

## Campañas Publicitarias del 2009

La publicidad ha evolucionado en todas sus vertientes, tanto en ideas publicitarias como los medios donde se exhiben. Los personajes inanimados se han convertido en personajes importante en los medio de comunicación y el nacimiento de la publicidad *Below the Line* (BTL; publicidad viral, marketing de ambiente, publicidad actuada en vivo, colocadas en *blogs*, correos masivos, en escaleras, ascensores e incluso dentro de los baños en centros comerciales) han llamado mucho la atención mundialmente.

Hemos visto el inicio del uso de estos tipos de técnicas de comunicación publicitaria en la República Dominicana; sin embargo, no llega la frecuencia existente en otros países. Esto pueda que se deba al gusto dominicano ya que un estudio realizado por la firma de investigación de mercados MKT Consulting señala que los dominicanos prefieren las publicidades en medios convencionales, dígame, televisión (94.8%), radio (1.7%), periódicos (1.5%), revistas (0.8%), vallas (0.9%), otros (0.3%). Este estudio se realizó a principios de este año en curso a través de una encuesta a nivel nacional acerca de los anuncios más recordados e impactantes de 2009 y los medios exhibidos.

En este estudio se les pidió a los participantes que mencionaran libremente las campañas publicitarias más recordadas, independiente del

medio en que se expuso, y fueron ordenas según su mención:

**Primera:** “Yo soy claro, yo soy único, yo soy así”.

**Segunda:** “El cactus del BHD”.

**Tercera:** “El Crucero Presidente”.



**Cuarta:** “Orange con Johnny Ventura”.

**Quinta:** “Diógenes y Boquechivo: Como Ahorrar Energía”.

**Sexta:** “El aroma y buen sa-

bor del café Santo Domingo”.

**Séptima:** “Promoción de los valores del Grupo León Jimenes”.

**Octava:** “De pelota sabemos todos de Presidente”.

**Novena:** “Karaoke en casa del jefe de Claro”.

**Decima:** “El contrato de la banda musical de 6 integrantes del BHD”.

Estas menciones combinan distintos medios de comunicación, aunque el mayor énfasis es la televisión. Por igual los participantes se ven influenciados por el número de repeticiones de dichas campañas publicitarias al comentar que “lo que uno ve con más frecuencia es lo que más recuerda”.

Sabemos que estamos al inicio de una época de mucha innovación en el área de publicidad y estaremos ansiosos de ver las campañas publicitarias del año 2010.

# ¿Sabes quién esta mirando...

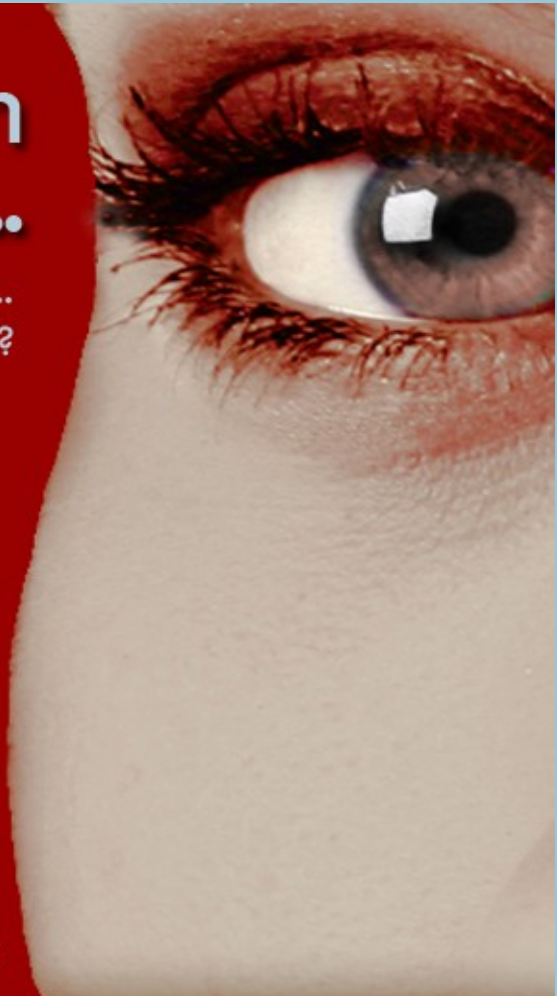
leyendo, escuchando..  
tus anuncios?

## ¡Entérate!

... para que tu negocio  
pueda seguir creciendo.

Monitoreo de Publicidad

*Investigación de Mercados*



### Investigaciones de Mercados que Realizamos:

- Estudios de la Equidad de la Marca • Participación de Mercado • Estudios de la Satisfacción del Cliente • Estudios de la Satisfacción del Empleado • Estudios de Viabilidad • Investigación de Medios • Estudios del Comprador Incógnito
- Verificación de la Despesa de la Colocación del Producto • Evaluación de Publicidad Antes y Después • Auditoría de tiendas al por menor • Estudios de Segmentación • Estudios del Uso y de Actitud
- Tracking Publicitario
- Sensibilidad de Precios



MKT Consulting  
Tel: 809.262.0333  
[www.mktglobal.com](http://www.mktglobal.com)  
email: [info@mktglobal.com](mailto:info@mktglobal.com)