



42 | ANÁLISIS / PREMIOS EFI 2016

El Club de Jurados de los Premios a la Eficacia concede sus reconocimientos

Texto: Redacción

El Parque Warner Madrid acogió la entrega de los galardones que concede el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia, presidido por Patricia Abril (presidenta del jurado 2007), y que está integrado por más de 170 profesionales del sector publicitario que han formado parte de alguna de las ya 18 ediciones de los Premios a la Eficacia. Fue la antesala de la Gala de los Premios a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes (aea).

En este encuentro se rindió homenaje a las familias de los componentes del Club de Jurados invitándolas a pasar un día de diversión y ocio en el Parque Warner gracias al apoyo directo de Clear Channel, cuyo director general, Eduardo Ballesteros, señaló

estar enfocados desde su compañía muy "en pro de la eficacia en todas sus variedades". Campofrío se alzó con el premio a la trayectoria publicitaria de una marca "por su capacidad de reinventarse, romper moldes, innovar con valentía en su categoría de alimentación, crear tendencia y formar parte de la cultura popular en cada campaña". En cuanto a la trayectoria profesional, fue Jaime Lobera, director corporativo de Marketing y Ventas de Campofrío Food Group y presidente de la aea, quien obtuvo este reconocimiento "por ser uno de los transformadores de los códigos de comunicación con arrojo y siempre con coherencia, liderando la transformación de Campofrío y por creer que no existen límites y que cualquier marca, independientemente de su sector, puede ser relevante y tener un impacto positivo en la

sociedad". Patricia Abril resaltó de Lobera su percepción de la publicidad como elemento de valor que ha llevado a Campofrío a ser una marca líder en los referentes de eficacia. El premio Eficacia Sub 41 lo obtuvo Eva Santos, directora general creativa de Proximity España, por "la gran labor creativa que ha desarrollado en los últimos tiempos en Proximity".

María Gil Arbeo, directora de nuevo negocio de GroupM, patrocinador en exclusiva de todas las actividades del Club de Jurados de los Premios a la Eficacia, manifestó que para su compañía es un lujo estar integrados en este Club y que próximamente estará disponible el cuaderno de pensamiento y comunicación eficaz en el que se publica la síntesis de debates del panel de expertos que se organizan en cada edición. ✎



Lidia Sanz

Directora general de la Asociación Española de Anunciantes

Los Premios a la Eficacia, esencia y rentabilidad

Si hay algo que caracteriza a los Premios a la Eficacia es estar pegados a la actualidad y en nuestro sector eso significa aplicar las estrategias más adecuadas en cada momento con un planteamiento enfocado a obtener los mejores resultados.

Las empresas viven una gran transformación radical en la que el cliente está posicionado en el centro de su estrategia. El mundo digital ha cambiado el modelo de negocio de las compañías y es imprescindible alinear éste con el de la sociedad. Para ello la tecnología ofrece grandes oportunidades para aprovechar en la línea en la que lo está pidiendo el consumidor, sin intrusismo y ofreciéndole valor que le proporcione ventajas en su día a día. Todos estos conceptos que todos los profesionales estamos escuchando y que dirigen ya nuestros planes de trabajo tienen una aplicación práctica, y son todos esos casos de éxito que se valoran en los Premios a la Eficacia y que nos dejan un aprendizaje impagable como modelos a seguir.

Uno de los comentarios comunes en los miembros del jurado de las distintas ediciones de estos premios es que califican este proceso de evaluación como uno de los mejores masters que se pueden hacer en nuestro sector.

Para una asociación como la nuestra ese legado nos llena de gratitud hacia todos los profesionales de esta industria que llenan de contenido y de futuro a estos premios que son suyos realmente porque los hacen crecer año tras año y simbolizan el esfuerzo y la esencia del trabajo conjunto entre el anunciente y la agencia.

Si algo caracteriza también a esta edición es precisamente esa adecuación que estamos viendo en los últimos años en donde algunos conceptos claves son la integración de los medios, la publicidad con contenido, las experiencias, las conexiones, el crear un mundo más sostenible, la aportación a la sociedad, el compromiso, las relaciones a largo plazo más personales y duraderas...

Todo ello está resumido en los premios a la eficacia que ofrecen pautas

de cómo llevarlo a la práctica con el sentido de una empresa que debe de generar beneficios para la sociedad y para la economía lo cual es directamente proporcional a su propia rentabilidad.

Este año y ya también siguiendo con la inercia del año pasado estamos viendo cómo a la par que crece moderadamente la inversión publicitaria y se empieza a notar un cierto optimismo en los presupuestos de publicidad y marketing, siguen al alza las inscripciones de los Premios a la Eficacia con 166 casos inscritos de los cuales el 56,7%, 93 casos, ha pasado a la lista corta.

Los datos tanto de la inversión publicitaria que nos proporciona Infoadex con un aumento del 4,7% en medios convencionales relativo al segundo semestre de 2016 como los de nuestro estudio Trend Score del primer semestre y previsiones del segundo sobre la evolución de la inversión, que realizamos conjuntamente con Scopen, nos avalan esa línea ascendente y positiva que reflejan los Premios a la Eficacia.

La motivación del sector publicitario es una palanca para mover el consumo con las mejores técnicas de comunicación comercial. Desde aquí en nombre de la aea les damos las gracias a todos por su participación y por supuesto la enhorabuena a los finalistas porque eso ya es un premio en sí mismo. 65 anunciantes y 52 agencias que han entrado en competición reúnen un talento que abruma con todo lo que son capaces de hacer. España es un país con una potencia de industria publicitaria que tiene mucho que aportar y que desde la aea luchamos cada día porque sea reconocido.

En este sentido el trabajo conjunto de las asociaciones que representamos a los distintos agentes del sector es básico y eso es algo que está fielmente representado en los Premios a la Eficacia. La mayoría de las asociaciones está integrada en ellos y es un placer constatar que no solo son los premios de las empresas anunciantes sino que están consolidados y, lo que es más importante, son queridos por todos. ✎