

efk

PREMIOS
2024

#Eficacia2024

Jueves 24 de octubre
Teatro Real

anunciantes
Comunicar para crear valor

Asesoría estratégica

SCOPEN

Patrocinan

JCDecaux

JUNGLE

NEWIX MEDIA

OMG Omnicom
MediaGroup

vocento.medios



Javier López Zafrá

Presidente de la Asociación Española de Anunciantes

Esta noche vamos a tener ante nosotros los casos de campañas publicitarias con los resultados más sobresalientes del mercado. Seguramente veremos algunas de las tendencias y novedades más actuales en un contexto en el que captar la atención del consumidor es conseguir alcanzar uno de los intangibles más aspiracionales.

Por eso lo que admiraremos son auténticas joyas, tan solo unas gotas de oro brillando en un océano, pura mezcla de arte y ciencia, creatividad y balance de cuentas, propósito y alcance real. Y eso es posible gracias al gran talento que existe en la industria publicitaria, que es capaz de tirar como motor de otros mercados, apuntalando, generando y extendiendo negocios que, en definitiva, producen bienestar económico y social en la población.

Desde aquí agradezco a todas las empresas anunciantes, 117, y a todas las agencias, 171, que este año han apostado por conseguir un Premio a la Eficacia, habiéndose sumado como nuevos 30 anunciantes y 63 agencias.

A los finalistas ya les corresponden sobrados méritos por serlo, y a los ganadores la ovación de toda la industria porque este es un galardón, como dicen los jurados, que solo se alcanza con la excelencia.

Hoy día las marcas, como engranajes vitales en la economía, se enfrentan a panoramas muy complejos, con grandes desafíos, tratando de comprender, adaptarse y adelantarse a las demandas tan cambiantes de los distintos públicos a los que se dirigen, y poder triunfar en entornos muy competitivos y dinámicos. Los formatos y los presupuestos son de lo más diversos y no existe una fórmula evidente de éxito, pero siempre subyace detrás una potente idea, una clara estrategia y una ejecución brillante.

Hay marcas que consiguen una conexión muy real con el consumidor acercándose a su manera de entender y de sentir la vida. Y se convierten en cercanas y relevantes en su día a día. Y casi siempre lo consiguen con su construcción en valores. Muchas redignifican la categoría, son sólidas, valientes y arrojan una contundente claridad en sus resultados con KPI's incontestables, normalmente también suelen utilizar un buen nivel de conversación en PR.

Una vez más, agradezco a toda la industria el apoyo otorgado a los Premios Eficacia haciéndolos cada año aún más grandes, prestigiosos y, por tanto, deseables.

Enhorabuena y felicidades a todos aquellos que os encontráis entre los autores de tan grandes casos eficaces.

Rafael Fernández de Alarcón
Director Global de Marca, Patrocinios y Medios
Telefónica
PRESIDENTE DEL JURADO



