

Bases del concurso de EDICIONES Y ESTUDIOS, SL

PREMIOS TOP5-Excellence: Mejores Estrategias de Marketing

EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L., entidad mercantil con domicilio en Manuel Tovar, 3, 28034, Madrid, y número de identificación fiscal B-28921195, editora de la revista IPMARK, especializada en la comunicación del marketing y la publicidad organiza el concurso denominado “PREMIOS TOP5-Excellence: Mejores Estrategias de Marketing” (en adelante, El concurso) con la finalidad de premiar las cinco mejores estrategias de marketing ejecutadas entre el 1 de noviembre de 2019 y el 31 de octubre de 2020 en las categorías que se dirán.

BASE 1ª.- ÁMBITO GEOGRÁFICO

Podrán participar las personas que cumplan los requisitos establecidos en la base 3ª que tengan su domicilio fiscal en España.

BASE 2ª.- ÁMBITO TEMPORAL

Todas las estrategias presentadas hasta el 6 de noviembre de 2020 se publicarán en la edición impresa y online de IPMARK diciembre. Las estrategias presentadas después del 6 de noviembre se publicarán en la edición online de IPMARK. Todas tendrán opción a optar a los PREMIOS TOP5-Excellence: Mejores Estrategias de Marketing.

Los interesados podrán participar en los premios entre el 16 de julio de 2020 y el 20 de noviembre de 2020

BASE 3ª.- CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN EN EL CONCURSO. ÁMBITO SUBJETIVO

Podrá participar cualquier empresa que durante el período haya ejecutado alguna estrategia de marketing, campaña o iniciativa de comunicación de las categorías objeto del concurso que se relacionan en la base 5.3. A título de ejemplo, entidades titulares

de marcas anunciantes, Productoras, Agencias de medios, agencias creativas, medios de comunicación, freelances, etc.

Una misma empresa podrá participar, con campañas diferentes.

BASE 4ª.- CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN EN EL CONCURSO. ÁMBITO OBJETIVO Y PRECIOS

4.1) La participación en los premios, está sujeta al pago de unos derechos de inscripción de SEISCIENTOS CINCO EUROS (605 €) IVA INCLUIDO (500 € + 105 de IVA), que incluye la posibilidad de presentar hasta 3 estrategias en diferentes categorías, siendo una de ellas publicada en la edición impresa de IPMARK diciembre.

En caso de querer presentar alguna estrategia más el pago será de CIENTO CINCUENTA Y UN EUROS CON VEINTICINCO CENTIMOS (151,25 €) IVA INCLUIDO (125 € + 26,25 de IVA)

En caso de querer publicar alguna estrategia más en la edición impresa de IPMARK diciembre el pago será de CUATROCIENTOS EUROS (484 €) IVA INCLUIDO (400 € + 84 de IVA)

INCRIPCIONES			PAPEL	DIGITAL
INCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS	PRECIO		
INSCRIPCIÓN EN LOS PREMIOS	MÁXIMO DE 3 ESTRATEGIAS	500 €	SI (UNA)	SI (TODAS)
ADICIONAL	ESTRATEGIAS	PRECIO		
INSCRIPCIÓN ADICIONAL DIGITAL	1 ESTRATEGIA	125 €	NO	SI
INSCRIPCIÓN ADICIONAL IMPRESA	1 ESTRATEGIA	400 €	SI	SI

**A estos precios hay que añadirle el 21% de IVA.

El pago deberá realizarse por medio de transferencia a la siguiente cuenta:

Bankinter IBAN0036 0128 0035 6501 0050 0036

4.2) El concurso NO va dirigido a consumidores entendidos éstos en los términos establecidos en la normativa estatal y/o autonómica sobre protección de consumidores y usuarios.

4.3) El cumplimiento de las condiciones de participación deberá acreditarse mediante la presentación de los siguientes documentos:

1.- Datos del participante: Denominación, domicilio social o profesional, CIF, representante legal, persona de contacto, teléfono y dirección de correo electrónico.

2.- Ficha técnica:

Anunciante

Marca

Producto

Agencia

Equipo Anunciante

Equipo Agencia

1 foto (en formato jpg. Alta Resolución 300 dpi) del responsable de la estrategia por parte del anunciante (director de marketing, director de marca, etc.)

3.- Material obligatorio.

- Categoría en la que participa
- Presentación de la estrategia
- Objetivos a conseguir
- Acciones realizadas
- Resultados conseguidos

4. Material adicional (no es obligatorio presentarlo)

- Imágenes (en formato jpg. Alta Resolución 300 dpi)
- Vídeo (URL)
- PDF

5.- La falta de cumplimiento de alguno de los requisitos antes mencionados será considerado un defecto subsanable.

