

ANÁLISIS

DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

SOBRE LA DECISIÓN DE COMPRA EN

GENERACIÓN MILLENNIALS

PARA RESTAURANTES DE

HAMBURGUESAS DEL ÁREA

METROPOLITANA DE SAN SALVADOR

Universidad de El Salvador



Mercadeo Internacional

La publicidad exterior:

“ Es un medio de divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores o usuarios en movimiento, realizada en lugares públicos”.



Millennials:

“ Los millennials o los miembros de la Generación Y son uno de los nichos de mercado más deseados por las empresas. La razón es sencilla los millennials son el grupo más amplio de consumidores a los que las marcas han tenido acceso en los últimos tiempos. Son jóvenes, están formados y están muy abiertos a gastar cantidades importantes en algo si ese algo les interesa”.

CONTENIDO

1

¿QUIENES SOMOS?

2

FICHA DEL ESTUDIO

3

DATOS CUANTITATIVOS

10

ANALISIS CUALITATIVO

15

ESTRATEGIAS

18

ANEXOS



¿QUIENES SOMOS?



IVETTE MENJIVAR

Ivette Magdalena Menjivar Molina. Estudiante egresada en Mercadeo Internacional. Actualmente desempeño el cargo de Asistente de Marketing en una empresa multidisciplinaria, enfocada a generar impacto en las comunicaciones entre las empresas y sus clientes.

Contacto:

ivette.menjivar@gmail.com

6022-7021

GERSON GAMEZ

Gerson David Bonilla Gamez. Estudiante egresado de la carrera de mercadeo Internacional. Actualmente desempeño el cargo de jefe de servicio al comercio afiliado para un banco reconocido en El Salvador.

Contacto:

gersongamez@icloud.com

7049-5034

BRISEYDA MUNGUIA

Jocelyn Briseyda Rodriguez Munguia. Estudiante egresada de la carrera de Mercadeo Internacional de la Universidad de El Salvador. Con experiencia en logistica de exportaciones e importaciones de productos comerciales, además con estudios en Diseño gráfico publicitario, actualmente desempeño el cargo de community manager para una empresa de telecomunicaciones.

Contacto:

briseyda.munguia@gmail.com

7018-9253

EDADES



PERFIL

Personas pertenecientes a la generación "Y" o también conocida como millennial, con edades de entre 30 a 34 años.



MUESTRA

379 ENCUESTADOS



UBICACIÓN

Dirigido a una muestra que comprende el área metropolitana de San Salvador, enfocándose en los municipios de Santa Tecla, Antiguo Cuscatlán y San Salvador.



Encuestas

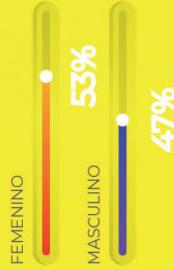
Encuestas cara a cara, en los principales centro comerciales y parques aledaños a restaurantes de hamburguesas de los municipios de San Salvador, Santa Tecla y Antiguo Cuscatlán.

FICHA DEL ESTUDIO

"ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR SOBRE LA DECISIÓN DE COMPRA EN GENERACIÓN MILLENNIALS PARA RESTAURANTES DE HAMBURGUESAS DEL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR"



GENERO



PREFERENCIAS

Consumidores activos de comida rápida específicamente hamburguesas.



% POR MUNICIPIO

San Salvador = 35.62%
Santa Tecla = 31.40%
Antiguo Cuscatlán = 32.98%



INGRESOS

124 ENCUESTADOS MÁS DE \$700

DATOS CUANTITATIVOS

¿Qué formato en publicidad exterior reconocen más los millennials?

Lugares donde más han notado publicidad exterior.

Tipo de restaurante del que más recuerda haber visto publicidad exterior.

¿Los restaurantes de hamburguesas deben anunciarse de esta forma?

¿Cuál es la mejor forma para que se anuncien los restaurantes de hamburguesas?

¿Qué características le atraen más de la publicidad exterior?

Datos esenciales a colocar.

¿Dónde considera que sería mejor que se ubicará esta publicidad?

¿Qué formato en publicidad exterior reconocen más lo millennials?

84%
Vallas

74%
Mupis

68%
Pasarelas

60%
Autobuses



Carreteras

32%

4



Lugares donde
más a notado
publicidad exterior.