JURADO



Elisa Brustoloni
dentsu X
CEO

Olivia Calafat
Wallapop
CMO



Sarah Chemouli
P&G España
CMO

Natalia Echeverría
McDonald's España
Chief Marketing & Digital Officer



Fernando Fascioli
McCann Worldgroup
Chairman Americas

Rafael Gandia
Grefusa
Director de Marketing y Comunicación



Iñigo de Luís
Arena Media
Head of Strategy
REPRESENTANTE APG

Rafael Martínez de Vega
GroupM
Chief Marketing Officer



Úrsula Mejía
Diageo
Marketing Director Southern Europe

Paco Mendoza
Publicis España, Digitas WYSIWYG*, Nurun
CEO



Santiago Miguélez
Hijos de Rivera
Director de Marketing para España y Portugal

Carme Miró
APPLE TREE
CEO & New Thinking Officer



Juan Manuel de la Nuez
Help! Ideas buenas
Presidente

Ileana del Río
GfK
Head Qualitative Area
REPRESENTANTE I+A



Germán Silva
PINK
Founder & CEO

Soco Trejo
Consultora Independiente
REPRESENTANTE DEL CLUB DE JURADOS



Silvia Bajo
Directora General aea
Co-secretaría del jurado

César Vacchiano
Presidente & CEO SCOPEN
Co-secretario del jurado



efk
PREMIOS
2024

Construcción de una Marca

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Apex	Jumpers	Jumpers marca	Fuego Camina Conmigo	
Banco Santander	Banco Santander	Por ti, los primeros	LaSanta / Carat	MONO Madrid / Arena Media
Diageo	Johnnie Walker	Keep walking	PHD Media	
Grefusa	Grefusa	Date el gustazo	Èxit Up	
Heineken	Cruzcampo	Cruzcampo	Ogilvy / Dentsu X	Nteam
Lidl España	Lidl	Lidl Fan: marcando la diferencia	iProspect / Cuinlab	
Mutua Madrileña	Mutua Madrileña	Mutua Madrileña	Dentsu Creative / Carat	
Wallapop	Wallapop	Wallapop	Revuelta / MONO Madrid	IPG Mediabrands
YUM! Brands	KFC	KFC	PS21 / Proximia by Havas	MeMe

Mejor Campaña Integrada



ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Bankinter	Bankinter	Una historia de progreso	Sioux & Cyranos / Havas Media	Pixel and Pixel
El Corte Inglés	El Corte Inglés	La planta 2 y 1/2	Ogilvy / Carat	
Heineken	Cruzcampo	Gitana. Una fábula con mucho acento	Ogilvy / Dentsu X	Nteam
Hijos de Rivera / Netflix	Estrella Galicia y Netflix (Berlín)	El robo del año y El plan cabo suelto	Imaxe / Havas Media	CYW / YouPlanet / Globant / Proximia by Havas
Mango	Mango Man	Move Forward	Havas International	
McDonald's	Proyecto Big Good	El pedido más esperado	TBWA\España / OMD	True PR / Globant
Mondelez	Suchard	La vida es	Ogilvy / Spark Foundry	
PepsiCo Foods	Doritos	Brandless	PS21 / OMD	
Pikolín	Pikolín	La ilusión es el despertador que suena más fuerte	Oriol Villar / Arena Media	Tango
YUM! Brands	KFC	Eau D'uardo	PS21 / Proximia by Havas	MeMe

Estrategia más Original y Disruptiva

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Apex	Jumpers	Becas Jumpers	Fuego Camina Conmigo	
Cervezas Victoria	Cervezas Victoria	La Cláusula 8.2	Jon Lavín / Arena Media	
Diageo	J&B	Mi gran noche	El Ruso de Rocky / PHD Media	Dlaundry / Oliver
Grefusa	Grefusa	El sabor del hate	This is Libre	Éxit Up / Bloody / Upartner
Hijos de Rivera / Netflix	Estrella Galicia y Netflix (Berlín)	El robo del año	CYW / Havas Media	YouPlanet / Globant / Archetype
IKEA Ibérica	IKEA en directo	IKEA en directo	iProspect / The Story Lab	Isobar
JCDecaux	JCDecaux	¿Quién es Marina Prieto?	DAVID Madrid	
LACRÈME	LACRÈME	Lanzamiento LACRÈME	Dimensión	Proximia by Havas
PepsiCo Foods	Lay's	Una receta sagrada e intocable... hasta ahora	TBWA\España / OMD	
Samsung	Samsung.com	The art of hack	Cheil Spain	
Sony Pictures Spain / Museo del Prado	Sony Pictures Spain / Museo del Prado	Napoleón "La película"	Webneo	
Turismo de Andalucía	Turismo de Andalucía	Andalusian Crush	Ogilvy	Havas / IPG Mediabrands
Wallapop	Wallapop	Gracias, marcas	Revuelta / MONO Madrid	IPG Mediabrands

Mejor Campaña de Lanzamiento de Marca/Producto/Servicio



ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Alsea	Ginos	Vuelta	Ogilvy / Arena Media	Carat
Alsea	VIPS	Clásicos reinventados	MONO Madrid / Carat	
Alsea	VIPS	Desayunos	MONO Madrid / Carat	Havas PR
ING España	Hipotecas NARANJA	Casilibres	Sra. Rushmore / iProspect	
Majorica	Majorica	Classic meets today	McCann Worldgroup	
McDonald's	My Order	Lanzamiento My Order	Globant / TBWA\España	OMD
Samsung	Samsung.com	Lanzamiento Entrega y Estrena	Cheil Spain	
Suntory	Tinto de verano La Casera	Si no hay La Casera, nos vamos	La Despensa	Wavemaker, powered by GroupM

