

XIV

EDICIÓN

PREMIOS  
NACIONALES DE  
MARKETING

**AMKT** Asociación  
de Marketing  
de España

XIV PREMIOS  
NACIONALES DE  
MARKETING



# XIV PREMIOS NACIONALES DE MARKETING

Contenido, redacción y coordinación:  
Asociación de Marketing de España  
C/Carranza 25 1.º dcha.  
28004 Madrid  
Tel. 91 548 49 15  
[www.asociacionmkt.es](http://www.asociacionmkt.es)

Todos los derechos reservados.  
Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública  
o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización  
de sus titulares, salvo las excepciones previstas por la ley.

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos)  
si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra ([www.cedro.org](http://www.cedro.org)).

© 2022, ESIC EDITORIAL  
Avda. de Valdenigrales, s/n,  
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)  
Tel. 91 452 41 00  
[www.esic.edu/editorial](http://www.esic.edu/editorial)

ISBN: 978-84-19480-48-4  
Depósito legal: M-25220-2022

Lectura y maquetación: Balloon Comunicación  
Impresión: Gráficas Dehon

Un libro de



Impreso en España - *Printed in Spain*

Este libro ha sido impreso con tinta ecológica y papel sostenible.

# ÍNDICE

Carta del presidente de la Asociación de Marketing de España .....	9
Historia de los Premios Nacionales de Marketing .....	11
Resumen del palmarés de todas las ediciones .....	13
Jurado de la XIV edición de los Premios Nacionales de Marketing 2022 .....	43
Hilo conductor .....	51
Bases legales .....	57
Ganadores de la XIV edición de los Premios Nacionales de Marketing .....	69
Resumen de los casos premiados .....	75
Resumen de la gala 2022 .....	167
Patrocinadores y colaboradores .....	175



Asociación  
de Marketing  
de España

XIV EDICIÓN  
PREMIOS  
NACIONALES  
DE MARKETING

#PremiosAMKT

# CARTA DEL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE MARKETING DE ESPAÑA

«La importancia del marketing en la cuenta de resultados» ha sido el hilo conductor de esta XIV edición de los Premios Nacionales de Marketing, los de mayor prestigio de nuestra industria. Un mensaje que nos ha permitido profundizar en el valor que tiene y debe seguir teniendo el marketing dentro de las empresas.

El marketing contribuye de manera directa al crecimiento económico de la actividad empresarial. De la sociedad. Para evaluar su impacto es necesario que el marketing sea medible. La actividad empresarial exige un exhaustivo control de sus inversiones, analizando el retorno de todas ellas, midiendo sus resultados. Cuando esto ocurre, el marketing deja de percibirse como gasto y pasa a ser considerado inversión. Y en esta consideración de inversión es como podemos cifrar su contribución a la cuenta de resultados. Y esta percepción del marketing como motor económico de la empresa se ha visto reflejada en los casi 200 casos presentados en esta edición de los Premios, con los que hemos podido comprobar, un año más, el excelente nivel del marketing en España y el buen hacer de todos los profesionales que, día a día, trabajamos por y para el buen marketing. Casos que plantean estrategias muy eficaces y exitosas y con una clara tendencia a incorporar, cada vez más, el componente ético, sostenible y social.

Esta edición ha traído una nueva categoría, la de Mejor Equipo de Marketing, que premia a todas las personas de los departamentos de marketing que hacen que las estrategias de marketing se desarrollen e implementen con eficacia. A todos los profesionales que creen en el marketing y en su indudable valor dentro de la empresa en la que trabajan.



**Enrique Arribas**

Presidente en la Asociación de Marketing de España y director de Marketing Corporativo y Marca en Grupo Santander



Por otro lado, hemos continuado reforzando la conexión internacional de la Asociación de Marketing de España, gracias al acuerdo de colaboración que iniciamos hace tres ediciones con la European Sponsorship Association (ESA), por el que el caso ganador de los Premios Nacionales de Marketing en la categoría de Patrocinio representará a nuestro país en los premios europeos que cada año organiza la ESA. Y al acuerdo que tenemos con el Impact Council y la European Association of Communication Awards (EACA), por el que los casos ganadores de la categoría Marca e Innovación pueden representar a nuestro país en los Impact Awards.

