PREMIACIÓN 2026

A través de los **Premios a la Excelencia en Mercadeo (PEM)** la Asociación de Ejecutivos de Ventas y Mercadeo de Puerto Rico (SME) reconoce las mejores estrategias, campañas o activaciones de mercadeo, cuya efectividad ubica a sus productos y servicios entre los primeros en el mercado. Este premio se otorga como parte de la celebración de la Semana de Mercadeo, ofreciéndole a los profesionales de mercadeo la oportunidad de presentar sus mejores trabajos y aumentar sus redes de negocio.

En todas las categorías, las campañas o iniciativas nominadas pueden utilizar cualquier combinación de medios tradicionales, emergentes o plataformas digitales. Los casos serán evaluados en función de su estrategia, originalidad, ejecución y resultados, independientemente de los canales utilizados. Las categorías de nominación de 2026 son:

1. Multichannel Marketing
2. Seasonal Marketing
3. Marketing PR
4. Corporate Communications
5. Cause-Marketing & Community Outreach
6. Consumer Promotion
7. Trade Marketing
8. Experiential Marketing
9. Sports & eSports Marketing
10. Sports & eSports Events - **New**
11. Music, Arts & Entertainment Marketing
12. Music, Arts & Entertainment Events – **New**
13. Data, Analytics & CRM Marketing – **New**
14. Media Idea
15. Small Pocket, Big Impact

ELEGIBILIDAD

En los **Premios a la Excelencia en Mercadeo** puede participar cualquier compañía bonafide, incorporada bajo las leyes del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. La nominación puede ser presentada por agencias de publicidad, relaciones públicas o promoción, medios, consultores, *startups*, así como por los equipos de mercadeo o relaciones públicas de las compañías.
La estrategia inscrita tiene que haber sido desarrollada y ejecutada en Puerto Rico, entre el **1 de junio de 2025 al 30 de junio de 2026**, ya sea para el **mercado local o internacional**. Se permite someter casos que cruzan el periodo límite de nominación al comenzar en junio y terminar en julio, así como incluir resultados hasta agosto de 2026. Adaptaciones de campañas nacionales o internacionales no serán aceptadas.

Programas, campañas o activaciones de mercadeo multianuales solo podrán nominar lo relativo a estrategias y/o tácticas nuevas, puestas en vigor dentro del periodo de elegibilidad, así como competir para el premio en un máximo de dos (2) ocasiones.

Se requiere la autorización del anunciante para competir. Si una misma nominación es inscrita por dos agencias diferentes solo se aceptará la nominación que la marca autorice. Importante indicar las agencias a incluir en los créditos, esa será la información que se utilizará para el anuncio del S*hortlist*.

FECHAS IMPORTANTES

- CIERRE DE NOMINACIONES:
  - ✓ *Due Date*: 9 de septiembre de 2026
  - ✓ *Last Chance*: 16 de septiembre de 2026
- ANUNCIO DE SHORTLIST:
  30 de septiembre de 2026
- JURADO:
  Ronda 1: 18-28 de septiembre de 2026
  Ronda 2 - Metales: 1-2 de octubre de 2026
- CEREMONIA DE PREMIACIÓN:
  22 de octubre de 2026

CUOTA DE NOMINACIÓN

- PEM - SOCIOS SME & OSFL
  - ✓ Cuota*:* $125.00 | *Last Chance:* $150.00
- PEM - PÚBLICO EN GENERAL:
  - ✓ Cuota*:* $175.00 | *Last Chance:* $200.00

Cada caso puede ser nominado en un **máximo de 2 categorías** y la cuota aplica a cada categoría en la que nomine su caso o campaña. Varios métodos de pago disponibles y la nominación debe estar salda antes de que el Jurado comience el proceso de revisión de casos (18 de septiembre de 2026).

