

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades

Escuela Profesional de Comunicación Social



MARKETING COMUNICACIONAL REALIZADA EN LAS EMPRESAS: GRUPO ATV, HIGH END Y MCCANN ERICKSON

Trabajo de suficiencia profesional presentado
por la Bachiller:

Andrinich Herrera Meliza Adriana

Para optar el Título Profesional de:
Licenciado en Comunicación Social

Con Mención en:
Marketing Comunicacional

Asesora:
Dra. Febres Tapia, Diana

**Arequipa- Perú
2019**

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

SEGUNDO DICTAMEN

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL EN MARKETING COMUNICACIONAL
REALIZADO EN LAS EMPRESAS: GRUPO ATV; HIGH END y MCCANN ERICKSON

VISTO:


El Trabajo de Suficiencia Profesional presentado por la señorita Titulando: **ANDRINICH HERRERA, Meliza Adriana**, con el que pretende optar el título profesional de Licenciada en Comunicación Social, con mención en Marketing Comunicacional presentamos el siguiente


DICTAMEN:

Debido a que las observaciones hechas son de carácter formal que no afectan el trabajo práctico realizado, este Trabajo de Suficiencia Profesional, **HA SIDO APROBADO** por lo que la Srta. Bachiller podrá continuar con la **Sustentación Oral** de su trabajo; salvo mejor parecer.

Es todo cuanto tenemos que informar a usted.

Arequipa, 11 de junio del 2019


Mgter. Miriam Flores Castro Linares


Dra. Diana Febres Tapia

Docentes dictaminadoras

DEDICATORIA

Gracias a Dios por todo.

Gracias a mi papá y mi mamá por ser mi mejor ejemplo

Gracias a mi hermano por ser mi mano derecha.

Gracias a Tony por su apoyo incondicional.

Gracias a mis maestros por sus enseñanzas.



RESUMEN

Un comunicador social, por la naturaleza de la profesión, tiene la oportunidad de desarrollarse en variadas áreas e industrias. La comunicación social especializada en marketing comunicación tiene dentro de sí diversos rubros en los cuales trabajar, por mencionar algunas: área de marketing de una empresa, agencias de marketing y publicidad, organizaciones sin fines de lucro, emprendimientos en marketing, creación de contenido propio, entre otros.

El presente informe consiste en el trabajo realizado por la autora en los primeros 4 años de su vida laboral después de haber obtenido el grado de Bachiller.

Este documento está dividido en capítulos de acuerdo a la experiencia profesional. En la empresa Grupo ATV, un conglomerado de medios de comunicación televisivos internacional, donde cumplió funciones de Asistente y Supervisora de Telecontrol durante un año y un mes. En la empresa High End, empresa del rubro publicitario, donde cumplió funciones como Jefe / Encargado de Marketing durante un año. Y, por último, en la empresa McCann Erickson, agencia de creatividad publicitaria, donde cumple funciones de Ejecutiva de Cuentas o Business Leader Executive hasta la actualidad. Además, se incluyen anexos y fuentes de información correspondientes. Todo con el fin de optar por el Grado de Licenciada en Comunicación Social, Especialidad: Marketing Comunicacional.

Palabras clave: comunicación social, marketing

ABSTRACT

A social communicator has the opportunity to develop in different areas and industries. The social communication specialized in marketing has many areas where a professional can work, to mention a few: marketing area of a company, marketing and advertising agencies, non-profit organizations, marketing entrepreneurship, content creation, among others.

The present report contains the work done by the author in the first 4 years of her working life after having obtained a Bachelor's degree.

This document is divided into chapters according to professional experience. In the company Grupo ATV, a conglomerate of international television media, where he served as assistant and Supervisor of Telecontrol for a year and a month. In the company High End, advertising company, where he served as Chief / Marketing Manager for one year. Finally, in the company McCann Erickson, creative advertising agency, where he fulfills the functions of Account Executive or Business Leader Executive until today. In addition, annexes and corresponding information sources are included. All in order to opt for the Bachelor's Degree in Social Communication, Specialty: Marketing.

Keywords: social communication, marketing.

INTRODUCCIÓN

El profesional en Comunicación Social es importante para el desarrollo y crecimiento de cualquier empresa e industria. Por su especialización en la creación y elaboración de mensajes utilizando los medios de comunicación necesarios, su participación en todas las empresas debe ser imprescindible.

Gracias a la masificación de las nuevas tecnologías, como el internet, hoy en día el abanico de oportunidades laborales para los comunicadores sociales se ha ampliado, en cualquiera de sus especialidades: relaciones públicas, periodismo, marketing comunicacional o comunicación para el desarrollo.

Los especializados en marketing comunicacional de hoy, son los profesionales que desarrollan las estrategias ideales para la comunicación multi-canal del mensaje que quiere comunicar la empresa de sí misma o sus productos o servicios.

El presente informe plasma la experiencia profesional en el rubro de marketing comunicacional de la autora, evidenciando la importancia de la participación de profesionales de la especialidad en empresas de cualquier rubro.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	<i>i</i>
RESUMEN	<i>iii</i>
ABSTRACT	<i>iv</i>
INTRODUCCIÓN	<i>v</i>
ÍNDICE DE CONTENIDO	<i>vi</i>
ÍNDICE DE TABLAS	<i>viii</i>
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	<i>ix</i>
CAPITULO I: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN GRUPO ATV	<i>1</i>
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL: EMPRESA GRUPO ATV	<i>1</i>
2. EXPERIENCIA PRÁCTICA: EMPRESA GRUPO ATV	<i>5</i>
a. PARTE INFORMATIVA	<i>5</i>
b. TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE EXPERIENCIA EN GRUPO ATV	<i>8</i>
b.1. DIAGNÓSTICO OPERATIVO	<i>8</i>
b.2. PLAN OPERATIVO 1: PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA POLÍTICA INTERNA SOBRE EL TRATAMIENTO DE LA PUBLICIDAD NO TRADICIONAL Y ACCIONES SOBRE ÉSTA.	<i>15</i>
b.3. PLAN OPERATIVO 2: PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN MANUAL DE CAPACITACIÓN PARA LOS ASISTENTES DE TELECONTROL	<i>19</i>
c. EVALUACIÓN Y RESULTADOS: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN GRUPO ATV	<i>22</i>
d. SUGERENCIAS: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN GRUPO ATV	<i>24</i>
CAPITULO II: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN HIGH END	<i>25</i>
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL: EMPRESA HIGH END	<i>25</i>
2. EXPERIENCIA PRÁCTICA: EMPRESA HIGH END	<i>30</i>
a. PARTE INFORMATIVA	<i>30</i>
b. TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS	<i>33</i>
b.1. DIAGNOSTICO OPERATIVO	<i>33</i>
b.2. PLAN OPERATIVO 1: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DEL CINE COMO MEDIO DE PUBLICIDAD A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES.	<i>37</i>
c. EVALUACIÓN Y RESULTADOS: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN HIGH END	<i>40</i>
d. SUGERENCIAS: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN HIGH END	<i>41</i>
CAPITULO III: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN MCCANN ERICKSON	<i>42</i>
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL: EMPRESA MCCANN ERICKSON	<i>42</i>
2. EXPERIENCIA PRÁCTICA: EMPRESA MCCANN ERICKSON	<i>47</i>
a. PARTE INFORMATIVA	<i>47</i>
b. TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS	<i>50</i>
b.1. DIAGNOSTICO OPERATIVO	<i>50</i>
b.2. PLAN OPERATIVO 1: PROYECTO DE PUBLICIDAD PARA CREAR CONTENIDO AUDIOVISUAL DIGITAL PARA CATEGORÍAS DIFERENCIADORAS DE LA MARCA.	<i>97</i>
b.3. PLAN OPERATIVO 2: PROYECTO DE PUBLICIDAD PARA DESARROLLAR CONTENIDO TRADICIONAL PARA CATEGORÍAS DIFERENCIADORAS.	<i>103</i>
c. EVALUACIÓN Y RESULTADOS: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN MCCANN ERICKSON	<i>109</i>
d. SUGERENCIAS: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN MCCANN ERICKSON	<i>110</i>
FUENTES DE INFORMACIÓN	<i>111</i>
ANEXOS	<i>112</i>

- a. ANEXO PLAN OPERATIVO 1 EMPRESA GRUPO ATV: PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA POLÍTICA INTERNA SOBRE EL TRATAMIENTO DE LA PUBLICIDAD NO TRADICIONAL Y ACCIONES SOBRE ÉSTA. _____ 112
- b. ANEXO PLAN OPERATIVO 2 EMPRESA GRUPO ATV: PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN MANUAL DE CAPACITACIÓN PARA LOS ASISTENTES DE TELECONTROL _____ 117
- c. ANEXO PLAN OPERATIVO 1 EMPRESA HIGH END: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DEL CINE COMO MEDIO DE PUBLICIDAD A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES. _____ 122
- d. ANEXO PLAN OPERATIVO 1 EMPRESA MCCANN ERICKSON: PROYECTO DE PUBLICIDAD PARA CREAR CONTENIDO AUDIOVISUAL DIGITAL PARA CATEGORÍAS DIFERENCIADORAS DE LA MARCA. _____ 125
- e. ANEXO PLAN OPERATIVO 2 EMPRESA MCCANN ERICKSON: PROYECTO DE PUBLICIDAD PARA DESARROLLAR CONTENIDO TRADICIONAL PARA CATEGORÍAS DIFERENCIADORAS. _____ 147



ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Organigrama Grupo ATV</i>	2
<i>Tabla 2: Estructura Funcional Área Coordinación de administración y finanzas Grupo ATV</i>	2
<i>Tabla 3: Descripción de funciones de experiencia práctica en Grupo ATV</i>	6
<i>Tabla 4: Presupuesto de Plan operativo 1 en Grupo ATV</i>	17
<i>Tabla 5: Presupuesto de Plan operativo 2 en Grupo ATV</i>	21
<i>Tabla 6: Organigrama High End</i>	26
<i>Tabla 7: Estructura funcional High End</i>	27
<i>Tabla 8: Presupuesto de Plan Operativo 1 en High End</i>	38
<i>Tabla 9: Organigrama McCann Erickson Lima Perú</i>	43
<i>Tabla 10: Estructura funcional área de cuentas en McCann Erickson Lima Perú</i>	44
<i>Tabla 11: Modelo de Gantt en McCann Erickson</i>	54
<i>Tabla 12: Modelo de diagramación que envía el cliente Metro a McCann Erickson</i>	57
<i>Tabla 13: Modelo de Gantt de suplementos</i>	80
<i>Tabla 14: Modelo de Gantt de encartes</i>	81
<i>Tabla 15: Modelo de Gantt de Guia de Compras</i>	83
<i>Tabla 16: Modelo general de Flor de la marca Metro</i>	93
<i>Tabla 17: Presupuesto de Plan Operativo 1 en McCann Erickson</i>	100
<i>Tabla 18: Presupuesto Plan Operativo 2 en McCann Erickson</i>	106
<i>Tabla 19: Gantt producción de 8 videos digitales para Metro</i>	125
<i>Tabla 20: Diagramación de Encarte Navideño</i>	147
<i>Tabla 21: Gantt Encarte Navideño</i>	148
<i>Tabla 22: Presupuesto de producción Encarte Navideño</i>	156

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1: Ubicación geográfica Grupo ATV</i>	4
<i>Ilustración 2: Ejemplo de la programación de publicidad en el sistema MMAS en Grupo ATV</i>	9
<i>Ilustración 3: Ejemplo de la programación de Grupo ATV</i>	10
<i>Ilustración 4: Ubicación geográfica High End</i>	29
<i>Ilustración 5: Ubicación geográfica McCann Erickson Lima Perú</i>	46
<i>Ilustración 6: Sistema Workfront Proff en McCann Erickson</i>	53
<i>Ilustración 7: Modelo de volante de 2 páginas de la marca Metro elaborado por McCann Erickson</i>	55
<i>Ilustración 8: Modelo de moodboard presentado a Metro por McCann Erickson</i>	58
<i>Ilustración 9: Modelo de maqueta presentada a Metro por McCann Erickson</i>	60
<i>Ilustración 10: Modelo de presupuesto preentado a Metro por McCann Erickson</i>	64
<i>Ilustración 11: Vista general del sistema interno de McCann Erickson para la gestión de presupuestos y proyectos</i>	65
<i>Ilustración 12: Modelo de presupuesto aprobado e ingresado al sistema interno de McCann Erickson</i>	66
<i>Ilustración 13: Modelo de Contact Reporte de McCann Erickson</i>	68
<i>Ilustración 14: Modelo de Segundo Armado de Encarte Metro por McCann Erickson</i>	71
<i>Ilustración 15: Modelo de opciones de fotos que propone agencia a cliente</i>	74
<i>Ilustración 16: Modelo de propuestas de textos enviado a cliente</i>	78
<i>Ilustración 17: Ejemplo de páginas de Guia de Compras</i>	84
<i>Ilustración 18: Ejemplo de e-mailings categoría non food</i>	85
<i>Ilustración 19: Ejemplo de e-mailings categoría food</i>	86
<i>Ilustración 20: Captura de video realizados para Metro con la temática #PijamaParty</i>	87
<i>Ilustración 21: Captura de video realizado para Metro para lanzamiento de productos textil lencería</i>	88
<i>Ilustración 22: Modelos de materiales POP para Metro (Pantallas Metro Express Benavides)</i>	89
<i>Ilustración 23: Modelos de materiales POP para Metro (Banderolas de fachada para tienda)</i>	90
<i>Ilustración 24: Modelos de materiales POP para Metro (arte de banderolas de fachada para tienda)</i>	90
<i>Ilustración 25: Modelos de materiales POP para Metro (muro de valor en pasillo principal de tienda)</i>	91
<i>Ilustración 26: Modelos de materiales POP para Metro (arte de muro de valor en pasillo principal de tienda)</i>	91
<i>Ilustración 27: Modelos de materiales POP para Metro (funda de sensor en ingreso de tiendas)</i>	92
<i>Ilustración 28: Modelos de materiales POP para Metro (pórtico al ingreso principal de tienda)</i>	92
<i>Ilustración 29: Presentación de Pre producción General (parte 1)</i>	126
<i>Ilustración 30: Maqueta Encarte Navideño</i>	149
<i>Ilustración 31: Contact report de pre producción general Encarte Navideño</i>	158
<i>Ilustración 32: Encarte Navideño</i>	159
<i>Ilustración 33: Diagramación Encarte de Juguetes</i>	168
<i>Ilustración 34: Maqueta Encarte Juguetes</i>	169
<i>Ilustración 35: Contact Report Encarte Juguetes</i>	172
<i>Ilustración 36: Encarte Juguetes Final</i>	173
<i>Ilustración 37: Encarte Juguetes (parte 4)</i>	175
<i>Ilustración 38: Diagramación Encarte Escolar</i>	176
<i>Ilustración 39: Moodboard Encarte Escolar (la ruta 1 fue la aprobada)</i>	176
<i>Ilustración 40: Maqueta Encarte Escolar</i>	180
<i>Ilustración 41: Presupuesto de producción Encarte Escolar</i>	186
<i>Ilustración 42: Encarte Escolar Final</i>	187

CAPITULO I: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN GRUPO ATV

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL: EMPRESA GRUPO ATV

Misión Grupo ATV

La misión principal del Grupo ATV es entretener, informar y educar a través de su programación y como complemento cumplir con todos sus compromisos pactados con el público televidente, anunciantes y trabajadores.

Visión Grupo ATV

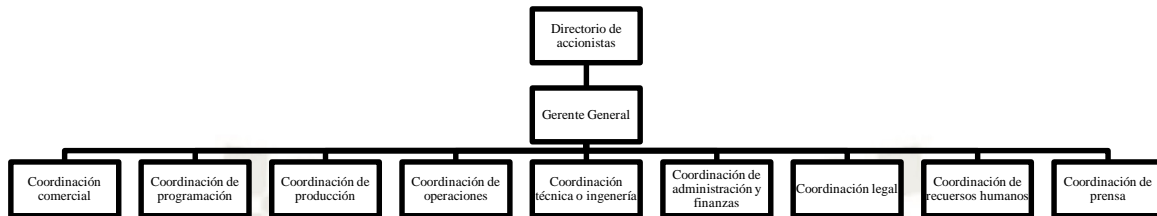
La visión del Grupo ATV es convertirse en el medio líder de entretenimiento e información sana y veraz, coherente con nuestros principios éticos y que además de entretener, aporten a la recuperación de los valores de la sociedad.

Razón social y base legal

- RUC: 20100114420
- Razón Social: Andina de Radiodifusión S.A.C.
- Tipo Empresa: Sociedad Anónima Cerrada
- Condición: Activo
- Dirección: Av. Arequipa Nro. 3570, San Isidro, Lima
- Teléfono: 01-2118800

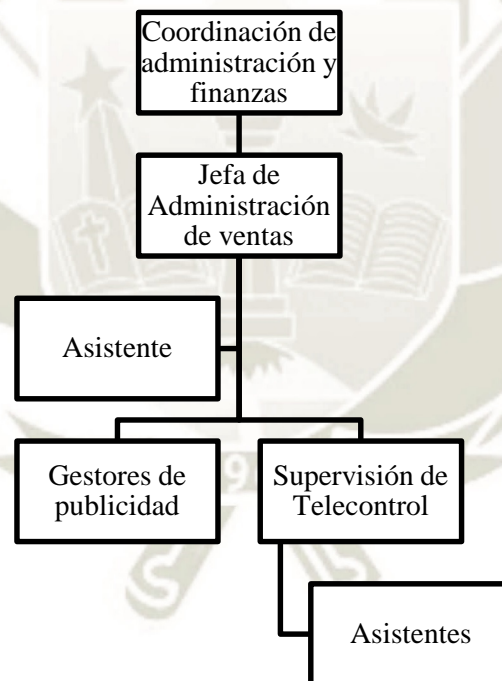
Estructura organizacional y funcional

Tabla 1: Organigrama Grupo ATV



Fuente: Grupo ATV

Tabla 2: Estructura Funcional Área Coordinación de administración y finanzas Grupo ATV



Fuente: Grupo ATV

Antecedentes históricos

El grupo comienza su formación en el año 2006 cuando ATV pasó a administrar Red TV, que le fue quitado al broadcaster peruano Genaro Delgado Parker ese mismo año por deudas con el propio canal. Después en el año 2009, el canal musical Uranio TV (Canal 15) fue relanzado bajo el nombre de La Tele dirigido al público femenino con telenovelas y películas sólo los fines de semana, y es así que, en el año 2010, las tres televisoras antes citadas se agruparon en un nuevo conglomerado al que lo denominaron Grupo ATV, debido a que ATV es la cadena base del grupo. Desde entonces, su gerente general y presidente del directorio es Marcello Cúneo, quién representa en Perú a Albavision Communications Group.