Mejor Campaña de Producto/Servicio Existente

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Alsea	VIPS	Bowls: comida que te persigue	MONO Madrid / Arena Media	
Apex	Jumpers	Jumpers Distopía	Fuego Camina Conmigo	
Bankinter	Bankinter	Una historia de progreso	Sioux & Cyranos / Havas Media	Pixel and Pixel
Damm	Voll-Damm	Los 5 pasos	Oriol Villar / Arena Media	
Heineken	Cruzcampo	Gitana. Una fábula con mucho acento	Ogilvy / Dentsu X	Nteam
PepsiCo Foods	Doritos	Brandless	PS21 / OMD	
PepsiCo Foods	Lay's	Una receta sagrada e intocable... hasta ahora	TBWA\España / OMD	
Pernod Ricard	Ruavieja	La película de tu vida	TBWA\España / iProspect	Butragueño & Bottlander
Pikolín	Pikolín	La ilusión es el despertador que suena más fuerte	Oriol Villar / Arena Media	Tango
RBI Iberia	Popeyes	Pa pollo, Popeyes	VML España	Wavemaker, powered by GroupM
YUM! Brands	KFC	Disfrutar así está guapísimo	PS21 / Proximia by Havas	MeMe

Mejor Acción Táctica



ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Alsea	VIPS	Limbo	MONO Madrid / Arena Media	Havas PR
Diageo	Tanqueray 0.0	The Perfect Serve en Gran Vía	PHD Media	Dos35
McDonald's	McCafé	No me llames Muffin, llámame McDalena	TBWA\España / OMD	
Netflix	Netflix	Alcaraz signs by Netflix	DAVID Madrid / Wavemaker, powered by GroupM	
P&G	Old Spice	Los hombres de San Ildefonso	Burns	Carat
PortAventura Entertainment	PortAventura World	Lona de Pedro	McCann Worldgroup / Havas Media	
Sanofi	Dulcolax	#TalkingShittsGood	McCann Worldgroup / MRM McCann Worldgroup	Weber Shandwick UK
Vincci Hoteles	Vincci Hoteles	Vincci Suite	Sr Goldwind / Experientia	
YUM! Brands	KFC	Eau D'uardo	PS21 / Proximia by Havas	MeMe
YUM! Brands	KFC	The recipe run	PS21 / MeMe	

Mejor Campaña Regional/Local

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Banco de Sabadell	Negocios. Comercios	Sant Jordi	DDB / Dentsu X	
Cabify	Cabify	Con la Feria dentro	Media.Monks / Carat	
Mahou San Miguel	Mahou Cinco Estrellas	Etiquetas	&Rosàs	Tango / Zenith Media
PortAventura World	PortAventura World	Campaña Madrid- puente de mayo	Havas Media / McCann Worldgroup	
Uber	Plataforma movilidad	Súbete	MONO Madrid	EssenceMediacom, powered by GroupM
YUM! Brands	KFC	Apertura Tenerife. KFC por aquí	PS21	

Construcción de Comunidad y Audiencia Propia



ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Carrefour	Carrefour	Innovación en la gestión del dato	Publicis / Arena Media	
Hijos de Rivera	Cervezas 1906	La mochila	This is Libre / Havas Media	Sound Connections / Media.Monks / Bloody / Globant
Legálitas	Legálitas	Legal-Tech	IPG Mediabrands	
Samsung	Samsung.com	Estudiantes	Cheil Spain	
YUM! Brands	KFC	KFC NO Auto	PS21 / MeMe	

Mejor Acción en Branded Content

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
BBVA	BBVA Pymes	Compartiendo conocimiento	BTOB / Mindshare, powered by GroupM	Unidad Editorial
Diageo	Johnnie Walker	Keep walking. El camino	PHD Media / Ramen Studio	
ING España	ING	De dinero no se habla	Fuego Camina Conmigo	iProspect
MASORANGE	Yoigo	Pienso, luego actúo	Fuego Camina Conmigo	Dentsu X
McDonald's	Proyecto Big Good	El pedido más esperado	TBWA\España / OMD	True PR / Globant
YUM! Brands	KFC	The recipe run	PS21 / MeMe	

Mejor Campaña Presupuesto Inferior a 250.000€ (campañas tácticas o de producto/servicio)



ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
MASORANGE	Euskaltel	Luz y gas. Euskaltel ahora es verde	Dimensión / Gestión de Medios	
McDonald's	McCafé	No me llames Muffin, llámame McDalena	TBWA\España / OMD	
Samsung	Samsung.com	The art of hack	Cheil Spain	
Worten	Worten	The Unfluencer Deal	PS21 / MeMe	
YUM! Brands	KFC	Apertura Tenerife. KFC por aquí	PS21	
YUM! Brands	KFC	Relanzamiento Click&Collect. YaVoyYo	PS21 / MeMe	

Mejor Campaña Internacional

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Bayer	Canesten	La Sirena	LOLA MullenLowe	
IKEA Emiratos Árabes	IKEA	Proudly second best	DAVID Madrid / INGO Hamburg	
Mondelez	Mikado	Pedro Alonso	The Story Lab / Spark Foundry	
PepsiCo Foods	Flamin' Hot	Not flamin' hot milk	PS21 / OMD	Good Relations PR UK / VCCP London
The Kraft Heinz Company	Heinz	New Heinz Tomato Ketchup Pasta Sauce	VML España	
Turismo de Andalucía	Turismo de Andalucía	Andalusian Crush	Ogilvy	Havas / IPG Mediabrands
Unilever	Dove	Face of ten	DAVID Madrid / Ogilvy UK	
Unilever	Magnum Ice Cream	Stick to the original	LOLA MullenLowe	

Mejor Demostración de Propósito Social de Marca

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Diageo	J&B	Mi gran noche	El Ruso de Rocky / PHD Media	Dlaundry / Oliver
Fundación Colacao	Fundación Colacao	Educando contra el bullying	Dentsu X	
Grefusa	Grefusa	El sabor del hate	This is Libre	Èxit Up / Bloody / Upartner
Iberdrola	Campaña de apoyo a la igualdad a través del deporte femenino	Campos ampliados	Sra. Rushmore / Carat	Making Science
LaLiga	LaLiga VS	Inspira con tu ejemplo	El Ruso de Rocky	IPG Mediabrands / Globant
MASORANGE	Yoigo	Pienso, luego actúo	Fuego Camina Conmigo	Dentsu X / Fundación Unlimited Spain / Atresmedia / Pingüino Torreblanca
Samsung	Samsung	Tecnología con propósito	Cheil Spain	

Mejor Campaña de ONG

ANUNCIANTE	MARCA	PRODUCTO / CAMPAÑA	AGENCIA/S LÍDER	AGENCIA/S COLABORADORA
Asindown	Asindown	Si solo ves el down, te pierdes el don	Rosebud	
FELGTBI+	FELGTBI+	#LaCenaQueElegí	Manifiesto	
Fundación MD Anderson Cancer Center España	Fundación MD Anderson Cancer Center España	Sin miedo a vivir	Havas Spain	
Fundación Unoentrecienmil	Fundación Unoentrecienmil	Punto y final		



Carlos Barón
Director General
JCDecaux

Para JCDecaux, patrocinar un año más los Premios a la Eficacia es una oportunidad especial para celebrar la innovación que impulsa la industria publicitaria. Estos premios no solo reconocen los logros excepcionales en materia de comunicación, sino que también ponen en valor el impacto tangible que estas campañas tienen en la sociedad. Y es que la verdadera eficacia de la creatividad reside en su capacidad para adaptarse al medio en el que se presenta, resonando más allá y estableciendo conexiones duraderas y significativas entre marcas y consumidores. Es un momento para poner de relieve cómo una estrategia creativa bien alineada con el contexto adecuado puede generar resultados de gran impacto. Al reconocer el esfuerzo y la visión de anunciantes y agencias, los Premios Eficacia subrayan el papel crucial que juegan en la configuración de una comunicación publicitaria efectiva y relevante. Celebrar estos logros nos recuerda el poder transformador de la creatividad para captar la atención del público, cada vez más demandada.



Agustín Vivancos
Fundador & CEO
JUNGLE

Intuición > diferenciación > eficacia

Nadie necesitaba otra marca de agua. Pero llegó Mike Cessario y lanzó Liquid Death: una marca de agua sin innovación de producto en un mercado saturado. ¿Por qué está valorada en 1.400 millones de dólares? Por intuición y diferenciación. El problema de la neutralidad no es el daño, que es mínimo si solo eres paisaje, sino el despilfarro y la indiferencia. Conseguir impacto con un anuncio aburrido es infinitamente más caro que un spot que provoque alguna emoción. Dos datos: un euro invertido en una campaña creativa tiene el doble de retorno en ventas respecto a una campaña no creativa (HBR) y las marcas que se desmarcan de la competencia tienen un potencial 4 veces mayor para crecer que marcas con menos niveles de diferencia (Kantar). En Jungle seguimos obsesionados por no sacrificar eficacia por seguridad. Esto es lo que hemos aprendido e intentamos aplicar en cada proyecto.



