

Organiza:



Dpto. Comercialización  
e Investigación  
de Mercados

Patrocina:



Cátedra Air Nostrum  
Calidad del Servicio  
Universitat de València



UNIVERSITAT  
DE VALÈNCIA

## ENVÍO

Los trabajos, presentados en la forma que se establece en el epígrafe III, deberán ser remitidos a la dirección del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados antes del 30 de septiembre de 2008.

## IV PREMIO SOBRE VENTAS Y CALIDAD DE SERVICIO



Francisco E. Torán Torres



### Premio Francisco E. Torán Torres

Dpto. Comercialización e Investigación de Mercados

Avda. Tarongers, s/n

E-46022 VALENCIA



Dpto. Comercialización  
e Investigación  
de Mercados



Cátedra Air Nostrum  
Calidad del Servicio  
Universitat de València

Organiza

Patrocina

## I. Objetivo del premio

El Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat de València E.G. convoca el Premio Francisco E. Torán Torres en memoria de la dilatada trayectoria académica y profesional desarrollada por el mismo en el ámbito de las ventas. El premio está patrocinado por la Cátedra Air Nostrum Calidad de Servicio – Universitat de València.

Este premio se otorga con la finalidad de promover y destacar la investigación académica y profesional de temas relacionados con la venta personal, la dirección de ventas, la tecnología de venta, la distribución y la calidad de servicio.

## II. Candidatos

Pueden participar en el concurso tanto individualmente como en equipo, investigadores tanto del sector público como privado. Quedan excluidos los premiados en la edición anterior.

Las investigaciones y los trabajos presentados por los candidatos, podrán ser inéditos o haberse publicado en alguna revista de carácter científico durante el curso académico en curso.

Quedan excluidos de este concurso los miembros del Jurado.

## III. Presentación

Cada candidato deberá presentar un dossier entre 4.500 y 9.000 palabras que incluya:

- Un resumen de unas 200 palabras.
- Una descripción del trabajo de investigación.
- Las principales aportaciones del trabajo.

La presentación de los trabajos se realizará bajo seudónimo. Se enviará en un sobre grande, identificado con el seudónimo del participante. Dentro de este sobre se adjuntará un sobre más pequeño, cerrado, en cuyo exterior figurará el seudónimo, y en su interior, el nombre y dirección de el/los participantes, así como un breve currículum de los mismos. Dicho sobre, con las identificaciones, no se abrirá, hasta que haya sido emitido el fallo del jurado.

## IV. Dotación

La dotación del premio es de 2.000 Euros. Su adjudicación podrá ser compartida, "ex-aequo", por decisión del Jurado.

El ganador o ganadores recibirán también un diploma acreditativo del premio, expedido por el Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.

## V. Criterios de selección

En la selección de los candidatos y en la designación del ganador o ganadores del premio, el jurado se basará en los siguientes criterios:

- La naturaleza innovadora del trabajo.
- La calidad científica, tanto en su estructura como en contenido.
- El impacto positivo en el mundo de la empresa y las implicaciones gerenciales que del mismo pueden derivarse.

## VI. El jurado

Estará integrado por tres miembros de reconocido prestigio en el ámbito de las ventas, tanto académico como empresarial.

El jurado es independiente y soberano en la resolución.

El jurado podrá declarar el premio "ex-aequo" o considerarlo desierto.

## VII. Compromiso de los candidatos

Cada candidato se compromete a:

- Aceptar las bases del concurso al premio.
- Renunciar al derecho de apelación en lo relativo a las condiciones de la organización del premio, sus resultados y las decisiones del jurado.
- Participar, si es premiado, en el acto de entrega del premio.

La o las personas premiadas estarán obligadas a asistir al acto de entrega del premio.

## VIII. Publicidad y confidencialidad

El ganador se compromete a aceptar la divulgación del tema de su investigación. Si el ganador del Premio lo solicita, los organizadores autorizarán la publicación en una revista, científica o técnica, del trabajo o de un artículo sobre el tema de su investigación.

En las publicaciones que se deriven de este trabajo, los premiados harán constar la consecución del premio.

Los trabajos que no sean premiados no se darán a conocer en forma alguna.