

## **FORMULARIO DE PARTICIPACIÓN PARA LA CATEGORÍA “PYMES”:**

*(Por favor lea el apartado “ORIENTACIÓN PARA LAS COMPAÑÍAS PARTICIPANTES” antes de cumplimentarlo)*

1. Título de la acción:
  2. Fecha en que se realizó la acción
  3. Marca:
  4. Producto o línea de productos:
  5. Distribuidor/Retailer con quien se realizó la acción:
  6. Nivel de facturación de la compañía:
  7. Persona de Contacto y datos:
- 

### **1. EL PLAN:**

- a) Situación de partida:
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- b) Necesidades del comprador/consumidor a satisfacer (Shopper insights):
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- c) Objetivos del plan:
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- d) Plan de acción:

### **2. EL RESULTADO DE LA ACCIÓN:**

*\*Importante: Detallar a qué corresponde cada uno de los datos y el período temporal*

	Antes de la acción	Objetivo	Resultado de la acción	% Desviación (Resultado vs objetivo)
Facturación en uds/valor				
Nº de clientes (Distribución alcanzada)				
Otros KPI's: ..... ..... .....				

**3. EL GRADO DE COLABORACIÓN FABRICANTE-DISTRIBUIDOR:**

a) Acuerdo y fijación de objetivo común:

b) Transparencia a la hora de compartir información:

c) Involucración y participación en la ejecución:

**ANEXO: ORIENTACIÓN PARA LAS COMPAÑÍAS PARTICIPANTES:**

Solicitamos a las compañías participantes la información detallada a continuación, con el objetivo de poder valorar correctamente y con uniformidad de criterios las distintas candidaturas presentadas.

**IMPORTANTE: No se admitirá ninguna candidatura que no aporte todos los datos solicitados, en especial los datos cuantitativos relativos a resultados y rentabilidad de la acción**

Los principales criterios en los que el Jurado independiente basará sus valoraciones son:

1. EL PLAN. (Información cualitativa):
  - a) Situación de partida para la marca/producto o categoría y necesidad de accionar un plan.
  - b) Shopper insights a partir de los cuales se diseñó el plan.
  - c) Objetivos planteados para la marca/producto o categoría.
  - a) Plan de acción: qué palancas se activaron y las distintas acciones llevadas a cabo, off-line y/o on-line.
  
2. EL RESULTADO, LA RENTABILIDAD DE LA ACCIÓN Y EL EFECTO SOBRE LA CATEGORÍA. (Datos cuantitativos)

Se valorará tanto el resultado conseguido como la claridad de los datos facilitados por la compañía, para poder contrastar y entender el resultado de la acción y el impacto de la acción sobre la categoría.

A continuación detallamos los kpi's que se solicitan en este apartado. En todos ellos será necesario cumplimentar la situación previa, los objetivos de la acción, los resultados y la desviación vs objetivo:

- a) Facturación en valor y en unidades, del producto/marca objeto de la acción. (Fuente: Información interna distribuidor y fabricante)
  - b) Distribución: Número de clientes antes y después de la acción. (Fuente: Información interna del fabricante).
  - c) Otros kpi's que puedan ayudar a clarificar los resultados de la acción y el efecto de la acción sobre la categoría/marca/tienda
- 
3. EL GRADO DE COLABORACIÓN FABRICANTE-DISTRIBUIDOR. (Información cualitativa):

Se valorará el modelo y grado de colaboración entre fabricante y distribuidor, en 3 aspectos básicos:

    - a) Acuerdo y fijación de un objetivo común a conseguir con la acción
    - b) Transparencia a la hora de compartir información sobre el shopper y la categoría
    - c) Involucración y participación activa en la ejecución de la acción