IVA por candidatura. (20% de descuento aplicado)
- **Entidades no socias:** 385 € + 21 % IVA por candidatura.

Quedarán exentas del abono del importe de inscripción, por su naturaleza honorífica, las candidaturas correspondientes a la siguiente categoría especial:

- **Mejor Líder Empresarial Impulsor del Marketing.**

Las candidaturas no se considerarán formalizadas hasta que se haya recibido, a través de la plataforma de registro, la totalidad de los materiales requeridos, así como el abono íntegro del importe de inscripción correspondiente.

El pago deberá realizarse mediante transferencia bancaria o cualquiera de los medios de pago habilitados, antes del cierre del plazo de presentación de candidaturas, conforme a las instrucciones detalladas en el formulario de inscripción. En el concepto del pago deberá indicarse el nombre de la entidad o persona que inscribe, el nombre de la candidatura y el número de presupuesto asignado automáticamente en el momento de la inscripción.

En el caso de las candidaturas presentadas de forma indirecta, la formalización se realizará igualmente a través del formulario de inscripción, una vez que la Organización haya contactado con los potenciales candidatos y se haya producido la aceptación expresa de la candidatura por su parte.

10. SECRETARÍA TÉCNICA

ESIC, Secretaría Técnica de los Premios Nacionales de Marketing, elaborará y revisará la ficha resumen de cada candidatura presentada, que incluirá la información esencial de los casos con el fin de facilitar al Jurado una valoración homogénea y comparable entre todas las candidaturas.

Asimismo, la Secretaría Técnica verificará que cada candidatura cumple los requisitos y criterios establecidos en las presentes bases, pudiendo solicitar, en caso necesario, aclaraciones o documentación adicional a los candidatos para completar o validar la información aportada.

11. LISTA LARGA

Para el análisis de las candidaturas recibidas, se constituirán grupos de trabajo dentro del Jurado, organizados por categorías, con el fin de evaluar los casos presentados y determinar aquellos que integrarán la Lista Larga, que contará con un máximo de diez (10) candidaturas por categoría.

En caso de empate en la puntuación entre las últimas candidaturas, ambas pasarán a formar parte de la Lista Larga.

La Lista Larga correspondiente a las categorías especiales, por su propia naturaleza, no será objeto de comunicación pública.

Régimen específico de la categoría *Startup*.

En el caso de la categoría *Startup*, el proceso de evaluación se realizará mediante una votación única del Jurado. En caso de empate en la puntuación entre dos o más candidaturas, estas serán declaradas ganadoras ex aequo del trofeo correspondiente a la puntuación obtenida.

Los ganadores oficiales (oro, plata y bronce) de esta categoría se determinarán directamente en la fase de Lista Larga, sin que resulte de aplicación la fase de Lista Corta.

La relación de candidaturas ganadoras no será objeto de comunicación pública en esta fase y quedará bajo confidencialidad hasta el momento que determine la Organización.

12. LISTA CORTA

Una vez publicada la Lista Larga, todos los miembros del Jurado procederán a la selección de las candidaturas finalistas por categoría.

El Jurado podrá seleccionar hasta cinco (5) candidaturas por categoría, que conformarán la Lista Corta de los Premios Nacionales de Marketing. En caso de empate en la puntuación entre las últimas candidaturas, ambas pasarán a formar parte de la Lista Corta.

A las candidaturas finalistas se les podrá solicitar información adicional relativa a las estrategias presentadas.

La valoración de las candidaturas se realizará conforme a los mismos criterios utilizados en la fase de Lista Larga, teniendo en cuenta el conjunto del trabajo presentado y los resultados obtenidos, con independencia de que algunos casos se ilustren mediante acciones concretas.

13. MATERIALES ADICIONALES

Con carácter complementario, se solicitará a las candidaturas finalistas la elaboración de un vídeo resumen del caso, conforme a las pautas que facilitará la Asociación de Marketing de España (AMKT), con una duración aproximada de un (1) minuto, en formato horizontal (16:9), resolución Full HD y audio de alta calidad. Dicho vídeo será utilizado tanto en la deliberación final del Jurado como en la difusión pública de las candidaturas finalistas.

