

PUBLICIDAD PERUANA NO TUVO SUERTE

# Mala cacería para América Latina en el último Cannes Lions 2008

■ Agencia nacional Garwich BBDO tuvo más nominaciones entre los finalistas

El pasado 15 de junio empezó el festival más importante de la publicidad del mundo, el equivalente del Oscar, el Nobel, la Copa del Mundo y las Olimpiadas. A pesar de que América Latina posee un nombre importante en este evento, por países como Brasil, Argentina, Chile y Costa Rica, el Cannes Lions 2008 no ha sido auspicioso para la región. En las categorías Promo Lions (promociones) y Press Lions (avisos en prensa), América Latina obtuvo dos oros: JWT Costa Rica y Almap BBDO Brasil. En la categoría Outdoor Lions (paneles) la región obtuvo 13 Leones (4 platas y 9 bronce). En Media Lions, 12 (5 platas y 7 bronce). En Radio Lions 11 (2 platas y 9 bronce). Ningún león fue para el Perú.

Aunque la representación latinoamericana obtuvo cerca de 40 premios, estuvo lejos de los 62 galardones del año pasado y de un número similar en el 2006.

A pesar de que desde el 2006 el Perú aparece en el mapa del Cannes Lions, tras los tres oros que obtuvo Quórum Nazca Satchi & Satchi, este año parece adverso para la publicidad local. Sin embargo, Óscar Tamayo, director creativo de Garwich BBDO y uno de los peruanos más reconocidos en Cannes por el número de veces que una de sus cam-

## Sin suerte en el safari

Este viernes el jurado de Cannes Lions 2008 publicará el short list con las agencias que quedaron finalistas en el Film Lions (comercial de televisión), la categoría más importante. JWT (Multident) y Mayo FCB (Wong) enviaron sus spots.

Cyber		
Anunciante	Producto	Agencia
Direct TV Perú	Pay per view TV	Atomikal
Johnson & Johnson	K-Y Jelly Sexual Lubricant	Pragma DDB
Diseño		
Anunciante	Producto	Agencia
Studio A	Diseño gráfico	Studio A
Direct		
Anunciante	Producto	Agencia
Amnesty International	Campaña sobre derechos humanos	GarwichBBDO
Cruz Roja del Perú	Campaña de donaciones	GarwichBBDO
Procter & Gamble	Pilas Duracell	Ogilvy Perú
Filme		
Anunciante	Producto	Agencia
Multident Perú	Tratamiento de blanqueamiento	JWT
Wong	Bolsas biodegradables	Mayo Draft FCB Perú
Media		
Anunciante	Producto	Agencia
Crisol	Librerías	El Garaje Lowe
Amnistía Internacional	Organización de derechos humanos	GarwichBBDO
Cruz Roja del Perú	Primeros auxilios	GarwichBBDO
Johnson & Johnson	Protector solar Caladryl	JWT
Mapalsa SAC	Cuchillos Práctica	JWT

Outdoor		
Anunciante	Producto	Agencia
3M	Cinta Scotch Brite	El Garaje Lowe
Cruz Roja del Perú	Campaña de donaciones	GarwichBBDO
INEN	Campaña sobre fumar	Pragma DDB
Prensa		
Anunciante	Producto	Agencia
Crisol	Librerías Crisol	El Garaje Lowe
Kimberly-Clark	Kitchen Roll	JWT
Pegafan	Super Bonder	JWT
Mapalsa SAC	Fans	JWT
Abeefe Bristol-Myers Squibb	Dolocordralan	Mayo Draft FCB Perú
BBVA Banco Continental	Fondos mutuos	Mayo Draft FCB Perú
Gold's Gym	Gimnasio	Pragma DDB
Prolifra	Concierto sinfónico	Properú
Alicorp	Cocinero	Publicis Perú
Alicorp	Detergente Bolívar para ropa	Publicis Perú
Radio		
Anunciante	Producto	Agencia
Multident Perú	Blanqueamiento de dientes	JMT
Philips	Reproductores MP3/MP4	Pragma DDB
Promociones de ventas		
Anunciante	Producto	Agencia
Crisol	Librerías	El Garaje Lowe
Amnistía Internacional	Save children from	GarwichBBDO
Cruz Roja del Perú	Campaña de donaciones	GarwichBBDO



## notas breves

■ INFRAESTRUCTURA

### Congreso da plazo para faja portuaria

La Comisión de Transportes y Comunicaciones del Congreso dio un plazo de 360 días para que la Autoridad Portuaria Nacional y el Ministerio de Transportes implementen fajas herméticas móviles en el Callao para el traslado de minerales. El proyecto de ley que la comisión aprobó por unanimidad dispone que el MTC deberá fiscalizar el transporte de minerales en el primer puerto mientras dure el proceso de instalación de las fajas.

