

# eficacia09

XI EDICIÓN PREMIOS A LA EFICACIA EN COMUNICACIÓN COMERCIAL

## **El sector publicitario apuesta por los Premios a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes manteniendo las inscripciones de ediciones anteriores**

### 141 casos se presentan para demostrar que la publicidad consigue resultados

*Madrid, 18 de junio.-* En un momento de caída de las inversiones publicitarias, los Premios a la Eficacia se presentan como un revulsivo frente a la crisis y, más consolidados que nunca, cuentan con el firme apoyo de todo el sector publicitario. 141 casos, uno más que en la edición anterior, compiten por demostrar que la publicidad es la mejor baza para incentivar el mercado. “La publicidad vende, ayuda a incrementar el consumo y es una gran dinamizadora de la economía, esto es lo que ha querido enfatizar la unión anunciante-agencia que conjuntamente han elegido este año a los Premios a la Eficacia como símbolo de la fuerza de nuestra industria”, manifiesta el presidente del Jurado de Eficacia 09, Fernando Valdés.

En total son 106 anunciantes y 74 agencias las que participan en esta edición, entre los que se encuentran marcas de muy diversos sectores de actividad. Algunos de los anunciantes que mayor número de casos han presentado son: Coca-Cola, Danone, McDonald's, Procter & Gamble o Telefónica. En cuanto a las agencias con mayor volumen de participación se encuentran Grey, Grupo Bassat Ogilvy, MPG, McCann Erickson, OMD o Shackleton.

En cuanto a la distribución por categorías, se han presentado 83 casos en Eficacia en Comunicación Comercial, 21 de ellos en la opción de Bajo Presupuesto (campañas con un presupuesto inferior a los 600.000€). En Eficacia en Medios competirán 26 casos y en las Categorías Especiales 32; en cuanto a Adaptación para España, 5; Internacionalidad, 3; Regional/Local, 15 y Responsabilidad Social, 9.

Los Premios a la Eficacia constituyen en la actualidad el reconocimiento más valorado por los anunciantes de nuestro país. Con la obtención de estos Premios se difunde públicamente el esfuerzo de la industria de la comunicación y el marketing en la aplicación de las mejores estrategias, las más innovadoras y que mejor responden a los objetivos planteados, habiendo logrando en la mayoría de los casos optimizar y rentabilizar al máximo los presupuestos.

## **El Jurado y los criterios de evaluación**

**Fernando Valdés**, director general de Campofrío, preside el Jurado de esta XI edición de los Premios a la Eficacia que está formado por profesionales cuya labor empresarial se desarrolla en diferentes ámbitos de la industria; anunciantes, agencias de publicidad, agencias de medios y asociaciones del sector.

El resto del Jurado lo componen: **Luca Finotto**, director de publicidad y comunicación de marca de Yell Publicidad; **Eva Gutiérrez**, consejera delegada de Sra. Rushmore; **Juan Martín**, director general de Mars España; **Marcos Martínez de la Escalera**, director de publicidad y gestión de marca de Orange; **Santiago Mier Albert**, director de marketing de Danone; **Oscar Prats**, vicepresidente del Grupo Bassat Ogilvy; **Gem Romero**, director de planificación estratégica de Tapsa; **Pilar Ulecia**, directora general de MEC Interaction, y **Rafael Urbano**, director de MPG Madrid. **César Vacchiano**, presidente de Grupo Consultores, actuará como secretario del Jurado.

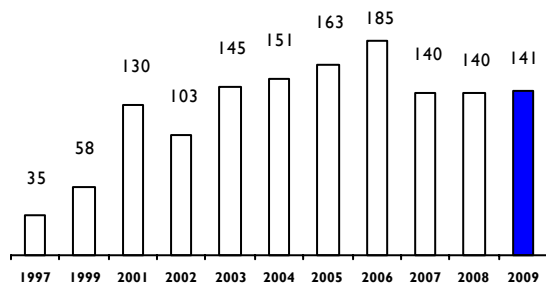
Los Premios a la Eficacia tienen la característica de que el Jurado ha de tener en cuenta para sus valoraciones los siguientes criterios de evaluación: **Dificultad, Innovación, Demostración, Medición, Retorno y Presentación**. En cada nueva edición el Jurado define la ponderación de cada uno de estos criterios de forma consensuada.

En las diez ediciones que han tenido lugar desde la creación de los Premios en 1997, se han analizado **un total de 1.247 casos presentados por 265 agencias, tanto creativas como de medios, y 560 anunciantes**. Con los casos presentados este año la cifra de casos “eficaces” es de 1.388, lo que convierte a la versión española de este certamen en la más concurrida de cuantas existen en el mundo.

En cuanto al ranking de premios obtenidos en la historia de los Premios a la Eficacia españoles, los quince anunciantes más galardonados han sido, por orden de trofeos conseguidos, Coca Cola España, Diageo, Nestlé, Repsol, Telefónica Móviles, Vodafone, BSH Electrodomésticos, Procter & Gamble, ONCE, Atlético de Madrid, BMW Ibérica, Caja Madrid, Hispano FoxFilm, Kellogg's y Renault. En cuanto a las agencias más premiadas, son: DDB, McCann Erickson, JWT Delvico, OMD, Young & Rubicam, Publicis, \*S,C,P,F...,Remo, Tapsa, Bassat Ogilvy, Sra. Rushmore, Tiempo BBDO, Dimensión y Grey.

Todos los casos galardonados en cada edición de los Premios a la Eficacia son publicados anualmente en el “Libro de la Eficacia. La publicidad que funciona” donde quedan reflejadas las mejores acciones de comunicación comercial de cada año realizadas en España.

## Evolución de Inscripciones Premios a la Eficacia 1997-2009



Fuente: Organización Premios a la Eficacia

## Patrocinadores y colaboradores

Las empresas que con su apoyo hacen posible la realización de estos Premios son, al igual que en anteriores ediciones, Mediaedge:cia, Orange, RTVE Comercial y Unidad Editorial, habiéndose incorporado este año Publimedia.

Un año más colaboran la Asociación de Agencias de Medios, **AM**; la Asociación Española de Agencias de Publicidad, **AEAP**, la Asociación Española de Marketing Integrado, **AEMI**; la Asociación de Medios Publicitarios de España, **AMPE**; la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión Pública, **ANEIMO**; la Internacional Advertising Association, **IAA**; Asociación Española de Planificadores Estratégicos, **APG** y el Interactive Advertising Bureau, **IAB**. Este año se incorpora la **ADECEC**, Asociación Española de Empresas consultoras en Comunicación y RRPP.

Convoca:



Organiza:



Contactos de prensa:

Asociación Española de Anunciantes  
Elena Pérez del Monte  
Tel.: 91 556 03 51  
elenap@anunciantes.com

Grupo Consultores  
Beatriz Chapaprieta de la Torre  
Tel.: 91 702 11 13  
bchapaprieta@grupoconsultores.com