

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y la Comunicación Social

Licenciatura en Publicidad

Tesis Monográfica

“La Influencia de la publicidad en el consumidor”

“Casilda: ¿Cómo confiar en Banco Galicia luego de la crisis de 2001?”



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Alumna: Bozzo, Tamara Paula

Director de Tesis Monográfica: Lic. Prof. Natalio Stecconi

Coordinador Metodológico: Lic. Leonardo Cozza

Tutor de Tesis Monográfica: Lic. Esteban Candia

Asignatura: Seminario de Investigación

Cátedra: Lic. Eduardo Sánchez Bayona / Lic. Leonardo Cozza

Buenos Aires, 27 de noviembre de 2009

Agradecimientos

Alegremente quiero compartir la satisfacción de haber transitado por un arduo camino, donde surgieron inseguridades, dudas, reflexiones y tantos estados de ánimo.

La elección de esta complicada temática que tanto me emociona, generó controversias entre mi razón y mis emociones, y me conectó con mis ideales y pensamientos más íntimos.

Las personas que me acompañaron en este camino de investigación y de diferentes análisis fueron de mucho apoyo y aliento para poder llegar al objetivo de encontrar las respuestas necesarias para el trabajo.

En el transcurso del desarrollo tomé prestada la frase de Antonio Machado “Caminante no hay camino, se hace camino al andar”, y no fue simple, llevó tiempo, constancia y perseverancia.

Finalmente logrado y cumpliendo con todas mis expectativas e ilusiones, dedico este trabajo a mi madre Adelina, a mi padre Claudio y a mi hermano Franco, por ser siempre mis sostenes en la vida, a Leandro que inspira mi vida, a mi amiga Sofía que es parte del camino, y a todos los miembros de la Universidad del Salvador que me instruyeron todos estos años. A todos ellos, gracias.

Contenidos:

Agradecimientos.....	1
Introducción.....	5
Hipótesis. Objetivos.....	6
Índice General:	

Capítulo I: Marco de Referencia: “La crisis de 2001 en la ciudad

de Casilda, Provincia de Santa Fe, Argentina”..... 7

1. Historia y contexto social, político, económico y geográfico de la ciudad de Casilda..... 8
2. “El Casildazo”. Cómo se vivió la crisis en la ciudad..... 12
 - 2.1. El papel de los medios locales de comunicación y la cobertura a nivel nacional..... 16
 - 2.2. Imágenes de lo sucedido el 15 de enero de 2002..... 19

Capítulo II: Argentina: “¿Cómo entender lo sucedido en 2001?..... 23

1. La influencia de gobiernos anteriores para describir los sucesos de 2001..... 24
2. Enfoque sociológico..... 27
 - 2.1. La sociedad argentina en crisis..... 31
3. Enfoque psicológico: Conductas humanas, motivaciones y personalidades..... 34

Capítulo III: “Banco Galicia”..... 38

1. Orígenes y funcionamiento del Banco Galicia..... 39
2. Cómo vivió la crisis el Banco Galicia..... 45

2.1. Ejercicio Irregular 2001.....	46
2.2. Entrevista a Antonio Garcés. La historia contada desde adentro.....	49
2.3. La posterior reactivación del Banco.....	51
3. La crisis en números.....	55
Capítulo IV: La publicidad como comunicadora.....	58
1. El rol de la publicidad como medio de comunicación.....	59
2. El uso de celebrities.....	61
3. Teaser: ¿Campaña incógnita?.....	66
4. Lanzamientos masivos con aviso previo y simultáneo en varios canales.....	68
Capítulo V: “Comunicación Corporativa”.....	74
1. Banco Galicia y sus políticas de comunicación.....	75
2. Comunicación Selectiva: Galicia Banca Privada.....	77
2.1. Cómo comunica Galicia Banca Privada.....	80
3. Competidores en acción.....	88
4. Comunicación Masiva: Banco Galicia.....	94
Capítulo VI: Campaña publicitaria 2005 “Hagas lo que hagas, estés donde estés”.....	95
1. “Hagas lo que hagas, estés donde estés”.....	96
2. Bocetos del comercial “Vidas Cruzadas”.....	99
3. Antecedentes del comercial.....	100