Contacto:
premios@smepr.org | 787-773-5088

GUÍAS PARA LA NOMINACIÓN

1. Se permite el uso de **Inteligencia Artificial (IA)** siempre que se aplique de manera responsable y transparente. Todas las inscripciones deben declarar si se utilizó IA en cualquier etapa del trabajo, incluyendo cómo y dónde se aplicó. La falta de declaración del uso de IA, o cualquier uso indebido de la misma, podrá dar lugar a la descalificación en cualquier etapa del proceso de evaluación.
2. **Lea cuidadosamente este documento** y asegúrese de incluir toda la información solicitada en la nominación. Revise que el contenido en la presentación del caso esté expuesto de manera clara y concisa *(Elevator Pitch)* para evitar perder puntos al dejar secciones incompletas o ambiguas.
3. Todo caso nominado tiene que ser inscrito a través de la plataforma digital Evalato.com, cuyo enlace de acceso se encuentra en la sección Premios de smepr.org.
4. Próximos pasos en **Evalato.com**:
    a. Usuarios nuevos en la plataforma digital tienen que crear una cuenta para continuar el proceso de inscripción (*Log in*).
    b. Seleccione las categorías de participación, tomando en consideración aquellas que mejor destaquen el desempeño exitoso de la estrategia, campaña o activación a nominar. Una vez registrada la nominación en la plataforma tendrá oportunidad de cambiar casos de categorías o añadir categorías adicionales a su inscripción. Para validar los cambios efectuados favor escribir a premios@smepr.org.
    c. Elija el método de pago a utilizar. Si es **socio activo de SME** o representa a una organización sin fines de lucro, antes de proceder ingrese el **código de promoción (*promo code*) DSC-50**. Este código concede un descuento de $50.00 por nominación y Contabilidad de SME validará dicha inscripción: socio u organización sin fines de lucro.
    d. Llene los blancos con los datos de la persona contacto y la información del caso nominado. **Tal como aparezca en este encasillado es como se identificará el nombre del caso en el *Shortlist***, por lo que asegúrese de ingresar correctamente la información.
    e. Suministre en encasillados por separado los enlaces de acceso a los documentos requeridos en la nominación: **presentación del caso** (*slideshow View Only, que no requiera autorización para acceso*), **Formulario de Certificación del Cliente** (completado y firmado), **logo de la marca** en competencia (formato PNG, con fondo transparente y vía enlace descargable), copia digital de la **licencia vigente del relacionista** (categorías *Marketing PR* y *Corporate Communications*) y, de estar disponible, el **vídeo resumen del caso** (formato Mp4, máximo 2 minutos de duración y vía enlace descargable).
    f. Responda a las preguntas ***Copyright & Rebroadcast Agreement in Awards Rules*** acerca del acuerdo de derechos de autor y retransmisión del vídeo resumen del caso citados en este reglamento (sección Tratamiento y Publicación de las Nominaciones). SME publica en su canal en YouTube los vídeos de los casos que pasan al *Shortlist* y de los ganadores.
    g. Si la información de su nominación está completa, incluyendo los enlaces a los documentos requeridos, seleccione el botón para entregar (*Submit*). De lo contrario, seleccione el botón para guardar como borrador (*Draft*). Recuerde finalizar el proceso previo a la fecha de cierre de la convocatoria: 16 de septiembre de 2026 a las 11:59 p.m.
5. **Importante**: Si un mismo caso participa en dos categorías, es **importante ajustar la presentación de nominación** (*slideshow*) para validar los aspectos de evaluación de cada categoría. De lo contrario, la nominación podría ser descalificada por el Jurado y **no habrá reembolso de dinero**.

PROCESO DE SELECCIÓN DE GANADORES

I. **Convocatoria para nominaciones:**

- La Presidencia del SME nombra un director del Comité Premios a la Excelencia en Mercadeo.
- El director del Comité de Premios a la Excelencia en Mercadeo escoge a los miembros del Comité de Nominaciones compuesto por profesionales con peritaje en mercadeo, publicidad, relaciones públicas y áreas relacionadas a las categorías de nominación. Se requiere un mínimo de cinco (5) miembros para formar el Comité de Nominaciones. Este Comité está a cargo de revisar las normas y procedimientos del festival, así como la Guía de Nominación para emitir recomendaciones en cuanto a contenido y procesos. Los documentos finales serán sometidos a la aprobación de la Junta de Directores de SME.
- El SME anuncia la apertura de nominaciones mediante envíos electrónicos a su base de datos, invitaciones a agencias de publicidad, digital, promoción y relaciones públicas, así como a asociaciones y agrupaciones profesionales de Puerto Rico, comunicaciones a medios y a través de las redes sociales de la Asociación.
- El Comité de Nominaciones sugerirá y contactará a empresas, marcas o agencias que entienda deben participar de la convocatoria de nominaciones y apoyará mediante promoción directa entre sus contactos o recorrido de medios.
- El SME se encargará de recibir las nominaciones y revisar que cumplan con los documentos requeridos para competir.

