

PROBLEMA

Una cadena de TV está preparando un plan de marketing para un nuevo programa. Desea saber la rentabilidad esperada.

El programa, de una hora de duración, se emitirá de lunes a viernes durante tres meses (un mes 4 semanas).

El coste de cada programa es de 60.000 €

Se ha preparado una tarifa para publicidad con tres precios diferentes, según el tiempo de duración de los *spot* emitidos.

Para 30" 12.000 €

Para 20" 9.000 €

Para 15" 6.000 €

Se espera contratar 120 *spots* de 30", 150 de 20" y 300 de 15"

Para el lanzamiento del programa se ha contratado publicidad en revistas por un importe de 602.000 € y en prensa diaria por 903.000 €

En el programa se realiza una promoción consistente en un sorteo cuyo coste de 12.000 € por programa.

A los vendedores de publicidad se les paga una comisión del 2% de las ventas realizadas. Diferenciar en el planteamiento el margen bruto y el margen neto.

PROBLEMA

Una cadena de TV está preparando un plan de marketing para un nuevo programa.

El programa se emitirá todos los viernes durante nueve meses y tiene una duración de cuatro horas. (Calcular para cada mes cuatro semanas).

Se establece como objetivo prioritario obtener un beneficio del 10% sobre los ingresos, y a partir de aquí, fijar el objetivo de ventas, es decir, determinar cuántos *spots* se deberán vender para alcanzar el objetivo de beneficio establecido.

El coste de cada programa se ha estimado en 150.000 €

El plan de marketing contempla las siguientes acciones:

Hacer publicidad en prensa diaria por un importe de 300.000 €

Hacer publicidad en revistas por un importe de 400.000 €

Establecer unas comisiones variables del 2% sobre los ingresos para los vendedores

Fijar un precio medio de venta de los spots de 50.000 €

Se ha preparado un plan de marketing para la comercialización de un programa de televisión que se emite todas las semanas durante seis meses.

Considerar cada mes cuatro semanas. Los únicos ingresos que proporcionará vendrán por la venta de la publicidad, que se hará durante el tiempo de duración del programa.

Se crean tres bloques de publicidad el A el B y el C con diferentes tarifas en función del horario.

En el bloque A se esperan contratar 10 anuncios en cada programa, a un precio de 6.000 €- En el bloque B, 20 anuncios a 5.000 €- y en el bloque C, 15 anuncios a 4.500 €

Durante el tiempo que dura el programa, se harán promociones y publicidad en los medios.

La promoción consiste en regalar un coche en cada programa valorado en 12.000 €-

Para la publicidad se contratan tres revistas, X,Y,Z. En X se contratan 30 páginas a 1.200 €, en Y se contratan 40 a 1.300 € y en Z 10 a 1.350 €

Para vender la publicidad se contratan 10 vendedores, y se les paga por medio de un fijo y un variable. El fijo es 6.000 € a cada uno y el variable, el 5% de los ingresos que obtengan.

Cada programa tiene un coste medio de 120.000 €

Calcular el margen bruto y neto esperado del plan si se cumplen las previsiones

Establecer los objetivos de venta de páginas de publicidad para un año para el siguiente plan de marketing. El periódico se vende todos los días (365). El plan de marketing se crea con la premisa de cubrir todos los costes.

La tirada media es de 20.000 ejemplares diarios. El precio de venta es 1€ El coste de producción por todos los conceptos se estima en 1,5€ Las páginas de publicidad se venden a un precio medio de 3.000€ Durante el año se realizan las siguientes actividades de marketing:

Una promoción que dura un mes (30 Días) en que se regala diariamente un viaje valorado en 2.500€ Para anunciar la promoción se hace una campaña de publicidad por un importe de 600.000€

A los tres vendedores de la publicidad se les paga una parte fija de 1.000€al mes y una parte variable del 2% de los ingresos por publicidad.

A los vendedores del periódico en el kiosco se les paga 0,30€por periódico vendido.