Advertido el defecto al participante, se otorgará al mismo un plazo de cinco días hábiles para su subsanación. En caso de precluir el plazo sin subsanar por su parte, será causa de descalificación inmediata y automática sin que el participante tenga derecho a la devolución del importe de la inscripción.

6.- Para cualquier duda o consulta puede contactar con la Secretaría Técnica de los premios en el número de teléfono: 913.15.98.45 o en la dirección de correo electrónico info@ipmark.com.

7.- Justificante de la transferencia de los derechos de inscripción.

4.4) Cada estrategia solo se podrá presentar a una categoría, es decir, una misma estrategia no puede presentarse a más de una categoría.

BASE 5ª.- MECÁNICA DEL CONCURSO

5.1) INICIO DEL CONCURSO

EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L., publicará en la página web www.ipmark.com y notificará por medio de un mailing a sus clientes la convocatoria del concurso.

Esta publicación y remisión de mailing tendrá la consideración de fecha inicial.

5.2) INSCRIPCIÓN Y REMISIÓN DE ESTRATEGIAS PARTICIPANTES

Una vez iniciado el concurso las empresas o profesionales que deseen participar deberán remitir, juntamente con el justificante de pago de la inscripción, el dossier de participación en el concurso especificado en la base 4ª a alguna de las siguientes direcciones de correo electrónico:

Andrea Molero amolero@ipmark.com;
Ignacio Fernández ifernandez@ipmark.com;
Victoria Ramos vramos@ipmark.com

A partir del 16 de 2020 se inicia la fase de recepción de estrategias, que estará activa para la publicación de las misma en la versión “print” del Nº 876 de la revista IPMARK hasta las 18:00 horas del 6 de noviembre de 2020 y para su publicación exclusivamente en la versión online hasta las 18:00 horas del 20 de noviembre de 2020.

5.3) CATEGORÍAS

Los criterios del jurado para nombrar las 5 mejores estrategias serán los siguientes:

A) TOP Táctica. Premio a la mejor acción orientada a convertir a través de una eficaz estrategia de marca. Esta categoría pone el foco en la planificación, la ejecución, la activación y los resultados.

b) TOP Disruptiva. Premio a la estrategia que marca un antes y un después y abre nuevas vías a la comunicación comercial. Esta categoría celebra aquellas Ideas que

trascienden las categorías convencionales y que, apoyadas en la tecnología (o no), desde cualquier formato y con cualquier presupuesto, inspiran al conjunto de la industria publicitaria e impulsan cambios culturales (para la sociedad y/o para la propia marca).

c) TOP Engagement. Premio a la estrategia que más y mejor ha reforzado el vínculo emocional entre marca y consumidor. Podrán competir aquellos proyectos que colocan al cliente en el centro para proporcionarle una experiencia memorable.

d) TOP Relevancia Social/ Sostenible. Premio a la estrategia que mejor ha situado a la marca como agente de transformación social o que denota un mayor compromiso con el entorno. Ideas y acciones que aportan una solución creativa a un problema real y (o) que tienen un impacto positivo en la sociedad y en el medioambiente.

e) Top Posicionamiento. Premio a la estrategia (marketing, branding, medios...) más certera situando a la marca y sus productos en el 'top of mind' del consumidor. Estrategia, construcción de marca creativa e integral y resultados en notoriedad, reputación y ventas serán las variables a valorar en esta categoría.

5.4) DE LA ELECCIÓN DEL GANADOR

5.4.1.- VALIDACIÓN DE PARTICIPANTES

Recibidas las solicitudes de participación la entidad convocante del concurso revisará las mismas y procederá a la descalificación de aquéllas que no cumplan con los requisitos de participación, si bien dará un plazo para subsanar defectos.

5.4.2.-COMPOSICIÓN DEL JURADO y DELIBERACIÓN

Un jurado formado por un panel de expertos del sector de la comunicación, marketing y publicidad que se indicará en la web de IPMARK: www.ipmark.com elegirá, de entre todas las estrategias participantes recibidas y que cumplan los requisitos de participación las que en cada categoría, según su opinión, mejor se ajuste a los criterios mencionados en el apartado 3 de esta base 5ª.

El resultado de la deliberación se publicará en la revista de enero y en www.ipmark.com y será notificado a los ganadores antes del 21 de enero de 2021

Habrà un único ganador por cada categoría.

Las deliberaciones de los jurados serán siempre secretas e inapelables. Durante todo el proceso de análisis, la organización podrá solicitar más información a los candidatos.

