

ENTREVISTA
MIGUEL MIRA, DIRECTOR
GENERAL DE HAVAS MEDIA

**“QUEREMOS CUIDAR EL
VALOR DE LA ATENCIÓN
DE LAS PERSONAS”**



V FORO BRANDED CONTENT & eSPORTS

ENTREVISTA MUY PERSONAL SEBAS MURIEL, CEO GROUPM SPAIN

**FESTIVALES EL SOL 2022 / CANNES LIONS / PREMIOS DE MARKETING
ESTRATEGIAS THE&PARTNERSHIP ESPAÑA / PARNASO / MASSARIUS
PERFILES CARLOS MOLINA MOMENTOS LAS MUÑECAS DE FAMOSA SE DIRIGEN...**



ANDRÉS LUNA, *Branding & Community Manager* de Efficold y Effimed y JOSÉ ARRIBAS, director Creativo de Parnaso

Creatividad e innovación tecnológica con un soplo de aire fresco

Texto: Ana Motilla Blanch

Andrés Luna, *Branding & Community Manager* de Efficold y Effimed y José Arribas, director Creativo de Parnaso desvelan la estrategia creativa detrás de Efficold de la mano de esta agencia independiente con sede en Sevilla.

Efficold es un fabricante referente a nivel mundial en la fabricación de equipos de refrigeración para sectores como el de la Alimentación y Bebidas, Horeca, Helados, Supermarkets y PLV. Sus clientes son las principales marcas referentes en estos temas (Coca-Cola, Heinken, Grandes cadenas de supermercados...). Así pues, Efficold tiene mucho que decir en cuanto a liderazgo en su sector pues es la número uno en enfriamiento industrial. Además, bajo una de las premisas que les define, la innovación, ha desarrollado una vertiente ligada al frío para el control médico y una línea de mascarillas. En la necesidad vieron la oportunidad y así lo llevaron a cabo, siendo además consecuentes con su compromiso social. Surgió pues Effimed, antes de la pandemia (en 2018), con enfriadores para laboratorio, y aprovecharon el potencial en la parte de mascarillas durante la época del Covid-19.

Y es que, Effimed tuvo una importante repercusión mediática en 2020. Andrés Luna, responsable de Marketing de Efficold, explica que estuvieron colaborando con la Junta de Andalucía, durante la Pandemia, en la fabricación de los respiradores y sus ultracongeladores sirvieron para almacenar las vacunas de Pfizer. Además sus mascarillas fueron número uno en España en calidad.

La unión de Parnaso y Efficold surge de la necesidad de llevar a cabo una comunicación comercial fresca y moderna y la han trabajado de forma transversal en todas las áreas. Esta multinacional, además, eligió a Parnaso siendo fieles a su máxima de cuidar el tejido empresarial de Andalucía. "Nos gusta trabajar con proveedores locales y, además, sabemos que Parnaso trabaja muy bien la comunicación. Parnaso, aparte de por ser una empresa andaluza como nosotros, nos consta que es una agencia de comunicación *top* en España, y eso también nos da la tranquilidad de estar apoyados por grandes profesionales", confirmó Luna. Prueba de este éxito son los dos años que llevan colaborando.

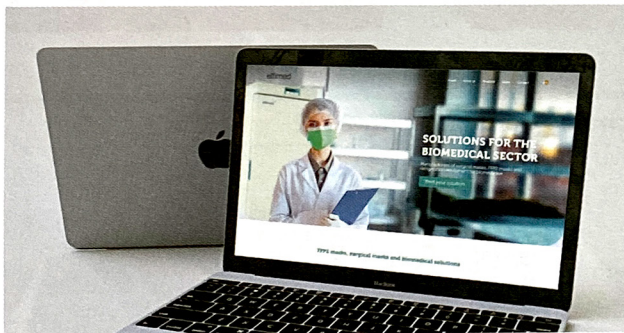
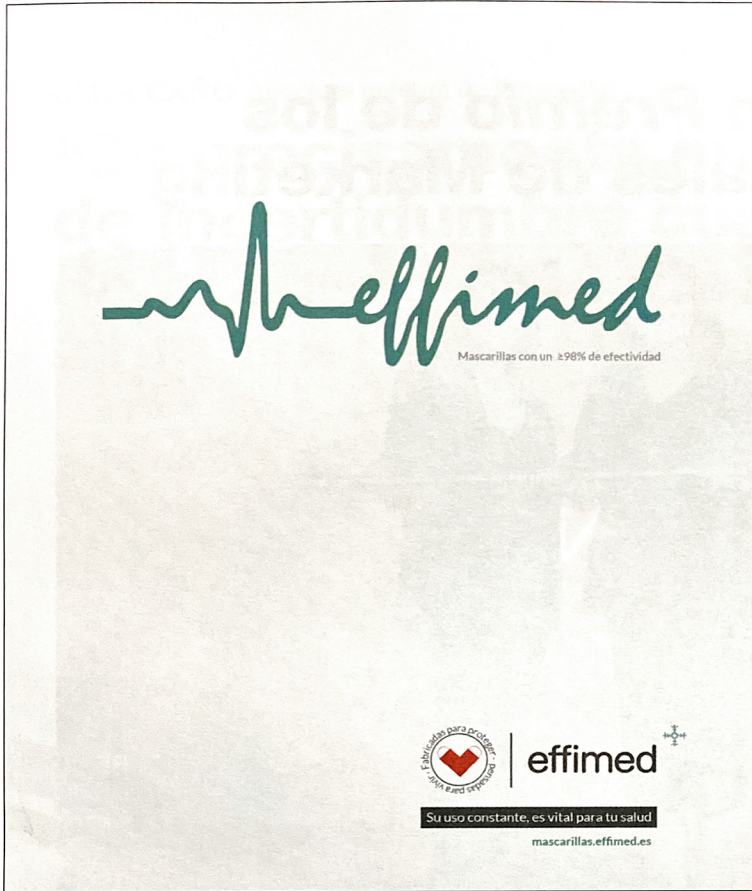
El responsable de Marketing de Efficold también destaca los tres pilares de la comunicación sobre los que se enfocan y que tienen muy claros. Esto son: La innovación en tecnología; el frío sostenible; y las personas. "Somos una empresa socialmente responsable y, además, cuidamos de nuestros trabajadores. Las personas que forman Efficold son fundamentales en la filosofía de la marca por lo que cuidamos la conciliación, contamos con altos niveles de prevención laboral, y potenciamos el desarrollo y crecimiento profesional dentro de la compañía", asegura Luna.