Eduardo Ballesteros
Director General
Newixmedia

¡Celebramos la 26ª edición de los Premios Eficacia de la Publicidad! Un evento que reconoce el poder de la creatividad y la eficacia en la industria publicitaria. En NewixMedia estamos emocionados de ser parte activa de esta gala, ya que compartimos los valores que representan estos premios: creatividad, flexibilidad, segmentación y la construcción de marcas a través de contenido relevante.

Para nosotros, la “pura eficacia publicitaria” va más allá de números; es conectar auténticamente con las audiencias y dejar una huella duradera. Los medios tenemos la responsabilidad de ser aliados estratégicos de las marcas, escuchando activamente y creando experiencias significativas que generen resultados.

El futuro exige audacia y un replanteamiento de nuestras formas de trabajo. En NewixMedia estamos listos para asumir estos retos, innovar y transformar la publicidad. ¡Celebramos un año más de historias y conexiones que inspiren y trasciendan!



Joan Jordi Vallverdú
CEO
OmnicomMediaGroup

Un año más desde Omnicom Media Group, junto con nuestras agencias y unidades de negocio, nos enorgullece participar como patrocinadores en los Premios a la Eficacia 2024.

Un patrocinio que implica una responsabilidad. La responsabilidad de estar presentes y colaborar en un certamen que, sin duda, es el referente de la industria publicitaria de hoy. Un referente porque, como su nombre indica, la eficacia publicitaria de una campaña tiene que ver con el grado de cumplimiento de los objetivos que se han establecido desde un principio, tales como aumentar ventas, mejorar el reconocimiento de marca o generar interacción; en definitiva, lograr los resultados esperados; pero para que el caso sea merecedor de un Eficacia, tiene que tener también la mejor creatividad y estrategia y, por supuesto una ejecución impecable de la misma.

Cada año hay más casos inscritos y cada año es más difícil pasar a lista corta, y no digamos conseguir ganar un Eficacia. De ahí que sea un privilegio compartir una gala como la de hoy, disfrutando de los casos ganadores.

Por su puesto quiero aprovechar estas líneas para felicitar a todos los anunciantes y agencias que han conseguido alzarse con sus premios. Agradecer el trabajo de los Jurados excepcionales que compartimos espacio y tiempo en el Club de Jurados, y, la coordinación siempre empática y cercana de la Asociación Española de Anunciantes (aea) y de SCOPEN.

¡Enhorabuena un año más!



Alfredo Jiménez-Millas

Director General
Vocento.Medios

Todos los días se acercan a nosotros 9 millones de personas ¿Por qué? Siendo un negocio centenario, con publicaciones en papel, sin parecer influencers...

Fácil: porque les damos información, entretenimiento y conexión.

Cuando el Athletic gana la Copa del Rey, nuestro lector necesita verlo e incluso tocarlo en El Correo, o disfrutarlo y compartirlo en Relevo. Cuando Biden dimite, nuestro vecino quiere leer su comunicado en el periódico que siempre ha visto en su casa.

Y tranquiliza saber que los hechos son contados con rigor y sin alarmismo. Lo hacemos 24/7, nos apasiona y lo seguiremos haciendo.

Patrocinamos la gala efk por mil razones: la primera, por ser parte esencial en esta industria; la más importante: porque creemos que esta sociedad es muchísimo mejor con grandes marcas y medios, con ciudadanos bien informados, que saben elegir lo que consumen y lo que quieren.

Nos vemos aquí el año que viene. Y todos los siguientes.

PREMIOS CLUB DE JURADOS

El pasado 19 de septiembre, en el transcurso de su encuentro anual, el **Club de Jurados de los Premios a la Eficacia** hizo entrega de sus galardones.

