

Examen II parcial de Gestión de Medios II Nombre _____ 30/08/2010
Declaro estar informado de los artículos 19, 20 y 21 del reglamento de evaluación de la ESPOL.

Gabriela Delgado, acaba de realizar su sueño de estudiante y está iniciando actividades comerciales como Oro Puro, Agencia Publicitaria, a la cual le ha puesto muchas ganas por hacer las cosas de la mejor manera posible, Actualmente Gabriela esta inmensamente feliz ya que acaba de tener su primer cliente, una empresa de Calzado, "El cuero en la Piel" cuya matriz esta en España, quien piensa invertir 100,000 dólares en publicidad promocional para los 3 últimos meses del año 2010. "El cuero en la Piel", desea preparar una campaña de lanzamiento, en el mercado ecuatoriano, siguiendo su plan de globalización. Su amigo y socio Gianluca Piguave, un ejecutivo, de prestigio en el mercado publicitario, tiene fe en que ganaran la cuenta de "El cuero en la Piel", y esto, es solo el comienzo.

Dado que los precios de los artículos de cuero son altos por ser de cuero puro y de alta calidad, desean canalizar la campaña hacia la clase Alta y Media

Karina Barres, Directora de Medios de TalentoSA, su amiga y ex novio, de su mejor amiga es ahora su principal competidor. Talentos es reconocida en el mercado por hacer diseños impactantes y de gran éxito en el mercado.

La fortaleza de Karla es entregar en 72 horas los trabajos, ya que cuenta con 10 empleados a quienes cancela puntualmente su mensualidad de \$250 y, por cada trabajo cumplido, les otorga un bono del 10% adicional al sueldo, para mantenerlos motivados. En arriendo y servicios básicos su costo es de \$600. Gabriela puede imprimir en el mes con los 5 empleados que cuenta 100,000 afiches y elaborar 3 comerciales para televisión y 5 para radio; y hasta 5 vallas mensuales de 7 x 3 mts.

Los costos de afiches de Gabriela es de 0.55 ctvs incluida el arte final e impresión, por la elaboración de cada comercial de Tv 3D cobra \$2,100 y por los de radio \$200. Su costo por elaboración final de una Valla publicitaria de 7 x 3 mts es de \$400 Los costos de producción de Karla son un 20% mas alto que los de Gabriela, ya que tiene mas personal y hay que pagar los adicionales de ley en diciembre. Karla piensa cobrar a \$15 el metro cuadrado de cada valla publicitaria, por cada comercial de TV \$900 ; y por los de radio \$250. Los afiches su precio final va a ser de \$0.75.

Gabriela, piensa competir para el manejo de la campaña en la creación de un comercial, que sirve de base para el afiche y las vallas publicitarias que utilizara como estructura de cobertura para mejorar la recepción del mensaje. Lo que la empresa desea, es que su Marca El cuero en la Piel, sea reconocida por lo menos por el 40% del mercado. Al inicio, un breve sondeo revelo que la marca El cuero en la Piel solo era conocida por el 3.5 % de la población de Guayaquil que es su centro de operaciones.

En Guayaquil 3'500,000 personas y hay 60,000 establecimientos comerciales. Al momento hay 6 empresas adicionales que también necesitan le realicen una campaña publicitaria, y van a elegir a la empresa que realice el trabajo de El cuero en la Piel. La inversión anual de estas 6 empresas esta en promedio en el orden de los \$50,000.

Ellos desean le presenten un plan de medios, con una simulación de los posibles resultados que alcanzaran, y cual es el presupuesto que requieren, pero solicitan que le aseguren el éxito. Los ejecutivos de las empresas que probablemente contraten a Oro Puro, Agencia Publicitaria, creen que necesitaran usar televisión, periódicos, radio, vallas y afiches, pero no saben cuanto se requerirá de dinero. Por ello su interés en ver cómo le va a "El cuero en la Piel" en su campaña promocional.

TAREAS

1. Cuantos clientes trabajaran inicialmente con Gabriela? En caso de no manejar bien la campaña, y no sea exitosa, cuanto dejaría de percibir (5.0 puntos)
2. Cuál será el número de clientes que ganara, si salen triunfadores en la licitación? (5puntos)
3. Defina cuál es el target primario y determine su racionalización (5)
4. Cuáles son los ingresos totales por comisión de agencia, que tendría Gabriela, con su primer cliente “El cuero en la Piel” y si manejara la campaña de las otras 6 empresas.(5.0 puntos)
5. Cuál serán los espacios en televisión, radio, periódicos, revistas, publicidad exterior, BTL, o medios no tradicionales que recomendaría contratar? Detalle ampliamente, dentro de cada medio, que espacios publicitarios son los que utilizara, razone su selección. (25 puntos)
6. Como se distribuirá el presupuesto en el o los medios audiovisuales a utilizar, sabiendo que desean que el 70% del mercado reconozcan la marca “El cuero en la Piel”? Detalle y razone el mix de medios, conociendo que la empresa desea que los anuncios sean escuchado o vistas en promedio 2.5 veces (20 puntos)
7. Cuantos TGRPs alcanzó con su agencia y el presupuesto con qué conto? 10
8. Cree usted que su cliente quedo satisfecho?, Porque? 5
9. Piensa que su campaña le ayudara a vender su producto en el tiempo estimado de 3 meses, como objetivo en su introducción al mercado (5 puntos)
10. De acuerdo a los medios utilizados y programas o espacios seleccionado, racionalice el porqué de la selección efectuada.(15 puntos)