

RÉCORD DE PARTICIPACIÓN EN LA VII EDICIÓN

Un total de 163 campañas se presentan este año a los Premios Eficacia, un 8 por ciento más que en 2004

- **El apartado de 'Eficacia en Medios' registra un incremento de inscripciones del 13 por ciento respecto al pasado año**

Madrid, 11 de julio de 2005.- Un total de 163 campañas se han presentado este año para optar a la séptima edición de los Premios a la Eficacia, un 8 por ciento más que en 2004, (151 casos). Los premios concedidos por la Asociación Española de Anunciantes (aea) se fallarán el próximo 20 de octubre en la tradicional gala de 'La Gran Noche de las Marcas', donde se entregarán 34 premios y un Gran Premio a la Eficacia, elegido entre todos los oros, en total 35 trofeos.

El pasado 15 de junio finalizó el plazo para que los anunciantes presentasen sus campañas publicitarias para optar a los Premios Eficacia05. El jurado, que analiza en la actualidad cada caso, dará a conocer el próximo mes de septiembre la lista corta.

El interés por conseguir un premio a la eficacia sigue creciendo anualmente, según indican las cifras, en 2002 fueron 103 los casos presentados, pasando a 145 en 2003 y a 151 en 2004, hasta los 163 actuales.

En este sentido, el presidente del jurado, Rafael Mazón, director corporativo de marketing y relaciones externas de Procter & Gamble, considera que "los premios son el reflejo del interés del sector publicitario por demostrar que la publicidad debe ser atractiva pero sobre todo debe crear riqueza para la empresa".

El área que más crece: Eficacia en Servicios de Marketing

Como novedades, además de instituir el área servicios de marketing, que agrupa a cuatro disciplinas ya constituidas en años anteriores (Marketing Directo, Marketing Interactivo, Marketing Promocional y Relaciones Públicas), se concederá un nuevo premio especial a la integración, que se suma al que se estrenó el año pasado a la investigación.

A este premio a la integración concurrirán los casos que se hayan apoyado en al menos tres canales diferentes de comunicación, incluyendo necesariamente publicidad convencional y no convencional.

En esta edición algunos de los casos que optan a los Premios Especiales de Investigación e Integración participan a su vez en otras categorías. La organización no contempla estas duplicaciones en el cálculo final de casos inscritos aunque el Jurado evaluará en total 182 casos.

De las tres áreas instituidas: Eficacia Publicitaria, Eficacia en Medios y Eficacia en Servicios de Marketing, la que más ha crecido es esta última, un 37,8%.

'Eficacia en Medios' ha mostrado un incremento en la inscripción de un 13%, con 26 campañas presentadas. En Eficacia Publicitaria suben las inscripciones en Campañas Sociales y de Administraciones Públicas, Servicios A y Servicios B.

Criterios de evaluación

Los Premios valoran la consecución de los objetivos marcados en función de las estrategias de marketing y comunicación que se plantean. Concretamente, los criterios de evaluación del Jurado para analizar la Eficacia Publicitaria son los siguientes:

1.- Retorno

Se presta especial atención al nivel de retorno de la inversión realizada en comunicación, su explicación y justificación.

2.- Dificultad

El jurado tendrá en cuenta el grado de dificultad del desarrollo de la acción de comunicación (competitividad del mercado, madurez del producto, diferenciación, etc).

3.- Innovación

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

4.- Demostración

En este criterio se valora el hecho de que el caso sea irrefutable, así se prueba el efecto conseguido por la comunicación en el negocio del cliente.

5.- Medición

Juzga la calidad y la innovación en las herramientas de medición utilizadas para demostrar los efectos de la comunicación.

6.- Medios

Evalúa 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.

7.- Presentación

Puntúa la calidad de redacción, de estructura y de presentación del caso.

8.- Evaluación final

El jurado valorará globalmente si el documento presentado tiene el mérito suficiente para pertenecer a la lista corta o al palmarés según las puntuaciones obtenidas en los criterios anteriores.

Jurado

Al presidente del jurado de los Premios Eficacia05, Rafael Mazón, se le suma el resto del jurado compuesto por:

Miguel Angel Bañuelos, BBDO

Alberto Berrocal, Clak
Chiqui Búa, Pubicis España
Gerardo España, Renault España
Jordi Franch, Gallina Blanca
Carmen Montero, Mediaedge:cia
Félix Muñoz, TBWA
Pablo Muñoz, Draft
Jordi Rosás, Villar & Rosas
José Armando Tellado, Central Lechera Asturiana
Félix Vicente, McCann Erickson
Ángel Riesgo, (secretario), Consultores de Publicidad.

El comité asesor de la aea sigue formado por José Manuel Zamorano (CEPSA), como presidente, al que le acompañan: Rafael García Gutiérrez (anefp), Juan José Gómez-Lagares (El Corte Inglés) y Antonio Ruiz Va (Gas Natural).

RTVE se incorpora como patrocinador

El área de servicios comerciales de RTVE ha decidido apostar claramente por los Premios a la Eficacia, y para ello se presenta este año como cuarto patrocinador de los únicos premios en España que reconocen la excelencia de la contribución de la comunicación comercial a la consecución de los objetivos empresariales del anunciante.

Asimismo se mantiene también como patrocinadoras las compañías Clear Channel, Mediaedge:cia, y Wanadoo. Y, un año más colaboran la Asociación de Agencias de Medios, AM; la Asociación Española de Agencias de Publicidad, AEAP; la Asociación Española de Marketing Promocional, AEMP; La Asociación de Medios Publicitarios de España, AMPE; la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión Pública, ANEIMO; la IAA, Internacional Advertising Association y el Interactive Advertising Bureau, IAB.

Como cada año, la Gala, que tendrá lugar el próximo 20 de octubre en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid, discurrirá bajo un hilo conductor, que en esta ocasión serán las artes escénicas.

Los Premios a la Eficacia son una cita imprescindible en el sector. La Gala de Entrega de Premios acoge a más de 2.000 profesionales que año tras año esperan este encuentro en donde las marcas y sus agencias optan a estos galardones.

La organización de estos premios corre a cargo de Grupo Consultores de Publicidad.