II. **Selección de *Shortlist* y ganadores:**

- La Asociación tomará en cuenta la recomendación del Comité y la Junta para nombrar un Panel de Jurado que incluya un mínimo de diez (10) líderes de mercadeo, publicidad, relaciones públicas, estrategas o creativos, con peritaje en las áreas relacionadas a las categorías de nominación. Cada miembro del Jurado contará con 8 años o más de experiencia en su campo y dentro de este grupo un 50% serán personas que además han participado como jurado o ganado premios en festivales locales o internacionales. El SME dividirá al Jurado por categorías, de acuerdo con la cantidad de casos nominados, y tendrá la potestad de añadir más jueces, según sea necesario. Los jueces firmarán un acuerdo de confidencialidad antes de comenzar y se abstendrán de votar en aquellos casos que representen un conflicto de interés.

- **Primera ronda**: El **Panel de Jurado evaluará las nominaciones** y emitirá su voto de forma electrónica y confidencial. Los casos con las puntuaciones más altas pasarán al ***Shortlist***. Los cuatro (4) criterios de evaluación son:

- ✓ **Estrategia 30%** - Estrategia claramente definida basándose en el *insight* del consumidor y conocimiento del mercado en el que el producto o servicio compite.
- ✓ **Originalidad 20%** - ¿Qué hace de esta iniciativa o idea una memorable, *disruptive, thought provoking* o entretenida para el consumidor?
- ✓ **Ejecución 20%** - Activación organizada y coherente de las tácticas desarrolladas bajo el plan estratégico de la marca.
- ✓ **Resultados 30%**- Resultados basados en la estrategia delineada previo a la implementación del plan.

- SME y el Jurado se reservan el derecho de descalificar nominaciones incompletas, así como reasignar los casos de categoría hacia otras más apropiadas de acuerdo con su contenido, si procede. De haber un cambio de categoría, se le notificará a quien presentó la nominación.
- La falta de declaración del uso de IA, o cualquier inconsistencia entre lo declarado y los materiales del caso, podrá afectar la evaluación y podrá dar lugar a una revisión adicional o a la descalificación.
- El Jurado podrá solicitar colaboración de firmas externas de investigación y estadísticas para la verificación de datos presentados en la nominación.
- El SME publicará el *Shortlist* en sus redes sociales y portal de Internet. Cada finalista será notificado con los detalles de los próximos pasos.

- **Segunda ronda**: *Shortlist* es juzgado contra otros casos finalistas en su categoría. La **asignación de metales** se llevará a cabo a través de votación electrónica, seguida por una discusión de casos entre los miembros de Jurado. En estas reuniones virtuales estará presente la vicepresidenta ejecutiva de la Asociación para documentar la selección de ganadores. El criterio que utilizará el Jurado para asignar metales será una combinación de la puntuación mínima requerida para metal, así como los siguientes factores:
  - ✓ **Oro** equivale a casos que tienen una idea poderosa, impulsan la innovación, son *trend setting* y frente a otros finalistas en su categoría sobresalen en su estrategia, ejecución y resultados. Casos que además de ganar en Puerto Rico podrían competir en festivales internacionales.
  - ✓ **Plata** equivale a casos que, a nivel local, demuestran una diferenciación sólida de otras iniciativas en su categoría en cuanto a estrategia, idea, ejecución y resultados.
  - ✓ **Bronce** equivale a casos que, a nivel local, demuestran una idea y estrategia relevante al cliente objetivo, fortalece el posicionamiento de la marca y demuestra resultados positivos.

- **Se otorgarán premios de oro, plata y bronce siempre y cuando el Jurado entienda que amerita otorgarse el metal**. Además, el Jurado tendrá la potestad de otorgar reconocimientos especiales si así lo entiende pertinente.
- En el *SME Marketing Summit* se anunciará el *Shortlist* y se mostrará el vídeo de dos (2) minutos del caso ganador de oro por categoría, según aplique.
- La decisión del Panel de Jurado en todas las materias referentes a conceder premios será definitiva e irrevocable.
- Los ganadores tendrán la opción de solicitar réplicas del premio por un costo adicional.

