



ACTA DE GANADORES

El pasado día 10 de mayo, el jurado de la X edición de los Premios Nacionales de Marketing presidido por Ignacio Silva, consejero delegado, director general y director de Desarrollo de Negocio Europa Sur en Schweppes Suntory España, se reunía en el Hipódromo de la Zarzuela de Madrid para debatir y votar la lista corta de las distintas categorías. Los ganadores por categoría fueron los siguientes:

CATEGORÍA: MARCA

Estrella Damm

El jurado ha decidido que la marca Estrella Damm es merecedora del primer premio en la categoría marca, por su exitosa estrategia de marketing que se refleja en su proceso de internacionalización y sus resultados de negocio.

Sus campañas 360º, empleando tanto medios convencionales como medios digitales, le han permitido llegar a su audiencia de manera positiva y aumentar el atractivo de la marca.

Un ejemplo es su campaña más reciente "LA VIDA NUESTRA", enfocada a audiencia objetiva 100 % digital que incluyó 90 contenidos específicos y personalizados para RRSS, todos ellos basados en el cortometraje de Raúl Arévalo.

CATEGORÍA: INNOVACIÓN

McDonald's

El jurado valoró muy positivamente su estrategia de marketing basada en convertir la digitalización en promotor construyendo medios propios cada vez más cualificados. De esta manera, se diferenciaron de otros *players* a través de la personalización poniendo la experiencia del consumidor en el centro de toda su estrategia.

McDonald's desarrolla acciones de escucha activa entre sus consumidores, lo que le permite analizar nuevas tendencias y mejorar sus productos, como es el caso de su hamburguesa más icónica, el Big Mac.

ATRE VIA

SECRETARÍA TÉCNICA



ANFITRIÓN REUNIÓN JURADOS



TECNOLOGÍA

CATEGORÍA: MARKETING SOCIAL

Fundación Affinity

El jurado ha valorado la contribución de la Fundación Affinity a transformar una realidad concreta: la consideración de los animales como cosas. La fundación creó un movimiento social de apoyo al cambio del Código Civil. Bajo el lema #AnimalesNoSonCosas el objetivo era lograr que los representantes y los diputados recogieran el testigo apoyando el cambio.

CATEGORÍA: START-UPS Y PYMES

GOIKO GRILL

El jurado ha valorado tanto, su estrategia de marketing dirigida a impactar a sus públicos objetivo que se basa en convertir al cliente en el protagonista en sus redes sociales y aliarse con *influencers* para generar *awareness*, como la experiencia excelente de producto y los magníficos resultados empresariales que, en menos de tres años, les han permitido tener más de 30 restaurantes propios.

CATEGORÍA: INTERNACIONALIZACIÓN LATAM EMPRESAS LATINOAMERICANAS

Totto

El jurado ha reconocido a esta empresa colombiana, tanto su estrategia de marketing basada en la innovación, como por su proceso de internalización con el que ha llegado a abrir más 270 tiendas en 35 países. A través de la innovación ha logrado enriquecer la experiencia del cliente a lo largo del proceso de compra convirtiendo al consumidor en el protagonista.

CATEGORÍA: INTERNACIONALIZACIÓN LATAM EMPRESAS ESPAÑOLAS

LaLiga

El jurado ha decidido conceder el primer premio a LaLiga, por su estrategia de marketing dirigida a aumentar el conocimiento de la competición y sus audiencias en el mercado Latinoamericano. Los miembros del jurado valoraron el desarrollo de acciones de marketing dirigidas al 'fan' de LaLiga, los eventos de promoción enfocados a la difusión 100 % digital y, el proyecto Global Network por el que reclutaron a +12 000 jóvenes españoles con ganas de formar parte del proyecto de internacionalización del fútbol español. Se capacitaron a 60 profesionales para ser embajadores en países latinoamericanos.



ATREVIA

SECRETARÍA TÉCNICA

ANFITRIÓN REUNIÓN JURADOS

Malborica
CATERING

PowerVote 
TECNOLOGÍA

CATEGORÍA: MEJOR DIRECTOR DE MARKETING

Cristina Burzako – Directora de Marketing y Comunicación de Telefónica España

El jurado ha determinado que Cristina es merecedora de este Premio por su gran trayectoria en posiciones de marketing en sectores muy competitivos. Ha destacado por su excelente trabajo en la integración de Digital+, consiguiendo posicionar a MOVISTAR como una de las compañías más creativas.

Por otro lado, Cristina cuenta con una visión que apunta hacia la creación de una experiencia emocional en un mundo donde cada vez hay menos contacto físico y es necesario adaptarse a una innovación constante.

CATEGORÍA: LÍDER EMPRESARIAL IMPULSOR DE MARKETING

Ignacio Rivera

El jurado considera a Ignacio Rivera merecedor de este premio por su trayectoria de éxito liderando Estrella Galicia en la que el marketing ha sido un elemento clave en su gestión. Desde sus años como director Comercial y de Marketing, ha trabajado por un marketing honesto y fácil de entender, centrandose siempre su estrategia global en llegar a su público a través de las experiencias, el patrocinio y la distribución y apostando por una comunicación basada en la "herencia" y calidad del producto.

CATEGORÍA: X ANIVERSARIO

El Fenómeno del Fútbol Español

El jurado ha decidido otorgar el Premio X Aniversario al Fenómeno del Fútbol Español.

El fútbol español ha logrado, durante los últimos 10 años, consolidarse como un fenómeno deportivo especializado. Ha conseguido englobar la labor profesional de muchas empresas e instituciones que han contribuido, con la elaboración estrategias de marketing a corto, medio y largo plazo, a asegurar la continuidad y mejora de este fenómeno.

El fútbol español es considerado en sí mismo un motor del marketing, creando una gran marca y producto que ha sabido vender a lo largo de los años con una inversión en marketing incrementada gradualmente.

Este fenómeno ha superado las fronteras de la práctica deportiva y adoptado distintas dimensiones: deporte, espectáculo, negocio, objeto de culto, movilización de la



ATREVI A

SECRETARIA TÉCNICA

ANFITRIÓN REUNIÓN JURADOS

Malibea
CATERING

PowerVote 
TECNOLOGÍA

sociedad, etc. Las estrategias de marketing se han enfocado en satisfacer la demanda del espectáculo deportivo del fútbol profesional, que se desarrolla como deporte de rendimiento a través de los clubes del fútbol.

¿A quién se premia?

A un conjunto de empresas, instituciones y personas que, juntas, han hecho del fútbol español un fenómeno deportivo especializado a nivel nacional e internacional. En concreto a:

- Seleccionadores y técnicos
- Futbolistas
- Clubes de fútbol: presidentes y directores de Marketing
- Medios
- Patrocinadores
- Seguidores y aficionados

CATEGORÍA: PREMIO NACIONAL DE MARKETING

Central Lechera Asturiana

El jurado decidió otorgar el Premio Nacional de Marketing 2018 a Central Lechera Asturiana. El jurado valoró muy positivamente la implantación de su estrategia de marketing orientada a reforzar la reputación de la marca, así como los extraordinarios resultados obtenidos: recuperación de atributos de marca basados en el compromiso con lo natural e incremento de la cuota de mercado, en un mercado hipercompetitivo como el lácteo.