Ingresos venta	$\text{tirada} * \text{precio} * 365 = 7.300.000$
Ingresos Publicidad	$\text{n}^\circ \text{ de anuncios} * \text{precio} = \text{n}^\circ * 3.000$
Coste de producción	$\text{tirada} * \text{coste} * 365 = 10.950.000$
Costes de marketing	
Promoción	$30 \text{ días} * \text{regalo} = 75.000$
Publicidad	600.000
Vendedores fijo	$\text{n}^\circ \text{ de vendedores} * \text{suelo fijo} * 12 \text{ meses} = 36.000$
Vendedores comisión	$\text{Ingresos publicidad} * 2\%$
Pagos al kiosco	$\text{tirada} * \text{fijo} * 365 = 2.190.000$
PLANTEAMIENTO DE LA SOLUCIÓN	
INGRESOS = COSTES	
$7.300.000 + 3.000 * \text{n}^\circ = 10.950.000 + 75.000 + 600.000 + 36.000 + 2\% * \text{n}^\circ * 3.000 + 2.190.000$	
$3.000 * \text{n}^\circ - 60 * \text{n}^\circ = 13.851.000 - 7.300.000$	
$2.940 * \text{n}^\circ = 6.551.000; \text{n}^\circ = 6.551.000 / 2.940 = 2.228$	

COMPROBACIÓN

Ingresos:	20.000	365	1	7.300.000
Ingresos publicidad	<u>2.228</u>		3000	6.684.000
Total Ingresos				13.984.000

Costes producción	20.000	365	1,5	10.950.000
------------------------------	--------	-----	-----	------------

Costes marketing

Promoción		30	2500	75.000
Publicidad				600.000
Vendedores	3	12	1000	36.000

Comisión	6.684.000		2%	133.680
Kiosco	20.000	365	0,3	2.190.000
Total costes				13.984.680

Una editorial está preparando el plan de marketing para el año 2006 de la revista mensual que comercializa y desea saber el margen bruto y el margen neto esperados.

Los objetivos de venta son 200.000 ejemplares al mes y supone que se venden todos los ejemplares que se imprimen.

Los objetivos de venta de la publicidad son contratar 20 páginas completas de media por revista a un precio de 6.000€ la página.

El precio de venta de la revista es de 3€

El coste de producción de la revista es de 2,5€

A los vendedores de la revista se les paga 0,3€ por cada revista vendida.

A los 4 vendedores de la publicidad se les paga por medio de una cantidad fija de 1000€ al mes y una cantidad variable del 2% sobre las ventas.

Se realizará una promoción durante tres meses, y se espera vender con la promoción el 50% de las ventas. La promoción consistirá en ofrecer un CD a un precio de 1€ por la compra de la revista. El precio de compra del CD es de 0,5€

Por último se prevé realizar una campaña de publicidad durante los tres meses que dura la promoción por un importe de 300.000€

Ingresos Venta revista	$200.000 * 12 * 3 = 7.200.000$
Ingresos Publicidad	$20 * 12 * 6.000$
Ingresos Totales	8.640.000
Coste Producción	$200.000 * 12 * 2,5 = 6.000.000$
Margen Bruto	$8.640.000 - 6.000.000 = 2.640.000$
Costes de marketing	
Coste vender la revista	$7.200.000 * 0,3 = 2.160.000$
Fijo Vendedores de publicidad	$4 * 12 * 1.000 = 48.000$
Comisión vendedores de publicidad	$1.440.000 * 0,02 = 28.800$
Promoción Ingresos	$300.000 * 1 = 300.000$
Promoción coste	$300.000 * 0,5 = 150.000$
Campaña de publicidad	300.000
Total Costes de marketing	2.386.800
Margen neto	$2.640.000 - 2.386.800 = 253.300$

Una empresa quiere conocer la rentabilidad de su plan de marketing, una vez finalizado el año 2001.