3

Paradas de
autobuses

36%

Pasarelas

39%

2



1

CALLES
PRINCIPALES

53%

5

Tipo de restaurante del que más recuerda haber visto Publicidad Exterior.



53%

Restaurantes de Hamburguesas



01

02

¿Los restaurantes de hamburguesas deben anunciarse de esta forma?



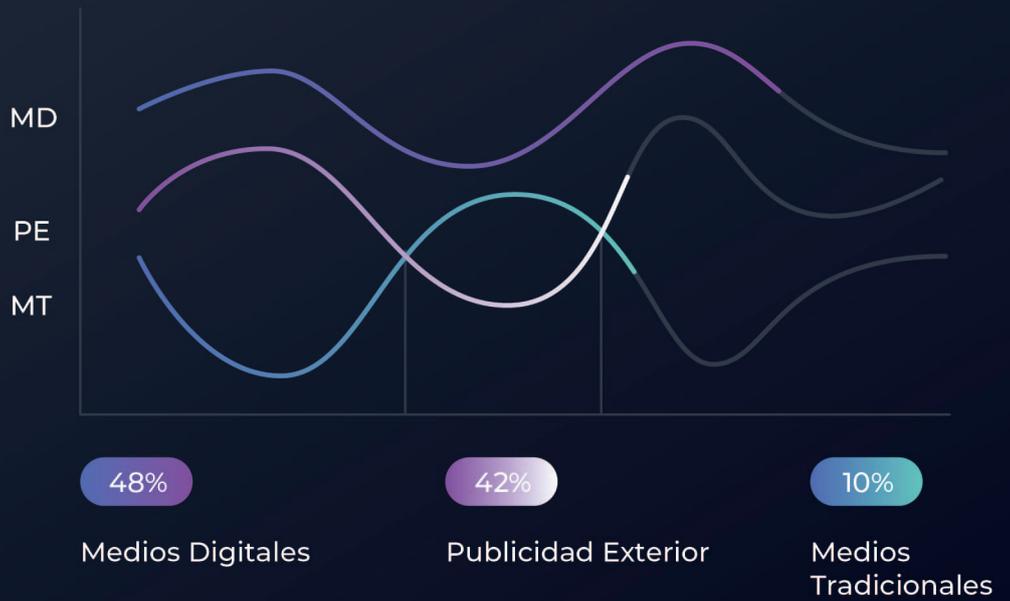
93%

Si, es un medio efectivo de publicitar este tipo de productos.

