



## El Club de Marketing de Barcelona celebra la 35ª edición de los Premios Líderes de Marketing

- *Danone, Privalia, MRW, Mango y el Banc de Sang i Teixits galardonados con los Premios Líderes de Marketing*
- *Rosa Cullell, directora general de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) recibió el premio al Profesional del Año*

El **Club de Marketing de Barcelona** ha galardonado este año con los **Premios Líderes de Marketing** a **Danone** (Premio a la eficacia), **Privalia** (Premio a la innovación), **MRW** (Premio al marketing interno), **Mango** (Premio a la consolidación) y **Banc de Sang i Teixits** (Premio especial al compromiso social).

Asimismo, el Club ha distinguido con el **Premio al Profesional del Año** a **Rosa Cullell**, directora general de la **Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)** por su importante trayectoria profesional a lo largo de su carrera.

Los Premios Líderes de Marketing reconocen anualmente la labor de orientación al mercado de aquellas empresas que trabajan con un marcado espíritu estratégico y de apoyo al marketing. La edición de este año, celebrada en el auditorio de la Torre Agbar, ha constituido el 35º certamen y ha contado con una nutrida representación de profesionales del ámbito público y privado catalán.

Por otro lado, el Premio al Profesional del Año destaca la trayectoria profesional de la persona galardonada así como su eficacia empresarial y creatividad en su labor diaria.

Para seleccionar las entidades premiadas, un jurado formado por profesionales de distintos ámbitos se basa en distintos criterios entre los que se incluyen el de actualidad, en la que una determinada campaña no tenga una antigüedad superior a dos años, o que apoye la construcción de marca mediante decisiones coherentes en la política de producto, de precio y de distribución y comunicación.

La implicación en la investigación del marketing mix referido tanto en la investigación cualitativa como cuantitativa es otra de las áreas que se consideran para configurar los premios. Finalmente, el grado de eficacia, con la demostración de la relación entre los resultados conseguidos y las acciones de marketing de las empresas también es evaluado.

Los premios incluyen las siguientes categorías:

- **Premio a la Eficacia.** Aquellas empresas que han destacado por implementar un plan de marketing con un nivel de eficacia demostrable y con un alto retorno de la inversión realizada o disponiendo de pocos recursos.
- **Premio a la Innovación.** Las compañías que han enfocado la empresa y consecuentemente, su plan de marketing, en marcar tendencias.
- **Premio de Actualidad.** Esta categoría cambia cada año en función del tema más actual. Este año, el premio destaca a aquella empresa que haya realizado un plan de marketing interno con notables resultados.
- **Premio a la Consolidación.** Este premio no está abierto a la participación general, elegido por el Jurado. Dirigido a la empresa que haya creado escuela durante años con su manera de hacer marketing.
- **Premio Especial Compromiso Social.** Está enfocado a aquellas empresas que reúnan las condiciones fijadas y serán designadas por el jurado de los premios. Premio al compromiso hacia el servicio, la calidad y la sociedad.

## **Jurado**

El Club de Marketing de Barcelona ha encargado la labor de escoger a los premiados a un jurado formado por profesionales de excepción del ámbito político, económico y social catalán y que este año ha incluido a José Antich (La Vanguardia), Lluís Bassat (Grupo Ogilvy Mather), Lluís de Borja (Universidad de Barcelona), Jordi Canals (IESE), Isidre Fainé (La Caixa), Ildefonso García Serena (Compact Response Group), Josep Huguet (Generalitat de Catalunya), Miguel de Haro (IP MARK), Carlos Losada (ESADE), Jaume Llopis (Altair Management Consulting), Antoni Iruela (Presidente Líderes de Marketing), Pedro Nueno (IESE), Jordi William Carnes (Ajuntament de Barcelona) Javier Robles (Danone) y Joan Romeu (Presidente del Club de Marketing de Barcelona).

## **Club de Marketing de Barcelona**

El Club de Marketing de Barcelona es una asociación creada en 1959 para fomentar el conocimiento y las buenas prácticas del marketing. El Club es un foro de ciencias del marketing en la que sus socios discuten e intercambian experiencias sobre el objeto de su profesión.

En la actualidad entre sus socios corporativos se pueden encontrar las marcas más renombradas de la economía.

El Club está federado en distintas asociaciones de ámbito nacional e internacional tales como la Confederación Española de Directivos y Ejecutivos (CEDE), la Federación Española de Marketing (FEM) y la European Marketing Confederation (EMC).

**Para más información:** / Alejandro Dunn / [adunn@inforpress.es](mailto:adunn@inforpress.es) / Tel. 690 70 21 61

**Patrocinadores Oficiales:**



*renfe*

**Proveedor Oficial:**

