

“Nuestra asociación es actualmente una de las principales de España”

La Asociación de Empresarios de Publicidad de Sevilla cumplió 40 años el pasado 8 de marzo de 2018. En 1978, se fundaron bastantes asociaciones y fundaciones, con motivo de la Constitución. José María Salmerón fue el fundador y primer presidente de la AEPS.

Isabel G. Suero

— **¿Cuál es la situación actual de la asociación?**

Nuestra asociación es actualmente una de las principales de España, que aglutina a las principales empresas de publicidad de Andalucía. Empresas de los distintos ámbitos de nuestro sector, agencias de publicidad, agencias de medios, digitales, creativas, de exterior; productoras... Estamos en un momento muy activo. La AEPS es una asociación sin ánimo de lucro que se ha ido adaptando a los nuevos tiempos y al cambio de paradigma que estamos viviendo.

El cambio en los hábitos de consumo, las nuevas tecnologías o la aparición de otras formas de comunicación, entre las que destacan las redes sociales, hacen necesario que nos mantengamos organizados y debatamos y analicemos todos estos cambios para extraer ideas y conclusiones que nos permitan anticiparnos a lo que está por llegar y salir reforzados de este cambio paradigmático.

— **¿Y del sector en Sevilla?**

— Hemos vivido unos años bastante difíciles durante la crisis, no solo en nuestro sector obviamente, pero sí es verdad que lamentablemente en nuestra ciudad y región el primer presupuesto que se ajusta e incluso se elimina es el de publicidad, porque muchas empresas aún la consideran un gasto en vez de una inversión. Afortunadamente, cada vez son más las empresas andaluzas que invierten en I+D y se externalizan. Es increíble el talento que hay en esta ciudad y en



Salvador Toscano | Presidente de la AEPS

esta región. Todavía no se nos valora lo suficiente. En nuestro sector, cada vez son más las agencias publicitarias y creativas de nuestra ciudad que abren delegación en otras ciudades (Madrid, Valencia...) y esto es señal que estamos haciendo las cosas bien.

— **¿Cuáles son las principales líneas de trabajo de la AEPS?**

— En los últimos años, es cuando más unidos nos encontramos, y el mejor ejemplo de ello es la presentación que estamos realizando a las instituciones públicas de un Decálogo de Buenas Prácticas del sector publicitario en Sevilla y Andalucía, donde exponemos nuestros derechos y necesidades. Desde la AEPS estamos haciendo infinidad de actividades: celebración del día del Patrón, homenajeando a los profesionales de la publicidad; charlas y conferencias; acción de relanzamiento de la economía local y agencias de publicidad. Hemos hablado con el ayuntamiento para que nos ceda los mupis del centro para fijar campañas publicitarias de hace 40 años. También hemos es-

tado presentes en el Parlamento con motivo de la nueva Ley Audiovisual; hemos sido invitados por la Gerencia de Urbanismo para la regulación de la publicidad en la zona monumental de Sevilla; y hemos firmado un acuerdo de colaboración con la CES.

— **¿Cuáles son los principales caballos de batalla del sector?**

— He de destacar sobre todo cómo ha cambiado el proceso del día a día con la entrada del mundo digital. Desde el simple envío de una orden de publicidad, un material gráfico o una cuña de radio. En una planificación estratégica, cada vez están más presentes los soportes digitales, posicionamientos en Google, RRSS, marketing por resultados, marketing mobile... Todo ello sin olvidar los medios *off line* o tradicionales, que siguen siendo muy importantes.

Curiosamente, un aspecto a destacar en el mundo de la publicidad es 'la vuelta a lo local', donde se espera un crecimiento de hasta un 50% en el negocio de proximidad, tanto en publicidad *on line* como *off line*. ■