



Premios Eficacia: VI Edición del Programa Eficacia Universidades con Campofrío, El Corte Inglés, ING, Moeve, Repsol y Telefónica

Gana una gran diversidad de universidades

Madrid, 6 de mayo de 2025.-La VI edición del Programa Eficacia Universidades ha demostrado la disparidad de talento reunido por parte de las diferentes universidades participantes. En concreto, son seis ganadoras distintas, de las once que han concurrido a las competiciones de las seis empresas anunciantes colaboradoras. Esta actividad de la Asociación Española de Anunciantes, desarrollada con la asesoría estratégica de SCOPEN, está valorada como una gran oportunidad para los estudiantes de los últimos años en su iniciación al mundo laboral.

Las universidades y centros de estudio que han participado han sido los de Alicante, Camilo José Cela, ESIC, Francisco de Vitoria, Jaime I, Miami Ad School, Nebrija, País Vasco, San Pablo CEU, UNIR y Valladolid.

Para Campofrío ha ganado la Universidad de Nebrija; para El Corte Inglés, la Universidad Camilo José Cela; para ING, la Universidad de Valladolid; para Moeve, la Universidad Jaume I; para Repsol, la Universidad Francisco de Vitoria y en el caso de Telefónica, la Universidad CEU San Pablo.

Durante el pasado mes de abril han tenido lugar las rondas de presentaciones en las que los jurados han estado compuestos por nueve profesionales: tres personas de la empresa anunciante, otras tres de la agencia o agencias del anunciante y tres más como representantes del Club de Jurados de los Premios a la Eficacia, que han ido variando por competición.

En total, por parte del Club de Jurados han intervenido Marta Fontcuberta, Juan García-Escudero, Rosa Menéndez, Isabel Ontoso y Nuria Serrano.

Campofrío participó junto con sus agencias MRM, OMD y This is Libre como miembros del jurado. El equipo vencedor de la Universidad de Nebrija ha estado liderado por la tutora Diana Sánchez y compuesto por los alumnos Sergio González, Mario Juárez, Carlos Urrutia y Lucía Vicente.

El Corte Inglés también estuvo presente con su agencia Ogilvy en el jurado. La tutora del equipo ganador de la Universidad Camilo José Cela fue África Presol y las estudiantes: Mónica Arreo, Elima Barriopedro, Samanta Cevallos, Alba Ovejero y June Pascual.

Respecto a ING, que estuvo acompañada de sus agencias iProspect, Sra Rushmore y Fuego Camina Conmigo en el panel de jurados, la tutora de la Universidad de Valladolid fue Noemí Martín. Los estudiantes triunfadores: Andrea Alonso de Alba, María Calvo, Marina Cuadrado, María del Carmen Hernández y Daniel Martín.

Moeve también contó en la competición con sus agencias iProspect y Publicis. El equipo vencedor a cargo de la tutora Cristina González Oñate, de la Universidad Jaime I, estuvo integrado por los alumnos: Paula Abella, Paula Alberola, Beatriz Baena, Marta Bueno e Ignacio Cervera.

Repsol contó en el jurado con representantes de sus agencias DDB y Dentsu. El tutor de la Universidad Francisco de Vitoria fue Óscar Fernández y el equipo que triunfó lo integraron Elna Matea García, Natalia Gallego, Miguel Martínez, Sandra Perea y Cristina Suso.

En el caso de Telefónica, con sus agencias Havas, Quelinka y The Tintirin Team en el jurado, el tutor que lideró al equipo victorioso de la Universidad San Pablo CEU fue Fernando Marugán. Los alumnos: Raquel Bellagona, Cristina García, Patricia Granadino, Sofía Mora y Candela Pauli.

En total han sido 30 los equipos que han entrado este año en el Programa Eficacia Universidades que introduce a los estudiantes en la realidad del mundo laboral y persigue inspirar, educar y reconocer a los jóvenes talentos del marketing y la comunicación del futuro próximo.

El premio, con trofeo acreditativo, incluye invitación a los actos de 2025: Seminario Eficacia y Jornada Internacional Eficacia, así como la difusión de los ganadores en los medios de comunicación de los Premios a la Eficacia. La entrega de premios será el próximo 21 mayo, coincidiendo con el Seminario Eficacia.

Desde la Asociación Española de Anunciante se ha agradecido también al resto de universidades su participación. Todos los equipos han demostrado grandes competencias, habilidades en la presentación y una gran ilusión por adentrarse en estos proyectos que acercan el mundo de la empresa a la universidad.

“Reconocer, inspirar, educar y atraer a los jóvenes talentos del marketing y la comunicación del mañana” es la intención de esta acción que para los alumnos significa tener la oportunidad de trabajar con casos reales de compañías de gran relevancia en la economía española y acercarse así al mundo profesional.