Estos fueron los ganadores:



Premio Eficacia a la Trayectoria Publicitaria de una Marca



Premio Eficacia al CEO
María Dolores Dancausa. Presidenta de Bankinter



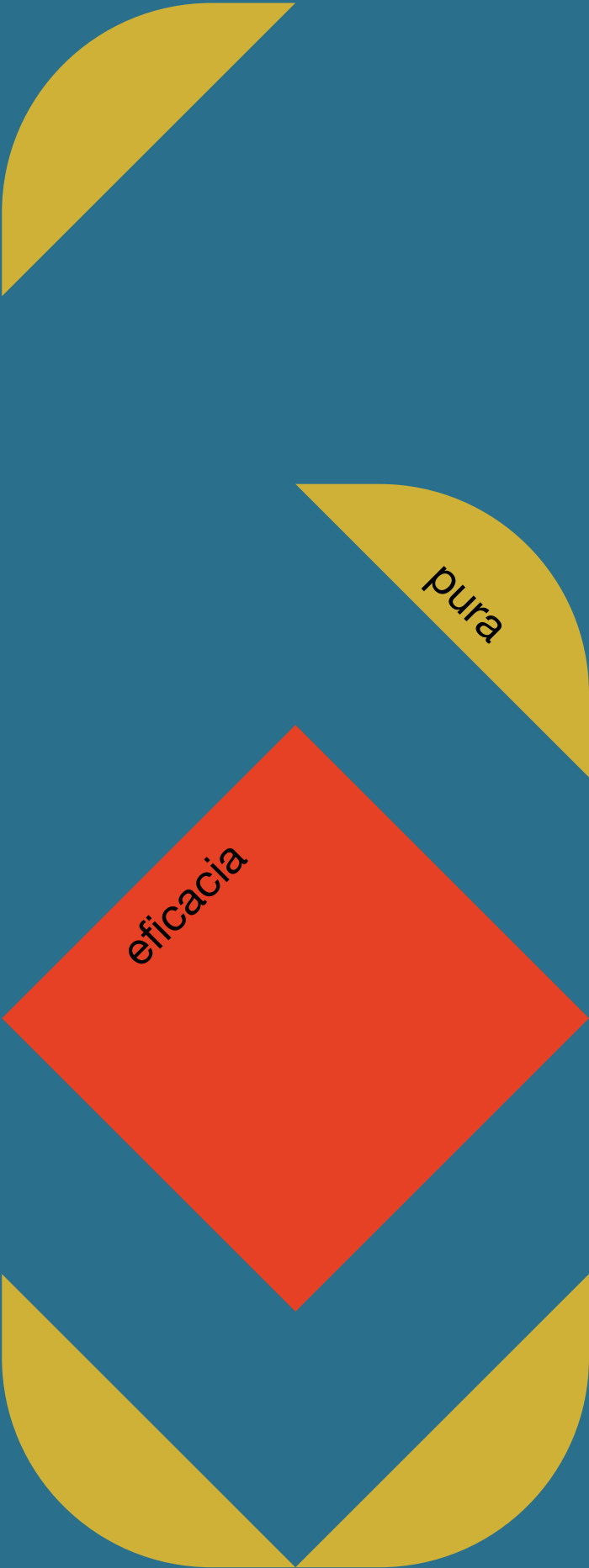
Premio Eficacia Trayectoria Profesional
Jordi Rosàs. CEO, &Rosàs



Premio Eficacia Sub 41
Víctor Gutiérrez de Tena. Chief Strategy Officer en EssenceMediacom España

Patrocinador del Club de Jurados





GRANDES PREMIOS

PREMIO AGENCIA
CREATIVA DEL AÑO

PREMIO AGENCIA
DE MEDIOS DEL AÑO

GRAN PREMIO
A LA EFICACIA

efk
 PREMIOS
2024

efk

PREMIOS
2024

#Eficacia2024



anunciantes

Comunicar para crear valor

Asesoría estratégica

SCOPEN

Patrocinan

JCDcaux

JUNGLE

NEWIXMEDIA

OMG Omnicom
MediaGroup

vocento.medios

Con el apoyo de

am
Asociación de
Agencias de Medios

.ACT
ASOCIACIÓN
GENERAL
DE AGENCIAS
TRANSFORMADORA

apg
ESPAÑA
Pensar
el cambio.

AUTO
CON
TROL

bo
ma
spain
marketing communications
marketing solutions

c de c

insights
analytics
i+a
ESPAÑA

Colaboradores

Diseño gráfico

Agencia de los Premios Eficacia

Ipsos

GRUPO
LIFE GOURMET
EN CONSTANTE TRANSFORMACIÓN

una de bravas

be
on.
WORLDWIDE