

La rentabilidad de los rostros publicitarios en el retail:

La ardua competencia por la mejor cara



Noviembre 2010

24 rostros participan en la actualidad en las campañas habituales de publicidad y marketing que realizan 8 empresas de retail. Se trata de una inversión importante publicitaria significativa (12% del total). Por lo tanto resulta útil analizar la efectividad de esas campañas desde la perspectiva del conocimiento y aceptación que tienen tales rostros entre los consumidores.

Elegir rostros para una determinada es una labor que se complejiza crecientemente. Implica escoger personas cuyos atributos potencien los de cada marca en un mercado altamente competitivo. Una adecuada elección además optimiza los recursos que las empresas destinan a publicidad y marketing

Media Rostros realiza una medición anual que incluye a 391 artistas, periodistas, conductores, etc presentes en las pantallas de los medios de comunicación. Esta magnitud de rostros evaluados permite un análisis comparativo bastante amplio y muy especialmente detectar la potencialidad de los llamados rostros emergentes. Para ello son consultadas a través de encuestas domiciliarias 1800 personas en la Región Metropolitana.

Principales conclusiones

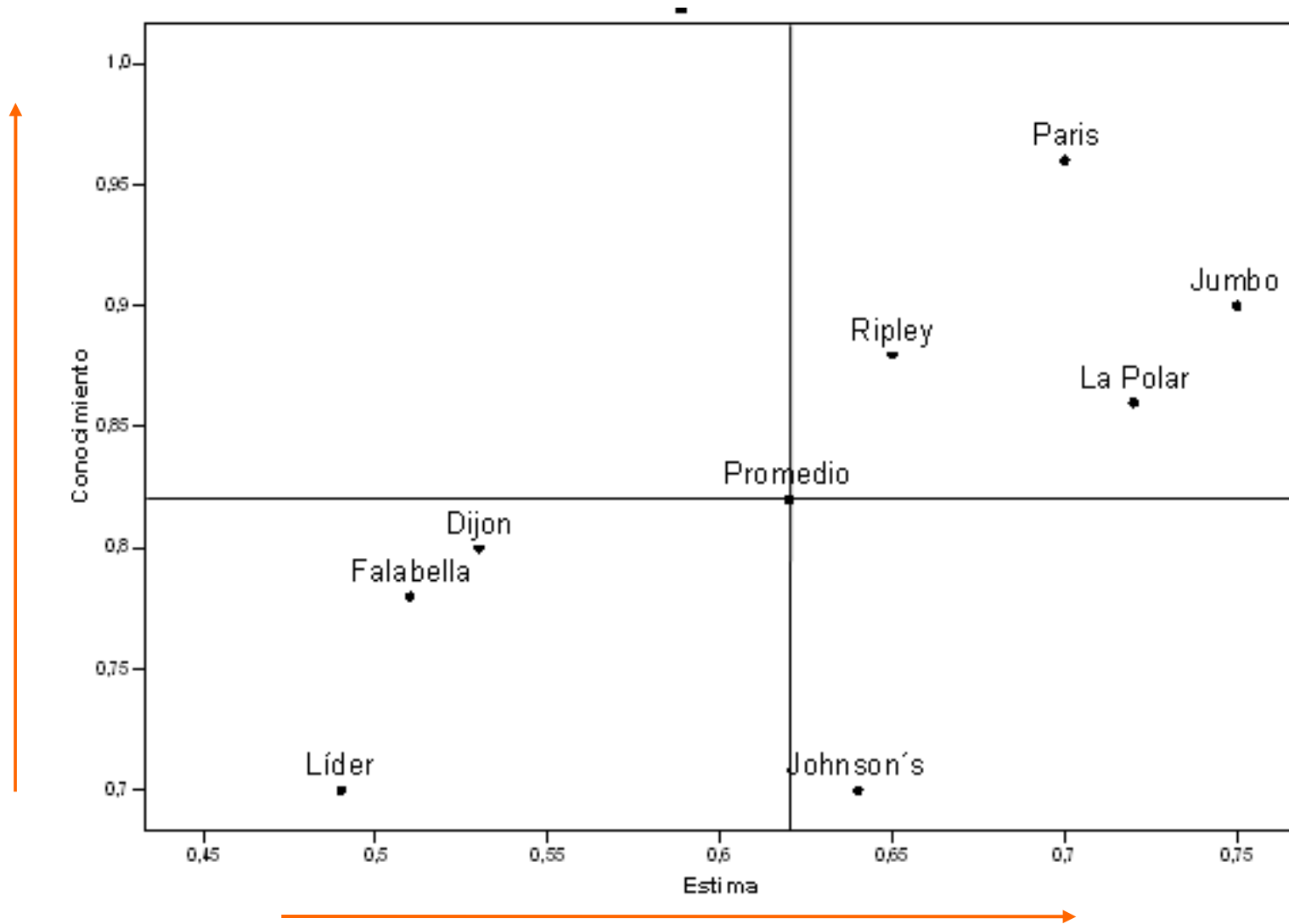
Empresas con más de un rostro publicitario



