



Finalistas a los Premios del Club de Jurados Eficacia 2024. Los ganadores se darán a conocer el 19 de septiembre en un encuentro privado en el Hotel Rosewood Villa Magna

CUPRA, KFC y Telefónica optan a la Trayectoria Publicitaria de una Marca

Madrid, 3 de septiembre de 2024.- El próximo 19 de septiembre se entregarán los trofeos Premio Eficacia a la Trayectoria Publicitaria de una Marca, Premio Eficacia a la Trayectoria Profesional, Premio Eficacia al CEO y Premio Eficacia Sub 41, otorgados por el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia en el marco de un encuentro privado que se celebrará en el Hotel Rosewood Villa Magna de Madrid.

Además, en este encuentro, tendrá lugar una mesa de debate bajo el título: “Las marcas y la eficacia. El papel del CEO”.

Estos trofeos suponen la “antesala de los Premios a la Eficacia” que convoca la Asociación Española de Anunciantes (aea) contando con la asesoría estratégica de SCOPEN, y que, ya en su 26 edición, tendrán lugar el 24 de octubre en el Teatro Real.

El Club de Jurados de los Premios a la Eficacia, que está compuesto por más de 275 profesionales que han sido jurado en alguna de las ediciones de los premios, ha decidido por votación que los finalistas a la Trayectoria Publicitaria de una Marca sean CUPRA, KFC y Telefónica.

De CUPRA, se ha valorado especialmente el haber construido, desde España, una marca nueva, pasando, en tiempo récord, a ser un referente internacional, destacando su gran trabajo en construcción de marca, en una categoría ultra competitiva, y creando una personalidad diferencial que reivindica la emoción de conducir con nuevos códigos de comunicación.

Sobre KFC, que se ha convertido en una marca referente para la generación Z, se ha puesto en valor la disrupción con la que ha roto con los convencionalismos del marketing, construyendo marca desde las conversaciones de cada punto de contacto, dando importancia a la comunidad y evidenciando que el entretenimiento vende, que lo táctico también puede ayudar a construir estrategia y que la creatividad al servicio de la eficacia es indispensable.

En cuanto a Telefónica, que este año cumple 100 años, y es una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo, con presencia en Europa y América Latina, se ha destacado cómo ha sabido transmitir, con campañas memorables y efectivas, su progreso en la conectividad, facilitando la transformación digital de muchas sociedades, y adaptándose a las nuevas tendencias del marketing digital.

Por lo que respecta a la Trayectoria Profesional, los finalistas son Jordi Rosàs (CEO de &Rosàs), Rafa Antón (socio y director creativo global de LLYC), y Ana Torres, directora de Marca en MASORANGE.

De Jordi Rosàs se ha puesto en valor su cerebro estratégico, demostrando su compromiso con la calidad publicitaria, al hacer de su agencia una referencia desde donde han salido algunas de las mejores campañas de los últimos 20 años en España, siendo grandes creadores de voces de marca en el mercado.

De Rafa Antón se comenta que es uno de los mejores y más grandes creativos españoles, amante loco de la publicidad con un gran talento con el que ha vivido dos trayectorias, en multinacional y en su propia agencia.

Sobre Ana Torres, también finalista el año pasado, se resalta su trayectoria tanto en agencia como en anunciante, defendiendo siempre la importancia de la construcción de marca incluso en las categorías con más presión promocional. Actualmente lidera la estrategia de marca del mayor grupo de telecomunicaciones del país.

Los nominados al Premio Eficacia al CEO son José María Álvarez-Pallete, de Telefónica y María Dolores Dancausa (actual presidenta de Bankinter), ya ambos en la terna del año pasado, incorporándose, en esta ocasión, Adriana Domínguez (Adolfo Domínguez).

De Álvarez-Pallete se resalta haber sido capaz de poner en valor la marca y los intangibles en un año de centenario muy especial para la compañía, y también el estar siempre cercano a la publicidad, incentivándola y entendiendo su valor.

De Dancausa se ha significado su trayectoria como ejemplo de consistencia y responsabilidad apoyando a su equipo de marketing en las apuestas tan valientes que hacen en su comunicación, creyendo en el poder de la creatividad para hacer crecer los negocios.

Sobre Adriana Domínguez se realiza su apuesta por la transformación desde el punto de vista de la innovación y la sostenibilidad, consiguiendo un cambio generacional, adecuando la marca a un target más rejuvenecido y creciendo en ventas tanto en España, su mejor mercado, como en su expansión internacional.

Y en cuanto a los finalistas al Premio Eficacia Sub 41, estos son Sandra Carrasco, directora de marketing VIPS en ALSEA; Sergio García, director de Estrategia en PS21; y Víctor Gutiérrez de Tena, director de Estrategia en EssenceMediacom España, estos últimos, también nominados el año anterior.

De Sandra Carrasco se ha apreciado su capacidad para, en poco tiempo, darle la vuelta a una marca icónica como VIPS, relanzándola y consiguiendo demostrar la eficacia de su gestión.

De Sergio García se ha comentado que es brillante, riguroso y humano. Se le reconoce su éxito liderando la planificación estratégica en PS21 y, en particular, para KFC; ha conseguido que una agencia independiente sea, dos veces consecutivas, agencia del año en los Premios Eficacia. Es embajador de la eficacia en la industria y catalizador de la creatividad.

En cuanto a Víctor Gutiérrez de Tena, se le considera uno de los planners más brillantes del país, un estratega que ha brillado tanto en agencia creativa, como de medios y en anunciante. Desde muy joven ha tenido una proyección estelar y con 23 años ya ocupaba puestos directivos. Su labor como presidente de la APG se tilda de ejemplar.

Los premios del Club de Jurados de Eficacia están patrocinados en exclusiva por Dentsu Creative, agencia creativa del grupo dentsu en España.