EXAMEN PRACTICO DE GESTION DE MEDIOS II II TERMINO FECHA: 29 DE AGOSTO 2011

ALUMNO: G06 LEMA QUITO GARAVI MARIDUEÑA ESCOBAR

La Lcda. María Elena Pérez, acaba de inaugurar su empresa, una Central de Medios, sentada en su pequeña pero elegante oficina, analiza la propuesta que deberá presentar a su cliente, quien desea realizar una campaña promocional, cuyo objetivo fundamental es incrementar las ventas en un 60%. Considerando que se ejecutara de septiembre a diciembre, meses en los cuales las ventas se incrementan en forma considerable producto del apoyo en los medios de comunicación.

Gusinho Molina, Gerente de Marketing, de la empresa ALMACENES ESTUARDO SANCHEZ, piensa invertir el 10% de los ingresos anuales por ventas del año 2010, en que facturo 1.825,000 dólares para promocionar su marca y sus productos. Considera, que si el año 2009 con un presupuesto del 5% del total de ventas, incremento sus ventas en el 60%, este año con casi duplicar su presupuesto lograr el objetivo propuesto, lo considera factible.

Los productos que comercializa son Artículos para el hogar de las más prestigiosas marcas, las cuales son del agrado y preferencia de los consumidores. Los productos que más vendió el año anterior fueron los Artículos decorativos, muebles y lámparas, especialmente, Gusinho considera que es importante tener una excelente cobertura, considera que si el 90% del mercado potencial se informa de sus productos, le permitirá fortalecer su conocimiento de marca como empresa, ya que la marca ALMACENES ESTUARDO SANCHEZ está en etapa de crecimiento en el mercado, por lo que su marca no es bien conocida en el mercado y el nombre no es reconocido en forma efectiva, por lo que se espera que el mercado potencial se fije en el comercial por lo menos 2.87 veces en promedio.

1. Defina el mercado primario y el secundario, racionalice su respuesta
2. Determine cuál es el presupuesto a invertir para en la campaña
3. Cuáles son los medios óptimos para buscar cumplir y llegar a los objetivos propuestos, determine cuáles son esos objetivos (por lo menos 3 fundamentales)
4. Determine cuál es la forma en que distribuirá ese presupuesto, racionalice su respuesta en forma clara y precisa,
5. Cuáles son los medios de soporte y principal que propone utilizar, racionalice su respuesta en forma clara y precisa,
6. Determine cuáles son los espacios que utilizara (RTG del programa, Índice de lectoría, etc así como el costo de los espacios donde utilizara
7. **Analice los TRPs alcanzados vs los objetivos Propuestos**
8. Determine cuanto ha invertido y en que sus 2 principales competidores (información en Dropbox, y analícelo frente a sus resultados obtenidos.
9. Conclusiones y Recomendaciones
10. Presentar su informe en un Archivo PPT con los nombres de cada integrante y de su cliente, en este caso ALMACENES ESTUARDO SANCHEZ Anexe los archivos matrices para los medios utilizados.