



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: Banco Sabadell

Madrid, 18 de septiembre de 2026.- 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 300 profesionales de la industria de la comunicación comercial que han formado parte de alguna de las ya 27 ediciones de los Premios a la Eficacia.

El Premio Eficacia a la Trayectoria Publicitaria de una Marca ha sido para Banco Sabadell; el Premio Eficacia a la Trayectoria Profesional ha recaído en David Colomer (CEO de OMNICOM MEDIA); 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 Ana Botín (Banco Santander) y el Premio Eficacia Sub 41 se le ha otorgado a Inés Fonseca (Head of European Whisky Hub de Diageo).

De Sabadell se ha resaltado que, a lo largo de los años, ha sabido crear un código y posicionamiento único, integrando branding, patrocinio y negocio, ganando consideración en diferentes segmentos y productos, evolucionando de narrativas financieras a más humanas, consiguiendo convertirse en uno de los 5 grandes bancos nacionales y un referente en banco de empresas y particulares. Como hito reciente, ha conseguido frenar una OPA apoyándose, como una palanca más, en la comunicación realizándola de una forma integrada y disruptiva, con una dirección de arte única y diferencial.

Carlos Ventura, consejero director general de Negocios en España y Marta Milleiro, CMO y subdirectora general de Banco Sabadell recogieron el premio. Ventura agradeció al Club de Jurados de los Premios Eficacia y a la AEA específicamente por “ayudarnos cada día”. Y también tuvo una mención para sus agencias y equipos. Hizo un recorrido por la trayectoria del banco en el que tanto ha ayudado la publicidad para ir afianzando etapas de éxitos. De banco de nicho, pequeño y de empresa, se remontó a principios del siglo XXI cuando ya les querían comprar, pasando por la crisis en 2008 de Lehman Brothers, momento en que dieron el salto a particulares, pasando de 2 a 3 millones de clientes. En todo este trayecto y en medio de crisis bancarias tuvo mucho que ver la publicidad para ayudarles, desde por ejemplo “Estés donde estés” a “poder elegir es tu poder” lema reciente en el proceso de OPA hostil lanzada por el BBVA sobre el banco Sabadell que fracasó oficialmente a mediados de octubre de 2025. Y a futuro se posicionan con “ser de los que hacen”.

Marta Milleiro también agradeció este premio de trayectoria a todos los equipos de marketing que han pasado a lo largo de los años por el banco y a las agencias creativas y de medios.

Respecto a David Colomer (OMNICON MEDIA) se ha valorado especialmente que, por su gran bagaje profesional, haya sido elegido para liderar la parte de medios de la fusión entre IPG y OMD, lo cual ya expresa la importancia de su trayectoria.

Colomer, que asimismo hizo un reconocimiento hacia los finalistas que le acompañaban, y dijo sentirse muy honrado por este premio, pronunció un discurso muy emotivo en el que gran protagonismo fue para su familia, sus padres como guías, “pertenecen a esa generación a la que tanto debe España”; su mujer como su sostén y soporte vital, “parte fundamental de lo que yo llamo libertad” y sus hijos como su ancla, a los que reconoció en sus fortalezas y a los que también pidió perdón por sus ausencias.

“Tener buenos guías, un buen consejo y el amor incondicional de los que solo quieren lo mejor para ti es un enorme privilegio.” “El amor es la justa medida de la ternura y la firmeza”, destacó.

En 33 años de vida profesional, afirmó haber pasado de vivir en la Barcelona olímpica cuando escaseaban los espacios y estímulos a la actual en la que lo que falta es atención y sobra contenido y hacer comunicación eficaz es más difícil que nunca.

Tras su paso por siete países, entre ellos Colombia, Argentina, Reino Unido, EEUU, extrae grandes aprendizajes “no ocurre nada importante si no estás dispuesto a equivocarte”, “el peligro viene cuando confundes lo que tienes con lo que eres”, “el tiempo es uno de esos lujos que no puedes perder”. Pero, sobre todo, tras vivir fuera de España y tratar con cientos de clientes afirma no encontrar ni una sola razón por la que el talento español se deba de sentir acomplejado. “Los españoles sabemos trabajar y encontrar soluciones que no estaban en ningún otro sitio, tenemos una gran capacidad de adaptarnos y principalmente tenemos algo muy importante: la solidaridad”. Como deseo para seguir avanzando se guía por “crecer haciendo crecer”, esto va, subrayó, “de las personas que nos acompañan, de ayudarse los unos a los otros”.

Sobre Ana Botín se ha destacado que ha sabido dejar su impronta en un proyecto tan personalista como era el de su padre.

