

Reconoce AMAP la eficiencia de la comunicación con orientación social

Se realizó la segunda entrega del EFFIE Social, reconocimiento que otorga la AMAP a las campañas de publicidad de beneficio social que demostraron eficiencia en su estrategia, creatividad y ejecución, demostrando resultados que impactaron positivamente al problema social atendido. En México existen más de 100 campañas enfocadas a tratar proyectos sociales y esto nos muestra la imperiosa necesidad de desarrollar más campañas con calidad estratégica de este universo. Este año se inscribieron 36 proyectos, de los cuales 15 alcanzaron la categoría de finalistas y de éstos, 9 campañas resultaron ganadoras en las 3 categorías del certamen:

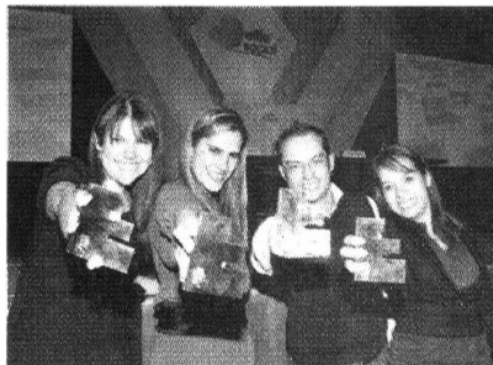
Empresas, Marcas, Instituciones o Fundaciones de la Iniciativa Privada; se otorgaron dos Effies de oro, el primero a Fundación Cinépolis por su campaña "Del amor nace la vista" como apoyo a la Asociación para Evitar la Ceguera en México, la cual lleva más de tres años, por lo que obtuvo también un Effie especial como reconocimiento a la continuidad. El segundo Effie de oro fue para Mars México y su agencia de publicidad Terán/TBWA por su campaña "Programa Pedigree Adóptame". Fundación Azteca obtuvo el EFFIE de plata por su Movimiento Azteca. También la empresa Bayer y sus agencias Marketing Social y JWT, recibieron el EFFIE de plata por su campaña "Entre Mujeres nos Cuidamos". La empresa Alen del Norte y su agencia G5 Comunicación, fue premiada con el EFFIE de bronce por su campaña "México Lindo y Querido".

Instituciones sin fines de lucro; es la segunda categoría, que otorgó el EFFIE de oro a la Fundación UNAM y a su agencia Proeza/Slai por la campaña de "Afiliación a Fundación UNAM". El EFFIE de plata se asignó a Fundación Extra, por su campaña "Bosque Urbano". Y el de bronce fue otorgado a la Fundación del Empresario Mexicano, A.C. (FUNDEMEX), por la campaña "Trabajamos por un México sin Pobreza". Instituciones/Dependencias del Sector Público; distinguió con un EFFIE de bronce a la **Comisión Nacional del Agua** y su agencia Vale Euro RSCG por la campaña "Uso Eficiente del Agua", apoyada

también por el Consejo de la Comunicación.

Como parte del podium, estuvo presente Rafael Pérez Toribio, presidente del comité del EFFIE Social de la AMAP y Marcos Achar Levy, como presidente del jurado de esta segunda edición.

"A iniciativa de la AMAP creamos el certamen del RFFIE Social para promover la cultura de los resultados y para estimular que las campañas que se orienten a causas sociales estén diseñadas con una adecuada estrategia, una creatividad relevante con resultados medibles y sobre todo que logren beneficios sociales en bien del país", Rafael Pérez Toribio.



Continúa en siguiente hoja

Fecha 04.12.2009	Sección Dinero	Página 11
----------------------------	--------------------------	---------------------