Adicionalmente, la Organización podrá solicitar un segundo vídeo de carácter lúdico, destinado a mostrar de forma creativa y espontánea la personalidad, cohesión y dinámica de los equipos de marketing participantes, sin relación directa con el caso presentado.

Todos los materiales generados en esta fase —incluyendo, a título enunciativo y no limitativo, documentos, fotografías, vídeos y cualquier otro contenido asociado— podrán ser utilizados y difundidos por la Asociación durante la edición correspondiente y en ediciones posteriores,

así como incorporarse a sus soportes digitales y audiovisuales y ponerse a disposición de los medios de comunicación colaboradores y patrocinadores que realicen la cobertura de los Premios.

14. GANADORES DE CADA CATEGORÍA

El Jurado procederá, finalmente, a resolver quiénes son las empresas, instituciones y personas que merecen ocupar el primer, segundo y tercer puesto en cada categoría. En las categorías especiales solo habrá un ganador.

Para determinar los ganadores de cada categoría se procederá de la siguiente manera:

- Reunión presencial de los miembros del Jurado.
- Votación secreta y anónima por cada categoría.

Se establece que:

- alguna de las categorías podría quedar desierta a criterio del Jurado.
- Para cualquier incidencia no contemplada expresamente en estas bases, será el presidente/a del Jurado quien resuelva al respecto, garantizando siempre la imparcialidad, la transparencia y el cumplimiento de los criterios establecidos.
- En caso de empate, se procederá a una votación de desempate. En caso de persistir el empate, decidirá el voto de calidad del presidente/a.

15. ENTREGA DE PREMIOS Y GALARDONES

Los Premios se entregarán el 30 de junio de 2026, en el marco de una gala especial, que constituirá el cierre oficial del proceso de evaluación, deliberación y fallo del Jurado.

Los ganadores de cada categoría recibirán el trofeo oficial de los Premios Nacionales de Marketing como reconocimiento a la excelencia de las estrategias presentadas. La entrega del trofeo tendrá lugar durante la Gala de los Premios.

En la categoría *Startup*, se concederán los reconocimientos correspondientes, cuya comunicación oficial podrá realizarse durante la Gala de los Premios o en cualquier otro momento o formato que determine la Organización, a través de sus canales oficiales.

Asimismo, los ganadores podrán solicitar réplicas en miniatura del trofeo, destinadas a los equipos o entidades que hayan sido previamente identificados en el registro de la candidatura como participantes en la ejecución del caso. Dichas réplicas estarán sujetas a un coste adicional, que será comunicado por la Organización y, deberán solicitarse a través de los canales oficiales habilitados al efecto.

16. PUBLICIDAD Y ACEPTACIÓN DE LAS BASES

Las presentes bases, así como toda la información relativa a los Premios Nacionales de Marketing, se publicarán en la web oficial de la Asociación de Marketing de España (AMKT) (www.asociacionmkt.es/premios-nacionales-de-marketing/).

El mero hecho de optar a los Premios implica la aceptación expresa e íntegra de las presentes bases, así como del Código Ético del Marketing de la Asociación de Marketing de España, vigente en el momento de la candidatura.

17. MODIFICACIÓN DE LAS BASES

La Asociación de Marketing de España (AMKT) se reserva el derecho de modificar las presentes bases, así como de adoptar las decisiones necesarias para la correcta interpretación y aplicación de las mismas, cuando concurran causas justificadas, comprometiéndose a comunicar dichas modificaciones a través de los canales oficiales de los Premios.

18. LEY APLICABLE Y JURISDICCIÓN

Las presentes bases se regirán e interpretarán de conformidad con la legislación española.

Para cuantas cuestiones litigiosas pudieran derivarse de la interpretación o aplicación de estas bases, las partes se someten expresamente a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales de la ciudad de Madrid, con renuncia expresa a cualquier otro fuero que pudiera corresponderles.

Madrid, febrero de 2026

Asociación de Marketing de España



Para más información:

pnm@asociacionmkt.es
915484915