4. El perfil psicológico del comercial y de la audiencia receptora.....	106
Conclusión.....	109
Apéndice.....	115
1. Protocolo de encuestas.....	116
2. Conclusiones y gráficos.....	118
3. Encuestas.....	120
Anexos.....	170
1. Entrevista a Antonio Garcés, Presidente del Grupo Financiero Galicia.....	171
2. “Craverolanis”: La agencia. Cómo está conformada. Cartera de clientes. Objetivos de la agencia. Posicionamiento. La postura de los integrantes de la agencia frente a la crisis de 2001.....	182
Bibliografía.....	188
Índice de Mapas, Fotos, Tablas, Isologotipos, Gráficas, Folletos e Ilustraciones.....	191

Introducción

Todos los ciudadanos argentinos atravesaron una situación crítica a fines del año 2001. No sólo económicamente, sino también emocionalmente. Los sucesos ocurridos en nuestro país dejaron secuelas que marcarán la historia, y no se olvidarán.

Surgieron problemas y se apoderaron de muchísimos ámbitos, a nivel laboral; muchas personas quedaron sin trabajo, a nivel social; se pudo observar a las masas inmersas en conductas irracionales e incontrolables, a nivel emocional; muchos quedaron devastados por haber perdido absolutamente todo aquello que construyeron con tanto esfuerzo. En estos niveles y en muchos otros más, Argentina se vio perjudicada, agredida y traicionada.

Todas estas emociones llevaron a que las personas desataran una gran desconfianza hacia las entidades bancarias, dejando de ser clientes de las mismas, y provocando así importantes pérdidas en ese sector.

Banco Galicia decidió recuperar a esos clientes que perdió durante la crisis y para esto lanzó una campaña publicitaria importantísima, para lograr convencer al consumidor de que vuelva a confiar en el banco.

A través de esta investigación se averiguará cómo influyó la campaña publicitaria realizada por el Banco Galicia en la sociedad de la ciudad de Casilda, Provincia de Santa Fe, y qué consecuencias y respuestas se obtuvieron de los ciudadanos.

Hipótesis

“La publicidad utilizada por Banco Galicia logró reestablecer la confianza del consumidor en Casilda luego de la crisis de 2001”.

Los pasos a seguir para comprobar la hipótesis se basan en la realización de encuestas, entrevistas, análisis de la campaña publicitaria, y una investigación psico-socio-económico y cultural de la situación acontecida durante la crisis.

Las encuestas demuestran que la campaña publicitaria que realizó el banco favoreció en la idea de restauración de confianza que tenía el consumidor y que se había perdido durante la crisis.

Los efectos de reconocimiento y recordación, principalmente, de las celebridades y del spot televisivo son estrategias claves y acertadas, y lograron la identificación del consumidor.

Objetivos

1. Analizar el contexto social, económico, político y cultural durante la crisis vivida en Argentina, precisamente en la ciudad de Casilda, Provincia de Santa Fe.
2. Realizar una descripción de Banco de Galicia como institución, e investigar acerca de sus estrategias de mercado, formas de comunicar su servicio y su identidad.
3. Destacar que Banco Galicia encontró parte de la solución en la publicidad para reestablecer la confianza del consumidor, que había sido devastada por los sucesos de 2001.

**Capítulo I: Marco de Referencia: “La crisis de 2001 en la ciudad de Casilda,
Provincia de Santa Fe, Argentina”.**



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

1. Historia y contexto social, político, económico y geográfico de la ciudad de Casilda.

Fue y es una realidad que la culminación del año 2001 en conjunto con los años que le siguieron, fueron escenario de la crisis más significativa de la historia de la República Argentina.

La difícil situación se había instalado y era de carácter nacional. El país en su totalidad estaba atravesando momentos de confusión, enojo y contradicción. Infinitos son los adjetivos que pueden describir los sentimientos de toda la población.

