

Adecco alcanza la Plata de los premios El Ojo de Iberoamérica por la campaña "Tu Propósito"

Los premios El Ojo de Iberoamérica concentran desde hace más de 22 años el talento más destacado del sector de la publicidad y la comunicación premiando los mejores trabajos e ideas. La campaña "Tu Propósito" ha sido distinguida en la categoría de "Acciones de comunicación y reputación corporativa"

Hoy se han dado a conocer los ganadores de los premios El Ojo de Iberoamérica, uno de los festivales internacionales más importantes de la industria de la publicidad y las comunicaciones. Adecco, consultora líder del sector de los Recursos Humanos, se ha alzado con la Plata en la categoría PR gracias a su reciente campaña "Tu Propósito", convirtiéndose así en la primera compañía del sector en alcanzar este tipo de reconocimiento internacional.

Adecco, Plata en la categoría PR

Adecco ha sido reconocida, con la distinción plata, en la categoría de "Acciones de comunicación y reputación corporativa". Esta categoría premia a "campañas creadas para construir la imagen, elevar el perfil o formar opinión de una marca, de una organización o institución".

Adecco lanzó en mayo de este año el spot de la campaña "Tú Propósito" con la intención de revolucionar y transformar el tradicional sector de los Recursos Humanos, lo que se ha visto recompensado con la obtención de este galardón.

Con esta campaña de marketing y comunicación el Grupo Adecco quiso reforzar lo que ya venía haciendo desde hacía años: orientar y ayudar a los españoles a encontrar empleo, uno de los principales propósitos que las personas tienen en la vida. En tan solo tres meses la Campaña logró más de 6 millones de reproducciones del spot en Youtube y una repercusión en más de 10 países.

Para Jesús Cubero, Chief Marketing & Communications Officer de Adecco: "en Adecco tenemos un doble propósito para hacer que los demás puedan alcanzar el suyo: internamente con nuestros trabajadores a quienes tratamos de cuidar y proporcionar un entorno de trabajo con el que se sientan realizados y valorados, y externamente con la sociedad, ayudando a las personas a encontrar un empleo que les llene, siendo conscientes de que el trabajo es uno de los principales motores que conecta a las personas con sus propósitos vitales".

"Las personas alcanzan su propósito cuando se sienten realizadas en un triple eje: 1) personal 2) social y 3) profesional. Pero además, en el Grupo Adecco tenemos el propósito de aportar a la sociedad otros valores que trasciendan más allá del empleo, como puede ser la formación (cada año formamos a más de 60.000 personas), como el compromiso con los colectivos más desfavorecidos (a través de nuestra Fundación, en el año 2018 hemos orientado a 22.503 personas que se encontraban en situación de riesgo de exclusión social) y a través de nuestro programa Win4Youth, con el que, gracias a la práctica y el fomento del deporte entre nuestra gente, llevamos una década recaudando

fondos para jóvenes en situaciones de riesgo de marginación socio-laboral”, explica Cubero.

“Tu Propósito”, lanzada junto a la compañía creativa PS21 y el director de cine Daniel Sánchez Arévalo, es solo el punto de partida del reposicionamiento de Adecco en el mundo de los Recursos Humanos. En los próximos meses la compañía seguirá dando visibilidad y recorrido a esta campaña a través de próximas iniciativas adaptadas a las necesidades de clientes y candidatos.

Aquí para ver el vídeo

22ª edición de los premios

El festival El Ojo de Iberoamérica concentra desde hace más de 22 años en Buenos Aires al talento más destacado del sector de la publicidad y la comunicación premiando los mejores trabajos e ideas.

Argentina, Brasil, Centroamérica y Caribe, Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos (estados hispanos), México, Perú, Portugal, Puerto Rico, Bolivia, Paraguay, Uruguay y Venezuela conforman la lista de países participantes.

Entre hoy y el próximo viernes 8 de noviembre, el Auditorio Principal de La Rural, reunirá a los principales líderes de la industria creativa para entregar los Ojos de Oro, Plata y Bronce a las mejores ideas.

De entre las más de 22.000 candidaturas presentadas, 55 fueron las finalistas de la sección de PR, de las cuales 13 eran españolas, convirtiéndose así en el país que más finalistas concentró en esta categoría. Entre los finalistas españoles se encontraban empresas como Coca-Cola con la campaña GeneradorES junto a LLYC, Fnac con la campaña Moby Dick sin límites junto a DDB o Ikea con la campaña Familiarizados junto a McCann.

Por detrás de España, se encontraban Brasil con 8 finalistas y Colombia con 7. Los 8 países restantes quedaron posicionados de la siguiente manera: Perú (6), Argentina y Estados Unidos Hispano (5 cada uno), México (4), Chile y Ecuador (2 cada uno), y cierran el listado, con un finalista, Costa Rica, Paraguay y República Dominicana.

Datos de contacto:

Adecco
914325630

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Comunicación Marketing](#) [Recursos humanos](#) [Premios](#)

<https://www.notasdeprensa.es>