A fines de 2011, compró el canal arequipeño PerúTV y lo relanzó como ATV Sur. Al mismo tiempo en Lima, deciden lanzar un nuevo canal noticioso llamado ATV+.

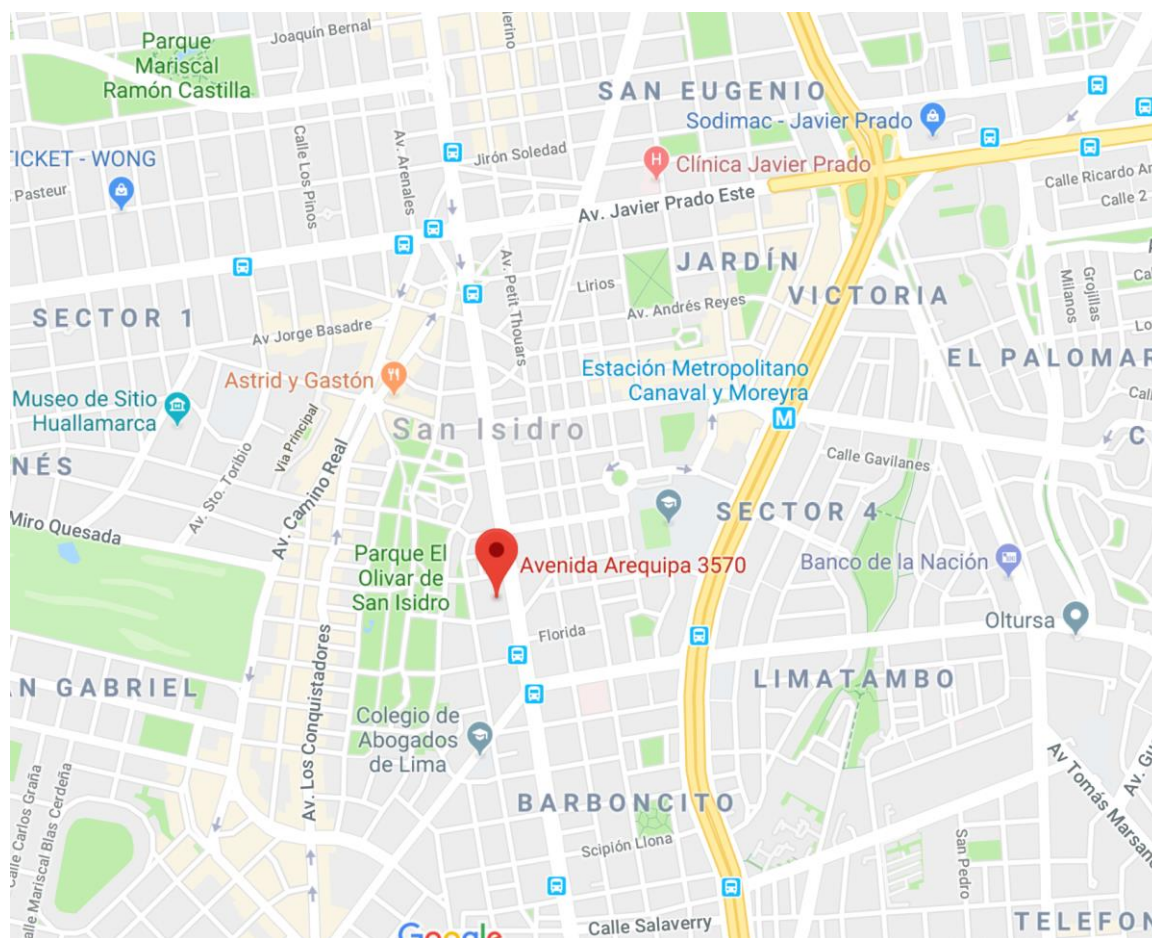
A mediados del mes de octubre del 2014 lanzan la versión HD del canal de noticias ATV+ en el sub-canal 8.1.

El 27 de marzo de 2017 se lanzó un nuevo canal llamado NexTV con una propuesta dirigida al público joven adulto y con programación de programas locales, series, películas, deportes, etc., en reemplazo de Red TV. En octubre el Grupo ATV alquiló la dial 13.2 TDT al Poder Judicial para transmitir Justicia TV como sub canal de NexTV.

El 10 de setiembre de 2018 el canal NexTV pasó a llamarse América Next luego del acuerdo comercial que mantienen hace 2 años el Grupo ATV y América Televisión con programación basada en series, novelas y programas que anteriormente eran transmitidos por América y con programación propia.

Ubicación geográfica

Ilustración 1: Ubicación geográfica Grupo ATV



Fuente: Google Maps



2. EXPERIENCIA PRÁCTICA: EMPRESA GRUPO ATV

a. PARTE INFORMATIVA

Sobre el autor

La autora del informe es Bachiller en Comunicación Social, durante el tiempo de trabajo en Grupo ATV fue practicante profesional de Administración de Ventas y Comercial con el cargo de Asistente de Telecontrol durante 3 meses (del 9 de marzo al 8 de junio de 2015) y ascendido a Supervisor de Telecontrol durante 9 meses (del 9 de junio de 2015 al 8 de marzo del 2016).

Y sus funciones fueron:

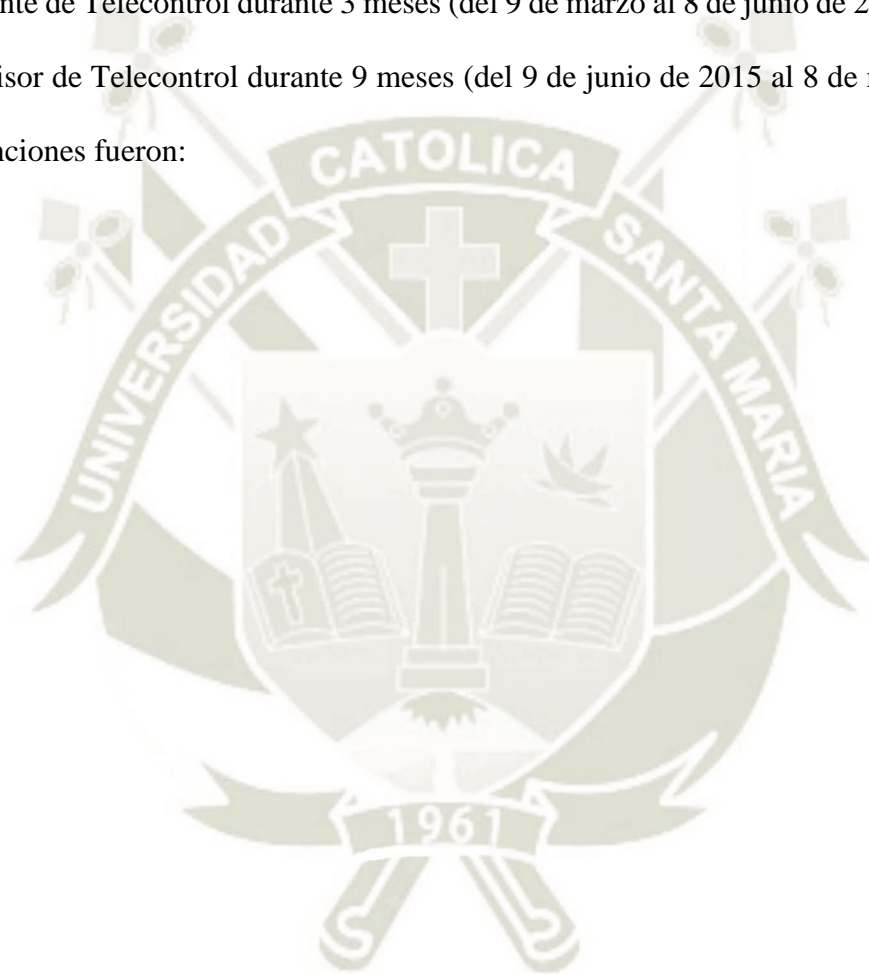


Tabla 3: Descripción de funciones de experiencia práctica en Grupo ATV

Descripción de Función	
1	Revisión de avisos programados en la rutina comercial con lo real emitido reportado por el Monitor Multimedia de Ibope.
2	Registro y reporte de avisos no emitidos, modificados o ingresados por fuera a los gestores responsables de las cuentas.
3	Seguimiento a los cobros de penalidad de avisos no emitidos por error de agencia.
4	Reportar los avisos multi marca, sándwich o con ubicaciones preferenciales para gestionar sus recargos correspondientes.
5	Revisión de Reportes de Telecontrol en fondo y forma, para su posterior paso al formato final y envío a Jefatura de Administración de Ventas.
6	Distribución de los horarios a monitorear en el área de Telecontrol (cuando se registran modificaciones en la programación de los cuatro medios).
7	Actualización de la base de anunciantes y tipos de publicidad para el área de Telecontrol.
8	Validación diaria de auspicios, créditos y canjes por programa reportado por el responsable de canjes y auspicios.
9	Informe diario y seguimiento a la publicidad no registrada en sistema para su posterior regularización en el sistema interno MMAS.
10	Seguimiento a la "Política de Menciones de Artistas o Invitados a Programas" a través de Telecontrol para su envío a la Jefatura y posterior archivo de sustento de los responsables.
11	Registro del historial de publicidad no registrada en sistema, sustentos respectivos y archivos en file.
12	Registro y seguimiento al reporte de Oportunidades de Mejora para el área de Telecontrol, e informe a los involucrados.
13	Reportes y registro de publicidad autorizada vía correo electrónico sin carta convenio

Fuente: Grupo ATV

Sobre la experiencia

– Datos organizativos:

- Nombre de la posición: Practicante Profesional de Supervisión de Telecontrol
- Tipo de contrato: practicante profesional

– Misión:

Reportar diariamente todas las emisiones comerciales transmitidas en pantalla a través del Reporte de Telecontrol, con la finalidad de tener un control comercial más riguroso y proceder a la cobranza de todos los tipos de publicidad (menciones, créditos, canjes, *inserts*, *spots*, *banners*, entre otros) que no se visualizan en Monitor Multimedia de Ibope.

– Duración y fecha:

Duración: 13 meses

Fecha: del 9 de marzo de 2015 al 8 de marzo de 2016

– Localización:

Grupo Andina de Televisión

Oficina Central: Av. Arequipa Nro. 3570, San Isidro, Lima

– Coordinación:

- Coordinación interna:

Maria Elena Valverde

Jefe de Administración de ventas y comercial

Teléfono: (01) 211-8800 anexo 35049

Celular: (51) 986621484

Correo corporativo: maria.valverde@atv.com.pe

– Responsable:

La responsable de la formulación del Informe de Experiencia Profesional es la Bachiller Meliza Adriana Andrinich Herrera.

b. TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE EXPERIENCIA EN GRUPO ATV

El trabajo está dividido en dos partes. La primera consiste en un diagnóstico operativo sobre el área de trabajo y la segunda en dos planes operativos sobre los problemas objeto de intervención profesional seleccionado por la autora del presente informe.

b.1. DIAGNÓSTICO OPERATIVO

Descripción pormenorizada de la realidad

Grupo ATV o también Grupo Andina de Televisión, es un conglomerado de medios de comunicación televisivos internacional en el que están agrupados los canales ATV, América Next, La Tele, ATV+, ATV Sur y asociados recientemente a la cadena estadounidense Telemundo y otros negocios. ATV es uno de los 63 canales de televisión que forma parte de la red de medios de comunicación por afiliación Albavisión, con presencia en Centro y Sudamérica.

Grupo ATV como empresa tiene 9 diferentes áreas, entre ellas está el área de Coordinación de Administración y Finanzas, y dentro de ella está la Sub-Área de Administración de Ventas y Comercial. En ésta área se encuentran los siguientes puestos: un Asistente de Jefatura, un Sub-Jefe, 4 personas como Gestores de Publicidad, un Supervisor de Telecontrol, el último mencionado cuenta con 4 Asistentes de Control de Pantalla.

Esta área está dedicada al ingreso y gestión de la publicidad para todos los medios del grupo. Al contar con 4 personas como Gestores de Publicidad, ellos se encargan de recibir las órdenes de publicidad desde la agencia de medios del cliente e ingresarlo al sistema propio de ATV, en este punto se ingresa el rol del Sub-Jefe del Área quien se encarga de organizar esta información en el sistema interno MMAS y programarlo correctamente en la tanda publicitaria destinada para cada programa. Además, también asiste a las reuniones de status de rating y eficiencia publicitaria que se llevan a diario de lunes a viernes junto a otros directivos.

A continuación, se coloca un ejemplo de la programación de publicidad en el sistema MMAS, en este caso los montos están tachados por temas de confidencialidad:

Ilustración 2: Ejemplo de la programación de publicidad en el sistema MMAS en Grupo ATV

Fecha: 03/03/2016 Hora: 03:32 p.m. Hoja: 1		
Nro. Orden: 2016-3-612 Fecha Inicio: 02/09/2016 Fecha Finaliz.: 31/03/2016 Nro. Ord. Agencia: 30141 Nro.Cont. Impreso: Tipo de Venta: Contado Convenio: N° 20140426-05	Empresa: GLOBALTV Emisora: GLOBALTV Agencia: MEDIA CONNECTION S.A.C. Anunciante: [CENCOSUD RETAIL PERU S.A.] Producto: METRO Ejecutivos: DANIELLA CASALINO CPR Duración: 30 CPR Costo:	Fecha Evaluación: 25/01/2016 - 21/02/2016
Material: C0000000125513 METRO - UNO GRATIS MOT 1 Duración: 27		
Med Programa GTV COMISARIO REX LMXJV 18:00-18:59 GTV COMISARIO REX LMXJV 18:00-18:59	Publicidad 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 Tanda 1 Tanda 1	Tot. Seg 27 5 136 0.00 6 182 M Neto TGRPs Pau. PRating 0.00
Material: C0000000125514 METRO - UNO GRATIS MOT 2 Duración: 26		
Med Programa GTV COMISARIO REX LMXJV 18:00-18:59 GTV ESCOBAR EL PATRON DEL MAL LMXJV 21:00-21:59	Publicidad 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 Tanda 1 Tanda 1	Tot. Seg 130 1 26 0.00 6 156 M Neto TGRPs Pau. PRating 0.00
Material: C0000000125585 METRO - UNO GRATIS MOT 3 rv1 Duración: 28		
Med Programa GTV ESCOBAR EL PATRON DEL MAL LMXJV 21:00-21:59	Publicidad 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 Tanda 1 Tanda 1	Tot. Seg 140 0.00 5 140 M Neto TGRPs Pau. PRating 0.00
TOTAL GENERAL: TGRPs Pautados: 17 488 TGRPs Proyect: 17 488 Diferencia: 0.00		
Observaciones:		

Fuente: Grupo ATV

También se muestra un ejemplo de la programación que realiza el Sub-Jefe del Área de acuerdo al tiempo destinado de tanda publicitaria para cada programa:

Ilustración 3: Ejemplo de la programación de Grupo ATV

MMASS		Fecha jueves 17 septiembre/2015		
Rutina de ATV		Fecha/Hora: 16/09/2015 06:47:07 p.m.		
		Pagina: 32 Paginas: 43		
Programa: COMBATE V1		Artística: 00:17:00		
		Tanda: 00:06:39		
Bloque: 18:30:00		Material: AA097970017201		Duración: 00:05:00
47 Corte 1 (Nac)				
Hora: 18:35				
Duración: 6'09''				
Nº MATERIAL	DESCRIPCION MATERIAL	PRODUCTO	DURACION	NRO. ORDEN
BA000000062108	P + D COMBATE JUEV	CARAMELOS	10	2015-09-0610
C0000000123394	Laive. Versión: Institucional. RD 30seg	LAIVE	30	2015-09-0650
C0000000123537	MOVISTAR - BONO POSTPAGO 4G RV2	MOVISTAR	28	2015-09-1089
C0000000122629	POETT CAMINO DE MARIPOSAS 23seg	POETT	23	2015-09-0618
C0000000123346	TELETON UNIV.PRIVADA DEL NORTE	TELETON	30	2015-09-0352
C0000000123479	KFC - VALOR POP CORN	KFC	11	2015-09-0943
C0000000123236	Asepxia Jabones SISTEMA Farmacia	ASEPXIA JABONES	22	2015-09-0641
C0000000123568	TARJETA UNICA TOPI TOP 30% DSCT	TARJETA UNICA	15	2015-09-1127
C0000000123424	CICATRIC.CREMA EXPERTOS PZA VEA	CICATRICURE CREMA	30	2015-09-0721
C0000000123471	TELETON ENTEL MUJER	TELETON	30	2015-09-0348
C0000000121901	JOHNSON BABY GOTAS DE BRILLO 30"	JOHNSON BABY	30	2015-09-0460
C0000000123324	BITEL - CAMPAÑA ICHIP	BITEL	35	2015-09-0248
C0000000123446	TELETON PZA VEA	TELETON	30	2015-09-0350
C0000000122426	LAS COSAS CLARAS 1 FARMACIA NVO	MEDICASP	20	2015-09-0590
C0000000123453	NOCAUT DE COSTA JUNGLA 25SEG	NOCAUT DE COSTA	25	2015-09-0864
48 CORTE REGIONAL				
Hora: 18:41				
Duración: 0'30''				
Nº MATERIAL	DESCRIPCION MATERIAL	PRODUCTO	DURACION	NRO. ORDEN
PA000000073186	DIA D GEN AGOSTO	PA DIA D	30	2015-09-0822
Bloque: 18:41:39		Material: AA097970017202		Duración: 00:12:00
Programa: COMBATE V1		Artística: 00:48:00		
		Tanda: 00:11:29		
Bloque: 19:00:00		Material: AA097970017201		Duración: 00:02:00
49 Corte 1 (Nac)				
Hora: 19:02				
Duración: 5'08''				
Nº MATERIAL	DESCRIPCION MATERIAL	PRODUCTO	DURACION	NRO. ORDEN
C0000000123537	MOVISTAR - BONO POSTPAGO 4G RV2	MOVISTAR	28	2015-09-1089
C0000000123361	GMO NUEVAS COLECCIONES 15SEG	GMO LENTES	15	2015-09-0581
C0000000123363	LISTERINE LANZAMIENTO 30SEG	LISTERINE	30	2015-09-0656

Fuente: Grupo ATV

Desde el 2013 la Jefatura de Administración de Ventas y Comercial emprendió un proyecto de mejora para la empresa que consiste en tener un equipo interno dedicado al control de la emisión de la publicidad, ya que la publicidad se gestionaba, pero el único medio de control de la publicidad emitida era IBOPE. IBOPE, que hoy en día se llama Kantar IBOPE Media es una empresa “que proporciona a sus clientes información importante para la toma de decisiones sobre todos los aspectos relativos a la medición, el monitoreo y la planificación de medios” (Kantar IBOPE Media, 2019), le brinda al medio y al cliente la conformidad que un aviso en televisión (y otros medios) se ha emitido o no. Siendo el único medio de verificación, en el 2015 se hace el reclutamiento y selección del personal que conforma el primer equipo de Telecontrol, y se comienza con el control de publicidad internamente. Es en esta área donde desarrolla las prácticas profesionales la autora del presente informe.

