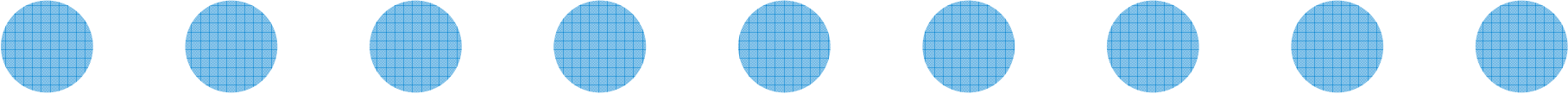


Estudio Global “Confianza en la Publicidad”

Octubre, 2007



Metodología



Metodología

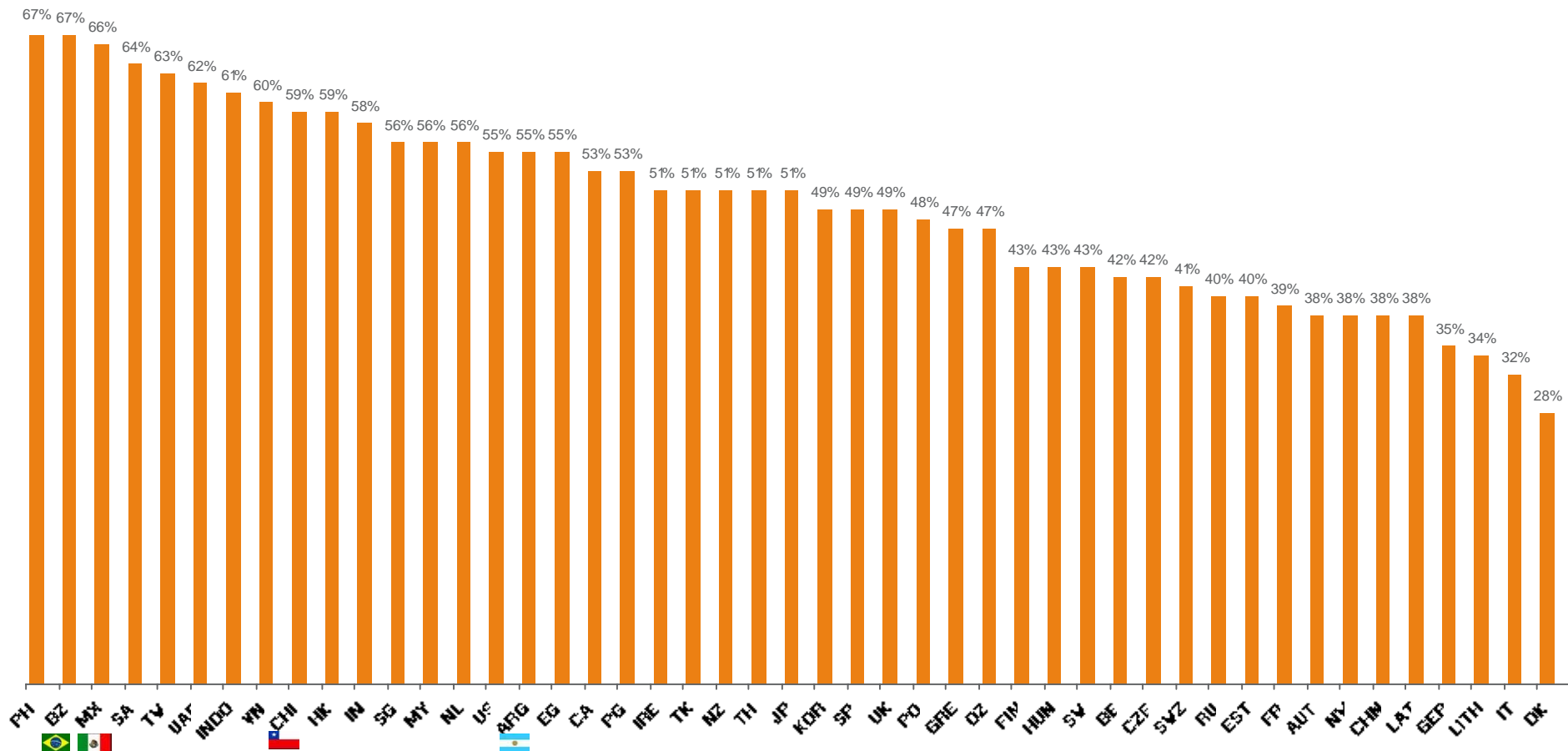
- El objetivo de la encuesta global *on line* de Nielsen, que se realiza dos veces al año, es medir los niveles de confianza actuales del consumidor, sus hábitos de compra, sus principales preocupaciones, su actitud y su opinión frente a diversos temas
- El estudio se centra en conocer los niveles de confianza de los consumidores en cuanto a trece tipos de publicidad, desde los tradicionales periódicos hasta la televisión y publicidad en Internet
- Se entrevistaron a más de 26,400 usuarios de Internet en 47 países de las regiones de Europa, Asia Pacífico, América del Norte, América Latina y Países Emergentes
- La encuesta se llevó a cabo en abril de 2007

Foco de la encuesta

- La encuesta se centró en la siguiente pregunta relacionada con las trece formas de publicidad que se mencionan a continuación
 - ¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?
 - Recomendación de consumidores
 - Sitio de Internet de la marca
 - E-mail promocional de la marca
 - Opiniones de los consumidores en Internet
 - Periódicos
 - Revistas
 - Televisión
 - Radio
 - Patrocinios de marca
 - Buscadores en Internet
 - Anuncios en el cine
 - Banners en Internet
 - Publicidad en teléfonos celulares

Niveles promedio de confianza de los consumidores en la publicidad: comparación entre 47 países

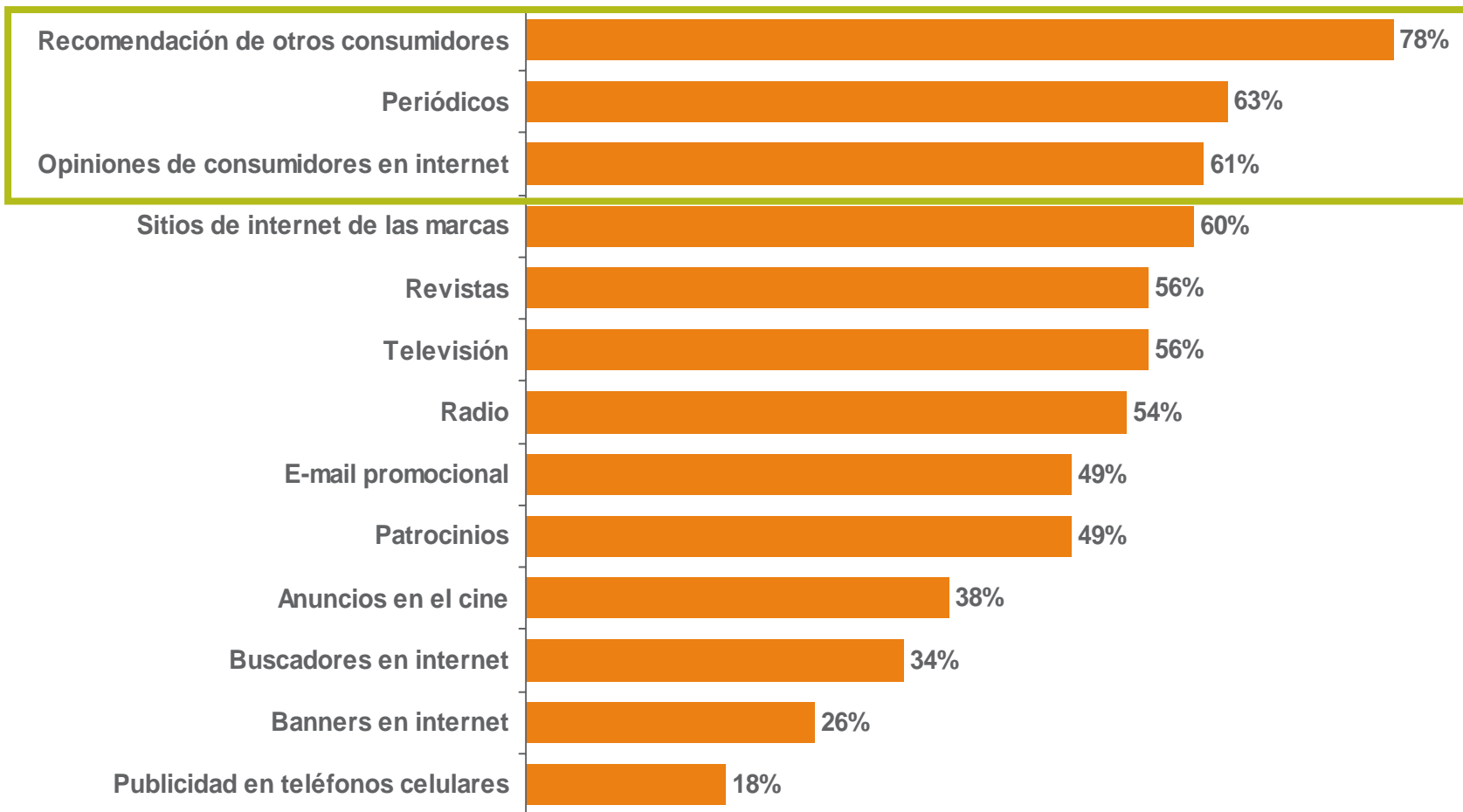
Los filipinos, seguidos de los brasileños y los mexicanos, son los que más confían en la publicidad en el mundo... Por regiones, los latinos y asiáticos creen más en la publicidad que los europeos



Base: Todos los encuestados

En general, los consumidores confían en otros consumidores...

Los medios tradicionales son razonablemente confiables, pero no confían en los medios en línea y móviles

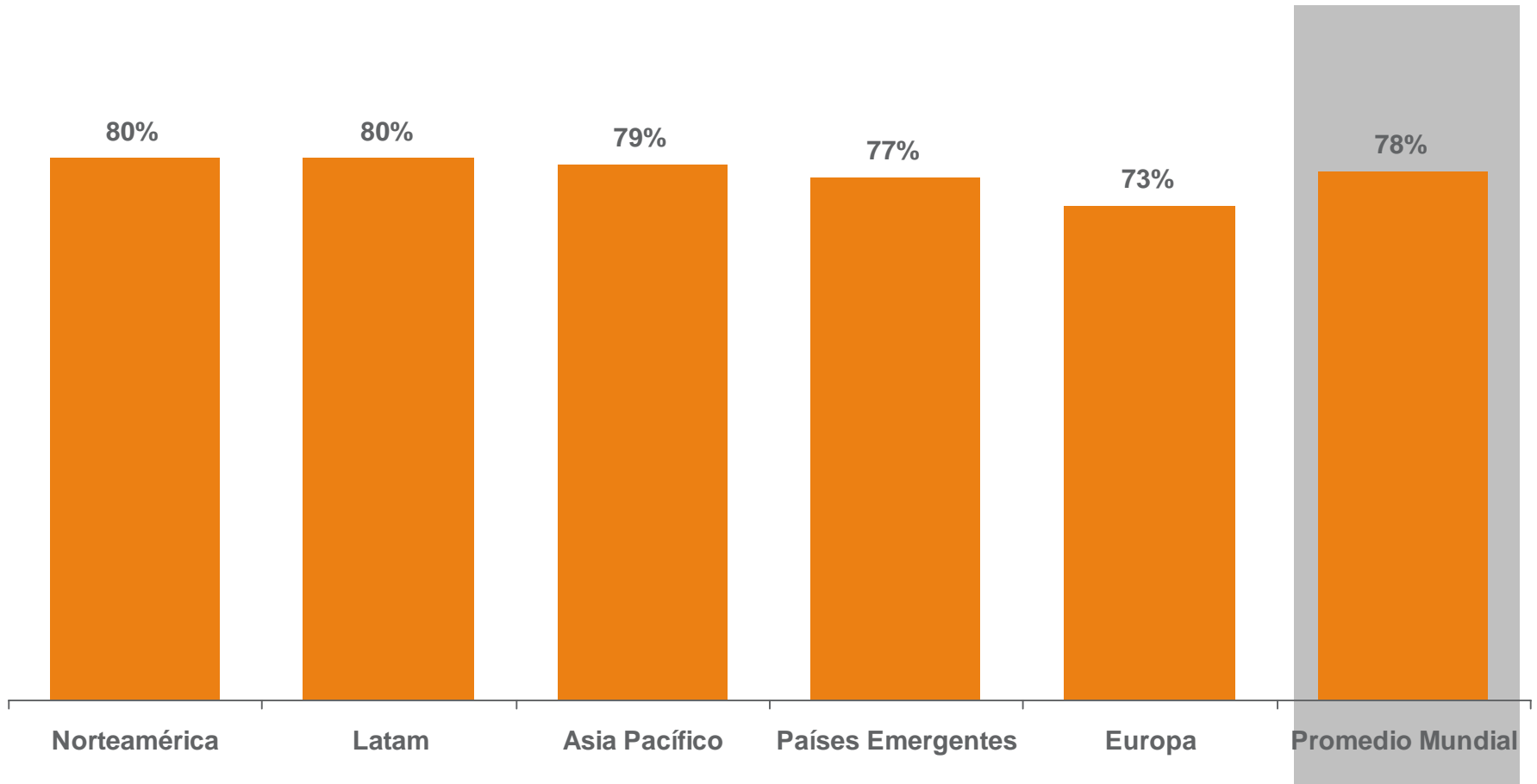


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Recomendaciones de otros consumidores

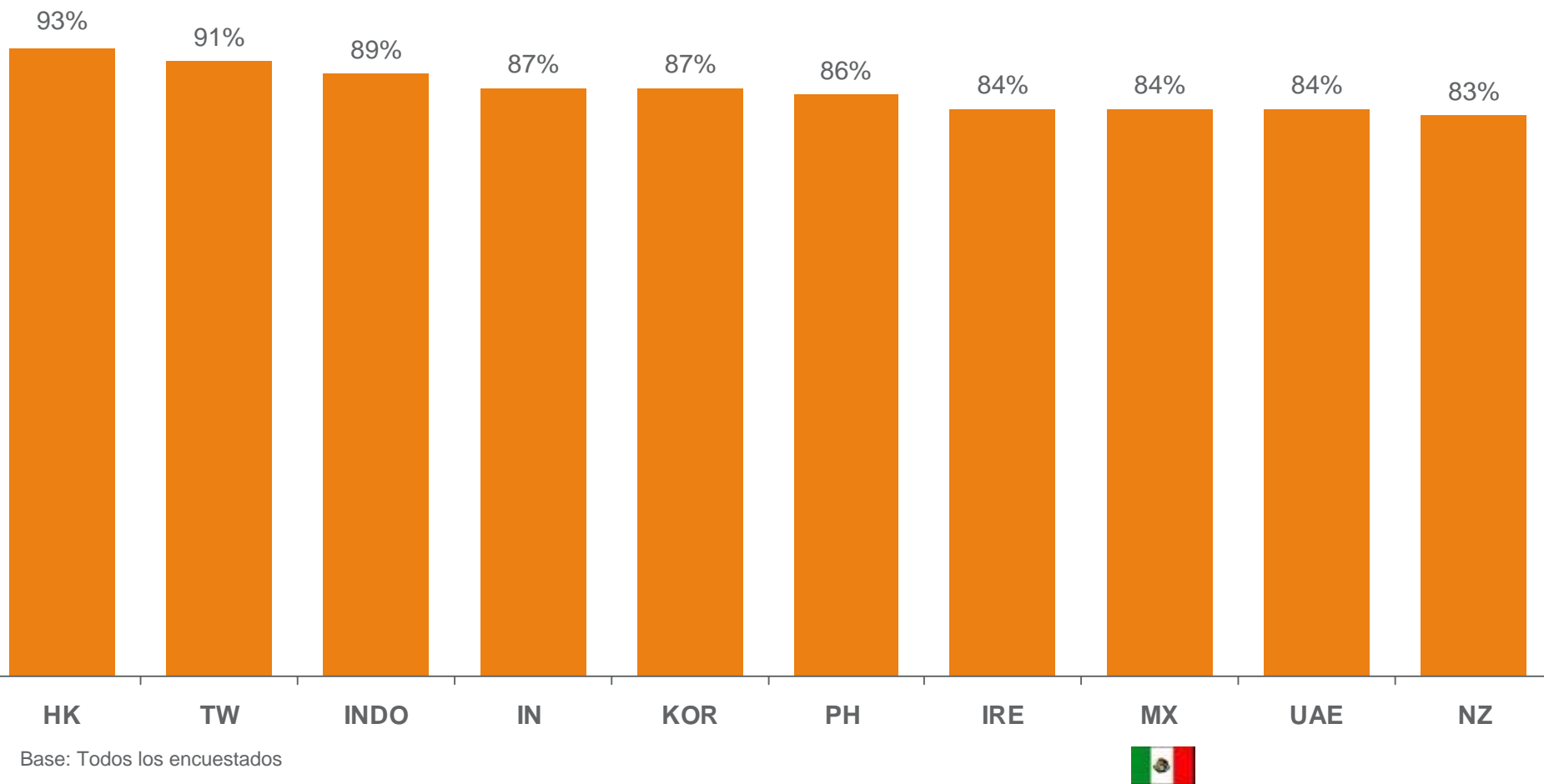
- Confía completamente / confían en cierta medida



Base: Todos los encuestados

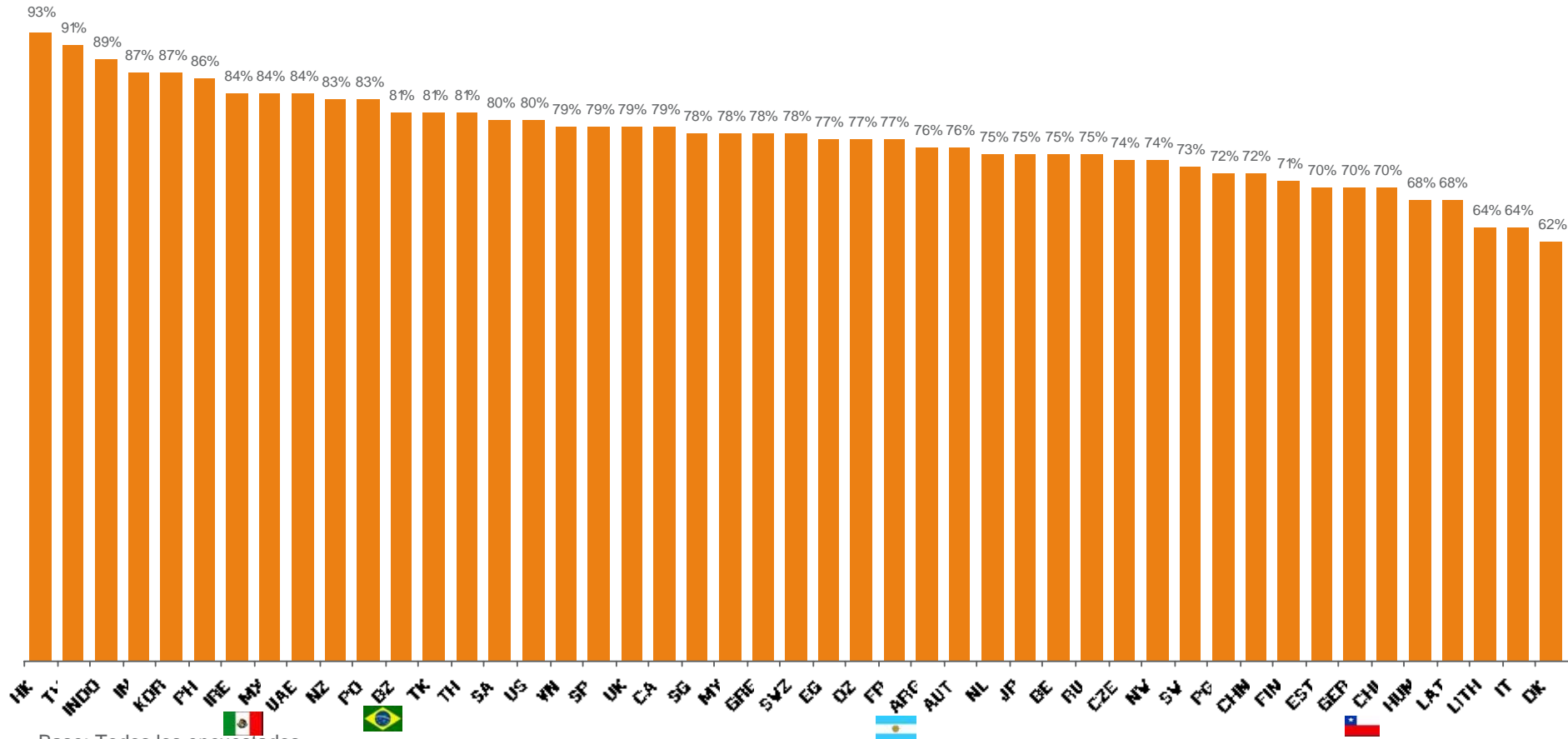
La recomendación de boca en boca es una forma de publicidad poderosa entre los asiáticos

Seis de los 10 países que más confían en esta forma de publicidad se ubican en Asia. México también forma parte de esta lista



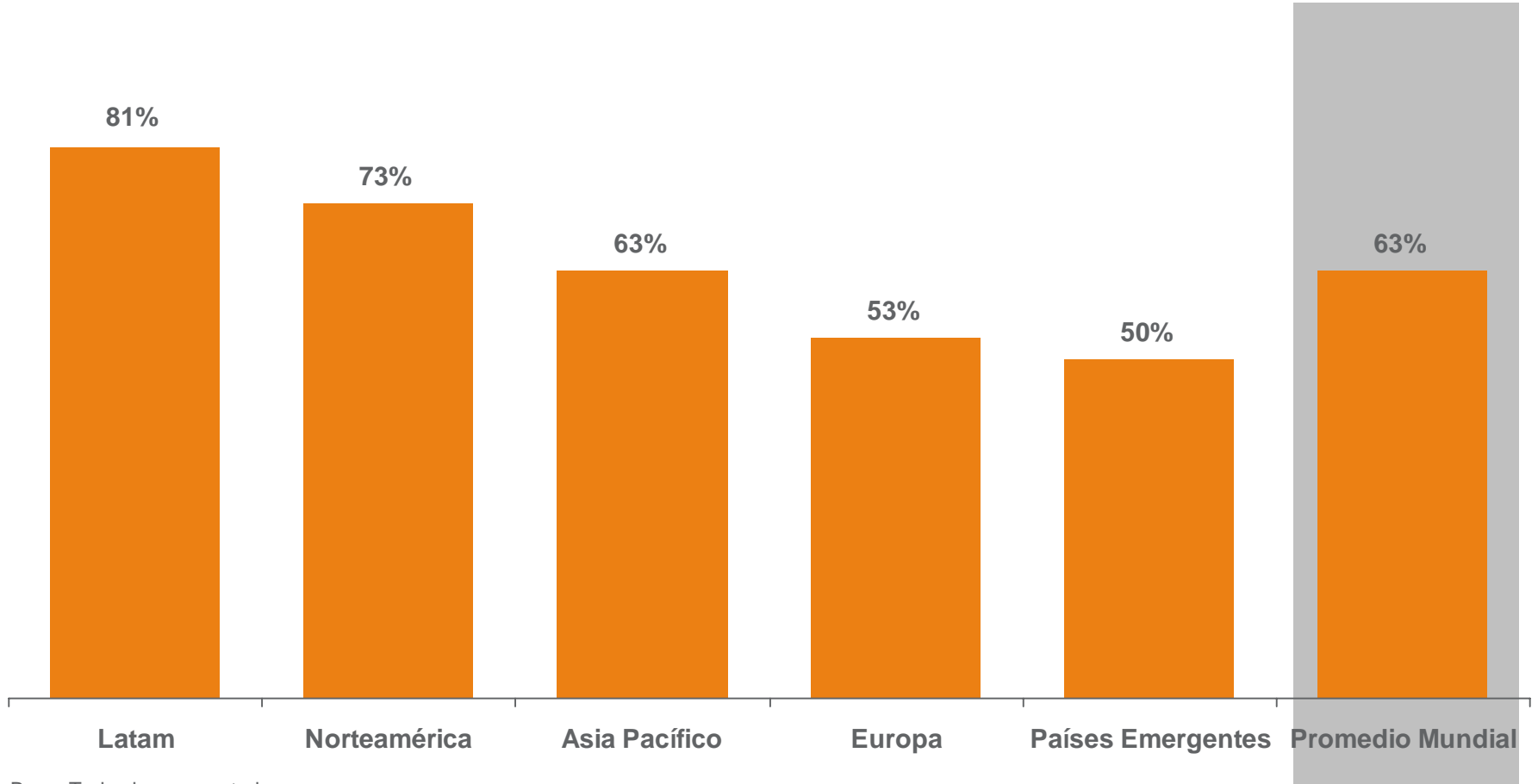
Al final de la escala, los europeos, -en particular los daneses e italianos- son menos proclives a creer en recomendaciones de alguien más