REQUISITOS DE NOMINACIÓN

Importante redactar la presentación (*slideshow*) de su caso acorde a la categoría de nominación. Solamente pasarán a evaluación aquellas nominaciones que cumplan con los siguientes requisitos:

- Completar la presentación (*slideshow*), ya sea en inglés o español, utilizando la guía de nominación dentro de **un máximo de 20 *slides***. Incluya los seis componentes requisito:

1. **Trasfondo** – ofrecer trasfondo breve de la compañía y su producto o servicio relevante a la nominación, descripción del producto o servicio nominado, cuál era la situación de negocio que necesitaban resolver o impactar, cuál fue el *consumer insight* que los llevó a implementar la estrategia de mercadeo; objetivos relevantes a este producto o servicio, factores clave del mercado que influyeron en su planificación e implementación y desafíos superados.

2. **Análisis del Mercado** - demostrar la oportunidad del mercado, mencionando los métodos de investigación utilizados y tendencias claves que influenciaron en sus decisiones.

3. **Objetivos** - indicar las metas específicas para las cuales la estrategia, campaña o activación de mercadeo fue desarrollada. Compulsorio incluir el periodo (inicio y culminación) del esfuerzo.

4. **Estrategia** - incluir información acerca del mercado objeto, estrategia de mercadeo con relación al tamaño del mercado, oportunidades de crecimiento y componentes clave del éxito. Detallar las estrategias de precio, empaque, distribución, ventas y posicionamiento deseado, según aplique a su producto o servicio. Añadir la estrategia de comunicación: medios tradicionales, impresos, digital, *out of home*, promociones y relaciones públicas, según aplique.

5. **Ejecución** – demostrar la fortaleza de la idea y estrategia de mercadeo en la categoría en que compite, a través de ejecuciones representativas de la campaña o activación. Integrar a la presentación visuales que expliquen el caso, tales como: artes, fotos, ejemplos de publicidad o promoción utilizada, reseñas, anuncios, vídeos o cualquier otro material que sea apropiado**.**

6. **Resultados** – todo caso requiere un mínimo de 3 indicadores clave de rendimiento (KPIs). Presentar resultados cualitativos y cuantitativos en ventas, finanzas, participación del mercado o reconocimiento de marca, entre otros, alineados con los objetivos y estrategias establecidas para el esfuerzo. Mostrar evidencia que sustente los datos con fuentes de información interna o externa. Enfatizar en aquellos datos de terceros (*third-party data*) o integrar reportes de *Brand Lift*.

- De ser seleccionado al *Shortlist* se requiere enviar un enlace descargable (que no requiera autorización para acceso) del vídeo resumen del caso, en formato Mp4 y hasta un máximo de 2 minutos de duración, a premios@smepr.org para ser publicado en el canal de SME en YouTube y presentado durante la premiación en el *SME Marketing Summit*.

CATEGORIAS DE PARTICIPACIÓN

MULTICHANNEL MARKETING

Reconoce la campaña o esfuerzo con la mejor estrategia integrada de mercadeo. Se requiere el uso estratégico de **5 o más medios**, combinando *off-line* con *on-line*; por ejemplo: prensa, radio, TV, *out of home*, Internet, redes sociales y móvil, entre otros.

Se requiere un mínimo de *3 Key Performance Indicators* alineados a los objetivos, por ejemplo:

- *ROI* | *Customer Acquisition Cost* | *Customer Count* (tráfico) |*Avg ticket*
- Ventas | *SOM* | *SOI* | *SOV*
- *Engagement* | *Conversions* | *Leads*

SEASONAL MARKETING

Esta categoría reconoce campañas diseñadas específicamente para aprovechar las oportunidades de temporadas, festividades o eventos recurrentes como Navidad, Halloween, verano, Día de las Madres, Día de los Padres, *Back to School*, Temporada de Huracanes, entre otros. Las campañas deben demostrar cómo se han alineado estratégicamente con la temporada para captar la atención del público objetivo, generar ventas o aumentar la notoriedad de la marca.

