

VIII EDIZIOAREN OINARRIAK

AMA MARKETIN SARIAK – PesMes 2026

AMA Euskadiko Marketin Elkartek eta EHUK deituta

Deialdiaren irekiera	2026ko uztailak 15
Hautagaien itxiera	2026ko urriak 30, 23:59an
Finalisten esleipena	2026ko azaroaren lehen astea
Entrega gala	2026ko azaroak 13 · Bizkaia Aretoan

Doako parte hartzea

1. Sarien xedea eta helburua

AMA Marketin Sariak 2014an sortu ziren, Euskadin garatutako marketin eta salmenta estrategiak aitortzeko eta ikusarazteko. Estrategia horiek argitasun estrategikoagatik, berrikuntzarako gaitasunagatik eta erakundeetan eta gizartean duten eraginagatik nabarmentzen dira.

Sarien helburua da, halaber, jardunbide egokien trukea bultzatzea, marketina eta salmentak funtzio estrategikotzat hartzea eta komunitate profesional sendoago bati laguntzea, enpresak, agentziak, erakundeak, unibertsitatea eta gizartea konektatuz.

2. Erakunde deitzaileak

AMA Marketin Sariak 2026. Euskadiko Marketin Elkartek, AMAk eta EHUK batera deitzen dituzte, eta beren gain hartuko dute hautagaiak antolatzea, zabaltzea, kudeatzea eta ebaluazio-prozesua eta banaketa ekitaldia koordinatzea.

3. Erakunde edo pertsona parte hartzaileak eta horien esparrua

Euskadin kokatuta dauden erakundeei edo egoitza, ordezkaritza edo jarduera Euskadin duten erakundeei deialdia zabalik dago, horien tamaina, sektorea edo izaera juridikoa edozein dela ere. Parte hartu ahal izango dute, besteak beste:

- Enpresa handiak, ETEak eta mikroenpresak.
- Ekintzailetza-proiektuak eta startupak.
- Industria- eta zerbitzu-erakundeak.
- Administrazioak eta erakunde publikoak.
- Elkartek, fundazioak eta klusterrak.
- Komunikazio-, publizitate- edo diseinu-agentziak.
- Marketineko, salmentetako, ikerketako edo eraldaketa digitaleko aholkularitza-enpresak.

Hautagaitza kasuaren ardura duen erakundeak berak, hura garatzen parte hartu duen agentzia edo aholkularitza-enpresa batek edo biek batera aurkeztu ahal izango dute.

Agentzia edo aholkularitza-enpresa batek aurkezten badu hautagaitza erakunde bezero baten izenean, haren berariazko baimena beharko da.

Parte-hartzea doakoa da.

4. Aurkeztutako proposamenen betekizunak

- Jarduera deialdia itxi aurreko hiru urteetan garatu edo gauzatu beharko da, osorik edo zati batean.
- Hautagai-zerrendak informazio nahikoa eman beharko du estrategia, gauzatzea eta emaitzak baloratzeko.
- Ezin izango da aurkeztu hirugarrenen eskubideak, aplikatu beharreko araudia edo lehiaketaren printzipio etiko eta profesionalak urratzen dituen jarduerarik.
- Jarduera bera kategoria batera baino gehiagotara aurkeztu ahal izango da, betiere dokumentazioa bakoitzaren irizpideetara berariaz egokitzen bada.

- Erakunde bakoitzak gehienez hiru kategoriatan aurkeztu ahal izango ditu hautagaitzak.

5. Kategoriak

Honako kategoria hauetarako deialdia egiten da: Epaimahaiak horietako edozein eman ahal izango du hutsik, hautagai-zerrendarik eskatzen den kalitate-mailara iristen ez dela uste badu.

