

XV Aniversario de los Premios a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes con un 5% más de inscripciones

## **Los “Efi” cotizan al alza con 130 casos presentados**

Madrid, 17 de junio de 2013.-Con un crecimiento de un 5% más de inscripciones se presentan este año los Premios a la Eficacia 2013. Más que nunca se hace realidad la máxima de que cada euro invertido en publicidad es una esperanza para crecer. En total, han sido 130 los casos presentados por 92 anunciantes y 63 agencias. Coca-Cola, Heineken y Vodafone son los anunciantes que más casos han presentado, al igual que las agencias Grey y OMD. Todos quieren este preciado galardón, José María Cantero, presidente de esta XV edición y aniversario, y director general adjunto de Mutua Madrileña, afirma que “conseguir un Premio a la Eficacia es consagrarse como una marca eficaz con un sello de calidad”, así, Ismael Pascual, director de comunicación integrada de Coca-Cola, afirmaba recientemente “es a lo que nuestra marca debe aspirar a ganar todos los años.

Por categorías, se han presentado 50 casos a eficacia en comunicación comercial, 29 a eficacia en medios, 25 a eficacia en comunicación comercial con presupuesto inferior a 250.000€ y, por categorías especiales, 11 a la de responsabilidad social, 10 a regional/local y 5 para la de internacionalidad.

### **Unos premios de toda la industria de la publicidad**

Los criterios por los que el Jurado evaluará los casos presentados son los siguientes: “estrategia”, “idea y ejecución”, y “resultados”, que suponen una evolución frente a los anteriores y son fruto de un análisis realizado por la Asociación Española de Planificadores Estratégicos (APG). Precisamente, uno de los valores más fuertes de los Premios a la Eficacia es que cuentan con la colaboración de toda la industria de la publicidad. Autocontrol valida que ningún caso presentado esté en litigio tanto dentro de su organismo como en los Tribunales de Justicia; Aneimo, Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión Pública colabora en la elección de los finalistas que optan al Reconocimiento Especial a la Investigación. En cuanto a la AEACP, Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria, cada año reserva en el Festival El Sol un espacio dedicado a los Premios a la Eficacia para la proyección de la bobina de los oros de la anterior edición así como para la celebración de una mesa redonda para hablar de los resultados que ofrecen estos galardones. Igualmente, se cuenta con el apoyo de la Asociación de Agencias de Medios (AM) y del Interactive Advertising Bureau (IAB).

A José María Cantero (Mutua Madrileña) como presidente de la actual edición, le acompaña un elenco de prestigiosos profesionales como David Coral, presidente y ceo de Grupo BBDO y Proximity; Javier Coromina, director de servicios de marketing y RRPP de Grupo Nutrexp; Ricardo de Diego, director de marketing y comunicación de KIA Motors Iberia; Adolfo Fernández, client service director Madrid office de Milward Brown Iberia; Gabriela Díaz Guardamino, directora de marketing de IKEA Ibérica; Nieves Durán, directora general de estrategia y gestión de marca de Tapsa|Y&R; Josep M<sup>a</sup> Ferrara, fundador y director creativo de Pavlov; Miguel Ángel García, ceo de Starcom Mediavest Group Iberia; Carles Manteca i Auber, director de antena y programación de TV3-Televisió de Catalunya; Eloísa Moscardó, directora de publicidad corporativa de Banco Santander; y Miguel Simoes, presidente de Lola. Lidia Sanz, subdirectora general de la aea, y César Vacchiano, presidente & ceo de Grupo Consultores, actuarán como secretarios del Jurado.

Los Premios a la Eficacia cada año se renuevan y ofrecen novedades y seminarios que responden a la inquietud de los profesionales del sector que afirman que “a los Premios a la Eficacia se va a aprender ya que son muy útiles para hacer crecer los negocios, como manifiesta Alfonso González, de Arena Media, o como añade Alex Pallete, brand strategist, “son el termómetro de la calidad de la comunicación publicitaria en este país”.

Unos premios que, como un revulsivo hacia la crisis económica, demuestran que la publicidad vende y tiene capacidad para generar consumo. Nunca como ahora ha sido tanpreciado que los productos y servicios se hagan oír en la sociedad, la comunicación comercial es el altavoz de sus características que incita a la movilización; los 155 anunciantes y agencias que presentan casos quieren obtener este “certificado” de que con su trabajo contribuyen al crecimiento de las empresas y por tanto de la economía. Pero ante todo, quieren demostrar que la publicidad, como dice un conocido académico de la lengua, es “la piel de la civilización actual” y, en este certamen, se premian sus resultados. Por ellos apuestan con su patrocinio empresas como Clear Channel, CMVocento y MEC.

La ceremonia de entrega de Premios Eficacia 2013 tendrá lugar el 24 de octubre en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid.

Convoca:

**anunciantes**  
asociación española de anunciantes

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

Asesor estratégico y organización:



Grupo Consultores  
Saskia van Liempt  
Tel.: 91 702 11 13  
svanliempt@grupoconsultores.com