Vivimos en un territorio con una extensa superficie, y pese a que el impacto de la crisis se expandió sobre la totalidad del mismo, vamos a centrar esta investigación en la ciudad de Casilda, Provincia de Santa Fe.

Remitiéndonos a sus orígenes podemos decir que en 1870, Carlos Casado del Alisal, de nacionalidad española, fundó la Colonia Candelaria, en tierras adquiridas de la estancia "Los Desmochados".

La expansión agropecuaria logró un alto crecimiento en la villa, apoyada por el desarrollo del ferrocarril, la cercanía del puerto y la calidad de sus recursos humanos, los cuales estaban constituidos por valores, trabajo y una concepción del esfuerzo que formaban parte de la esencia de los inmigrantes, en su mayoría, italianos y españoles.

Estos eficientes avances económicos y sociales hicieron posible el crecimiento poblacional de Villa Casilda, se construyeron viviendas, y el 29 de septiembre de 1907 se convirtió en Ciudad.

Casilda es cabecera del departamento Caseros de la provincia de Santa Fe, el cual contiene otras 12 localidades. La separa 50 kilómetros de la segunda ciudad de la

república, Rosario, y de los puertos de aguas profundas sobre el río Paraná, con accesos pavimentados y ferroviarios a los mismos.

Mapas



Mapa 1



Mapa 2

Se comunica por la ruta nacional 33 y AO12 con Buenos Aires y Santa Fe y las rutas nacionales 7 y 8 que las vinculan con Mendoza y Chile.

La misma ruta 33 es vía directa hacia Bahía Blanca, el Valle de Río Negro y la Patagonia Argentina.

Nace en Casilda la ruta provincial 92 hacia el límite con la provincia de Córdoba, conectándola con la ciudad capital.

En el año 2003, se inauguró con la presencia del presidente Néstor Kirchner, el puente Rosario – Victoria, que favoreció la conexión de la provincia de Santa Fe con Entre Ríos.

El Aeropuerto Internacional Fisherton está ubicado a 45 kilómetros del centro de la ciudad de Rosario, donde arriban y parten vuelos diarios hacia las capitales principales del país y también a países limítrofes.

El Aeroclub de la ciudad de Casilda dispone de una pista balizada de 1.200 metros de longitud que permite operar aviones bimotores.

La red ferroviaria, concesionada a la empresa Nuevo Central Argentino, conecta la región con productoras y puertos de embarque.

Casilda tiene aproximadamente 35.000 habitantes, los cuales tienen acceso a centros educativos estatales y privados de nivel primario, secundario, terciario y universitario.

También posee centros médicos públicos y privados, y consta con un servicio de ambulancias que realizan traslados no sólo dentro de la ciudad, sino también a otras ciudades del país.

Esta ciudad se caracteriza por ser tranquila. A diferencia de Capital Federal, las personas viven con otro ritmo, y todavía se mantienen costumbres como por ejemplo “la siesta”.

Con respecto a las actividades que se realizan en Casilda se puede destacar el sector agrícola-ganadero e industrial. Los mismos favorecidos por el clima y el suelo que posee la provincia de Santa Fe.

Fuente: www.casildavirtual.com.ar



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

2. “El Casildazo”. Cómo se vivió la crisis en la ciudad.

En el año 2001, Casilda no estuvo exenta de los sucesos que se desarrollaban en el resto del país.

El desorden económico afectaba no sólo el bolsillo de las personas, sino su paciencia y humor.

Con la aparición de nuevos términos, como ser “corralito”, o “cacerolazo”, que fueron incorporados al vocabulario de los argentinos, y se expandieron hasta llegar a ser noticia en diferentes lugares del mundo, el ambiente nacional se iba tornando cada vez menos tolerante y cargado de agresividad.

“Corralito” acuñado por el periodista argentino Antonio Laje en el año 2001 se significaba una restricción al retiro de dinero en efectivo de plazos fijos, cuentas corrientes y cajas de ahorro. El objetivo fue evitar el pánico y la salida de dinero del sistema bancario.

El Ministro de economía en ese momento, Domingo Cavallo, explicó que la razón fue lograr un mayor uso de los medios de pago electrónico para evitar la evasión impositiva.

