

Bases III Premios AE BRAND

1. AE BRAND
2. Premios AE BRAND
3. Condiciones generales, participantes y requisitos de la convocatoria
4. Plazo de inscripción
5. Categorías de participación
6. Derechos de inscripción
7. Presentación de candidaturas
8. Jurado, criterios de valoración y fases de selección
9. Premios
10. Protección de datos personales
11. Fuero jurisdiccional y ley aplicable
12. Secretaría Técnica III Premios AE BRAND

1. AE BRAND

La Asociación Española de Branding (AE BRAND) nace en 2010 con la misión de **representar, gestionar y defender los intereses profesionales** del colectivo empresarial del branding en España, ante los diferentes estamentos económicos, políticos y sociales, y de promover, impulsar y divulgar el branding profesional.

El objetivo de AE BRAND es poner en **valor la marca como activo estratégico** para la gestión empresarial y trasladar al tejido productivo español el impacto que la gestión profesional y continuada de la marca tiene en términos de crecimiento y competitividad empresarial.

La Asociación Española de Branding (AEBRAND) tiene su domicilio social en la Calle de Briones, 8 de Madrid, CIF G-86079795 y está inscrita en el Registro Nacional de Asociaciones, Grupo 1, Sección 1, número nacional 596605.

2. Premios AEBRAND

Los Premios AEBRAND **reconocen la excelencia y las mejores prácticas en branding en España e Iberoamérica**, actuando como una plataforma para promover, divulgar e impulsar el branding profesional.

Convocados y organizados por AEBRAND cuentan con el apoyo de entidades profesionales, empresariales, sectoriales y medios de comunicación, que respaldan su desarrollo y difusión.

Estos premios distinguen a empresas, instituciones, agencias y profesionales que destacan por su contribución al crecimiento, prestigio y consolidación del sector del branding, valorando especialmente las iniciativas que generan impacto y fortalecen la competitividad empresarial.

Con esta iniciativa, AEBRAND refuerza su compromiso con el impulso y reconocimiento de la profesión, **consolidando el papel del branding como un motor clave para el crecimiento y la competitividad empresarial**.

3. Consideraciones generales, participantes y convocatoria

AEBRAND invita a participar en esta edición a **empresas, organizaciones, agencias y profesionales** del sector del branding que hayan realizado proyectos de construcción, gestión y/o activación de marca, en España o Iberoamérica, entre el 1 de enero de 2024 y el 31 de diciembre de 2025.

AEBRAND invita igualmente a **estudiantes de grado y máster**, relacionados con la construcción, gestión y/o activación de marca, procedentes de instituciones educativas en España y con menos de 30 años al 31 de diciembre de 2025, a presentar candidaturas al Premio AEBRAND al Talento

Joven. El participante debe acreditar su vinculación con la institución académica.

La organización de los Premios AE BRAND no se hace responsable de la veracidad ni autenticidad de los datos proporcionados por los candidatos en la documentación de participación.

Los trabajos que no se ajusten a las condiciones y requisitos establecidos en estas Bases serán rechazados, notificando a los participantes su no concurrencia a los Premios AE BRAND.

AE BRAND se reserva el derecho de ampliar, modificar, acortar o cancelar los premios en caso de fuerza mayor o por cualquier circunstancia ajena a su voluntad que impida su desarrollo conforme a lo previsto en estas Bases. Cualquier modificación será publicada y considerada como anexo a las Bases, formando parte de estas.

En ningún caso AE BRAND podrá ser considerada responsable si, por causas justificadas, los premios tuvieran que ser pospuestos, modificados, reducidos o anulados.

La participación en esta convocatoria implica la plena aceptación de las presentes Bases. AE BRAND se reserva el derecho de excluir de la participación a aquellos candidatos que, a su juicio, incumplan cualquiera de las condiciones aquí recogidas. La exclusión conllevará la pérdida de todos los derechos derivados de dicha participación.

Asimismo, AE BRAND queda eximida de cualquier responsabilidad por errores en los datos facilitados por los propios participantes que impidan su correcta identificación o la entrega del premio.

Propiedad Intelectual

Los participantes ceden a AE BRAND, por el plazo máximo permitido por la legislación vigente y para el ámbito territorial que aplique, los derechos de explotación sobre el material presentado en su candidatura. Esta cesión

incluye, de manera no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública del citado material, con fines divulgativos, promocionales y/o educativos vinculados a los Premios AE BRAND.

