

Los publicitarios llaman de irresponsable el proyecto de Ley de financiación de la televisión pública

S.A / MADRID

Ante el pleno extraordinario del 8 de julio, la plataforma *Sin Publicidad en TVE perdemos todos*, integrada por 16 asociaciones del sector solicitan una moratoria en la aplicación de la medida de la eliminación de la publicidad en la cadena pública, de manera que si se implantara gradualmente en un plazo de de uno a tres años, las empresas podrían adaptar sus planes de comunicación. Al mismo tiempo, solicitan que se mantengan los patrocinios en la cadena estatal y que el modelo tienda a una imitación del caso francés, en el que solo se ha eliminado la publicidad en los horarios de máxima audiencia, de las 8 de la tarde a las 6 de la mañana, sin que la ley haya supuesto la eliminación total de la publicidad en la televisión pública. Sectores muy importantes de la economía española como el de los juguetes, perfumes, bebidas y alimentación, etc, reunidos en dicha plataforma, contemplan con preocupación la urgencia y el empeño manifestado por el



Francisco Hortigüela.

Gobierno en sacar adelante esta ley sin contemplar el efecto negativo que producirá en el tejido productivo del país. Entre las muchas consecuencias negativas que ocasionará, está la inflación de precios en las cadenas privadas y quizá en el resto de medios, una mayor saturación publicitaria, si cabe, y la pérdida de eficacia producida por el hartazgo, aún mayor, del telespectador.

Según el portavoz de la plataforma, Francisco Hortigüela, "de ser asumido el Proyecto de Ley como está planteado, supondría una gran irresponsabilidad para la economía española y aún con mayor gravedad por el momento de crisis que atraviesa el país". Para la plataforma, este Proyecto de Ley estigmatiza la publicidad y está convencida de que TVE sin publicidad no es mejor que una televisión pública con una publicidad adecuada y eficaz y que contribuya, al igual que ocurre en otros países de Europa, como Alemania, Suiza, Francia e Irlanda, a controlar el gasto público al tiempo que desarrollan una comunicación social.

Madrid celebrará el Forum mundial de Marketing y Ventas

REDACCIÓN / MADRID

Madrid acogerá el Forum Mundial de Marketing y Ventas los días 17 y 18 de noviembre, organizado por HSM y con el apoyo de la Asociación de Marketing de España. Este encuentro, que cumple su sexta edición pondrá el acento en las estrategias, las herramientas y los recursos para hacer, de esas dos funciones críticas en toda empresa, el factor determinante de su ventaja competitiva, ya que en situaciones de incertidumbre e inevitables cambios, todas las miradas están puestas en la eficacia del plan antimarketing y en los resultados de su fuerza de ventas.

Montanaro de Globally.es.

La EFMD entrega a Esic la acreditación Cel a la metodología de sus simuladores empresariales. El European Foundation for Management Development (EFMD), que



tuvo lugar en Bruselas, entregó a Esic el galardón que reconoce la calidad de la metodología de los simuladores empresariales que utilizan para sus programas de posgrado que desarrollan en la escuela de negocios bajo plataformas tecnológicas.

Targeting cambia de oficinas. Coincidiendo con las nuevas incorporaciones en la agencia, Targeting ha trasladado sus oficinas en Madrid. Las nuevas instalaciones, mucho más amplias y adecuadas a la dimensión actual del equipo, están situadas en la calle Serrano, 93.