

EFFIE® México 2006: *Deja que el EFFIE® se te suba a la cabeza.*

por: Aurora Monroy
Coordinadora de Mercadotecnia del ITAM

El EFFIE®, sin lugar a dudas, se ha consolidado como el certamen de publicidad que atrae el más alto nivel de competencia en países de Europa, América Latina y Asia Pacífico. Como ya todos sabemos, un EFFIE® en México, y en el ámbito internacional en general, representa la máxima calidad en cuanto a la construcción de marcas fuertes, duraderas y rentables por medio de la inversión publicitaria; de marcas que, a través de la publicidad, crean fuertes vínculos emotivos con sus consumidores.

El objetivo de los premios EFFIE® es impulsar una creatividad ganadora basada en estrategias inteligentes y orientadas a resultados. Un EFFIE® es el reconocimiento a la congruencia entre estrategia-creatividad y objetivos-resultados; lo que hace que, hoy por hoy, EFFIE® sea el certamen más objetivo y respetado de la industria publicitaria.

Innovaciones 2006

Este año se efectuaron algunos cambios a los premios EFFIE®, dirigidos a fortalecer el modelo del certamen. Además de continuar con la categoría de Comunicaciones Integradas, se incorporó en el *brief* de publicidad, la categoría de publicidad para promociones de servicios, que evalúa los casos en los que el sujeto de la publicidad no es la marca o el producto, sino la promoción misma. En esta categoría se incluyeron todos aquellos esfuerzos promocionales que fueron apoyados por una campaña publicitaria, misma que incidió de forma importante en los resultados de la promoción.

Asimismo, para esta edición se incluyó una nueva categoría que es la de Estrategia de Medios, como respuesta a la recomendación hecha por el jurado que participó en el certamen de 2005, y siguiendo las tendencias que ya están en operación tanto en Europa como en Nueva York. Hay ocasiones en las que una correcta Estrategia de Medios conduce una campaña entera; en esta categoría se consideraron los casos que obtuvieron un resultado excepcional, derivado de una idea creativa, pero sobretodo de una acertada estrategia de medios.

Es importante mencionar que el certamen EFFIE® México 2006, en su séptima edición, logró convocar un total de 122 casos, de 78 empresas anunciantes con la participación de 24 agencias de publicidad y medios. Otro resultado, digno de comentarse, es el hecho de que del total de casos inscritos, un poco más del 50% de las campañas pasaron al *short list*, para ser evaluados en una segunda ronda, pues fueron consideradas campañas sobresalientes en el cumplimiento de los objetivos para los que fueron creadas.

Por otro lado, en apoyo al espíritu de apertura y colaboración de los premios EFFIE, este año el jurado estuvo compuesto por altos ejecutivos que han destacado en diferentes campos relacionados con la mercadotecnia y la publicidad. Fueron estos profesionales destacados los encargados de juzgar, en dos rondas, las campañas participantes. Cabe recordar que la evaluación en ambas etapas se realiza de forma personal, y que las

campañas se asignan al grupo de jueces de manera aleatoria, lo que garantiza la equidad y objetividad del proceso.

Este año, la primera ronda de evaluación estuvo a cargo de 84 personalidades reconocidas por su *expertise* en mercadotecnia, de empresas anunciantes, academia, agencias de publicidad, agencias de medios, medios de comunicación y agencias de investigación de mercados. En esta ronda se evaluaron exclusivamente las estrategias desarrolladas y los resultados obtenidos en cada campaña, sin revisar materiales creativos.

Los 64 casos que pasaron al *short list* fueron evaluados en una segunda ronda por 74 jueces del más alto nivel. Se convocó a presidentes y directores generales de empresas anunciantes, así como de otras áreas y disciplinas relacionadas con el certamen. En esta etapa, además de tomar en cuenta los resultados obtenidos, se evaluó el *brief* y la creatividad, comparándolos con otras campañas.

Sin duda alguna, uno de las características que mayor soporte da a la solidez y transparencia del certamen, es la figura del Presidente del Jurado, quien cumple cabalmente con su rol de responsable de los aspectos definitorios y de evaluación de la competencia, incluyendo categorización, elegibilidad, calificaciones y controversias. Este año, la responsabilidad recayó en un talentoso empresario, con más de 25 años de experiencia profesional en las áreas de comunicación, ventas y mercadotecnia: Lic. Pedro Padierna Barting, quien es actualmente Presidente y Director General de Sabritas y Gatorade en México y Centroamérica, y Presidente del Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo, A.C.

Es un gran orgullo para todas aquellas personas relacionadas, de una u otra forma, con la publicidad, contar en México con los premios EFFIE[®], que por su propia naturaleza y a diferencia de otros reconocimientos, no sólo premia a la creatividad de una campaña, sino a la combinación de ésta con su efectividad para alcanzar los objetivos de mercadotecnia que le dieron vida. También resulta grato atestiguar que, año tras año, los casos inscritos se incrementan significativamente, no sólo en número, sino en nivel competitivo, lo que nos lleva a confirmar que las campañas que este año obtuvieron un bronce, una plata o un oro son merecedoras de toda nuestra admiración.

Por último, reiteramos el más sincero agradecimiento a todos aquellos que, por séptimo año consecutivo, hicieron posible la realización del premio EFFIE[®] México; muy especialmente al Presidente del Comité Organizador, Lic. José Alberto Terán. Gracias a la entusiasta participación de todos ellos, no sólo reconocen públicamente el esfuerzo que las agencias de publicidad realizan a favor de las marcas, en mancuerna con los anunciantes, sino que contribuyen de manera significativa al desarrollo de la industria publicitaria en nuestro país, elevando día con día sus estándares en cuanto a creatividad, calidad, pero sobretodo efectividad.

REFERENCIAS

AMAP Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad [en línea]: <<http://www.amap.com.mx>> [Consulta: 17 de octubre, 2006].

EFFIE® México 2006 [en línea]: <<http://www.effie.com.mx>> [Consulta: 17 de octubre, 2006].