En ningún caso se divulgarán datos, contenidos o información que puedan comprometer la estrategia, la confidencialidad o los intereses del participante. Corresponde a cada participante identificar y comunicar expresamente a AE BRAND aquellos elementos o datos de su candidatura que deban considerarse confidenciales o reservados.

4. Plazo de inscripción

El plazo de inscripción de candidaturas para esta edición 2025 de los Premios AE BRAND estará abierto desde el **3 de noviembre de 2025 al 30 de enero de 2026**, ambos incluidos.

5. Categorías de participación

Los participantes podrán postularse a cualquiera de las 22 categorías de los III Premios AE BRAND que reconocen los mejores proyectos presentados según los criterios de evaluación del jurado.

- 1. Creación de nueva marca.** – Reconocimiento al proyecto de branding que ha logrado crear y posicionar con éxito una nueva marca en el mercado, estableciendo una propuesta diferenciadora frente a la competencia, generando lealtad entre sus públicos y construyendo una base sólida para su crecimiento sostenible. En esta edición 2025, esta categoría se desdobra en dos subcategorías: 1. 1. Creación de nueva marca – Pyme y 1. 2. Creación de nueva marca – Gran Empresa.
- 2. Reposicionamiento de marca.** – Reconocimiento al proyecto de branding que ha logrado revitalizar y actualizar el posicionamiento de una marca, articulando el cambio de forma coherente, creíble y

alineada con las nuevas necesidades y objetivos de la empresa. En esta edición 2025, esta categoría se desdobra en dos subcategorías: 2. 1. Reposicionamiento de marca – Pyme y 2. 2. Reposicionamiento de marca – Gran Empresa.

3. Impacto social. – Reconocimiento a las marcas que han impulsado iniciativas con un impacto positivo y tangible, más allá de su propósito como organización. Proyectos que integran el compromiso social en la estrategia de marca, demostrando coherencia entre propósito, valores y acción, y posicionando a la marca como motor de cambio en su entorno. En esta edición 2025, esta categoría se desdobra en dos subcategorías: 3. 1. Impacto social – Pyme y 3. 2. Impacto social – Gran Empresa.

4. Experiencia de marca. – Reconocimiento al proyecto de branding que ha logrado fortalecer la relación con sus públicos de interés, generando una conexión emocional profunda y duradera a través de una gestión integrada y coherente de la marca en todos sus puntos de contacto. En esta edición 2025 esta categoría se desdobra en dos subcategorías: 4. 1 Experiencia de marca – Pyme y 4. 2 Experiencia de marca – Gran Empresa

5. Marca interna. – Reconocimiento a aquellas iniciativas que han fortalecido la cultura organizacional mediante una marca interna coherente, alineada con el propósito y los valores de la organización, y que han generado compromiso, motivación y sentido de pertenencia, con impacto positivo en la experiencia del empleado y el desempeño global. En esta edición 2025, esta categoría se desdoble en dos subcategorías: 5. 1 Marca Interna – Pyme y 5. 2 Marca Interna – Gran Empresa

- 6. Marca en Iberoamérica.** – Reconocimiento al proyecto de branding que ha logrado crear o reposicionar una marca en Iberoamérica, adaptándola de manera efectiva a la diversidad cultural y a las particularidades de sus mercados y alineada con los objetivos de la empresa. En esta edición 2025, esta categoría se desdobra en dos subcategorías: 6. 1. Marca en Iberoamérica – Pyme y 6. 2. Marca en Iberoamérica – Gran Empresa.
- 7. Internacionalización de marca.** – Reconocimiento al proyecto de branding que ha logrado impulsar la expansión de una marca en mercados internacionales, adaptando su estrategia, identidad y narrativa de forma coherente y efectiva a distintos contextos culturales y de negocio. En esta edición 2025, esta categoría se desdobra en dos subcategorías: 7. 1. Internacionalización de marca – Pyme y 7. 2. Internacionalización de marca – Gran Empresa.
- 8. Diseño de producto y packaging.** – Reconocimiento al proyecto que ha creado un diseño de packaging creativo y estratégico, que refleje fielmente la esencia de la marca, facilite la usabilidad y destaque en el mercado, aportando un valor diferencial que fortalezca la conexión con el consumidor. En esta edición 2025, esta categoría se desdobra en dos subcategorías: 8. 1. Diseño de producto y packaging – Pyme y 8. 2. Diseño de producto y packaging – Gran Empresa.
- 9. Digital branding.** – Reconocimiento al proyecto que ha desarrollado una estrategia de marca sólida, coherente y efectiva en el entorno digital, combinando creatividad e innovación para conectar con su audiencia, mejorar la experiencia online y fortalecer la presencia de la marca en entornos digitales. En esta edición 2025, esta categoría se desdobra en dos subcategorías: 9. 1. Digital branding – Pyme y 9. 2. Digital branding – Gran Empresa.

