



BASES PREMIOS MIA 2024

– CLUB DE MARKETING DEL MEDITERRÁNEO–

Entregados en la:

XIII NOCHE MEDITERRÁNEA DEL MARKETING

5 de junio de 2024 – El huerto de Santa María (Valencia).

1. OBJETIVO:

Los PREMIOS MIA 2024 serán otorgados por el Club de Marketing Mediterráneo (CMM) en la XIII NOCHE MEDITERRÁNEA DEL MARKETING (NMM) y tienen como objetivo reconocer las mejores estrategias de marketing realizadas por empresas, instituciones y profesionales en el ámbito de actuación del CMM que hayan sido realizadas en el último año.

2. CONVOCATORIA:

Para esta convocatoria, podrán participar todas las empresas, instituciones o profesionales que hayan realizado estrategias y acciones de marketing en la Comunidad Valenciana y que presenten su candidatura según lo establecido en estas bases. La presentación de candidaturas podrá realizarse por los propios candidatos o por un tercero, debiendo contar este último con la autorización previa de la empresa candidata.

A efectos prácticos, podrán presentarse proyectos realizados desde mayo de 2023 hasta la fecha límite de presentación de esta convocatoria, 25 de abril de 2024.

Para la correcta inscripción, deberán rellenar el formulario web accesible en (<https://clubmarketingmediterraneo.com/premios-mia-2024/>) a través de: '**PRESENTA TU CANDIDATURA**'.

Fecha límite: hasta el 25 de abril de 2024 a las 23:59h.

3. PREMIOS Y CATEGORIAS:

Los premios son de carácter anual, sin dotación económica y se organizan en 7 categorías:

- I. Premio MIA a la Innovación.**
- II. Premio MIA Marketing social.**
- III. Premio MIA Estrategia de marketing B2B.**
- IV. Premio MIA Estrategia de marketing B2C.**
- V. Mejor Premio MIA del año.**
- VI. Reconocimiento MIA al/la profesional del año.**
- VII. Reconocimiento Especial MIA.**

4. PROCEDIMIENTO de ELECCIÓN:

Premios I a IV (*Premios MIA - Innovación; Marketing social; Estrategia de marketing B2B; Estrategia de marketing B2C*). Una vez recibidas las candidaturas, el Comité técnico del CMM las evaluará y propondrá 3 finalistas para cada una de las categorías. Posteriormente un jurado profesional votará entre los finalistas mediante voto individual y secreto, eligiendo un solo ganador por categoría. En el caso de empate entre varios finalistas, prevalecerá el criterio de voto de calidad ostentado por la presidenta del CMM. El resultado de la votación se mantendrá en secreto hasta la gala de la XIII NMM, donde se darán a conocer los 4 ganadores.

Premio V (*Mejor Premio MIA del año*). Los 12 finalistas de las cuatro categorías arriba mencionadas optarán al Mejor Premio MIA del año 2024, que será seleccionado durante la gala por los asistentes a la XIII NMM mediante votación telemática individual y secreta.

Premio VI (*Reconocimiento MIA al/la profesional del año*). Los socios del Club de Marketing del Mediterráneo seleccionarán a los 3 finalistas de esta categoría mediante votación telemática e individual previa a la celebración de la gala. El proceso de elección se realizará en dos fases: en la primera, los socios propondrán a los candidatos al/la mejor profesional del año, y en la segunda, votarán sobre la lista de candidatos propuesta. Los finalistas serán los tres profesionales con mayor puntuación obtenida.

Posteriormente el jurado profesional votará entre los finalistas mediante voto individual y secreto, eligiendo un solo ganador que se dará a conocer en la XIII NMM.

Premio VII (*Reconocimiento especial MIA*). No tendrá candidaturas y será elegido a discreción por la junta directiva del Club de Marketing del Mediterráneo, teniendo en cuenta los criterios descritos en estas bases.

