

## Récord de inscripciones para ganar un Premio a la Eficacia en la VI edición

### **151 campañas se presentan este año 2004 para optar a los Premios a la Eficacia que concede la Asociación Española de Anunciantes, un 4% más que en 2003**

Madrid, 5 de julio de 2004.- La sexta edición de los Premios a la Eficacia ha dado comienzo con un creciente interés de la industria publicitaria -anunciantes, agencias de publicidad y agencias de medios-, por conseguir este galardón.

Como su nombre indica, los Premios a la Eficacia valoran la consecución de los objetivos marcados en función de las estrategias de marketing y comunicación que se plantean.

De las 151 campañas que compiten, el dato relevante es el incremento en un 44% de los inscritos en el apartado Eficacia en Medios, cifra muy positiva al ser este año la segunda vez que se instituye esta nueva área.

También han crecido notablemente los casos correspondientes a: Gran Consumo A: Alimentación, en un 21% y a campañas estrictamente de Marketing Directo y de Marketing Interactivo, en un 43 y 25% respectivamente.

El Jurado, que ya se ha puesto a analizar exhaustivamente cada caso, dará a conocer el próximo mes de septiembre la lista corta. El fallo final tendrá lugar el 21 de octubre en la Gran Noche de las Marcas mediante la Gala de Entrega de Premios.

Los criterios de evaluación del Jurado para analizar la Eficacia Publicitaria son los siguientes:

1. **Demostración:** se valora el hecho de que el caso sea irrefutable, así se prueba el efecto conseguido por la comunicación en el negocio del cliente.
2. **Dificultad** con que la acción de comunicación debe resolver ya sea la competitividad del mercado, madurez del producto, diferenciación.....
3. **Innovación** que supone la solución aportada, y muy especialmente las nuevas ideas creativas (ya sea en diseño, ideas, ejecución, sensibilidad, en el desarrollo de nuevas formas de comunicación o en la combinación entre las ya existentes).
4. **Retorno** de la inversión realizada en comunicación, su explicación y justificación.
5. **Medios:** se valora la explicación de la utilización de los medios de comunicación empleados (convencionales o no), así como la demostración de los efectos que su uso tuvo en la comunicación.

Eliminado: j

6. **Presentación:** se valora la calidad de redacción, de estructura y de presentación del caso.

Como presidente, al frente del Jurado está Ignacio Fernández-Simal director general comercial de **BMW Ibérica** y ganador en 2002 del Gran Premio a la Eficacia, el resto está compuesto asimismo por:

**Antonella Broglia**, consejera delegada de **Saatchi & Saatchi**

**M<sup>a</sup> Fé González**, **directora** de publicidad de **DIA**

**Juan Manuel de Toro**, profesor de marketing de **IESE**

**Harvey Purchase**, director de marketing de **Diageo**

**Carlos Ramos**, director comercial de **Grupo Zeta**

**Maite Rodríguez Esteban**, directora general de **INS**

**Javier Rodríguez Zapatero**, director general de **Yahoo! Iberia**

**Alejandro Rojas**, presidente de **Remo**

**José María Rull**, director general de **DDB Madrid**, y

**Ángel Riesgo**, presidente Grupo Consultores, que actuará como **Secretario**.

**Eliminado: Evaluación Final:** El Jurado valorará globalmente si el documento presentado tiene el mérito suficiente para pertenecer a la Lista Corta o al Palmarés en base a los puntos anteriores. ... [1]

**Eliminado:** j

**Eliminado:** jefa

**Eliminado: Demoscopia**

**Eliminado:** s

**Eliminado:** Más información en [www.premioseficacia.com](http://www.premioseficacia.com). O ponerse en contacto con: . ... [2]

**Evaluación Final:** El Jurado valorará globalmente si el documento presentado tiene el mérito suficiente para pertenecer a la Lista Corta o al Palmarés en base a los puntos anteriores.

Cada uno de los puntos anteriores, 1 a 6, será considerado por cada miembro del Jurado de 1 a 10 puntos y se ponderará la importancia de cada uno de estos 6 elementos en la reunión previa a la evaluación de casos.

Más información en [www.premioseficacia.com](http://www.premioseficacia.com). O ponerse en contacto con:

Aea: Elena Pérez del Monte, [elenap@anunciantes.com](mailto:elenap@anunciantes.com). Tel.: 915. 560.351

Europa Press Comunicación: Lydia Pallarés, [lidiapallares@europapress.es](mailto:lidiapallares@europapress.es) . Tel.: 913.592.600



**Faltan los criterios de evaluación en Medios**

**Hablar de los 2 grandes premios**

**Hablar del reconocimiento especial Investigación**

**Hablar de los patros?**