10. Sensorial branding. – Reconocimiento al proyecto que ha creado una experiencia de marca envolvente y multisensorial, integrando de forma estratégica elementos como el sonido, el aroma, el tacto u otros estímulos sensoriales para conectar emocionalmente con el público, generar una experiencia única y memorable, y lograr una diferenciación clara en el mercado. En esta edición 2025, esta categoría se desdobra en dos subcategorías: 10. 1 Sensorial branding – Pyme y 10. 2 Sensorial branding – Gran Empresa

11. Retail branding. – Reconocimiento al proyecto que ha logrado transmitir la esencia de la marca a través de una experiencia de retail innovadora y coherente, integrando diseño, comunicación visual y activación de marca para ofrecer una experiencia de compra única y memorable y establecer una conexión duradera con los clientes, fortaleciendo así la presencia y el valor de la marca en el mercado. En esta edición 2025, esta categoría se desdobra en dos subcategorías: 11. 1. Retail branding – Pyme y 11. 2. Retail branding – Gran Empresa.

Premios especiales:

12. Premio AE BRAND al Talento Joven. – Reconocimiento que concede el Jurado a aquel estudiante/equipo (grado o máster relacionado con la construcción, gestión y/o activación de marca,) que ha sabido desarrollar un proyecto académico (Trabajo Final de Grado, Trabajo Final de Máster o similar), de especial vinculación con la creación y gestión de marca de empresa real, idea de negocio o startup, con un enfoque innovador y una base estratégica coherente.

13. Premio AE BRAND a la Trayectoria Profesional. – Reconocimiento que conceden los socios de AE BRAND a un profesional del sector por su trayectoria profesional y contribución al branding en España.

14. Gran Premio AEBRAND. – Reconocimiento que concede el Jurado al participante (agencia) con mayor puntuación acumulada en la edición 2025, según el valor asignado a cada premio recibido: Oro (3 puntos), Plata (2 puntos) y Bronce (1 punto). Se distingue así la trayectoria más destacada de los Premios AEBRAND.

6. Derechos de inscripción

La formalización de la candidatura es de 250€ por cada proyecto inscrito (21% IVA no incluido).

Por cada cuatro (4) candidaturas presentadas dentro del mismo proceso de inscripción y por la misma empresa, institución, agencia o profesional, se bonificará una (1) candidatura, que será gratuita.

Los **Socios de AEBRAND** podrán beneficiarse de un **descuento del 50%** en el importe de la inscripción de las candidaturas presentadas.

Los proyectos que opten al Premios al Talento Joven están exentos de abonar los derechos de inscripción, siempre y cuando cumplan con los requisitos de participación.

7. Presentación de candidaturas

La inscripción de candidaturas a los Premios AEBRAND se realizará exclusivamente online, en premios.aebrand.org y a través de la herramienta web Koolfest.

Cada candidatura presentada deberá encuadrarse en alguna de las Categorías de participación de estas Bases. Una misma candidatura podrá presentarse a un máximo de dos categorías.

Por cada candidatura presentada, el proceso de inscripción del proyecto será el siguiente:

1. **Registro:** Regístrate y crea una cuenta. Rellena los campos requeridos en el **Formulario de Registro**. A continuación, **Inicia Sesión** y rellena los campos requeridos en **Mis Datos**.
2. **Inscripción:** Rellena los campos requeridos en **Mi Material**.
3. **Documentación:** Sube la documentación de la candidatura en **Mi Material**. Ningún material presentado podrá incluir referencias que identifiquen al participante (agencia) responsable del proyecto. La organización de los Premios AE BRAND se reserva el derecho de retirar cualquier candidatura que incumpla esta norma.
 - **Memoria descriptiva:** resumen del proyecto (introducción, objetivo, estrategia, resultados). Idioma español, formato PDF, extensión 1.500 palabras.
 - **Material gráfico:** imágenes de alta calidad que muestren la identidad visual y aplicaciones de la marca (Formato JPG o PNG. Min. 1 MB máx. 5MB). Versiones del logotipo en diferentes formatos y colores (Vectorial o PNG con fondo transparente). Presentaciones o dossiers (PDF) que expliquen visualmente el proceso, los resultados y aplicaciones.
 - **Cláusula de confidencialidad:** Los candidatos podrán, si lo desean, descargar y presentar un documento adicional, la cláusula de confidencialidad, para proteger la información que consideren confidencial. La presentación de este documento es voluntaria y queda a discreción de cada participante.

