

XXIV EDICIÓN
PREMIOS

eficacia

EN LA
COMUNICACIÓN
COMERCIAL

20
22

www.premioeficacia.com

eficacia2022

XXIV EDICIÓN PREMIOS A LA EFICACIA EN COMUNICACIÓN COMERCIAL

Convoca

anunciantes
Comunicar para crear valor

Asesoría Estratégica

SCOPEN

Patrocinan

cmvocento

JCDcaux

newXmedia

OMG Omnicom
MediaGroup

YouTube

Con el apoyo de

am
Asociación de
Agentes de Madrid

ACT
Asociación de
Comunicación de
Terceros

apg ESPAÑA
Asociación de
Profesionales de
Gestión

**AUTO
CON
TROL**
Asociación de
Control de
Calidad

bo
Spain
Asociación de
Marketing de
España

c de c

I+D
Asociación de
Investigación y
Desarrollo



2022

CATEGORÍAS

En cada una de las siguientes categorías se hará entrega de un trofeo de oro, plata y bronce:

CONSTRUCCIÓN DE UNA MARCA

Se premiará la consistencia del trabajo de aquellas compañías que, gracias a la definición de un posicionamiento diferencial, han conseguido trasladar su propuesta de valor al consumidor generando claras ventajas competitivas. Cada marca podrá escoger el período analizado siempre y cuando sea superior a los 3 años y la última campaña se haya realizado en el año que se presenta el caso.

MEJOR CAMPAÑA INTEGRADA

Se premiará la calidad de las campañas que mejor han sabido trasladar un concepto a los diferentes puntos de contacto utilizados teniendo en cuenta las peculiaridades del medio y del target al cual se dirigen. Las candidaturas presentadas serán campañas de comunicación que destaquen por la coherencia en todos los puntos de contacto utilizados, y que además hayan conseguido sacar el máximo provecho a la inversión realizada gracias a la combinación de los medios propios, pagados y ganados.

ESTRATEGIA MÁS ORIGINAL Y DISRUPTIVA

Este premio reconoce el pensamiento estratégico que rompe convenciones y normas dentro de su categoría. Se juzgará la originalidad y la visión estratégica desde la que parten, por eso debe quedar explicado cómo el concepto de comunicación y la solución creada ha sabido conectar el producto o el servicio con las personas de manera disruptiva.

MEJOR CAMPAÑA DE LANZAMIENTO DE MARCA / PRODUCTO / SERVICIO

Se premiará el trabajo de aquellas compañías que, mediante el lanzamiento de marcas, productos o servicios, han sabido adaptarse y dar respuesta a la demanda y las necesidades que los consumidores tienen hoy en día.

Las candidaturas presentadas pueden ser de marcas nuevas o de nuevos productos y servicios de marcas ya existentes. En esta categoría también tienen cabida las campañas de reposicionamiento llevadas a cabo por marcas que han reformulado su propuesta de valor para poder conectar de nuevo con los consumidores e impulsar el negocio de sus compañías.

MEJOR CAMPAÑA DE PRODUCTO / SERVICIO EXISTENTE

Se premiará el trabajo de aquellas marcas que, gracias a una campaña de comunicación, han conseguido vender más de lo esperado entendiendo el contexto de su categoría y demostrando así la eficacia de la comunicación comercial.



MEJOR ACCIÓN TÁCTICA

Se premiará la eficacia de una acción táctica llevada a cabo por una marca. Las candidaturas deberán demostrar cómo la comunicación comercial ha sabido capitalizar una oportunidad puntual o concreta. Se premiarán aquellas acciones que han sabido leer y entender mejor la oportunidad que ofrece el contexto. El Jurado valorará aquellas acciones que han sabido aprovechar el “momentum” para comunicar y conseguir más ventas o impacto entre sus consumidores y audiencias.

MEJOR CAMPAÑA REGIONAL / LOCAL

El Jurado valorará la excelencia, los resultados y el impacto en el negocio de campañas, con un ámbito geográfico delimitado a una región o localidad (ciudad, isla, comarca, provincia, comunidad autónoma, etc.).

CONSTRUCCIÓN DE COMUNIDAD Y AUDIENCIA PROPIA

Este premio reconoce las estrategias, las campañas y el desarrollo operativo de aquellas marcas que han conseguido alcanzar sus objetivos de negocio o mejorar sus resultados mediante la gestión del dato.

