

BASES DE LA VIII EDICIÓN

PREMIOS EN MARKETING AMA 2026

Convocados por la Asociación de Marketing de Euskadi, AMA, y la EHU

Apertura de la convocatoria	15 de julio de 2026
Cierre de candidaturas	30 de octubre de 2026, a las 23:59 h
Comunicación de finalistas	Primera semana de noviembre de 2026
Gala de entrega	13 de noviembre de 2026 · Bizkaia Aretoa

Participación gratuita

1. Objeto y finalidad de los premios

Los Premios en Marketing AMA nacen en 2014 con la finalidad de reconocer y dar visibilidad a las estrategias de marketing y ventas desarrolladas en Euskadi que destacan por su claridad estratégica, su capacidad de innovación y su impacto demostrado en las organizaciones y en la sociedad.

Los premios pretenden, asimismo, favorecer el intercambio de buenas prácticas, reforzar la consideración del marketing y las ventas como funciones estratégicas y contribuir a una comunidad profesional más sólida, conectando empresas, agencias, instituciones, universidad y sociedad.

2. Entidades convocantes

Los Premios en Marketing AMA 2026, son convocados conjuntamente por la Asociación de Marketing de Euskadi, AMA, y la EHU, que asumirán la organización, difusión, gestión de candidaturas y coordinación del proceso de evaluación y de la gala de entrega.

3. Ámbito y personas o entidades participantes

La convocatoria está abierta a entidades radicadas en Euskadi o que cuenten con sede, delegación o actividad en Euskadi, con independencia de su tamaño, sector o naturaleza jurídica. Podrán participar, entre otras:

- Grandes empresas, pymes y microempresas.
- Proyectos de emprendimiento y startups.
- Organizaciones industriales y de servicios.
- Administraciones y entidades públicas.
- Asociaciones, fundaciones y clústeres.
- Agencias de comunicación, publicidad o diseño.
- Consultoras de marketing, ventas, investigación o transformación digital.

La candidatura podrá ser presentada por la propia organización responsable del caso, por una agencia o consultora que haya participado en su desarrollo, o conjuntamente por ambas.

Cuando la candidatura sea presentada por una agencia o consultora en nombre de una organización cliente, deberá contarse con autorización expresa de esta.

La participación es gratuita.

4. Requisitos de las actuaciones presentadas

- La actuación deberá haberse desarrollado o ejecutado total o parcialmente durante los tres años anteriores a la fecha de cierre de la convocatoria.
- La candidatura deberá aportar información suficiente para valorar la estrategia, la ejecución y los resultados.

- No podrán presentarse actuaciones que vulneren derechos de terceros, la normativa aplicable o los principios éticos y profesionales del certamen.
- Una misma actuación podrá concurrir a más de una categoría siempre que la documentación se adapte específicamente a los criterios de cada una.
- Cada entidad podrá presentar candidaturas en un máximo de tres categorías.

5. Categorías

Se convocan las siguientes categorías. El jurado podrá declarar desierta cualquiera de ellas cuando considere que ninguna candidatura alcanza el nivel de calidad exigido.

Categoría	Descripción
Marketing industrial	Estrategias de marketing orientadas a mercados industriales o B2B, incluyendo segmentación, posicionamiento, generación de demanda, desarrollo de canales y fidelización en entornos de elevada complejidad técnica.
Marketing de startups	Estrategias de lanzamiento, validación, tracción y crecimiento desarrolladas por empresas con una antigüedad máxima de cinco años.
Comunicación	Estrategias de comunicación integrada, relaciones públicas, publicidad, contenidos o gestión de medios que hayan generado un impacto relevante en los públicos o en la percepción de marca.
Marca e identidad	Proyectos de creación, reposicionamiento o gestión de marca, identidad visual o verbal, arquitectura de marca y packaging, con resultados acreditables.
Marketing digital	Estrategias desarrolladas en canales digitales, incluyendo SEO, SEM, redes sociales, comercio electrónico, automatización, contenidos o CRM, con especial atención al uso de datos y a la medición.
Innovación en marketing	Iniciativas que incorporen tecnologías emergentes, inteligencia artificial, nuevos modelos de relación con clientes o soluciones que supongan una mejora cualitativa respecto de las prácticas habituales.
Marketing internacional	Planes y acciones de entrada, consolidación o expansión en mercados exteriores, con adaptación de la propuesta de valor y del marketing mix a contextos culturales y competitivos diferentes.
Estrategia integral de marketing	Planes estratégicos que articulen de forma coherente objetivos de negocio, segmentación, posicionamiento, propuesta de valor y ejecución multicanal, con resultados medibles en el tiempo.
Estrategia de distribución y venta	Proyectos de diseño o transformación comercial, metodologías de venta, organización de equipos, gestión de canales, captación, fidelización o planes de ventas con impacto demostrado.
Sostenibilidad y marketing social	Estrategias que integren de forma verificable criterios ambientales, sociales, éticos o de buen gobierno en el marketing y la actividad comercial, generando confianza y valor para los grupos de interés. Proyectos orientados a generar impacto social medible, cambio de comportamiento o concienciación ciudadana.