Se requiere un mínimo de *3 Key Performance Indicators* alineados a los objetivos, por ejemplo:

- *ROI* | *Customer Acquisition Cost* | *Customer Count* (tráfico) |*Avg ticket*
- Ventas | *SOM* | *SOI* | *SOV*
- *Engagement* | *Conversions* | *Leads*

MARKETING PR

Reconoce el plan de mercadeo con la mejor estrategia de relaciones públicas que apoye y facilite la obtención de resultados dirigidos a maximizar el posicionamiento y exposición de la marca. En esta categoría pueden nominarse casos enfocados en lanzamiento de producto, inauguraciones, aperturas,

entrada al mercado local y presentación de programas especiales, entre otros. La nominación requiere contar con un relacionista licenciado como parte del equipo de desarrollo estratégico e implementación, por lo que es compulsorio enviar copia de la certificación emitida por el Departamento de Estado de Puerto Rico.

Se requiere un mínimo de *3 Key Performance Indicators* alineados a los objetivos, por ejemplo:

- *SOV* | *Earned Media Value* | *Reach* | *Sentiment* | *ROI* | *Publicity*
- Ventas | *Views* | *Leads* | *Downloads* | *CTR* | *Web traffic*

Corporate Communications

Reconoce el plan de mercadeo con la mejor estrategia de relaciones públicas que apoye, construya o fortaleza la reputación de marca dentro del contexto corporativo interno o externo. En esta categoría pueden nominarse casos enfocados en responsabilidad social, esfuerzos con la comunidad, comunicaciones internas, aperturas e inauguraciones, alianzas estratégicas, *rebranding*, iniciativas ambientales, manejo de *issues* y/o crisis, entre otros. La nominación requiere contar con un relacionista licenciado como parte del equipo de desarrollo estratégico e implementación, por lo que es compulsorio enviar copia de la certificación emitida por el Departamento de Estado de Puerto Rico.

Se requiere un mínimo de *3 Key Performance Indicators* alineados a los objetivos, por ejemplo:

- *Publicity* | *Sentiment* | *Earned Media Value* | *Viral effect* | *Trending* | *IMPS* | *SOV*
- Resultados de Impacto Ambiental y/o Comunitario | *Third-party endorsement*
- Retención | Reclutamiento de voluntarios | Conteo de personas impactadas
- *User Generated Content* | *Active Users*

Cause-Marketing & Community Outreach

Reconoce la campaña o iniciativa que logró una mejor interacción con su audiencia al integrar, de forma efectiva, a la marca con causas, entidades sin fines de lucro, comunidades, escuelas u organizaciones similares, con el fin de generar un impacto social tangible. Se evaluará el uso estratégico de esfuerzos colaborativos que hayan resultado en beneficios como aumento en ventas traducidas en donativos, mayor *awareness* de la causa, reclutamiento de voluntarios, formación de alianzas y participación activa del público.

Se requiere un mínimo de *3 Key Performance Indicators* alineados a los objetivos, por ejemplo:

- Ventas | *Fundraising* | *Grants* | *Partnerships*
- *Publicity* | *Sentiment* | *Earned Media Value* | *Viral effect* | *Trending* | IMPS | SOV
- Impresiones | *Brand Awareness* | *Consumer engagement* | UGC | *Active Users*
- Resultados de Impacto Ambiental y/o Comunitario | *Third-party endorsement*
- Retención | Reclutamiento de participantes y voluntarios | Conteo de personas impactadas

CONSUMER PROMOTION

Reconoce el concurso, promoción o *give away* con el consumidor, en modalidad presencial o virtual, que generó resultados extraordinarios en la venta del producto, durante un periodo limitado de tiempo. El caso debe demostrar el uso estratégico de tácticas como: publicidad, medios tradicionales, medios digitales, *out of home*, ofertas, concursos, *relationship marketing*, búsqueda, contenido o apps, entre otros. Incluir la cantidad de puntos de ventas o *touchpoints* participantes.