5.4.3.- PREMIO DESIERTO

El Jurado podrá declarar el premio desierto si considerase que ninguna de las acciones reúne los criterios valorativos o de calidad suficientes.

5.4.4.- NO ACEPTACIÓN Y/O RENUNCIA AL PREMIO

En caso de que alguno de los seleccionados no quisiese o no pudiese aceptar el premio, pasará a la siguiente estrategia más votada.

BASE 6.- PREMIOS

El ganador de cada una de las categorías obtendrá el derecho a exhibir durante un año el distintivo **TOP5-Excellence: Mejores Estrategias de Marketing** en todas sus comunicaciones comerciales. Además, recibirá un trofeo y diploma acreditativo de su condición de ganador del premio.

BASE 7.- OTROS ASPECTOS

7.1) Las propuestas ganadoras podrán ser utilizadas por EDICIONES Y ESTUDIOS S.L. en todos los soportes de comunicación que crea necesarios y en particular en todas las redes sociales que hayan sido utilizadas para comunicar la promoción, revistas del sector de la publicidad, en papel o digitales, revistas y publicaciones de los centros y universidades que impartan las materias objeto de concurso así como en cualquier otro: sea radio, televisión, etc.

Tanto las propuestas ganadoras como su autor podrán tener promoción pública en la prensa y podrá ser anunciado en los distintos canales y medios de EDICIONES Y ESTUDIOS S.L. (web, soporte papel, redes sociales, etc.)

Se hace constar que EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L. no utilizará propuesta alguna que no haya sido premiada.

7.2) Una vez los ganadores hayan aceptado el premio, EDICIONES Y ESTUDIOS S.L. se reserva el derecho de comunicar públicamente su nombre comercial y el de su representante, así como a utilizar su imagen en todas aquellas actividades relacionadas con el premio y/o con fines publicitarios o promocionales de EDICIONES Y ESTUDIOS S.L., sin que el ganador tenga derecho a recibir pago o contraprestación alguna por ello.

7.3) Los ganadores se comprometen a colaborar y participar en aquellas acciones promocionales y publicitarias del concurso que EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L. pueda organizar. Todos los gastos de dicha participación correrán a cargo de EDICIONES Y ESTUDIOS S.L.

7.4) EDICIONES Y ESTUDIOS S.L. quedará eximida de toda obligación o compensación con los participantes si por causa de fuerza mayor, incluidos fallos informáticos imputables a terceros o imperativo legal hubiera de ser anulado o suspendido el concurso, circunstancia que se pondría convenientemente en conocimiento de los participantes.

BASE 8.- PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y LSSI

EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L. en calidad de Responsable del Tratamiento de los datos personales proporcionados, informa que los mismos serán tratados de conformidad con lo dispuesto en la normativa legal vigente en protección de datos personales, la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD), el Reglamento (UE) 2016/679 de 27 de abril de 2016 (GDPR) relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, por lo que se le facilita la siguiente información:

Responsable Del Tratamiento

Razón Social: EDICIONES Y ESTUDIOS S.L.
Dirección: C/ Manuel Tovar, 3, 28034 Madrid
Correo electrónico: lopd@edicionesyestudios.com

La finalidad del tratamiento de datos: Gestionar la participación en los presentes PREMIOS.

Las categorías de datos utilizadas en el marco de este tratamiento de datos son: nombre y apellidos de las personas de contacto, teléfono, dirección de correo electrónico y fotografía. Este procedimiento se basa sobre el libre consentimiento de los participantes en el concurso. Se hace constar que en cuanto a la autorización para las finalidades relacionadas con el presente concurso, al ser la misma necesaria para gestionarla, su revocación supondrá la renuncia a participar en el mismo.

En cualquier momento, los participantes podrán ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación del tratamiento y portabilidad, mediante comunicación escrita, enviando un correo electrónico a la siguiente dirección: lopd@edicionesyestudios.com. Se hace constar que el ejercicio de cualquiera de estos derechos no tendrá carácter retroactivo si bien la cancelación de los datos necesarios para la gestión del concurso, incluida la entrega de premios supondrá la renuncia a la participación en el mismo o al premio que le haya correspondido.

Los datos de carácter personal proporcionados se conservarán mientras exista un interés mutuo para mantener el fin del tratamiento y cuando ya no sea necesario para tal fin, se suprimirán con medidas de seguridad adecuadas para garantizar la

seudonimización de los datos o la destrucción total de los mismos. No se comunicarán los datos a terceros, salvo obligación legal.