Kategoria	Deskribapena
Marketin industrial	Merkatu industrialetara edo B2B merkatuetara bideratutako marketin-estrategiak, besteak beste, segmentazioa, posizionamendua, eskariaren sorrera, kanalen garapena eta fidelizazioa konplexutasun tekniko handiko inguruneetan.
Startup marketina	Gehienez bost urteko antzinatasuna duten enpresek garatutako abiarazte-, baliozkotze-, trakzio- eta hazkunde-estrategiak.
Marketin soziala eta publikoa	Erakunde publikoen, irabazi-asmorik gabeko erakundeen edo enpresen kanpainak edo proiektuak, gizarte-inpaktu neurgarria, portaera-aldaketa edo herritarren kontzientziazioa sortzera bideratuak.
Komunikazioa	Komunikazio integratuko estrategiak, harreman publikoak, publizitatea, edukiak edo hedabideen kudeaketa, baldin eta eragin nabarmena izan badute publikoengan edo markaren pertzepzioan.
Marka eta nortasuna	Marka, ikusizko edo hitzezko nortasuna, marka-arkitektura eta packaging sortzeko, birkokatzeko edo kudeatzeko proiektuak, emaitza egiaztagarriekin.
Marketin digitala	Kanal digitaletan garatutako estrategiak, SEO, SEM, sare sozialak, merkataritza elektronikoa, automatizazioa, edukiak edo CRM barne, datuen erabilerari eta neurketari arreta berezia jarrita.
Berrikuntza marketina	Sortzen ari diren teknologiak, adimen artifiziala, bezeroekiko harreman-eredu berriak edo ohiko jardunbideekiko hobekuntza kualitatiboa ekarriko duten konponbideak txertatzen dituzten ekimenak.
Nazioarteko marketina	Kanpoko merkatuetan sartzeko, sendotzeko edo hedatzeko planak eta ekintzak, balio-proposamena eta marketing mix-a hainbat kultura- eta lehia-testuingurutara egokituta.
Marketin estrategia integrala	Negozio-helburuak, segmentazioa, posizionamendua, balio-proposamena eta kanal anitzeko exekuzioa modu koherentean artikulatuko dituzten plan estrategikoak, denboran neur daitezkeen emaitzekin.
Salmenta estrategia	Merkataritza-diseinuko edo -eraldaketako proiektuak, salmenta-metodologiak, ekipoen antolamendua, kanalen kudeaketa, erakartzea, fidelizazioa edo inpaktu frogatua duten salmenta-planak.
Iraunkortasuna eta marketin arduratsua	Marketinean eta merkataritza-jardueran ingurumen-irizpideak, irizpide sozialak, etikoak edo gobernu onekoak modu egiaztagarrian integratzen dituzten estrategiak, interes-taldeentzat konfiantza eta balioa sortuz.

6. Hautagaitzaren dokumentazioa

Hautagai-zerrendak, gutxienez, honako hauek jaso beharko ditu:

- Inprimakia erakundearen, harremanetarako pertsonaren, kategoriaren eta kasuaren izenburuaren datuekin beteta.
- Kasua deskribatzen duen memoria, PDF formatuan.
- Informazioa egiazkoa dela eta parte hartzeko baldintzak betetzen direla adierazten duen erantzukizunpeko adierazpena.
- Hala badagokio, bezero erakundearen baimena, hautagaitza agentzia edo aholkularitza-enpresa batek aurkezten duenean.

Memoriak argi azaldu beharko ditu: testuingurua eta erronka, helburuak, publikoa edo merkatua, estrategia, garatutako ekintzak, erabilitako baliabideak, emaitzak eta inpaktua, ikaskuntzak eta berrikuntza-elementuak.

Hautagaitza indartzeko material osagarriak aurkeztu ahal izango dira:

- Pasahitzik gabeko edo argi adierazitako gako bat duten plataforma irisgarrietan ostatatutako bideo, pieza sortzaile, web orri, txosten edo karpetetarako kanpoko 5 esteka.
- Datu kuantitatiboak, aginte-taulak, analitikak, hedabideetako argitalpenak edo kanpoko azterketak.