Las candidaturas a la categoría de **Diseño de Producto y Packaging** deberán enviar a la Secretaría Técnica, además, el packaging real o prototipo en perfecto estado, debidamente identificado y acompañado de instrucciones en caso de requerir montaje especial, para su evaluación por parte del Jurado.

4. **Pago:** Realiza el pago de los Derechos de inscripción en **Mis Pagos**. La candidatura no estará formalmente inscrita hasta que no se haya realizado el pago correspondiente. No se admiten devoluciones una vez finalizado el proceso de inscripción. El pago deberá efectuarse mediante:

- **Transferencia bancaria** a nombre de la Asociación Española de Branding (ARBRAND) IBAN ES29 0182 0205 92 0208019348. Referencia: PA 2025 seguido del número de inscripción (ID.) que facilita Koolfest.

- **Pago con tarjeta bancaria (TPV)**

Una vez completado el pago, los participantes recibirán un correo de confirmación. En el caso de pagos con tarjeta bancaria (TPV) la factura estará disponible para su descarga de forma inmediata. Para los pagos por transferencia bancaria, la factura podrá descargarse una vez confirmado el ingreso por parte de la organización.

8. Jurado, criterios de valoración y fases de selección

El Jurado de los Premios AE BRAND está formado por un grupo profesionales de reconocido prestigio y experiencia acreditada, así como organizaciones empresariales, profesionales e instituciones académicas.

La composición del Jurado de la edición 2025 de los Premios AE BRAND se hará pública a partir del mes de noviembre de 2025.

Con el fin de garantizar la máxima objetividad e integridad en la evaluación de los proyectos presentados, todos los miembros del Jurado se comprometen a actuar con **absoluta imparcialidad**. En este sentido, cualquier miembro del Jurado cuya empresa, institución o agencia esté involucrada directa o indirectamente en alguno de los casos presentados, deberá abstenerse por completo de emitir juicio, valoración o comentario

alguno sobre dichos trabajos. Esta norma se aplica tanto durante las deliberaciones colectivas como en cualquier fase previa o posterior del proceso de votación, asegurando así que ningún interés personal o profesional interfiera en las decisiones del jurado. Asimismo, el proceso de votación está diseñado para ser transparente, equitativo y riguroso, basado en criterios previamente establecidos y comunicados. Todas las decisiones del jurado se adoptan de manera colegiada y bajo principios de confidencialidad, ética profesional y respeto al mérito de cada candidatura.

El Jurado tiene que conocer y respetar los criterios de evaluación que figuran en las Bases de los premios. La votación del Jurado responde al criterio establecido por AE BRAND y debe de justificar el porqué de su veredicto. El Jurado se compromete a no desvelar el resultado de su veredicto antes del momento de entrega de los premios.

Criterios de valoración

Cada miembro del Jurado calificará los proyectos asignados, valorando cada candidatura según los siguientes criterios y ponderaciones: Estrategia – Peso 3, Concepto – Peso 2, Resultados – Peso 1.

La suma de las puntuaciones ponderadas determinará la valoración final de cada candidatura. **Puntuación total máxima posible: 30 puntos.**

1. Estrategia (Peso: 3)

El jurado valorará el enfoque estratégico y el grado de coherencia entre el reto, los objetivos, la solución propuesta y su implementación en los distintos soportes y puntos de contacto de la marca. Los criterios de evaluación aplican a todas las categorías, interpretándose y adaptándose según las particularidades y enfoques específicos de cada una (Diseño de producto y packaging, Experiencia de marca, Digital, Sensorial y Retail branding). **Criterios:**

- 1. ¿El reto de marca está claramente identificado y contextualizado dentro de un marco estratégico coherente?*

- (1) Nada claro → (10) Muy claro y bien fundamentado
2. *¿Los objetivos están definidos de forma precisa, medibles y alineados con la estrategia general de marca?*
- (1) Poco definidos → (10) Totalmente definidos y alineados
3. *¿La solución propuesta responde de forma coherente al reto y a los objetivos planteados?*
- (1) Desvinculada → (10) Altamente coherente y eficaz
4. *¿El enfoque estratégico muestra una comprensión profunda del contexto competitivo y del target?*
- (1) Superficial → (10) Profunda y bien documentada
5. *¿Existe una implementación consistente en todos los soportes y puntos de contacto de la marca? A nivel verbal y visual (si aplica por rebranding)*
- (1) Fragmentada o inconsistente → (10) Altamente integrada y consistente