MEJOR ACCIÓN EN BRANDED CONTENT

Esta categoría reconoce tanto la calidad como la eficacia de las estrategias de contenidos y de los proyectos de Branded Content que las marcas desarrollan. En este tipo de proyectos la marca crea, produce, distribuye y promociona contenidos diferentes a los formatos publicitarios que habitualmente utiliza para impulsar su actividad comercial. El objetivo de un buen contenido es conseguir que la marca gane relevancia y establezca un vínculo más estrecho con sus audiencias.

CATEGORÍA MEJOR CAMPAÑA PRESUPUESTO INFERIOR A 250.000€


(CAMPAÑAS TÁCTICAS O DE PRODUCTO / SERVICIO)



Se podrán presentar a esta categoría todas aquellas campañas que demuestren la consecución de los objetivos de negocio con un presupuesto (incluyendo el plan de medios y la producción) inferior a 250.000€, y así lo hagan constar en el documento Formulario de Candidatura correspondiente.

Además, se podrán presentar a esta categoría todas aquellas campañas que, en el entorno de una acción de comunicación con entidad propia fuera de una campaña, no superen los 250.000€ de presupuesto (incluyendo el plan de medios y la producción), y así lo hagan constar en el documento Formulario de Candidatura correspondiente.

MEJOR CAMPAÑA INTERNACIONAL

Se podrán presentar aquellas campañas de comunicación realizadas en España para su difusión internacional, no siendo necesario que la difusión se haya realizado en España, o que ésta se haya hecho simultáneamente en diferentes países. El Jurado valorará la capacidad de desarrollar una campaña internacional con eficacia en uno o varios mercados.





En las siguientes categorías se hará entrega de un trofeo de oro:

MEJOR DEMOSTRACIÓN DE PROPÓSITO SOCIAL DE MARCA

Se podrán presentar a esta categoría todas aquellas marcas (Compañías, Administraciones Públicas, Fundaciones, etc.) cuyas campañas/acciones tengan por objetivo lograr mejorar la vida de las personas. El Jurado valorará aquellos resultados que produzcan un efecto beneficioso para la sociedad, ya sea económico, de información o de cambios de conducta y/o comportamiento.

MEJOR CAMPAÑA DE ONG

Se podrán presentar aquellas campañas de responsabilidad social, promovidas por una ONG, que demuestren su eficacia en acciones de comunicación social. El Jurado valorará aquellos resultados que produzcan un efecto beneficioso para la sociedad, ya sea económico, de información o de cambios de conducta y/o comportamiento.

RECONOCIMIENTO ESPECIAL A LA INVESTIGACIÓN

Este Reconocimiento premiará la mejor aplicación de la investigación y sus insights para ayudar al desarrollo, al éxito y/o demostrar la eficacia de la campaña. Adicionalmente, se valorará la excelencia en la investigación. Por ejemplo: uso de metodologías o herramientas innovadoras, combinación de técnicas para comprender al target de manera integral o una alta calidad analítica.



*Colaborador oficial de
los Premios Eficacia*

GRANDES PREMIOS

GRAN PREMIO A LA EFICACIA

El Gran Premio a la Eficacia será elegido por el Jurado de entre todos los **Premios de oro** entregados en las categorías siguientes: Construcción de una Marca, Mejor Campaña Integrada, Estrategia Más Original y Disruptiva, Mejor Campaña de Lanzamiento de Marca/Producto/Servicio, Mejor Campaña de Producto/Servicio Existente, Mejor Acción Táctica, Mejor Campaña Regional/Local, Construcción de Comunidad y Audiencia Propia, Mejor Acción en Branded Content, Mejor Campaña Presupuesto Inferior a 250.000€ (campañas tácticas o de producto/servicio) y Mejor Campaña Internacional.



No optarán al Gran Premio a la Eficacia los Premios de oro entregados en la categoría Mejor Demostración de Propósito Social de Marca, Mejor Campaña de ONG, el Premio de oro entregado en el Reconocimiento Especial a la Investigación, así como los Premios de oro entregados en los Reconocimientos Especiales que otorgue el Jurado.

