

## 109 casos finalistas en los Premios a la Eficacia 2021

*KFC y Volkswagen son los anunciantes con más casos en lista corta, mientras que el ranking de las agencias lo lidera Arena Media seguida de McCann*

*Madrid, 14 de septiembre de 2021.-* Los Premios a la Eficacia 2021 han obtenido una lista de finalistas de 109 casos, prácticamente un 50% de los 217 inscritos. En esta XXIII edición son en total 60 anunciantes y 71 agencias los que siguen en competición en esta última fase.

La Asociación Española de Anunciantes, entidad convocante, con la asesoría estratégica de SCOPEN, desvelará los galardonados el próximo 28 de octubre; será en la Gala de Entrega de Premios que tendrá lugar en el Teatro Real de Madrid y que se desarrollará de forma presencial, con retransmisión en streaming.

El ranking de empresas anunciantes con más casos finalistas en las diferentes categorías lo lidera KFC con 7, seguido de Volkswagen con 6, y de Bankinter, Burger King, Heineken e IKEA con 4.

Por parte de las agencias se sitúa Arena Media con 12, McCann con 11, y PS21 con 8.

Por lo que respecta a las categorías, Mejor Acción Táctica está en primer lugar, con 16; le sigue Mejor Campaña de Producto/Servicio, con 14; Categoría Especial Presupuesto Inferior a 200.000€ (campañas tácticas o de producto / servicio), con 10; Mejor Campaña Integrada y Estrategia Más Innovadora, con 9; Construcción de una Marca, Mejor Acción en Branded Content y Categoría Especial Relevancia Social de una Marca, con 8; Mejor Campaña Regional/Local, con 7; Mejor Campaña a través de Medios Ganados y Categoría Especial Internacionalidad, con 6 y Mejor Campaña en Medios Propios y Categoría Especial Mejor Campaña de ONG, con 4.

Como afirma el presidente del Jurado, Javier Riaño, Vice President, Beauty Iberia - Brand Operation Spain de Procter & Gamble, “los Premios a la Eficacia suponen la excelencia de aunar tres pilares fundamentales: una estrategia ganadora basada en el conocimiento del consumidor, una transformación creativa sobresaliente que permite emocionar al público y volver relevante la propuesta del producto y la obtención de unos resultados. Todo ello es lo que da importancia a la palabra eficacia”.

A Javier Riaño le acompañan en el jurado: Laura Durán, Chief Marketing Officer, IKEA Ibérica; Alfonso Fernández, Chief Marketing & Digital Transformation Officer, Samsung Electronics; Ester García Cosín, CEO, Havas Media Group Spain; Juan García-Escudero, Chief Creative Officer, TBWA España; Víctor Gutiérrez de Tena (*Representante y Presidente APG*); Sonia Marruedo, Head of Media & Digital, Reckitt Benckiser Healthcare Iberia; Rosa Menéndez (*Representante del Club de Jurados*); Isahac Oliver, Director Creativo Ejecutivo y Socio, &Rosàs; Curro Palma, Managing Director, Contrapunto BBDO Madrid; Pablo Pérez, Head of Market Insights Spain and

Portugal, Google España (*Representante I + A*); Francisco Samper, CEO Latin America, MullenLowe Group (*Jurado Internacional*) y Ana Torres, Directora de Marca, Grupo MÁSMÓVIL.

Lidia Sanz, Directora General de la aea, y César Vacchiano, Presidente & CEO de SCOPEN, son los secretarios del Jurado.

### **Patrocinadores y Colaboradores**

Los Premios a la Eficacia cuentan con el patrocinio de años anteriores de CMVocento, JCDecaux y YouTube, habiéndose incorporado en esta edición Accenture Interactive y Salesforce.

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 Insight + Analytics España (I+A).

*Más información:*

*Convoca:*



Asociación Española de Anunciantes

Elena Pérez del Monte

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

*Asesoría estratégica y organización:*



SCOPEN

Elisa Moreno

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