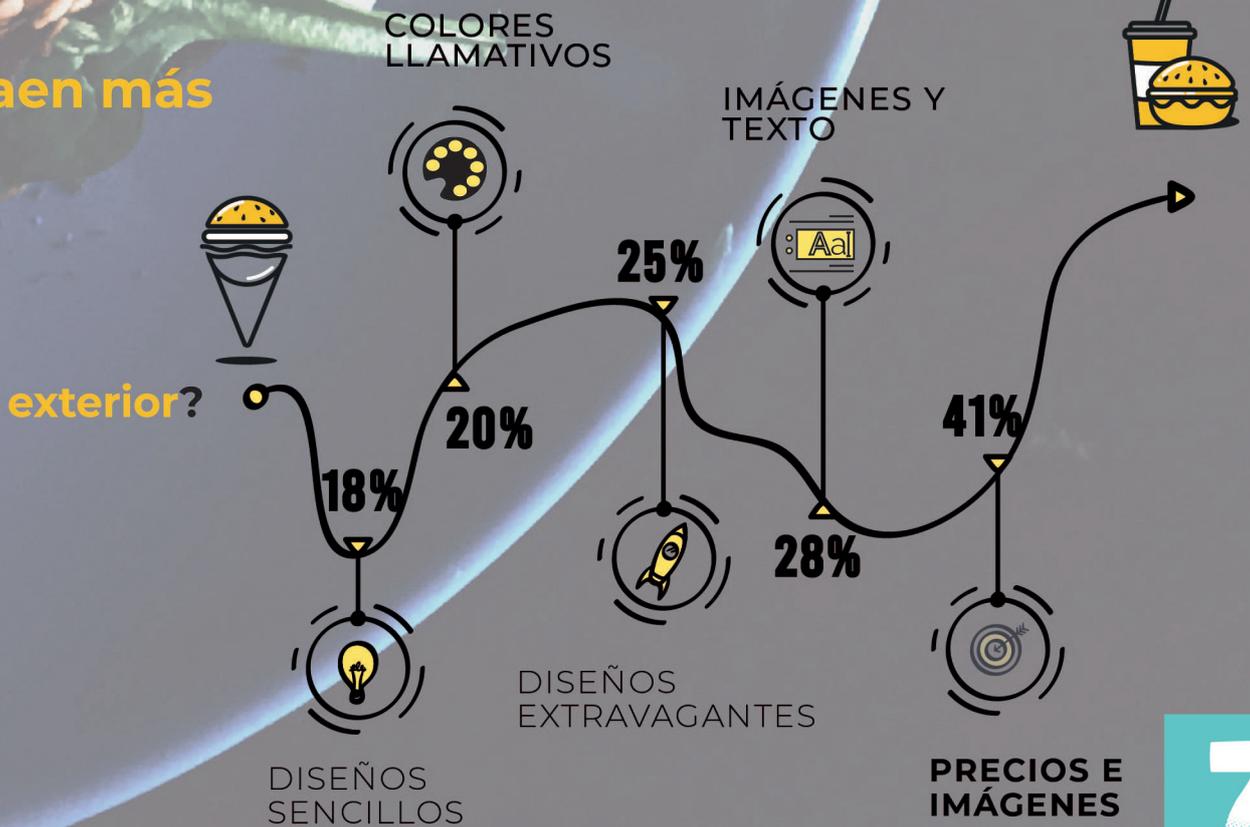


6

¿Cuál es la mejor forma para que se anuncien los restaurantes de hamburguesas?



¿Qué características le atraen más de la publicidad exterior?



DATOS ESENCIALES A COLOCAR

1

PRECIOS
54%



2

PROMOCIONES
23%



3

NUEVOS PRODUCTOS
14%

4

Logo de Marca,
frases o imágenes
9%



¿Dónde considera que sería mejor que se ubicara esta publicidad?

50%

Calles principales

37%

Cerca de los restaurantes

30%

Paradas de autobuses





ANÁLISIS
—
CUALITATIVO





MEDIOS EXTERIORES MÁS ATRACTIVOS

Los formatos en publicidad exterior que más atraen según la información recabada son en su gran mayoría las vallas publicitarias y el Mupi.

CARACTERÍSTICAS MÁS LLAMATIVAS

La imagen del producto con vistosidad apetitosa
Productos nuevos
Precios y promociones
Diseños creativos y novedosos



NO DEBE DE FALTAR

Variedad en productos complementarios
Tamaños grandes de las imágenes de hamburguesas
Publicidad exterior con formatos creativos en 3D o sobresalientes.

NO OLVIDAR

Una buena publicidad exterior deberá de contener una imagen real y que esta luzca exquisita, una combinación excepcional de colores y diseño, simplicidad en su mensaje con texto de fácil comprensión y sencillo acompañado de una promoción, productos nuevos o complementos especiales. Todo encajado en la creatividad de un formato innovador de publicidad exterior.



FAST



FOOD

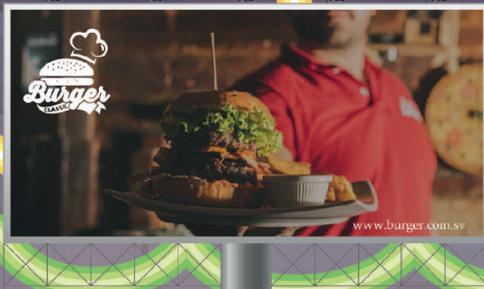
TEXTO

El mensaje y el texto deberán de presentarse con ideas claras y concretas pues le resulta mucho más atractivo a los millennials. Pues si se trata de un texto largo y poco llamativo es poco probable que capte su atención.



PUBLICIDAD EXTERIOR

La publicidad exterior les resulta interesante y le prestan mucha más atención en el tráfico de la ciudad pues es cuando les da tiempo de leerla, apreciarla y notar todos sus detalles en cuanto a diseño, imagen y texto.



IMÁGENES

La imagen ayuda al consumidor a construir una idea de lo que será el restaurante y hasta de la atención que recibirá y de los sabores de los productos.



La publicidad exterior es conocida por ser una publicidad que está latente y vigente 24/7 y un método efectivo para dar a conocer una marca nueva, un producto, promociones o servicios.