AGENCIAS DEL AÑO

Estos galardones se entregarán a la **Agencia Creativa** y a la **Agencia de Medios** más premiadas en la presente edición de los Premios a la Eficacia de acuerdo con la siguiente valoración:

Los casos preseleccionados para los Reconocimientos Especiales en Lista Corta no contabilizarán para los premios de Agencias del Año. Los puntos otorgados por Lista Corta no son acumulativos con los puntos otorgados por los diferentes Premios.

Para optar a los Premios de Agencias del Año, dichas agencias deben tener como mínimo un caso en palmarés.



AGENCIAS LÍDERES	
Premios	Puntos
Gran Premio	3 puntos
Oro	8 puntos
Plata	6 puntos
Bronce	4 puntos
Reconocimiento Especial	2 puntos
Lista Corta	1 punto

AGENCIAS COLABORADORAS	
Premios	Puntos
Gran Premio	3 puntos
Oro	4 puntos
Plata	3 puntos
Bronce	2 puntos
Reconocimiento Especial	1 punto



JURADO EFICACIA 2022



Jaume Alemany
Presidente del Jurado

Director de Marketing,
Comunicación y Exportación
Damm



Patricia Abril
*Representante del Club
de Jurados*

CEO Good&Fast Restauración
Franquiada de McDonald's



Rafael Alférez
Marketing Director
KIA



Luisa García
Socia y CEO Europa
LLYC



Luis González Soto
Head of Marketing and Brand
Management
ING España & Portugal



Vicky Nieto
Managing Director
McCann Madrid



Isabel Ontoso
Directora de Marketing
Corporativo, Marca y Medios
Grupo Viajes El Corte Inglés





Javier Portillo

Director de Marketing

Campofrío



Juanma Ramírez

Representante APG

Chief Strategy Officer

Shackleton



Marta Ruíz-Cuevas

CEO Iberia & México

Publicis Groupe



Carlos Sanz de Andino

Presidente Creativo

Darwin & Verne



Estefanía Yáguez

Representante I+A

Consumer Insights & Market
Intelligence Director

L'Oréal



Lidia Sanz

Secretaria del Jurado

Directora General

aea



César Vacchiano

Secretario del Jurado

Presidente & CEO

SCOPEN

XXIV
edición

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios por los que el Jurado valorará la demostración de la eficacia son los siguientes:



ESTRATEGIA

Se valorará la estrategia de comunicación desarrollada. En esta valoración se tendrá en cuenta el grado de dificultad que la acción de comunicación debía resolver (competitividad del mercado, madurez del producto, diferenciación, etc.) frente a los objetivos marcados por el cliente.



IDEA Y EJECUCIÓN

Se valorará el grado de innovación que supone la solución aportada y, muy especialmente, las nuevas ideas creativas.



RESULTADOS

Se valorará el nivel de retorno de la inversión realizada en comunicación, su explicación y justificación. Se tendrá en cuenta la irrefutabilidad con que el caso prueba el efecto conseguido por la comunicación en el negocio del cliente. Y se valorará la calidad y la innovación de las herramientas de medición utilizadas para demostrar los efectos de la comunicación.

Los tres criterios anteriores, con los que el Jurado valorará los casos, tienen distinta ponderación, que se detalla a continuación:

30%

ESTRATEGIA

30%

IDEA
Y EJECUCIÓN

40%

RESULTADOS



23 AÑOS DE EFICACIA

1997 / 2021

3.335

Casos
Inscritos

773

Trofeos
Entregados

932

Anunciantes
Participantes

520

Agencias
Participantes

249

Jurados

ANUNCIANTES MÁS PREMIADOS


Coca-Cola	40
Campofrío	26
BBVA	19
Nestlé	19
Volkswagen Audi España	19
IKEA Ibérica	18
Vodafone	15
Mahou San Miguel	14
Telefónica España / Movistar	14
Heineken	12

AGENCIAS MÁS PREMIADAS

McCann	71
Wunderman Thompson	62
DDB España	55
OMD	38
Arena Media	31
VMLY&R	31
Ogilvy	30
Havas Media	28
Sra. Rushmore	26
Ymedia Wink iProspect	25



PREMIOS DEL CLUB DE JURADOS



El Club de Jurados de los Premios a la Eficacia está formado por más de 245 profesionales que han formado parte de los jurados del certamen en sus diferentes ediciones.

