

## 93 casos finalistas en los Premios a la Eficacia 2016

*Campofrío, Coca-Cola e IKEA son los anunciantes con más casos en lista corta, mientras que McCann es la agencia con más campañas finalistas*

*Madrid, 13 de septiembre de 2016.*- Los premios a la Eficacia siguen en línea ascendente y paralela con la inversión publicitaria en España que este segundo semestre ha crecido en medios un 4,7% respecto al año anterior influyendo así positivamente en la sociedad y en la economía.

La motivación del sector publicitario año tras año se vuelca en el festival que justamente premia la esencia de su trabajo, la eficacia. En esta XVIII edición son 93 los casos que ya tienen el premio de haber pasado a ser finalistas, un 56,7% de los que concursaban (166), entre los que se encuentran 65 anunciantes y 52 agencias.

La Asociación Española de Anunciantes, entidad convocante, con la asesoría estratégica y organización de SCOPEN, desvelará el próximo 27 de octubre, en el Teatro Real, quiénes son los galardonados en una Gala que aunará también el espectáculo y la diversión.

Las empresas anunciantes con más casos nominados en las diferentes categorías son Campofrío, Coca-Cola, e IKEA, con 4. Por parte de las agencias se sitúan McCann con 11, Arena Media con 10 y Sra. Rushmore con 7.

Por lo que respecta a las categorías, “Eficacia en Comunicación Comercial” registra 43 casos; Eficacia en Medios”, 15; “Eficacia en Comunicación Comercial con un Presupuesto Inferior a 250.000 euros”, 13; categoría especial “Internacionalidad”, 6; categoría especial “Responsabilidad Social”/“ONG”, 6; categoría especial “Responsabilidad Social” / “Empresa”, 5; y categoría especial “Regional/Local”, también 5.

Como afirma el presidente del Jurado Jordi García Taberner, director general de Comunicación y Gabinete de Presidencia de Gas Natural Fenosa, “los Premios a la Eficacia cumplen e incluso superan las expectativas positivas de todos los que formamos parte de esta industria, y son esenciales para poner en valor la aportación de la publicidad al desarrollo de la economía española”.

En esta tarea, a García Taberner le acompañan Elena Cabrero, directora de Publicidad de Orange España; Rafael Calleja, director General de Havas Media Iberia; Raimon Casals, Global Media & Digital manager de GB Foods; Amaya Coronado, head of Strategy de LOLA MullenLowe, y representante de APG; Bill Derrenger, vicepresidente del Sur de Europa de Clear Channel; Marta Escuín, Client Service director de Ipsos Connect, y representante de ANEIMO; César Hernández, director general de Marketing de Grupo Mahou-San Miguel; Fernando Lázaro, cofounder & chief creative officer de BTOB; Julio Paredes, director general de Tiempo BBDO; Antonio Pascual, consejero delegado de Mi Querido Watson; y Eva Saulea, head of Media España y Portugal de Henkel Ibérica. Lidia Sanz, directora general de la aea, y César Vacchiano, presidente y CEO de SCOPEN, participan como secretarios del Jurado.

[Patrocinadores y Colaboradores](#)

Los Premios a la Eficacia cuentan con el patrocinio de Clear Channel, CMVocento, Mediacom, y The Walt Disney Company. GroupM es patrocinador en exclusiva de todas las actividades del Club de Jurados de los Premios a la Eficacia.

Colaboran la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria, AEACP; la Asociación de Agencias de Medios, AM; la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión Pública, ANEIMO; la Asociación Española de Planificadores Estratégicos, APG; la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, AUTOCONTROL; y el Club de Creativos (c de c).

*Más información:*

*Convoca:*

**anunciantes**  
Comunicar para crear valor

Asociación Española de Anunciantes

Elena Pérez del Monte

Tel.: 91 556 03 51  
elenap@anunciantes.com

*Asesoría estratégica y organización:*

**SCOPEN**

SCOPEN

Elisa Moreno

Tel.: 91 702 11 13  
emoreno@scopen.com