6. Documentación de la candidatura

La candidatura deberá incluir, como mínimo:

- Formulario cumplimentado con los datos de la entidad, la persona de contacto, la categoría y el título del caso.
- Memoria descriptiva del caso, en formato PDF.
- Declaración responsable de veracidad de la información y de cumplimiento de los requisitos de participación.
- En su caso, autorización de la organización cliente cuando la candidatura sea presentada por una agencia o consultora.

La memoria deberá exponer de forma clara: contexto y reto, objetivos, público o mercado, estrategia, acciones desarrolladas, recursos empleados, resultados e impacto, aprendizajes y elementos de innovación.

Podrán aportarse materiales complementarios para reforzar la candidatura:

- Hasta 5 enlaces externos a vídeos, piezas creativas, páginas web, informes o carpetas alojadas en plataformas accesibles sin contraseña o con una clave claramente indicada.
- Datos cuantitativos, cuadros de mando, analíticas, publicaciones en medios o reconocimientos externos.

Los datos confidenciales deberán identificarse expresamente en la memoria.

La documentación podrá presentarse en castellano o euskera.

7. Criterios de evaluación

El jurado valorará cada candidatura con arreglo a los siguientes criterios y ponderaciones:

Criterio	Descripción	Peso	Máximo
Resultados e impacto	Evidencias cuantitativas y cualitativas del grado de consecución de los objetivos y del valor generado.	30 %	30 puntos
Claridad estratégica	Coherencia entre el diagnóstico, los objetivos, la propuesta estratégica, las acciones y los resultados.	25 %	25 puntos
Creatividad e innovación	Originalidad, diferenciación y capacidad de aportar soluciones nuevas o especialmente relevantes.	20 %	20 puntos
Eficiencia	Adecuación y optimización de los recursos utilizados en relación con el impacto obtenido.	15 %	15 puntos
Transferibilidad	Capacidad del caso para inspirar o resultar aplicable a otras organizaciones o contextos.	10 %	10 puntos

El jurado podrá tener en cuenta la dimensión y los recursos de la entidad, de manera que la calidad de la estrategia y la eficiencia prevalezcan sobre el volumen absoluto del presupuesto.

8. Composición, independencia y funcionamiento del jurado

El jurado estará integrado por un mínimo de siete personas de reconocido prestigio en marketing, ventas, empresa, comunicación, innovación o ámbito académico, designadas conjuntamente por AMA y la EHU.

La composición del jurado procurará combinar perfiles profesionales y académicos, diversidad de experiencia y conocimiento de las categorías convocadas.

Sus integrantes deberán:

- Actuar con independencia, objetividad e imparcialidad.
- Mantener la confidencialidad de la documentación y de las deliberaciones.
- No revelar la identidad de las candidaturas ganadoras antes de su comunicación oficial.
- Declarar cualquier conflicto de interés real, potencial o aparente.

9. Proceso de admisión y evaluación

El proceso se desarrollará en las siguientes fases:

1. Recepción y revisión formal: La organización comprobará que la candidatura ha sido presentada en plazo y cumple los requisitos básicos.

2. Candidaturas admitidas: Se confirmará a la persona de contacto la admisión.

3. Evaluación técnica: Las candidaturas admitidas serán valoradas de acuerdo con los criterios establecidos en estas bases.

4. Selección de finalistas: El jurado podrá seleccionar hasta tres candidaturas finalistas por categoría.

5. Fallo final: El jurado decidirá la candidatura ganadora de cada categoría.

6. Comunicación: Las candidaturas finalistas podrán ser comunicadas públicamente. Las ganadoras se anunciarán en la gala del 13 de noviembre de 2026.

El jurado podrá declarar desierta una categoría si ninguna candidatura alcanza el nivel de calidad requerido. Asimismo, podrá proponer menciones especiales cuando lo considere justificado.

10. Calendario

Hito	Fecha
Apertura de la convocatoria	15 de julio de 2026
Cierre de recepción de candidaturas	30 de octubre de 2026, a las 23:59 h
Comunicación de candidaturas finalistas	Primera semana de noviembre de 2026
Deliberación y fallo del jurado	Semana del 10 de noviembre de 2026
Gala de entrega de premios	13 de noviembre de 2026

La organización podrá ajustar estas fechas por razones justificadas. Cualquier modificación será comunicada a través de los canales oficiales de los premios.

11. Presentación de candidaturas

Las candidaturas se presentarán exclusivamente mediante el formulario oficial habilitado en la web de los Premios en Marketing AMA.

El proceso constará de los siguientes pasos:

1. Registro de los datos de la entidad y de la persona de contacto.
2. Selección de la categoría.
3. Cumplimentación de la información principal del caso.
4. Carga de los materiales complementarios con incorporación de sus enlaces.
5. Aceptación de las bases, declaraciones y cláusulas aplicables.
6. Envío y recepción de un correo electrónico de confirmación.

La candidatura se considerará presentada cuando el sistema genere la confirmación de recepción. La persona participante será responsable de comprobar que los enlaces permanecen activos y accesibles durante todo el proceso de evaluación.

