



RESOLUCIÓN del Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, por la que se aprueban las bases reguladoras y se convoca el I Premio Wagner A. Kamakura, doctor honoris causa por la Universidad de Granada, al TFM de Marketing

El Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, por delegación de competencias del Rector de la Universidad de Granada de fecha 28 de julio de 2024 (BOJA núm. 148, de 3 de agosto de 2023), convoca el **I Premio Wagner A. Kamakura al TFM de Marketing**. Esta convocatoria se publicará en la Base de Datos Nacional de Subvenciones y un extracto de la misma en el Boletín Oficial de la Universidad de Granada (BOUGR). Todos los actos integrantes de este procedimiento se publicarán a través de la página web de la Facultad (<http://fccee.ugr.es>).

La convocatoria de los presentes premios está contemplada en el Plan Estratégico de Subvenciones de la Universidad de Granada para el ejercicio 2026, con el código de línea de subvención PES-2026-108.

El Concurso se registrará por las siguientes **BASES**:

1. OBJETIVO:

El premio homenaje a Wagner A. Kamakura tiene como objetivo reconocer la destacada trayectoria académica y científica de este prestigioso investigador en el ámbito del marketing, especialmente en sus aportaciones a la comprensión del comportamiento del consumidor, modelos predictivos y métodos cuantitativos aplicados a la gestión empresarial. Wagner A. Kamakura fue nombrado Doctor Honoris Causa por la Universidad de Granada en 2011, propuesta que se inició en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

La presente convocatoria tiene por objeto premiar la excelencia de Trabajos Fin de Máster (TFM) vinculados al ámbito del marketing y el comportamiento del consumidor, con especial énfasis en líneas de investigación afines a las contribuciones académicas de Wagner A. Kamakura.

2. PARTICIPANTES:

Podrán optar al premio los estudiantes de máster que hayan defendido su Trabajo Fin de Máster en programas oficiales de máster de universidades españolas cuya temática principal sea el marketing y la investigación de mercados. Los trabajos deberán haber sido defendidos dentro de los dos años naturales anteriores al de la convocatoria (2024 y 2025) y haber obtenido una calificación mínima de notable.





Las personas solicitantes deben estar al corriente del cumplimiento de sus obligaciones tributarias y frente a la Seguridad Social, en los términos previstos en la normativa vigente, y no ser deudoras por obligaciones de reintegro. Además, no podrán ser beneficiarias de los premios las personas en quienes concurren cualquiera de las prohibiciones previstas en el artículo 13 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones. Estos requisitos se acreditarán mediante declaración responsable (Anexo).

3. INSCRIPCIÓN Y PRESENTACIÓN DE TRABAJOS:

Las personas interesadas podrán solicitar participar en el concurso, a través de la Sede Electrónica de la UGR (<https://sede.ugr.es/procs/Solicitud-generica-para-la-UGR/>). Las solicitudes han de dirigirse a la **Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales** por **Solicitud Genérica**, dentro del plazo previsto.

Será el/la estudiante el que pueda presentar al concurso su TFM, incluyendo en la solicitud la siguiente documentación:

- El TFM en formato pdf. Dos versiones, una con el nombre y datos de contacto, y otra completamente anonimizada.
- Certificado donde fehacientemente conste la nota y la calificación obtenida en el TFM (solamente se admitirán propuestas que al menos hayan alcanzado el notable).
- Declaración responsable según el modelo del Anexo de esta convocatoria.
- La Solicitud Genérica se completará del siguiente modo:
 - o En el apartado *Exposición de hechos* se indicará PREMIO WAGNER A. KAMAKURA AL TFM DE MARKETING. Además, se incluirá el teléfono y correo electrónico de contacto, así como el título del máster donde se defendió el TFM.
 - o Se adjuntará a dicha solicitud el pdf del TFM, del certificado de nota alcanzada y de la declaración responsable.

4. PREMIOS:

Se otorgarán los siguientes Premios:

- Primer Premio, dotado con 500 euros y Diploma.
- Premio accésit para el TFM finalista presentado por estudiantado de la Universidad de Granada, dotado con 250 euros y Diploma*.





* Solo en el caso de que el premio no recaiga sobre algún miembro del estudiantado de la Universidad de Granada, la Comisión Evaluadora podrá valorar la posibilidad de otorgar este accésit.

Al importe de los premios se aplicarán las retenciones de IRPF establecidas en la legislación vigente en la materia.

Los premios, con una cuantía total máxima de 750 euros, estarán financiados con cargo al centro de gasto 3010260000 funcional 422D económica 486.00, del ejercicio económico 2026.