■ CONSEJO ADMINISTRATIVO

### Jaime Zavala fue reelegido en la OIT

Jaime Zavala Costa, ex ministro de Trabajo y socio del Estudio Ferrero, fue reelegido como miembro del Consejo de Administración de la OIT del 2008 al 2011, como representante del sector empleador. El consejo es el órgano ejecutivo tripartito de la Oficina Internacional del Trabajo, que toma decisiones sobre la política y los programas de la OIT.

■ CARGOS PENDIENTES

### Designan director en Osinergmin

Pablo Berckolz fue designado como director del Osinergmin por la Presidencia del Consejo de Ministros, uno de los cargos directivos que estaba pendiente en este organismo regulador. Aún falta designar una plaza más, que corresponde al representante de la sociedad civil.

**LA CIFRA**

■ **12.000** personas vinculadas a la industria publicitaria se reunirán en los seminarios y las charlas que dictarán los más importantes gurúes de la publicidad.

pañías ha quedado dentro de los 'short list' (finalistas), señala que las cosas no son tan malas. "El Perú participa desde 1998 y en ese lapso han habido peores resultados. Competir en Cannes es competir con lo mejor de la creatividad del mundo, no es cosa fácil", explica. Garwich BBDO obtuvo cuatro nominaciones por sus piezas para Amnistía Internacional y

la Cruz Roja del Perú, dentro de las categorías Direct Lions (marketing directo), Promo Lions, Media Lions (Internet) y Outdoor Lions (paneles). JWT Perú quedó finalista en la categoría Radio por su campaña para Multident. Ninguno de los citados pasó del 'shortlist'.

Uno de los grandes invitados para dictar la charla más importante de este año es el magnate

de los medios de comunicación Rupert Murdoch, quien hablará del papel de los medios en la industria de la publicidad. ■

**ZONABLOGS**

Vea y comente las piezas publicitarias en el blog Publicidad & MKT:

► <http://blogs.elcomercio.com.pe/>

EL 22 DE AGOSTO PETRO-PERÚ RECIBIRÁ OFERTAS

## Avanza el concurso para modernizar la refinería de Talara



**INVERSIÓN.** Se estima que la modernización de la refinería de Talara demandaría una inversión de US\$1.000 millones.

■ El viernes pasado se entregaron las bases a cada uno de los 11 postes precalificados

Mediante una nota de prensa, la estatal Petro-Perú informó que los postes precalificados al concurso público internacional para modernizar la refinería de Talara,

ubicada en Piura, presentarán sus ofertas técnicas y económicas el próximo 22 de agosto.

Así, el viernes pasado Petro-Perú entregó las bases del concurso a cada uno de los 11 postes precalificados, con lo cual se convocó formalmente el proceso de selección de contratistas para ejecutar los servicios de ingeniería básica extendida, ingeniería de

detalle, adquisición de equipos y construcción del proyecto.

Entre los precalificados están los consorcios formados por Dragados Industrial e Intecsa Ingeniería Industrial (España), Samsung Engineering (Corea del Sur) y el consorcio italo-coreano Technip Italy Tipiel y SK Engineering & Construction.

Además se informó que otros precalificados fueron Snamprogetti (Italia), Constructora Norberto Odebrecht (Brasil), GS Engineering & Construction Corp. (Corea), Fluor (España), Foster Wheeler (EE.UU.) y Técnicas Reunidas (España), así como los consorcios integrados por JGC Corporation y Marubeni Corporation (ambas de Japón), y el que agrupa a Construtora Andrade Gutierrez (Brasil) y Techint Compañía Técnica Internacional (Argentina).

De acuerdo con el cronograma del concurso, durante julio se recibirán todas las consultas de los postes precalificados.

### DESDE LA INDIA

De otro lado, ayer por la mañana Apuni Armes, embajador de la India en Lima, informó que existe interés de Reliance Industries Limited, el conglomerado empresarial más importante de la India, en suscribir un acuerdo con Petro-Perú para llevar a cabo proyectos conjuntos para explorar hidrocarburos y desarrollar la industria petroquímica en nuestro país. ■

PRO INVERSIÓN ENTREGÓ LA CONCESIÓN

## ISA de Colombia operará la línea Chilca-Zapallal

■ La empresa nortea pondrá la infraestructura en operación comercial en un plazo de 20 meses

La firma Interconexión Eléctrica (ISA), de capitales colombianos, se adjudicó la concesión por 30 años de las obras de diseño, construcción, operación y mantenimiento de la línea de transmisión eléctrica Chilca-La Planicie-Zapallal, de aproximadamente 94 kilómetros, con una oferta de US\$52'233.900 como costo total de inversión en el proyecto.

La oferta ganadora superó a las presentadas por Iso-nor Transmisión de España (US\$82,6 millones) y Abengoa Perú (US\$68,24 millones).