Datu konfidentzialak berariaz identifikatu beharko dira memorian.

Dokumentazioa gaztelaniaz edo euskaraz aurkeztu ahal izango da.

7. Ebaluazio irizpideak

Epaimahaiak irizpide eta haztaperen hauen arabera baloratuko du hautagaitza bakoitza:

Irizpidea	Deskribapena	Pisua	Gehienez
Emaitzak eta inpaktua	Helburuen lorpen-mailaren eta sortutako balioaren ebidentzia kuantitatiboak eta kualitatiboak.	%30	30 puntu
Argitasun estrategikoa	Koherentzia diagnostikoaren, helburuen, proposamen estrategikoaren, ekintzen eta emaitzen artean.	%25	25 puntu
Sormena eta berrikuntza	Originaltasuna, bereizketa eta konponbide berriak edo bereziki garrantzitsuak emateko gaitasuna.	%20	20 puntu
Efizientzia	Erabilitako baliabideak lortutako inpaktuarekiko egokitzea eta optimizatzea.	%15	15 puntu
Transferigarritasuna	Kasuak beste erakunde edo testuinguru batzuetan inspiratzeko edo aplikatzeko duen gaitasuna.	%10	10 puntu

Epaimahaiak erakundearen dimentsioa eta baliabideak kontuan hartu ahal izango ditu, strategiaren kalitatea eta eraginkortasuna aurrekontuaren bolumen absolutuaren gainetik egon daitezen.

8. Epaimahiaren osaketa, independentzia eta funtzionamendua

Marketinean, salmentetan, enpresan, komunikazioan, berrikuntzan edo esparru akademikoan ospe handia duten gutxienez zazpi pertsonak osatuko dute epaimahaia, AMAk eta EHUK batera izendatuta.

Epaimahaia osatzeko ahaleginak egingo dira profil profesionalak eta akademikoak, esperientzia-aniztasuna eta deitutako kategorien ezagutza konbinatzeko.

Kideek honako betebeharrak izango dituzte:

- Independentziaz, objektibotasunez eta inpartzialtasunez jardutea.
- Dokumentazioaren eta eztabaiden konfidentzialtasuna mantentzea.
- Hautagai-zerrenda irabazleen nortasuna ez jakinaraztea ofizialki jakinarazi baino lehen.
- Benetako, balizko edo itxurazko edozein interes-gatazka deklaratzeko.

9. Onarpen eta ebaluazio prozesua

Prozesua honako fase hauetan garatuko da:

1. Harrera eta berrikuspen formala: Erakundeak egiaztatuko du hautagaitza epe barruan aurkeztu dela eta oinarritzko baldintzak betetzen dituela.

2. Onartutako hautagaitzak: harremanetarako pertsonari berretsi egingo zaio onartua izan dela.

3. Ebaluazio teknikoa: Onartutako hautagaitzak oinarri hauetan ezarritako irizpideen arabera baloratuko dira.

4. Finalisten hautaketa: Epaimahaiak gehienez hiru hautagai finalista aukeratu ahal izango ditu kategoria bakoitzeko.

5. Azken erabakia: Epaimahaiak erabakiko du kategoria bakoitzeko hautagai irabazlea.

6. Komunikazioa: Hautagai-zerrenda finalistak jendaurrean jakinarazi ahal izango dira. Irabazleak 2026ko azaroaren 13ko galan iragarriko dira.

Epaimahaiak kategoria bat esleitu gabe utzi ahal izango du hautagairik ez bada iristen eskatutako kalitate-mailara. Era berean, aipamen bereziak proposatu ahal izango ditu justifikatutzat jotzen duenean.

10. Egutegia

Eginkizunak	Data
Deialdiaren irekiera	2026ko uztailaren 15a
Hautagai-zerrenden harrera ixtea	2026ko urriaren 30a, 23:59an
Hautagaitza finalisten jakinarazpena	2026ko azaroko lehen astea
Epaimahiaren deliberazioa eta erabakia	2026ko azaroaren 10eko astea

Eginkizunak	Data
Sari banaketa ekitaldia	2026ko azaroaren 13a

Erakundeak data horiek egokitu ahal izango ditu, justifikatutako arrazoiengatik. Edozein aldaketa sarien kanal ofizialen bidez jakinaraziko da.