En esta nueva sub-área se encuentra el puesto de Supervisión de Telecontrol quien tiene a cargo 4 Asistentes; el Supervisor de Telecontrol se encarga de procesar la información brindada por los Asistentes, sobre la publicidad no emitida, ingresada por fuera del sistema MMAS, modificada fuera del sistema o publicidad no pagada. Y los Asistentes son responsables de visualizar todas las emisiones de cada medio en el programa propio de la empresa denominado TVControl, registrar toda la publicidad que se emite y hacer una comparación con la publicidad programada para el día revisado, todo esto se realiza un día después de emitida la programación y el trabajo es dividido de acuerdo a la carga de publicidad que tiene cada programa. Para estos puestos es necesario profesionales que tengan conocimiento en publicidad, ya que disponen del criterio para clasificar el tipo de publicidad que se emite y el entendimiento de las marcas y sus formas de publicitarse de forma tradicional y no tradicional.

Análisis de la realidad (FODA)

- Fortalezas
 - Trato y reporte directo a Coordinación de Ventas y Finanzas.
 - Telecontrol es un proyecto de control de publicidad recién ideado y puesto en marcha.
 - Se dispone de un registro histórico detallado y amplio de la publicidad emitida en los medios.
- Oportunidades
 - Único medio de comunicación que dispone de un área interna de monitoreo de publicidad emitida y no emitida.
 - Ser pioneros al brindar oportunidades de Publicidad No Tradicional a los clientes en los espacios no publicitados.
- Debilidades
 - Falta de una política interna para el cobro o sanción de la publicidad emitida sin autorización o sin cobro.
 - Falta de un proceso interno de clasificación de Publicidad No Tradicional.
 - No se dispone de un control interno de Publicidad No Tradicional emitida en programas que son autorizados directamente por las producciones de cada programa.
- Amenazas
 - Falta de cobro por publicidad que no es registrada en IBOPE, pero si es emitida.
 - Perdidas comerciales y de clientes por nuevas opciones de publicitar en televisión.

Priorización de problemas

- Problema estructural: ausencia del control completo sobre las emisiones de publicidad en todos los medios de comunicación.
- Problema principal: ausencia de una política interna sobre el tratamiento de la Publicidad No Tradicional y acciones sobre ésta.
- Problema secundario:
 - La Publicidad No Tradicional no se ha tarifado ni clasificado.
 - Falta de una metodología interna para la supervisión de publicidad emitida.

Interpretación diagnóstica

Grupo ATV y sus medios de comunicación televisiva tienen una amplia posibilidad de ofrecer espacios de Publicidad No Tradicional a sus clientes, como menciones, presencias de producto en un programa en vivo, presencia de producto en programas grabados, espacios diseñados a medida del cliente para promocionar su marca, entre otros.

La empresa al solo disponer de un área comercial y de ingreso de publicidad se ha limitado a gestionar la publicidad mas no a controlarla internamente, dando pie a que las marcas usen sus espacios no controlados (fuera de tanda publicitaria) para promocionarse de forma gratuita y sin control.

Pronóstico

La Sub-Área de Administración de Ventas y Comercial al ya disponer de una Sub-Área de Telecontrol tiene grandes posibilidades de instaurar procesos y políticas para el controlar la Publicidad No Tradicional, además de ello podrá clasificarlo y comercializarla con un tarifario, y así generar mayores ingresos para la empresa.

Potencialidades

- El trato y reporte directo a la Jefatura permitirá la fácil aprobación de actividades y propuestas de mejora.
- Telecontrol al ser un proyecto de control de publicidad nuevo existen amplias opciones de modificar y mejorar los procedimientos de acuerdo a lo que se aprenda en el camino.
- Al disponer de un registro histórico de la publicidad emitida en los medios se podrá revisar el material para la correcta clasificación de la publicidad y búsqueda de oportunidades comerciales que otros medios no disponen.

Alternativas de solución

- Proyecto para la creación del formato de puesto de supervisión de Telecontrol y Asistentes de Telecontrol.
- Proyecto para la creación de una política interna sobre el tratamiento de la Publicidad No Tradicional y acciones sobre ésta.
- Proyecto para la creación de una metodología de supervisión diaria de la publicidad.
- Proyecto para la creación de un manual de capacitación para los Asistentes de Telecontrol.

Elección del problema objeto de intervención profesional

Después de realizado el análisis minucioso sobre los problemas detectados, hemos decidido que se intervendrá el problema principal de ausencia de una política interna sobre el tratamiento de la Publicidad No Tradicional y acciones sobre ésta. Además, el problema principal de ausencia de un equipo interno destinado al control comercial de la publicidad emitida por fuera, no emitida o emitida incorrectamente, el cual ya ha sido solicitado, pero no dispone de un formato de puesto ni manual de capacitación.

b.2. PLAN OPERATIVO 1: PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA POLÍTICA INTERNA SOBRE EL TRATAMIENTO DE LA PUBLICIDAD NO TRADICIONAL Y ACCIONES SOBRE ÉSTA.

Denominación de la actividad

Proyecto para la creación de una política interna sobre el tratamiento de la Publicidad No Tradicional y acciones sobre ésta.

Justificación

Como formalización del proyecto de Sub-Área de Telecontrol y como resultado de su trabajo, la Sub-Área de Telecontrol lleva a cabo la creación de una política interna que define pautas con respecto a la Publicidad No Tradicional que emiten sus medios y las acciones que se deben tomar con respecto a ello.

Objetivos

- Establecer las pautas internas del Grupo ATV con respecto a la administración de la Publicidad No Tradicional y las acciones requeridas para su implementación.
- Ejecutar, implementar, supervisar y validar la Publicidad No Tradicional de acuerdo a convenios comerciales.

Metas

El 100% de la empresa tenga conocimiento pleno sobre la política interna sobre el tratamiento de la Publicidad No Tradicional y acciones que se deben tomar sobre ésta.

Recursos

- Humanos
 - o Jefe de Administración de Ventas y Comercial

Maria Elena Valverde

- o Asistente

Alejandra Otiniano

- o Supervisión de Telecontrol

Meliza Andrinich Herrera

- Materiales
 - o Útiles de escritorio
 - o Computador
 - o Hojas bond
 - o Impresora
 - o Files
- Financieros

El monto requerido para esta actividad es financiado en un 100% por la empresa.

Presupuesto

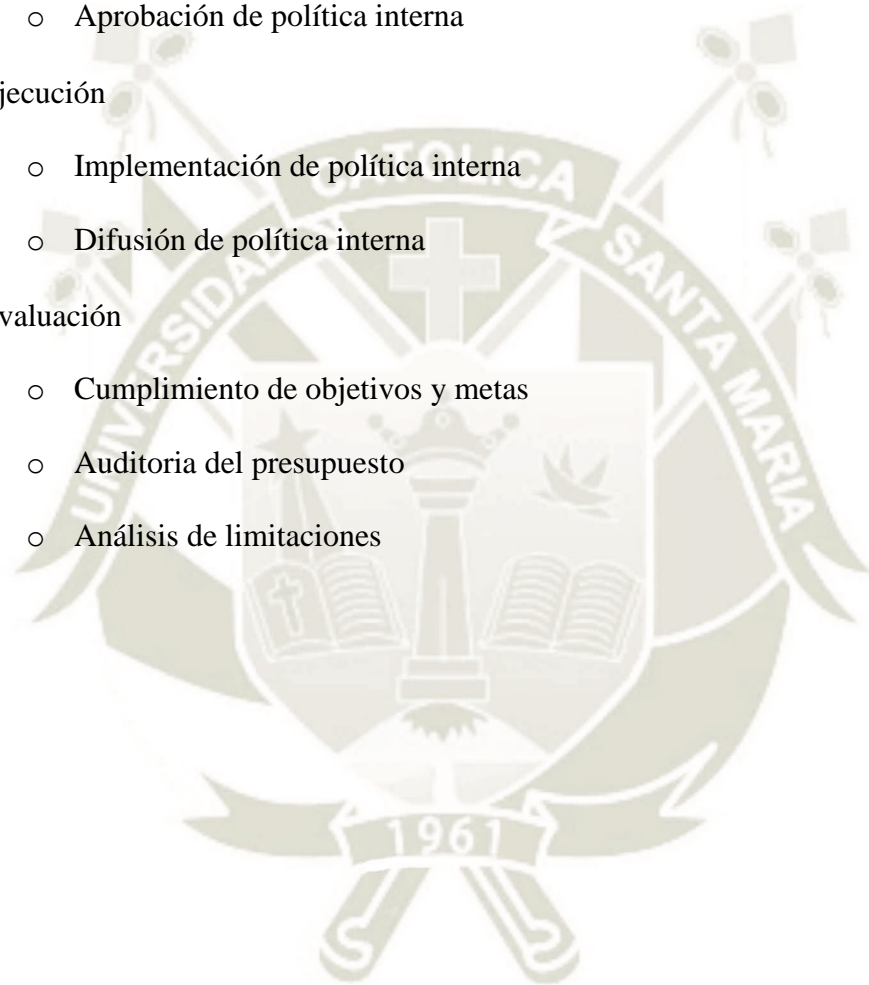
Tabla 4: Presupuesto de Plan operativo 1 en Grupo ATV

RECURSOS	CANTIDAD	COSTO (S./.)
Computador	1	El monto requerido para esta actividad será financiado en un 100% por la empresa.
Hojas bond	100	
Impresora	1	
File	100	
Útiles de escritorio	1	

Fuente: Elaboración Propia

Descripción pormenorizada de la actividad

- Preparación
 - Diseño del proyecto
 - Capacitación sobre políticas internas
 - Diseño de política interna
 - Aprobación de política interna
- Ejecución
 - Implementación de política interna
 - Difusión de política interna
- Evaluación
 - Cumplimiento de objetivos y metas
 - Auditoria del presupuesto
 - Análisis de limitaciones



b.3. PLAN OPERATIVO 2: PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN MANUAL DE CAPACITACIÓN PARA LOS ASISTENTES DE TELECONTROL

Denominación de la actividad

Proyecto para la creación de un manual de capacitación para los Asistentes de Telecontrol.

Justificación

Como formalización del proyecto de Sub-Área de Telecontrol y como resultado de su trabajo, Supervisión de Telecontrol lleva a cabo la creación de un manual de capacitación para los Asistentes de Telecontrol.

Objetivos

- Establecer las pautas internas para la correcta capacitación de los nuevos Asistentes de Telecontrol.
- Definir funciones de los Asistentes de Telecontrol.
- Definir los procedimientos que deben llevar a cabo.
- Capacitarlos con los tipos de publicidad de la empresa.
- Capacitarlos con los formatos de reportes de Telecontrol.
- Definir sus fuentes de información para los Reportes de Telecontrol.

Metas

- El 100% de las funciones de los Asistentes de Telecontrol estén habilitados y validados.
- El 100% de los procedimientos sean supervisados por el área.
- El 100% de los Asistentes de Telecontrol estén capacitados con los tipos de publicidad.
- El 100% de los Asistentes de Telecontrol estén capacitados con los Reportes de Telecontrol.

Recursos

- Humanos
 - o Jefe de Administración de Ventas y Comercial

Maria Elena Valverde

- o Asistente

Alejandra Otiniano

- o Supervisión de Telecontrol

Meliza Andrinich Herrera

- Materiales
 - o Útiles de escritorio
 - o Computador
 - o Hojas bond
 - o Impresora
 - o Files
- Financieros

El monto requerido para esta actividad es financiado en un 100% por la empresa.

Presupuesto

Tabla 5: Presupuesto de Plan operativo 2 en Grupo ATV

RECURSOS	CANTIDAD	COSTO (S./.)
Computador	1	El monto requerido para esta actividad será financiado en un 100% por la empresa.
Hojas bond	100	
Impresora	1	
File	100	
Útiles de escritorio	1	

Fuente: Elaboración Propia

Descripción pormenorizada de la actividad

- Preparación
 - o Diseño del proyecto
 - o Capacitación sobre manuales de capacitación de personal.
 - o Diseño y aprobación de manual de capacitación.
 - o Implementación de manual de capacitación.
- Ejecución
 - o Difusión de manual de capacitación.
 - o Capacitaciones.
- Evaluación
 - o Cumplimiento de objetivos y metas.
 - o Auditoria del presupuesto.
 - o Análisis de limitaciones.

c. EVALUACIÓN Y RESULTADOS: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN GRUPO**ATV****Cumplimiento de objetivos y metas***Plan Operativo 1:*

Se establecieron satisfactoriamente las pautas internas del Grupo ATV con respecto a la administración de la Publicidad No Tradicional y las acciones requeridas para su implementación. Además de ejecutar, se implementó, se supervisó constantemente y validó toda la Publicidad No Tradicional de acuerdo a convenios comerciales.

Por último, se logró que el 100% de la empresa tenga conocimiento pleno sobre la política interna sobre el tratamiento de la Publicidad No Tradicional y acciones que se deben tomar sobre ésta mediante una comunicación masiva vía correo electrónico corporativo.

Plan Operativo 2:

Se logró establecer las pautas internas en la empresa para la correcta capacitación de los nuevos Asistentes de Telecontrol. Se definió todas sus funciones y todos los procedimientos que deben llevar a cabo durante su trabajo. Se capacitó a todos los Asistentes de Telecontrol con la clasificación de tipos de publicidad que maneja la empresa, y con los formatos de reportes de Telecontrol. Se logró definir sus fuentes de información utilizados para los reportes de Telecontrol.

Auditoria del presupuesto

El presupuesto de los ambos planes operativos fue financiado al 100% por la empresa, al ser actividades de oficina no se requirió ningún presupuesto extra ni gastos adicionales.

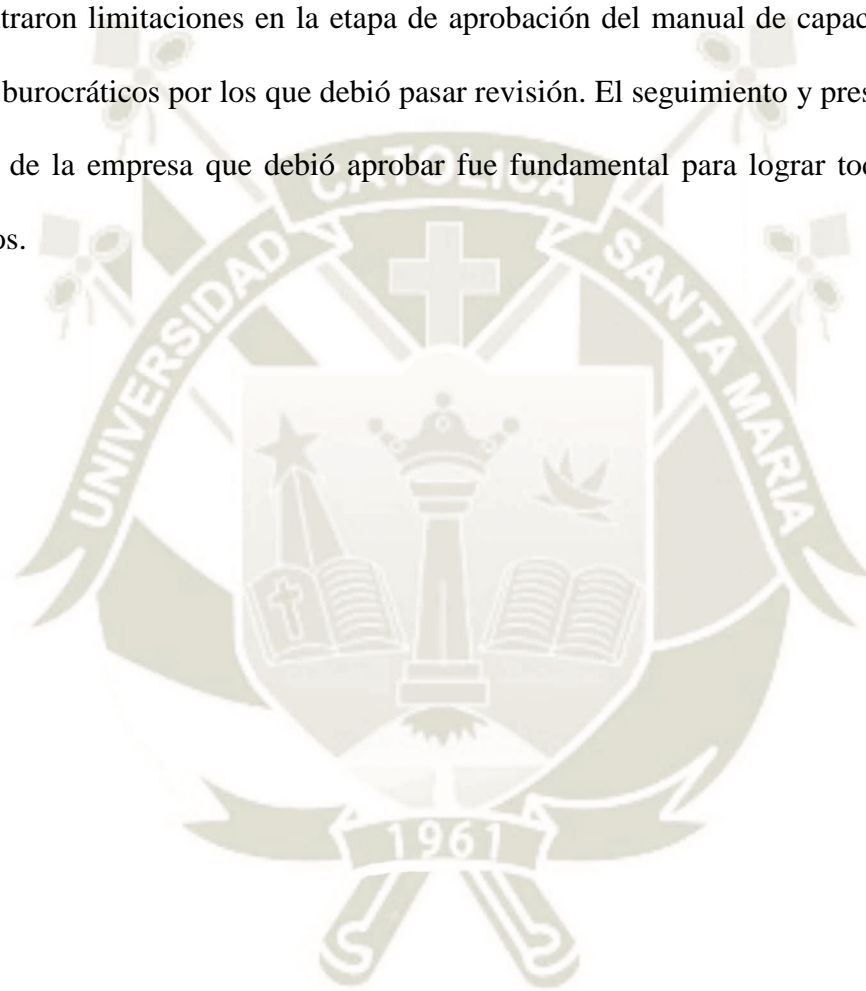
Análisis de limitaciones*Plan Operativo 1:*

Se encontraron limitaciones en el proceso de implementación de la política interna creada. La política estableció nuevos y más largos procedimientos en el trato de la Publicidad No

Tradicional. Pero la comunicación constante, clara y eficaz con cada persona involucrada en el proceso fue clave del éxito de la correcta implementación, aunque fue un proceso tedioso y largo, se implementó con éxito. Además, se logró un flujo de trabajo y comunicación muy importante.

