



Finalistas a los Premios del Club de Jurados Eficacia 2025. Los ganadores se darán a conocer el 18 de septiembre en un encuentro privado en el Teatro Real

CUPRA, KFC y Pikolin optan a la Trayectoria Publicitaria de una Marca

Madrid, 4 de septiembre de 2025.- El próximo 18 de septiembre se entregarán los trofeos Premio Eficacia a la Trayectoria Publicitaria de una Marca, Premio Eficacia a la Trayectoria Profesional, Premio Eficacia al CEO y Premio Eficacia Sub 41, otorgados por el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia en el marco de un encuentro privado que se celebrará en el Teatro Real de Madrid.

Estos trofeos suponen la “antesala de los Premios a la Eficacia” que convoca la Asociación Española de Anunciantes (aea) contando con la asesoría estratégica de SCOPEN que, ya en su 27 edición, tendrán lugar el 23 de octubre, también en el Teatro Real.

El Club de Jurados de los Premios a la Eficacia, que está compuesto por más de 290 profesionales que han sido jurado en alguna de las ediciones de los premios, ha decidido por votación que los finalistas a la Trayectoria Publicitaria de una Marca sean CUPRA, KFC y Pikolin.

De CUPRA se resalta 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.

Sobre KFC se ha valorado que, en poco más de un lustro, ha pasado de ser casi un recuerdo, a convertirse en una marca icónica para toda una generación que suele hacer zapping emocional con la publicidad. Con su enfoque atrevido, que mezcla creatividad en cada punto de contacto, mucho entretenimiento, y una defensa inteligente de lo táctico como motor estratégico, ha logrado ser la marca del sector QSR que más partido le saca a cada euro invertido. Supone un cambio total de paradigma en los patrones del marketing, con un modelo de construcción de marca fresco y diferente.

En cuanto a Pikolin, se ha destacado su valentía, innovación, y creatividad con una marca referencial del consumo en España que ha sabido mantenerse muy actual, con valores de prestigio e imagen de calidad a lo largo de décadas. Asimismo, se ha apreciado que siga liderando una categoría funcional haciendo uso de la marca y de la comunicación para diferenciarse, en un mercado tan fragmentado de competidores, conectando y defendiendo el valor de sus productos, ligando la emocionalidad y siguiendo una misma línea en sus campañas, llegando al consumidor a través de los sueños, yendo más allá del precio o la calidad técnica.

Por lo que respecta a la Trayectoria Profesional, los finalistas son Rafa Antón (socio fundador de CHINA parte de LLYC y director creativo Global de LLYC), Alex Pallete (founder & chief Strategy Officer, Picnic) y Ana Robledo, (directora de Marketing y Comunicación, Pikolin).

De Rafa Antón se comenta 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, y 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.

Sobre Alex Pallete se pone de relieve su valía en la construcción de marcas defendiendo el valor de la estrategia, pero también llevándola a otros lugares diferentes no tan publicitarios. Tras una larga trayectoria en el mundo de la publicidad, en los últimos años ha sido capaz de apoyar el posicionamiento de algunas de las mejores marcas españolas. Su contribución al pensamiento estratégico en este país, su mirada elevada y narrativa impecable, se une a su perseverancia como empresario y su generosidad como consejero. Sin duda integra una nueva generación de liderazgo con impacto empresarial, cultural y formativo.

Respecto a Ana Robledo, se destaca cómo combina visión/rigor y pasión en la construcción de la marca Pikolin, a la que ha dado la vuelta con un presupuesto moderado, desarrollando campañas publicitarias originales, innovadoras y atrevidas, superadoras del territorio tradicional y estereotipado del "descanso". Se admira su valentía, ilusión, liderazgo y autoexigencia haciendo esta profesión más relevante no sólo en Madrid sino en otro mercado como es Aragón.

Los nominados al Premio Eficacia al CEO son Adriana Domínguez (Adolfo Domínguez); Antonio Huertas (MAPFRE) y Carlos Torres (BBVA).

Sobre Adriana Domínguez se realza 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.

En cuanto a Antonio Huertas, se valora que ha convertido a MAPFRE en mucho más que una aseguradora: en un modelo de gestión que equilibra resultados, propósito y cercanía. Desde que asumió la presidencia en 2012, ha consolidado la posición del grupo como líder en el sector asegurador, manteniendo una rentabilidad constante, reforzando la red física en un entorno digital y apostando por una visión a largo plazo que sitúa a las personas en el centro. Ha construido la marca de referencia, la más valorada y con mejor reputación en el sector asegurador invirtiendo sustancialmente menos que sus competidores.

En lo relativo a Carlos Torres, se le reconoce su liderazgo en la transformación digital que se ha visto plasmado en estrategias de marketing apostando por la innovación y la sostenibilidad, pilares básicos que han impulsado el crecimiento y la rentabilidad del banco, combinando la escala global con la local, adaptándose a las necesidades de sus clientes y mercados. Igualmente, es destacable su impulso, a lo largo de los años, del papel de la educación, de ahí la plataforma Aprendemos Juntos y el impacto social de BBVA. Todo ello simboliza parte de la contribución del banco al progreso económico y social.

Y en cuanto a los finalistas al Premio Eficacia Sub 41, estos son Sergio García (Strategy director, PS21); Inés Fonseca (head of Marketing Johnnie Walker, Diageo) y Ricardo Zafra (head of Marketing Acceleration Spain & Southern Europe, Pernod Ricard).

De Sergio García 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.

Por lo que respecta a Inés Fonseca, se subraya su perfil humanista y su faceta como gran defensora de la creatividad, con un enfoque multidisciplinar y una trayectoria multinacional en grandes marcas a las que eleva consiguiendo grandes éxitos con campañas basadas en acciones que llegan de manera cercana y son muy premiadas en festivales.

Sobre Ricardo Zafra se destaca que ha llevado a sus marcas al siguiente nivel, con su innato impulso transformador, diseñando cada proyecto para dar vida al propósito de la marca, haciéndolas culturalmente relevantes y, al tiempo, repercutiendo positivamente el impacto en el negocio. También se ha valorado su posicionamiento como presidente de la BCMA desde la que impulsa el Branded Content como palanca estratégica para generar brand lovers.

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