11. Hautagaitzaren aurkezpena / ematea

Hautagaitzak Euskadiko Marketin Sarien webgunean prestatutako inprimaki ofizialaren bidez bakarrik aurkeztuko dira.

Prozesuak urrats hauek izango ditu:

1. Erakundearen eta harremanetarako pertsonaren datuak erregistratzea.
2. Kategoria hautatzea.
3. Kasuaren informazio nagusia betetzea.
4. Material osagarriak kargatzea, loturak gehituta.
5. Oinarri, adierazpen eta klausula aplikagarriak onartzea.
6. Berresteko mezu elektroniko bat bidaltzea eta jasotzea.

Hautagai-zerrenda aurkeztutzat joko da sistemak jasotze-baieztapena sortzen duenean. Parte-hartzailearen ardura izango da egiaztatzea estekak aktibo eta eskuragarri daudela ebaluazio-prozesu osoan.

12. Materialen konfidentzialtasuna eta erabilera

Erakundeak konfidentzialtzat hartuko du hautagaitzak berariaz erreserbatutzat jotzen duen informazioa, bereziki negozio-adierazleak, merkataritza-datuak, informazio estrategikoa edo publikoa ez den dokumentazioa.

Hala ere, pertsona edo erakunde parte-hartzaileak baimena ematen die AMARI eta EHURI honako hauek erabiltzeko: erakundearen izena, kasuaren izenburua, kategoria, isilpekoa ez den deskribapena, logotipoak eta berariaz baimendutako materialak:

- Deialdia eta emaitzak web orrian, sare sozialetan, prentsa-oharretan, hedabide laguntzaileetan eta galaren euskarrietan zabaltzea.
- Edizioaren bilduma ofiziala egitea.
- Hautagaitza finalistei eta irabazleei ikusgarritasuna ematea.
- Aldez aurretik erakundearekin koordinatuta, saritutako hautagaitzetan oinarritutako azterketa-kasuak edo irakaskuntza-materialak garatzea.

Baimena doakoa izango da, ez eskusiboa, eta sariekin lotutako helburu instituzionaletara, informazioetara, sustapenetara eta irakaskuntzara mugatuko da. Materialen gaineko eskubideen titulartasuna egileei edo titularrei dagokie aurrerantzean ere.

Erakunde parte-hartzaileak adierazten du beharrezko eskubide eta baimenak dituela aurkeztutako testu, irudi, bideo, marka, datu eta gainerako materialen gainean, eta kalte-ordainak emango dizkie deialdia egin duten erakundeei, baimendutako erabileraren ondorioz hirugarrenek egindako erreklamazioen aurrean.

13. Datu pertsonalen babesa

Tratamenduaren arduradunak: Euskadiko Marketin Elkarteak, AMA, eta EHU, lehiaketaren webgunean argitaratutako pribatutasun-politikan zehazten diren baldintzetan.

Helburuak: sarietako izen-ematea eta parte-hartzea kudeatzea; prozesuan zehar beharrezkoak diren komunikazioak mantentzea; hautagaitzak ebaluatzea; gala antolatzea; hautagaitza finalistak eta irabazleak argitaratzea; kontsultei erantzutea eta aplikatzekoak diren legezko betebeharrak betetzea.

Oinarri juridikoa: eskatutako partaidetzaren kudeaketa eta oinarri hauen onarpena; legezko betebeharrak betetzea; deialdia egin duten erakundeek lehiaketa antolatzeko eta zabaltzeko duten interes legitimoa; eta, hala dagokionean, hautazko helburuetarako adostasuna, hala nola deialdiarekin loturarik ez duten etorkizuneko komunikazioak bidaltzea.

