

¿Qué le preocupa al anunciante?: El re-conocimiento de la publicidad

Primera Mesa redonda:

Percepción y conocimiento de la publicidad por los consumidores y líderes de opinión.

MODERADOR



FELIX MUÑOZ

Es Director de Comunicación Integrada de Coca-Cola. Ha dirigido la comunicación en Cepsa, Telefónica, Movistar y Coca-Cola. Especialista en la gestión de Marcas y en todas las disciplinas de la comunicación. Ha diseñado e implementado con éxito nuevos modelos de Estrategia de Marca y de Gestión de la Comunicación en las diferentes empresas en las que ha trabajado. Experto en el liderazgo de equipos y la gestión de agencias de Servicios de Marketing. Activo participante en el Sector de la Comunicación, Presidió la Asociación Española de Anunciantes y posteriormente la Asociación Española de la Asociación para el Autocontrol de la Publicidad. Designado en 2010 como el Mejor Profesional en España por la Asociación Española de Marketing, ha conseguido con su gestión los premios más importantes a la creatividad, la eficacia publicitaria y a la innovación en tecnologías de la Comunicación. Habitual conferenciante en foros de Comunicación, Marketing y Creatividad, y profesor de Comunicación Universidades y Escuelas de Negocio.

INTERVINIENTES



JULIO ALONSO

De 42 años es fundador y director general de Weblogs SL, que en la actualidad cuenta con más de cuarenta blogs especializados y seguidos a nivel mundial por más de 16 millones de usuarios únicos mensuales (datos de Nielsen Online auditados por OJD). Anteriormente fue consultor estratégico durante diez años. Fue consultor de Value Partners en Milán y Sao Paulo (1994-1997), Socio de DiamondCluster International (ahora parte de Oliver Wyman, 1997-2002) y Fundador y Socio-Director de Intélica Venture Management (ahora parte de Roland Berger, 2002-2004). Es coautor del libro de 2005 Blogs: la conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos. En 2009, 2010 y 2011 el diario El Mundo le ha incluido en su lista de 25 personas más influyente en Internet en España. En Septiembre de 2009 El País Semanal le llevó a su portada en un artículo sobre los amos de internet en España. Es MBA por la Rotterdam School of Management, de Holanda (1994) y licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid (1991). Es MBA "Honoris Causa" por la Escuela Europea de Negocios (2011).



ETELVINA ANDREU SANCHEZ

Nacida en Alicante, 1969, Directora General de Consumo, es licenciada en Ciencias Físicas por la Universidad de Valencia y doctora en Medicina por la Universidad de Alicante. Miembro fundador del Instituto de Bioingeniería de la Universidad Miguel Hernández, es profesora del Departamento de Física Aplicada de dicha entidad. Es miembro de la Sociedad Española de Ciencias Fisiológicas y de la Sociedad de Biofísica de España. Militante del PSOE desde 1997, forma parte de la comisión ejecutiva local de Alicante desde 2000. Desde mayo de 2004 hasta abril de 2007 fue subdelegada del Gobierno en la provincia de Alicante. Candidata a la Alcaldía de Alicante por el PSOE en las elecciones municipales de 2007, era hasta ahora portavoz del grupo municipal socialista en la capital alicantina y representante de las entidades locales en el Consejo Valenciano de Salud.

¿Qué le preocupa al anunciante?: El re-conocimiento de la publicidad

Primera Mesa redonda:

Percepción y conocimiento de la publicidad por los consumidores y líderes de opinión.

INTERVINIENTES



MANUEL CAMPO VIDAL

Doctor en Sociología (Economía Aplicada) por la Complutense de Madrid. Licenciado en Periodismo por la Autónoma de Barcelona. Ingeniero Técnico en Electrónica Industrial por la Politécnica de Cataluña. Comenzó su carrera profesional en los '70 el diario Telexpress de Barcelona, donde llegó a ser subdirector. Presentó informativos diarios en TVE-1 y más tarde dirigió y presentó el programa Punto y Aparte. Dirigió el programa informativo Hora 25 (Cadena Ser) de 1987 a 1991. Dirigió el programa Tiempos Dificiles en Antena 3 TV. Moderó el primer debate electoral que se hizo en España entre el ex Presidente Felipe González y José María Aznar que tuvo lugar el 24 de Mayo de 1993. Director de Antena 3 TV en 1992. Vicepresidente de la cadena del 95 al 97. En el 93-94 creó la División Internacional y lanzó el Canal Internacional de Antena 3 TV. Actualmente es Director de la productora Lua Multimedia. Dirige y presenta el formato televisivo Generación XXI y presenta el programa "Los anuncios de tu vida" que se emite semanalmente por TVE 1. Desde Octubre de 2006 preside la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión. Ha organizado como Presidente de la Academia los dos debates electorales entre José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy, y ha moderado el primero de ellos celebrado el 25 de febrero de 2008. Es fundador y Director del Instituto de Comunicación Empresarial.



