

	Medio	Fecha
	peru21.pe	28/01/2024 07:34:00
		Valorización
		US \$ 1,241.59

PROHIBIDA SU REPRODUCCION Y/O DIFUSION

ÚLTIMAS NOTICIASPOLÍTICAVIDEOSPERÓLIMAECONOMÍAINVESTIGACIÓN

Perú21

La ÚltimaEcuadorKenji Fujimori#PreventivosAnteElNiñoJorge FossatiDina BoluartePedro Pablo Kuczynski

Publicidad

Economía

El gol publicitario de Scotiabank bajo el VAR de los marqueteros

Para los especialistas, ni las marcas ni los peruanos deberíamos depender de ningún Gareca.



ÚLTIMAS NOTICIAS

Presentan nuevo canal de ventas de botones de gas

Con acto terrorista, atacan torre de Poderosa en Patate

Discrepan sobre respuesta de Scotiabank tras contratación de Gareca en Chile.

NICOLÁS CASTILLO AREVALOActualizado el 28/01/2024, 07:30 a.m.

La elección de **Ricardo Gareca** como embajador de marca fue un verdadero 'golazo' publicitario para Scotiabank, dadas las cualidades del exentrenador de la bicolor, que, según Ipsos, tenía el 79% de aprobación de la población por haber llevado a la Selección Nacional a un mundial después de 35 años.

El relato de Gareca en las piezas publicitarias sobre el compromiso y seriedad que para él significan los colores rojo y blanco, junto con su testimonio de asociar el valor de hablar en serio con Scotiabank después de ocho años de ser su cliente, generó réditos en la imagen del banco.

"Solo te puedo decir off the record que la campaña fue un enorme éxito, gracias a la acogida de Ricardo en la opinión pública...", dijo una fuente familiarizada con el banco. "Todos los indicadores de marketing fueron un éxito", acotó.

"Poner la cara de Gareca fue una gran estrategia para fortalecer la marca, la solvencia, dar la imagen de un banco de éxito. Gareca es uno de los hombres más admirados. Entonces, el banco lo contrata y esto le genera un beneficio por ser Gareca un hombre exitoso", afirmó Javier Álvarez, Trends Senior director de Ipsos Perú.

DISCREPANCIAS

Sin embargo, en lo que no todos están de acuerdo es en la respuesta del banco luego de que la semana pasada se oficializara la contratación de Gareca para dirigir a la selección chilena.

Scotiabank rescindió el contrato con el entrenador, retiró su imagen de los paneles e hizo una pieza en la que, a modo de despedida, le dice que respeta su libertad de irse.

Mira: Con acto terrorista, atacan torre de Poderosa en Patate

Para César de Marfá, director creativo de la agencia multinacional VML, despedirse de Gareca es una forma indirecta de decir "ya no tenemos nada que ver contigo", por lo que lo calificó de acertado.

Sin embargo, reflexionó que, a partir de lo sucedido, no debemos tomar decisiones categóricas ni concluir que "si una celebridad me falla, nunca más contrataremos con ellas".

Argumentó que las marcas sólidas sobreviven a todas estas circunstancias porque están hechas de mucho más que un comercial divertido o un protagonista famoso, y se sustentan en una promesa y una experiencia que no se olvidan tan fácilmente.

Para Jorge Trujillo, profesor de la carrera de Marketing de la Universidad del Pacífico, la campaña inicial de Scotiabank estuvo 'superbién', pero la reacción de que te puedes ir cuando quieras no es tan elegante si se quiere hablar de seriedad.

"Se debió descartar ese mensaje que eres libre de irte y, más bien, diversificar la imagen de seriedad que solo estaba en Gareca en el equipo peruano de personalidades que se identifique con estas características", concluyó el catedrático.

En lo que sí coincide De Marfá con Trujillo es que "ni las marcas ni los peruanos deberíamos depender de ningún Gareca".

"A los peruanos nos han enseñado a ser aprobados por los extranjeros como hinchada, como chefs o por lo que sea, más que a querernos por lo que somos sin depender de otros. Por eso nos sentimos traicionados si nos abandona alguien exitoso y extranjero", dijo De Marfá.

Para ninguno de los entrevistados la salida de Gareca de la imagen de Scotiabank afectaría comercialmente al banco.

DATO

La primera pieza de la estrategia de marketing de celebridades de Scotiabank, subida en agosto del año pasado, tuvo más de 38,500 'Me gusta' en TikTok.

Perú21 ePaper, [ingresa aquí](#) y pruébalo gratis.

VIDEO RECOMENDADO



 COPIAR ENLACE

TAGS RELACIONADOS

ScotiabankRicardo GarecaFútbol

NO TE PIERDAS

Contenido de Perú21

P21

El gol publicitario de Scotiabank bajo el VAR de los marqueteros

P21

Carta a Pedro

P21

[OPINIÓN] Ariel Segal: Joaquín, 'Caballero del Amazonas'

Perú21

Directora Periodística: Cecilia Valenzuela

Operio Perú21: Aracely 2005, año 5, Alfajores - Lima

Copyright © Perú21 de todos los derechos reservados

X