Cuenta con la siguiente información:

Se han vendido en total 3.000.000 de unidades a un precio medio de 1 €la unidad.

El costo de fabricar el producto fue 0,30 €unidad.

Las acciones de marketing que ha realizado la empresa fueron las siguientes:

Se ha hecho una campaña de publicidad para anunciar una promoción y se contrató TV por 300.000 €, vallas por 120.000 €y revistas por 50.000 €

La promoción consistió en regalar una camiseta por la presentación de diez comprobantes de venta. En promoción se vendieron 1.500.000 unidades. Las camisetas habían costado 0,50 €cada una.

El resto de los costes de marketing fue de 0,40 €por unidad.

SOLUCIÓN AL PROBLEMA -2			
VENTAS		3000000	
PRECIO DE VENTA/Unidad		1	
INGRESOS	VENTAS X UNIDADES		3000000
COSTO DE FABRICACIÓN/unidad		0,30	
TOTAL COSTO DE FABRICACIÓN	VENTAS X C. fabri./Unidad		900000
MARGEN BRUTO	INGRESOS - Total COSTE DE FABRICACIÓN		2100000
COSTES DE MARKETING			
PUBLICIDAD EN TV		300000	
PUBLICIDAD EN VALLAS		120000	
PUBLICIDAD EN REVISTAS		50000	

VENTAS EN PROMOCIÓN	150000		
COSTES POR UNIDAD	0,40		
PROMOCIÓN	(VENTAS EN PROMOCIÓN/ DIEZ) x COSTE	75000	
TOTAL COSTES DE MARKETING			545000
MARGEN NETO	MARGEN BRUTO - COSTES DE MARKETING		1555000

Una revista semanal, tiene las siguientes tarifas de publicidad:

La página a color 3.000 €

La página el blanco y negro 1.500 €

Las ventas medias de cada página semanalmente son:

Página a color 20

Página B/N 30

La revista se vende a un precio de 5€ en los kioscos y tiene una tirada de 100.000 ejemplares.

La producción de la revista cuesta 6€ con todos los conceptos incluidos.

La inversión en marketing ha sido 10.000€

A partir de esta situación se piensa realizar una promoción durante 6 semanas, consistente en regalar un llavero con cada revista. Los objetivos de la promoción son:

Aumentar la tirada de la revista en un 10% durante el tiempo que dura la promoción.

Vender las mismas páginas de publicidad a un precio 10% superior.

Mantener los mismos beneficios que sin promoción.

El resto de costes de marketing se mantienen constantes.

Considerar el año 52 semanas.

Calcular de cuanto dinero podemos disponer para hacer el regalo.

DATOS problema junio 2007

Página color 3.000

Pa. Bla y Negro 1.500

Ventas media P. Color 20

Ventas Pá B/N 30

Precio de venta 5

Tirada 100.000

Coste de produ 6

Duración promo 6

Objetivo ventas 10%

Objetivo precio 10%

Mantener beneficios

Inversión en marketing	10.000	Supuesto el	
¿Cuánto dinero hay para hacer el regalo?		coste	52
		anual	

Beneficios sin promoción

Ingresos	3.630.000	31.460.000
----------	-----------	------------

Coste fabr	3.600.000	31.200.000
------------	-----------	------------

Margen Bruto	30.000	260.000
--------------	--------	---------

Costes de mar	10.000	10.000
---------------	--------	--------

Margen Neto	20.000	250.000
-------------	--------	---------

Beneficios con

Promoción	20.000	28.846
-----------	--------	--------

Ingresos	3.993.000	3.993.000
----------	-----------	-----------

Cost Fabr	3.960.000	3.960.000
-----------	-----------	-----------

Margen Bruto	33.000	33.000
--------------	--------	--------

Coste mark	10.000	1153,85
------------	--------	---------

Margen Neto S/Prom	23.000	31.846
--------------------	--------	--------

Para la Promoción hay	3.000	3.000
-----------------------	-------	-------

Por revista	0,03	
-------------	------	--