José Arribas, director creativo de Parnaso, también analiza el trabajo llevado a cabo para Efficold y destaca la capacidad creativa de este gran anunciante. Además, respecto al trabajo con ellos, señala: "Nosotros trabajamos solo un cliente por sector, lo que hace que tengamos mucha experiencia tanto en anunciantes de Gran Consumo como empresas que no son conocidas. Con el tiempo que hemos trabajado con ellos lo que más me ha gustado es *La Verdad* y el comportamiento detrás de ellos". Así, Arribas confirma las declaraciones de Andrés y destaca que los propios trabajadores se han convertido en embajadores de la empresa.

Y es que, Efficold y Effimed "están verdaderamente comprometidos con la sociedad participando y colaborando con diferentes ONGs, causas sociales, patrocinando el deporte...". "El componente de responsabilidad corporativa es muy elevado en la política de la empresa", destaca Luna. Y añade: "Con Parnaso nos hemos tratado de apoyar con todo el material que tenemos que hacer, como vídeos catálogos, fichas, folletos..., y contar con un buen diseño. Nos han aportado frescura y modernidad; un soplo de aire fresco al *branding* y comunicación de Efficold", resalta.

La buena sinergia con Parnaso ha hecho que el crear todo tipo de materiales haya sido fluida, y la agencia aportó "ese plus de calidad y creatividad que Efficold necesitaba" destacan desde la multinacional. Asimismo, el enfoque es multidisciplinar: *branding*, marketing digital, comunicación, publicidad, marketing aplicado tanto al B2B como al B2C. Si, nuestro día a día es la creación de recursos para nuestros clientes, que son B2B, aunque en ocasiones hayan salido campañas B2C como fue Effimed con la venta de mascarillas a un usuario final. "Ser referente implica que la comunica-



ción ha de ser la máxima y de mayor calidad posible”, matiza Luna.

“Para nosotros ha sido muy fácil todo y nos hemos entendido perfectamente durante cada proceso”, afirma José sobre el trabajo que han realizado conjuntamente. “El

ejemplo más claro lo tenemos en Effimed donde tenemos las dos vertientes. Hemos tenido que hacer campañas B2B y campañas B2C. En un primer momento para Instituciones, Organismos Públicos, grandes empresas... para que se dotara de mascarillas. Esa primera comunicación era de empresa a empresa pero luego tuvimos que hacer llegar a la sociedad algunas de las cualidades de sus mascarillas (como el que sus mascarillas tienen una capacidad de filtración del 99%). Ellos sacrifican sus beneficios por el bien de la colectividad”.

Así, Arribas destaca una de las principales “modas” actuales con respecto a la sostenibilidad y el propósito de marca y hace hincapié en que trabajar con empresas como Efficold “se lo pone fácil” porque son consecuentes con lo que promueven: José explica: “Actualmente asistimos al despropósito de los propósitos pues parece que todas las empresas ahora

José Arribas: “Trabajamos con solo un cliente por sector, lo que hace que tengamos mucha experiencia tanto en anunciantes de Gran Consumo como en empresas que no son conocidas”

tienen que tener un propósito y se lo inventan. Pero en Efficold y Effimed es real y están muy concienciados en dejar un mundo mejor”. Luna cuenta algunas de las vertientes que trabajan para cuidar al trabajador: “Aparte de la formación para su desarrollo en el puesto de trabajo, trabajamos en otros planes para ayudarles a mejorar también su calidad de vida personal. Actualmente estamos con un “Plan de empresa saludable”, con: Fomento de la actividad física; Charlas de deshabitación tabáquica y fomento del consumo de fruta. Mencionar también el plan de igualdad, para reducir la brecha laboral entre hombres y mujeres, que, por suerte, desde hace bastantes años en Efficold desapareció esta brecha.

Actualmente estamos con un “Plan de empresa saludable”, con: Fomento de la actividad física; Charlas de deshabitación tabáquica y fomento del consumo de fruta. Mencionar también el plan de igualdad, para reducir la brecha laboral entre hombres y mujeres, que, por suerte, desde hace bastantes años en Efficold desapareció esta brecha.

Destacar también el éxito de las creatividades de Effimed. Junto a la labor de Parnaso es en la actualidad, por detrás de Burger King, el anunciante con más reconocimientos creativos de España. “En nuestro plan del lanzamiento de marca de Effimed, contar con Parnaso fue todo un éxito, y prueba de ello fue ser el segundo anunciante de España con las mejores campañas de publicidad”, remata el responsable de Marca de Efficold. ♦