



Entrega de los galardones que concede el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia

Premio Eficacia a la Trayectoria Publicitaria de una Marca: Cupra

Madrid, 19 de septiembre de 2025.- Ayer, en el Teatro Real de Madrid se entregaron los galardones que concede el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes (aea), y que cuentan con la asesoría estratégica de SCOPEN.

El Club de Jurados de los Premios a la Eficacia, cuyo presidente es Javier Riaño, está integrado por más de 290 profesionales de la industria de la comunicación comercial que han formado parte de alguna de las ya 26 ediciones de los Premios a la Eficacia.

El Premio Eficacia a la Trayectoria Publicitaria de una Marca ha sido para Cupra; el Premio Eficacia a la Trayectoria Profesional ha recaído en Rafa Antón (socio fundador de CHINA parte de LLYC y director creativo Global de LLYC); el Premio Eficacia al CEO o máximo ejecutivo de una compañía, que se entrega en colaboración con la ACT (Asociación de Agencias de Creatividad Transformadora), ha sido para Adriana Domínguez (Adolfo Domínguez) y el Premio Eficacia Sub 41 se le ha otorgado a Sergio García (Strategy director, PS21).

De Cupra se ha resaltado que ha protagonizado, partiendo de cero, una de las construcciones de marca más potentes y eficaces del reciente panorama español. Nacida como submarca deportiva de SEAT, en apenas cinco años ha logrado posicionarse como una marca independiente, aspiracional y global, con un imaginario propio basado en el diseño, la innovación y la actitud desafiante. Ha conseguido no solo diferenciarse en el saturado mercado de la automoción, sino también generar valor económico real: crecimiento exponencial en ventas, reconocimiento global y presencia en mercados clave de Europa.

Ignasi Prieto, Cupra CBO (Chief Brand Officer) y Patrick Sievers, Cupra CMO (Chief Marketing Officer), recogieron el premio y tras las palabras de agradecimiento hacia el Club de Jurados, las agencias y los trabajadores de la compañía, destacaron el gran talento que hay en España con una calidad publicitaria muy alta e indiscutiblemente por encima a la de otros países europeos. También incidieron, como clave del éxito, en enfocarse en crear una marca de valor y no de volumen, para ello desde Cupra se han apoyado en equipos muy fuertes en creatividad, y, entre otros aspectos, escogiendo el deporte como actividad que genera valor y esfuerzo.

Respecto a Rafa Antón, se ha comentado que es una figura imprescindible en la publicidad española contemporánea, una de las mentes más profundas, creativas, estratégicas, y brillantes de España. De gran espíritu emprendedor y con una capacidad sostenida de adaptación a los cambios de la industria, ha creado plataformas de comunicación inolvidables, redefinido el rumbo de marcas, encontrado caminos inesperados, y siempre con trabajo real para la calle, para la gente, con resultados tangibles en el negocio. Su legado no solo se mide en premios, sino en la influencia duradera que ha ejercido sobre generaciones de creativos y marcas.

Antón, que asimismo hizo un reconocimiento hacia los finalistas que le acompañaban, pronunció un discurso muy emotivo en el que, con gran humildad, destacó la importancia de pararse a mirar por el retrovisor y agradecer a todos “los secundarios”, ya que “todos somos secundarios en la trayectoria de alguien” para ayudarles a crecer. “Hacen falta maestros que enseñen el oficio”, afirmó, y no pasa nada si no eres el mejor si abrazas tu particular forma de ser, hacer y distinguirse. De sí mismo confirmó su rasgo de perseverante e insistente como única manera para construir marca, estas que son parte de la sociedad y actúan como altavoces, porque expresó “nos dedicamos a una sola cosa, vender, pero también en ese proceso con nuestras campañas, a aportar cierta belleza al mundo”.

Sobre Adriana Domínguez se ha realizado 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.

Adriana Domínguez agradeció este premio y comentó que le hacía especial ilusión al provenir del territorio de las marcas cuyo valor es un intangible que en las empresas cotizadas se suele medir mal. Por eso le supone una satisfacción que la visión de la marca a largo plazo evidencie dónde está el negocio ya que sin valores ni atributos no se alcanzaría el éxito. Alabó el gran trabajo que hay detrás, en su caso siendo marca B Corp, de autor, en la que cada seis meses empiezan desde cero y dedican esfuerzo para ser sostenibles.