La concesión de estos premios se efectúa mediante un régimen de concurrencia competitiva, y son incompatibles con la percepción por parte de los premiados de otras subvenciones, ayudas, ingresos o recursos para la misma finalidad, procedentes de cualesquiera Administraciones o entes públicos o privados, nacionales, de la Unión Europea, o de organismos internacionales.

El Jurado se reserva el derecho de dejar desierto el concurso en el caso de que considere que los TFM no se ajustan a las bases o no ofrezcan el nivel deseable.

5. JURADO:

El jurado estará compuesto por las siguientes personas:

- Bigné Alcañiz, José Enrique. Catedrático de la Universidad de Valencia.
- Ramón Jerónimo, M^a Ángeles. Profesora Titular de la Universidad Pablo de Olavide.
- Santos Vijande, María Leticia. Catedrática de Universidad de CUNEF.
- Luque Martínez, Teodoro. Catedrático de la Universidad de Granada.
- Lucía Porcu. Catedrática de la Universidad de Granada.

Todos los miembros del Jurado, así como el órgano concedente deberán firmar una Declaración de Ausencia de Conflicto de Intereses (DACI) respecto de las personas participantes en la convocatoria.

Todos los miembros del tribunal son del área de Comercialización e Investigación de Mercados. En caso de incompatibilidad o de imposibilidad para actuar como miembros del tribunal, serán sustituidos por una figura equivalente.





6. CRITERIOS DE VALORACIÓN:

Los TFM se valorarán en función de los siguientes criterios:

- Originalidad y relevancia del tema en relación con el ámbito del marketing y el comportamiento del consumidor (25%)
- Rigor teórico y metodológico, valorando especialmente el uso adecuado de técnicas cuantitativas y analíticas (25%).
- Calidad del análisis y de los resultados obtenidos, así como su correcta interpretación (25%).
- Contribución académica y/o aplicada, considerando la utilidad de los resultados para la investigación o la práctica profesional (25%).

7. PLAZOS Y FALLO DEL CONCURSO:

- **PLAZO DE PRESENTACIÓN DE LOS TFM:** Comenzará el día siguiente a la publicación en BOUGR del extracto de la presente convocatoria y permanecerá abierto hasta el **11 de mayo de 2026, a las 23:59 horas**.
- **RESOLUCIÓN PROVISIONAL:** El **26 de mayo de 2026**, a la vista del acta que recogerá el resultado de la valoración del Jurado, el órgano instructor (Secretaría de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales) formulará la propuesta de resolución provisional, debidamente motivada. Ésta se hará pública en la página web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (<http://fccee.ugr.es>).
- **ALEGACIONES:** Del **27 de mayo al 05 de junio de 2026 a las 23:59 hora** podrán realizarse alegaciones al fallo provisional del Jurado. Las mismas podrán presentarse de la forma indicada para las solicitudes de inscripción. Una vez valoradas por el Jurado las alegaciones recibidas, se comunicará la resolución de las mismas a las personas que las hayan formulado, por el mismo medio.
- **RESOLUCIÓN DEFINITIVA:** El **09 de junio de 2026**, una vez aprobada la propuesta de resolución definitiva, el órgano competente, Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (por delegación de competencias del Rector, realizada por resolución de 28 de julio de 2023 publicada en





el BOJA nº 148, de 3 de agosto) resolverá el procedimiento. La resolución definitiva se hará pública en la página web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, y se comunicará por correo electrónico a las personas participantes.

Contra dicha resolución, que agotan la vía administrativa, en virtud de lo recogido en el artículo 84.1 de los Estatutos de esta Universidad, podrá interponerse recurso potestativo de reposición ante el Rector, en el plazo de un mes, a contar a partir del día siguiente al de la publicación de la resolución, de conformidad con los artículos 123 y 124 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de la Administraciones Públicas (BOE nº 236, de 2 de octubre de 2015) o interponerse directamente recurso contencioso-administrativo ante la Sección de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal de Instancia de Granada, en el plazo de dos meses a partir del día siguiente a la fecha de publicación de la resolución, según disponen los artículos 8.3 y 46.1 de la Ley 29/98, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa (BOE de 14 de julio).

8. DERECHOS DE EXPLOTACIÓN Y DIVULGACIÓN:

La obtención del premio no implica el requisito de ceder los derechos de autoría a la Universidad de Granada, manteniendo su autor/a todos los derechos de reproducción y difusión de dicho TFM.

9. DIVULGACIÓN:

Un resumen de los TFM ganadores será publicado en la página web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y/o en su boletín.

Además, el premio se entregará a su autor/a el 11 de junio de 2026 dentro del acto homenaje a Wagner A. Kamakura que se ha fijado para dicha fecha en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada. No obstante, la Facultad podrá abonar los premios a los premiados hasta final de noviembre de 2026.