Hartzaileak: ez zaie daturik jakinaraziko hirugarrenei, salbu eta legezko betebeharra, erakundeari lotutako zerbitzuak emateko beharra edo hautagai-zerrenda finalistak eta irabazleen informazio baimendua argitaratzea. Datuak eskuratzen dituzten hornitzaileek tratamendu-arduradun gisa jardungo dute, dagozkien bermeekin.

Kontserbazioa: datuak deialdia kudeatzeko eta balizko erantzukizunei erantzuteko behar den denboran gordeko dira. Hautagai finalistak eta irabazleen informazioa lehiaketaren artxibo historikoaren parte gisa mantendu ahal izango da. Aukerako komunikazioetarako erabilitako datuak gorde egingo dira baimena kendu arte.

Eskubideak: interesdunek datuak eskuratzeko, zuzentzeko, ezabatze, aurka egiteko, mugatzeko edo eramateko eskatu ahal izango dute, bai eta baimena kentzeko ere, tratamenduaren oinarriak denetan, pribatutasun-politikan adierazten den kanalaren bidez. Halaber, erreklamazio bat aurkeztu ahal izango dute Datuak Babesteko Espainiako Bulegoan.

14. Sariak, errekonozimendua eta gala

Kategoria bakoitzeko hautagai irabazleak dagokion aintzatespena jasoko du 2026ko azaroaren 13an Bizkaia Aretoan egingo den VIII. AMA Marketin Sariak ekitaldian.

Hautagai finalistek eta irabazleek AMA, EHU, erakunde laguntzaileak eta lehiaketari lotutako bitartekoak ikusteko aukera izango dute. Sariak ez dakar diru-kopururik, salbu eta antolatzaileek berariaz kontrakoa jakinarazten badute.

Galara joateko, webgunean argitaratutako izen-emate eta edukiera baldintzak bete beharko dira.

15. Onarpena, egiazkotasuna eta erantzunkizuna

Hautagai-zerrenda bat aurkezteak esan nahi du oinarri hauek osorik onartzen direla.

Erakunde parte-hartzaileak emandako informazioaren eta materialen egiazkotasunaz, zehaztasunaz eta zilegitasunaz arduratzen dira. Informazio faltsua duten, hirugarrenen eskubideak urratzen dituzten, baldintzak betetzen ez dituzten edo lehiaketaren izen ona eta printzipioak arriskuan jartzen dituzten hautagaitzak baztertu ahal izango ditu erakundeak.

Erakundea ez da izango bere kontroletik kanpoko gorabehera teknikoen, kanpo-zerbitzuen eteteen, lotura ez-aktiboen edo bidalketa osatugabeen erantzule, parte-hartzea errazteko arrazoizko neurriak hartzeari kalterik egin gabe.

16. Aldatzea, etetea edo ezeztatzea

AMAk eta EHUK eskubidea izango dute oinarri horiek aldatzeko, epeak luzatzeko edo murrizteko, kategoria bat eteteko edo deialdia bertan behera uzteko, baldin eta arrazoi justifikatuak, ezinbestekoak, teknikoak, antolaketakoak edo legezkoak badaude. Sarien kanal ofizialen bidez jakinaraziko dira aldaketak.

17. Informazioa eta kontaktua

Deialdiarekin lotutako kontsultetarako:

- Posta elektronikoa: info@asociacionmarketing.com
- Telefonoa: 94 601 70 12
- Webgune ofiziala: [https://asociacionmarketing.com/premios-marketing /](https://asociacionmarketing.com/premios-marketing/)

18. Lege aplikagarria eta jurisdikzioa

Oinarri horiek Espainiako legediaren arabera arautu eta interpretatuko dira. Hitzarmena interpretatzean edo aplikatzean sor daitekeen edozein eztabaidarako, aplikatu beharreko araudiaren arabera eskumena duten epaitegi eta auzitegien mende jarriko dira alderdiak.