Plan Operativo 2:

Se encontraron limitaciones en la etapa de aprobación del manual de capacitaciones por los procesos burocráticos por los que debió pasar revisión. El seguimiento y presión diaria a cada miembro de la empresa que debió aprobar fue fundamental para lograr todos los objetivos planteados.



d. SUGERENCIAS: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN GRUPO ATV

- Es recomendable que se empodere al Asistente de Telecontrol, ya que puede ser un excelente elemento para encontrar oportunidades comerciales que favorezcan a la empresa.



CAPITULO II: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN HIGH END

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL: EMPRESA HIGH END

Misión

Brindamos soluciones en publicidad a nuestros clientes.

Visión

Ser el socio publicitario ideal para todos nuestros clientes, brindándoles las soluciones perfectas para llegar su mensaje a su cliente final.

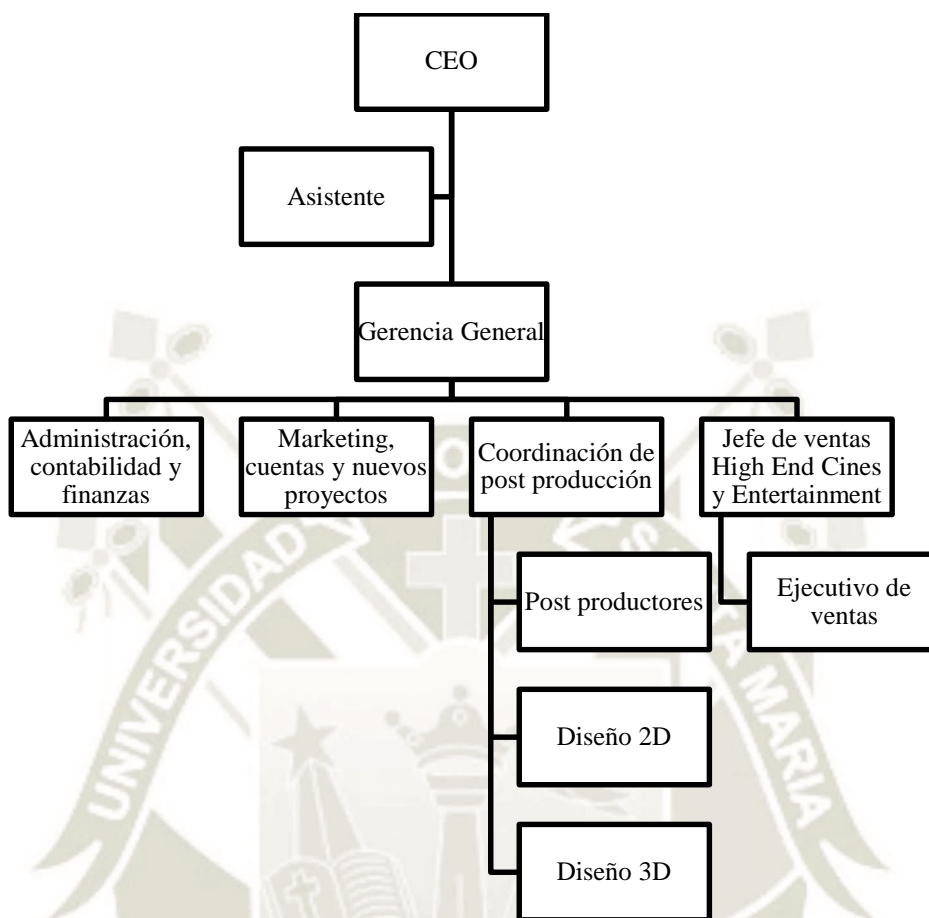
Razón social y base legal

- RUC: 20509668443 / 20555332701
- Razón Social: High End S.A.C. / Publidigital Company S.A.C.
- Tipo Empresa: Sociedad Anónima Cerrada / Sociedad Anónima Cerrada
- Condición: Activo / Activo
- Dirección: Cal. el Rosario Nro. 166, Fundo Chacarilla Santa Cruz (entre Av. Angamos y Av. Santa Cruz), Miraflores, Lima / Cal. Luis Schrader Nro. 109, Las Begonias (Paralela a la Av. Boulevard de Surco), San Borja, Lima
- Teléfono: 01 - 4468832

Estructura organizacional y funcional

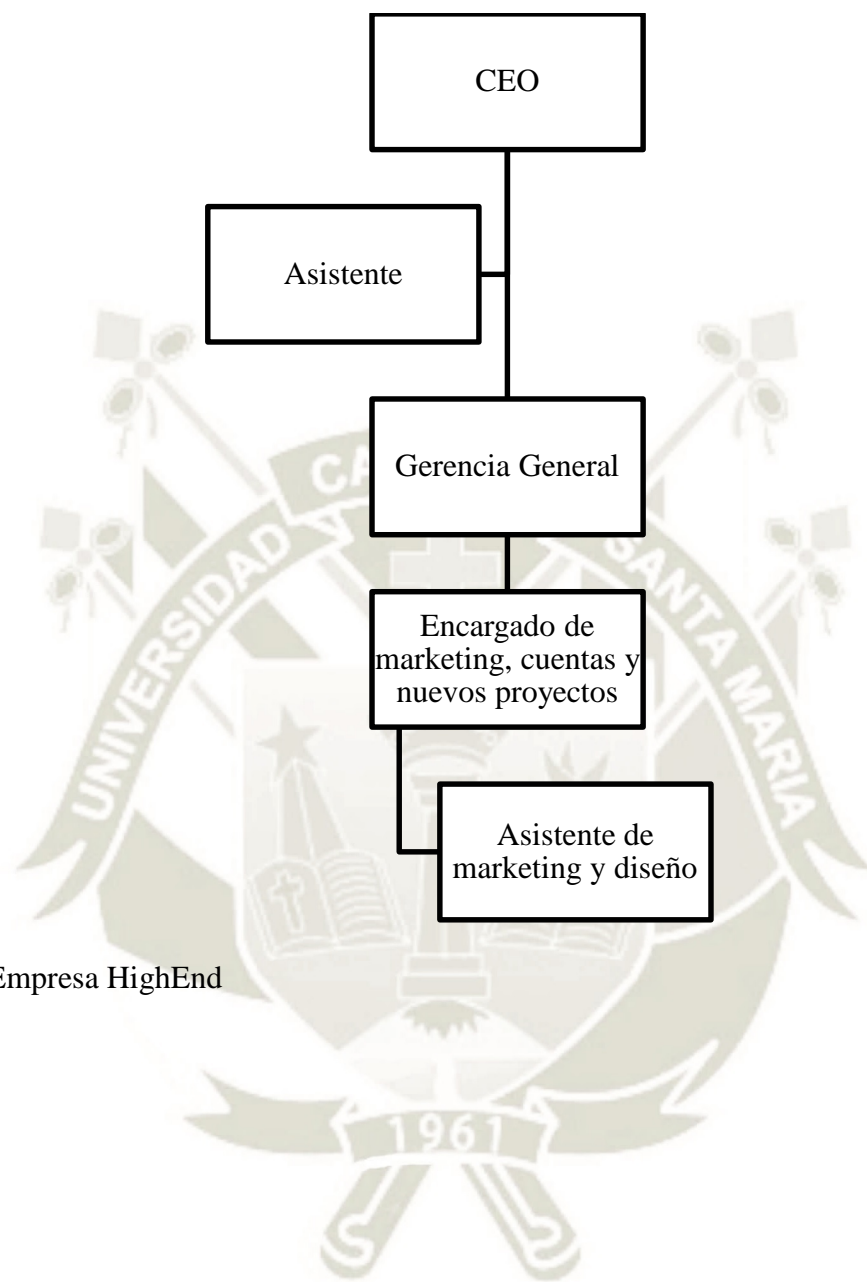
High End es una empresa con crecimiento en el rubro publicitario, dispone de 4 unidades de negocio diferenciadas por el servicio que brindan: High End Post, High End Producción, High End Cines, High End Entertainment. Y próximamente se estaría definiendo el nombre de la unidad de negocio para la agencia boutique.

Tabla 6: Organigrama High End



Fuente: Empresa HighEnd

Tabla 7: Estructura funcional High End

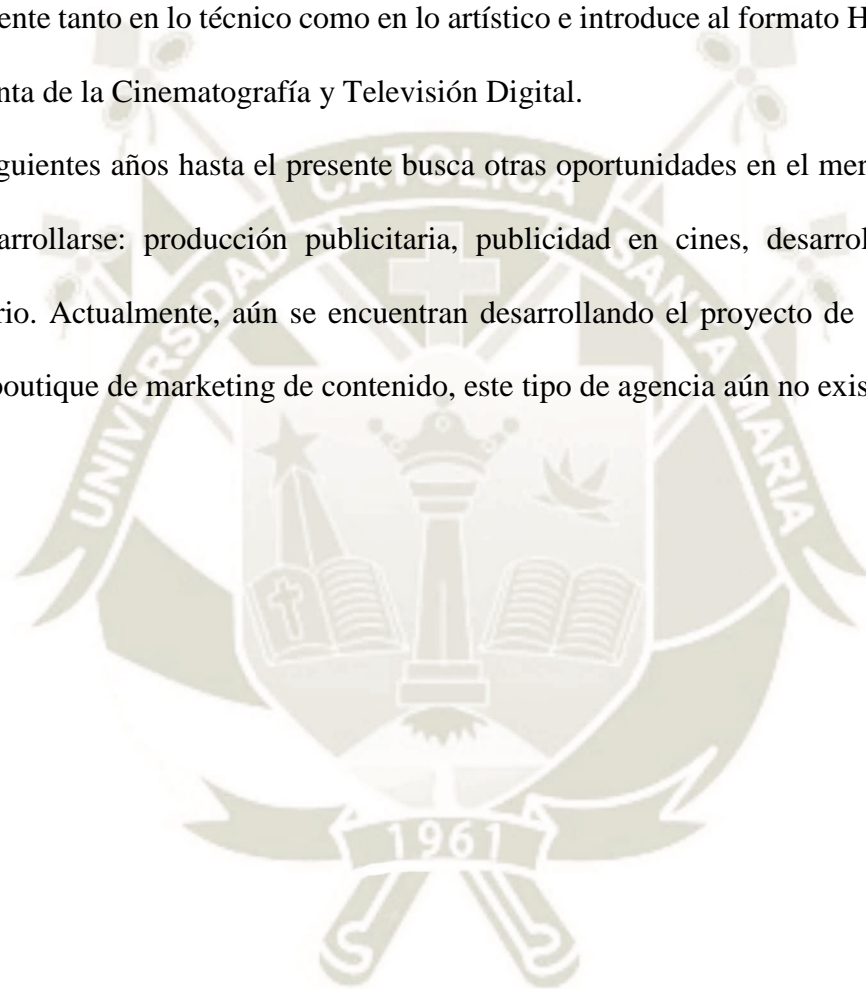


Fuente: Empresa HighEnd

Antecedentes históricos

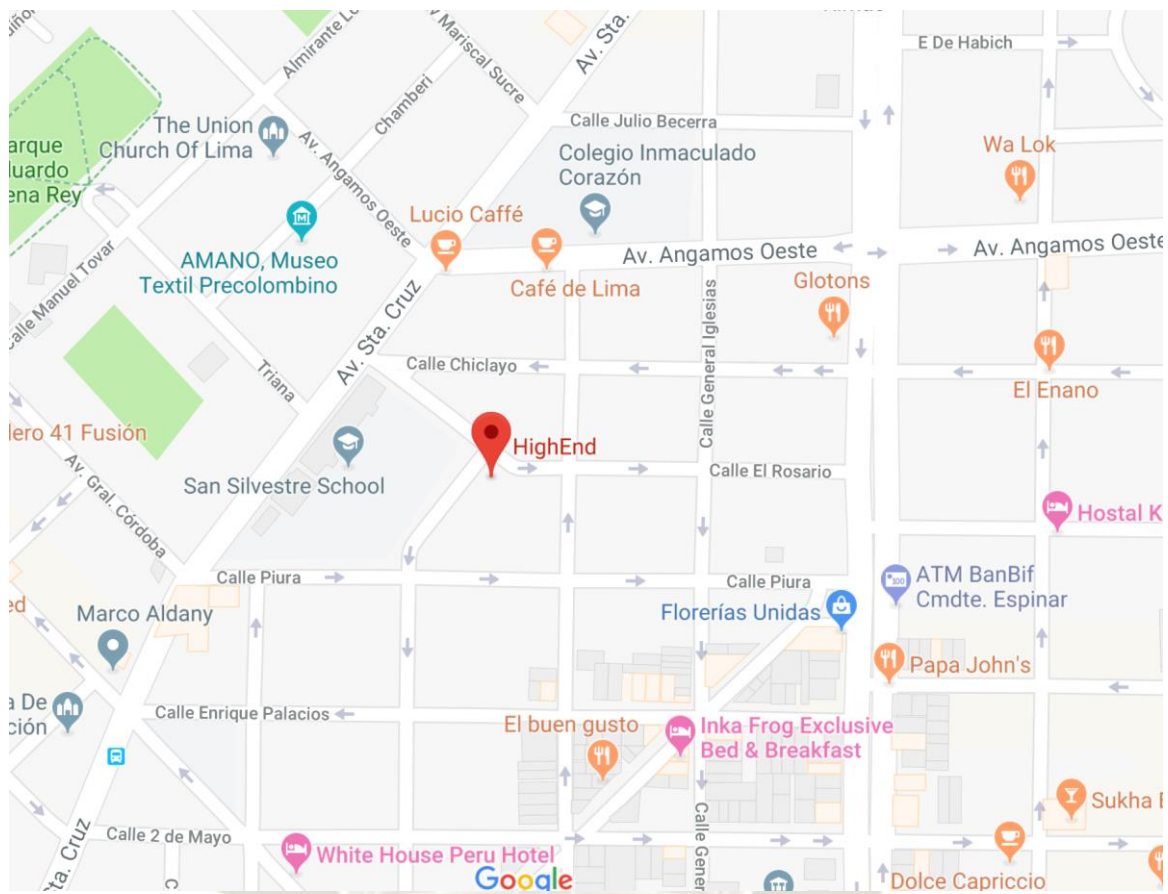
High End nace en el año 2004 especializándose en Post Producción publicitaria. Adelantándose a su época la empresa implementa como único formato para todas sus salas al HD y en su máxima calidad y tecnología, permitiendo que sus clientes puedan visualizar sus comerciales en la más alta resolución. A partir de este momento High End como grupo humano se desarrolla intensamente tanto en lo técnico como en lo artístico e introduce al formato HD como la nueva herramienta de la Cinematografía y Televisión Digital.

En los siguientes años hasta el presente busca otras oportunidades en el mercado publicitario para desarrollarse: producción publicitaria, publicidad en cines, desarrollo de contenido publicitario. Actualmente, aún se encuentran desarrollando el proyecto de implementar una agencia boutique de marketing de contenido, este tipo de agencia aún no existe en el país.



Ubicación geográfica

Ilustración 4: Ubicación geográfica High End



Fuente: Google Maps



2. EXPERIENCIA PRÁCTICA: EMPRESA HIGH END

a. PARTE INFORMATIVA

Sobre el autor

La autora del informe es Bachiller en Comunicación Social, durante el tiempo de trabajo en High End se desempeñó como Jefe / Encargado de Marketing desde el 14 de marzo de 2016 hasta el 31 de marzo del 2017. Como en toda empresa, las funciones de la autora fueron más allá de estar encargada del marketing, al tercer mes se le ofreció la oportunidad de desarrollarse también como productora ejecutiva y 3 meses después fue parte del equipo interno que desarrolló el proyecto de creación de una agencia boutique de content marketing; todo esto dentro de la misma empresa y recompensándola con ascensos y aumentos salariales.

Y sus funciones fueron:

- Marketing: creación de herramientas de comercialización para gerencia general, planificación y ejecución de eventos corporativos para a mantenimiento de clientes y potenciales cliente.
- Marketing cines: generar contenido de valor sobre el cine como medio de publicidad, y promocionar este contenido por redes sociales y por emailings a los clientes actuales y potenciales. Crear herramientas de comercialización para el área de ventas de cines con contenido adaptado para cada cliente. Planificar y ejecutar eventos corporativos que permitan la promoción del cine como medio de publicidad a clientes potenciales.
- Producción ejecutiva: en la pre producción de un proyecto se encarga del desarrollo y cambios del guion, permanentes observaciones sobre la viabilidad del proyecto, entender directamente del cliente las necesidades del proyecto, comunicación directa con el equipo interno para hacer entender las necesidades y exigencias del cliente, presupuesto y cotización de proyecto, coordinación con el casting. Durante la producción se encarga de que todo se desarrolle con normalidad y de acuerdo a la

aprobación del cliente, seguimiento del cronograma, si se requieren variaciones en lo aprobado por cliente, se encarga de gestionarlo directamente con él. En la post-producción se encarga de revisar que la creación del video se dé como se acordó con el cliente y una vez aprobado por el mismo, se encarga de hacer la entrega de los materiales a los medios correspondientes.