Por lo que respecta a Inés Fonseca (Diageo) se la ha distinguido por “estar detrás de algunos de los casos creativos más comentados del sector”. También combina estrategia, construcción de marca y resultados. Con su juventud ya ha pasado por grandes marcas dejando una importante impronta, coordinando estrategias en múltiples mercados con dinámicas culturales muy distintas. Además, practica la docencia y el arte. Una humanista ética e innovadora.

Inés Fonseca en su discurso resaltó la necesaria reivindicación del humanismo y la sensibilidad en el mundo corporativo en el que se puede aunar la construcción de marca con el propósito y entregar crecimiento de negocio. A eso se llama “eficacia”, afirmó. Dio la enhorabuena a los compañeros finalistas de su categoría y al resto de nominados y premiados, agradeció a la AEA por este reconocimiento, “brutal” recogerlo, señaló, a más de 600 km del lugar donde nació y de donde se vino hace ya 15 años. Tras dos décadas de carrera en el mundo corporativo y pasar por siete empresas multinacionales, siente que este trabajo da la suerte de ser artífices de marcas y productos “que tanto nos hicieron felices; es casi una especie de pago de deuda vital,

lo de poner nuestro talento y esfuerzo al servicio de marcas que fueron una vez el sueño de alguien, y que en un fugaz momento de su historia nos dan el honor y la responsabilidad de que las cuidemos". Afirmó sentir su oficio con deferencia, espíritu de servicio y amor. "Hay que luchar por traer más humanismo, ética e innovación", resaltó.

"La trastienda de la eficacia"

En este acto se presentó, además, "La trastienda de la eficacia", un espacio que inaugura los podcasts de Dentsu como patrocinador en exclusiva del Club de Jurados de los Premios Eficacia.

En esta edición se han grabado 4 episodios, uno primero con el presidente del Jurado, Javier Riaño y la CEO de dentsu, Marta Gutiérrez, junto con la directora general de la AEA, Silvia Bajo y el presidente y CEO de SCOPEN, César Vacchiano, para introducir el territorio Eficacia. Otro en el que se contó con la consultora/investigadora Nuria Serrano, que dio a conocer en exclusiva los resultados de un estudio de investigación. Y, por último, la explicación de dos grandes premios, uno el de 2021 que correspondió a Heineken, y en el que participaron Emilia Gutiérrez Díez de los Ríos, Sr. Brand Manager The Heineken Company; Guillermo Fernández y Juan Pedro Moreno, director creativo y director creativo ejecutivo de Ogilvy, respectivamente y María González Ros, directora de Servicio al Cliente en dentsu X Spain.

Y otro, el de 2025, Pikolín, que contó con la intervención de Ana Robledo, directora de Marketing y Comunicación de Pikolín e Iñigo de Luis, director de Planificación Estratégica en Arena Media.

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

Pies de foto:

Premio Eficacia a la Trayectoria Publicitaria de una Marca para Banco Sabadell

De izquierda a derecha: César Vacchiano, presidente & CEO de SCOPEN; Elisa Brustoloni, CEO de Dentsu X; Marta Milleiro, CMO y subdirectora general de Banco Sabadell; Carlos Ventura, consejero director general de Negocios en España de Banco Sabadell; y Silvia Bajo, directora general de la Asociación Española de Anunciantes (AEA).

Premio Eficacia a la Trayectoria Profesional para David Colomer (CEO de OMNICOM MEDIA)

De izquierda a derecha: Silvia Bajo, directora general de la Asociación Española de Anunciantes (AEA); David Colomer (CEO de OMNICOM MEDIA) y César Vacchiano, presidente & CEO de SCOPEN.

Premio Eficacia Sub 41 para: Inés Fonseca (Head of European Whisky Hub de Diageo)

De izquierda a derecha: César Vacchiano, presidente & CEO de SCOPEN; Inés Fonseca (Head of European Whisky Hub de Diageo) y Silvia Bajo, directora general de la Asociación Española de Anunciantes (AEA).

Todos los premiados

De izquierda a derecha: Silvia Bajo, directora general de la Asociación Española de Anunciantes (AEA); David Colomer (CEO de OMNICON MEDIA); Marta Milleiro, CMO y subdirectora general de Banco Sabadell; Inés Fonseca (Head of European Whisky Hub de Diageo) y César Vacchiano, presidente & CEO de SCOPEN.

Trastienda de la Eficacia. Video-resumen:

<https://www.youtube.com/watch?v=bFbAsLEGtn0>

Podcast número 1:

<https://www.youtube.com/watch?v=YscFL7OkqD0>