10. ACEPTACIÓN DE BASES Y CRITERIO DEL JURADO:

La participación en el Concurso implica la aceptación de estas Bases, cuya interpretación es responsabilidad de la organización del mismo, así como el criterio del Jurado en la resolución de cualquier conflicto que pudiera generar la interpretación de aquéllas.

11. EXCLUSIÓN DEL CONCURSO:

Serán excluidos del Concurso aquellos trabajos que incurran en cualquier incumplimiento de estas Bases.

12. CLÁUSULA DE PROTECCIÓN DE DATOS:

Los datos personales que se aporten en la solicitud de participación en la presente convocatoria serán empleados únicamente con la finalidad de tramitar la solicitud, valorarla y verificar el cumplimiento de los requisitos para participar en la convocatoria a efectos de resolución, notificación, publicación y gestión del pago del premio.

La Universidad de Granada se encuentra legitimada para tratar los datos personales de los interesados por ser necesario para el cumplimiento de una acción realizada por el interés público o en el ejercicio de los poderes públicos conferidos a la Universidad (Art. 6.1.e del Reglamento General de Protección de Datos).

La falta de aportación de los datos mencionados y de la documentación acreditativa solicitada supondrá la imposibilidad de participar en la presente convocatoria. Los interesados podrán solicitar el acceso, oposición, rectificación, supresión o limitación del tratamiento de sus datos, tal y como se recoge en la normativa de referencia sobre la materia.

13. RECURSOS:

Contra la presente Resolución, que agota la vía administrativa en virtud de los artículos 84.1 de los Estatutos de esta Universidad, cuya publicación fue ordenada por Decreto 231/2011 de 12 de julio (BOJA nº147, de 28 de julio de 2011) y 38.4 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, podrá interponerse potestativamente recurso de reposición en el plazo de un mes ante el Rector, a contar a partir del día siguiente al de la publicación del extracto de la convocatoria en el BOUGR, de conformidad con los artículos 123 y 124 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, o interponer directamente recurso contencioso-administrativo ante la Sección de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal de Instancia de Granada, en el plazo de dos meses a partir del





UNIVERSIDAD DE GRANADA

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Granada

día siguiente a la fecha de publicación indicada, según disponen los artículos 8.3 y 46.1 de la Ley 39/98, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa (BOE de 14 de julio).

EL DECANO

Por delegación de competencias del Rector
según resolución de 28 de julio de 2023 (BOJA nº 148, de 3 de agosto de 2023)

José Alberto Castañeda García

Firma (1): JOSÉ ALBERTO CASTAÑEDA GARCÍA
En calidad de: Decano/a UGR

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales | Campus Universitario Cartuja s/n. 18071-Granada.
Teléfono +34 958246158 | decanatoeconomicas@ugr.es | <https://fccee.ugr.es/>



Este documento firmado digitalmente puede verificarse en <https://sede.ugr.es/verifirma/>
Código seguro de verificación (CSV): CEA487EFD9BA3BE0C826A5667A24D032

15/04/2026 - 18:20
Pág. 7 de 8



ANEXO: DECLARACIÓN RESPONSABLE

DATOS PERSONALES

Primer Apellido:

Segundo Apellido:

Nombre:

D.N.I. o pasaporte:

Correo Electrónico:

AYUDA/BECA/SUBVENCIÓN/PREMIO:

I Premio Wagner A. Kamakura

DECLARO

- ☒ Que no he recibido ni recibo ninguna ayuda, subvención, ingreso o recursos concedidos para la misma finalidad de este premio que solicito, ni por la Universidad de Granada ni por cualquier otra administración o entes públicos o privados, nacionales, de la Unión Europea o de organismos internacionales
- ☒ Que me hallo al corriente de pago de obligaciones por reintegro de otras subvenciones.
- ☒ Que me hallo al corriente del cumplimiento en las obligaciones tributarias y frente a la Seguridad Social,
- ☒ Que no me encuentro incurso/a en ninguna de las prohibiciones contenidas en el artículo 13 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones
- ☒ Que me comprometo a mantener estos requisitos durante el período de tiempo inherente al reconocimiento de derecho de cobro del premio, debiendo informar de cualquier variación en las circunstancias al Decanato de la Facultad.

Usted declara, bajo su responsabilidad, la veracidad del contenido de estas declaraciones.

La Administración puede decidir no continuar con el procedimiento en caso de cualquier inexactitud, falsedad u omisión –de carácter esencial- en los datos de las declaraciones responsables, sin perjuicio de otras responsabilidades penales, civiles o administrativas.