Si la persona tiene hambre, tiene tiempo y ve una publicidad en el lugar y hora indicada la publicidad exterior puede ser de gran ayuda para que la persona pueda tomar una rápida decisión de compra.



Una publicidad convencional no se mantendrá en los recuerdos de un consumidor a largo plazo, y menos que no tenga un diferenciador que haga que este la recuerde ya sea porque se trata de un nuevo formato, tenga colores o texturas nunca antes vista.

La publicidad exterior de restaurantes de hamburguesas creativa crea recuerdos y se mantiene en la mente del consumidor, a través del tiempo lo que ayuda a tomar una decisión de compra instantánea





Los consumidores se encontrarán atraídos por publicidad exterior con colores llamativos, pero serán más atraídos por las imágenes en 3D que figuran como un recurso muy útil puesto que suponen ser un referente para los consumidores. Será un plus para las marcas el utilizar imágenes sobresalientes y que interactúen con los consumidores potenciales esto ayudará a posicionarse de manera inmediata en sus mentes.

Realizar campañas sociales y darlas a conocer a través de publicidad exterior es de suma importancia para posicionarse en la mente de los consumidores y más tratándose de la generación millennial, pues una marca que este a favor de la preservación del medio ambiente, ayuda a fundaciones u hospitales será una marca que servirá de referencia para visitar u sugerir a sus afines o conocidos y será nombrada ayudando al restaurante a posicionarse en el mercado.

Las promociones son el atrayente principal de todos los consumidores, por lo cual mostrarlas en publicidad exterior es importante generando interés y seguridad a la hora de visitar y adquirir un producto, conociendo el producto y sus precios la toma de decisión de compra para los millennials será inminente e inmediata.

Los millennials son consumidores que notan todos los detalles, una imagen sobresaturada y con mucha edición les parecerá falso y les hará creer que se trata de un producto que por necesitar tanto filtro es un producto que no sabe bien perdiendo el interés por completo.

El escoger colores con alto contraste permite que estos sean fáciles de ver a grandes distancias, mientras que las elecciones de colores de bajo contraste se mezclan fácilmente y oscurecen el mensaje.

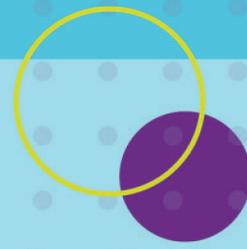
ESTRATEGIAS



INVERSIÓN EN ARRENDAMIENTOS DE MUPIS

Objetivo: Impulsar los productos de las empresas para lograr un posicionamiento en el mercado y lograr captar la atención del mercado objetivo

Descripción de la estrategia: Invertir en arrendamiento de mupis publicitarios, donde se deben exponer los principales atributos de sus productos.



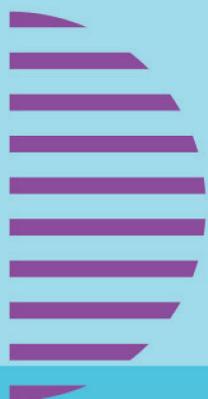
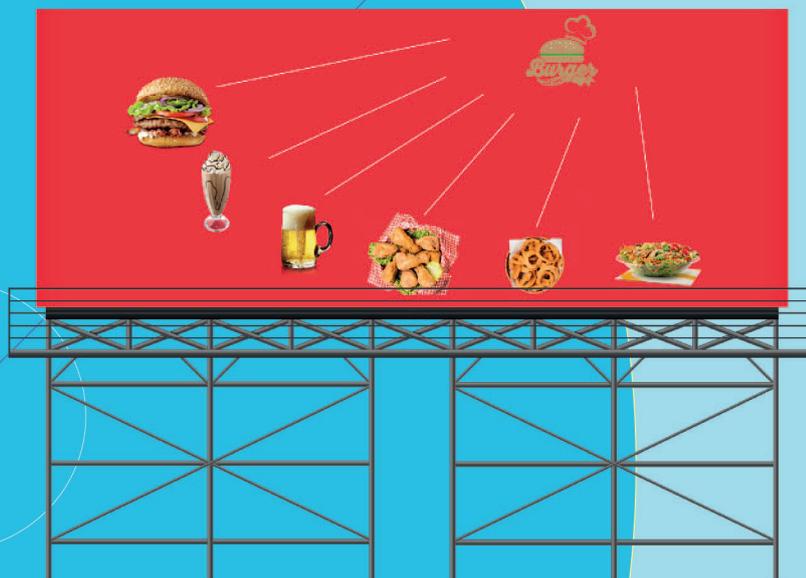
Publicidad Exterior, Responsabilidad Social Corporativa.