- En promedio, **el 82% de los entrevistados conoce a los rostros publicitarios del retail**. Pero el mismo estudio indica que **hay 126 rostros más conocidos que aquéllos**.
- **París** es la empresa que tiene la mejor relación entre conocimiento y estima de sus rostros publicitarios.
- Los rostros de **Jumbo** en su conjunto tienen alta estima entre los, pero menor conocimiento entre los consumidores.
- En la situación opuesta a la anterior (menor conocimiento y baja estima) se encuentran los rostros de las campañas de **Líder** y **Falabella**.
- En promedio, **los atributos peor evaluados de los rostros del retail son la percepción de una carrera en alza y su cercanía**. Respecto de esta última solo un 55% de los entrevistados les coloca nota entre 6 y 7 al total de rostros. **El estudio indica que hay otros 177 rostros considerados más cercanos**
- Tomando los promedios de todos 7 atributos medidos, **Jumbo** y **La Polar** tienen los rostros mejor evaluados por los consumidores.
- Comparativamente en relación al estudio del año 2009 disminuyen sus niveles de conocimiento los rostros de **Falabella** y -en menor medida- de **Dijon**

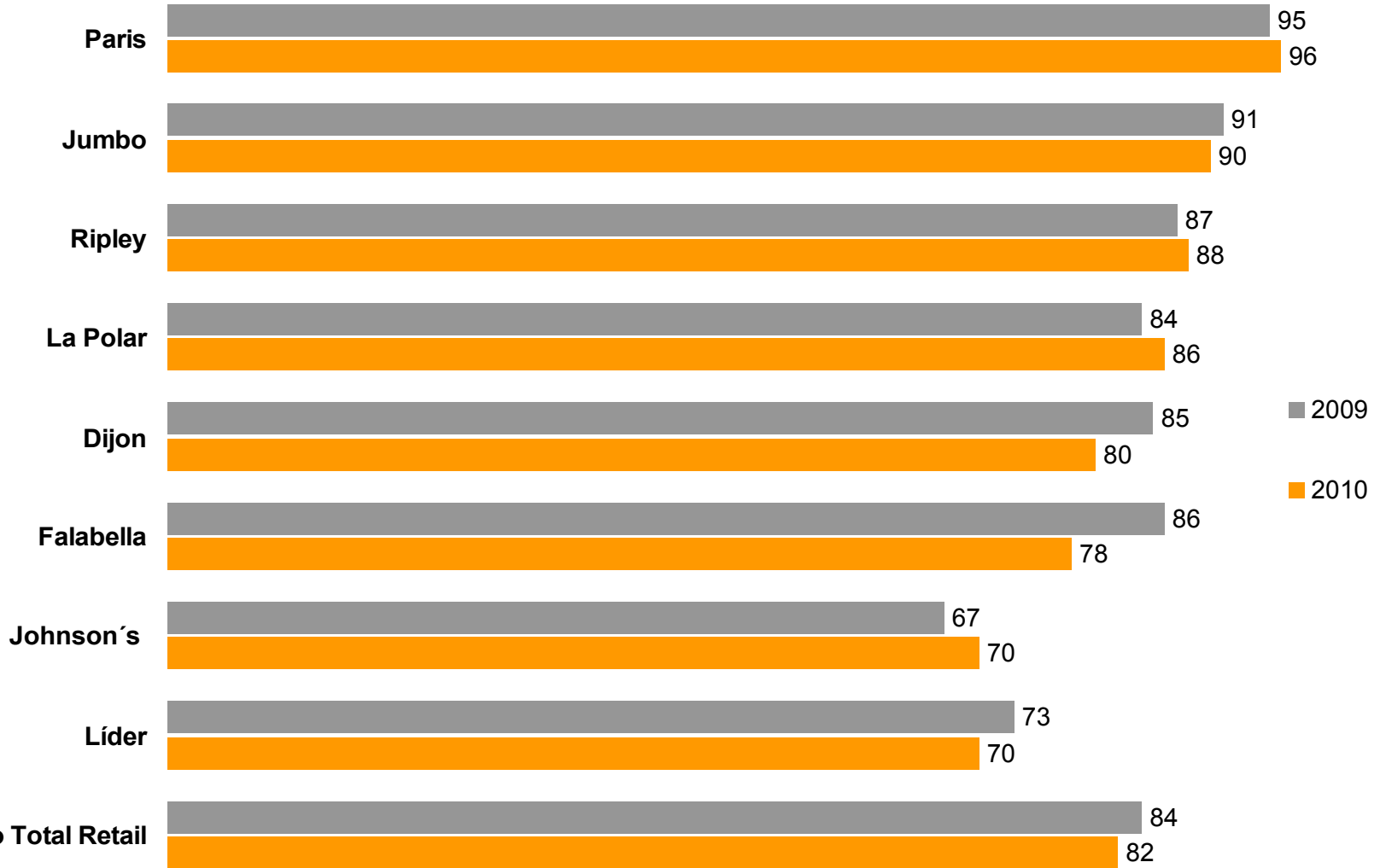
Posicionamiento conocimiento /estima

Empresas con más de un rostro publicitario



Conocimiento Rostros

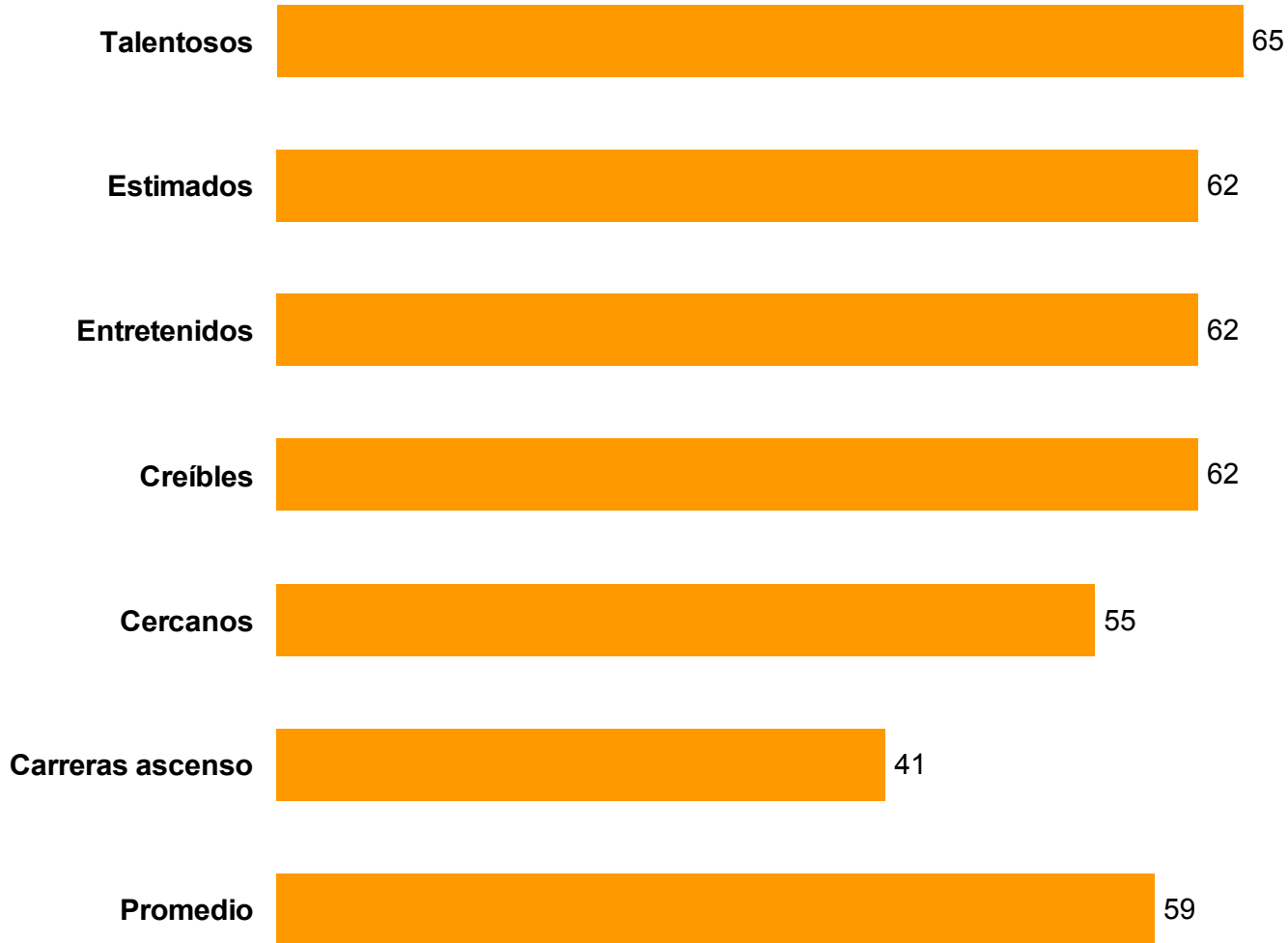
Empresas con más de un rostro



- Existen 126 rostros más conocidos que el promedio de retail en conocimiento

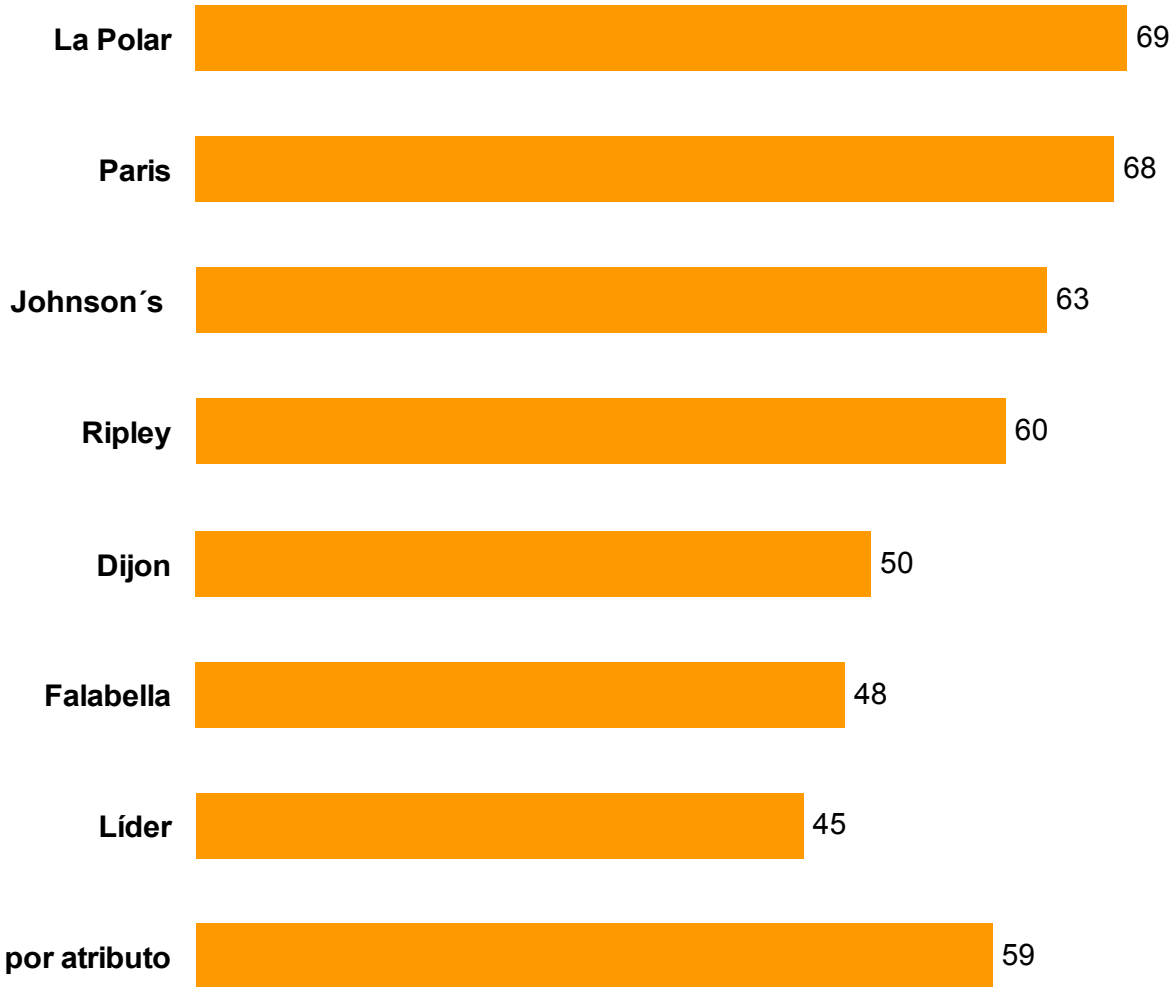
