

XVI EDICIÓN

del Reconocimiento Iberoamericano al Mensaje de Beneficio Social 2015

— GANAR-GANAR —

Los mensajes ganadores en esta edición proceden de Guatemala, México, Panamá y Venezuela.



Rafael Domínguez,
Presidente del Círculo
Creativo de México

Caracol de Plata celebró la entrega de los reconocimientos con los que cada año distingue a la mejor publicidad de beneficio social de América Latina, España y Portugal. La ceremonia de premiación, en la que los ganadores provenientes de Guatemala, México, Panamá y Venezuela recibieron su escultura, se realizó en el marco del IX Encuentro Latinoamericano de Empresas Socialmente Responsables.

Esta iniciativa lleva más de tres lustros promoviendo activamente que un mayor número de empresas, agencias de publicidad, medios de comunicación y OSC incorporen el mensaje de bien social a sus estrategias de publicidad, mercadotecnia y comunicación, como herramienta para ejercer la Responsabilidad Social.



José Alberto Terán y
Rosenda Martínez
de GNP

En esta edición, se contó con la colaboración de un Jurado Internacional, integrado por 16 personalidades de diferentes empresas, agencias, medios y organizaciones de la sociedad civil de 10 países, quienes evaluaron y seleccionaron los mensajes ganadores que destacaron por su creatividad, su calidad, su contenido y la trascendencia de las causas que abordaron, entre ellas, el consumo responsable de alcohol, educación vial, donación de órganos, prevención y detección temprana del cáncer cervicouterino en mujeres indígenas.

Al inicio de la ceremonia, el C.P. Jorge Familiar Haro, Presidente de Consejo directivo del Centro Mexicano para la Filantropía, dio

México se llevó tres esculturas, con los trabajos: *Intimate Words*, de Leo Burnett México, para Always; *Lo que una madre hace para proteger a sus hijos*, de La Doblevida, para Fundación Pernod Ricard México; y, *Amigo Secreto*, de Terán TBWA, para Grupo Nacional Provincial.

la bienvenida a los asistentes y habló sobre la importancia de la comunicación en la Responsabilidad Social Corporativa y lo que significa la incorporación de Caracol de Plata a su programa de Responsabilidad Social Empresarial, así como sobre la forma en la que, con esta unión se enriquecerá la oferta de contenido de relevancia y calidad para las empresas que buscan maneras innovadoras de crear beneficios no sólo para ellas mismas, sino para sus *stakeholders* y las comunidades donde operan.

Por quinto año consecutivo, Alonso Castellot, reconocido analista de negocios y especialista en el sector empresarial mexicano, así como en temas de responsabilidad social, tuvo a su cargo la conducción de la ceremonia.

El anuncio de los trabajos ganadores y la entrega de los reconocimientos a cada uno de ellos, fue realizada por presidentes y directores de las principales cúpulas empresariales y de la industria de la Comunicación y la Publicidad en México, que forman parte del Consejo Asesor de Caracol de Plata: Sr. Pedro Egea, Presidente de la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad; Demetrio Bilbatúa Rodríguez, Presidente de la Asociación Nacional de la Publicidad y Premio Nacional de la Comunicación 2015; Rafael Domínguez, Presidente del Círculo Creativo de México; el licenciado. Miguel Orozco Gómez, Director General de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión; el ingeniero Gerardo Raúl Roldán Barrios, Presidente de la Asociación Mexicana de Publicidad Exterior y Salvador Villalobos, Presidente Ejecutivo del Consejo de la Comunicación.

El cierre del evento estuvo a cargo del Lic. Jorge Villalobos Grzybowicz, Presidente Ejecutivo del Cemefi.



Óscar Humberto Castañeda, Director Creativo General de Castillo de If Guatemala



Emilio Solís, Director Creativo de Leo Burnett



Nelly Jiménez O'Farrill, Enrique Fernández, Mercedes Aragonés, Frank Devlyn y Carlos Madrid



Gerardo Pernia, Director Creativo de Publicis

Mensajes ganadores XVI Edición del Reconocimiento Iberoamericano al Mensaje de Beneficio Social

GANADOR
Título
Intimate Words
Medio
Acción o Activación
Agencia
Leo Burnett México
Patrocinador
Always



MÉXICO

GANADOR
Título
Lo que una madre hace para proteger a sus hijos
Medio
Televisión
Agencia
La Doblevida
Institución
Fundación Pernod Ricard México



MÉXICO

GANADOR
Título
Promo
Medio
Radio
Agencia
Castillo de IF
Institución
Fondo Unido de Guatemala
Patrocinador
94.9 RADIO



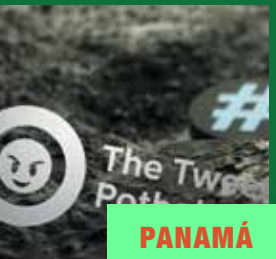
GUATEMALA

GANADOR
Título
Epitafio / Llamada
Medio
Prensa
Agencia
Publicis Venezuela
Patrocinador
Renault Venezuela



VENEZUELA

GANADOR
Título
El hueco twitero
Medio
Televisión
Agencia
Publicuatro
Institución
Corporación Medcom



PANAMÁ

- **Impresos:** Venezuela.- *Epitafio / Llamada*, creado por Publicis Venezuela para Renault Venezuela.
- **Medios Alternativos y Publicidad Exterior:** México.- *Intimate Words*, creado Leo Burnett México para Always.
- **Medios Digitales: Panamá:** *El hueco twitero*, creado por Publicuatro para Corporación Medcom.
- **Radio: Guatemala:** *Promo*, creado por Castillo de IF para el Fondo Unido de Guatemala y patrocinado por 94.9 RADIO.
- **Televisión: México:** *Lo que una madre hace para proteger a sus hijos*, creado por La Doblevida para Fundación Pernod Ricard México.
- **Campañas: México:** *Amigo Secreto*, creado por Terán TBWA para Grupo Nacional Provincial

La Memoria Digital de la XVI Edición, que incluye los mensajes ganadores y finalistas, está disponible en el sitio de Caracol de Plata en Internet: www.caracoldeplata.org, así como en el canal de Caracol de Plata en Youtube, Facebook y en Pinterest. ●



MÉXICO

GANADOR

Título
Amigo Secreto
Medios
Televisión/Cine,
Sitio WEB, Redes Sociales
y Pulsera distintiva
Agencia
Terán/TBWA
Institución
Centro Nacional de
Transplantes (CENATRA)