



Nancy Pearson

XIV EDICIÓN DE LA ENTREGA DE CARACOL DE PLATA A LOS MEJORES MENSAJES DE BENEFICIO SOCIAL DE IBEROAMÉRICA

GANAR-GANAR

- **Brasil, Colombia, España, Honduras y Paraguay resultaron galardonados en la XIV Edición de la Entrega de Caracol de Plata.**
- **La ceremonia de premiación tuvo lugar en el marco del VII Encuentro Latinoamericano de Empresas Socialmente Responsables.**

Como cada año, la asociación Civil Caracol de Plata llevó a cabo la ceremonia de premiación en donde se reconoció a la mejor publicidad con sentido social. En esta ocasión, los mensajes ganadores que se llevaron la escultura insignia de la institución, provienen de Brasil, Colombia, España, Honduras y Paraguay.

Manuel Arango, fundador y presidente de Caracol de Plata, A.C., estuvo presente en el presidium junto con Alfredo Alquicira, presidente del Círculo Creativo de México; José Manuel Sánchez, presidente de la Asociación Mexicana de Publicidad Exterior (AMPE); Salvador Villalobos, presidente ejecutivo del Consejo de la Comunicación; Sergio López Zepeda, presidente ejecutivo de la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad; Rafael Castanedo Martínez, vicepresidente ejecutivo de la Asociación Nacional de la Publicidad y Efrén Huerta, consejero de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT).

Por tercera ocasión consecutiva, Alonso Castellot, reconocido analista de negocios, consultor empresarial y promotor enérgico de los beneficios de la responsabilidad social empresarial, condujo la ceremonia en donde presentó los 18 mensajes finalistas y anunció a los seis ganadores de este año.

En la XIV edición, algunos de los mensajes galardonados se centraron en desarrollar una

propuesta sencilla, a la vez que poderosa para: crear conciencia sobre el consumo responsable de alcohol; el peligro de mandar mensajes de texto mientras se conduce, así como las consecuencias trágicas que pueden derivarse de los disparos al aire por el uso de armas por diversión.

Destacaron también los mensajes que gracias a su creatividad y originalidad contribuyeron a: sumar más apoyo para niños en centros comunitarios; incrementar la recaudación de fondos para la defensa de los derechos humanos y sensibilizar a las mujeres para transformar la belleza en una fuente de confianza y no de ansiedad.

Desde su fundación hace 14 años, la asociación Caracol de Plata se ha centrado en impulsar que más empresas de la iniciativa privada utilicen las herramientas de la publicidad, la mercadotecnia y la comunicación para contribuir al bienestar social.

Con ese propósito, Caracol de Plata creó el Reconocimiento Iberoamericano al Mensaje de Beneficio Social como vehículo para reunir y reconocer destacados mensajes, dando ejemplos a las empresas y comprobando que contribuyen al ganar-ganar de las alianzas con las causas e instituciones sociales.

Al respecto, Nancy Pearson, directora de la organización, comentó: “Este año tenemos muestras notables de cómo las empresas utilizan los mensajes de beneficio social como una poderosa herramienta de Responsabilidad Social. Confiamos que estos mensajes que han conocido esta noche sean ejemplo para que más empresas, profesionales de la comunicación y organismos de la sociedad civil se conviertan en catalizadores de nuestro entorno y multiplicadores del bien común”.



Para conocer más detalles o consultar la lista de ganadores y finalistas, puede visitar el sitio de Caracol de Plata en Internet: www.caracoldeplata.org.

Pearson aprovechó la ocasión para anunciar que la convocatoria a la XV Edición de Caracol de Plata estará abierta a partir de agosto de 2014.

Mensajes ganadores

XIV Edición del Reconocimiento Iberoamericano al Mensaje de Beneficio Social

- **IMPRESOS >> HONDURAS:** Anuncio titulado *Silla Mauricio*, creado por McCann Erickson Honduras para Cervecería Hondureña SABMiller.
- **TELEVISIÓN >> PARAGUAY:** *Basta de Balas*, concebido por Kausa Central Creativa para Bomberos Voluntarios de Paraguay.
- **RADIO >> COLOMBIA:** *ABC*, creado por TBWA Colombia para UNE EPM Telecomunicaciones
- **PUBLICIDAD EXTERIOR Y MEDIOS ALTERNATIVOS >> PARAGUAY:** *El trofeo de la revancha*, realizado por Kausa Central Creativa para Fundación Dequení.
- **MEDIOS DIGITALES >> BRASIL:** *Real beauty sketches*, creado por Ogilvy Brasil para Unilever.
- **CAMPAÑAS >> ESPAÑA:** *Ropa comprometida 2013*, creado por la agencia La Despensa Ingredientes Creativos para Amnistía Internacional.●



Paul Mejía, CEO de McCann Worldgroup



Rafael Castanedo Vicepresidentete ANP



Cecilia Yegros, Kausa Central Creativa en Paraguay



Fabio Prado y Mariano Smith UNILEVER