- Gestión de ventas en post-producción: comunicación directa con los clientes para la cotización de proyectos de post-producción, verificación interna de presupuesto y cronograma de cada proyecto, envío de presupuestos y seguimiento para su aprobación, ingreso de ventas en post-producción y coordinación directa de estas con gerencia general y contabilidad, reportes de ventas en post-producción semanal, mensual y anual.

La autora fue parte del equipo de nuevos proyectos. En este caso la necesidad de la empresa de crear una agencia boutique para sus clientes fidelizados fue identificada desde el 2014, y durante la permanencia de la autora del presente informa participó en las siguientes etapas:

- Identificación del negocio: crear una agencia boutique de content marketing.
- Desarrollo de un plan de negocio
- Buscar financiamiento interno
- Busca de proveedores
- Capacitación del equipo en temas de content marketing y gestión de proyectos

Sobre la experiencia

- Datos organizativos:
 - Nombre de la posición: Jefa de Marketing
 - Tipo de contrato: contrato de trabajo para servicios específicos

– Misión:

Liderazgo del equipo interno para llevar a cabo las estrategias de la empresa, facilitar la resolución de problemas, estar permanentemente actualizado sobre el mercado y la competencia, ejecutar los proyectos encargados, gestionar los presupuestos.

– Duración y fecha:

Duración: 12 meses

Fecha: del 14 de marzo de 2016 hasta el 31 de marzo del 2017

– Localización:

Calle El Rosario 166, Miraflores, Lima

– Coordinación:

○ Coordinación interna:

Ursula La Torre

Gerente General

Teléfono: (01) 4468831

Celular: (51) 998107456

Correo corporativo: ursula@highendpost.com

– Responsable:

La responsable de la formulación del Informe de Experiencia Profesional es la Bachiller Meliza Adriana Andrinich Herrera.

b. TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS

El trabajo está dividido en dos partes. La primera consiste en un diagnóstico operativo sobre el área de trabajo y la segunda en un plano operativo sobre el problema objeto de intervención profesional seleccionado por la autora del presente informe.

b.1. DIAGNOSTICO OPERATIVO

Descripción pormenorizada de la realidad

High End o de acuerdo a su razón social Publidigital Company, es una empresa que provee de servicios publicitarios a empresas nacionales y multinacionales, caracterizada por su alta calidad en servicios. Nació ofreciendo el servicio de post producción audiovisual en el año 2004, luego se desarrolló para ofrecer servicios de producción publicitaria para medios audiovisuales, venta de espacios publicitarios en cadenas de cines a nivel nacional, eventos de entretenimiento y como último proyecto brindando servicios de agencia boutique de marketing de contenido.

Es una empresa en crecimiento y por ello se han diferenciado 4 unidades de negocio por el servicio que brindan: High End Post (servicios de post producción), High End Producción (servicios de producción audiovisual), High End Cines (venta de publicidad en cines), High End Entertainment (producción de acciones de entretenimiento).

High End como empresa tiene 4 diferentes áreas, entre ellas está la nueva y recién creada área de marketing, cuentas y nuevos proyectos. Ésta área depende directamente de gerencia general y del CEO, y se ha creado para estar a cargo de la creación, comunicación y entrega de valor para los clientes brindando ganancias para la empresa y sus clientes. En el área se encuentran los siguientes puestos: jefa de marketing, cuentas y nuevos proyectos, y Asistente de marketing y diseño. Al ser una empresa B2B, su función principal es crear herramientas de comercialización exitosas y adaptadas a la naturaleza de cada cliente. Como es consecuente, al ser un área recién creada no cuenta con una estrategia definida ni un plan de marketing para

llevar a cabo, pero la Gerencia General y el CEO tienen alta disposición para implementar nuevas formas de promoción de sus servicios, y existen altas probabilidades de hacer muchas acciones de bajo presupuesto con los nuevos medios de comunicación digital de bajo presupuesto y que logran alto alcance, en estos mismos medios se encuentran nuestros clientes.

Análisis de la realidad (FODA)

- Fortalezas
 - Empresa en crecimiento.
 - Diversificación de servicios.
 - El área de marketing tiene trato y reporte directo a Gerencia General y CEO.
 - El área de marketing es un área recién creada y con mucho potencial.
 - Disposición interna para lograr la promoción de los servicios que brinda la empresa.
 - Empresa con más de 10 años de creación y vasto conocimiento del medio.
 - Alta calidad en los servicios.
- Oportunidades
 - Nuevos medios de comunicación digital de bajo presupuesto y alto alcance.
 - Nuevos mercados y clientes dispuestos a apostar por nuevas formas de comunicación.
- Debilidades
 - No existe una estrategia definida para la promoción de la empresa y sus servicios.
 - El lineamiento general de la empresa está enfocado en la excelencia del producto más no en cómo comunicar esto a los clientes.
 - El presupuesto planificado para marketing solo incluye la contratación del personal: jefatura y Asistente.

- Amenazas
 - o La competencia tiene una estrategia de marketing definida.
 - o Las grandes empresas de publicidad están diversificando sus servicios para ofrecer estrategias 360°.

Priorización de problemas

- Problema estructural
 - o Ausencia de un plan de marketing general.
- Problema principal
 - o Ausencia de un plan de marketing específico para cada unidad de negocio de la empresa.
- Problema secundario
 - o No se cuenta con una unidad en la imagen corporativa.
- No se utilizan medios de comunicación digital para la promoción de los servicios de la empresa.

Interpretación diagnóstica

High End tiene una gran posibilidad de definir una estrategia corporativa y de marketing que alinee sus servicios y lo proponga como un corporativo de servicios publicitarios, que le permita posicionarse como una empresa mediana y sería de servicios de alta calidad y con alto compromiso con sus clientes.

Al no haber dispuesto de un área de marketing la correcta promoción de sus servicios no se ha podido dar.

Pronóstico

High End podrá definir su estrategia de marketing y posicionarse correctamente como una empresa que brinda servicios publicitarios integrados.

Potencialidades

- Al ser una empresa en crecimiento constante, con un abanico de clientes fidelizados podrá promocionar sus diversos servicios a través de los nuevos medios de comunicación digital que le permitan tener una comunicación más directa, rápida, actualizada y constante.
- Al existir nuevos mercados y clientes con disposición de apostar por nuevas formas de promocionar sus productos, High End tiene alto potencial de brindarles un servicio integrado, con experiencia y de alta calidad.

Alternativas de solución

- Diseño e implementación de un plan de marketing general.
- Diseño e implementación de un plan de marketing específico para cada área de negocio.
- Campañas de promoción de los servicios a través de medios digitales.

Elección del problema objeto de intervención profesional

Después de realizado el análisis minucioso sobre los problemas detectados, hemos decidido que acabaremos con el problema secundario que no utilizan medios de comunicación digital para la promoción de los servicios de la empresa.

b.2. PLAN OPERATIVO 1: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DEL CINE COMO MEDIO DE PUBLICIDAD A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES.

Denominación de la actividad

Campaña de comunicación del cine como medio de publicidad a través de medios digitales.

Justificación

El cine como medio de publicidad no es prioridad para los clientes al momento de realizar su plan de medios ya que no conoces los beneficios que éste puede brindarles, es por ellos que se plantea una campaña a través de medios digitales que los informe sobre el potencial de este medio para su marca/producto.

Objetivos

Informar y promocionar sobre el potencial del cine como medio de publicidad.

Metas

- Comunicación a una base de datos de clientes actuales de 50 personas y potenciales cliente de 100 personas.
- Creación de 1 plantilla de emailing a través de la herramienta MailChimp.
- Diseño gráfico de 10 piezas publicitarias que informen el potencial del cine como medio de publicidad.

Recursos

- Humanos
 - o Jefe de marketing

Meliza Andrinich

- o Asistente

Trilce Arana

- Materiales
 - o Útiles de escritorio
 - o Computador
 - o Hojas bond
 - o Impresora
 - o Files
- Financieros

El monto requerido para esta actividad es financiado en un 100% por la empresa.

Presupuesto

Tabla 8: Presupuesto de Plan Operativo 1 en High End

RECURSOS	CANTIDAD	COSTO (S/.)
Computador	1	El monto requerido para esta actividad será financiado en un 100% por la empresa.
Hojas bond	100	
Impresora	1	
File	100	
Útiles de escritorio	1	

Fuente: Elaboración Propia

Descripción pormenorizada de la actividad

- Preparación
 - Diseño de la campaña de comunicación
 - Solicitud de correos electrónicos al área de ventas para la creación de una base de datos a quienes se enviarán los emailing.
 - Creación de base de datos en la herramienta mailchimp.
 - Base de contenido a comunicar en las piezas.
 - Programación de contenidos a comunicar en un lapso de 1 mes.
 - Diseño gráfico de las piezas de comunicación.
 - Aprobación de las piezas por gerencia general.
- Ejecución
 - Envío de emailing de acuerdo al cronograma.
- Evaluación
 - Evaluación y adaptación de siguientes piezas de acuerdo al feedback de la herramienta mailchimp.
 - Cumplimiento de objetivos y metas.
 - Auditoria del presupuesto.
 - Análisis de limitaciones.

c. EVALUACIÓN Y RESULTADOS: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN HIGH END

Cumplimiento de objetivos y metas

Plan Operativo 1:

Se logró el objetivo principal del plan de informar y promocionar a los clientes y potenciales clientes sobre el potencial del cine como medio de publicidad.

Se desarrolló una correcta comunicación a la base de datos de clientes actuales de 50 personas y potenciales cliente de 100 personas. Se creó una plantilla de emailing a través de la herramienta MailChimp, que se usará para todas las próximas comunicaciones. Y se diseñó gráficamente las 10 piezas publicitarias informativas sobre el potencial del cine como medio de publicidad.

Auditoria del presupuesto

El presupuesto fue financiado al 100% por la empresa, al ser actividades de oficina no se requirió ningún presupuesto extra ni gastos adicionales, todos los recursos digitales usados fueron gratuitos.

Análisis de limitaciones

Plan Operativo 1:

Se encontraron limitaciones en el desarrollo gráfico de las piezas ya que no existía un precedente de comunicación directa con cliente, pero se lograron desarrollar las piezas con un previo entendimiento del cliente. También se encontraron limitaciones en el performance de las piezas en los medios digitales, ya que no se contaba con experiencia previa sobre su desarrollo. Gracias a las características del mismo medio, permite que se puedan modificar y mejorar en tiempo real.

d. SUGERENCIAS: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN HIGH END

- Es recomendable que el equipo de marketing y trato directo con cliente lleve una capacitación con empresas como Google, Facebook, IMS (otras redes sociales), para el correcto y mejor manejo de la comunicación a través de estos medios digitales.
- Es recomendable la planificación interna sobre las acciones de marketing que engloben a la empresa como un todo, y utilizando una estrategia corporativa como base de esta planificación.



CAPITULO III: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN MCCANN ERICKSON

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL: EMPRESA MCCANN ERICKSON

Misión

Ayudamos a las marcas a jugar un papel significativo en las vidas de las personas.

Visión

Ser la empresa de marketing global n°1 impulsada por la creatividad, siendo el socio más importante para nuestros clientes, persiguiendo implacablemente la creatividad basada en una comprensión estratégica del negocio de nuestros clientes.

Razón social y base legal

- RUC: 20100975841
- Razón Social: MCCANN - ERICKSON CORPORATION PUBLICIDAD S A
- Tipo Empresa: Sociedad Anónima
- Condición: Activo
- Dirección: Calle Tripoli Nro. 102, urbanización José Balta, Miraflores, Lima, Perú
- Teléfono: 01-6108100

Estructura organizacional y funcional

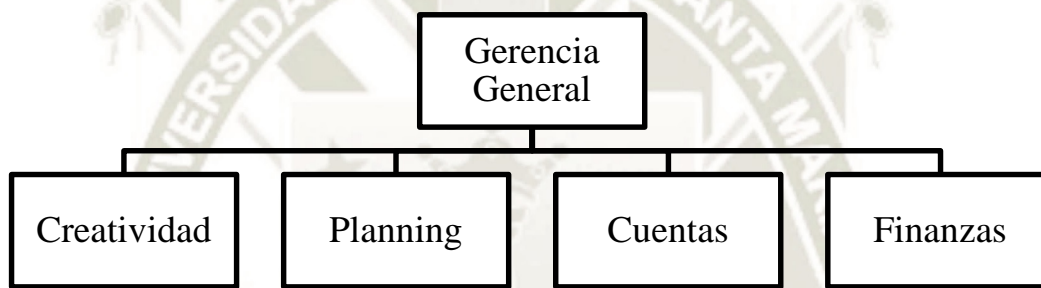
McCann Worldgroup está compuesta por McCann, MRM // McCann, Momentum Worldwide, McCann Health, CRAFT, UM, Weber Shandwick, FutureBrand y PMK-BNC y es parte del Grupo Interpublic, uno de los cuatro grandes holdings de la industria publicitaria en el mundo que invierte en la bolsa de valores de Nueva York.

Su experiencia se extiende a diferentes sectores, entre los que se incluyen: publicidad, marketing, relaciones públicas, experience & shopper, cuidado de la salud, producción, entretenimiento, medios de comunicación, marca y diseño, y tecnología.

Dentro de McCann Lima, donde la autora de este informe se desenvuelve, se encuentran las siguientes áreas:

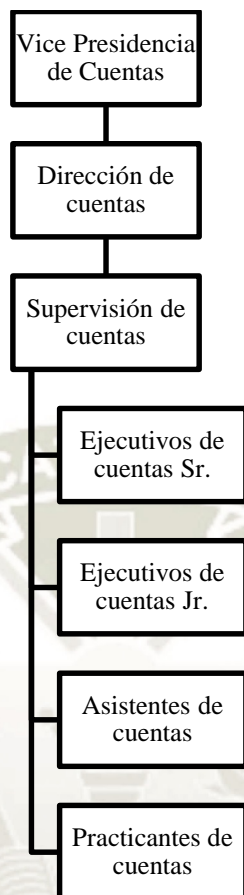
- Gerencia General
- Creatividad
- Planning
- Cuentas
- Finanzas

Tabla 9: Organigrama McCann Erickson Lima Perú



Fuente: Empresa McCann Erickson

Tabla 10: Estructura funcional área de cuentas en McCann Erickson Lima Perú



Fuente: Empresa McCann Erickson

Antecedentes históricos

Un referente excelente de la historia de McCann es un libro publicado en el 2013 denominado *Pioneers*, es un libro que cubre toda la historia de McCann, y McCann Worldgroup en América Latina y el Caribe.

De igual forma, se plasma a continuación un resumen general y cronológico sobre su historia:

1902: Alfred Erickson crea su primera agencia de publicidad en Nueva York.

1912: Harrison King McCann lanza, junto con otros cuatro socios, H.K. McCann Co, e introduce el credo "Truth Well Told" (la verdad bien dicha)

1927: McCann inaugura oficinas en París, Berlín y Londres.

1930: McCann y Erickson se fusionan.

1935: Se inauguran oficinas latinoamericanas en Buenos Aires y Río de Janeiro.

1957: McCann se convierte en la primera agencia de publicidad estadounidense en generar \$100 millones de dólares en ventas de publicidad de radio y televisión.

1959: McCann inaugura su oficina en Australia, así como oficinas en Italia, Países Bajos y Suiza.

1960: La compañía se divide en cuatro unidades operativas independientes bajo la compañía McCann Erickson, Inc. (que luego se convertiría en Interpublic Group en 1961). Inauguración de la oficina en Japón.

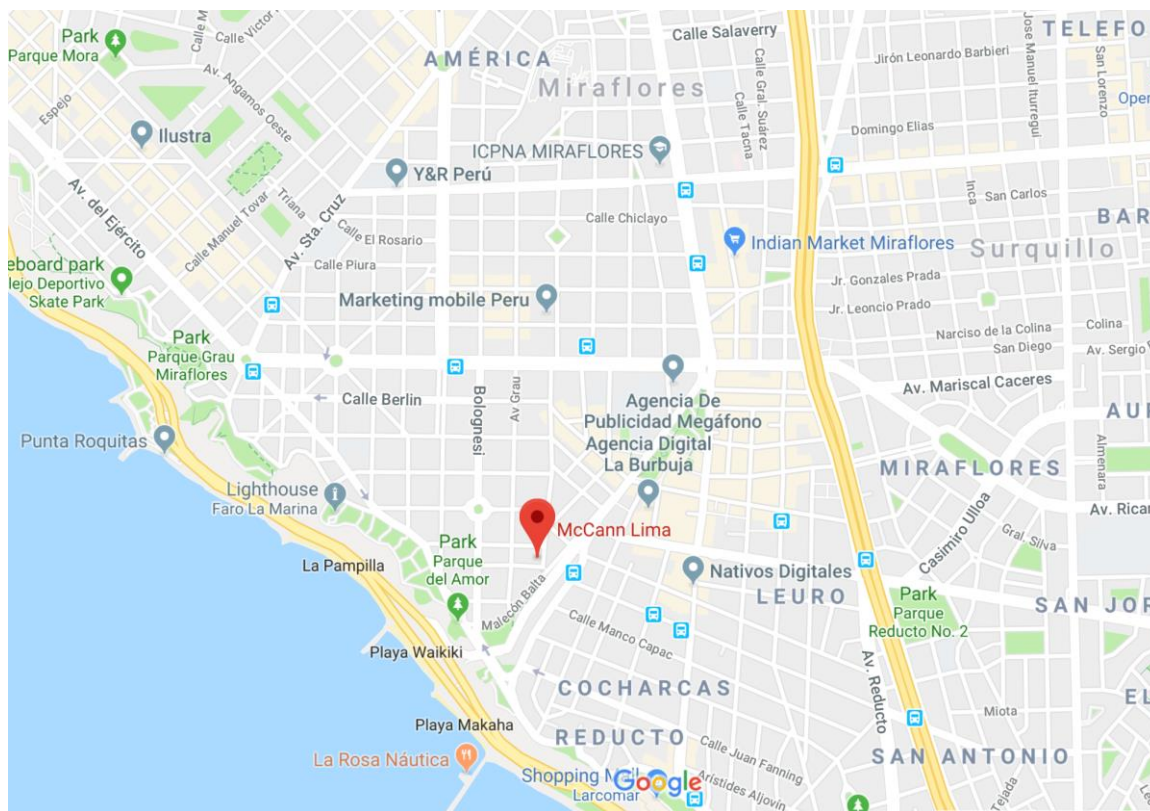
1964: El gobierno español de Francisco Franco contrata a la agencia para mejorar su imagen en Estados Unidos.

