



Tercer año consecutivo de récord de inscripciones

Premios a la Eficacia: XXVI edición con 284 casos

Madrid, 13 de junio de 2024.-Los Premios Eficacia registran 284 casos inscritos, un 16,8% más que el año anterior, alcanzando de nuevo un máximo histórico y protagonizando el tercer año consecutivo de récord de inscripciones.

En 2022 se inscribieron 229 casos y en 2023, 243. Estos datos evidencian la buena salud de la industria publicitaria que aspira, presentando sus mejores trabajos publicitarios, a hacerse con un Premio a la Eficacia como símbolo de excelencia y prestigio.

Para una empresa anunciante significa saber que sus marcas tienen fortaleza para competir en el mercado y generar resultados de negocio. Y, para la agencia supone posicionarse como el partner adecuado para hacerlo posible.

En total se han presentado 117 anunciantes y 171 agencias. Además, este año se han sumado como nuevos: 30 anunciantes y 63 agencias.

El ranking de anunciantes por casos inscritos lo lidera Alsea con 15, seguida de YUM! Brands con 12, Diageo y McDonald's con 9, Banco Santander con 8, Mahou San Miguel y MASORANGE con 7 y Apex, Heineken, Hijos de Rivera, P&G y Volkswagen Group España Distribución con 6.

En cuanto a las agencias, en cabeza se sitúa Carat con 27, seguida de Arena Media, Havas Media, iProspect y PS21 con 19, OMD con 17, PHD Media con 16, Dentsu X con 15, McCann Worldgroup con 13 y Fuego Camina Conmigo, MeMe, Ogilvy, TBWA\España y VML España con 12.

Respecto al ranking de casos presentados por categorías, "Mejor Acción Táctica" cuenta con 39; "Estrategia más Original y Disruptiva", 36; "Mejor Campaña Presupuesto Inferior a 250.000€ (Campañas Tácticas o de Producto/Servicio)", 27; "Mejor Campaña de Lanzamiento de Marca/Producto/Servicio", 25; "Mejor Campaña de Producto/Servicio Existente", 24; "Mejor Campaña Integrada" y "Mejor Campaña Regional/Local", 21; "Construcción de una Marca", 19; "Mejor Acción en Branded Content", "Mejor Demostración de Propósito Social de Marca" y "Mejor Campaña Internacional", 17; "Construcción de Comunidad y Audiencia Propia", 15, y "Mejor Campaña de ONG", 6.

Prácticamente todos los sectores con inversión publicitaria están representados en esta lista larga: administración, alimentación y bebidas, audiovisuales, automoción, belleza e higiene, distribución, entretenimiento, finanzas, fundaciones, juguetería, medios de comunicación, restauración, salud, seguros, telecomunicaciones, etc.

En palabras del presidente del Jurado Eficacia 2024, Rafael Fernández de Alarcón, director Global de Marca, Patrocinios y Medios de Telefónica, “los Premios a la Eficacia nos reúnen a todos los actores del marketing y la publicidad poniendo en valor a cada una de las partes necesarias para el resultado más eficaz, el que engrandece nuestro sector en la economía, del que aprendemos y nos inspira”.

Jurado Eficacia 2024

El jurado, que ya desde hoy en su primera reunión ha comenzado a trabajar en el análisis de los casos acompañando a Rafael Fernández de Alarcón, está compuesto por otros dieciséis profesionales de la industria:

- . Elisa Brustoloni, CEO de dentsu X.
- . Olivia Calafat, CMO Wallapop.
- . Sarah Chemouli, CMO de P&G España.
- . Natalia Echeverría, chief Marketing & Digital officer de McDonald`s España.
- . Fernando Fascioli, president UK & Europe Chairman Latin America de McCann Worldgroup / Jurado Internacional.
- . Rafael Gandía, director de Marketing y Comunicación de Grefusa.
- . Iñigo de Luis, head of Strategy de Arena Media / Representante APG.
- . Rafael Martínez de Vega, chief Marketing officer de GroupM.
- . Úrsula Mejía, Marketing director Southern Europe de Diageo.
- . Paco Mendoza, CEO de Publicis España, Digitas WSMG*,Nurun.
- . Santiago Miguélez, director de Marketing para España y Portugal, de Hijos de Rivera.
- . Carme Miró, CEO & New Thinking Officer de APPLE TREE.
- . Juan Manuel de la Nuez, presidente de Help! Ideas buenas.
- . Ileana del Río, head Qualitative Area de GfK / Representante I + A.
- . Germán Silva, founder & CEO de PINK.
- . Soco Trejo, consultora independiente / Representante Club de Jurados.
- . Co-Secretarios: Silvia Bajo, directora general aea y César Vacchiano, presidente & CEO SCOPEN.

Al jurado ya presentado anteriormente en la apertura de la edición en el pasado mes de abril, se le han dos profesionales más, debido a la suma de casos inscritos, tanto por parte del anunciante, Olivia Calafat (Wallapop), como por parte de la agencia, Carme Miró (APPLE TREE).

Estos galardones alcanzan ya un histórico de 3.807 casos inscritos, 861 trofeos entregados, 1.007 anunciantes, 619 agencias participantes y más de 260 jurados. El próximo 24 de octubre se celebrará la Gala de Entrega de Premios Eficacia 2024 en el Teatro Real.

Patrocinadores y Colaboradores

En esta edición los patrocinadores son JCDecaux, Jungle, NewixMedia, OMG y Vocento.Medios.

Colaboran con los Premios a la Eficacia la Asociación de Agencias de Medios (am), la Asociación de Agencias de Creatividad Transformadora (ACT), la Asociación Española de Planificadores Estratégicos (APG Spain), AUTOCONTROL, la Branded Content Marketing Association (BCMA), el Club de Creativos (c de c), e Insights + Analytics España (i+a).

Se adjunta Lista Larga Premios Eficacia 2024.