- Confía completamente / confían en cierta medida



Base: Todos los encuestados

Los anuncios en periódicos son considerados dignos de confianza, particularmente entre los latinos... Los Países Emergentes, los menos convencidos

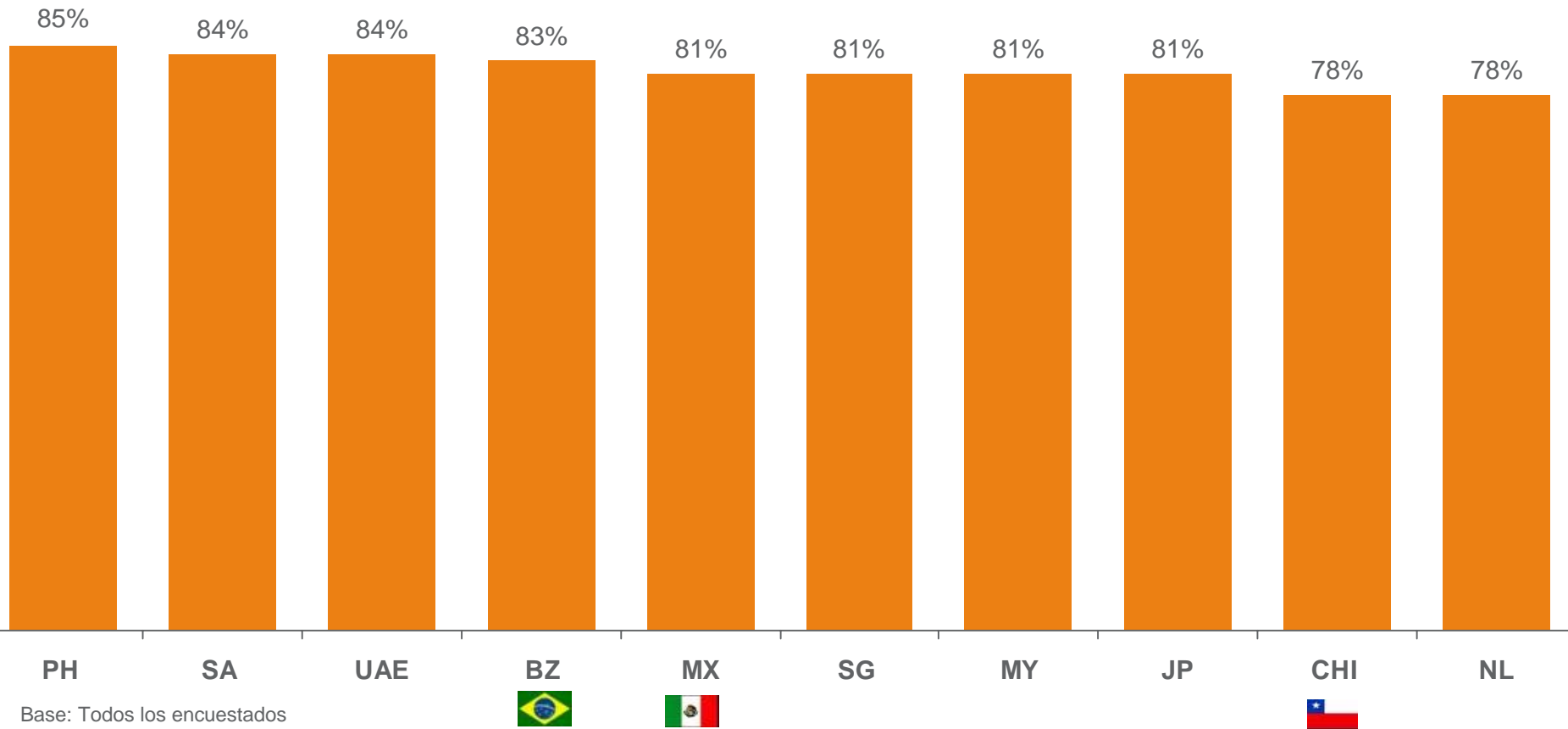


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Periódicos

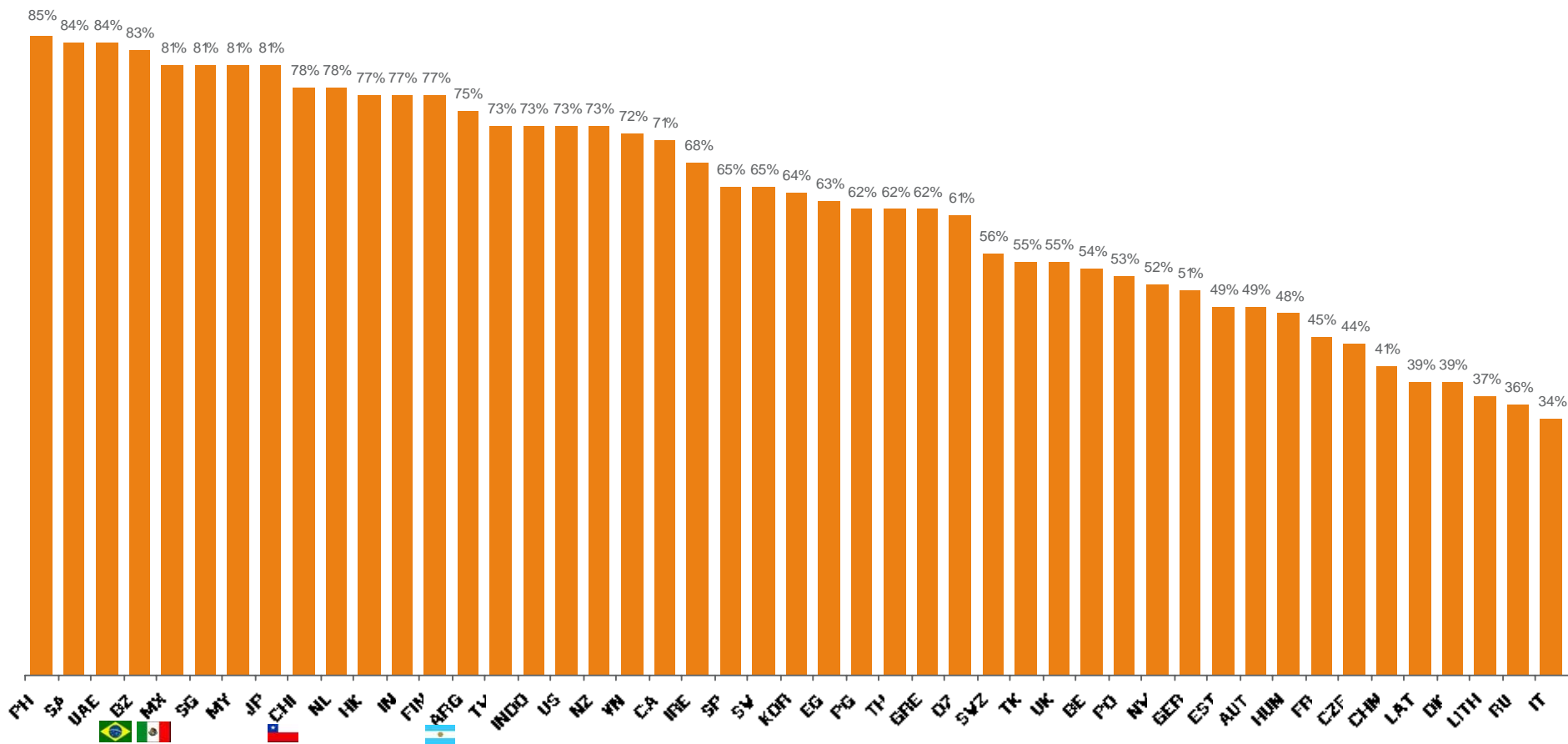
- Top 10 - Confían completamente / confían en cierta medida



¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

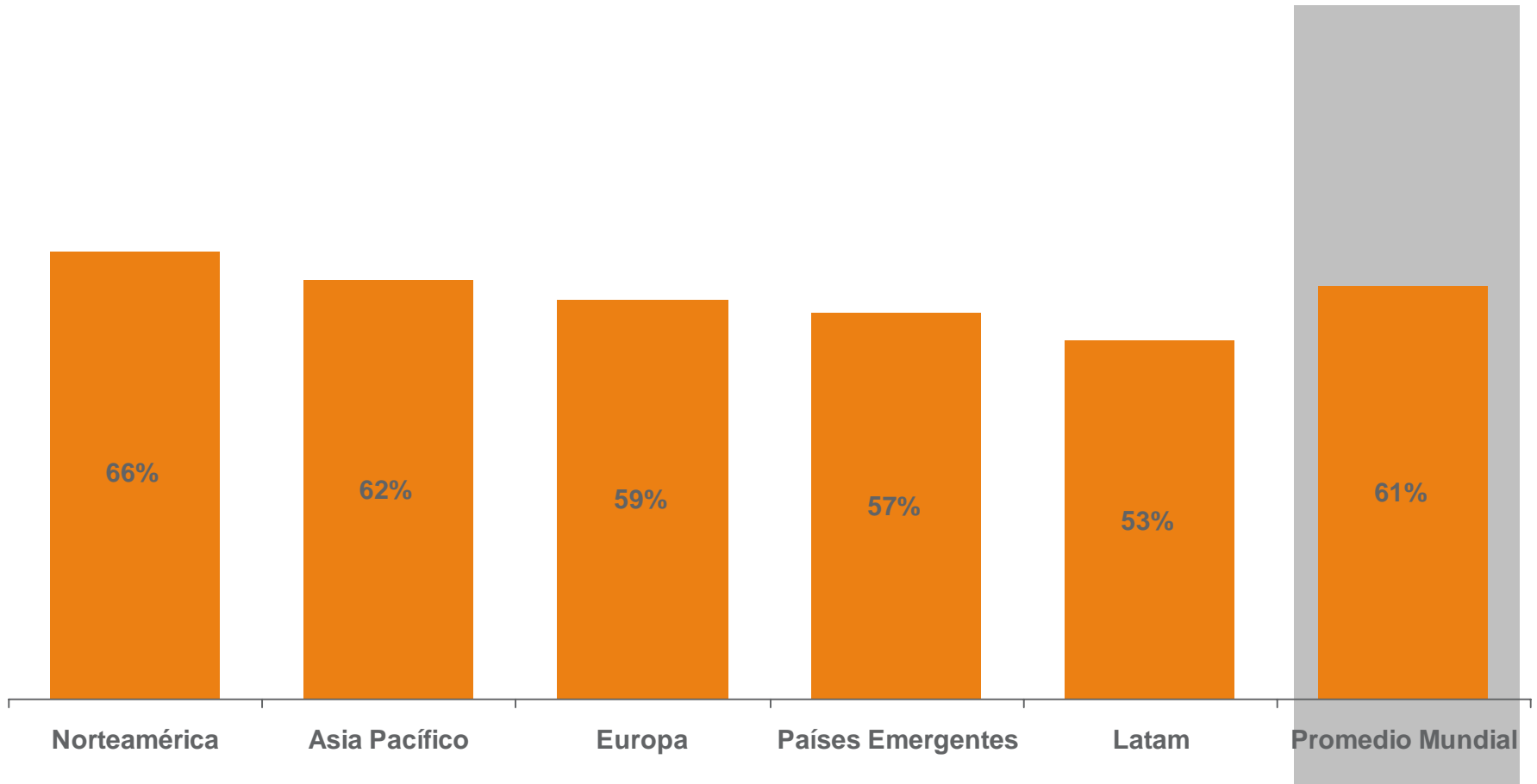
Periódicos

- Confían completamente / confían en cierta medida



Base: Todos los encuestados

Los medios generados por los propios consumidores, como los *blogs*, son considerados como fuente confiable de información por los norteamericanos y asiáticos

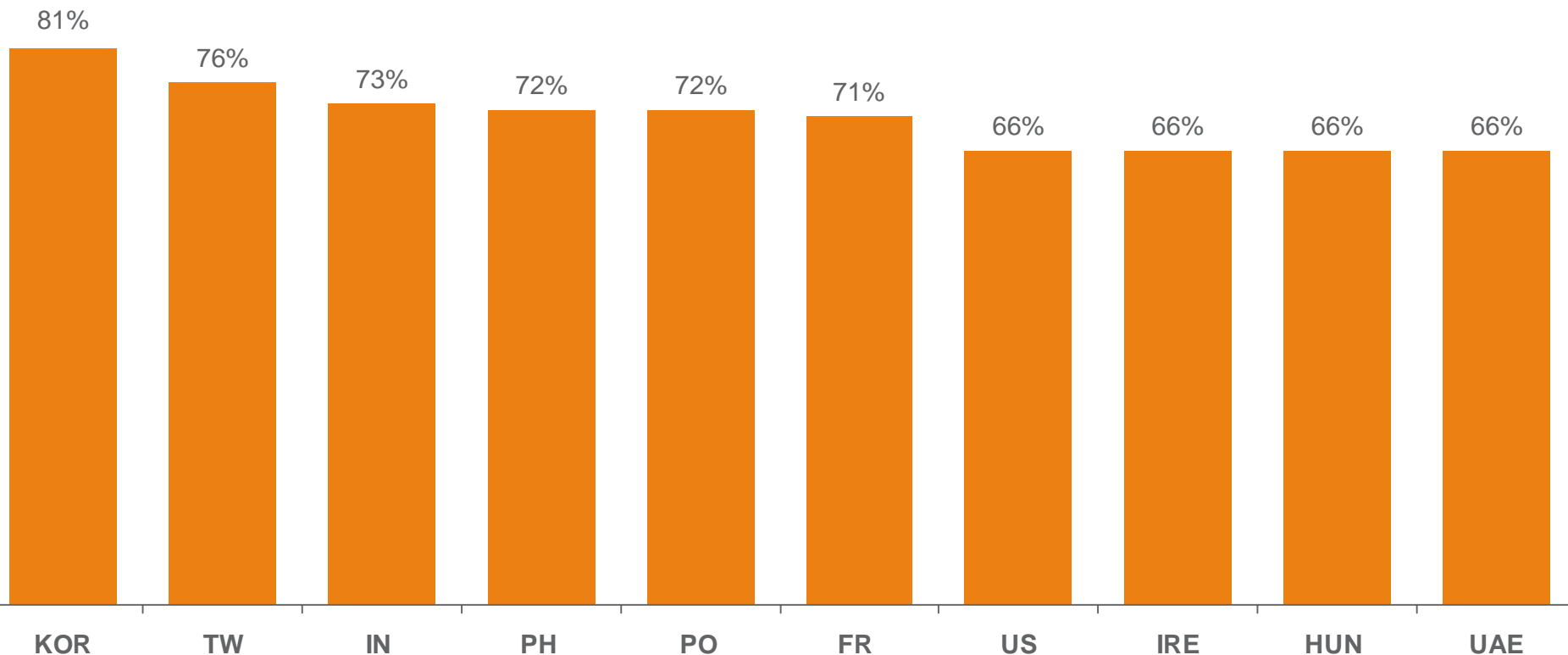


Base: Todos los encuestados

Son los surcoreanos los más entusiastas realizadores de *blogs* en todo el mundo

Opinión de los consumidores en Internet / *Blogs*

- Top 10 - Confían completamente / confían en cierta medida

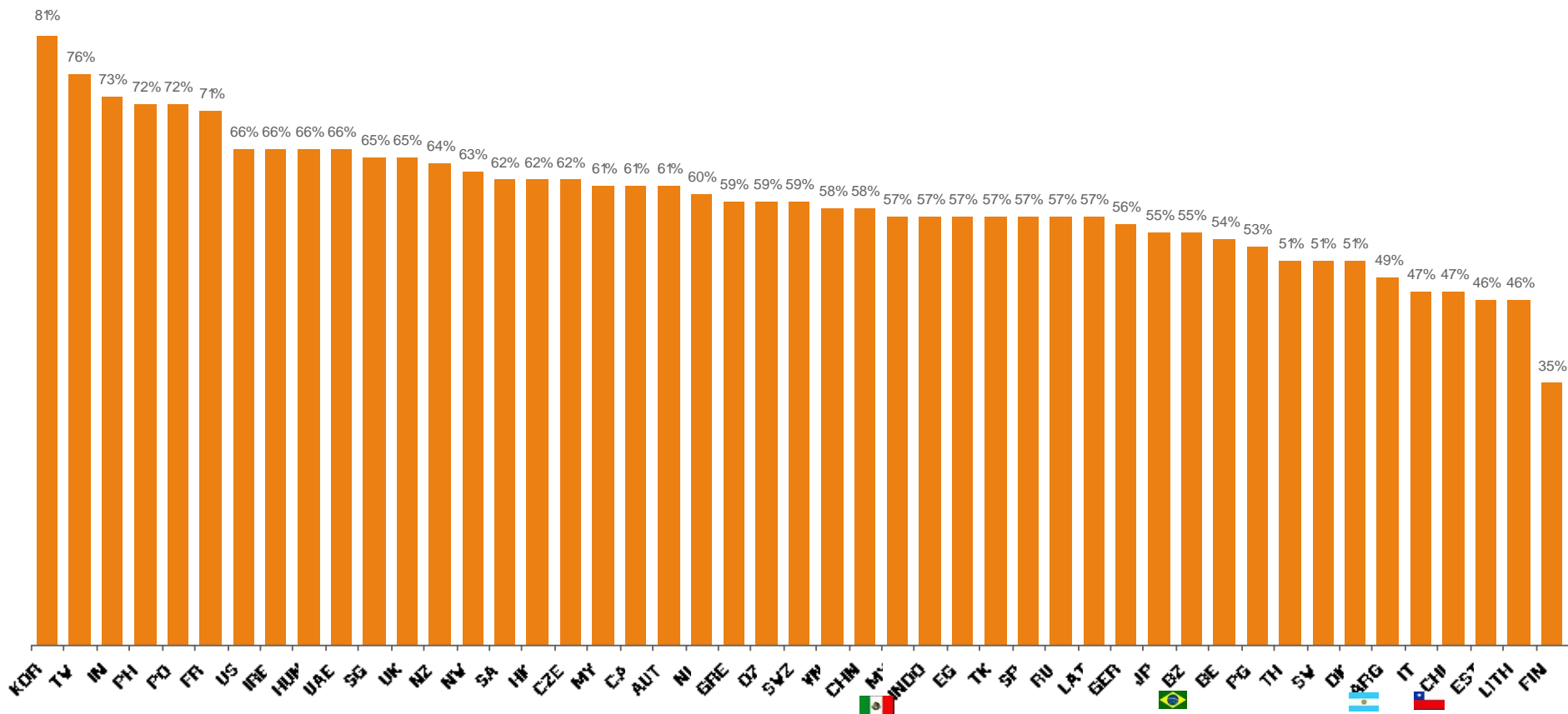


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Opinión de los consumidores en Internet / Blogs

- Confían completamente / confían en cierta medida

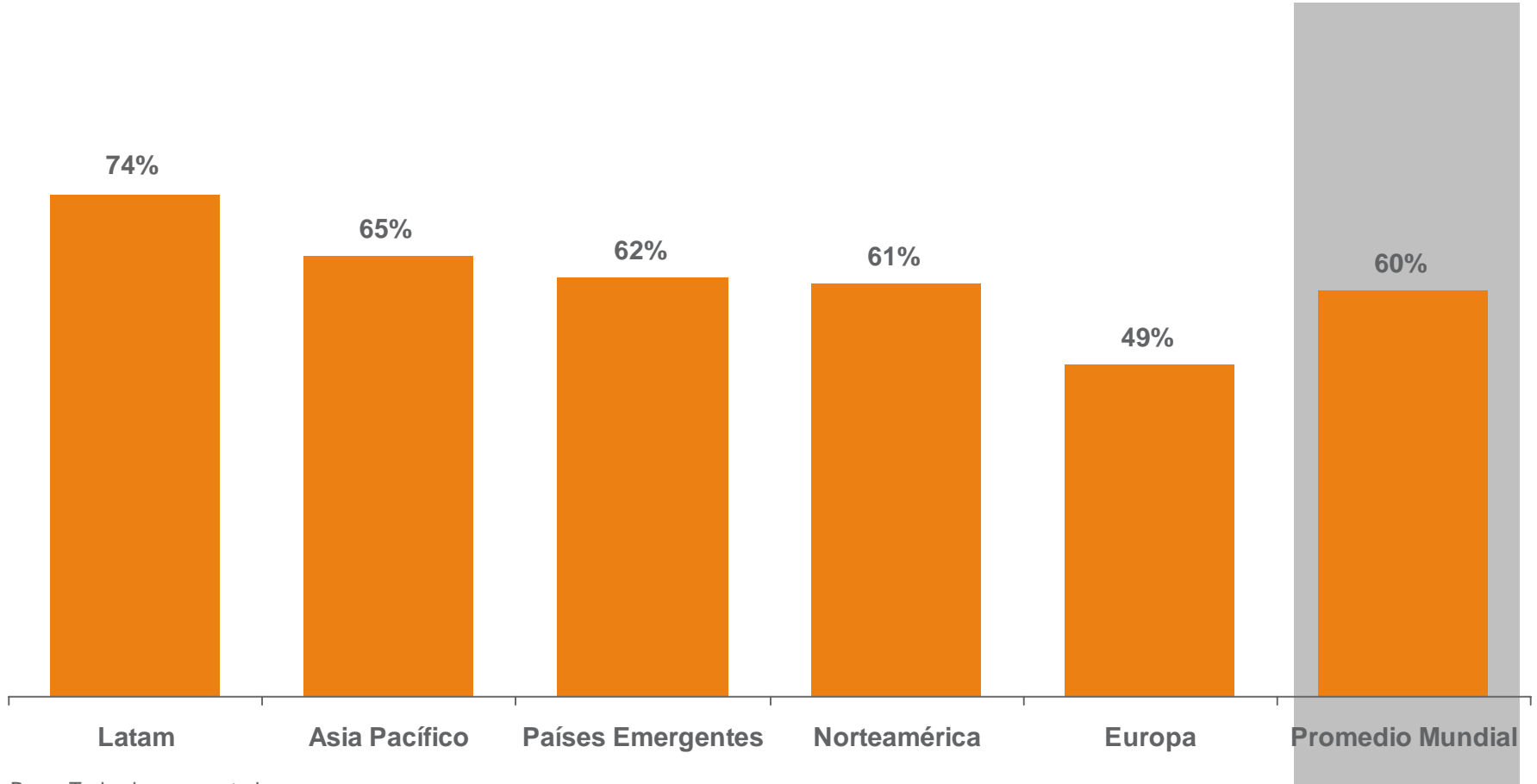


Base: Todos los encuestados

Los latinos tienden a creer más en los sitios de Internet de la marcas, seguidos de los asiáticos

Sitio de Internet de la marca

- Confían completamente / confían en cierta medida

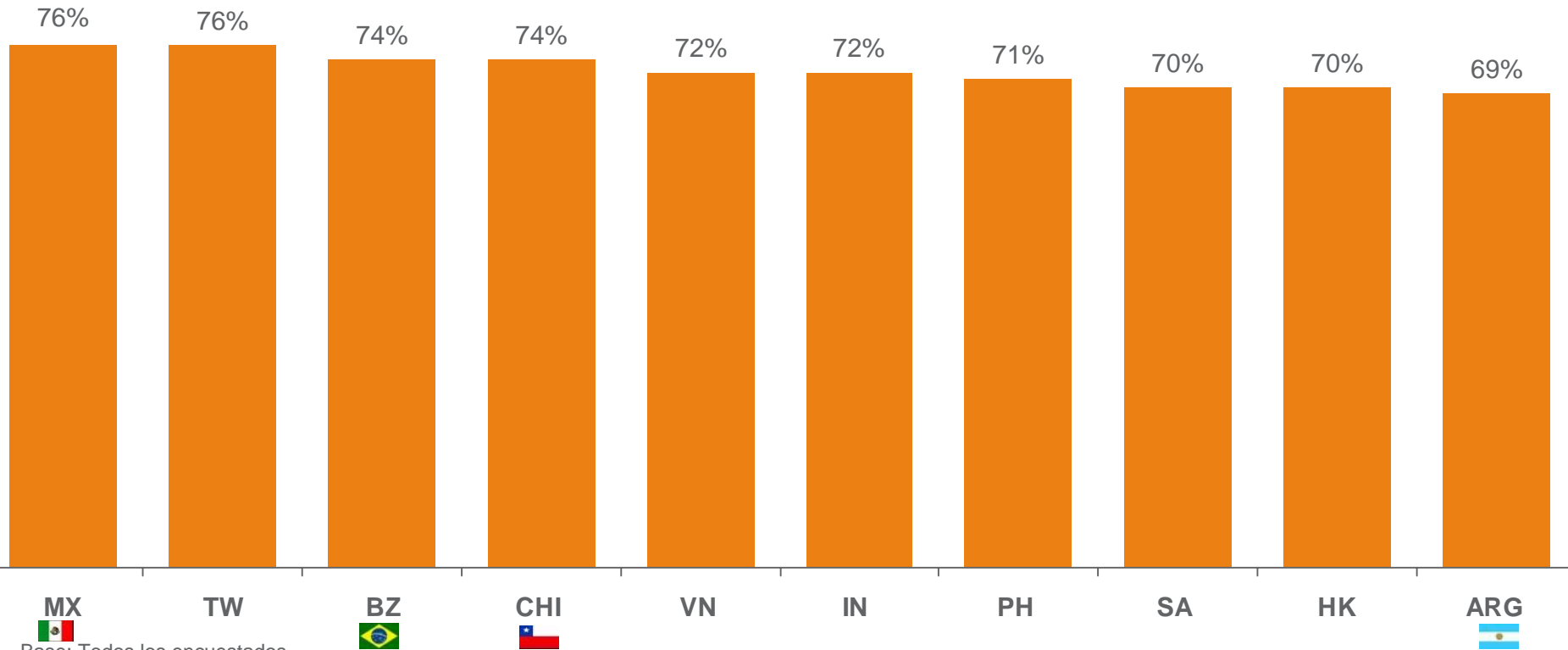


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Sitio de Internet de la marca

