



V Edición del Programa Eficacia Universidades con Bankinter, Cepsa, Campofrío, Endesa, ING, y Repsol

## Francisco de Vitoria, gana en tres de las seis competiciones

*Madrid, 4 de abril de 2024.*-La universidad Francisco de Vitoria, continuando con su exitosa trayectoria de anteriores ediciones, se proclama ganadora de tres de las seis competiciones en la V edición del Programa Eficacia Universidades, enmarcada, ésta, como una de las actividades de los Premios a la Eficacia -que cuenta con la asesoría estratégica de SCOPEN-, para acercar el mundo empresarial a los estudiantes.

En esta ocasión han sido seis las empresas anunciantes colaboradoras: Bankinter, Cepsa, Campofrío, Endesa, ING, y Repsol, que expusieron sus briefings a las universidades y centros: Camilo José Cela, ESIC, Francisco de Vitoria, Miami Ad School, Navarra, Nebrija, Pontificia de Salamanca, Rey Juan Carlos, San Pablo CEU, The Atomic Garden (TAG), y Valladolid.

La universidad Francisco de Vitoria ha ganado en el caso de Bankinter, Cepsa y Repsol.

Bankinter participó junto con sus agencias Havas Group, Pixel & Pixel y Sioux meet Cyranos. El equipo ha estado liderado por la tutora Silvia Polo y compuesto por las alumnas: Victoria del Campo, Paola Fornos, Cristina Martínez, Carmen Redondo e Irene Ugalde.

Respecto a Cepsa, también estuvieron presentes las agencias Publicis e iProspect. La tutora fue Isabel Fernández-Pacheco y las estudiantes: Marta Estero, Natalia Gallego, Elna Matea, Sandra Muñoz y Clara Beatriz Oaie.

En Repsol, acompañada de las agencias DDB y Havas Media, el equipo a cargo del tutor José Luis Agra, estuvo integrado por las alumnas: Alba Amelibia, Fátima Eugenio, Beatriz Llorente, Camila Rodríguez, Lucía del Saz y Miriam Tello.

Por orden de méritos, en segundo lugar, se encuentra la universidad Camilo José Cela, que ha ganado en los casos de Campofrío y Endesa.

Campofrío asistió junto a This is Libre, MRM McCann y OMD. La tutora fue África Presol y las alumnas: Mónica Arreo, Elima Barriopedro, Samanta Cevallos y June Pascual.

Endesa lo hizo con Dentsu, Leo Burnett, y Mindshare. El tutor fue José Olivares. Y el equipo de estudiantes lo integraban Alejandro Buendía, Luis Ignacio Díaz de Aguilar, Iñigo Espinosa y Diego Nieto.

Y, en tercera posición por presentaciones ganadas, el centro de estudios Miami Ad School, que venció en el caso de ING que participaba con sus agencias Sra. Rushmore e iProspect. La tutora fue Gabriela Teixeira y los estudiantes: Gerard Blanch, Irene Cercas, Irene Donoso, Irene López, Laura Ponce y Marcos Rodríguez.

Con el exponencial crecimiento de este Programa, en total han sido 30 los equipos que han entrado este año en esta competición que introduce a los estudiantes en la realidad del mundo laboral y persigue inspirar, educar y reconocer a los jóvenes talentos del marketing y la comunicación del futuro próximo.

Durante los meses de febrero y marzo, principalmente, han tenido lugar las rondas de presentaciones, en las que los jurados han estado compuestos por nueve profesionales: tres personas por parte del anunciante, otras tres por parte de la agencia o agencias del anunciante y tres más como representantes del Club de Jurados de los Premios a la Eficacia, que han ido variando por competición.

En total, por parte del Club de Jurados han intervenido: Rafael Alférez, Amaya Coronado, Charo González, Rosa Menéndez, Vicky Nieto y Nuria Serrano.

El premio, con trofeo acreditativo, incluye invitación a los actos de 2024: Seminario Eficacia y Jornada Internacional Eficacia, así como la difusión de los ganadores en los medios de comunicación de los Premios a la Eficacia. La entrega de premios será el próximo 7 mayo, coincidiendo con el Seminario Eficacia.

Desde la Asociación Española de Anunciante se ha agradecido también al resto de universidades su participación. Todos los equipos han demostrado grandes competencias, habilidades en la presentación y una gran ilusión por adentrarse en estos proyectos que acercan el mundo de la empresa a la universidad.