5. CRITERIOS de VALORACIÓN:

Para la valoración, el jurado, tendrá en cuenta indicadores que se definirán, de manera específica para cada categoría según los siguientes criterios:

I. Premio MIA a la Innovación.

El jurado valorará los productos o servicios que representen una innovación en el mercado. Los criterios se basarán en el nivel de novedad o cambio significativo en alguna de las 4P del marketing dirigidas a mejorar la propuesta de valor y la satisfacción del cliente.

Se tendrán en cuenta aspectos como el grado de novedad, la mejora de experiencia de cliente, la originalidad de la presentación y utilidad del *packaging*, la adaptación para acometer nuevos canales de distribución o el lanzamiento de productos para cubrir nuevas necesidades.

Para la valoración objetiva de las candidaturas se utilizarán los indicadores y ponderaciones que se detallan a continuación:

- Innovaciones aportadas [40%]
- Grado de innovación [25%]
- Resultados [35%]

II. Premio MIA Marketing social.

El jurado valorará las acciones de responsabilidad social empresarial realizadas por empresas y entidades, que tengan un claro enfoque de marketing social. Los criterios de valoración evaluarán las acciones de marketing dirigidas a mejorar el entorno social en el que se encuentra ubicada la candidatura.

Se tendrán en cuenta aspectos como el fomento de la integración de colectivos vulnerables, la contribución a un crecimiento sostenible, el impulso a la igualdad entre personas o cualquier acción de RSE que, alineada y enmarcada en la estrategia de RSE de la marca, implique un compromiso e implicación de todos los niveles de la organización.

Para la valoración objetiva de las candidaturas se utilizarán los indicadores y ponderaciones que se detallan a continuación:

- Impacto social [50%]
- Alcance y resultados [25%]
- Compromiso empresarial [25%]

III. Premio MIA Estrategia de marketing B2B.

El jurado valorará las estrategias de marketing de las empresas que se dirigen a otras empresas, las acciones marketing, *branding*, campañas de comunicación, promoción o publicitarias que hayan contribuido a mejorar el posicionamiento, la notoriedad, la reputación de la marca o las ventas ayudando a construir relaciones comerciales sólidas entre la empresa y sus clientes.

Para ello, se tendrán en cuenta factores como el enfoque en la propuesta de valor, la diferenciación estratégica respecto a la competencia, la utilización de canales de marketing específicos, así como contenidos, eventos, relaciones públicas, redes sociales profesionales o la personalización y/o segmentación específica adaptada a las necesidades diferentes del sector.

Para la valoración objetiva de las candidaturas se utilizarán los indicadores y ponderaciones que se detallan a continuación:

- Estrategia de marketing [50%]
- Resultados [25%]
- Posicionamiento de marca [25%]

IV. Premio MIA Estrategia de marketing B2C.

El jurado valorará las acciones de marketing, *branding* y campañas de comunicación que hayan contribuido a mejorar el posicionamiento, la notoriedad o la reputación de la marca candidata entre los consumidores objetivo.

Los criterios de valoración tendrán en cuenta la creatividad, la innovación en la comunicación, el *engagement* con el público objetivo, el impacto en la marca, la coherencia y consistencia con la estrategia de Marketing, la efectividad de la comunicación, la estrategia de medios y el *feedback* de los consumidores.

Para la valoración objetiva de las candidaturas se utilizarán los indicadores y ponderaciones que se detallan a continuación:

- Creatividad [25%]
- Estrategia de marketing [25%]
- Resultados [50%]

V. Mejor Premio MIA del año.

Este premio se votará en directo en la XIII NMM y pretende premiar la estrategia de marketing más sobresaliente el año de entre las 12 candidaturas finalistas de las categorías de Innovación, Marketing Social, Estrategia de marketing B2B y Estrategia de marketing B2C.

Para la valoración, los asistentes a la XIII NMM tendrán acceso a toda la información relativa a cada candidatura a través de piezas audiovisuales que resumirán los proyectos y que se proyectarán durante la gala.

Los asistentes tendrán en cuenta aspectos como el planteamiento estratégico, la implementación del conjunto de herramientas utilizadas para la consecución de los objetivos, el reconocimiento de marca obtenido, la originalidad, la creatividad o la innovación.