- Top 10 - Confían completamente / confían en cierta medida

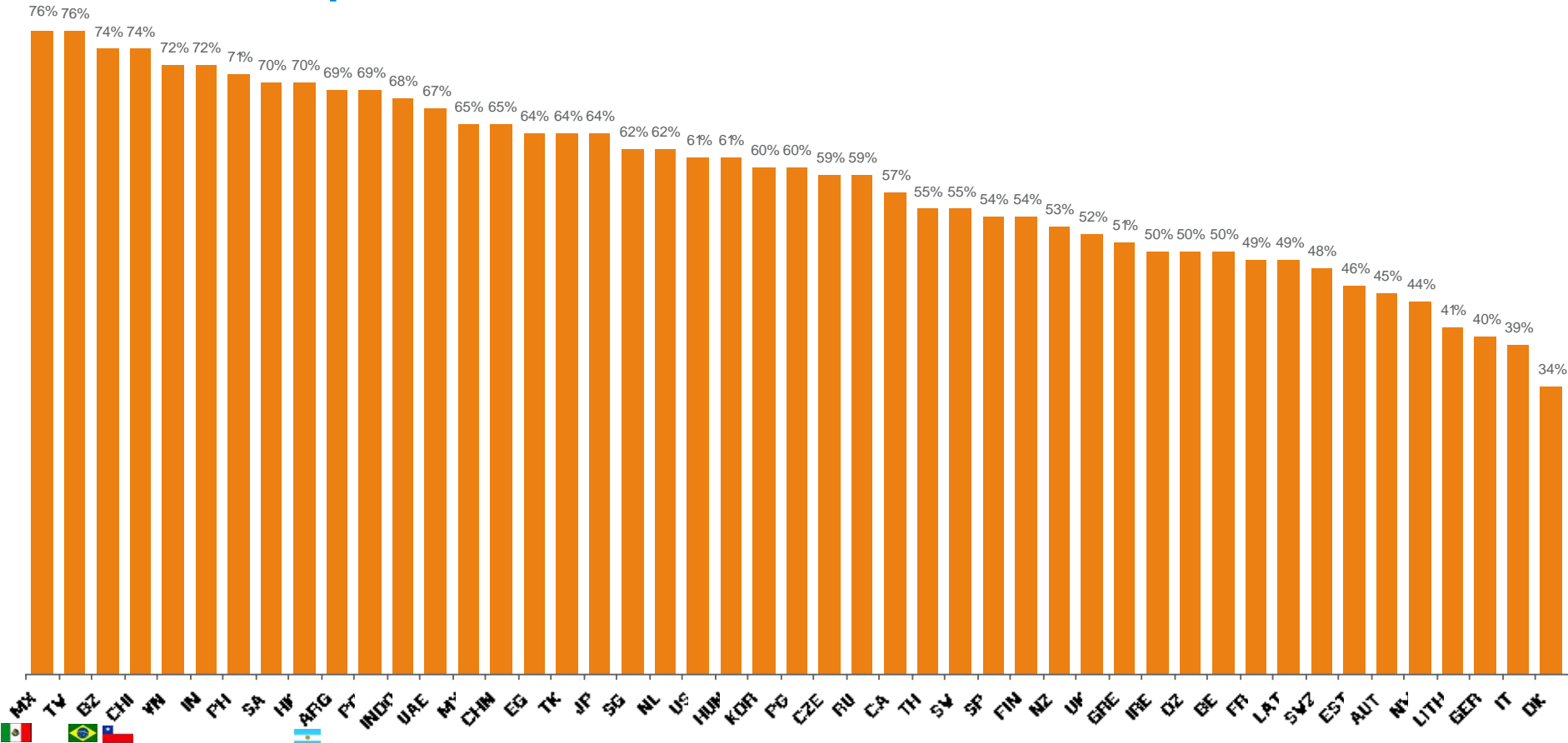


Base: Todos los encuestados

México encabeza la lista de confianza en los sitios de Internet de la marca a nivel mundial

Sitio de Internet de la marca

- Confían completamente/confían en cierta medida

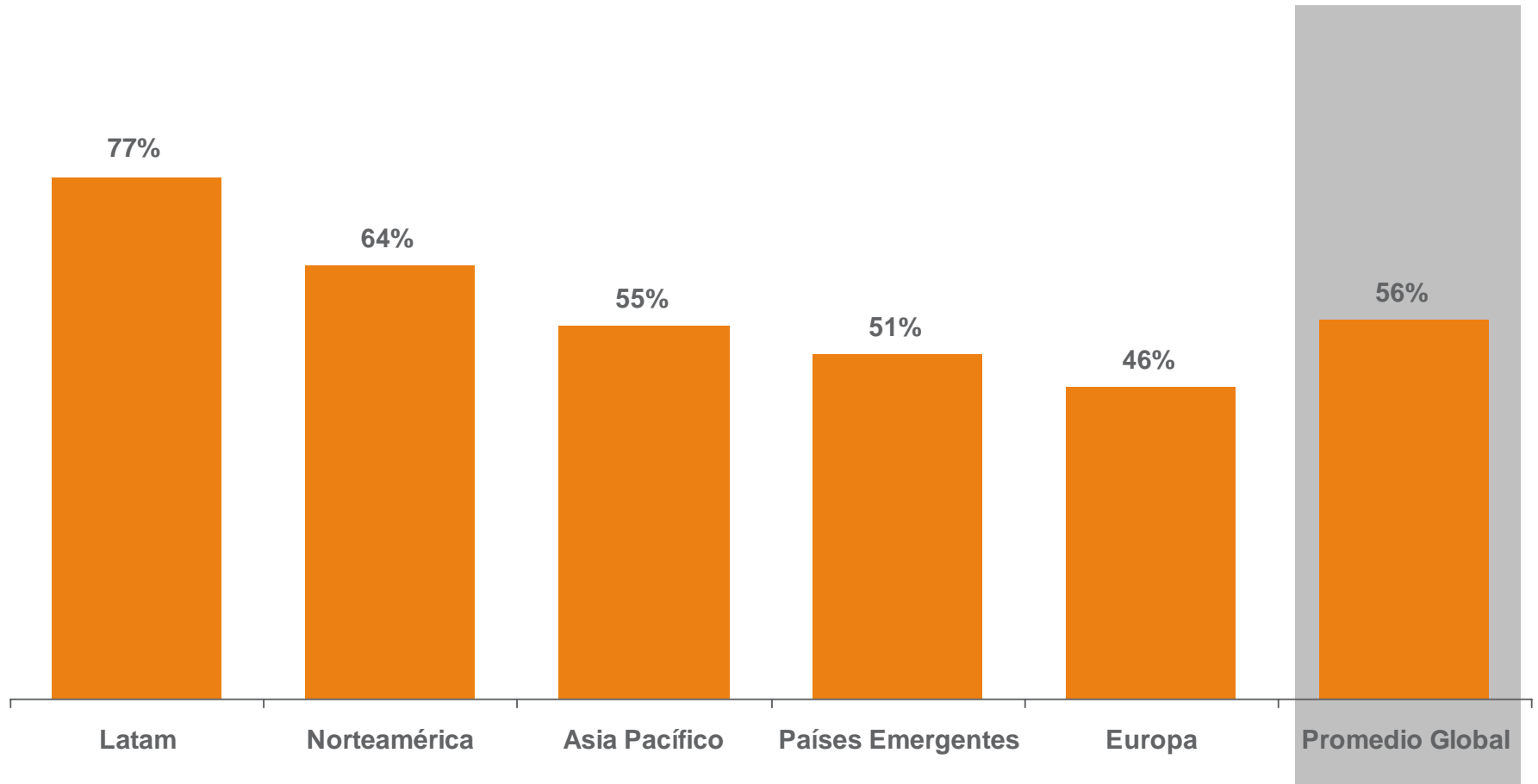


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Revistas

- Confían completamente / confían en cierta medida

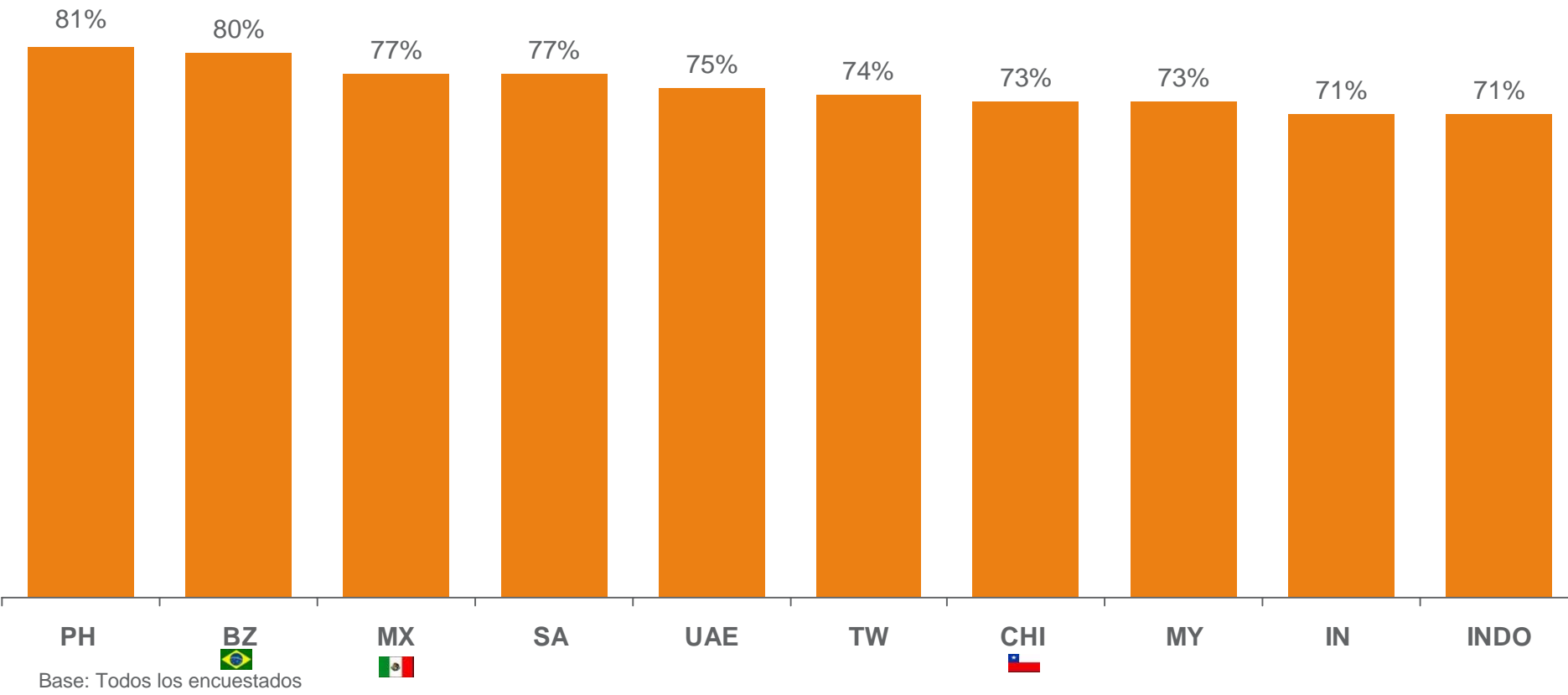


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Revistas

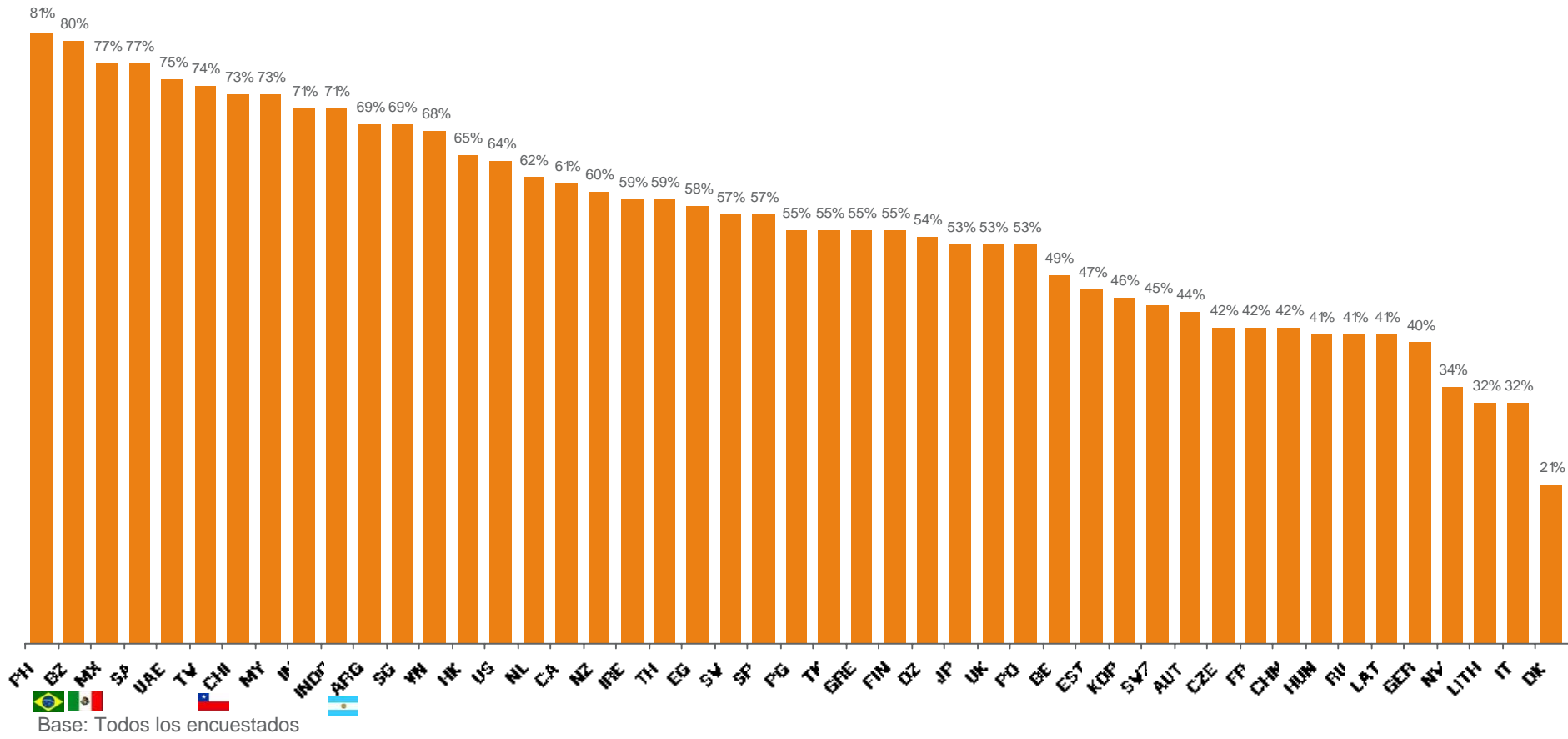
- Top 10 - Confían completamente / confían en cierta medida



¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Revistas

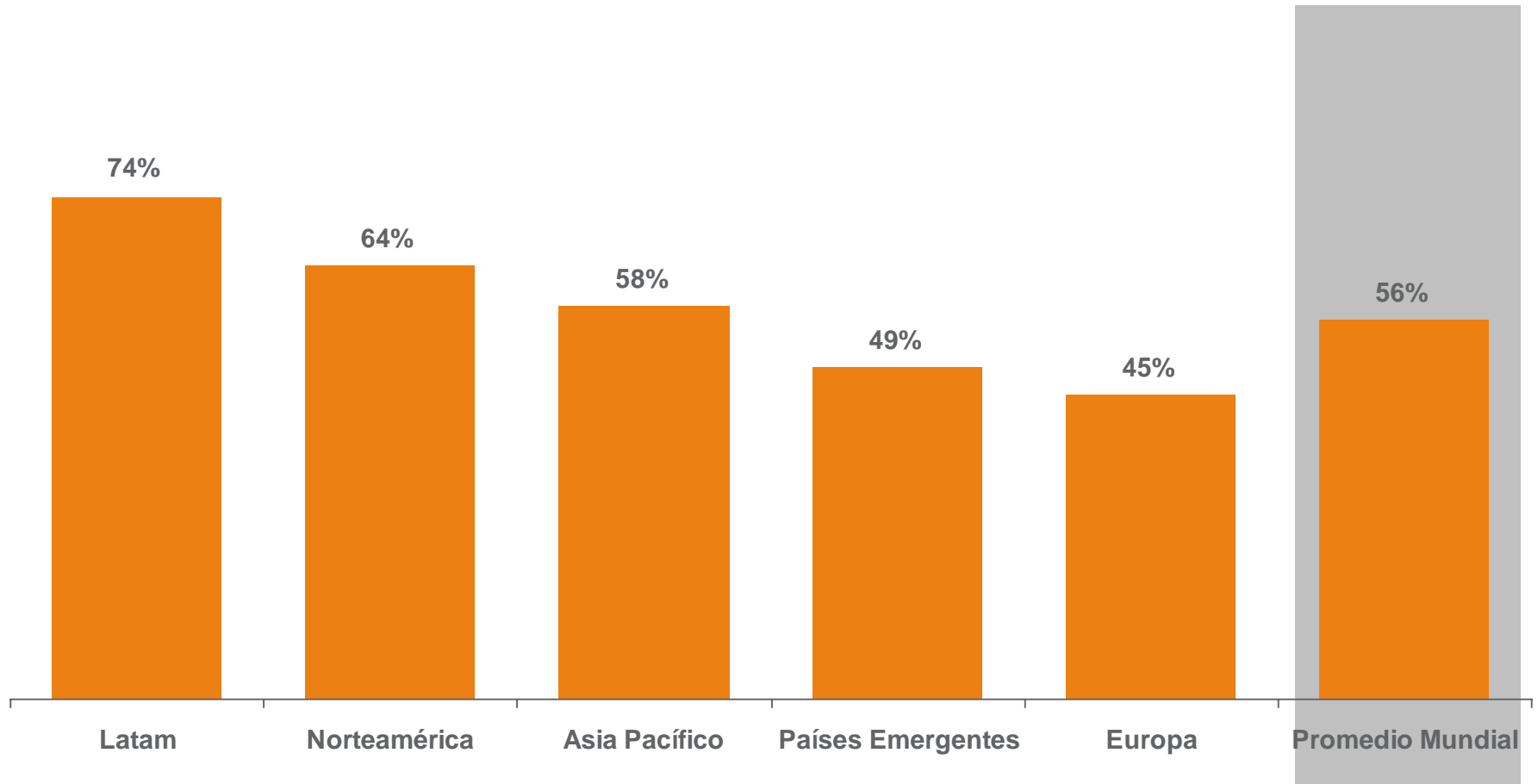
- Confían completamente / confían en cierta medida



¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Televisión

- Confían completamente / confían en cierta medida

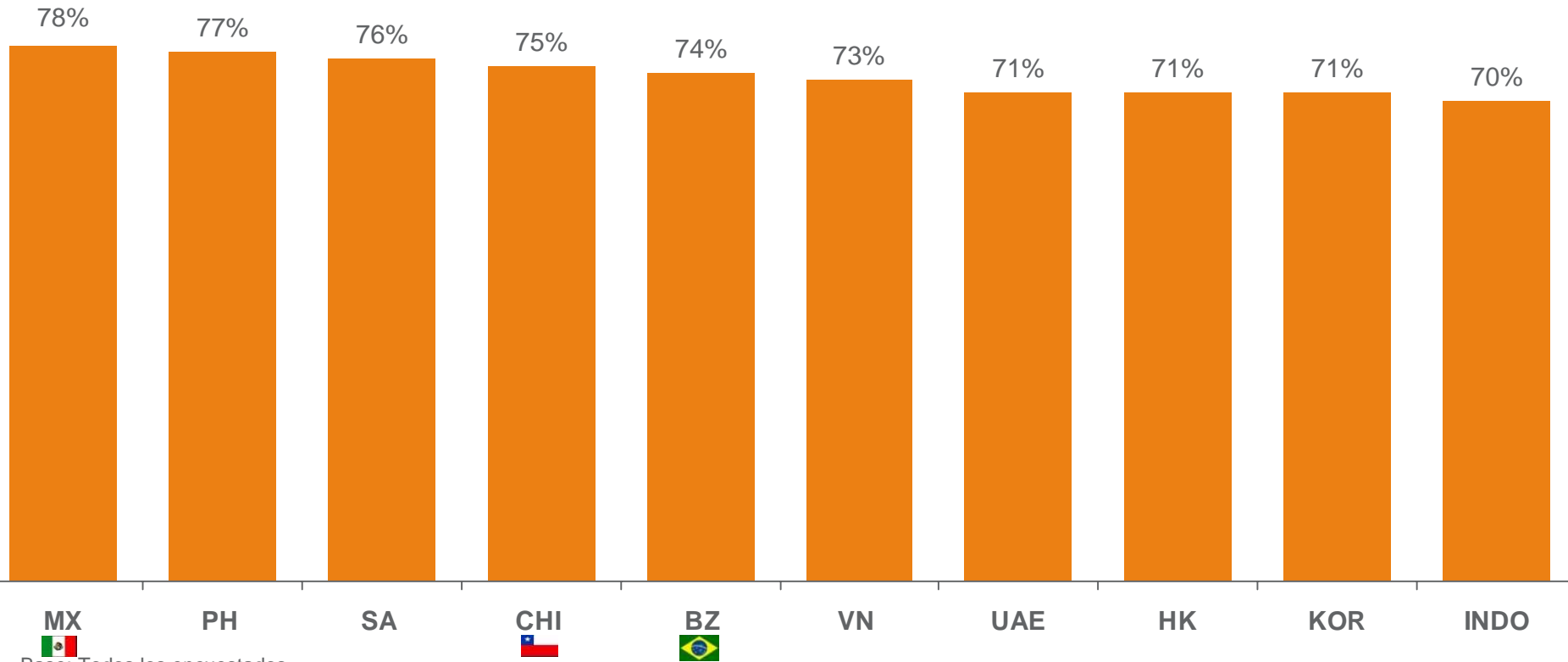


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Televisión

- Top 10 - Confían completamente / confían en cierta medida

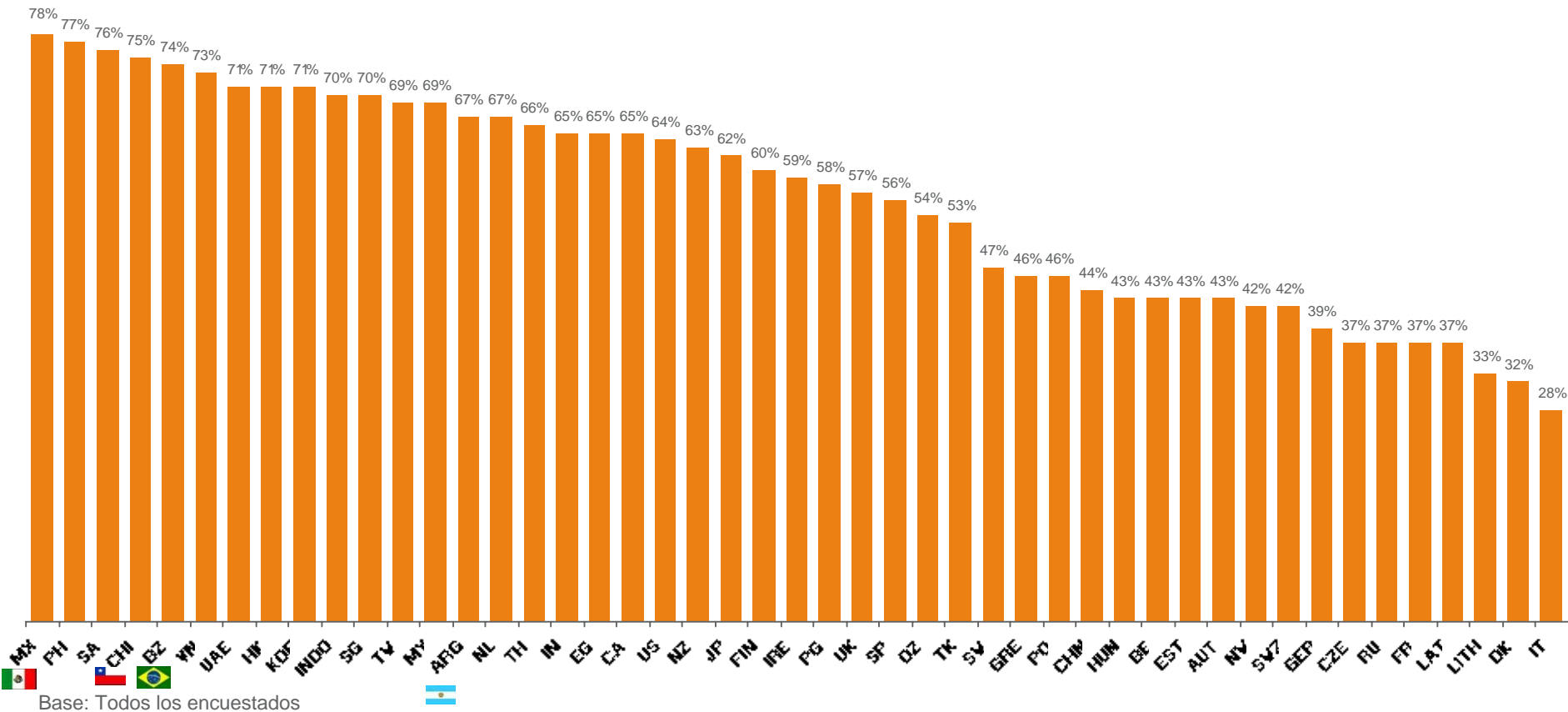


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Televisión

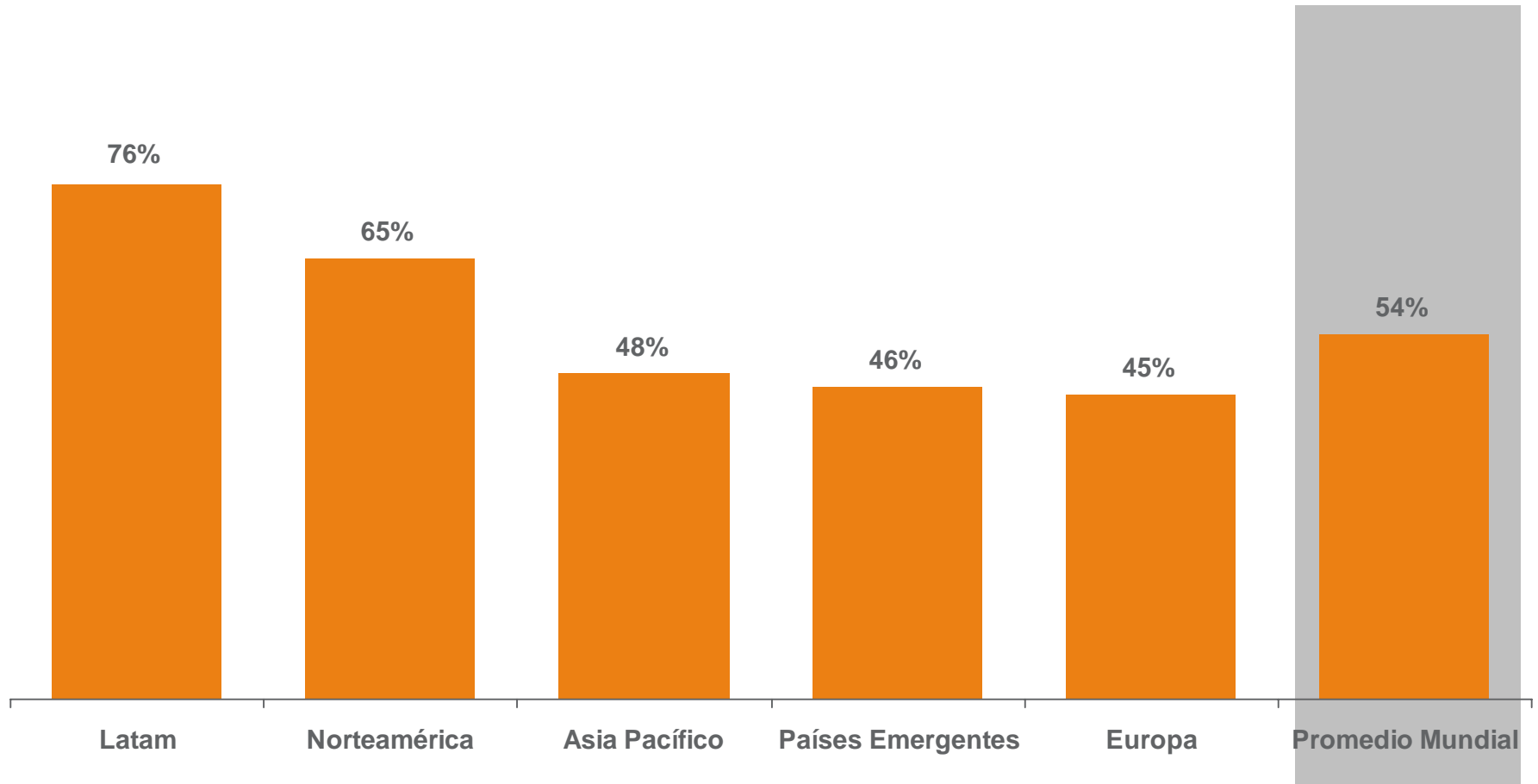
- Confían completamente / confían en cierta medida



¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Radio

- Confían completamente / confían en cierta medida

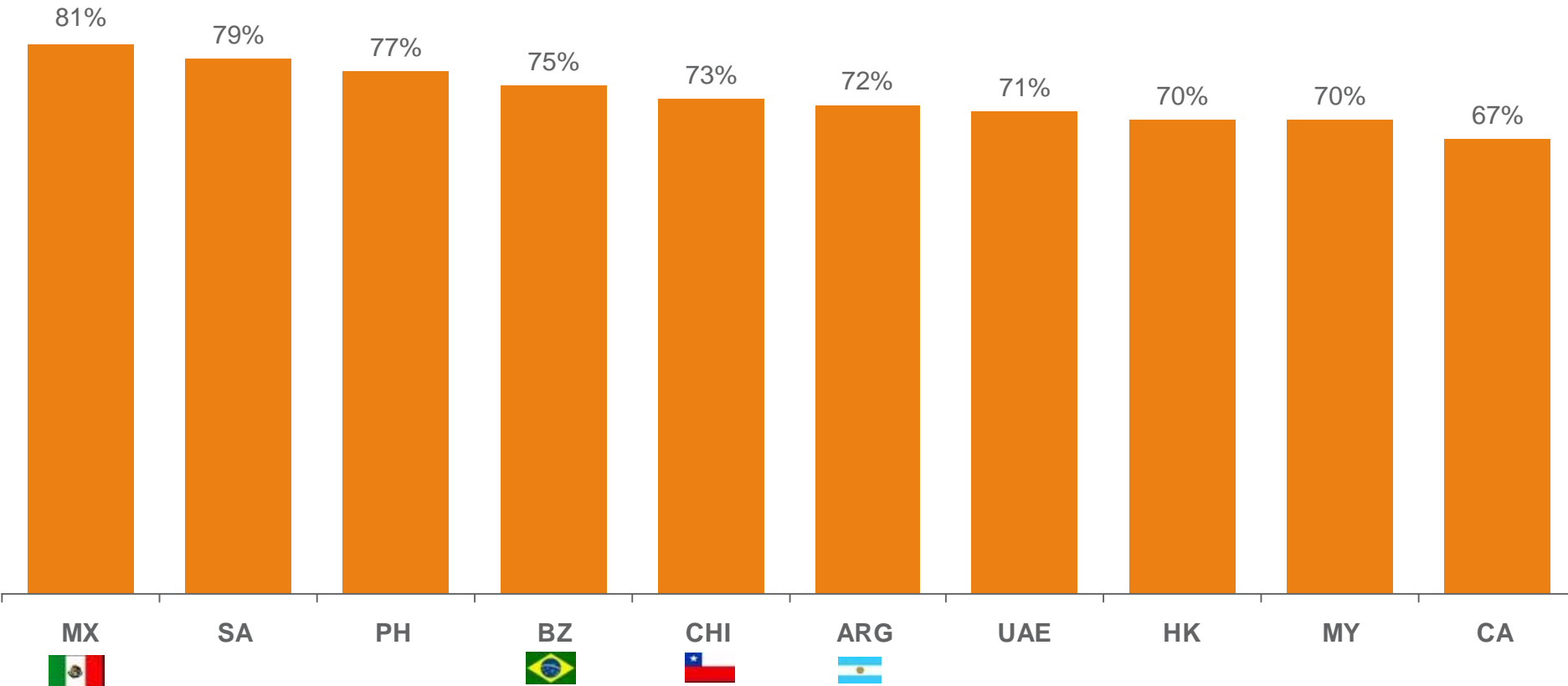


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Radio

- Top 10 -Confían completamente / confían en cierta medida

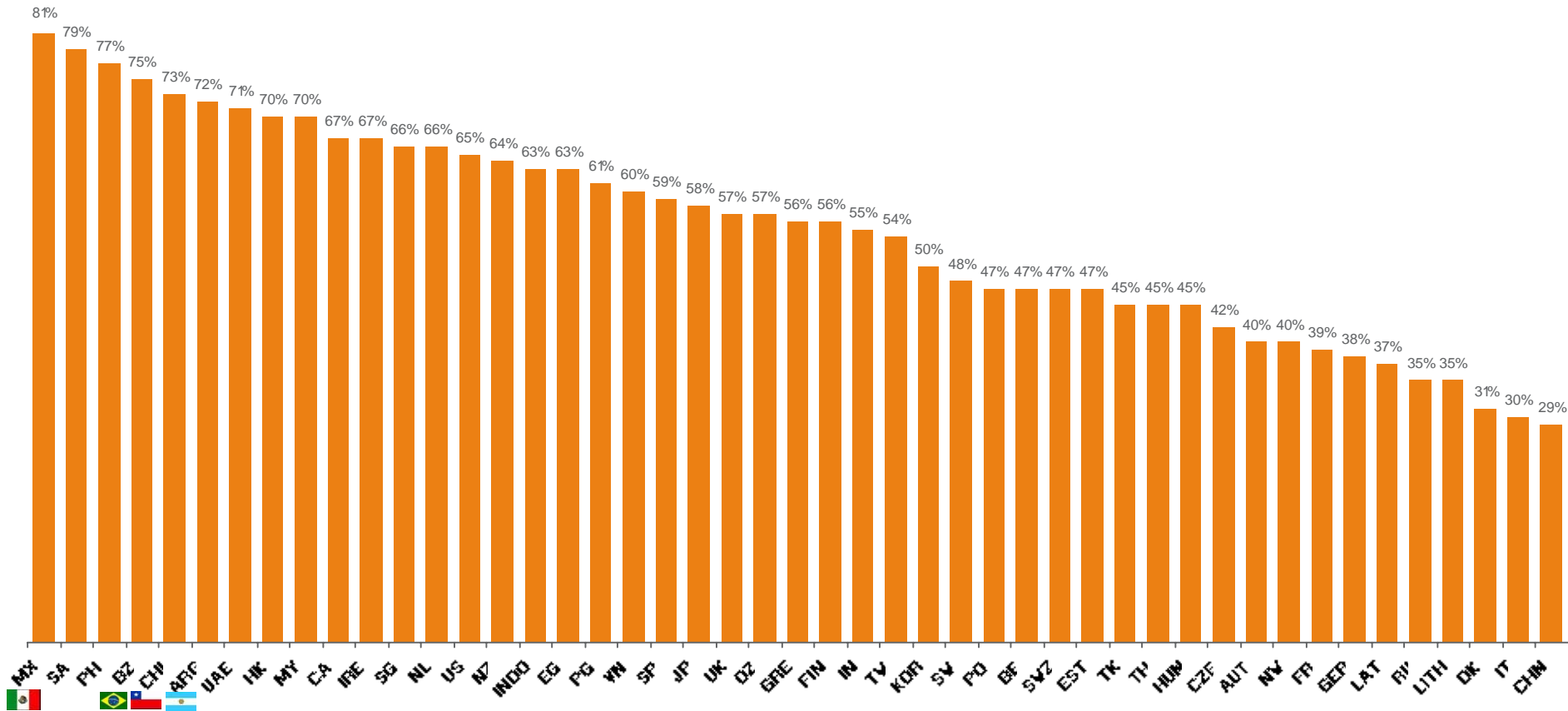


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Radio

- Confían completamente / confían en cierta medida

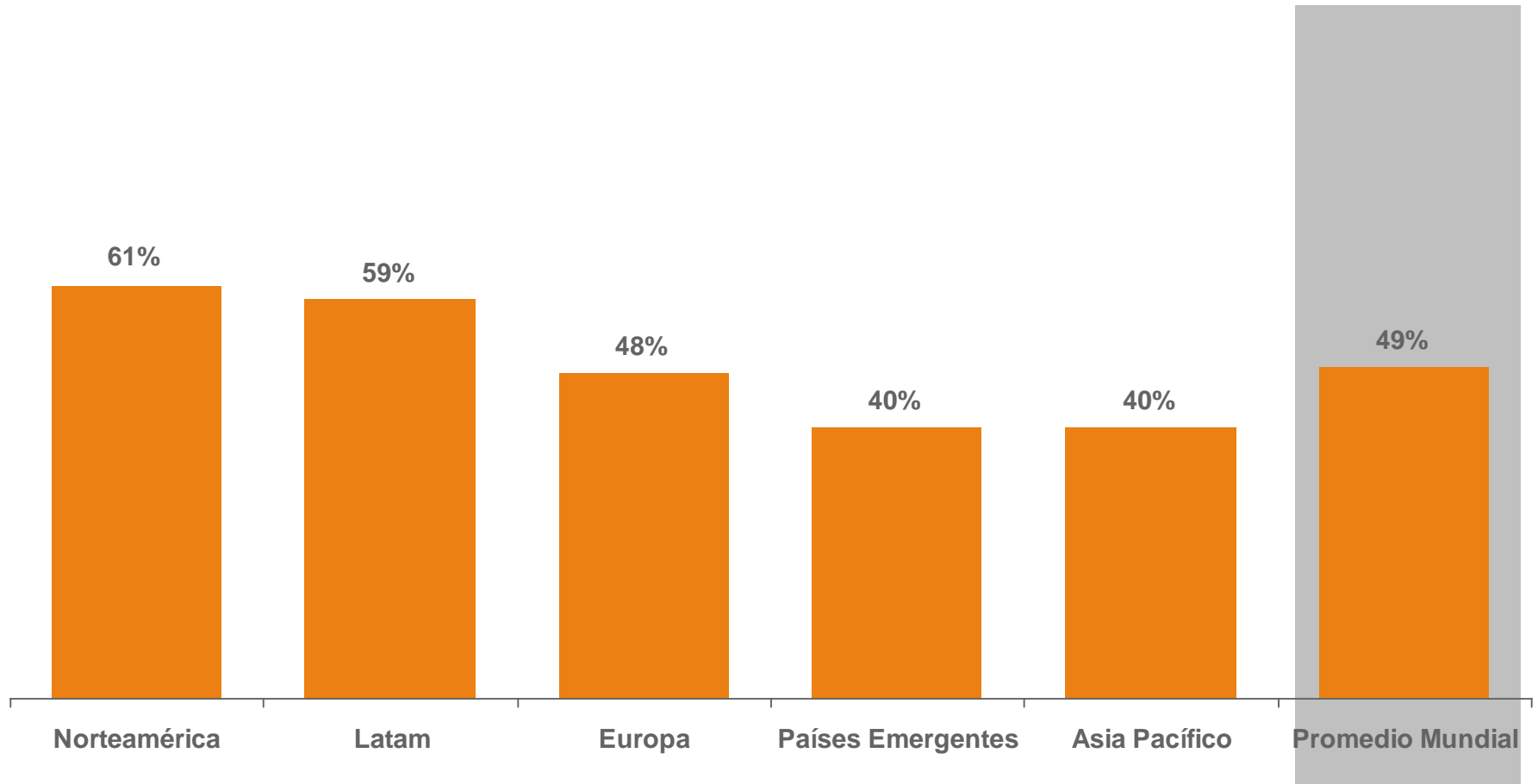


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

E-mail promocional

- Confían completamente / confían en cierta medida

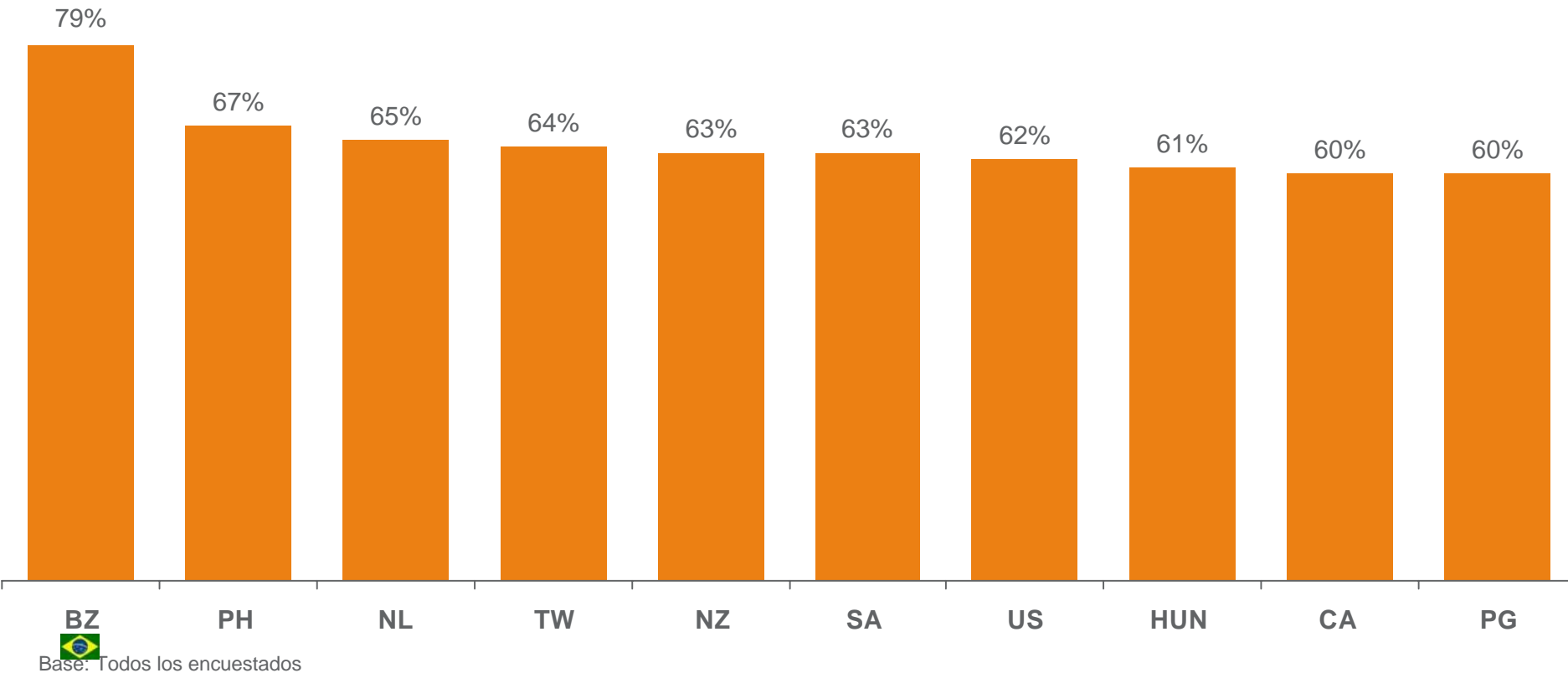


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

E-mail promocional

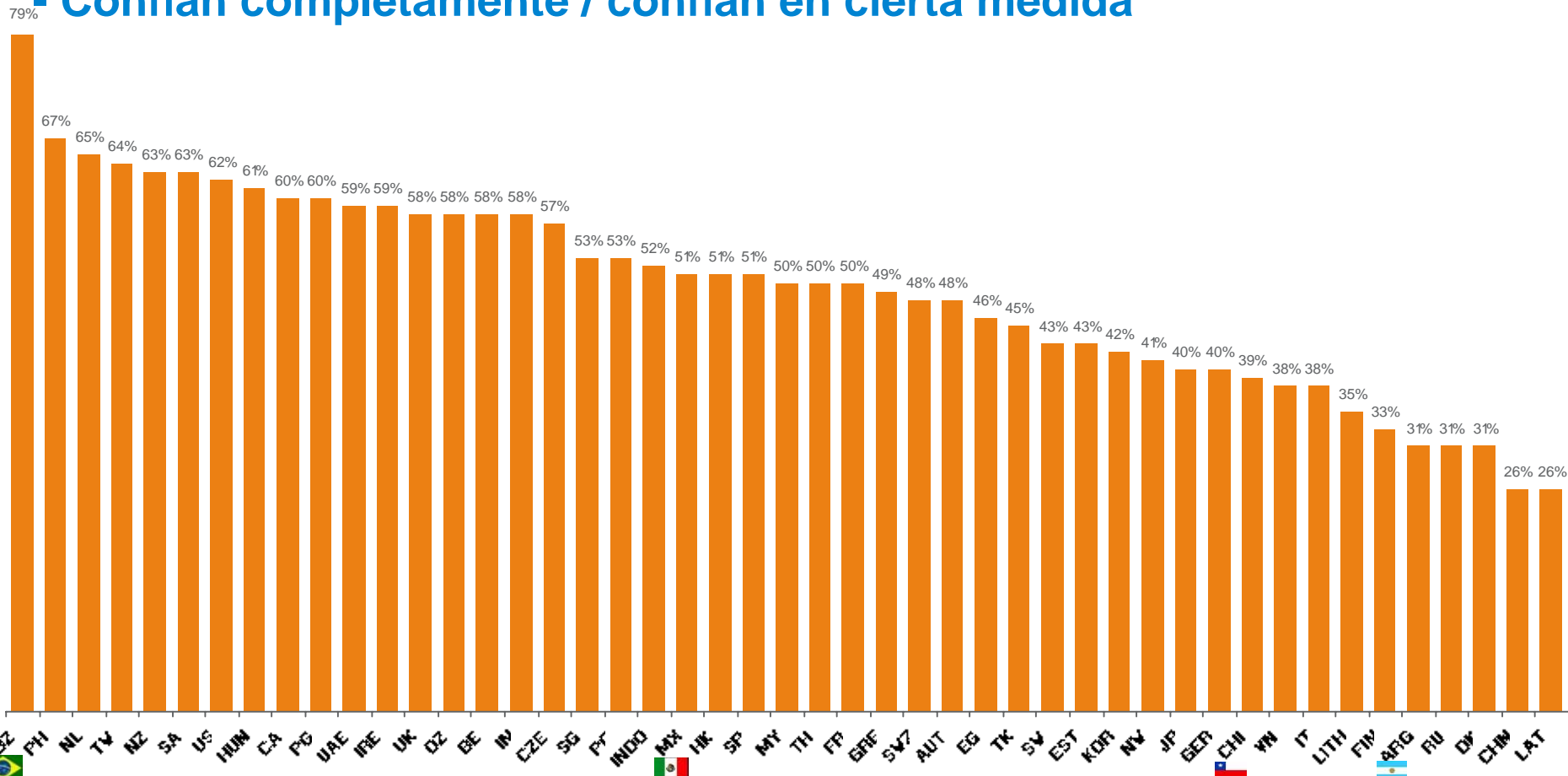
- Top 10 - Confían completamente / confían en cierta medida



Con una gran diferencia, Brasil está a la cabeza en el nivel de confianza en los E-mails promocionales