Se considera esencial destacar antecedentes para entender la correlación de los hechos.

Esta recesión comenzó a mediados de 1998, final del segundo mandato de Carlos Saúl Menem. Exactamente el 24 de octubre de 1999 fueron electos Fernando De la Rúa como presidente de la nación, y Carlos Álvarez como vicepresidente.

En 1999 el gobierno presidido por Menem dejó un elevado déficit fiscal de 7.350 millones de pesos y posteriormente De la Rúa tomó medidas de ajuste para el sector de las finanzas, como por ejemplo el aumento impositivo decretado sobre las clases medias y altas, pero siempre manteniendo la “Convertibilidad”.

Con esta ley de Convertibilidad, sancionada el 27 de marzo de 1991 por el Congreso de la República durante el gobierno de Carlos Saúl Menem, se establecía a partir del 1 de abril de 1991 una relación de tipo de cambio fijo entre la moneda nacional y la estadounidense. Un Dólar estadounidense por cada 10.000 Australes que luego serían reemplazados por una nueva moneda: el Peso Convertible.

La iniciativa de establecer esta ley fue del entonces Ministro de Economía Domingo Cavallo, que tenía como principal objetivo el control de la hiperinflación. En sus comienzos resultó beneficiosa ya que los niveles efectivamente disminuyeron. La estabilidad y credibilidad ante los capitales internacionales eran algo poco frecuente en la historia económica argentina.

Sin embargo al tiempo resulto nocivo porque el Estado no podía emitir dinero, lo cual generó una enorme deuda externa.

Al generarse una situación insostenible por el aumento del déficit fiscal, la recesión, la imposibilidad de emitir moneda y pagar la deuda, por la restricción de las extracciones bancarias (corralito), el 6 de enero de 2002 se decidió derogar la Convertibilidad mediante la ley 25.561 “Emergencia pública y reforma del régimen”.

A nivel social en Capital Federal a finales del 2001, las marchas populares cada vez eran más repetidas y convocaban miles de personas, que protestaban contra el corralito financiero, y contra el gobierno de ese momento que estaba a cargo del Dr. Fernando De la Rúa.

Llegado el 20 diciembre el Dr. De la Rúa renuncia a su cargo de Presidente dejando la casa de gobierno irónicamente en un helicóptero.

Con el fin de la convertibilidad y comenzó un ciclo de asunciones y renunciaciones de presidentes. El cargo presidencial luego de la renuncia de De la Rúa fue asumido por Ramón Puerta, a este le siguió Adolfo Rodríguez Saa, y luego, el 3 de enero de

2002 asumió Eduardo Duhalde. Difícilmente se podrá olvidar su famosa frase “...*van a ser respetadas las monedas en que fueron pactados originalmente los depósitos... ...quien depositó pesos, recibirá pesos. Y quien depositó dólares recibirá dólares...*”.

En 2003, Argentina, estuvo a cargo del presidente electo Néstor Kirchner, el cual cumplió con su mandato por cuatro años y posteriormente asumió el cargo de Presidente de la Nación Cristina Fernández de Kirchner.

La violencia que se generó en las calles marcó la historia de Argentina.

La destrucción de Bancos, edificios estatales, entidades privadas, y saqueos a diferentes comercios, llegaron a crear un ambiente prácticamente de guerra entre los manifestantes y la policía.

La desesperación era tan grande que hasta la muerte de personas se hizo presente empeorando la situación del gobierno frente a la sociedad.

En el interior del país, precisamente el martes 15 de enero de 2002, unos cinco mil comerciantes, productores y empresarios realizaron una protesta en el centro de la ciudad de Casilda, que no desentonaba con lo que se estaba viviendo en el resto del país.

Dentro del asombro de los comerciantes privados, operarios bancarios, y ciudadanos, Casilda se había transformado en un territorio de violencia nunca vivido en la historia de la ciudad.

Los destrozos arrasaron con el centro de la ciudad que está conformado por sucursales de distintos bancos, comercios, municipalidad, oficinas de servicios telefónicos, de electricidad, de gas, etc.