La primera etapa de la infraestructura comprende dos circuitos de 220 kilovoltios (Kv) que unirá las subestaciones nuevas de Chilca, La Planicie y Zapallal. Según el contrato, entraría en funcionamiento en un máximo de 24 meses desde la suscripción del contrato de



**ELÉCTRICA.** La línea de transmisión se hará en dos etapas.

concesión. La segunda etapa será una línea de 500 Kv entre las subestaciones eléctricas de Chilca y Zapallal. Esta etapa estará lista en un plazo no mayor a 30 meses desde la suscripción del contrato.

Sin embargo, ISA ofreció que dentro de 20 meses pondrá en operación comercial dicha línea de transmisión.

El director de Pro Inversión, David Lemor, encabezó la ceremonia de entrega de la buena pro de la concesión. ■

EL RÍO SUENA

## Profuturo AFP empieza a formar precio

Las acciones de Profuturo AFP empezaron ayer el proceso de formación de precios en la Bolsa de Valores de Lima (BVL) a S/.9,49 y S/.9,50 por acción, lo que representa una valorización de la AFP de alrededor de US\$60 millones, según se desprende de la información consignada en la página de la bolsa (es decir, el número de acciones representativas del capital social por el precio por acción).

Esta situación, en opinión de expertos en el tema de inversiones en bolsa, puede deberse a dos factores: especulación con el precio de la acción –algo poco probable por la liquidez mínima de cada papel– ahora que se rumorea que el Scotiabank habría llegado finalmente a un acuerdo para adquirir la AFP; o, lo más probable, podría tratarse del proceso de formación de cotización, sobre la cual se calcula el precio de cada acción para la realización de una eventual oferta pública de acciones (OPA).

El Scotiabank pagaría entre US\$35 y US\$45 millones por un mínimo de 51% de la AFP o algún porcentaje que le asegure el control. El Citibank se estaría deshaciendo de su 42,15% en Profuturo y el resto procedería de la Corporación Cervesus. ■

## punto de vista

### Un coctel perfecto

Giuliana Reyna Mönch  
Consultora\*



esta parte, la indumentaria con diseño, que hasta el momento estaba reservada para los deportistas, se trasladó a la vida diaria.

Los cambios comenzaron a mediados de los 80, en el momento en que la vida se volvía más rápida y estresante, y el deporte se instalaba en el modo de vida de la mayor parte de la gente. El deporte dicta la moda, o eso es lo que parece que está sucediendo en los últimos años, debido a una muy buena campaña de marketing y a un posicionamiento de un producto muy inteligente y versátil;

además, hay que tener en cuenta que las marcas deportivas han estado trabajando justamente en lo que hace muchas veces interesante a una marca o producto y es el hecho de poder reinventarse.

Marcas reconocidas como Adidas, Nike o Puma han ingresado al mundo de la moda y podemos darnos cuenta de que están muy de moda. Sus zapatillas y prendas de vestir se convirtieron en las estrellas de la calle y de la pasarela. Las zapatillas deportivas, los pantalones, casacas, gorras, medias, y accesorios como relo-

jes, lentes y bolsos, se han convertido en piezas imprescindibles. Las grandes firmas deportivas han incorporado plenamente en sus colecciones el diseño pensado para llevar un vestir más casual.

El nuevo mercado potencial que abre esta moda es enorme y se observa rápidamente en cómo ha cambiado la distribución; estas marcas ya no se venden solo en tiendas exclusivas de deportes, sino que se comercializan bastante bien en las tiendas por departamento y centros comerciales. Y son las firmas de deporte las que están abriendo las tiendas más innovadoras del mundo, que incluyen música, pantallas planas con videos atractivos y con una atención personalizada.

En nuestro medio vemos que no escapamos a esta moda, la cual no solo alcanza a los niveles socioeconómicos de mayor ingreso, sino también a los segmentos Cy D de la población, solo basta dar una vuelta por el centro comercial Megaplaza y ver la variedad de marcas de renombre que se exhiben en las vitrinas. Incluso cuando realizamos algún estudio de mercado entre los jóvenes, vemos cómo manejan un lenguaje muy propio de su edad y que no solo está referido a la parte verbal sino en un modo de vestir deportivo, casual y urbano. Se preocupan en gran medida por que la indumentaria guarde una buena armonización en diseños y colores; si bien la moda urbana es llevar distintas pre-

das, estas a su vez tienen que combinar adecuadamente en conjunto y muchas veces aportan valores e incluso la misma aceptación de su grupo de referencia. Los jóvenes se sitúan en el segmento social más susceptible a la moda. Para conquistar a estos consumidores, las empresas de textiles y calzado deportivo idean novedosas estrategias en las que se transmiten diversos impulsos psicológicos y generadores de compra. Y, finalmente, es interesante mencionar que cada vez cobra mayor relevancia en la moda el modelo del equipo celular, lo que es percibido como el tercer elemento de autoimagen entre los jóvenes. ■

\*GRM Global Research Marketing