VI. Reconocimiento MIA al/la profesional del año.

Los socios del CMM elegirán a los o las profesionales del marketing que hayan destacado en el último año por su contribución al marketing como filosofía empresarial de éxito.

VII. Reconocimiento especial MIA.

La Junta directiva del CMM reconocerá a una persona o entidad por su liderazgo, por su trayectoria profesional o por convertir el marketing en elemento clave para su estrategia.

6. JURADO y COMITÉ TÉCNICO:

El comité técnico lo conforman especialistas de marketing socios del CMM y es el encargado de elaborar las presentes bases, evaluar las candidaturas y seleccionar, mediante votación, a los finalistas de cada categoría.

Los miembros del jurado son los encargados de seleccionar a los ganadores de cada categoría. Estará formado por profesionales del marketing, la comunicación y representantes del mundo empresarial e institucional. Para esta edición contaremos con:

1. **Marta Iranzo**, presidenta CMM y fundadora y CEO de Nexia.
2. **Jose Manuel Selma**, vicepresidente del CMM y director de estrategia, marketing e innovación de IRCO.
3. **Bernardo Abril**, Junta Directiva del CMM y director de Global Exportise.
4. **Yael Morera**, Junta Directiva del CMM y directora de marketing de RFTE.
5. Representación institucional: **Marta Chillarón**, directora de Las Naves
6. Representación tejido asociativo: **Lluís Torra**, presidente del Club de Marketing de Barcelona
7. Representación escuela de negocios: **Sara Pérez**, directora de Marketing en IEM Digital Business School
8. Representación medios de comunicación: **Santiago Hernández**, CEO de PuroMarketing.

7. ENTREGA DE PREMIOS:

Los PREMIOS MIA 2024 se entregarán durante la gala de la XIII Noche Mediterránea del Marketing que se celebrará en El Huerto de Santa María, el día 5 de junio de 2024.

Tanto los premiados como los finalistas recibirán un galardón conmemorativo durante la gala.

8. OTRAS CLAUSULAS:

- La presentación a los premios **no tiene coste**.
- Cada candidatura podrá optar a más de una categoría.
- El CMM se reserva el derecho de cambiar la categoría de una candidatura cuando considere que se ajusta más a los criterios de valoración de otra, siempre informando previamente al candidato.
- Únicamente se admitirán candidaturas en el plazo establecido y que cumplan rigurosamente las presentes bases.
- Todas las candidaturas deberán cumplimentar el formulario de participación, material gráfico y documentación necesaria para la correcta valoración por parte del comité técnico en el plazo establecido en las presentes bases. El CMM podrá solicitar información adicional si el comité técnico así lo considera. La no entrega de la información solicitada en plazo, acarreará la exclusión de dicha candidatura.
- Una vez seleccionados los finalistas, **el CMM elaborará un video de 45-60” a partir de la información y archivos enviados** por los mismos, que servirá de presentación de su candidatura para facilitar las votaciones.
- Con objeto de evitar conflictos de intereses, los miembros del Jurado no podrán presentar candidaturas a ninguna de las categorías.
- **Es imprescindible que al menos un representante de las candidaturas finalistas asista a la XIII NMM. El no acudir a la gala supondrá el desistimiento de la candidatura.**
- Una vez realizada la votación de las candidaturas, los proyectos de cada categoría con mayor puntuación serán declarados ganadores, no desvelándose el fallo hasta la noche de la entrega del premio.
- El jurado tiene potestad para dejar desierto un premio.
- La presentación de las candidaturas supone la aceptación de las presentes bases y el consentimiento de la utilización de los trabajos presentados para la difusión en los medios que el Club de Marketing Mediterráneo considere oportunos.
- El Club de Marketing del Mediterráneo se reserva el derecho de rectificación o modificación de estas bases.

Para más información: info@clubmarketingmediterraneo.com - 607 865 492

Persona de contacto: Amanda Simón (gerente Club de Marketing del Mediterráneo).