ALEJANDRO PERALES

Presidente de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC). Profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación I de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid). Director General de la empresa Impacto, Análisis de Imagen y Comunicación. Dedicado profesionalmente a la investigación de mercados en el campo de la comunicación, ha desarrollado su actividad en áreas como el marketing político, la imagen corporativa y el análisis de la presencia en medios de empresas, instituciones y temas. Ha sido Director Gerente Marketing de RTVE, Subdirector General de la empresa Contexto, Director de la Revista Capital Humano, entre otros cargos. Profesor en diferentes centros sobre materias relacionadas con la comunicación (Universidad Europea de Madrid, Universitat Ramon Llull, ICADE, CESMA, IEDE, TRACOR), desarrolla también una amplia labor como ponente en seminarios, jornadas y cursos. Es experto del Comité Económico y Social Europeo (CESE) en asuntos relacionados con la sociedad de la información, miembro del Foro de la Gobernanza de Internet y representante de AUC en el Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales (OCTA) y en el Código Deontológico de la Publicidad Infantil. También representa al Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU) en diferentes órganos como la Comisión de Seguimiento del Código PAOS para la publicidad de alimentación dirigida a menores, el Observatorio aea de la Publicidad, la Agencia de Protección de Datos, el Foro Técnico de la Televisión Digital, la Comisión de Seguimiento del Código de Regulación de Contenidos Televisivos, la Comisión Intersectorial sobre los Derechos de Propiedad Intelectual, la Comisión de Supervisión de Servicios de Tarificación Adicional o el Consejo Asesor de RTVE.

¿Qué le preocupa al anunciante?: El re-conocimiento de la publicidad

Segunda Mesa redonda:

Publicidad si.

MODERADOR



JESUS MARÍA MORENO

Casado, dos hijos, nació en Madrid el 13 de Septiembre de 1953 y es Titulado en Publicidad por el Centro Español de Nuevas Profesiones.

Toda su vida profesional ha estado vinculada a la comunicación tanto en agencias: PUBLICIDAD OLAS, LINTAS, CID FCA, SOLERO Y SOLERO, como en anunciantes: EDITORA NACIONAL, EDITORIAL PANORÁMICA, 3M ESPAÑA, siendo en la actualidad jefe de Servicios de Marketing de NINTENDO ESPAÑA.

Es miembro del Consejo Directivo y del Comité Ejecutivo de la Asociación Española de Anunciantes, y entre otras actividades es el organizador de los seis Foros del Anunciante celebrados hasta ahora, un evento anual vinculado a la Asamblea General de la Asociación, en el que se plantean y debaten en profundidad temas de interés y preocupación para el Anunciante. Ha sido Jurado de los Premios Eficacia 2007 y AEMI 2008 y es miembro del Club de Jurados de los EFI. Como curiosidad personal, comenta que ha expuesto al público varias veces su colección privada de propaganda sobre la transición política española.

Ha participado en numerosos cursos y seminarios sobre comunicación en España y en el extranjero. A finales de enero 2009 presenta su primer libro "30 años en esto. Recuerdos de un publicitario que estuvo en el mejor sitio, en el mejor momento.", estando en la actualidad ultimando la salida de un nuevo libro, sin temática publicitaria y está trabajando en la preparación de nuevos trabajos relacionados con la comunicación.

INTERVINIENTES



JUAN BENAVIDES

Doctor en Filosofía y Letras. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Complutense de Madrid (Facultad de Ciencias de la Información) Desde 1984 se especializa en el estudio del lenguaje y análisis de los medios y la publicidad, realizando numerosas investigaciones, muchas de ellas publicadas en forma de libros y artículos en revistas científicas nacionales e internacionales. Desde el año 1998 ha ampliado su área de interés a la investigación del valor, la gestión de la marca y los contenidos éticos e intangibles presentes en la comunicación institucional y corporativa de las organizaciones y empresas, aplicando muchos de sus resultados al estudio de la comunicación institucional, política y empresarial. Tiene publicados a este respecto numerosos artículos y libros y participado en ediciones colectivas sobre estos temas, especializándose en el ámbito de la comunicación audiovisual, análisis de la publicidad, gestión de la marca y los nuevos ámbitos de actuación de los anunciantes y las empresas en la gestión de intangibles y responsabilidad social. Miembro colaborador de la Cátedra Javier Benjumea de de Ética Económica y Empresarial, adscrita a la Universidad Pontificia Comillas y, desde 2008, director académico desde la Universidad Complutense del proyecto Marcas que Piensan en el que colaboran directamente algunas de las principales empresas españolas y la Asociación Española de Anunciantes. Ha organizado y dirigido numerosos cursos y seminarios de especialización en los temas indicados. Asimismo participa en múltiples Comités Científicos en revistas de comunicación. He recibido diversos premios y distinciones por su actividad profesional en el ámbito de la investigación científica en comunicación y la formación universitaria.



JUAN BRIONES

Juan Briones Alonso es asesor independiente en asuntos de relacionados con la política de defensa de la competencia (fusiones y adquisiciones, abusos de posición dominante, restricciones de competencia verticales y horizontales), con la regulación económica y con la valoración de daños y perjuicio derivados de infracciones al derecho de la competencia. Se graduó en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid, especialidad de Teoría Económica, y es diplomado en Derecho Comunitario por el Centro de Estudios Constitucionales de Madrid. Está colegiado en el Ilustre Colegio de Economistas de Madrid y es miembro de la American Economic Association.

Pertenece al grupo de expertos de competencia del programa Euromed de la Comisión Europea, a la Association of Competition Economics y es miembro de la junta directiva de la Asociación para la Defensa de la Competencia. Figura en la lista de los 100 principales economistas expertos en competencia del Internacional Whos's Who of Competition Lawyers and Economists

¿Qué le preocupa al anunciante?: El re-conocimiento de la publicidad

Segunda Mesa redonda:

Publicidad si.

INTERVINIENTES



JOSÉ MIGUEL CONTRERAS

Nacido en Madrid. 52 años.
Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Rey Juan Carlos.
Consejero Delegado de La Sexta.
Comienza su carrera profesional como periodista en TVE, RNE y el diario El País.
Ha ocupado puestos directivos en diversos medios como Radio El País, Canal + y Telemadrid.
Fundador de la empresa consultora GECA.
Autor de los libros "Vida Política y Televisión" y "La programación de televisión".
Creador de una larga serie de programas de televisión como "La noche con Fuentes y cia", "El club de la comedia", "59 Segundos", "Splunge" o "Noche Hache", con los que ha obtenido diversos galardones como el Premio Ondas (en dos ocasiones) o el de la Academia de la Televisión.
Director de los espectáculos teatrales: "5hombres.com", "5mujeres.com" y "Hombres, Mujeres y Punto"
Promotor de la Fundación 'Dáles la palabra'. Premio FIAPAS en su 25 aniversario por su colaboración con el movimiento asociativo a favor de los disminuidos auditivos.
Ha sido Presidente de Save The Children España.
Miembro del Real Patronato para la Discapacidad.
Miembro de la Internacional Academy of Televisión Arts & Sciences.



ENRIQUE LAUCIRICA

Se incorporó, por oposición a ETB –Televisión Vasca- en su creación y puesta en marcha el año 1983, desarrollando su actividad en los departamentos de producción de informativos y deportes. Posteriormente el año 1989 se incorporó a Antena 3 Tv, colaborando también en la creación y puesta en marcha del primer canal privado de televisión en España. El año 90 paso a desarrollar las labores de Director de Producción de la FORTA, de la que, el año 1993, fue designado Coordinador General –Secretario General en funciones-, pasando el año 1995 a ser nombrado como Secretario General de la Federación. En este periodo, la FORTA ha pasado de seis a doce socios, alcanzando una cobertura casi total del territorio español. Del mismo modo, su presencia en todos los mercados, de compra de derechos o publicitario, está a la altura de los operadores nacionales más importantes.



CARLOS MARTINEZ CABRERA

Licenciado en derecho por la Universidad Complutense de Madrid. MBA por el Instituto de Empresa de Madrid y Señor Management Programme Post Grade – BBDO University. Actualmente presidente de Contrapunto desde el 2003, habiendo ocupado antes la dirección general desde 1998 y director de Servicios al Cliente en 1997. En BBDO es consejero desde el 2003.

Además es presidente desde el 2010 de la AEACP y director del Festival El Sol.
Su carrera profesional la ha desarrollado en otras agencias como: AVA CDP, LOWE RZR, SOLUCION BDDP, BARRO CDP y TIEMPO BBDO.