Publicado en el 26/10/2016

# [La publicidad comparativa agrada a los mexicanos](http://www.notasdeprensa.es)

## La estrategia de promocionar una marca 'atacando' a la competencia cada vez es más común, y en México, genera buenos resultados

 Las marcas buscan estar cada vez más cerca del consumidor y las estrategias que las agencias utilizan buscan generar experiencias que resalten las cualidades de la empresa y las debilidades de la competencia, de una forma directa o indirecta, a esto se le llama publicidad comparativa. A lo largo del tiempo hemos sido testigos de este tipo de estrategias en donde marcas como Coca-Cola y Pepsi, Apple y Samsung, Burger King y McDonald’s, buscan de manera constante atrapar el afecto y el gusto del consumidor. Redes sociales, campañas televisivas, campañas de radio y de medios impresos, el campo de batalla es más extenso y los consumidores somos más difíciles de atrapar. Cada vez es más común que una marca destaque en sus anuncios que es mejor que sus competidores, pero el ingenio y la creatividad se convierten en en un apoyo fundamental. ¿Por qué los mexicanos disfrutamos estas batallas? 1. Nos gusta la irreverencia: las campañas que se han presentado en los últimos años dan mucha muestra de esto, porque se utiliza el recurso central de la publicidad comparativa, resaltar los más grandes errores de la competencia. Entre los ejemplos recientes y cercanos tenemos a la presentación de los vasos de la cadena de cafeterías Cielito Querido Café, con los que hace burla de los nombres de su competidor Starbucks : "No es grande, es mediano"; o "Aquí decimos chico, no alto". En los medios de comunicación, Televisa y TVAzteca competían el rating durante las Eliminatorias para la Copa Mundial de Futbol Brasil 2014 y los presentadores de Azteca Deportes probaron con la toma a los narradores, recurso que también utilizaron los de Chapultepec 18 y se ganaron la queja en vivo en televisión nacional. 2. Porque nos gusta estar seguros de lo que consumimos: una encuesta de Havas Media Group señala que el 59 por ciento de los consumidores de México considera el impacto que una marca tiene en el bienestar de las personas al momento de tomar sus decisiones de compra, con lo que el 52 por ciento de los consultados busca la manera de regular información sobre el comportamiento de las empresas. Que las marcas defiendan por qué son las mejores es un punto de seguridad que el consumidor tendrá para tomar la decisión final. La marca es algo intangible a la que le damos valor por la calidad de sus productos o servicios, algo que muchas veces queda muy marcado en la mente del consumidor que, al verse enfrentado a una nueva oferta, generalmente prefiere la que ya conoce y en la que confía. 3. Porque existe Internet: las campañas de Internet son el nuevo campo de batalla en el que se reconoce la habilidad de las marcas para enfrentar las crisis, para defenderse de sus competidores y para hacer uso de los equipos creativos. Un ejemplo está en la batalla por la audiencia en las plataformas de servicios de contenidos en streaming. Las dos más conocidas son Blim y Netflix, las cuales se han enfrascado en una guerra de anuncios con la que pretenden ganar audiencia haciendo humor ácido. La salida de contenidos de Televisa del servicio originaria de Los Gatos, California, generó una batalla de comerciales que han sido del agrado de los usuarios. The post 3 cosas que disfrutamos de la publicidad comparativa en México appeared first on Revista Merca2.0.

**Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/la-publicidad-comparativa-agrada-a-los](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Telecomunicaciones Comunicación Televisión y Radio



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)