1973: McCann International y McCann US se unen para crear una agencia única: McCann Erickson Worldwide.

1997: Creación de McCann Worldgroup que incluye: McCann Erickson Worldwide, Universal McCann y lo que luego se convertiría en MRM Worldwide, McCann Healthcare Worldwide, Weber Shandwick y FutureBrand.

Ubicación geográfica

Ilustración 5: Ubicación geográfica McCann Erickson Lima Perú



Fuente: Google Maps



2. EXPERIENCIA PRÁCTICA: EMPRESA MCCANN ERICKSON

a. PARTE INFORMATIVA

Sobre el autor

La autora del informe es Bachiller en Comunicación Social, durante el tiempo de trabajo en McCann Erickson, ingresó en junio de 2017 como Asistente de cuentas para Cencosud Retail y sus dos marcas de supermercados Metro y Wong, en octubre de 2017 fue ascendida a ejecutiva de cuentas junior para las mismas marcas y en Julio de 2018 fue nuevamente ascendida a ejecutiva de cuentas senior, para dedicar el 100% de su tiempo a la marca Metro. Actualmente se sigue desempeñando en esta empresa. Y sus funciones son:

- Establecer una relación de confianza con el cliente: todas las personas del área de marketing de Cencosud.
- Entender las necesidades de la marca y los objetivos que se han establecido, a corta, mediano y largo plazo.
- Velar por todos los procesos internos de la agencia para una excelente ejecución de las campañas de publicidad, dando seguimiento constante.
- Entender el mercado y las necesidades del cliente para desarrollar estrategias efectivas.
- Planificar y ejecutar los planes y campañas de publicidad que tiene contemplado el cliente en su programación anual.
- Controlar el tiempo y evaluar el trabajo que se va a presentar a cliente
- Mantener informado al cliente, sobre las actividades propias para su marca.
- Desarrollar estrategias que sirvan de guía a todos los departamentos involucrados con la marca a cargo: creativos, finanzas, producción.
- Presentar al cliente las recomendaciones de la agencia de publicidad para cada campaña.
- Dar seguimiento de estimados de producción mensualmente.
- Controlar el presupuesto de cliente.

- Manejar el estado de cuenta y dar seguimiento al pago de sus facturas.
- Asistir a reuniones solicitadas por el cliente o la agencia y redactar luego de estas un “contact report” con el detalle de la reunión y acuerdos.
- Hacer presentaciones anuales, contemplando un análisis de situación del mercado, benchmarking y todas las recomendaciones de la agencia que ayuden a lograr el objetivo publicitario.

Sobre la experiencia

- Datos organizativos:
 - Nombre de la posición: Business Leader Executive o Ejecutiva de cuentas senior.
 - Tipo de contrato: contrato de trabajo a plazo indefinido
- Misión:

Identificar las necesidades del cliente, coordinación del trabajo y el esfuerzo de todos los profesionales que intervienen en un mismo proyecto publicitario y cumplir con los tiempos establecidos.

- Duración y fecha:

Duración: 22 meses (actualmente en curso)

Fecha: del 1 de junio del 2017 a la actualidad

- Localización:

Calle Tripoli 102, Miraflores, Lima

- Coordinación:
 - Coordinación interna:
 - Andrea Roselló

Vicepresidente de Cuentas o Business Leader Vice President

Teléfono: (01) 610-81-00 Anexo: 0113

Celular: (51) 949 709 132

Correo corporativo: andrea.rossello@McCann.com.pe

- Karina Isasi

Directora de Cuentas o Business Leader Director

Teléfono: (01) 610-81-00 Anexo: 0114

Celular: (51) 963 761 631

Correo corporativo: karina.isasi@McCann.com.pe

- Rosalyn Carrizales

Supervisora de Cuentas o Business Leader Supervisor

Teléfono: (01) 610-81-00 Anexo: 0169

Celular: (51) 995 958 371

Correo corporativo: rosilyn.carrizales@McCann.com.pe

- Responsable:

La responsable de la formulación del Informe de Experiencia Profesional es la Bachiller Meliza

Adriana Andrinich Herrera.

b. TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS

El trabajo está dividido en dos partes, la primera consiste en un diagnóstico operativo sobre el área de trabajo y la segunda en un plan operativo sobre el problema objeto de intervención profesional seleccionado por la autora del presente informe.

b.1. DIAGNOSTICO OPERATIVO

Descripción pormenorizada de la realidad

McCann es una red global de agencias de publicidad con oficinas en 120 países, es una subsidiaria de Interpublic Group, uno de los cuatro grandes holdings de la industria publicitaria en el mundo.

Ha sido responsable del éxito de varias campañas publicitarias muy reconocidas, incluyendo la campaña de MasterCard "Hay cosas que el dinero no puede comprar. Para todo lo demás existe MasterCard". Al publicista Haddon Sundblom se le atribuye frecuentemente la creación de la imagen moderna de Santa Claus de 1931 mientras trabajaba para McCann en la cuenta de su cliente Coca-Cola.

McCann maneja una amplia cartera de clientes que incluye algunas marcas globales como American Airlines, General Motors, L'Oreal, Nestlé y Unilever. Y al nivel Perú maneja marcas como Metro, Wong, AFP Habitat, Banco Ripley, tiendas Ripley, Coca-Cola, San Luis, Inca Kola, Fanta, Sprite, Sodimac, Entel, Kimberly Clark, Burger King, Cálidda, Perú 21, LATAM, Sociedad Peruana de Síndrome de Down, Pacífico Seguros, Save The Children, entre otras.

Además, fue nombrada agencia de publicidad del año por la revista Adweek en 1998, 1999 y 2000. Y también fue nombrada por tercer año consecutivo como la agencia del año en los premios EFFIE PERÚ en el año 2018.

McCann Lima como empresa tiene 4 diferentes áreas, entre ellas está el área de Cuentas, y dentro de ella se encuentran los siguientes puestos: dos Vice Presidentes de Cuentas, cada uno a su cargo de un grupo de marcas separados equitativamente divididos por Directores de

Cuentas, que a su vez tienen divididas sus marcas a cargo con Supervisores y ejecutivos de cuentas, que a su vez tienen a cargo Asistentes y practicantes de cuentas. Como estandarización de puestos, McCann Worldgroup determinó que los puestos de cuentas se denominarían “Business Leaders”, es por ello que se les puede denominar de cualquiera de las dos formas.

Ésta área está dedicada a establecer una relación de confianza con el cliente y velar por que todos los procesos de los proyectos pedidos por cliente se lleven a la perfección, en el tiempo determinado y bajo el requerimiento solicitado. Cada miembro de ésta área debe tener como sello la capacidad de solución de problemas, y debe desenvolverse como líder permanente.

Los practicantes y Asistentes de cuentas son los profesionales que están iniciando en el rubro, quienes tienen a cargo proyectos pequeños y sobre todo se encargan de apoyar y ayudar a los líderes de proyectos: ejecutivos, Supervisores o directores. Al ser una organización horizontal, aleatoriamente se les incluye en proyectos para que aprendan en la práctica, y muestren sus mejores habilidades, lo que les permite aprender a manejar situaciones problemáticas y hacerse notar para futuros ascensos.

Los ejecutivos de cuentas son los líderes de proyectos, estos pueden incluir campañas de publicidad con presencia en todos los medios de publicidad o sólo en algunos, todo depende de la programación que realiza el cliente anualmente. Sus funciones ya fueron detalladas en la parte informativa de este informe. Es frecuente que los ejecutivos de cuentas migren de una cuenta a otra dentro de la misma agencia de publicidad o hacia otras, ya que el objetivo de éstos profesionales es enriquecer sus conocimientos en la gestión de marcas de diferentes rubros y características, para luego en base a ésta experiencia establecerse en una y ser ascendidos a Supervisores o directores.

En el caso de los Supervisores de cuentas, su función además de liderar proyectos grandes, es la organización y distribución de los proyectos de cliente a sus ejecutivos y Asistentes; y junto con los Directores de cuentas y Vice Presidentes velar por el contrato que se establece con

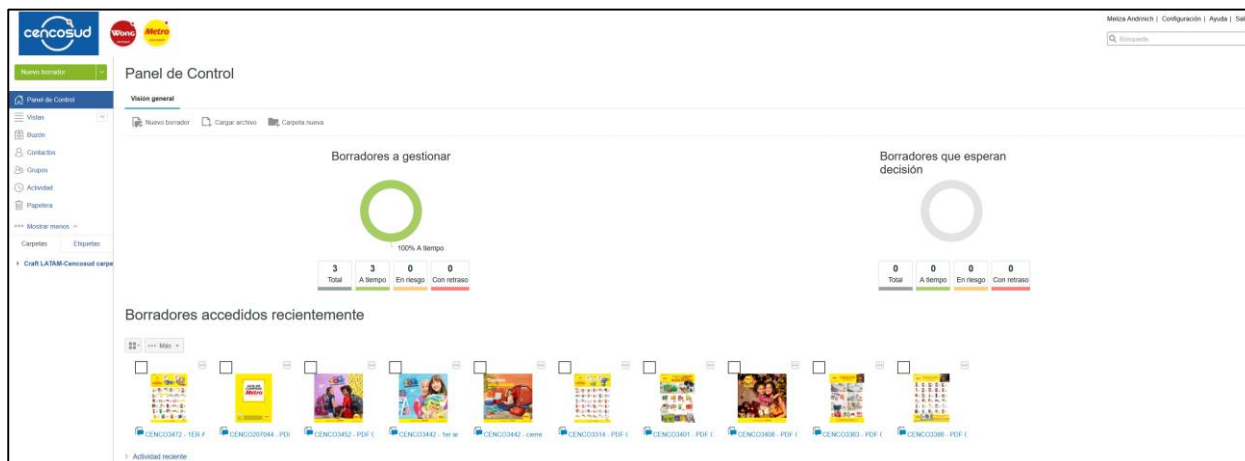
cliente, negociarlo en licitaciones, renegociarlo si es que la demanda de trabajo ha crecido en el tiempo, y buscar nuevas oportunidades en el mercado para generar nuevos negocios para la agencia. En éste último punto también participan los ejecutivos de cuentas senior.

El equipo de cuentas debe ser un grupo humano unido y que trabaje con un mismo fin, para que el éxito se refleje en el cliente y en los resultados de éste para la agencia.

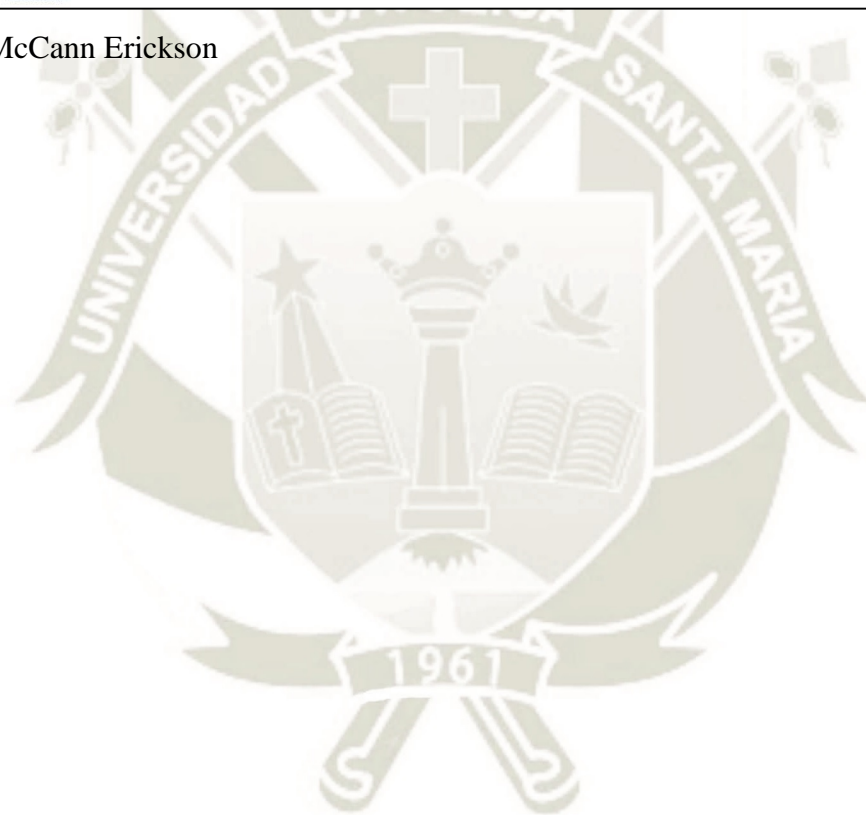
Centrados en la marca a cargo de la autora del presente informe: Metro, como marca cuenta con un flow / cronograma anual de sus campañas de publicidad en base a las desarrolladas el año anterior, que responde a necesidades comerciales de venta, son ajustadas y modificadas de acuerdo a las sugerencias de agencia. Estas sugerencias de agencia son presentadas semanalmente en la reunión de status que se lleva a cabo, donde participan todas las personas internar de Cencosud que participan en los procesos de marketing, como, por ejemplo: el propio equipo de marketing, comercial, medios, abastecimiento, contabilidad, etc.

Específicamente para Metro y por su naturaleza de cuenta retail, los proyectos se organizan de acuerdo al tipo de pieza y las correcciones se hacen a través de un sistema implementado por Craft (una empresa de McCann Worldgroup), este sistema se llama Workfront Proff, donde le permite ahorrar tiempo de alto valor a la agencia y el cliente, se puede detallar los cambios de precios o descripciones, comentarios de gráfica, adjuntar fotografías actualizadas, enviar links, etc.

Ilustración 6: Sistema Workfront Proff en McCann Erickson



Fuente: McCann Erickson



Cuando son materiales como volantes o dípticos, cliente solo se toma 1 día para hacer correcciones de precios y descripciones, agencia se toma 3 días para armar el 1er boceto con el listado de productos reales y 2 días para hacer los ajustes después de la primera corrección de cliente, en el cierre intervienen ambos haciendo envíos de ajustes mínimos de precio y legales para el correcto envío a imprenta, el tiempo de imprenta y distribución es de 4 días en total previo a la vigencia.

Tabla 11: Modelo de Gantt en McCann Erickson

VOLANTE TERCERA SEMANA DESCANSO del 24 al 31 de Octubre			
OCTUBRE	Lunes	1	
	Martes	2	
	Miércoles	3	
	Jueves	4	
	Viernes	5	Cliente envía el listado de productos
	Lunes	8	Feriado
	Martes	9	
	Miércoles	10	Agencia desarrolla el 1er. armado
	Jueves	11	
	Viernes	12	Cliente hace la 1ra. corrección
	Lunes	15	
	Martes	16	Agencia desarrolla el PDF final
	Miércoles	17	Cierre de Suplemento: agencia + cliente
	Jueves	18	Envío a imprenta
	Viernes	19	
	Lunes	22	Días de imprenta
	Martes	23	
Miércoles	24	Inicio de vigencia	

Fuente: Elaboración Propia

Seguidamente, se inserta un modelo de volante de 2 páginas. Para este material se utilizaron fotos de stock de fondos de dormitorios y de colchones, la cabecera es una bajada de la campaña base anual para la marca:

Ilustración 7: Modelo de volante de 2 páginas de la marca Metro elaborado por McCann

Erickson

ANUNCIO CONTRATADO

Una **Mujer Insuperable** merece un descanso. **Semana del Descanso**
Del 24 de octubre al 04 de noviembre

Prohibida su venta por separado de este medio.

krea

Colchón Valencia

1x	S/ 199
2x	S/ 389
3x	S/ 589

Precio Normal por unidad: S/ 230

Para elegir un buen colchón es necesario rescatar cualidades como el material, la flexibilidad y la amplitud.

krea

Colchón Marbella

1.5 Pl.	S/ 299
2 Pl.	S/ 399

Precio Normal: S/ 325

Precio Normal: S/ 415

krea

Colchón Espuma Krea D-16

1.5 Pl.	S/ 179
2 Pl.	S/ 229

Precio Normal: S/ 199

Precio Normal: S/ 269

krea

Colchón Krea Box

1.5 Pl.	S/ 399
2 Pl.	S/ 499

Precio Normal: S/ 499

Precio Normal: S/ 530

¡LLEVA FÁCIL!

¡COLCHÓN EN CAJA!

Forli

Juego Polaris Clásico

2 Pl.	S/ 999
-------	--------

Precio Normal: S/ 1,039

Forli

Colchón Forli Capella Super Side

2 Pl.	S/ 499
-------	--------

Precio Normal: S/ 549

¡2 Almohadas!

10% DSCTO. EN TODO COLCHONES Y CONJUNTOS pagando con Tarjeta Cencosud

Primeros estás tú

Metro cencosud

Encuétralos también en **Metro** **PC**

Precios más bajos... Siempre!