Por lo que respecta a Sergio García (Strategy director, PS21) se dice que es un “pura sangre de la estrategia” y también de la creatividad arriesgada y basada en la investigación, con un enfoque innovador que ha impulsado el reconocimiento de PS21 como referente. Se acentúa su liderazgo intelectual siendo un comunicador, inspirador y docente influyente con alcance nacional e internacional a pesar de su juventud. Uno de los responsables del éxito de Jungle y KFC. Su aportación es fundamental en la consecución de los mejores resultados que redundan en campañas eficaces con impacto directo en ventas y de alto valor para las marcas.

Sergio García dio la enhorabuena a todos los finalistas, agradeció al Club y dijo sentirse con el síndrome del impostor como si se aprovechara del trabajo de mucha gente. “Este reconocimiento si tiene sentido es sobre todo por el trabajo que ponemos en la calle”, afirmó, “una cultura en la que la creatividad y la estrategia son inseparables”. “Gracias a los Eficacia”, manifestó, “sobre todo a los que os dejáis la vida escribiendo casos”, “gracias por sembrar esa obsesión por entender la creatividad eficaz que me ha llevado a investigar, aprender, estudiar y tratar de devolver algo por el camino”. “Hablar de eficacia es hablar de diferenciarnos, de responder a una pregunta que te pone en tu sitio, ¿hemos conseguido o no nuestro objetivo? De eso va la eficacia, de estudiar las bases, no de fórmulas mágicas ni certezas absolutas”.

Conversa efk: “habla la eficacia”

En este acto se presentó, además, Conversa efk, una plataforma conversacional que contiene una biblioteca que compendia todo el conocimiento acumulado en 28 años de historia de los Premios Eficacia, creado por Darwin & Verne para estos galardones.

En principio Conversa efk estará solo abierta a los miembros del Club de Jurados de los Premios Eficacia, que tendrán la oportunidad de visualizar y descargar casos premiados, además de que puede servir de inspiración en la fase de escritura de estos y también se le pueden lanzar preguntas.

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

Pies de foto:

Premio Eficacia a la Trayectoria Publicitaria de una Marca para Cupra

De izquierda a derecha: Silvia Bajo, directora general de la Asociación Española de Anunciantes (aea); Marta Gutiérrez, CEO de Dentsu Creative Spain; Patrick Sievers, Cupra CMO (Chief Marketing Officer); Ignasi Prieto, Cupra CBO (Chief Brand Officer) y César Vacchiano, presidente & CEO de SCOPEN.

Premio Eficacia a la Trayectoria Profesional para Rafa Antón

De izquierda a derecha: Javier Riaño, presidente del Club de Jurados de los Premios Eficacia; Silvia Bajo, directora general de la Asociación Española de Anunciantes (aea); Rafa Antón (socio fundador de CHINA parte de LLYC y director creativo Global de LLYC) y César Vacchiano, presidente & CEO de SCOPEN.

Premio Eficacia al CEO o máximo representante de la compañía para Adriana Domínguez (Adolfo Domínguez)

De izquierda a derecha: Sarah Chemouli, presidenta de la Comisión de Eficacia en el Consejo Directivo de la aea; Adriana Domínguez CEO de Adolfo Domínguez y Ricardo del Campo, miembro del Comité Ejecutivo de la Asociación de Creatividad Transformadora (ACT).

Premio Eficacia Sub 41 para Sergio García (Strategy director, PS21)

De izquierda a derecha: Silvia Bajo, directora general de la Asociación Española de Anunciantes (aea), Sergio García (Strategy director, PS21) y César Vacchiano, presidente & CEO de SCOPEN.

Todos los premiados

De izquierda a derecha: Adriana Domínguez (CEO de Adolfo Domínguez); Sergio García (Strategy director, PS21); Rafa Antón (socio fundador de CHINA parte de LLYC y director creativo Global de LLYC); Patrick Sievers, Cupra CMO (Chief Marketing Officer) e Ignasi Prieto, Cupra CBO (Chief Brand Officer).