Todo quedó en ruinas, un grupo de personas apedreó bancos, los incendiaron, y lo mismo ocurrió con entidades como la oficina de la DGI, donde se perdieron archivos e información, que hasta el día de hoy se está tratando de recuperar.

Cuando parecía que la marcha se estaba calmando, apareció el cuerpo policial y desató la ira de los manifestantes, lo cual culminó con represión por parte de la policía, gases lacrimógenos y balas de goma.

Los daños económicos fueron muy elevados, así como los daños emocionales de los habitantes y trabajadores de la ciudad.

Casilda había sido arrasada violentamente por estas personas y el suceso llegó al extremo de dejar como consecuencia personas heridas.



2.1. El papel de los medios locales de comunicación y la cobertura a nivel nacional.

Este suceso fue cubierto por la prensa local. Medios de la ciudad de Rosario y de Buenos Aires también se hicieron presentes.

Con respecto a la prensa escrita, los dos periódicos locales, “La voz del Pueblo” y “La Vidriera”, cubrieron la manifestación. En Rosario el diario “La Capital”.

A nivel nacional el diario “La Nación” también emitió información.

En televisión, canales de alcance nacional como el Trece, Telefe, Nueve y Siete, informaron a la audiencia de lo ocurrido en la ciudad.

Y también los canales televisivos de la ciudad de Rosario, Cinco y Tres.

En radio, las emisoras locales, FM “Radio Casilda Record” 91.3, FM “La Candelaria” 101.1, y FM “Radio Estudio Net” 100.5 transmitieron en vivo lo que sucedía.

Los medios no lograban salir de su asombro, todas las personas relacionadas laboralmente con los canales de televisión, las emisoras radiales, la prensa escrita, y demás no podían creer lo que estaba sucediendo en Casilda, una ciudad caracterizada por su tranquilidad, era su propia ciudad la que estaba bajo el calvario de una sociedad totalmente descontrolada.

Las transmisiones locales de toda esta información que se realizaron en vivo y en directo, podían demostrar la angustia de estos profesionales que veían como todo se estaba destruyendo, la situación se prestaba para que se desborde completamente la capacidad de abstraerse de la realidad para estas personas, pero a pesar de eso hicieron un trabajo impecable sin dejar que sus emociones intervengan en su papel de comunicadores.

“Graves incidentes en Casilda”

“La bronca por las restricciones al retiro de dinero de los bancos se profundizó hoy al producirse manifestaciones con incidentes en Córdoba y Jujuy, sumado a una violenta pueblada en Casilda, provincia de Santa Fe. Duhalde salió a decir que esta semana habrá una solución concreta al corralito, aunque no precisó cuál será...”

...La ciudad santafesina de Casilda vivió una revuelta popular que comenzó con una manifestación de comerciantes, productores y empresarios frente a los bancos, que reunió a unas 7.000 personas...

...La manifestación derivó en una lluvia de piedras sobre de los bancos Nación, Bisel y Nuevo Banco de Santa Fe. La policía reprimió con gases y balas de goma, uno de cuyos proyectiles hirió a uno de los manifestantes.”

En este artículo se encuentran fragmentos que son claramente un relato transparente y conciso de lo que sucedió, dejando de lado la tendencia costumbrista de centralizar los problemas de nuestro país en Buenos Aires. No se puede agregar más que un pensamiento reflexivo sobre el comportamiento de los ciudadanos ya que está absolutamente descrito.

Se vivieron estos graves incidentes en el interior del país de acuerdo a las dimensiones del gran problema. En Casilda no es casual que 7.000 personas asistieran a la manifestación. Los individuos allí presentes hicieron oír sus voces de queja y desacuerdo con las decisiones políticas y económicas tomadas. Son sus comportamientos posteriores a la supuesta manifestación pacífica de ideas lo que se puede llevar al análisis. En donde se encuentra que la bronca, el odio y la ira se desató

en el ser humano sobrepasando a la razón y llevando esta situación al extremo de la violencia tal como sucedió.

Fuente: www.terra.com - 15 de Enero de 2002.