En la categoría de:

- **Diseño de producto y packaging:** se valora cómo el envase refleja la estrategia de marca combinando funcionalidad, sostenibilidad, comunicación y experiencia, con coherencia entre diseño, objetivos y canal.
- **Experiencia de marca:** se evalúa cómo la estrategia crea una experiencia significativa y coherente en todos los puntos de contacto físicos y digitales.
- **Digital branding:** se valora la integración de plataformas y tecnologías para una experiencia alineada con los objetivos de marca.
- **Sensorial branding:** se valora el uso de estímulos sensoriales para fortalecer la conexión emocional y el posicionamiento.
- **Retail branding:** se evalúa la coherencia estratégica en el diseño y experiencia del punto de venta, alineada con la identidad y objetivos de la marca.

2. Concepto (Peso: 2)

El jurado valorará la potencialidad del concepto de marca, el grado de innovación y creatividad, y su capacidad comunicativa. Los criterios de

evaluación aplican a todas las categorías, interpretándose y adaptándose según las particularidades y enfoques específicos de cada una (Diseño de producto y packaging, Experiencia de marca, Digital, Sensorial y Retail branding). **Criterios:**

1. *¿El concepto de marca es potente, diferenciador y relevante para su audiencia?*
(1) Débil o genérico → (10) Altamente relevante y distintivo
2. *¿Qué grado de creatividad e innovación presenta la propuesta?*
(1) Convencional → (10) Altamente creativa e innovadora
3. *¿El concepto tiene una narrativa clara y coherente que fortalece la identidad de marca?*
(1) Difusa o inconexa → (10) Muy clara, coherente y potente
4. *¿Se comunica eficazmente el propósito o propuesta de valor de la marca?*
(1) Poco claro → (10) Muy bien articulado y comprensible
5. *¿El concepto muestra versatilidad y capacidad de adaptación a distintos canales y formatos?*
(1) Limitado → (10) Altamente adaptable y versátil

En la categoría de:

- **Diseño de producto y packaging:** el concepto es la idea que guía el diseño del envase y comunica los valores, la propuesta y la diferenciación. Se valora originalidad, conexión emocional y ajuste al mercado.
- **Experiencia de marca:** se valora la idea que crea conexión emocional y diferenciación, con creatividad e innovación que reflejan la identidad y propósito.
- **Digital branding:** se valora la innovación creativa en contenido y experiencia digital.
- **Sensorial branding:** el concepto articula una experiencia multisensorial que diferencia y conecta emocionalmente.
- **Retail branding:** el concepto se traduce en una experiencia física atractiva, coherente y memorable en el punto de venta.

3. Resultados (Peso: 1)

El jurado valorará la contribución a la consecución de los objetivos planteados y la capacidad de creación de valor para la empresa. Los criterios de evaluación aplican a todas las categorías, interpretándose y adaptándose según las particularidades y enfoques específicos de cada una (Diseño de producto y packaging, Experiencia de marca, Digital, Sensorial y Retail branding). **Criterios:**

1. *¿Se evidencian resultados cuantitativos y/o cualitativos alineados con los objetivos planteados?*
(1) No demostrados → (10) Claramente demostrados y medibles
2. *¿Se percibe un impacto real en la marca (posicionamiento, reconocimiento, engagement, etc.)?*
(1) Nulo o bajo → (10) Impacto significativo
3. *¿Se observa una mejora en la relación con el cliente/usuario final?*
(1) Sin cambios → (10) Mejora clara y tangible
4. *¿La propuesta ha generado valor sostenible para el negocio o la organización?*
(1) Sin aporte → (10) Aporte estratégico evidente
5. *¿Existen aprendizajes o transformaciones significativas que puedan considerarse buenas prácticas?*
(1) Poco relevantes → (10) Claramente valiosas

En la categoría de:

- **Diseño de producto y Packaging**, los resultados incluyen ventas, notoriedad, experiencia, calidad, eficiencia y sostenibilidad, así como la relación marca-usuario.
- **Experiencia de marca:** se consideran indicadores como participación, viralización, satisfacción e impacto emocional, y la capacidad del proyecto para generar valor sostenible y dejar huella en la audiencia.
- **Digital branding**, se miden indicadores como engagement, tráfico, conversiones, viralidad y feedback del usuario.
- **Sensorial branding**, se valoran respuestas emocionales, memorabilidad y conexión sensorial, así como impacto en la percepción de marca.