Diseñar publicidad con un enfoque de responsabilidad social corporativa para poder posicionarse en la mente de los consumidores y más tratándose de la generación millennial, pues una marca que este a favor de la preservación del medio ambiente, ayuda a fundaciones u hospitales será una marca que servirá de referencia para visitar u sugerir a sus afines o conocidos y será nombrada ayudando al restaurante a posicionarse en el mercado.



Publicidad de productos complementarios

Dar a conocer al público meta productos complementarios que pueden adquirir cuando realizar la compra de una hamburguesa, esto ayudará a las empresas a posicionar otros productos e incrementar sus ingresos con la comercialización de otros productos.





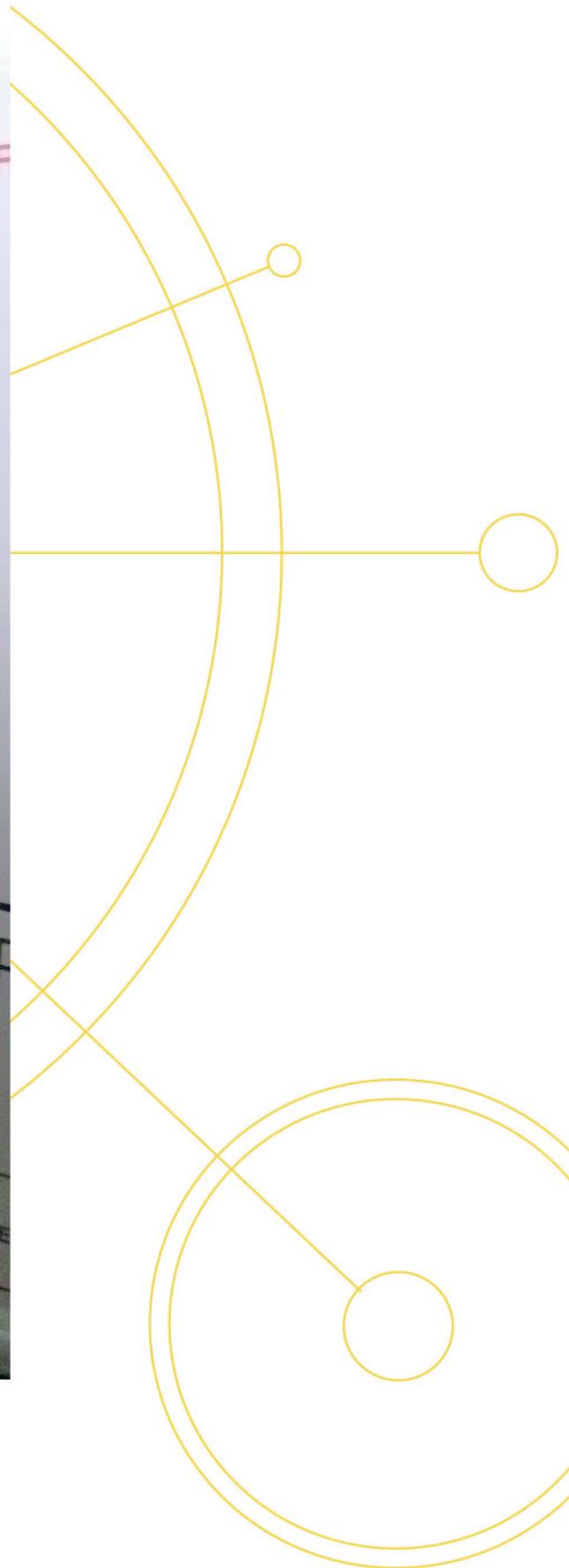
Promociones en artes publicitarios exteriores

Objetivo: Dar a conocer a una mayor audiencia las promociones para motivar la decisión de compra de los clientes potenciales

Descripción de la estrategia: Las promociones son el atrayente principal de todos los consumidores, por lo cual mostrarlas en publicidad exterior es una estrategia efectiva, conociendo el producto y sus precios la toma de decisión de compra para los millennials será inminente e inmediata.









COMPORTAMIENTO DEL **CONSUMIDOR**

—
Mercadeo Internacional



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR