



UN HONOR. "El día que desaparecimos el fútbol" cosecha nuevos reconocimientos

POR CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL

# Epenza recibe premio Effie 2013

Mérito a "páginas blancas" en diario El Bocón

**DAMIÁN RETAMOZO**  
dretamozo@grupoepensa.pe

El diario deportivo El Bocón, del Grupo Epenza, que también edita **Correo**, ganó el premio Effie Worldwide 2013 en la categoría "fines no comerciales", por la atractiva campaña que realizó contra la violencia en el fútbol peruano. La campaña "El día que desaparecimos el fútbol" nació con una idea y el asesoramiento del área comercial de esta empresa editora, junto a Publicidad Causa. Fue una expresión sui generis, de protesta por los tristes y vergonzosos actos de violencia en el Estadio Monumental que culminaron con la muerte del joven Walter Oyarce, el 24 de setiembre del 2011. Con el propósito de hacer

un llamado a la conciencia, en esa ocasión el diario El Bocón apareció con siete páginas en blanco, acompañadas de una importante explicación sobre los motivos y apelaba a la sensibilidad de los aficionados e hinchas.

**EL PREMIO.** El último jueves, el vicepresidente Comercial del Grupo Epenza, Rubén Ahomed, recibió el galardón en representación de la empresa, durante la ceremonia de premiación con los Effie 2013, realizada en el Hotel Los Delfines, en San Isidro. El funcionario destacó la obtención del premio y la consideró como un "reconocimiento a la iniciativa de la empresa para apoyar acciones en contra de la violencia deportiva".  
"Fue una iniciativa osada: sacar al mercado un diario

sin noticias, casi todo el diario estaba en blanco. Un riesgo, es cierto, pero fue la manera que elegimos para sensibilizar a nuestros lectores sobre la violencia antideportiva", dijo.

**LA CAMPAÑA.** El ejecutivo explicó que con "El día que desaparecimos el fútbol" primó la conciencia ciudadana y no solo el negocio. "Había que tomar acción y eso hizo el Grupo Epenza. Es también un premio a la excelencia en la gestión de mercadeo", explicó Ahomed. Al igual que Epenza, otras empresas también fueron reconocidas con los Effie 2013, entre ellas Sodimac por la campaña "Gigantes de la Construcción".

**Reconociendo a los mejores**

Los premios Effie fueron creados en 1968 por la American Marketing Association New York, y son el reconocimiento a anunciantes y agencias de publicidad por su creatividad en campañas publicitarias, así como por la efectividad de las mismas, reflejada en las ventas de la empresa.