El Club de Jurados hace entrega de sus premios en el transcurso de su encuentro anual.

PREMIO EFICACIA A LA TRAYECTORIA PROFESIONAL DE UNA MARCA

Este Premio se otorga como reconocimiento a aquella marca que haya trabajado de forma consistente en la búsqueda de la eficacia a través de las herramientas de la publicidad, innovación, estrategia y buen uso de los medios, demostrando el retorno de la inversión.

Estas son las marcas ganadoras en ediciones anteriores:


2007	Coca-Cola
2008	El Corte Inglés
2009	Audi
2010	Cola Cao
2011	Danone
2012	ONCE
2013	IKEA
2014	ING Direct
2015	Mahou
2016	Campofrío
2017	Loterías y Apuestas del Estado
2018	Mercedes-Benz
2019	Estrella Damm
2020	Volkswagen
2021	Estrella Galicia

PREMIO EFICACIA A LA TRAYECTORIA PROFESIONAL

Este Premio se otorga a aquel profesional que haya destacado por la consistencia, la solvencia y la eficacia en el desarrollo de su trayectoria profesional en el entorno de la comunicación comercial, el marketing y los medios. En definitiva, en todo lo relacionado con la reputación de la empresa.

Estos son los profesionales ganadores en ediciones anteriores:

2011	Luis Bassat
2012	Marcos de Quinto
2013	Toni Segarra
2014	Miguel García Vizcaíno
2015	Félix Muñoz Lázaro
2016	Jaime Lobera
2017	Gabriela Díaz-Guardamino
2018	Sofía Rodríguez-Sahagún
2019	Cristina Burzako y José María Rull
2020	Pablo Alzugaray
2021	Silvia Bajo





Club Jurados

eficacia

PREMIOS A LA EFICACIA EN COMUNICACIÓN COMERCIAL

PREMIO EFICACIA SUB 41

Este Premio se otorga a aquel profesional, menor de 41 años, que esté destacando en la aplicación de estrategias innovadoras, y con un pensamiento diferencial en beneficio del retorno y la eficacia en sus estrategias de comunicación y marketing.

Estos son los profesionales ganadores en ediciones anteriores:

2011	Almudena Román
2012	Alfonso González Calleja
2013	Álex Pallette
2014	Mónica Moro
2015	Alfonso Fernández
2016	Eva Santos
2017	Gonzalo Sáiz
2018	Gonzalo Madrid
2019	Xisela López
2020	Pancho Cassis
2021	Kerman Romeo

PREMIO EFICACIA AL CEO **NUEVO**

Este Premio se otorga al CEO, con base en España, de una compañía anunciante nacional o multinacional, que haya destacado por su liderazgo, respaldando a los equipos de marketing en la toma de decisiones.

En aquellas compañías en las que no existe un CEO en España, se podrá reconocer la labor desarrollada por el máximo ejecutivo.

Este premio lo otorga la aea juntamente con la ACT (Asociación de Agencias de Creatividad Transformadora).

INSCRIBE TU CASO

TIENES
HASTA EL
**31 mayo
2022**

- 1 Descarga la documentación en www.premioseficacia.com
- 2 Consulta las Bases de Participación
- 3 Cumplimenta y envía a la Organización los Derechos de Inscripción y la Certificación Conjunta
- 4 Consulta los materiales a enviar de tu caso en el Formulario de Candidatura



Resultados LA COMUNICACIÓN QUE FUNCIONA

Consulta las claves del éxito de los casos ganadores de los Premios a la Eficacia 2021

Convoca

Asesoría Estratégica

anunciantes
Comunicar para crear valor

SCOPEN

Patrocinan

cmvocento

JCDecaux

newix media

OMG Omnicom
MediaGroup

YouTube

Con el apoyo de

am
Asociación de
Agencias de Madrid

ACT
Asociación de
Comunicación de
Terceros

apg | ESPAÑA
Asociación de
Profesionales de
Gestión

AUTO
CON
TROL
Asociación de
Usuarios de
Transporte

bo
mo
spain
Asociación de
Marketing de
España

c de c

Madrid
I+D+i