Promedio atributos rostros del retail

Notas 6 y 7



Promedio “cercanía” por empresa

Notas 6 y 7



- Hay otros 177 rostros considerados más cercanos que el promedio del retail

Atributos Rostros evaluados

Notas 6 y 7

	Creíbles	Atractivos	Carreras ascenso	Cercanos	Entretenidos	Estimados	Talentosos
Jumbo	74	82	46	67	75	75	72
La Polar	72	72	54	64	72	72	74
Paris	68	81	46	64	70	70	76
Johnson´s	66	71	44	57	65	64	71
Ripley	60	76	40	53	63	65	61
Dijon	54	55	36	48	55	53	52
Falabella	50	62	26	40	49	51	61
Líder	50	34	33	44	48	49	56
Promedio por atributo	62	67	41	55	62	62	65

Rostros evaluados

Empresas que tienen más de un rostro publicitario

Empresa	Rostros
Jumbo	Katty Kowalesko y Carolina Arregui
La Polar	Mariana Loyola, Fernanda Urrejola y Jorge Zabaleta
Paris	Tonka Tomicic, Claudia Conserva y Benjamín Vicuña
Jonsohns	Mónica Godoy y Luz Valdivieso
Dijon	Catalina Palacios y Ana María Polo
Ripley	Carolina "Pampita" Ardohaín, Javiera Contador y Felipe Camiroaga
Lider	Josefina Correa y Luis Jara
Falabella	Cecilia Bolocco, Catalina Pulido, Carolina De Moras, Valeria Mazza, Sergio Lagos, Gonzalo Valenzuela y Miguel Bosé

- **Tamaño muestral: 1.800 casos.**
- **Hombres y mujeres entre 12 y 75 años residentes en el Gran Santiago.**
- **Encuesta presencial en hogares**
- **Selección aleatoria de hogares.**
- **Total de rostros evaluados: 391**
- **Cada rostro “Top” es evaluado por 300 personas c/u y los rostros “No top” evaluado por 200 personas.**



- Contacto@mediarostros.cl
- **Tel: (562) 2341394 / (562) 2340029**