E-mail promocional

- Confían completamente / confían en cierta medida

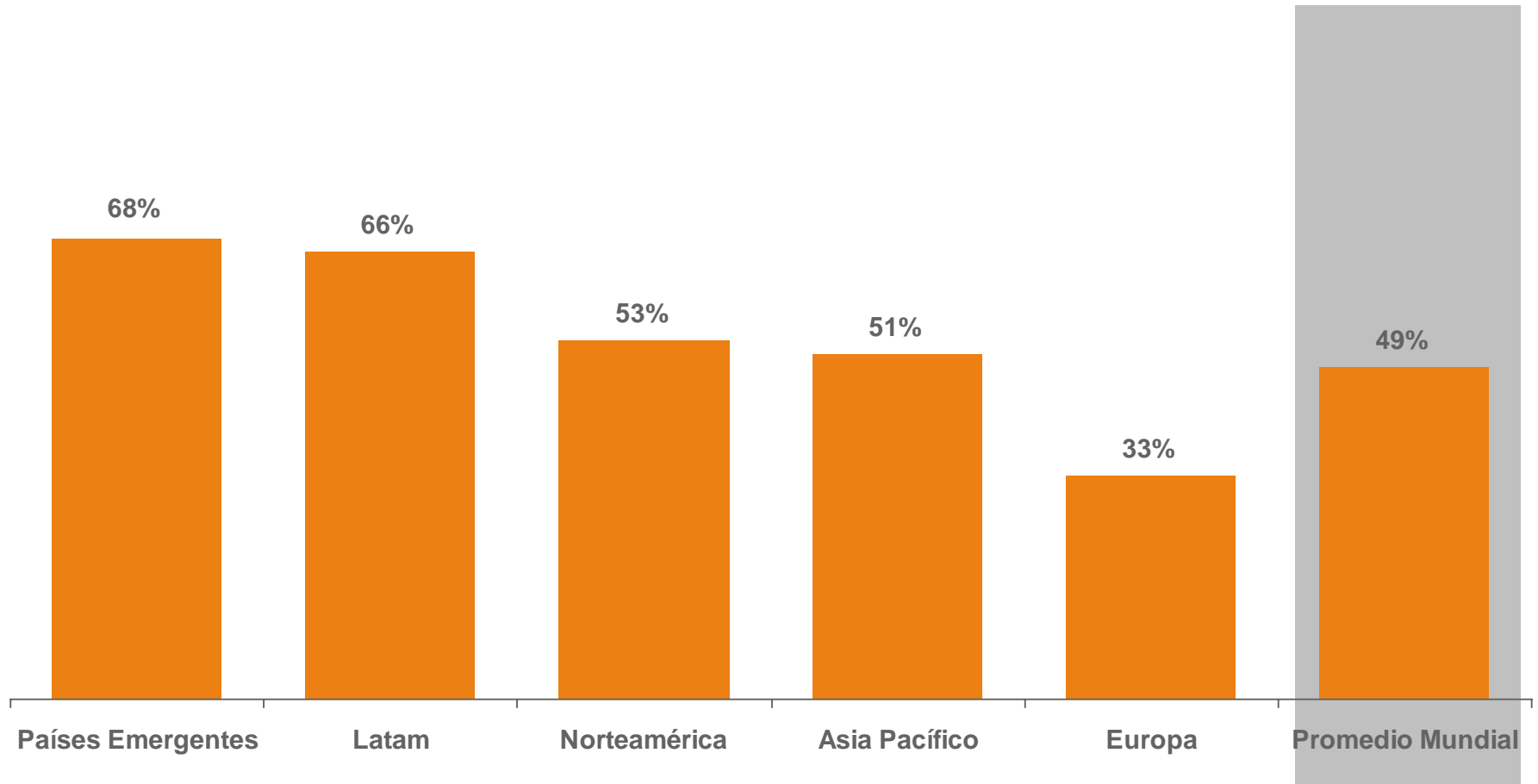


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Patrocinios

- Confían completamente / confían en cierta medida

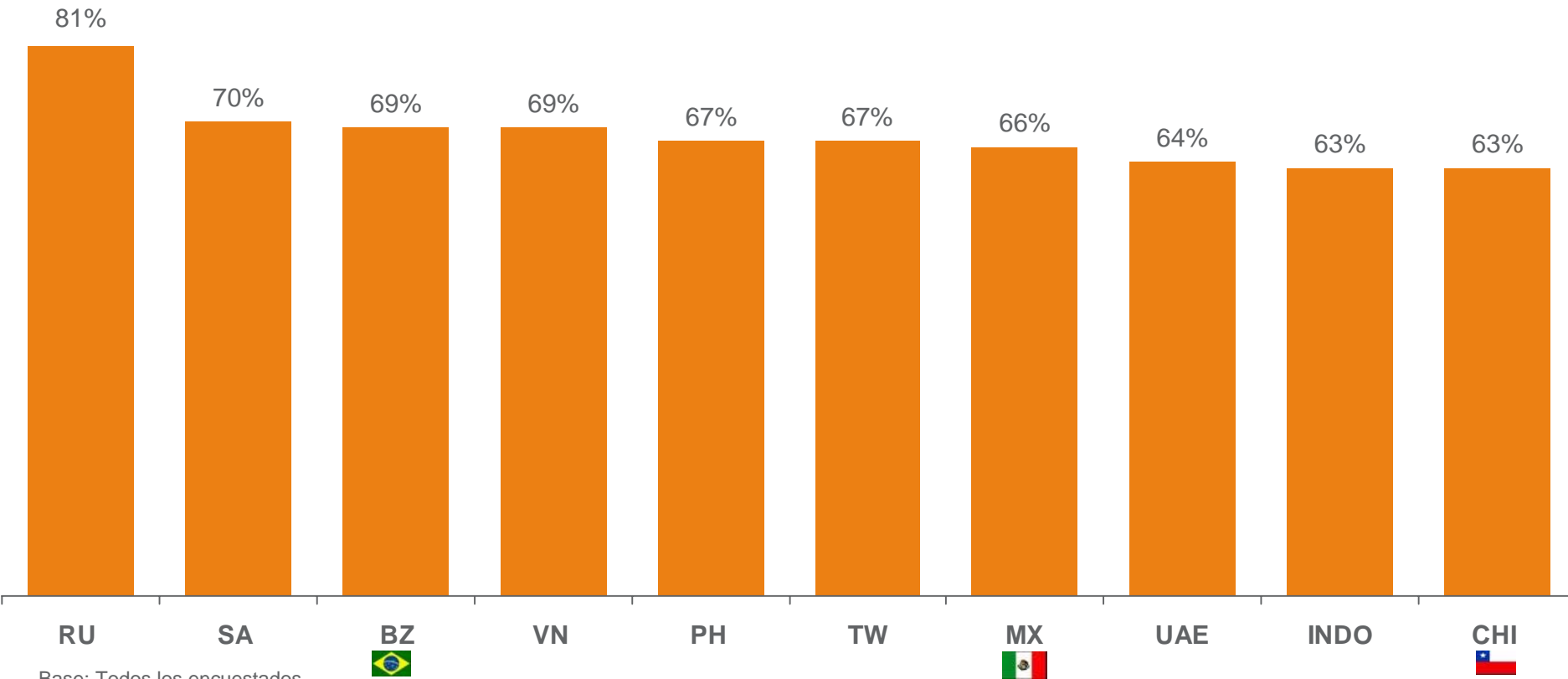


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Patrocinios

- Top 10 - Confían completamente / confían en cierta medida

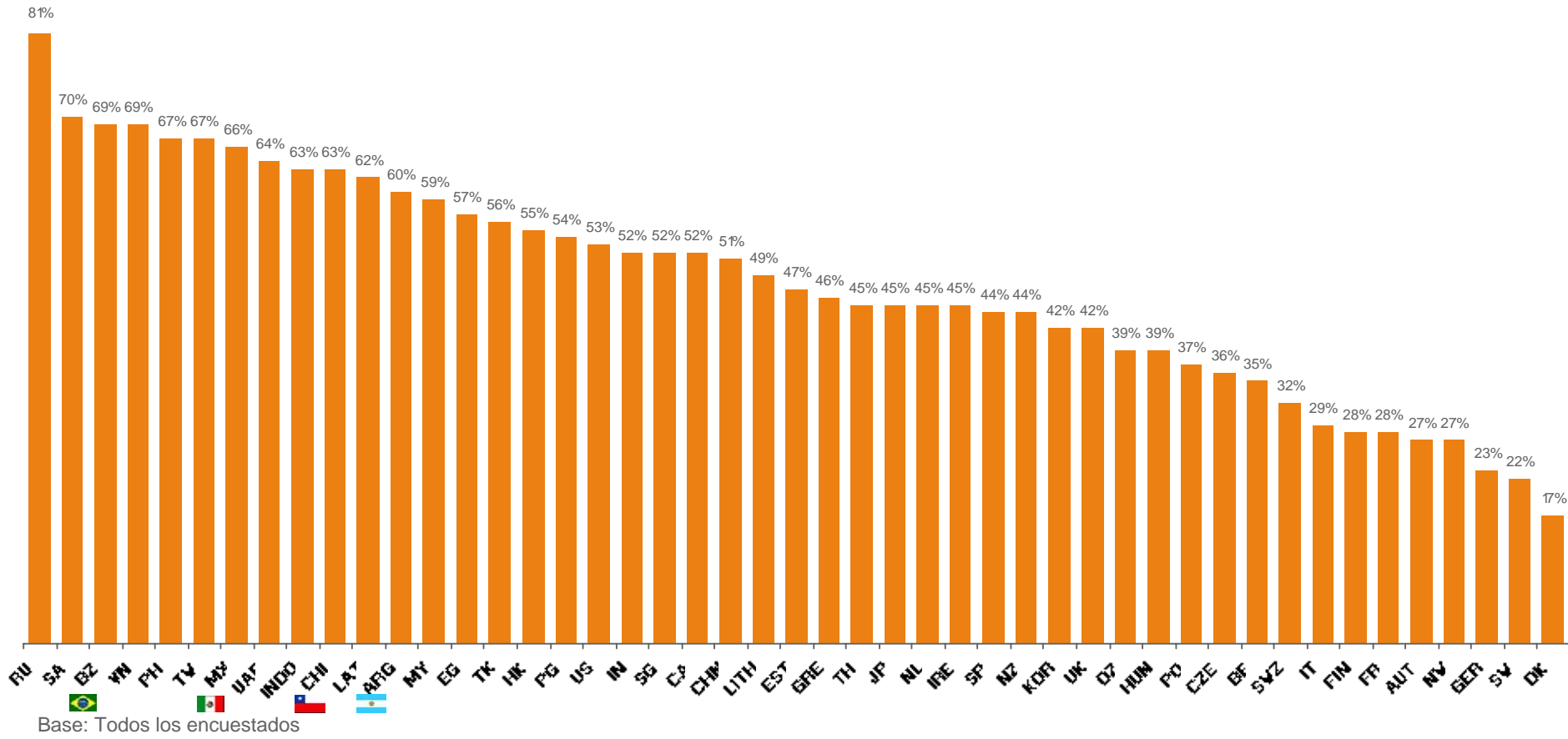


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Patrocinios

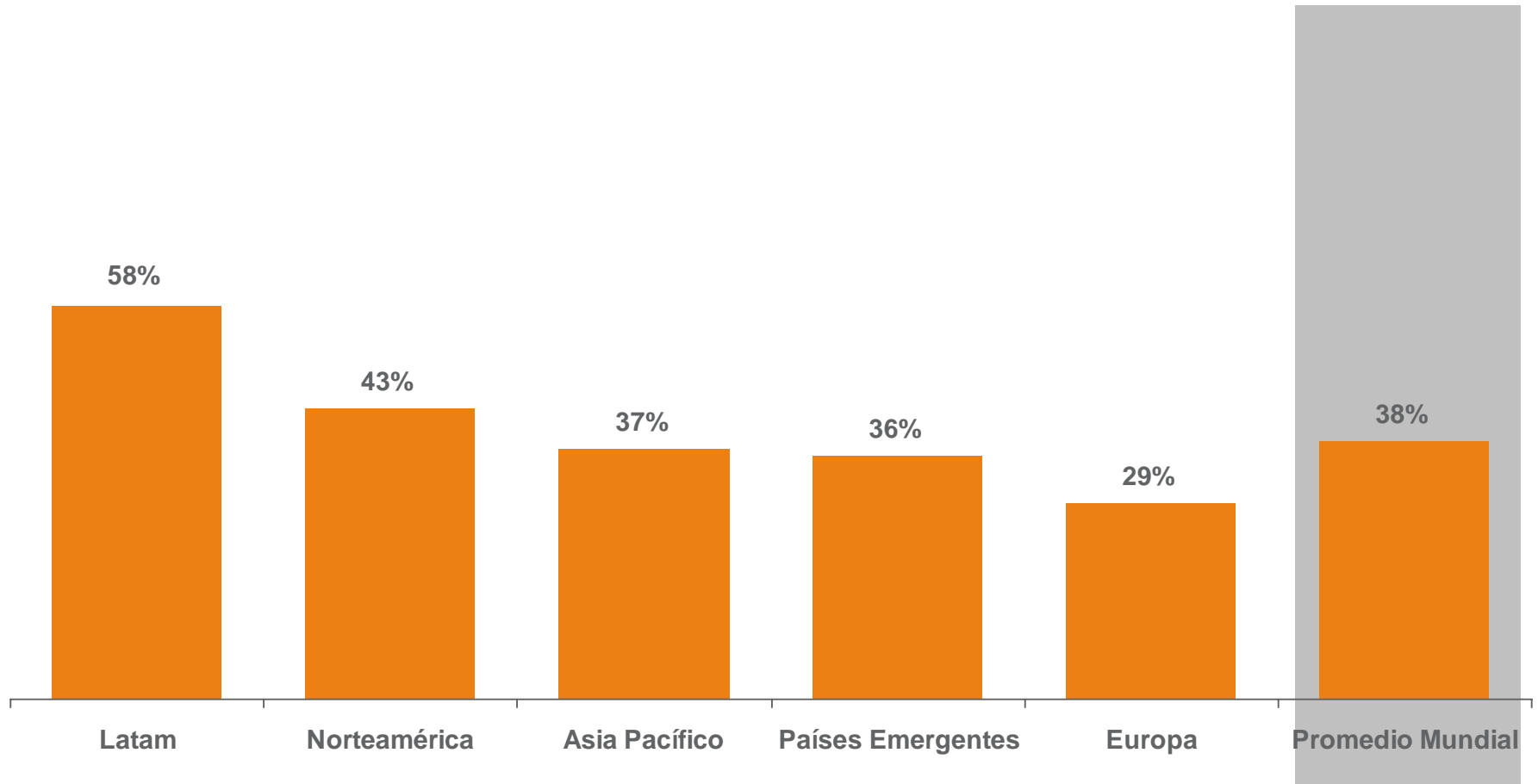
- Confían completamente / confían en cierta medida



¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Publicidad en el cine

- Confían completamente / confían en cierta medida

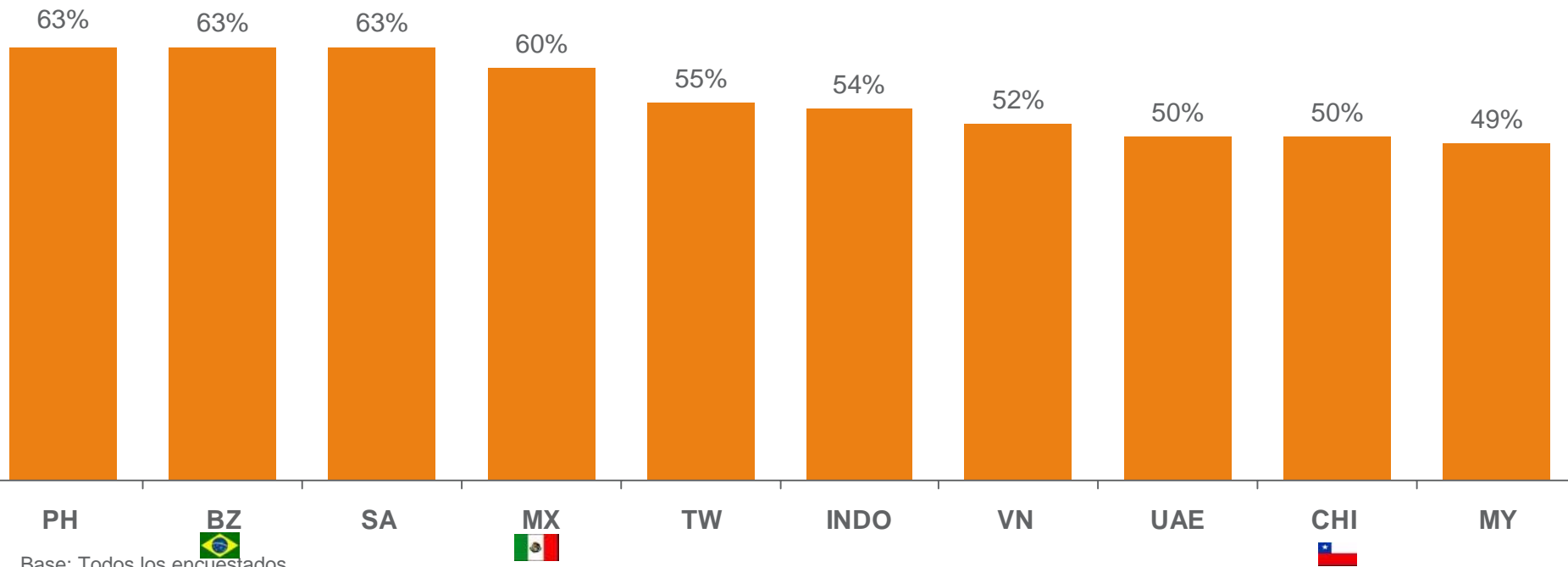


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Publicidad en el cine

- Top 10 - Confían completamente / confían en cierta medida

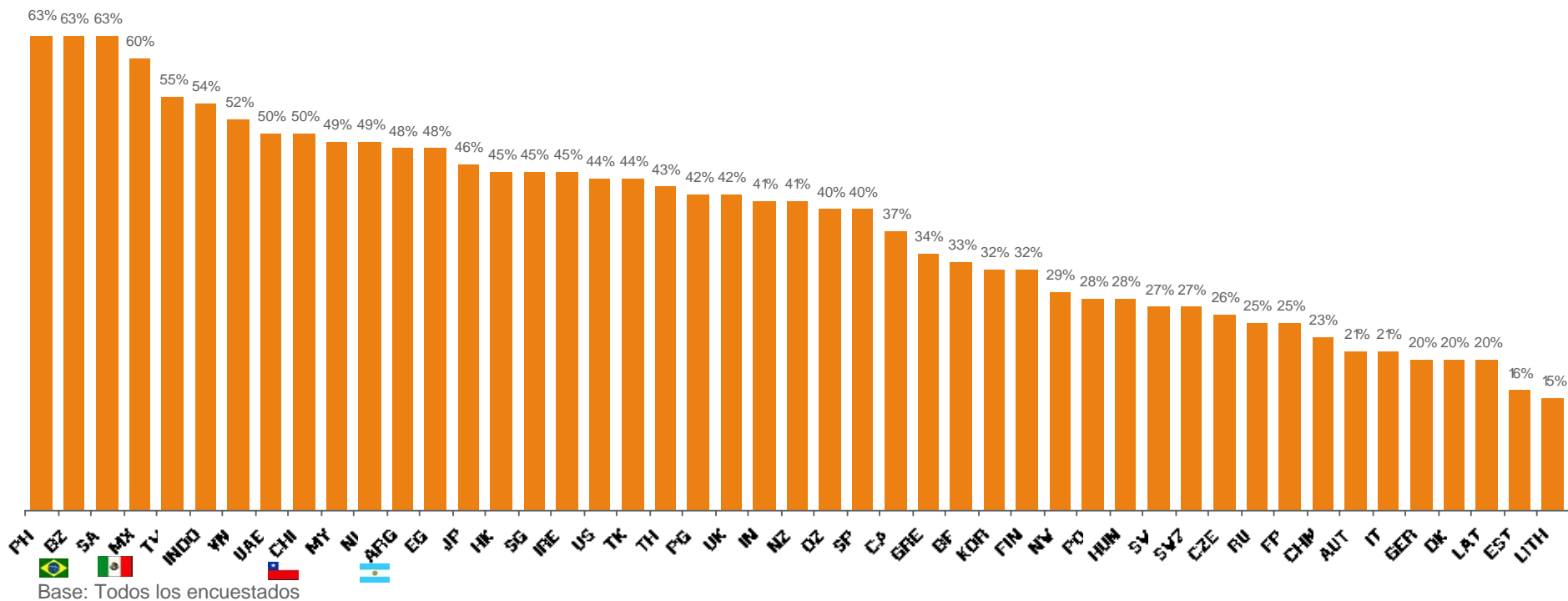


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Publicidad en el cine

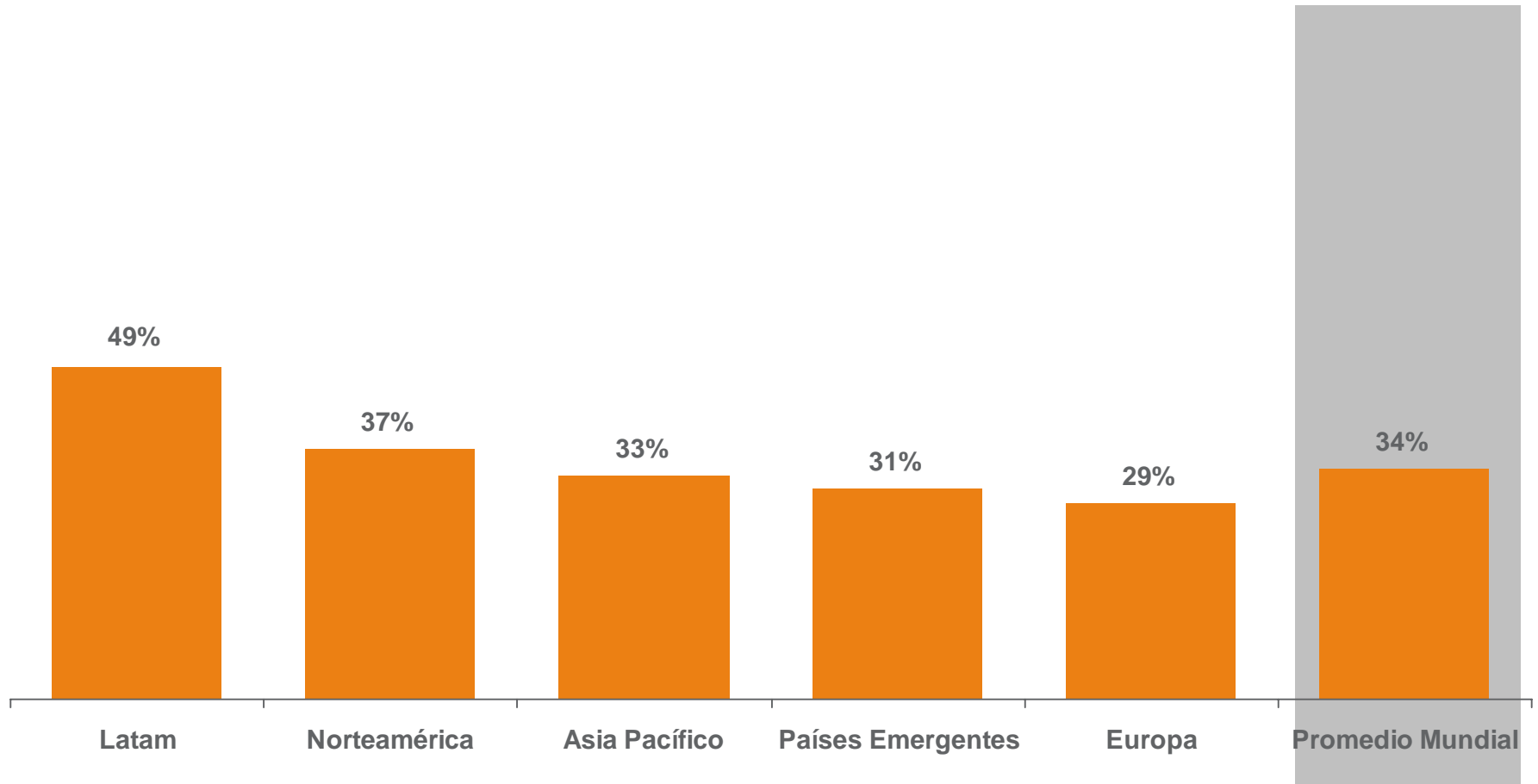
- Confían completamente / confían en cierta medida



¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Buscadores en Internet

- Confían completamente / confían en cierta medida

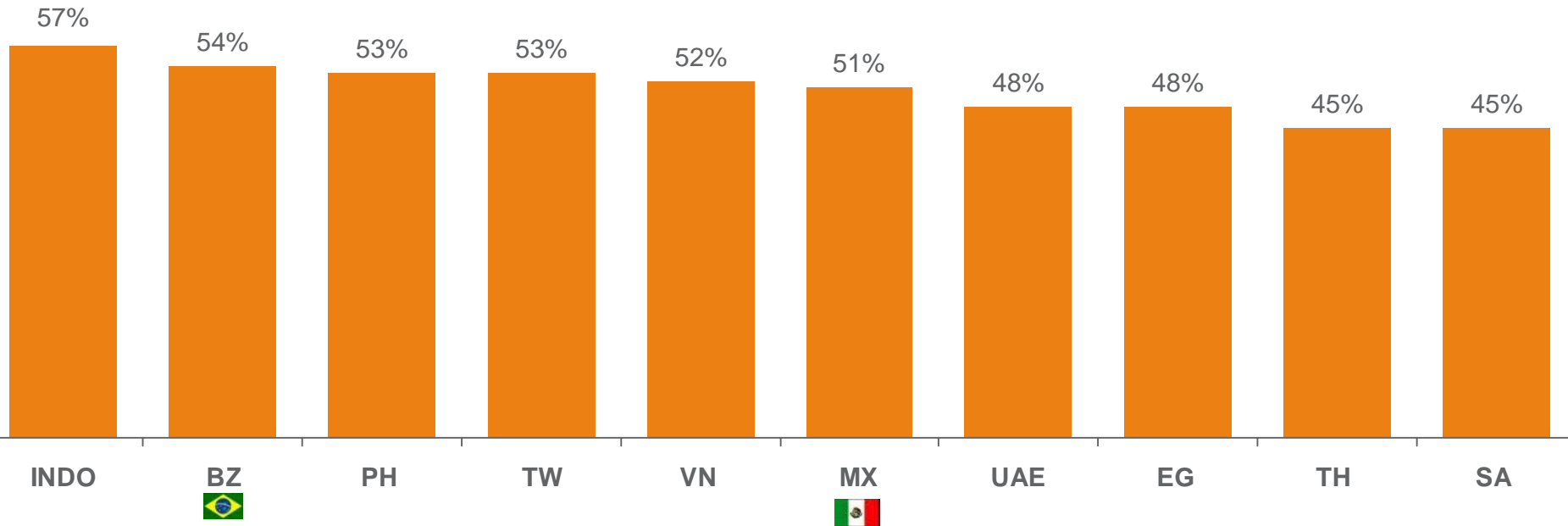


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Buscadores en Internet

- Top 10 - Confían completamente / confían en cierta medida

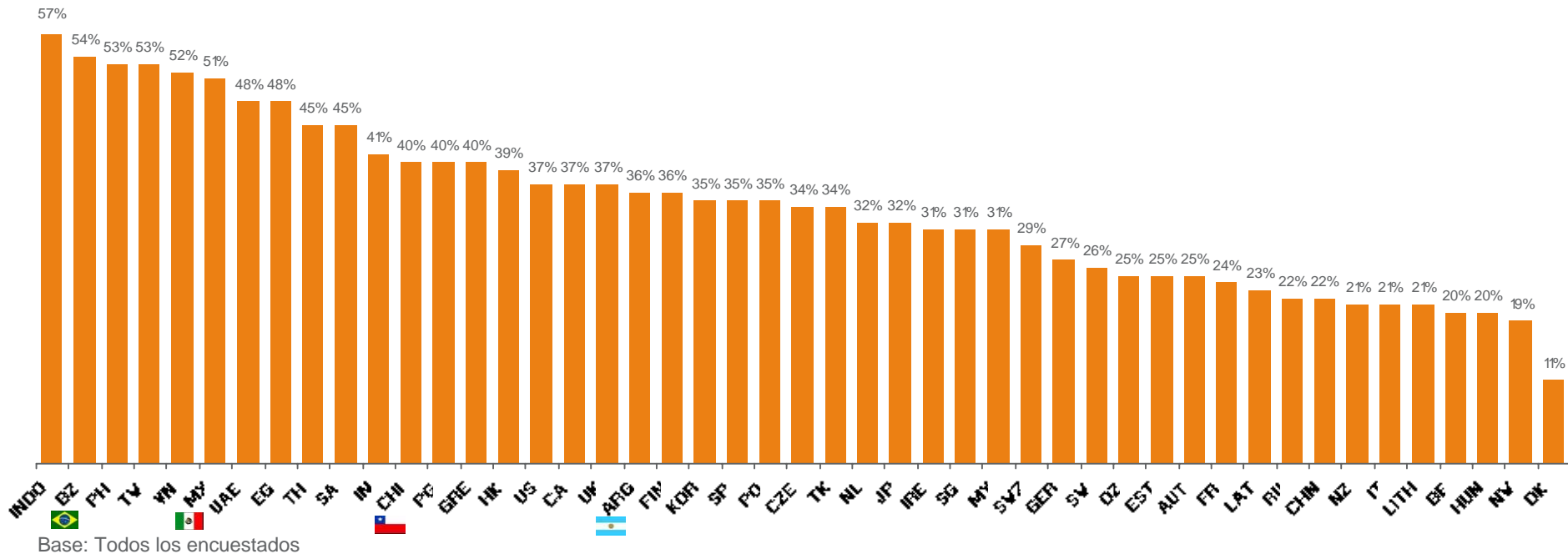


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Buscadores en Internet

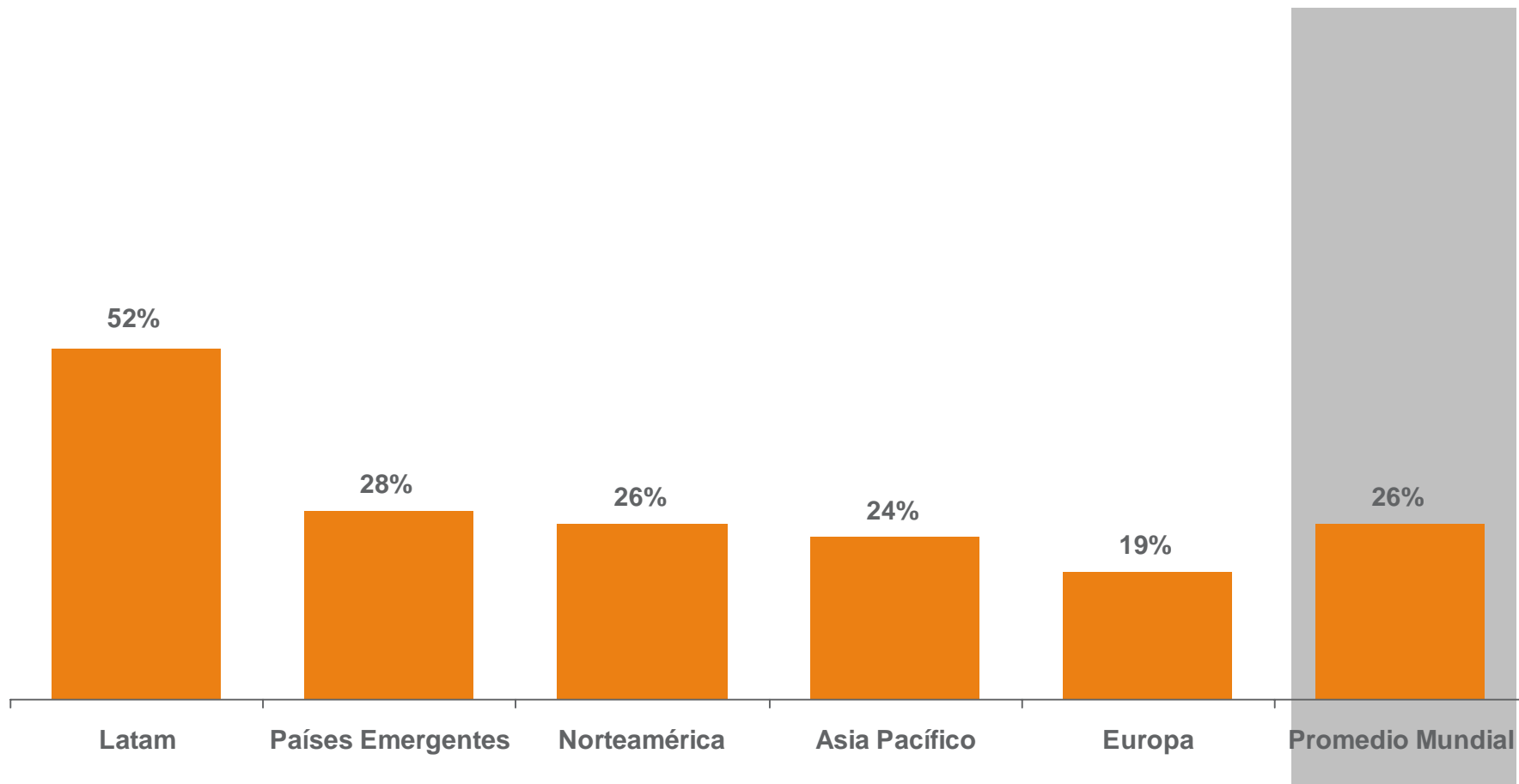
- Confían completamente / confían en cierta medida



¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Banners en Internet

- Confían completamente / confían en cierta medida

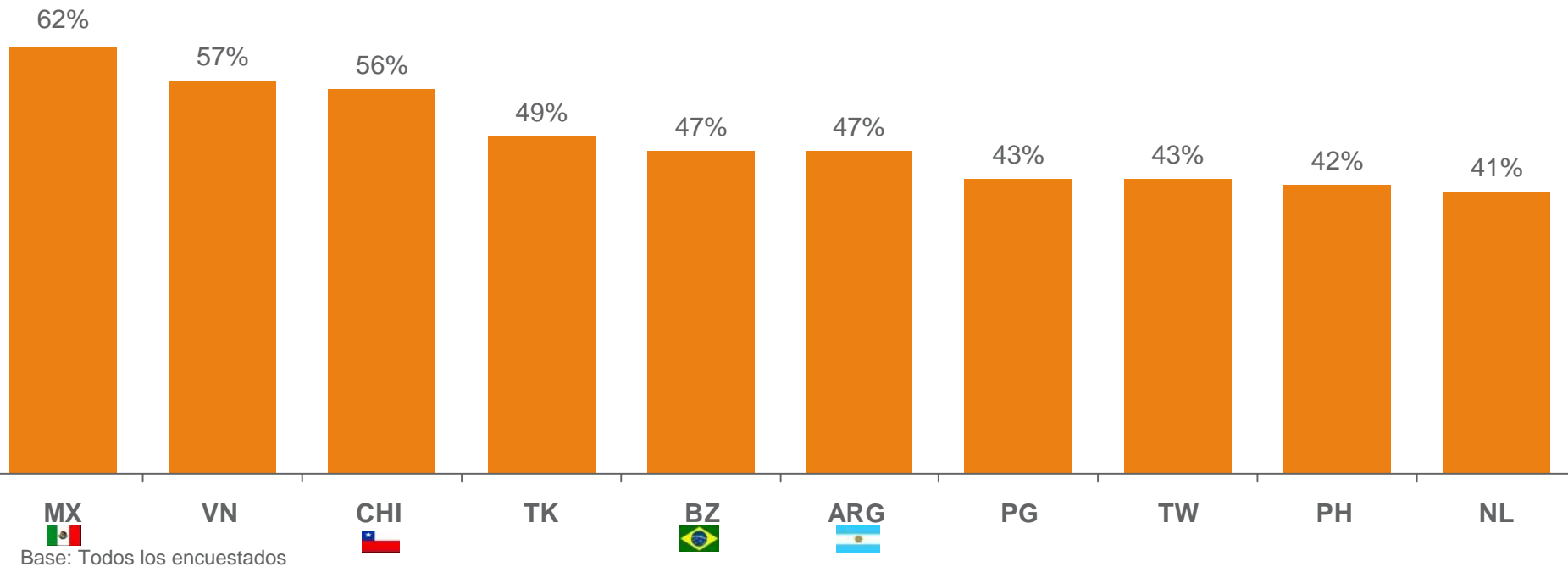


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Banners en Internet

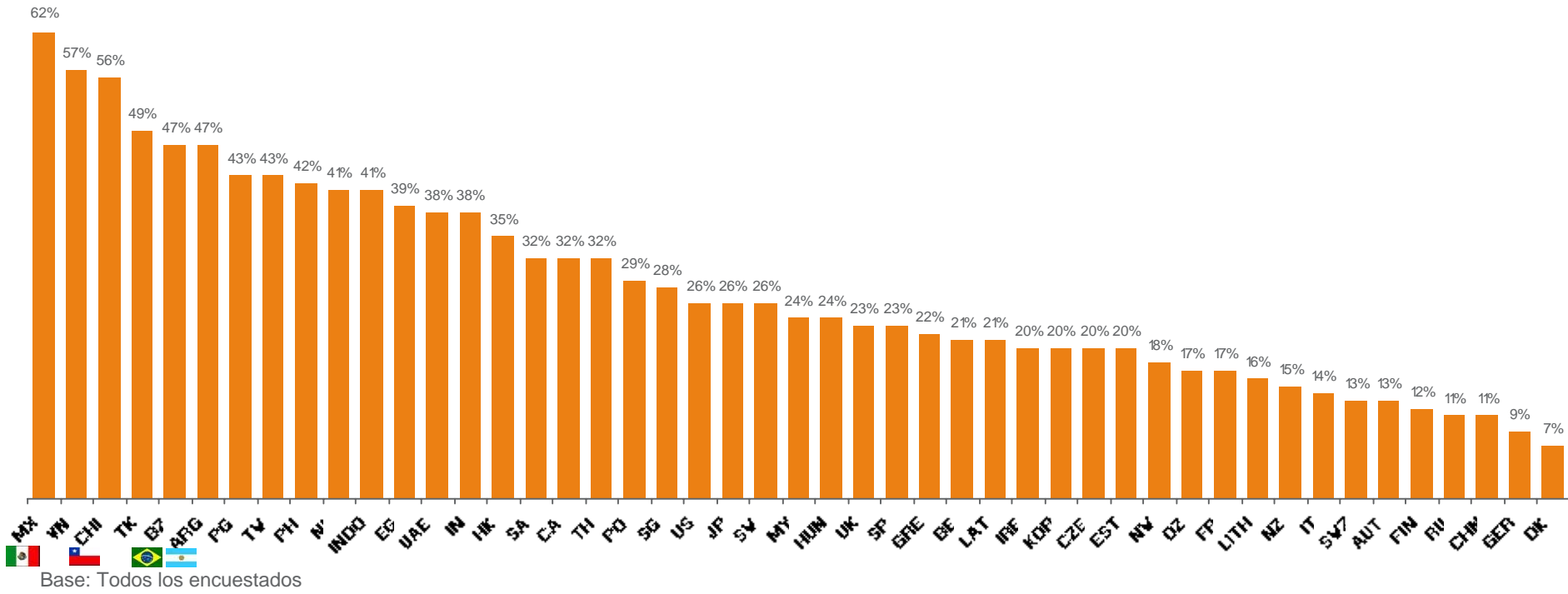
- Top 10 - Confían completamente / confían en cierta medida



¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Banners en Internet

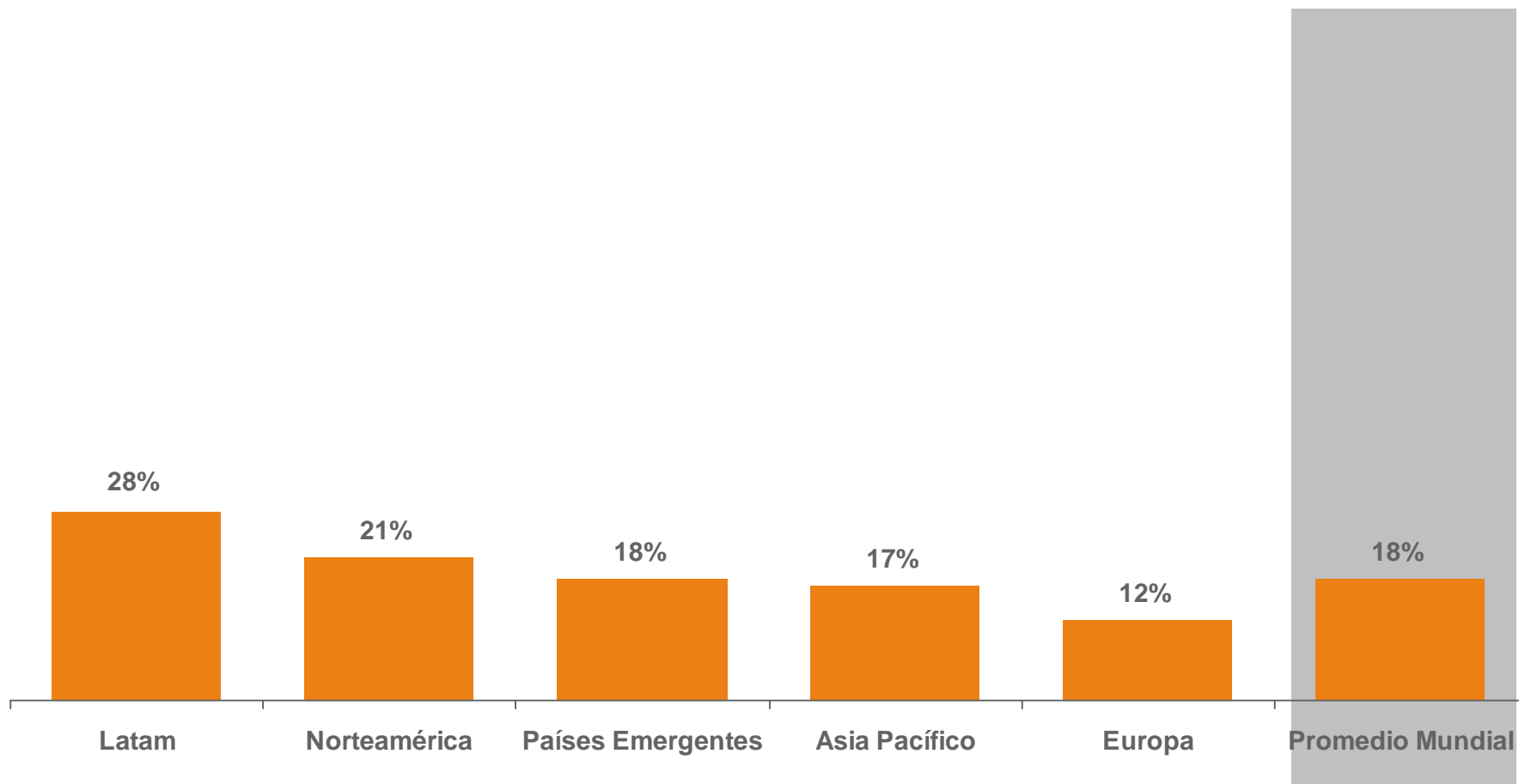
- Confían completamente / confían en cierta medida



¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Publicidad en teléfonos celulares

- Confían completamente / confían en cierta medida

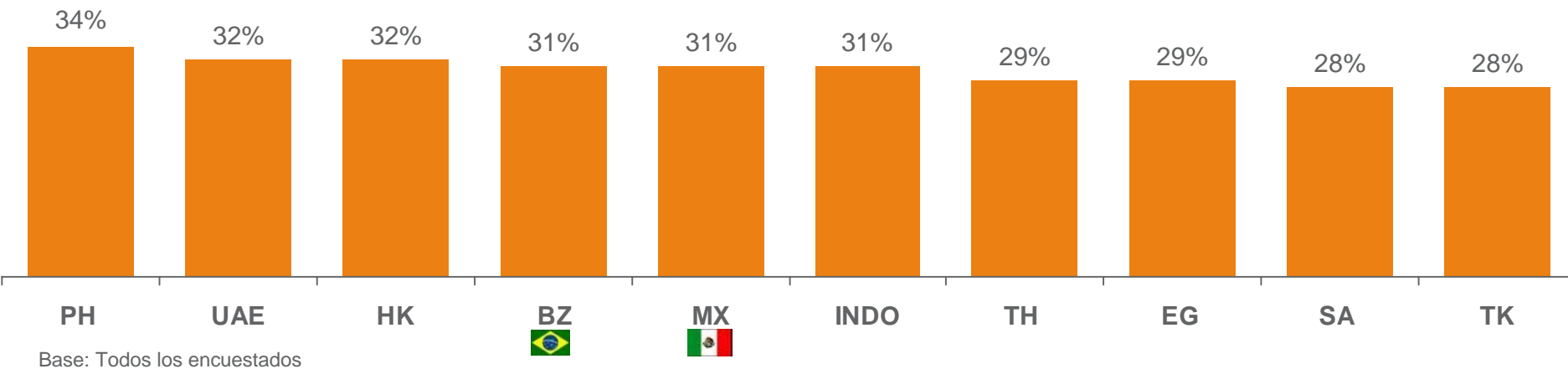


Base: Todos los encuestados

¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

Publicidad en teléfonos celulares

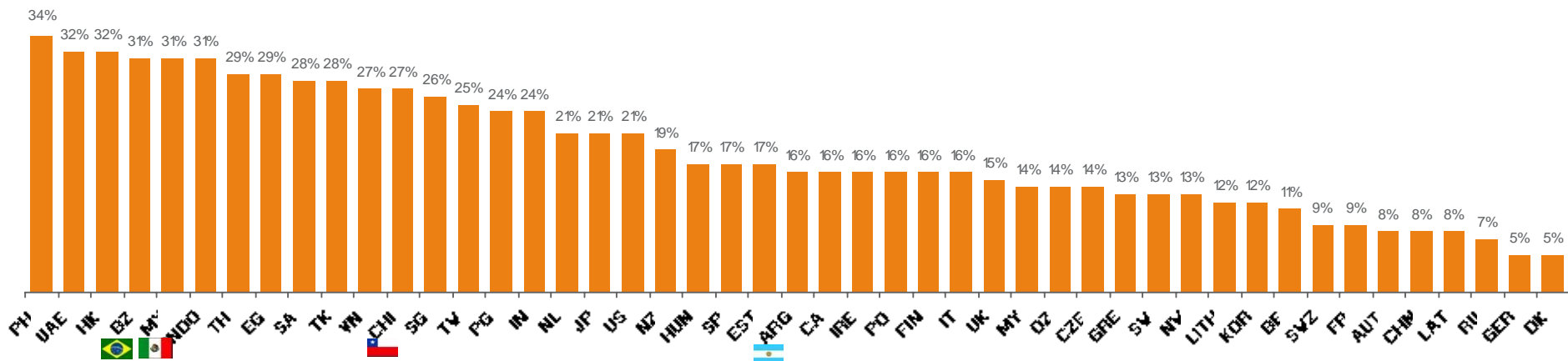
- Top 10 - Confían completamente / confían en cierta medida



¿Qué tanto confía en las siguientes formas de publicidad?

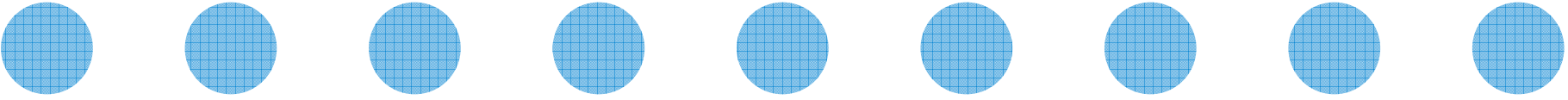
Publicidad en teléfonos celulares

- Confían completamente / confían en cierta medida

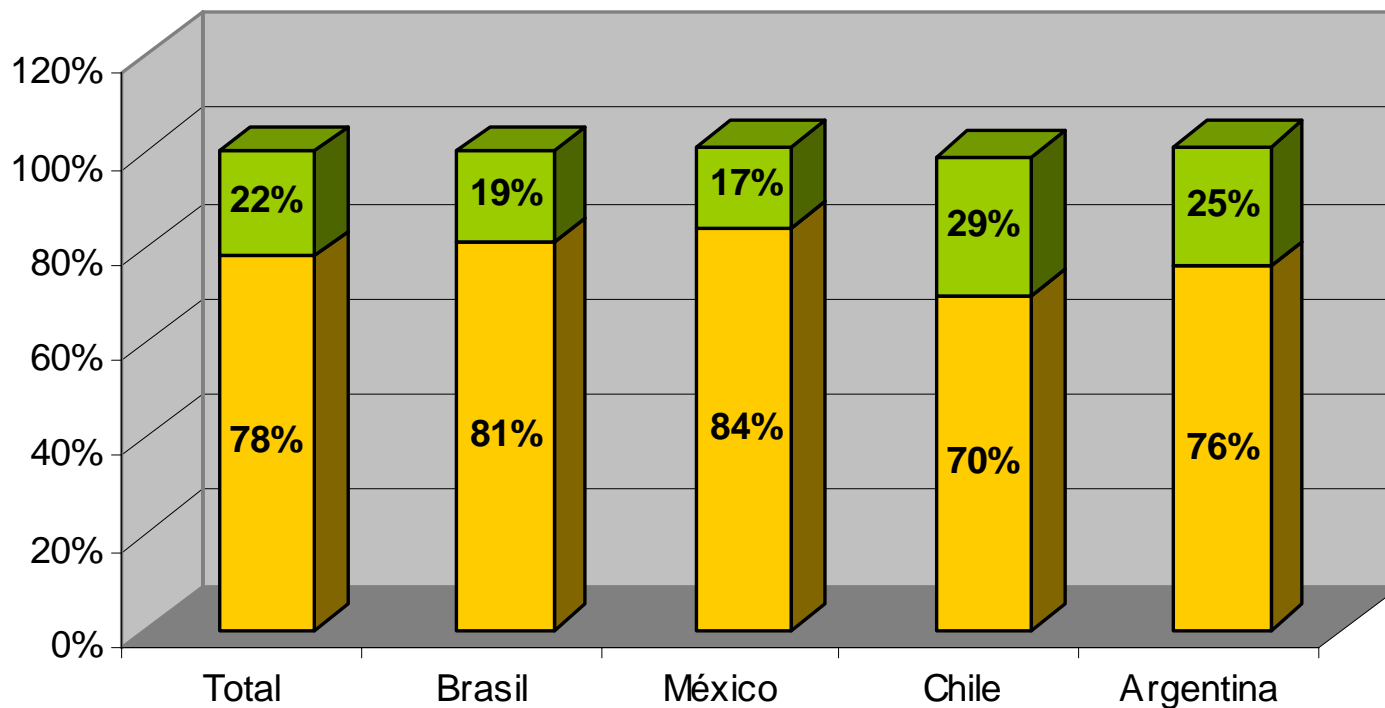


Base: Todos los encuestados

Resumen Latinoamérica



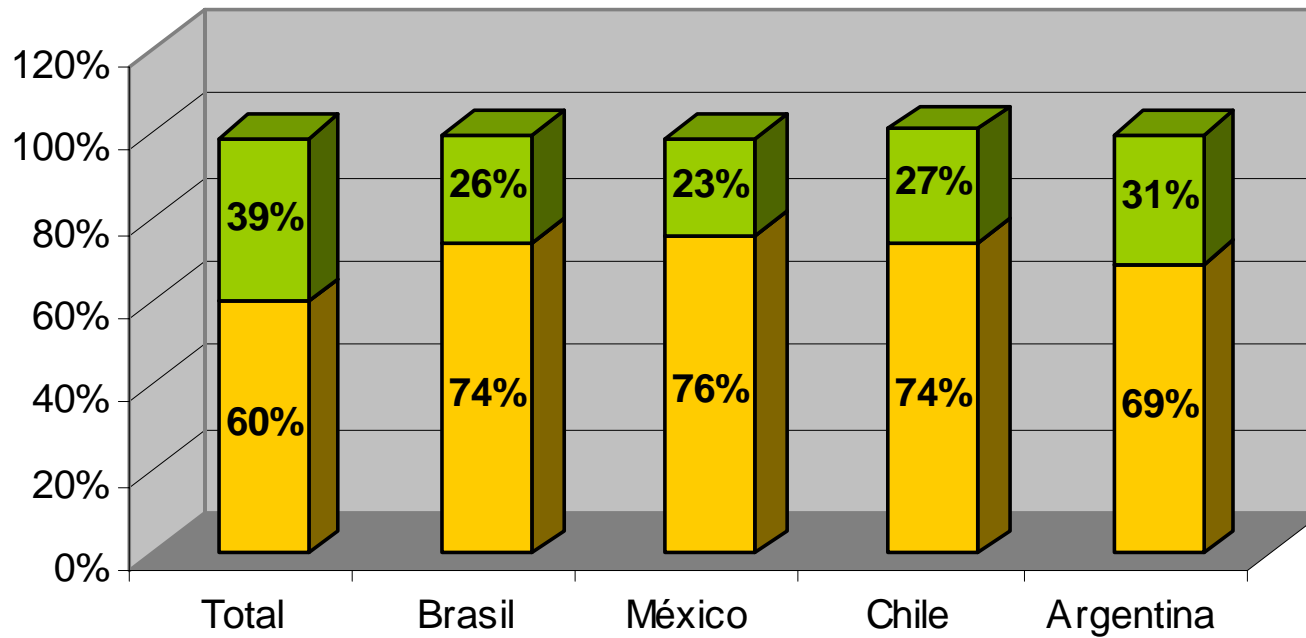
¿Qué tanto confía en las recomendaciones de otros consumidores?



■ Confía completamente / Confía en cierta medida

■ No confía mucho / No confía

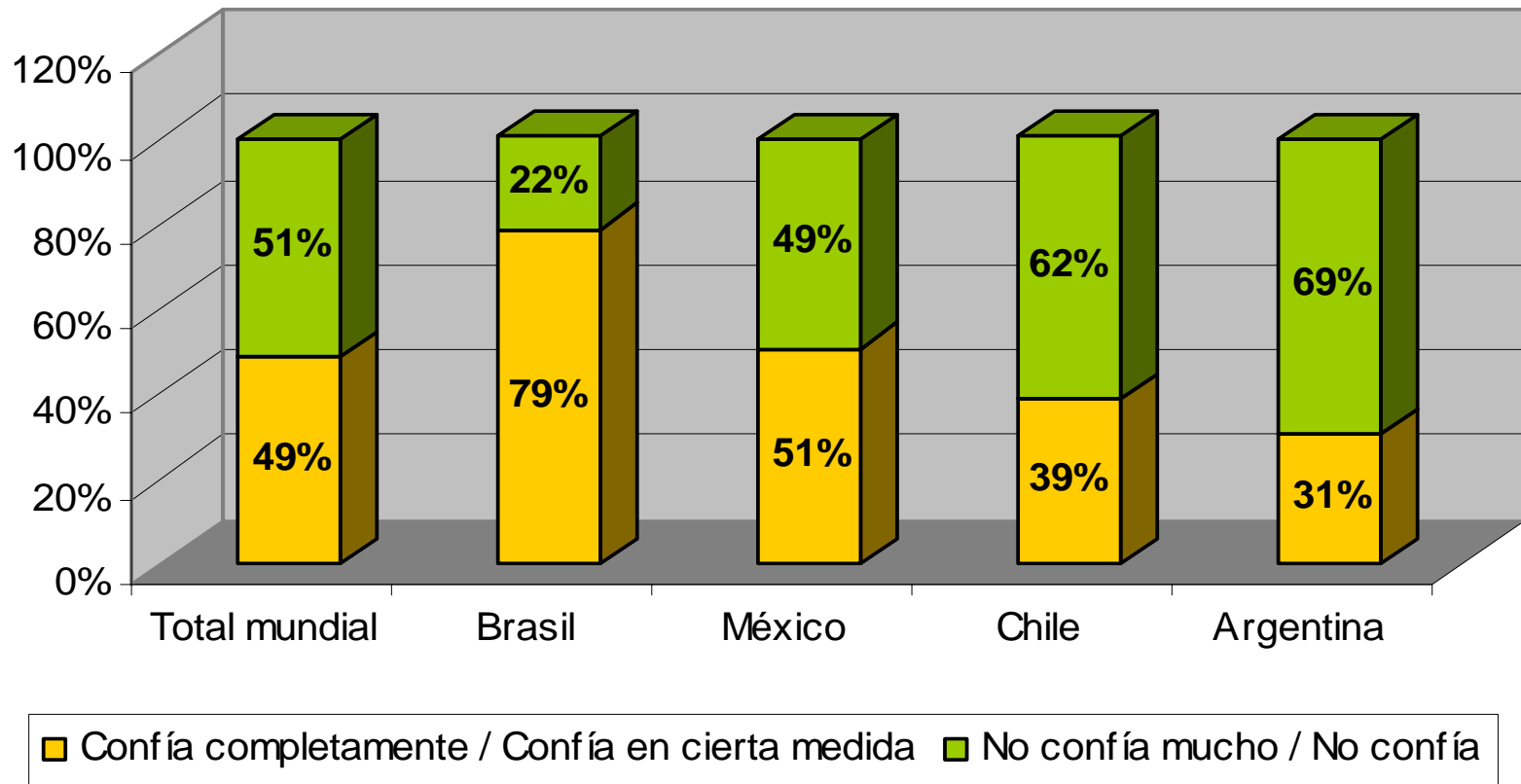
¿Qué tanto confía en los sitios de internet de marcas?



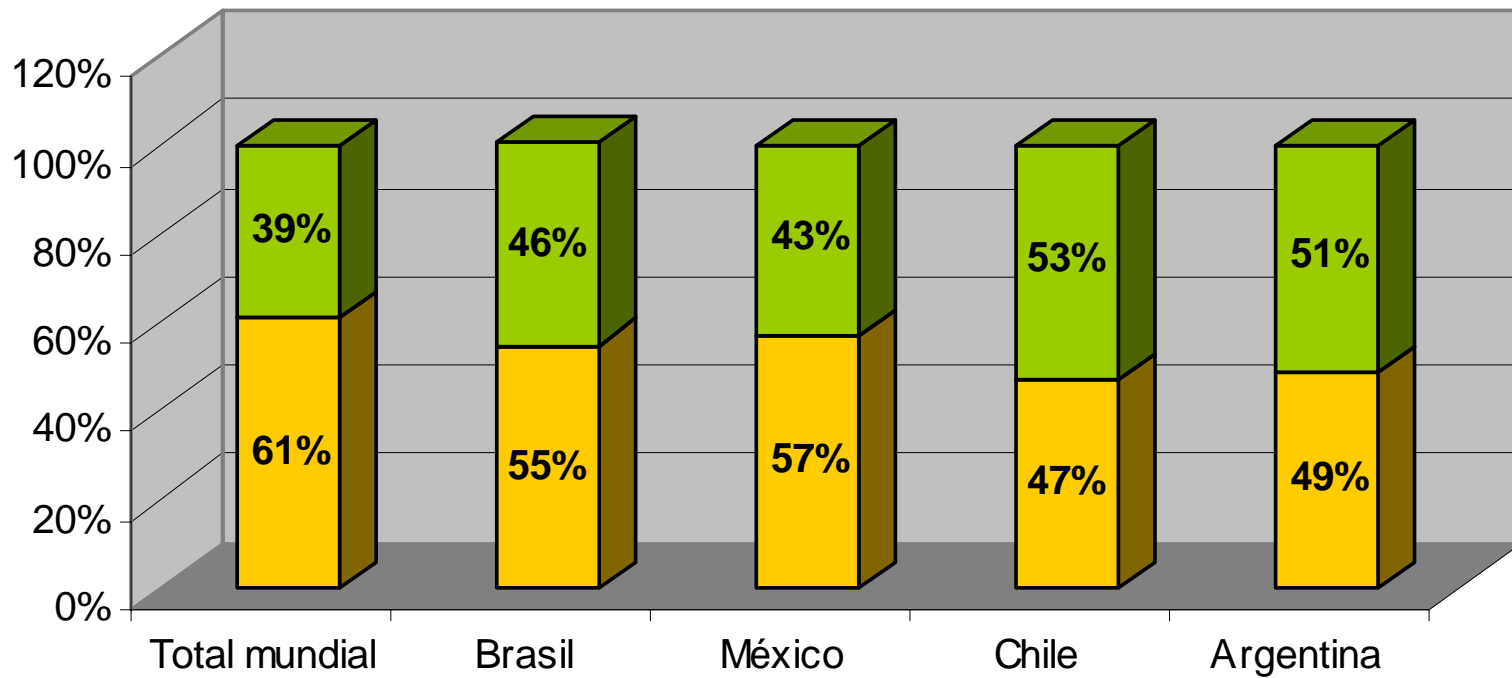
■ Confía completamente / Confía en cierta medida

■ No confía mucho / No confía

¿Qué tanto confía en los e-mail promocionales de la marca?



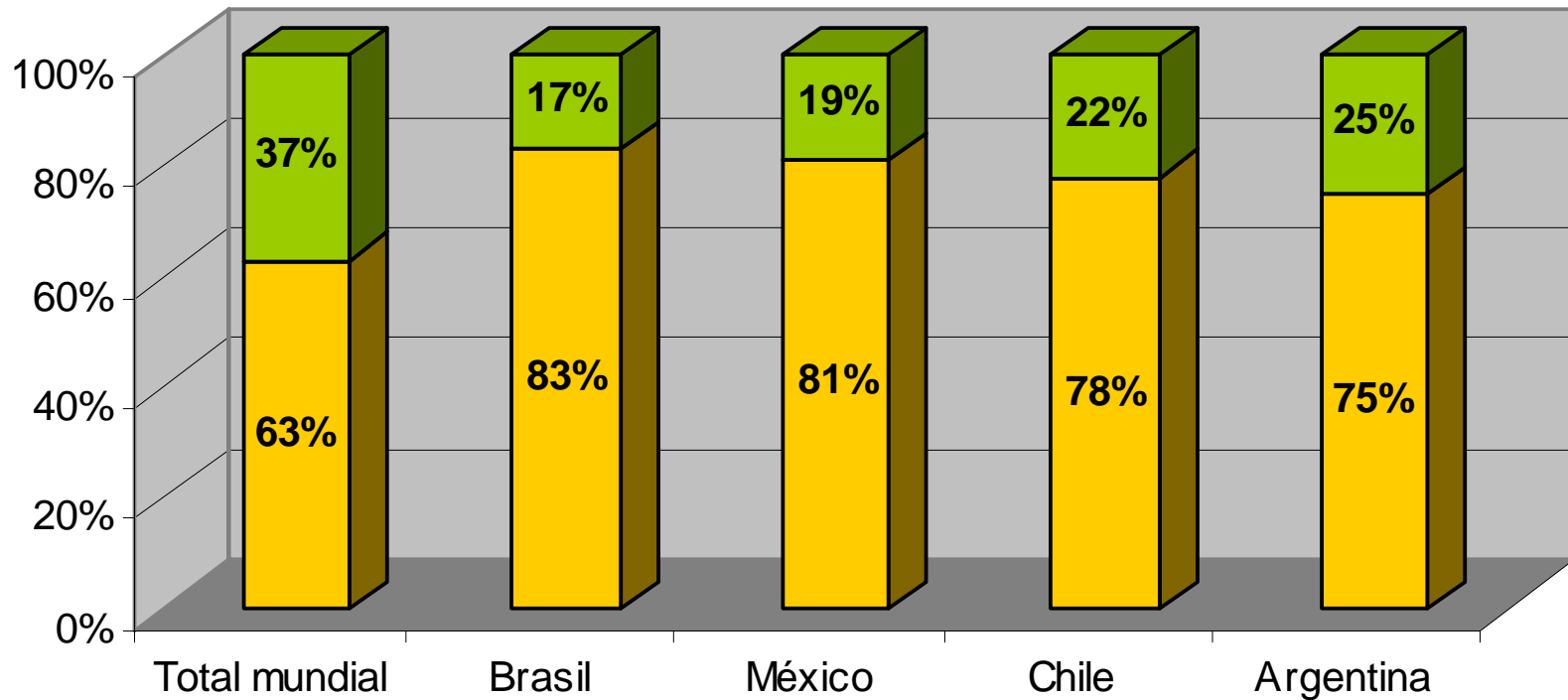
¿Qué tanto confía en las opiniones de los consumidores en internet?



■ Confía completamente / Confía en cierta medida

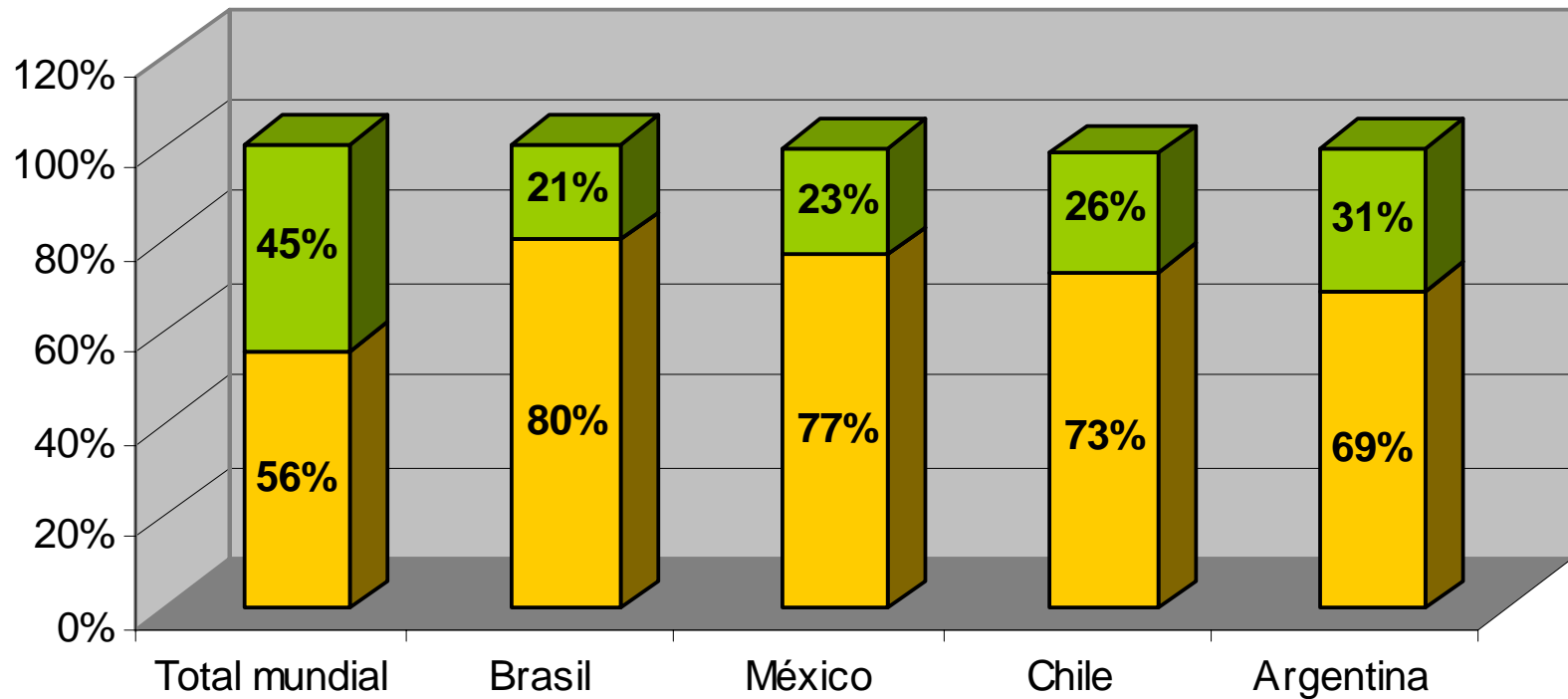
■ No confía mucho / No confía

¿Qué tanto confía en los periódicos?



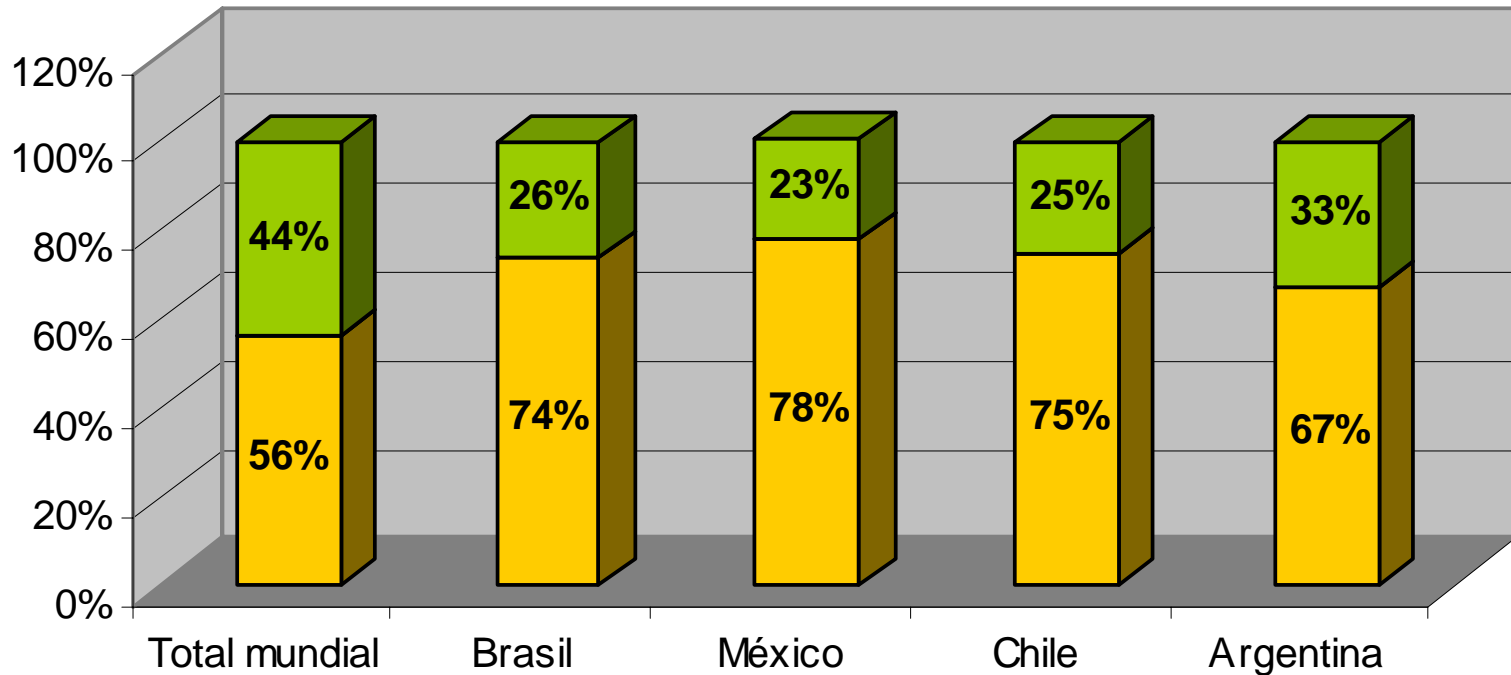
■ Confía completamente / Confía en cierta medida ■ No confía mucho / No confía

¿Qué tanto confía en las revistas?



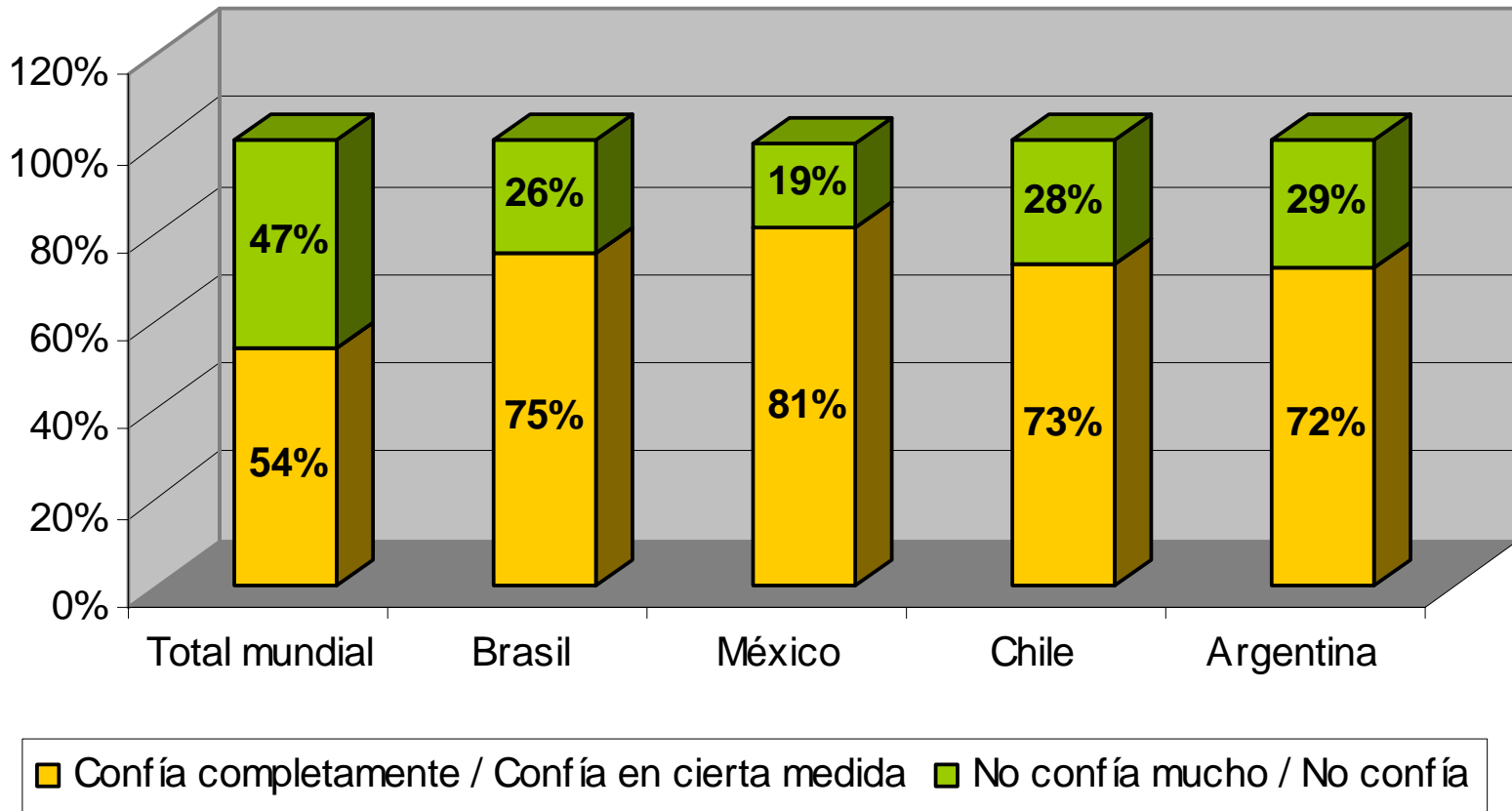
■ Confía completamente / Confía en cierta medida ■ No confía mucho / No confía

¿Qué tanto confía en la televisión?