Se requiere un mínimo de *3 Key Performance Indicators* alineados a los objetivos, por ejemplo:

- Ventas | *SOM* | *POS Traffic*
- Participación | *Shares* | *Engagement*

TRADE MARKETING

Reconoce la promoción o activación que logre la mejor presencia, distribución y venta del producto en el punto de venta, *off-line* y/o *on-line*. El caso debe demostrar el uso estratégico de tácticas como: *display* & *in-store advertising*, ofertas o cupones, muestreo, *relationship marketing* o *virtual showroom*, entre otras tácticas realizadas en el punto de venta. Detallar la cantidad de puntos de ventas o *touchpoints* que participaron en el esfuerzo.

Se requiere un mínimo de *3 Key Performance Indicators* alineados a los objetivos, por ejemplo:

- Ventas | *ROI* | *Cost of acquisition* | *POS Traffic*

EXPERIENTIAL MARKETING

Reconoce la mejor utilización de estrategias y tácticas innovadoras dentro de un plan de mercadeo dirigido a generar una experiencia memorable para el consumidor, con impacto positivo en los resultados de negocio, ya sea en ventas, interacción, visibilidad o preferencia de marca.

Se pueden nominar experiencias presenciales, virtuales o híbridas, tales como guerrilla, *ambush,* activaciones de marca en eventos (por ejemplo, conciertos, festivales, torneos, premiaciones, experiencias culturales), patrocinios, experiencias inmersivas, *sampling*, integración de producto, *fan engagement*, alianzas con organizadores o talentos, entre otras. En casos con venta de boletos o asistencia registrada, se deben incluir métricas de alcance, asistencia e interacción cuando aplique.

Se requiere un mínimo de *3 Key Performance Indicators* alineados a los objetivos, por ejemplo:

- Ventas | *SOM* | ROI | *Customer Count* (tráfico) | Partnerships
- *Publicity* | Participación | *Engagement | Leads | Sentiment | Conversión*

SPORTS & eSPORTS MARKETING

Reconoce la campaña o iniciativa de mercadeo que logró la mejor interacción con su audiencia al integrarse de forma efectiva a la industria del deporte o del ecosistema de eSports. Puede ser de forma individual o a modo de *co-branding* ya sea de una marca, atleta, equipo o evento deportivo (*Gaming*,

Maratones, Baloncesto, Beisbol, Doble A, FIBA, Voleibol, Boxeo, MMA, *Soccer*, *Kite Surfing*, *Paddle Boarding*, Tennis, *Beach Tennis*, *Crossfit,* Triatlón, Ciclismo, Tenis de Mesa, Hipismo, Aceleración, etc.).

Se requiere un mínimo de *3 Key Performance Indicators* alineados a los objetivos, por ejemplo:

- Asistencia o participación | *Sports Betting* | Ventas | *Partnerships*
- *Views* | *Engagement* | *Overall sentiment*

SPORT & eSPORTS EVENTS - NEW

Reconoce la campaña de mercadeo más efectiva en generar venta de taquillas, asistencia o tráfico a eventos deportivos, incluyendo juegos, torneos, competencias, carreras, ligas, exhibiciones deportivas, eventos de eSports u otras experiencias relacionadas con el deporte. Esta categoría premia a los equipos que desarrollaron estrategias efectivas para atraer al público, aumentar la intención de compra, participación, y convertir el interés de la audiencia en resultados medibles para el evento.

Se requiere un mínimo de 3 Key Performance Indicators alineados a los objetivos, por ejemplo:

- Venta de taquillas | Participación en línea | Asistencia | ROI | Alcance
- *Views* | *Engagement* | *Sentiment* | *Publicity* | Intención de compra | Participación

MUSIC, ARTS & ENTERTAINMENT MARKETING

Reconoce la campaña o iniciativa de mercadeo que logró la mejor interacción con su audiencia al integrarse de forma efectiva a la industria de música, artes o entretenimiento. Puede ser de forma individual o a modo de *co-branding* desde lanzamientos de nuevos talentos, álbum musical, sencillos musicales, colaboraciones musicales (*remix*), videos musicales, *listening parties*, eventos de lanzamiento, hasta conciertos. También se podrán nominar estrategias desarrolladas para obras de teatro, musicales, películas de cine o plataformas digitales (*streaming*), cortometrajes o espectáculos artísticos. En el caso de los conciertos, obras de teatros, películas de cine y espectáculos artísticos incluir dentro de los resultados la asistencia y venta de boletos.