12. Confidencialidad y uso de los materiales

La organización tratará como confidencial la información que la candidatura identifique expresamente como reservada, en especial los indicadores de negocio, datos comerciales, información estratégica o documentación no pública.

No obstante, la persona o entidad participante autoriza a AMA y a la EHU a utilizar el nombre de la organización, el título del caso, la categoría, una descripción no confidencial, los logotipos y los materiales expresamente autorizados para:

- Difundir la convocatoria y sus resultados en la web, redes sociales, notas de prensa, medios colaboradores y soportes de la gala.
- Elaborar el recopilatorio oficial de la edición.
- Dar visibilidad a las candidaturas finalistas y ganadoras.
- Desarrollar, previa coordinación con la entidad, casos de estudio o materiales docentes basados en las candidaturas premiadas.

La autorización se concede con carácter gratuito, no exclusivo y limitado a fines institucionales, informativos, promocionales y docentes relacionados con los premios. La titularidad de los derechos sobre los materiales continuará correspondiendo a sus autores o titulares.

La entidad participante declara disponer de los derechos y autorizaciones necesarios sobre los textos, imágenes, vídeos, marcas, datos y demás materiales aportados, y mantendrá indemnes a las entidades convocantes frente a reclamaciones de terceros derivadas de su uso autorizado.

13. Protección de datos personales

Responsables del tratamiento: Asociación de Marketing de Euskadi, AMA, y EHU, en los términos que se concreten en la política de privacidad publicada en la web del certamen.

Finalidades: gestionar la inscripción y participación en los premios; mantener las comunicaciones necesarias durante el proceso; evaluar las candidaturas; organizar la gala; publicar las candidaturas finalistas y ganadoras; atender consultas y cumplir las obligaciones legales aplicables.

Base jurídica: la gestión de la participación solicitada y la aceptación de las presentes bases; el cumplimiento de obligaciones legales; el interés legítimo de las entidades convocantes en organizar y difundir el certamen; y, cuando corresponda, el consentimiento para finalidades opcionales, como el envío de comunicaciones futuras no vinculadas a la convocatoria.

Destinatarios: no se comunicarán datos a terceros salvo obligación legal, necesidad para la prestación de servicios vinculados a la organización o publicación de la información autorizada de las candidaturas finalistas y ganadoras. Los proveedores que accedan a datos actuarán como encargados del tratamiento con las garantías correspondientes.

Conservación: los datos se conservarán durante el tiempo necesario para gestionar la convocatoria y atender posibles responsabilidades. La información de candidaturas finalistas y ganadoras podrá mantenerse como parte del archivo histórico del certamen. Los datos utilizados para comunicaciones opcionales se conservarán hasta la retirada del consentimiento.

Derechos: las personas interesadas podrán solicitar el acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación o portabilidad de sus datos, así como retirar el consentimiento cuando sea la base del tratamiento, mediante el canal que se indique en la política de privacidad. También podrán presentar una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos.

14. Premios, reconocimiento y gala

La candidatura ganadora de cada categoría recibirá el reconocimiento correspondiente durante la gala de entrega de los VIII Premios en Marketing AMA, que tendrá lugar el 13 de noviembre de 2026 en Bizkaia Aretoa.

Las candidaturas finalistas y ganadoras podrán obtener visibilidad en los canales de AMA, EHU, entidades colaboradoras y medios vinculados al certamen. El premio no conlleva dotación económica, salvo que la organización comunique expresamente lo contrario.

La asistencia a la gala se registrará por las condiciones de inscripción y aforo publicadas en la web.

15. Aceptación, veracidad y responsabilidad

La presentación de una candidatura implica la aceptación íntegra de estas bases.

Las entidades participantes responden de la veracidad, exactitud y licitud de la información y los materiales aportados. La organización podrá excluir candidaturas que contengan información falsa, vulneren derechos de terceros, incumplan los requisitos o comprometan la reputación y los principios del certamen.

La organización no será responsable de incidencias técnicas ajenas a su control, interrupciones de servicios externos, enlaces inactivos o envíos incompletos, sin perjuicio de adoptar medidas razonables para facilitar la participación.

16. Modificación, suspensión o cancelación

AMA y la EHU se reservan el derecho de modificar estas bases, ampliar o reducir plazos, suspender una categoría o cancelar la convocatoria cuando concurran causas justificadas, de fuerza mayor, técnicas, organizativas o legales. Las modificaciones se comunicarán a través de los canales oficiales de los premios.

17. Información y contacto

Para consultas relacionadas con la convocatoria:

- Correo electrónico: info@asociacionmarketing.com
- Teléfono: 94 601 70 12
- Web oficial: <https://asociacionmarketing.com/premios-marketing/>

18. Ley aplicable y jurisdicción

Estas bases se regirán e interpretarán conforme a la legislación española. Para cualquier controversia derivada de su interpretación o aplicación, las partes se someterán a los juzgados y tribunales que resulten competentes de acuerdo con la normativa aplicable.