Medidas De Seguridad

De conformidad con lo dispuesto en las normativas vigentes en protección de datos personales, EDICIONES Y ESTUDIOS.S.L. está cumpliendo con todas las disposiciones del GDPR para el tratamiento de los datos personales de su responsabilidad, y con los principios descritos en el artículo 4 y siguientes de la LOPDGDD y el artículo 5 del GDPR, por los cuales son tratados de manera lícita, leal y transparente en relación con el interesado y adecuados, pertinentes y limitados en relación con los fines para los que son tratados.

EDICIONES Y ESTUDIOS.S.L. garantiza que ha implementado políticas técnicas y organizativas apropiadas para aplicar las medidas de seguridad que establece la LOPDGDD y el GDPR con el fin de proteger los derechos y libertades de los interesados y les ha comunicado la información adecuada para que puedan ejercerlos.

A los efectos del Art. 21 de la Ley 34/2002, de 11 de Julio, de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI), se entiende que, por la participación en el presente concurso, el participante autoriza el envío de comunicaciones comerciales en formato electrónico relativas a los productos y servicios de EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L.

BASE 9ª.- ORIGINALIDAD, PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE IMAGEN

9.1) Cesión de derechos.

El concursante cede en exclusiva a EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L., sobre las acciones presentadas para participar en el concurso los derechos de uso, de reproducción, distribución, transformación y comunicación pública, para su explotación comercial, publicitaria, promocional o de cualquier otra naturaleza, por cualquier medio y en cualquier soporte físico, gráfico, informático, electrónico, ya sea con tecnología analógica o digital, la reproducción en medios multimedia, archivos y redes digitales on-line, tales como intranet o Internet así como en bases de datos de cualquier naturaleza, redes sociales y en particular, con carácter enunciativo y no limitativo: Facebook, Instagram, Twitter y YouTube.

La cesión se realiza con carácter gratuito, para todo el mundo y por todo el período de duración legalmente establecido para los derechos de propiedad intelectual (Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia)

La cesión anterior incluye el derecho de EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L. a ceder a cualquier tercero, todos o parte de los derechos de explotación, de forma exclusiva o no, total o parcialmente, sobre las piezas presentadas a concurso.

9.2) Garantías.

El concursante garantiza que es el autor de la campaña, que es original y que está legitimado para otorgar los derechos indicados en el presente documento. El usuario garantiza en todo momento a EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L. el ejercicio pacífico de los derechos cedidos.

Asimismo, el concursante garantiza que la pieza no infringe derechos de propiedad industrial o intelectual de terceros y que ningún tercero ha adquirido ningún tipo de derecho sobre el diseño que pueda obstaculizar el ejercicio de los derechos cedidos por el concursante a EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L.

En caso de reclamaciones de terceros que reclamen una eventual lesión de sus derechos se procederá a la retirada de cualquier publicación de la campaña y se le solicitarán responsabilidades al concursante responsable de la infracción, cuando así se considere conveniente.

El concursante acepta indemnizar y mantener indemne a EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L., sus administradores, representantes, empleados y socios, ante cualquier reclamación de daños, pérdidas o cualquier coste, (incluidos los gastos razonables de abogados), de cualquier modo derivados de un uso indebido de la pieza enviada para participar en el concurso, así como por los daños y perjuicios que éste pudiera sufrir como consecuencia de cualquier reclamación que pudiera ser formulada por cualquier motivo y en cualquier ámbito.

EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L. hace constar que las piezas participantes que no resulten seleccionadas no serán utilizadas por la empresa una vez hayan sido descartadas, que destruirá dentro de las 3 semanas siguientes a la finalización del concurso todas las piezas descartadas y que eliminará toda referencia a las mismas en las redes sociales, cuando esté en sus manos realizarlo.

BASE 10ª.- PUBLICACIÓN DE LAS BASES EN LA PÁGINA DE EDICIONES Y ESTUDIOS

El presente documento de bases de la promoción será publicado en la página propiedad de EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L., www.ipmark.com

BASE 11ª.- ACEPTACIÓN DE LAS BASES

La participación en el presente concurso supone la aceptación íntegra de todas las cláusulas contenidas en este documento de bases, así como la sumisión expresa a las decisiones interpretativas que de las mismas realice EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L.

Especialmente, la participación implica la cesión de derechos contenida en la base 9ª, que el participante declara haber leído y aceptado.

En caso de divergencia entre los participantes en la promoción y la empresa organizadora del concurso serán competentes para conocer de los litigios que puedan plantearse los Juzgados y Tribunales de Madrid, renunciando expresamente los participantes en esta promoción a su propio fuero, de resultar distinto al aquí pactado.

En Madrid, a 16 de julio de 2020

EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L.