Se requiere un mínimo de *3 Key Performance Indicators* alineados a los objetivos, por ejemplo:

- Ventas | *ROI* | Participación | *Partnerships*
- *Views* | *Streaming* | *Downloads* | *Sentiment* | *Publicity*

MUSIC, ARTS & ENTERTAINMENT EVENTS - NEW

Reconoce la campaña de mercadeo más efectiva en generar venta de taquillas, asistencia o tráfico a eventos relacionados con las artes y la música, incluyendo teatro, conciertos, festivales, espectáculos musicales, exhibiciones, experiencias culturales u otros eventos artísticos. Esta categoría premia a los equipos que desarrollaron estrategias efectivas para atraer al público, aumentar la intención de compra y convertir el interés de la audiencia en resultados medibles para el evento.

Se requiere un mínimo de 3 Key Performance Indicators alineados a los objetivos, por ejemplo:

- Venta de taquillas | Participación en línea | Asistencia | ROI | Alcance
- *Views* | *Engagement* | *Sentiment* | *Publicity* | Intención de compra | Participación

DATA, ANALYTICS & CRM MARKETING - NEW

Reconoce el plan de mercadeo con la mejor estrategia basada en el uso inteligente de data, analítica y gestión de bases de datos para apoyar y facilitar la obtención de resultados dirigidos a maximizar el valor del cliente, la efectividad de las decisiones de mercadeo y el retorno de inversión de la marca. En esta categoría pueden nominarse casos enfocados en programas de CRM y lealtad, campañas de retención y reactivación, segmentación avanzada y personalización, automatización de j*ourneys*, modelos de atribución, análisis predictivo, medición de efectividad de medios (MMM), *dashboards* de inteligencia de mercado, estudios de audiencia y proyectos de *business intelligence* aplicados a mercadeo, entre otros. La nominación requiere evidenciar las fuentes de datos utilizadas, la metodología aplicada y las plataformas o herramientas involucradas en el desarrollo estratégico e implementación (por ejemplo, Salesforce, HubSpot, Google Analytics 4, Power BI, Tableau o plataformas de MMM), así como el cumplimiento con las políticas de privacidad y manejo de datos aplicables.

Se requiere un mínimo de 3 Key Performance Indicators alineados a los objetivos, por ejemplo:

- CLV (*Customer Lifetime Value*) | *Retention Rate* | *Churn Rate* | *Repeat Purchase Rate* | ROI | ROAS
- *Database Growth* | *Open Rate* | CTR | *Conversion Rate* | AOV (*Average Order Value*) | *Revenue* por contacto
- *Lift incremental* | *Attribution accuracy* | *Marketing Mix efficiency* | Precisión de *forecast*

MEDIA IDEA

Esta categoría va dirigida a *media buyers* o centrales de medios y se enfoca en cómo la estrategia de medios fue fundamental en la concepción y ejecución de la campaña. Reconoce la forma innovadora en que se utilizaron los medios (digitales, tradicionales o emergentes) para amplificar el mensaje de la marca, alcanzar y comprometer a la audiencia de manera efectiva y generar resultados medibles.

Se requiere un mínimo de *3 Key Performance Indicators* alineados a los objetivos, por ejemplo:

- *Impressions* | *Reach* | *Frequency* | *ROI* | *CPM* | *SOV*
- Ventas | *Views* | *Leads* | *Downloads* | *CTR* | *Web traffic* | *Interactions*| *Clicks*
- *Innovation* |*Formats*

SMALL POCKET, BIG IMPACT

Reconoce campañas o esfuerzos con la mejor estrategia de mercadeo ejecutada con una **inversión total o menor de $30,000** para la producción e inversión en medios (pago o por intercambio), cuyos resultados sobrepasaron de manera extraordinaria la inversión. Para competir en esta categoría el esfuerzo de

mercadeo nominado no puede ser una fase de otra campaña de mayor inversión a la que sirva de apoyo. Se requiere incluir presupuesto.

Se requiere un mínimo de *3 Key Performance Indicators* alineados a los objetivos, por ejemplo:

- *ROI* | Ventas | *SOM* | *Customer Acquisition Cost* | *Engagement* | Tráfico

RECONOCIMIENTOS ESPECIALES

El Jurado se reserva el derecho de otorgar premios especiales, tales como *Best in Show*, *Best Inclusive Campaign*, entre otros, cuando lo considere pertinente.

