

Examen Recuperación Gestión de Medios I Nombre \_\_\_\_\_ 13/09/2010  
Declaro estar informado de los artículos 19, 20 y 21 del reglamento de evaluación de la ESPOL.

Candy Armijos Chiriboga, acaba de realizar su sueño de estudiante y está iniciando actividades comerciales como Creativísimo, Agencia Publicitaria, a la cual le ha puesto muchas ganas por hacer las cosas de la mejor manera posible, Actualmente Candy esta inmensamente feliz ya que acaba de tener su primer cliente, una empresa de Ropa para Embarazadas y para niños menores a los 5 años, “Piel de Bebe” cuya matriz esta en Francia, quien piensa invertir 100,000 dólares en publicidad promocional para octubre y noviembre del 2010. Piel de Bebe, siguiendo su plan de globalización, piensa iniciar operaciones inicialmente en la ciudad de Guayaquil y aspira llegar al 3% del mercado en los tres primeros meses de inicio de actividades comerciales. Su amiga y socia, Helen Palacios, una guapa ejecutiva, de prestigio en el mercado publicitario, tiene fe en que manejaran la cuenta de Piel de Bebe, y esto, es solo el comienzo.

Dado que los precios de la ropa son al alcance de la población, ellos desean canalizar la campaña hacia la clase Media, Media Baja y Baja

Alfredo Cantos, Director de Medios de Talentos, su amigo 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 Helen es entregar en 72 horas los trabajos, ya que cuenta con 8 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. Candy 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 Candy es de 0.55 ctvs. incluida el arte final e impresión, por la elaboración de cada comercial de Tv cobra \$1,200 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 Helen son un 20% mas alto que los de Candy, ya que tiene mas personal y hay que pagar los adicionales de ley en diciembre. Helen piensa cobrar a \$15 el metro cuadrado de cada valla publicitaria, por cada comercial de TV \$700 ; y por los de radio \$150. Los afiches su precio final va a ser de \$0.75.

Candy, piensa competir para el manejo de la campaña en la creación de un comercial, que sirva 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 Piel de Bebe, sea reconocida por lo menos por el 40% del mercado. Al inicio, un breve sondeo revelo que la marca Piel de Bebe 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 Piel de Bebe. La inversión anual de estas 6 empresas esta en promedio en el orden de los \$75,000. 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 Creativísimo, creen que necesitaran usar televisión, periódicos, radio, vallas y afiches, pero no saben cuanto se requerirá de dinero. Por ello su interés en ver como le va a “Piel de BeBe” en su campaña promocional.

## TAREAS

1. Cuantos clientes trabajaran inicialmente con Candy? (3 puntos)
2. Cuál será el número de clientes que ganara, si salen triunfadores en la licitación? (3puntos)
3. Defina cuál es el target primario y determine su racionalización (8)
4. Cuáles son los ingresos totales por comisión de agencia, que tendría Candy, con su primer cliente “Piel de Bebe” y si manejara la campaña de las otras 6 empresas.(5.0 puntos)
5. En caso de no manejar bien la campaña, y no sea exitosa, cuanto dejaría de percibir (5.0 puntos)
6. Cuál serán los programas de televisión y/o radio que recomendaría contratar? Detalle ampliamente, dentro de cada medio, que espacios publicitarios son los que utilizara, razone su selección. (25 puntos)
7. Como se distribuirá el presupuesto en el o los medios audiovisuales a utilizar, sabiendo que desean que el 40% del mercado reconozcan la marca “Piel de Bebe”? 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)
8. Cuantos TGRPs alcanzó con su agencia y el presupuesto con qué conto? 5
9. Cree usted que su cliente quedo satisfecho?, Porque? 4
10. Piensa que su campaña le ayudara a vender su producto en el tiempo estimado de 3 meses, como objetivo en su introducción al mercado (4 puntos)
11. De acuerdo a los medios utilizados y programas o espacios seleccionado, racionalice el porqué de la selección efectuada.(13 puntos)
12. Realice una crítica a la materia, y cite los aspectos en los que se debe mejorar, actualizar o suprimir (5 puntos)