Fuente: McCann Erickson

Colchón Fer
2 Pl. + 2 Almohadas
S/ 529
Precio Normal: S/ 529

Colchón Force
2 Pl. + 2 Almohadas
S/ 399
Precio Normal: S/ 449

Colchón Easy
1.8 Pl.
S/ 219
Precio Normal: S/ 239

20% DSCTO.
En colchones y juegos de cama de la línea Amets

MODUPAK
Roper Andes 6 puertas + 2 cajones
S.A.P. 718951
S/ 299
Precio Normal: S/ 599

krea
40% DSCTO.
En todo muebles Krea

Fori Juego de Dormitorio Polaris 2 Plazas Perla: Box tarima con cajones + colchón + cabecera + edredón + 2 almohadas + protector
S.A.P. 735442
S/ 989
Precio Normal: S/ 1998

Exclusivo en **Metro** PERÚ Además envío gratis a todo el Perú

TCEA 16840 168.64%

Ejemplo: Por un consumo total de S/ 1,000, si un cliente de 12 meses, pagará casi 4 de S/ 138.46, que incluye el total de intereses de S/ 259.75, comisión por envío Balcón de Estado de Cuenta mensual S/ 4.90 y gastos por Seguro de Desembolso mensual S/ 7.90. Se cobra una comisión anual por morosidad de S/ 30.00. Los costos no comprenden de la fecha de pago, entre su sueldo el cobro de periodicidad por pago tardío de acuerdo al tarifario vigente. Año 200 días TFP (0.002%). Mayor información sobre los taxes, comisiones, penalidades y gastos aplicables, ingrese a www.balcónvivienda.com.pe

Condición: Promoción exclusiva en pago de 100% con Tarjeta Crédito.

Descuentos válidos con **cashback** en Tiendas Metro a nivel nacional del 24 de octubre al 04 de noviembre y/o hasta agotar stock. Stock máximo 01 unidad/centro/kg por producto. Stock y surtido sujeta a disponibilidad de Tienda. Promoción exclusiva para consumo familiar. No acumulable con otras promociones. Máximo 3 unidades/kg por cliente de toda la vigencia de la promoción. Fotos referenciales. Promoción válida sobre precio regular. Precios regulares tomados de la ciudad de Lima. Ofertas no disponibles en tiendas Metro: Huaran, Huaran Capac, La Victoria, Barranco - Ormaiztegui, Bellavista, Los Hornos - San Juan de Miraflores, Puntichil - Miraflores, Brea, Plaza Castilla, Pisco, Chumbivilcas, Chicla, Grimaldi del Sur - Pisco, Acahuasi - Huancayo - Chumbivilcas - Chicla y en Provedoras: Los Guisayares - Trujillo, Santa Victoria, La Victoria - Chicla, Castilla - Lambayeque, San Eduardo - Piura, Hunta y Aricaque Norte.

Precios más bajos... Siempre!

Fuente: McCann Erickson

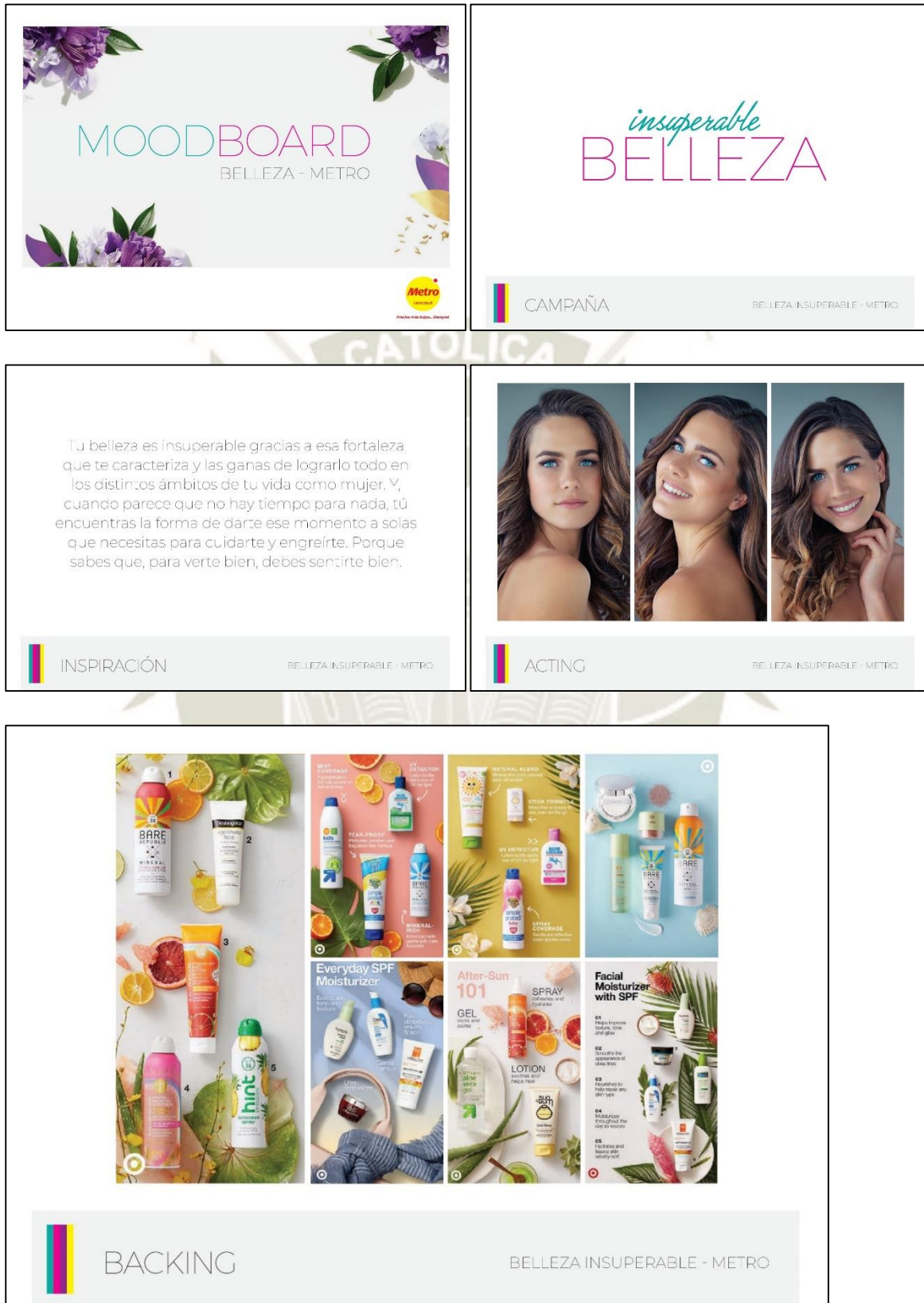
Otro tipo de material que se desarrolla para la marca son los suplementos, estos son temáticos y específicos de una categoría, pueden tener entre 8 y 16 páginas. En estos casos el primer paso se da cuando el cliente envía una diagramación del material junto con un brief (conversado o escrito), para que el creativo dentro de la agencia pueda plantear al menos dos rutas como moodboard.

Tabla 12: Modelo de diagramación que envía el cliente Metro a McCann Erickson

MINI-ENCARTE BELLEZA 20.09 AL 07.10 DEL 2018				
Página 1 CARATULA / PRODUCTO Resp. Florencia Amezcua				
Página 02 CUIDADO DEL CABELLO Savital / Sedal H&S / Pantene Dove / Freemme Konzil / Resp. Florencia Amezcua	Página 03 CUIDADO DEL CABELLO Kativa Tia Nacho Herbal Organix Resp. Florencia Amezcua	Página 04 CUIDADO DEL CABELLO Duo Palette Excellence Casting Resp. Florencia Amezcua	Página 05 CUIDADO FACIAL Ponds / Nivea Loreal / Neutrogena Tippys Resp. Florencia Amezcua	Página 06 CUIDADO FACIAL Resp. Florencia Amezcua
Página 07 CREMAS FACIALES / CORPORALES Ponds / Instituto Español Teatrical / Siluet 40 Babaria / Golcochea Resp. Florencia Amezcua	Página 8 CUIDADO CORPORAL Neutrogena Weleda Johnson Resp. Florencia Amezcua	Página 9 EPILACIÓN Gillette Shick Depile / Veet Resp. Florencia Amezcua	Página 10 JABONES LÍQUIDOS Resp. Florencia Amezcua	Página 11 MAQUILLAJE Maybelline Resp. Florencia Amezcua
Página 12 - CONTRACARÁTULA CONTRACARÁTULA Promoción de Valor Resp. Florencia Amezcua				

Fuente: Supermercados Metro

Ilustración 8: Modelo de moodboard presentado a Metro por McCann Erickson



Fuente: McCann Erickson

COLOR BELLEZA INSUPERABLE - METRO

ACTING BELLEZA INSUPERABLE - METRO

BACKING BELLEZA INSUPERABLE - METRO

COLOR BELLEZA INSUPERABLE - METRO

PERFIL DE MODELO BELLEZA INSUPERABLE - METRO

Fuente: McCann Erickson

El día que se presentan ambas rutas y luego que el cliente aprueba alguna de estas, el diseñador se encarga de armar una maqueta previa de la pieza con la cantidad de productos detallada en la diagramación, esto se presenta al cliente junto con un presupuesto de producción fotográfica.

Ilustración 9: Modelo de maqueta presentada a Metro por McCann Erickson



Fuente: McCann Erickson

CUIDADO DE LA PIEL

Lotion bottle alerts you of UV ray light

DETECTOR
Lotion bottle alerts you of UV ray light
16.90

LANZAMIENTO EXCLUSIVO
19.90

DETECTOR
Lotion bottle alerts you of UV ray light
9.90

DETECTOR
Lotion bottle alerts you of UV ray light
27.99

FACIAL insuperable

Elicae compra? Nam hostudam delut nullo adpeni sciorav er factur public vit iam strebus per vitario morbetas nos con.

1. Johnson's baby jabon liquido 15.00
2. Desodorante Plus spray 19.20
3. Secret zero Fresh Grapefruit 14.90
4. Johnson's baby jabon liquido 11.90
5. Desodorante Nivea UV & O2 13.50

15% EN CREMAS
de TEATRICAL

30% EN TODO
de POND'S

DETECTOR
Lotion bottle alerts you of UV ray light
11.70

DETECTOR
Lotion bottle alerts you of UV ray light
37.40

DETECTOR
Lotion bottle alerts you of UV ray light
22.90

FACIAL insuperable

Elicae compra? Nam hostudam delut nullo adpeni sciorav er factur public vit iam strebus per vitario morbetas nos con.

FLORAL BODYCOLOGY
Lotion bottle alerts you of UV ray light
11.70

FLORAL BODYCOLOGY
Lotion bottle alerts you of UV ray light
11.70

BODY FANTASIES
Lotion bottle alerts you of UV ray light
11.70

SPRING FLOWERS
Lotion bottle alerts you of UV ray light
11.70

20% EN COLONIA Y FRAGANCIAS

30% EN MAQUILLAJE
de MAYBELLINE

CADAFS DD DSE
Lotion bottle alerts you of UV ray light
11.70

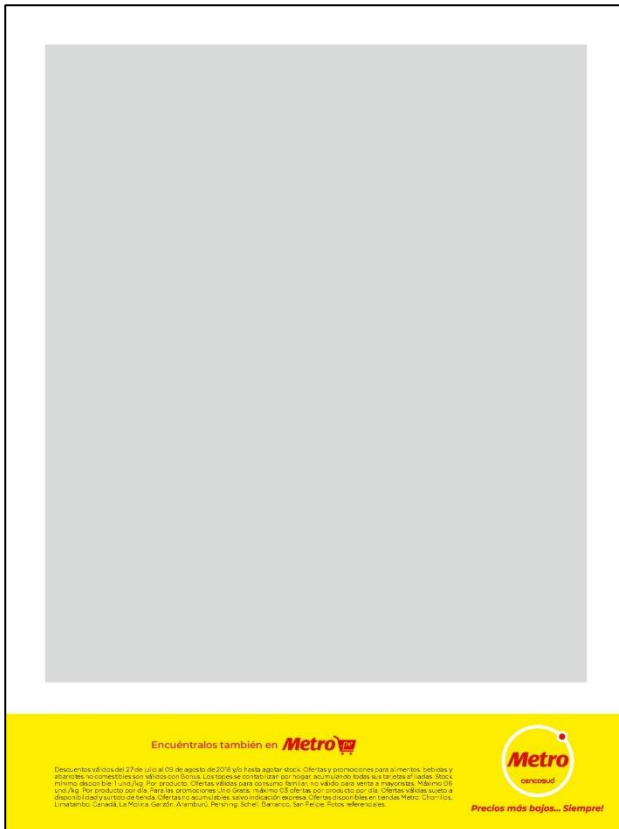
COVERAGE
Lotion bottle alerts you of UV ray light
11.70

MIST COVERAGE
Lotion bottle alerts you of UV ray light
11.70

20% EN TINTE SPRAY
de COLORISTA

CRATE DE LENE
Lotion bottle alerts you of UV ray light
11.70

Fuente: McCann Erickson



Fuente: McCann Erickson

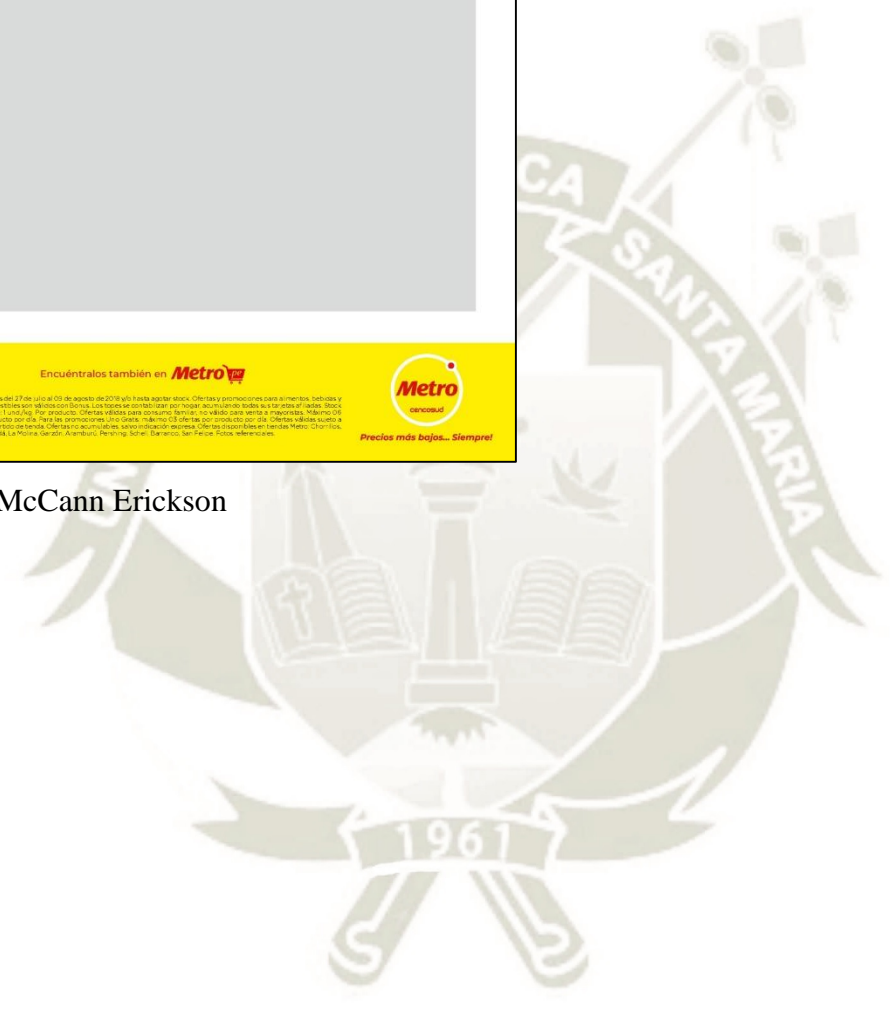


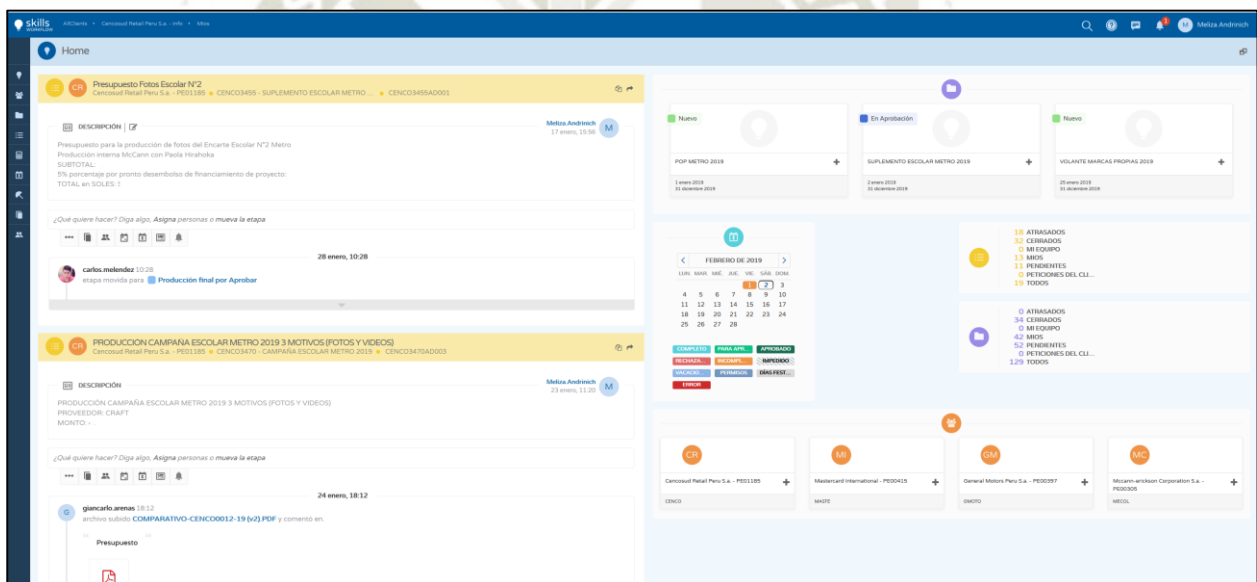
Ilustración 10: Modelo de presupuesto presentado a Metro por McCann Erickson

McCANN LIMA	
Cliente:	Cencosud Retail - METRO
Motivos:	PRODUCCIÓN INHOUSE
Fecha:	17/01/2019
METRO ESCOLAR 2	MONTO
FOTOGRAFO POR DOBLE SESIÓN	SI.
MODELOS (GRÁFICA Y DIGITAL, 1 MESES) (8) FOTOS MODELOS NIÑOS	SI.
DIRECCIÓN DE ARTE (x 4 días) María Pia Mariategui	SI.
MAQUILLAJE Y PEINADO	SI.
ESCENOGRAFÍA Y UTILERIA Backing celeste (caratula) Piso celeste (caratula) escalera blanca Backing 2 colores (pagina 2) Piso naranja Banca Backing listones amarillo piso gris Backing verde piso morado Escritorio rosado Backing blanco con ventana Piso madera Banca Blanca Silla blanca Backing listones amarillos y azul Backing amarillo Repisas amarillas estante blanco Escritorio blanco Estante blanco silla blanca Adornos de escritorio Lapiz gigante	SI.
UTILERO (x 4 días)	SI.
CATERING (x 1 día de modelos) Desayuno y almuerzo (x 20 personas)	SI.
MANTENIMIENTO (x 3 días)	SI.
SUBTOTAL	SI.
5% porcentaje por pronto desembolso de financiamiento de proyecto	SI.
TOTAL en SOLES	SI.
<p>NOTA no incluye IGV <u>Paqo a 30 días.</u></p>	

Fuente: McCann Erickson

Después de aprobado el presupuesto y la maqueta, el cliente debe enviar un listado de los productos reales que irán en cada página. Con esta información, el creativo junto al diseñador desarrollan el primer armado oficial de la pieza, con este listado de productos pueden existir algunas modificaciones que afecten el presupuesto enviado, esto se informa de inmediato al cliente y se envían los presupuestos adicionales que se requieran. El ejecutivo de la cuenta debe encargarse del ingreso del presupuesto al sistema SAP interno de la agencia y coordinar directamente con la productora y contabilidad para la entrega del efectivo para producción.