- **Retail branding**, se consideran métricas de afluencia, ventas, satisfacción del cliente y mejora en la experiencia de compra.

Cada ítem se **valora del 1 al 10**, y se calcula la media de cada bloque. Luego se multiplica por su **peso ponderado**:

1. Estrategia: Media $\times$ 3
2. Concepto: Media $\times$ 2
3. Resultados: Media $\times$ 1

Puntuación total máxima posible: 30 puntos

Fases de selección

El proceso de selección por parte del Jurado se desarrollará en tres fases:

1. **Elaboración de la Lista Corta:** En la primera fase, el Jurado evaluará y puntuará todas las candidaturas presentadas conforme a los criterios establecidos. A partir de estas valoraciones, se seleccionarán los finalistas que conformarán la Lista Corta, con un máximo de tres candidaturas por categoría.
2. **Valoración de la Lista Corta:** En la segunda fase, cada miembro del Jurado revisará en detalle y valorará nuevamente las candidaturas finalistas incluidas en la Lista Corta, profundizando en su análisis para una evaluación más precisa.
3. **Votación Final y Fallo del Jurado:** En la tercera y última fase, el Jurado deliberará de forma conjunta sobre las candidaturas finalistas, contrastando y debatiendo las valoraciones individuales. Tras dicho proceso, se emitirá el fallo definitivo y se decidirá el Palmarés de los premios.

Todos los miembros del Jurado se comprometen a guardar confidencialidad sobre las deliberaciones, decisiones y premiados resultantes de sus reuniones.

Los ganadores se darán a conocer públicamente en la **Gala de Entrega de la III edición de los Premios AEBRAND**, que se celebrará **el 3 de marzo de 2026 en el Auditorio CaixaForum Madrid**. En el transcurso de esta ceremonia les será entregado el trofeo o los trofeos del que se hayan hecho acreedores.

9. Premios

En cada categoría de participación se concederán premios Oro, Plata y Bronce. Los ganadores de cada categoría recibirán un trofeo distintivo personalizado.

Quedan excluidos de esta estructura los premios especiales a la Trayectoria Profesional y el Gran Premio AEBRAND, que se otorgarán de forma única y directa, y el Premio AEBRAND al Talento Joven, que reconocerá únicamente un proyecto ganador sin finalistas. El alumno o equipo ganador recibirá un trofeo distintivo personalizado, 1 curso “Máster Branding PRO” de Masterbrand.

Está prohibida la comercialización, venta o cesión del premio. El premio no podrá canjearse por ningún otro premio ni por su valor en efectivo.

10. Protección de datos personales

Todos los datos personales que se faciliten serán incorporados a una base de datos responsabilidad de AEBRAND, con domicilio en la Calle de Briones, 8 de Madrid, con la finalidad y legitimación de gestionar su participación en los premios y, en su caso, proceder con la entrega del estos.

Los datos tratados serán aquellos facilitados u otros que, adicionalmente, podamos solicitarle para el desarrollo de las finalidades mencionadas.

Los datos personales de los premiados podrán ser comunicados a terceros con la única finalidad de hacer efectivo el premio. Una vez finalizado el sorteo estos datos no serán tratados por terceros.

En cualquier momento, podrá modificar su perfil y podrá ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, portabilidad o revocación del consentimiento previamente prestado enviando su solicitud a la siguiente dirección: Calle de Briones, 8 de Madrid o al correo electrónico premios@aebrand.org adjuntando fotocopia de su D.N.I. o documento equivalente.

11. Fuero jurisdiccional y ley aplicable

Estas Bases legales están sujetas a la normativa española. En caso de reclamación con motivo de la presente convocatoria, enviar la misma a la Calle de Briones, 8 de Madrid antes de 15 días posteriores a la celebración de los premios. En caso de controversia e imposibilidad de acuerdo amistoso serán competentes de conocer del asunto los tribunales de Madrid.

12. Secretaría Técnica III Premios AEBRAND

Para cualquier cuestión, aclaración o consulta relacionada con la interpretación o aplicación de las presentes Bases, las personas interesadas podrán dirigirse a la Secretaría Técnica de los premios, que actuará como órgano de apoyo y coordinación durante el desarrollo de la convocatoria. **Contacto:** Milagros Arana - marana@bestawards.es
Dirección: Calle Manuel Tovar, 3, Entreplanta, 28034 Madrid