La gala de entrega de Premios se ha vuelto a celebrar, por cuarto año consecutivo, en UZalacaín La Finca. Esta edición ha sido de gran importancia para todos porque, después de dos años en los que hemos estado presentes, pero con un formato especial adaptado a la legislación sanitaria, hemos podido retomar el formato original y volver, así, a reunirnos todos los amigos de la profesión para apoyar el reconocimiento que, desde la Asociación, se hace a las mejores estrategias de marketing y a los mejores profesionales.

Todo ello no hubiera sido posible sin el apoyo de nuestros ya patrocinadores habituales: Equmedia, Havas Media Group y Quality Media Producciones; y de las nuevas incorporaciones: Interbrand y TBWA. A todos ellos, un especial agradecimiento por su involucración y apoyo incondicional, sin el cual estos Premios no podrían existir. Y también a todos los colaboradores, marcas y medios que contribuyen a su éxito.

Hemos cerrado esta tercera edición del libro de los Premios Nacionales de Marketing —que este año no solo se editará en digital, sino que tendrá una tirada impresa— con la colaboración de ESIC Business&Marketing School, que compila los casos ganadores, seleccionados gracias al trabajo riguroso de un excelente jurado, formado por profesionales de primer nivel y presidido, en esta XIV edición, por Adriana Domínguez, presidenta ejecutiva del Grupo Adolfo Domínguez, que nos ha comentado: «Para mi, ha sido siempre fundamental basar el crecimiento de la empresa, al final el amor a tus clientes, en el marketing».

Esperamos y confiamos que la lectura os resulte interesante y útil, especialmente a todos los que os apasiona el buen marketing y que disfrutéis con el análisis profundo de las mejores estrategias realizadas cada año en nuestro país.

# HISTORIA DE LOS PREMIOS NACIONALES DE MARKETING

Los Premios Nacionales de Marketing se crearon en el año 2008 buscando reconocer las mejores estrategias de marketing en las que se potenciara la creatividad, la innovación y la obtención de resultados tangibles. Desde entonces, cada año, la Asociación de Marketing de España galardona a las empresas y a los profesionales que destacan por sus buenas prácticas y por sus estrategias de marketing sólidas, sostenibles y exitosas.

Son los únicos premios nacionales en los que no se valora una campaña de publicidad concreta, sino una estrategia de marketing consistente y con solución de continuidad, cuyo éxito depende del trabajo constante y bien hecho de destacados profesionales que son conscientes de la importancia de lo que hacen y de su incidencia dentro de la empresa.

Los valores sobre los que se sustentan han creado la identidad de unos Premios reconocidos y respetados que se han consolidado como galardones de referencia entre todos aquellos que trabajan por y para el marketing. La profesionalidad de todas y cada una de las personas que hay detrás de cada caso presentado, la transparencia que se refleja en el rigor y en la involucración de todos los miembros del jurado que, a través de unas directrices establecidas, debaten y analizan cada una de las candidaturas, la cercanía por ser unos premios creados para todas las marcas, con independencia del tamaño y el sector de actividad, y la naturalidad como base sobre la que se construye esa comunidad de personas (candidatos, miembros del jurado, colaboradores y patrocinadores) sin las cuales estos Premios no tendrían sentido.

Son los únicos premios nacionales en los que no se valora una campaña de publicidad concreta, sino una estrategia de marketing

Además, esta identidad queda reflejada en el trofeo que reciben los galardonados. Trofeos exclusivos y personales, realizados con mimo y cuidado para hacer que cada pieza de la edición limitada que se produce cada año sea única e irrepetible.

Durante sus catorce años de historia los Premios Nacionales de Marketing se han convertido en una institución. Una plataforma visible desde la que la Asociación de Marketing de España pone en práctica los objetivos bajo los que se fundó: dar a conocer el marketing a la sociedad, intercambiar ideas y reconocer la profesión de marketing. Una profesión y una pasión.