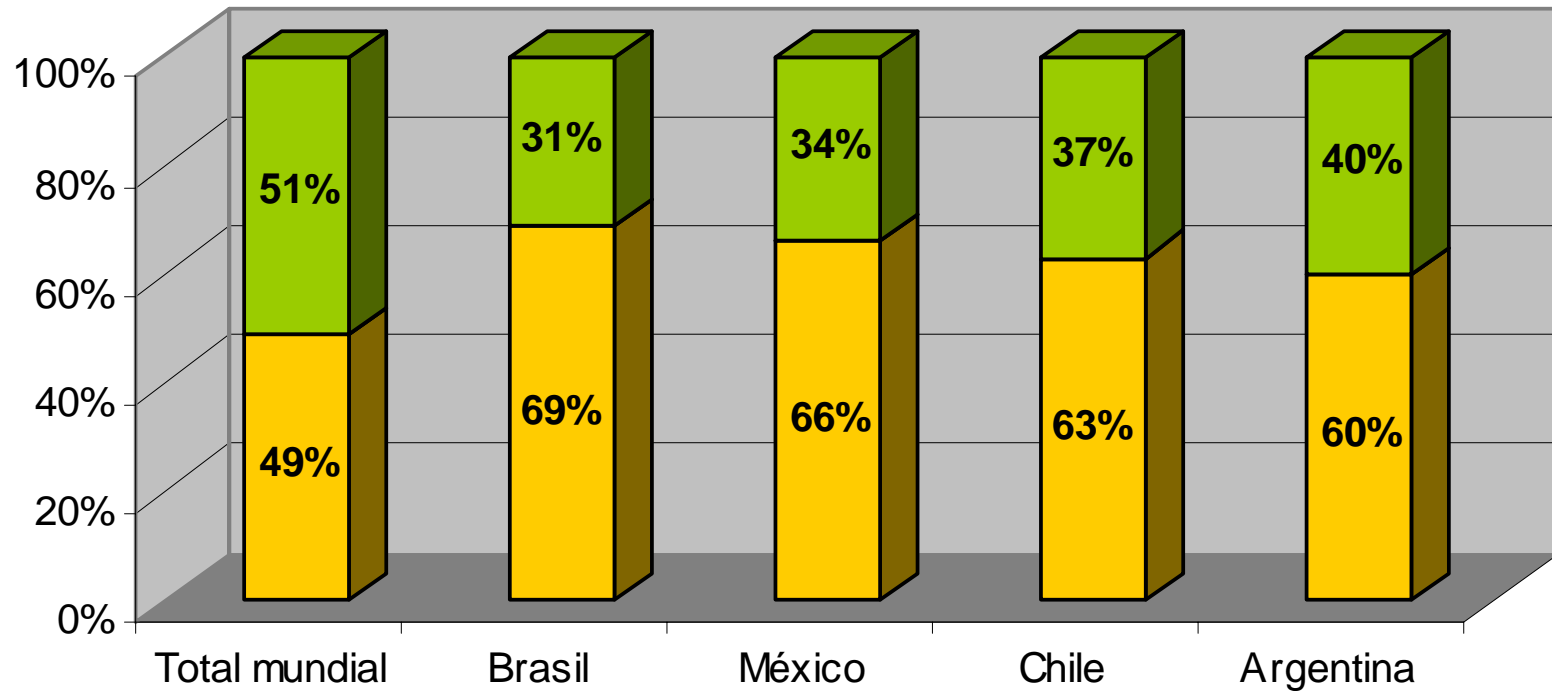


■ Confía completamente / Confía en cierta medida ■ No confía mucho / No confía

¿Qué tanto confía en la radio?



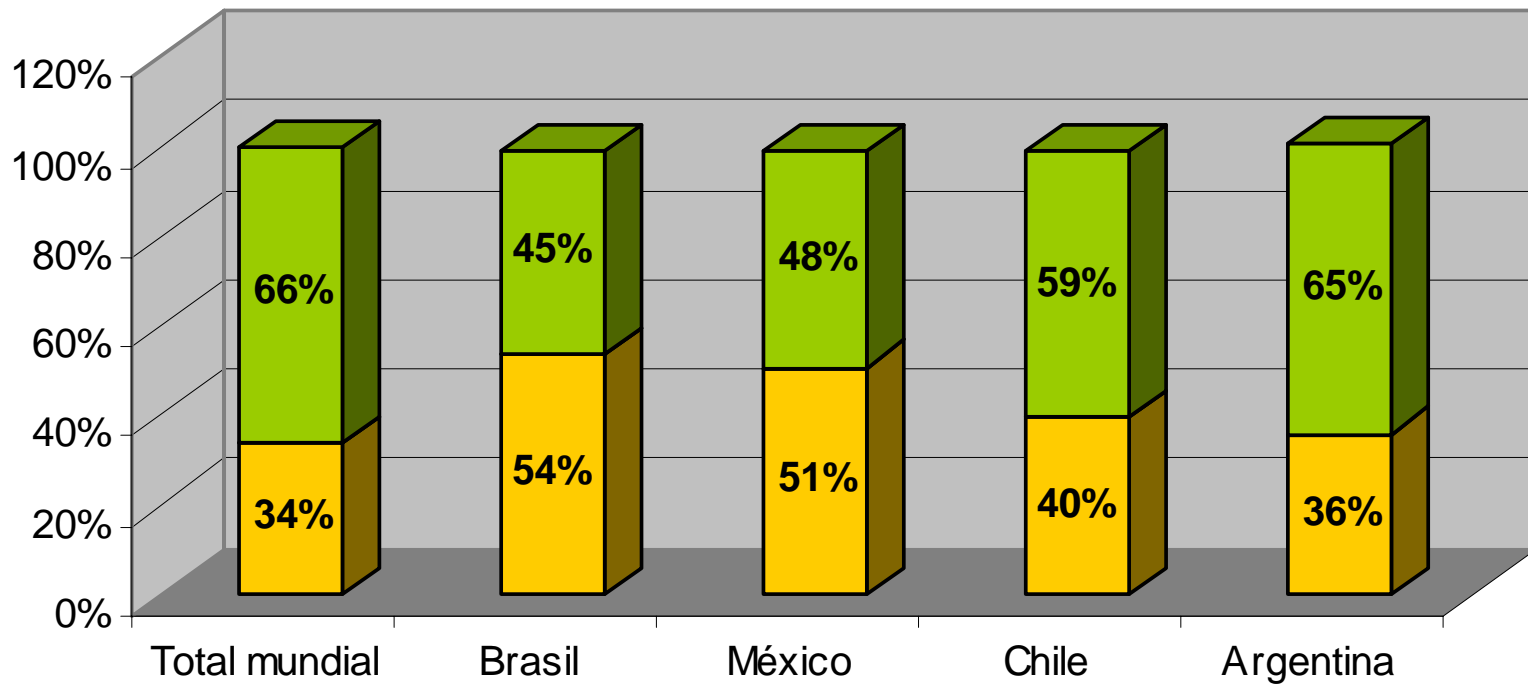
¿Qué tanto confía en los patrocinios de marca?



■ Confía completamente / Confía en cierta medida

■ No confía mucho / No confía

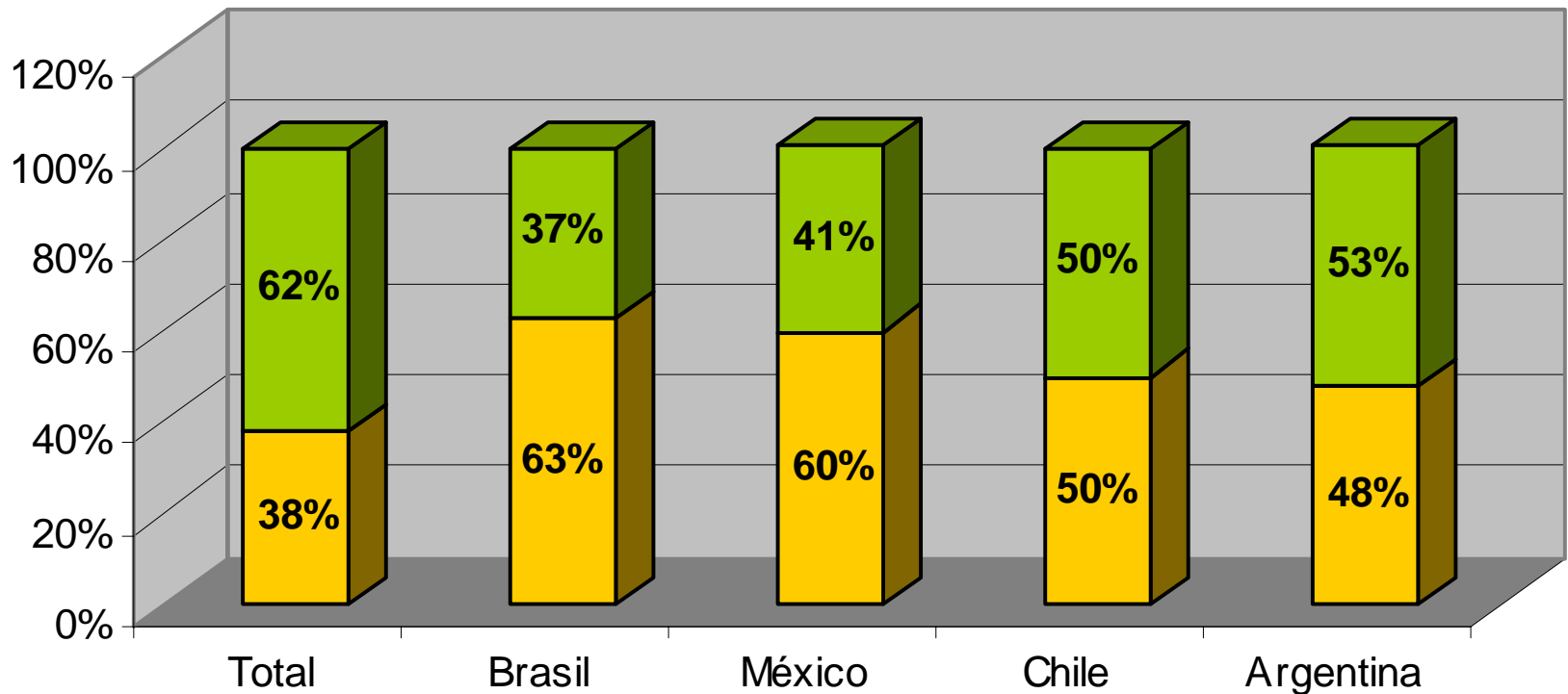
¿Qué tanto confía en los buscadores de internet?



■ Confía completamente / Confía en cierta medida

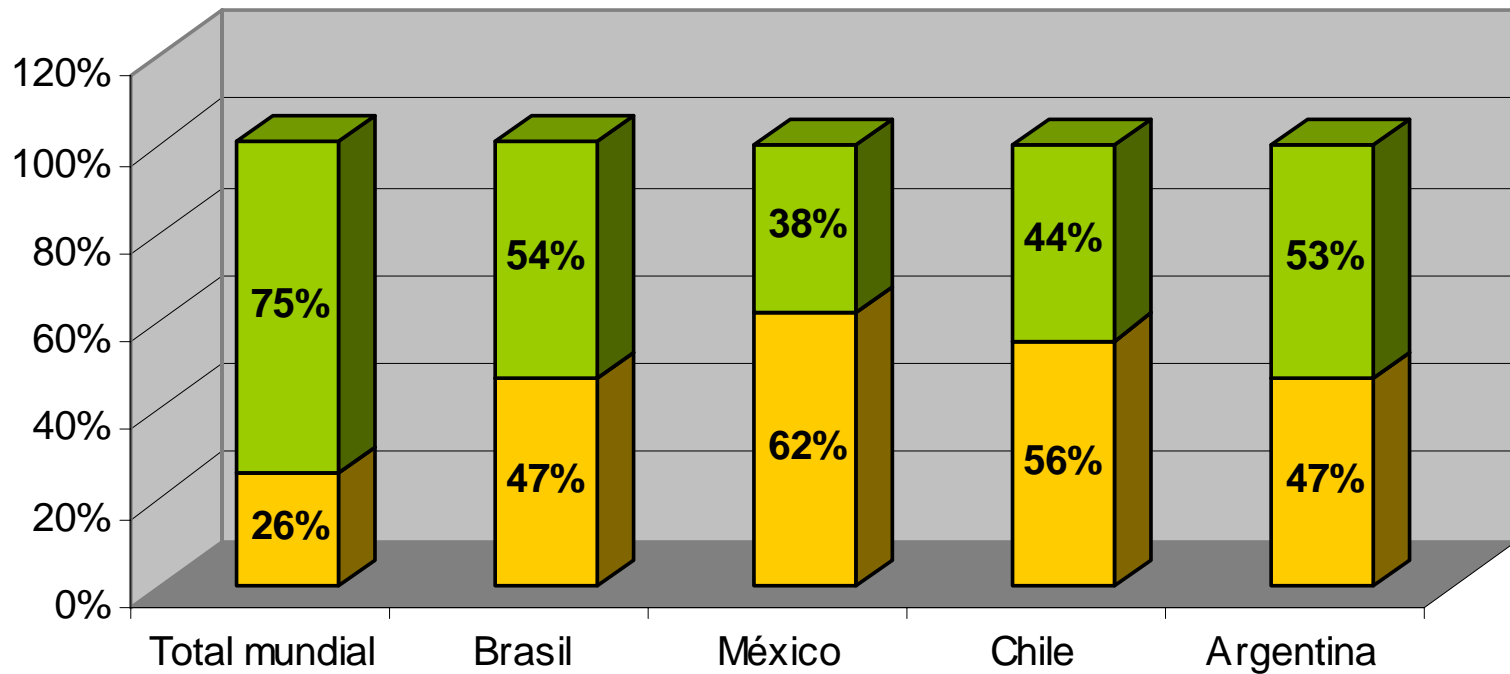
■ No confía mucho / No confía

¿Qué tanto confía en los anuncios en el cine?



■ Confía completamente / Confía en cierta medida ■ No confía mucho / No confía

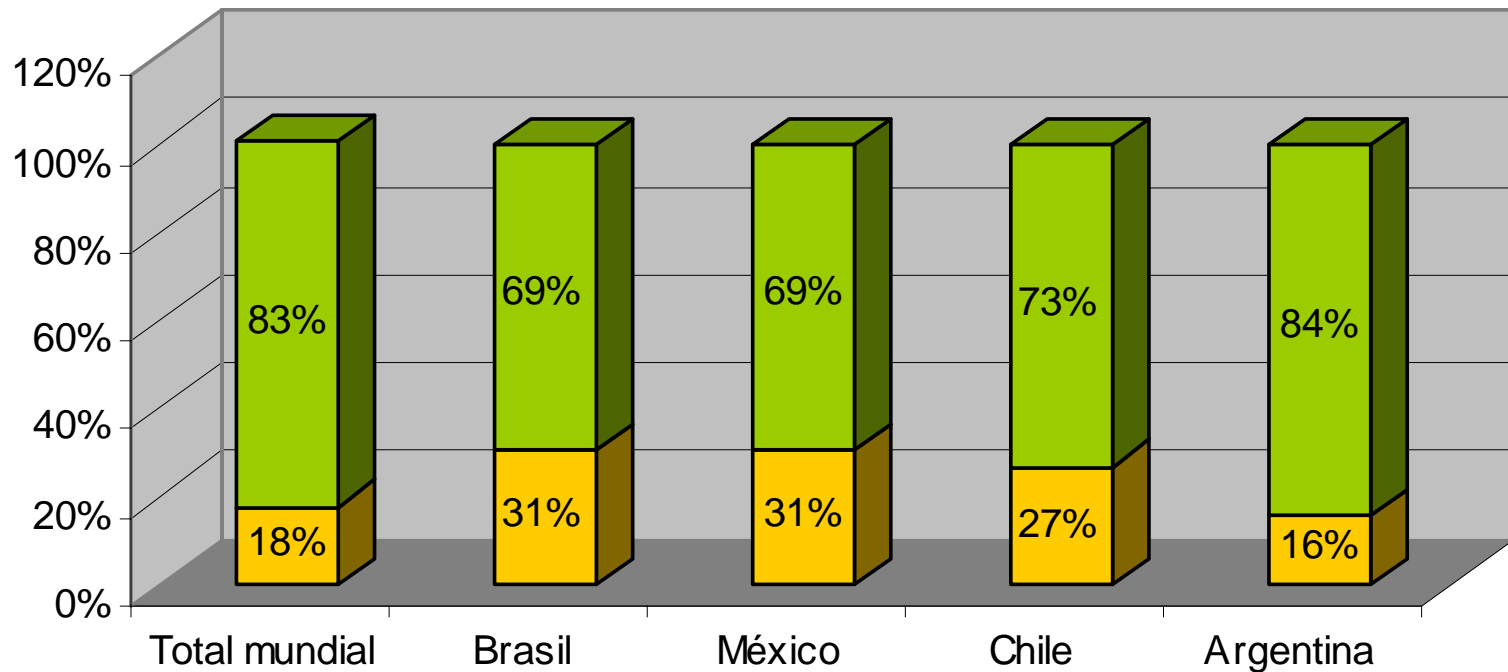
¿Qué tanto confía en los banners de internet?



■ Confía completamente / Confía en cierta medida

■ No confía mucho / No confía

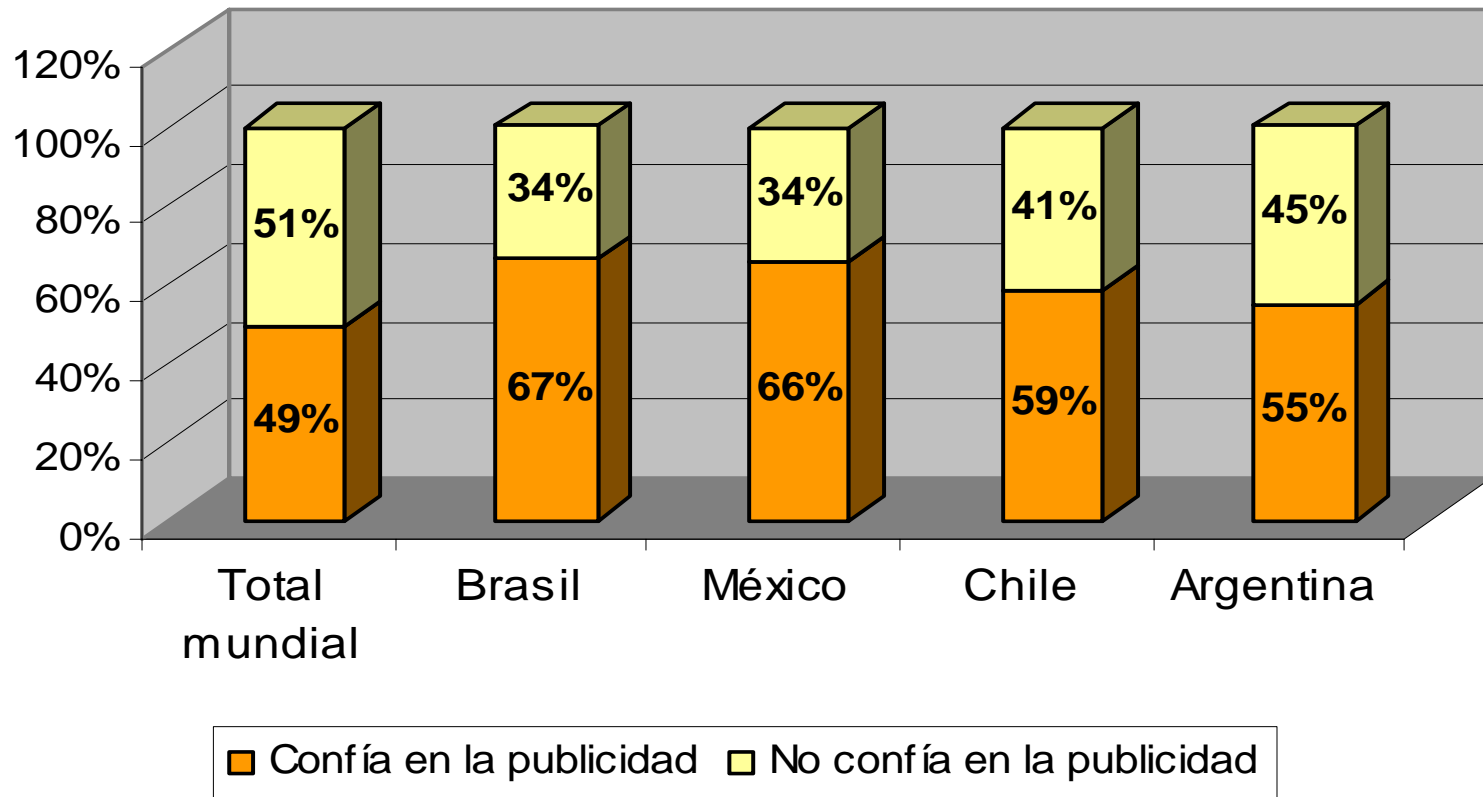
¿Qué tanto confía en la publicidad en teléfonos celulares?



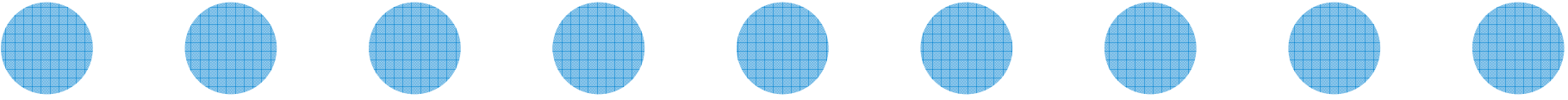
■ Confía completamente / Confía en cierta medida

■ No confía mucho / No confía

Confianza del consumidor latinoamericano en la publicidad



Resumen



Resumen

- A pesar de la gran inversión en publicidad, los consumidores alrededor del mundo, aún depositan su confianza en las recomendaciones de otros consumidores
- Algunos de los resultados de esta encuesta señalan que los filipinos y los brasileños (67%) muestran mayor credibilidad a todas las formas de publicidad, seguidos por los mexicanos (66%)
- Por otra parte, los daneses (28%), italianos (32%), lituanos (34%) y alemanes (35%) son los que muestran la mayor desconfianza hacia cualquier forma de publicidad
- Los mayores índices de credibilidad en la publicidad se encuentran en América Latina y los menores en Europa del este, así como en África y los Países Emergentes

Resumen

- La encuesta de Nielsen también encontró que las nuevas plataformas como Internet, están comenzando a ganar terreno en términos de ingreso, sin embargo, los canales tradicionales de publicidad continúan teniendo la mayor credibilidad entre los consumidores
- La confianza en los anuncios publicados en periódicos ocupan el segundo lugar en el ranking entre todas las categorías de medios, 63% del total, mientras que la televisión, las revistas y la radio están ubicados por arriba del 50%
- Aunque la publicidad de boca en boca es la que cuenta con mayor credibilidad con el 78% del total de los encuestados, la investigación de Nielsen encontró significativas diferencias por regiones y países entre ésta y otras formas de publicidad

Resumen

- La publicidad de boca en boca por ejemplo, generó considerables niveles de confianza en los países de Asia, ya que seis de los países ubicados en el Top 10 pertenecen a esta región, incluyendo Hong Kong (93%), Taiwán (91%) e Indonesia (89%)
- En el otro extremo del espectro global, los europeos generalmente son los que menos confían en las recomendaciones de otros consumidores, particularmente en Dinamarca (62%) e Italia (64%)
- En América Latina, los brasileños son los que más confían en los diferentes tipos de publicidad (67%), seguidos muy de cerca por los mexicanos (66%) y más atrás por los chilenos (59%) y los argentinos (55%)

Gracias

nielsen

The Nielsen logo features the word "nielsen" in a serif font. The letter "n" is blue, while the remaining letters "ielsen" are grey. Below the text is a horizontal row of nine grey dots, each centered under a letter: the first dot is under the "n", and the remaining eight dots are under the "i", "e", "l", "s", "e", "n", and the final "e".