- ***Best in Show*:** Se otorgará si, en opinión experta del Jurado, una campaña demuestra una excelencia excepcional en estrategia, ejecución, creatividad y resultados medibles. Este honor se concede únicamente cuando un caso establece un estándar claro para la industria, elevando las expectativas del mercadeo e inspirando trabajos futuros.

- ***Best Inclusive Campaign*:** Se otorgará a la campaña que, en opinión experta del Jurado, demuestre un compromiso genuino con la diversidad, equidad e inclusión (DEI), ya sea en su mensaje, representación, estrategia o ejecución, generando un impacto positivo y significativo en las audiencias a las que se dirige.

3 ERRORES COMUNES PARA EVITAR

- ✓ **Seleccionar la categoría de participación incorrecta** = asegúrese de nominar su caso en la categoría de participación que mejor represente la estrategia, campaña o activación de mercadeo para su producto o servicio. **Importante**: Evalato permite cambiar la categoría, una vez registrada su nominación en la plataforma; sin embargo, no traslada los descuentos por inscripción temprana, ni descuento de socio o representante de entidad sin fines de lucro. Se requiere notificar el cambio, así como otros problemas técnicos, escribiendo a premios@smepr.org.
- ✓ **Resultados incongruentes con el objetivo** = valide que la evidencia de cómo cumplió o sobrepasó los esfuerzos de mercadeo están claramente ligados a los objetivos indicados en la nominación.
- ✓ **Presentaciones (*slideshow*) extensas** = cerciórese de que el contenido de su nominación cumpla con el límite de 20 *slides*. Sea conciso y asertivo al momento de redactar el caso a someter.

TRATAMIENTO Y PUBLICACIÓN DE LAS NOMINACIONES

- Todas las nominaciones presentadas serán propiedad de SME.
- Al someter el vídeo de dos (2) minutos de su caso como finalista del Premio está autorizando al SME a publicar ese vídeo en la Internet y libra a la Asociación de Ejecutivos de Ventas y Mercadeo de Puerto Rico de toda responsabilidad frente a terceros, a menos que notifique en el espacio provisto en Evalato bajo la pregunta *Why Not Rebroadcast* si hay alguna razón

para no publicar su vídeo en Internet; por ejemplo, asuntos con licencias de música y/o talentos.

- De su caso resultar ganador en alguna de las categorías se le podrá solicitar a la empresa editar su presentación, en conjunto con SME, para ser utilizada como caso de éxito (*case study*) en beneficio de la matrícula de SME.
- Con el objetivo de promocionar el Premio, al someter la nominación cada participante autoriza al SME a proyectar o publicar gratuitamente, en presentaciones públicas o privadas tantas veces y en cuantos lugares el SME considere oportuno, los trabajos nominados.

CONSIDERACIONES GENERALES

- Serán excluidas de los Premios a la Excelencia en Mercadeo aquellas inscripciones que pudieran afectar los sentimientos de carácter nacional, religioso o político y/o la sensibilidad del público. Tampoco podrán participar las inscripciones que hayan violado voluntariamente cualquier tipo de norma reguladora de Puerto Rico, ya sea antes o después de la fecha límite del fallo del Panel de Jurado. Quien nomina tiene la responsabilidad de retirar tal material si surgiera una infracción.
- El concursante asume plena responsabilidad por la calidad de sus creaciones y librará a SME de toda responsabilidad frente a terceros. Se compromete a defender e indemnizar a SME (Asociación de Ejecutivos de Ventas y Mercadeo) y sus representantes contra cualquier reclamo o responsabilidad que surja de las acciones del concursante relacionadas con su nominación y participación en esta premiación, incluida la cobertura de costos legales y daños.
- Las decisiones tomadas por SME Puerto Rico en todos los asuntos relacionados con los Premios a la Excelencia en Mercadeo son definitivas.
- El presente reglamento deberá ser observado estrictamente por todos los participantes. En caso de incumplimiento de cualquier norma se descalificará automáticamente la nominación.

Aprobado por la Junta de Directores de SME PR el 8 de agosto de 2026.