Ilustración 11: Vista general del sistema interno de McCann Erickson para la gestión de presupuestos y proyectos



Fuente: McCann Erickson

Ilustración 12: Modelo de presupuesto aprobado e ingresado al sistema interno de McCann

Erickson


McCANN-ERICKSON CORPORATION PUBLICIDAD							
CALLE TRIPOLI - 102 - (51)-1-6108100 - MIRAFLORES - RUC - 20100975841							
Presupuesto: CENCO0005-19 01.2019 JOB: PE22.CENCO3455AD001							
PO:							
Departamento : Audiovisual Cliente : CENCOSUD RETAIL PERU S.A. Dirección : CAL.AUGUSTO ANGULO NRO. 130 Ciudad : LIMA RUC : 20109072177 Contacto : Aldo Espejo				Responsable: GIANCARLO ARENAS Producto : CENCOSUD RETAIL Proyecto : SUPLEMENTO ESCOLAR METRO 2019 Trabajo : Presupuesto Fotos Escolar N°2 Tema : Presupuesto Fotos Escolar N°2 Emisión : 21.01.2019 / 13:49:42			
<p>DETALLES</p> <p>Por :</p> <p>Presupuesto para la producción de fotos del Encarte Escolar N 2 Metro</p> <p>Producción interna McCann con Paola Hirahoka</p> <p>SUBTOTAL:</p> <p>5% porcentaje por pronto desembolso de financiamiento de proyecto: S</p> <p>Monto totalo :</p> <p>Mccann Erickson</p>							
***** MONTO EN PEN *****							
PROVEEDOR	RUC	VALOR UNI.	INVERSIÓN	COMISIÓN	IGV	TOTAL	
SERVICIO: Presupuesto Fotos Escolar N°2 Costo Interno	CTD: 1 un	CP- €					
SERVICIO: 5% Financiamiento Costo Interno	CTD: 1 un	CF					
McCANN ERICKSON PERÚ				APROBACIÓN DEL CLIENTE			
1/1							

Fuente: McCann Erickson

Como se mencionó, el primer armado se caracteriza por tener la forma de la maqueta, pero con el listado de productos reales, algunas fotos de referencias cambian a diferencia de la maqueta, pero en general es similar. El primer armado es enviado al cliente a través del sistema para los ajustes necesarios, cambios o reemplazos de productos, previos a la sesión fotográfica. Cliente tiene un lapso de 2 días para realizar estos ajustes, mientras en la agencia se coordina la reunión de pre producción, entrega de muestras de productos y coordinaciones propias de la producción.

Es importante llevar a cabo una reunión de pre producción donde estén reunidos creatividad, cuentas, producción, y cliente, ya que en ella se detalla todo sobre la sesión fotográfica que se llevará a cabo: ubicación de productos, detalles del mismo, casting de modelos, utilizaría propuesta por dirección de arte, fechas límite de entrega de muestras, y cualquier otro detalle importante de acuerdo a la necesidad del suplemento. Ésta reunión se coordina mediante la ejecutiva de cuentas hacia el resto del equipo, y se lleva a cabo mínimo 2 días antes de que inicie la sesión fotográfica por si hay alguna gestión adicional que realizar en producción. Finalizada la reunión de pre producción, la ejecutiva de cuentas a cargo de la reunión realiza un “Contact Report” con todos los detalles acordados en ésta, y se lo envía a todas personas involucradas.

Ilustración 13: Modelo de Contact Reporte de McCann Erickson



CONTACT REPORT

CLIENTE : CENCOSUD
MOTIVO : Fie producción Encarte Año Nuevo 2019
FECHA : sábado, 02 de Febrero de 2019
Por Cliente : Pamela Mucha, Cynthia Mestanza
Por Agencia : Bossalvo Carrizales, Hugo Aitken, Miguel Portillo, Paola Hirahoka

En la reunión sostenida en **Cencosud**, los puntos que se tocaron fueron los siguientes:

CARATULA

- Modelo: **Naima**
- Las muestras serán recogidas de tienda, **pendiente** que cliente de ok de tienda para coordinar el recibo. Recogeremos carpa para 2 personas, colchón de 1 plaza, sleeping promocional, y **accesorio** como **cooliers**, plegable.

PAG 2

- La cantidad de productos serán 7 de acuerdo al listado, enviarán las fotos en alta.

738962	MAT DE CAMPING METALIZADO	
472156	SLEEPING 200GR ALPES 180X75 CM	
472159	SLEEPING 350GR ALPES 220X75 CM	
474266	CARPA 3P ALPES OUTDOORS	
533878	CARPA DOME 4 PERSONAS	
567131	COLCHON 2PLZ+2ALMO+INFLADOR BESTWAY	
567132	COLCHON 1PLZ+ALMO+INFLADOR BESTWAY	

PAG 3

- La cantidad de productos serán 8 de acuerdo al listado, enviarán las fotos en alta.
- Los productos se colocarán en grilla regular sin las líneas punteadas grises, será bajo la misma gráfica presentada originalmente con colores.

353735	COOLER 24QT ROJO FG2A1304MODRD RUBBER	FOTO 1
353736	COOLER 24QT AZUL FG2A1304MODBL RUBBER	FOTO 1
529194	34QT PACK(5QT+4)BLU ICE BLOCK)BLUE	FOTO 2
529195	45 QT PACK (10QT+(4)BLU ICE BLOCK)BLUE	FOTO 3
448611	BROCHETAS BEEF MAKER 25CMX100UNDS	FOTO 4
470210	PARRILLA BBO BEEF MAKER GRILL	FOTO 5
497221	PARRILLA BBO PEQUEÑA 42 CM BEEF MAKER	FOTO 5
535083	VENTILADOR BBO, BEEF MAKER	FOTO 6

564561	CAJA CHINA BEEF MAKER	FOTO 7
710717	PQO BOTELLA TAPA METAL 450ML PV19	FOTO 8
710719	PQO BOTELLA HANDLE RUBBER 760ML PV19	FOTO 8
710722	PQO BOTELLA 750ML BANDA SILICONA PV19	FOTO 8
712071	BOTELLA 330ML COLOR PV19	FOTO 8

PAG 4


- La cantidad de productos serán 4 de acuerdo al listado, se reusaran las fotos del encarte URB Verano.

397600	SILLA PLAYERA BASICA AZUL KREA	FOTO 1
397858	SILLA PLAYERA BASICA VERDE KREA	FOTO 1
399360	SILLA PLAYERA BASICA NARANJA KREA	FOTO 1
448245	SILLA PLAYERA BASICA CELESTE KREA	FOTO 1
474625	SOMBRILLA PLAYA BASIC. 1.8M VERDE TS002	FOTO 2
474626	SOMBRILLA PLAYA BASIC. 1.8M NARANJA TS004	FOTO 2
474627	SOMBRILLA PLAYA BASIC. 1.8M AZUL TS012 K	FOTO 2
474628	SOMBRILLA PLAYA BASIC. 1.8M ROJA TS009 K	FOTO 2
474629	SOMBRILLA PLAYA BASI. 1.8M T2040 AZ/VE/LI K	FOTO 2
474630	SOMBRILLA PLAYA BASI. 1.8M TS006 ROJ/AZU K	FOTO 2
474631	SOMBRILLA PLAYA BASIC. 1.8M TS003 CELEST	FOTO 2
475639	BANCO PLAYA AZUL15	FOTO 3
475640	BANCO PLAYA CELESTE15	FOTO 3
488705	BANCO PLAYA NARANJA CS0506 KREA	FOTO 3
535695	BANCO PLAYA ROJO CS0506 KREA	FOTO 3
535694	SOMB PLAYA 1.80M TS VER/AZUL PS1080, KREA	FOTO 2
567146	SOMBRILLA PLAYA BASIC 1.8M MORADA KREA	FOTO 2
567147	SOMBRILLA PLAYA BASIC 1.8M BLA/VER/AMA/A	FOTO 2
574723	SILLA PLAYERA VERDE/BLANCO KREA	FOTO 4
574724	SILLA PLAYERA ROJO/BLANCO KREA	FOTO 4
574725	SILLA PLAYERA AZUL/BLANCO KREA	FOTO 4


PAG 5

- Se considerarán 7 bodegones:

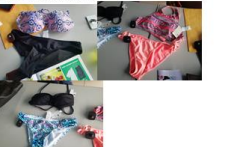
VESTIDOS MUJER




ROPAS DE BAÑO HOMBRE COLECCIÓN




ARMA TU BIKINI C/PZA



BODEGON ROPAS DE BAÑO O POLOS LICRA




POLOS LICRA LICENCIAS



(Falta ropa de baño niña, **pendiente** correo de ok de tienda para recoger las muestras)

ROPA DE BAÑO BEBES




BERMUDAS NIÑOS (**pendiente** correo de ok tienda para recoger las muestras)


PAG 6

- Se considerarán 6 bodegones:

PAREDES



BOLSOS Y GORROS



LENTES DE SOL

(**pendiente** correo para recoger muestras)

Fuente: McCann Erickson



PAG 7

- La cantidad de productos serán 9 de acuerdo al listado, enviarán fotos en alta.

535832	SET PALETA DE PLAYA + PELOTA 2 COLORES	
535833	SET PINGPONG 1ESTRELLA EXERCISE	
535834	SET PINGPONG 3ESTRELLAS EXERCISE	
722688	FLOTADOR 160*6 EXERCISE	
722898	BODYBOARD PRINT6 33" EXERCISE	
722900	BODYBOARD PRINT4 18" EXERCISE	
568059	BODYBOARD PRINT2 33" EXERCISE	
568061	BODYBOARD PRINT2 18" EXERCISE	
499463	LANZADOR DE AGUA 60 CM	

PAG 8

- La cantidad de productos serán 11 de acuerdo al listado pero en 6 llamados, se comprarán las muestras de acuerdo al listado.

158964	CR. DEP.CORPORAL HIDRAT.3 MINX100ML VEET	FOTO 1
162775	BANDAS DEPILETORIAS CERA FRIA X12 VEET	FOTO 1
163471002	DEPILE CREMA CORP ALOE X150ML + PAL	FOTO 2
163478	DEPILE CREMA PIEL SENSIBLE 3EN1 X150ML	FOTO 2

24457	CERA DEPILETORIA ALOE OLLAX200 GR.DEPILE	FOTO 2
24458	RPTO. CERA DEPILETORIA ALOEX500GR DEPILE	FOTO 2
80466002	T.FACIAL DEMAQX25PZAS NIVE, REFRESCANTE	FOTO 3
439760	MAQLAF. DES.GILLETTE VENUS X 2	FOTO 4
452712	MAQUINA AFEITAR 3 HOJAS 4 UNDS METRO	FOTO 5
452713	MAQUINA AFEITAR 4 HOJAS 3 UNDS METRO	FOTO 5
484320001	MASCARILLA MONTAGE JEUNESS, DEAD SEA MUD	FOTO 6

PAG 9

- La cantidad de productos serán 10 de acuerdo al listado pero en 2 bodegones, se comprarán las muestras de acuerdo al listado.

117915	BLOQUEADOR HID NIÑOS SPF 50 X 200 NIVEA	BODEGÓN 2
243032	N.SUN SENSITIVE SUN LOTION FP560X125 ML	BODEGÓN 2
326184	LIGHT FEEL LOT. FACIAL SPFS0 X50ML NIVEA	BODEGÓN 2
384268	BLOQUEADOR NIVEA PROTEC&BRONZE F30X125ML	BODEGÓN 2
43180	LOC. BRONC.ZANAHORIA H.TROPIC SPF10X240	BODEGÓN 1
436439	LIP BALM COCONUT H.TROPIC SPF30 X 4GR	BODEGÓN 1
25720	GEL C/VIT.A&EX240 ML COOL ALOE HAWAIIAN	BODEGÓN 1
249438	GEL BAHIA COOL ALOEX240ML	BODEGÓN 1
713190	BAHIA SUNBLOCK SPF100X120GR	BODEGÓN 1
436440	BLOQ.BABY BANANA BOAT SPF100 118ML	BODEGÓN 1

PAG 10 Y 11 (NUEVA): CARNES, POLLOS Y EMBUTIDOS

- La cantidad de productos de la pág. 10 se dividirá para la pág. 11 del nuevo pliego, las muestras se comprarán de acuerdo al listado.

114633	PIERNA ENTERA C/H C/P DE CERDO	PAG 10
152039	HAMBURGUESA DE RES 4 X 85 GR OKUNZ	PAG 10
20742	ENROLLADO ESPECIAL ALAMESA	PAG 10
718283	MIX PARRILLERO COCTAIL CERDEÑA X 500GR	PAG 10
542885	PACK HD SUJZA X460GR + HD SUJZA X230GR	PAG 10
558424	CHICHARRON DE POLLO METRO X 450 GR	PAG 10
5712	POLLO ENROLLADO DE LA CASA	PAG 11 (NUEVA)
704936	PECHUGA ESPECIAL PAVO WONG KG	PAG 11 (NUEVA)
5772	LECHON	PAG 11 (NUEVA)
562796	PACK JAMON BRAEDT Y QUESO EDAM 400GR	PAG 11 (NUEVA)
147082	BROCHETA DE PIERNA DE POLLO	PAG 11 (NUEVA)

PAG 12 Y 13 (NUEVA): PLATOS PREPARADOS CENAS

- La cantidad de productos de la pág. 12 se dividirá para la pág. 13 del nuevo pliego, las muestras se comprarán de acuerdo al listado.

577099	PACK EMPANIZADO FAMILIAR METRO	PAG 12: FOTO 1
702312	CENA BELEN METRO 6P	PAG 12: FOTO 2
201157	PECHUGA DE PAVO HORNEADA C/H	PAG 13: FOTO 1
256103	PURE DE MEMBRILLO X_KG	PAG 13: FOTO 2
44652	JAMON GLASEADO SB X_KG	PAG 13: FOTO 1
44678	PURE DE CAMOTE SB X_KG	PAG 13: FOTO 2
486257	PURE DE MANZANA PREMIUM C/PECANA Y PASAS	PAG 13: FOTO 2
739143	ENR.CERDO-TOCIN C/DAMASCO,PEC, GUINDX KG	PAG 13: FOTO 1
739145	ENR. POLLO CORDON BLEU JAMON-QUESO X KG	PAG 13: FOTO 1
99791	ARROCES NAVIDEÑAS X_KG	PAG 13: FOTO 2
99425	ENSALADA NAVIDEÑAS	PAG 13: FOTO 2

PAG 14: EMBUTIDOS, QUESOS Y ACEITUNAS

- La cantidad de productos son 11 de acuerdo al listado, se distribuye en 2 bodegones y calados.

11405	CHORIZO ITALIANO (BOL X 2KG) OTTO KUNZ	BODEGÓN 1
26209	CHORIZO T/ARGENTINO RES (BOLX2KG) OTTO K	BODEGÓN 1
29416	CHORIZO PRECOCIDO X 500 GR. SEGOVIANA	BODEGÓN 1
432233	HOT DOG PQTE 280 GR RAZZETO	CALADO 5
734021	PACK JAMONADA BRAEDT + QUESOX180G	BODEGÓN 2
471370	JAMON SANDWICH SAN FERNANDO PQTX100 GR	BODEGÓN 2
343592	MANTEQUILLA GLORIA PQTE X 400GR	BODEGÓN 4 CALADO
48232001	MANTEQUILLA C/SAL X 200 GR. LAIVE	BODEGÓN 4 CALADO
565605	PACK JAMON AMER.180G+Q.EDAM 180G LAIVE	BODEGÓN 2
3522	QUESO FRESCO METRO (MOLDE X 2KG)	BODEGÓN 3 CALADO
3506	QUESO EDAM LAIVE (MOLDE X 2.2KG)	BODEGÓN 3 CALADO

PAG 16: LACTEOS Y HELADOS

- La cantidad de productos son 11 de acuerdo al listado, la diagramación será como la pág. 2 con calados y en centro el bodegón de yogurts y helados.

702231	HELADO VAINILLA MAXIMA 1L	
719428	BEBIDA DE ALMENDRAS VAINILL VILAY 1L	
344287	LECHE GLORIA SIN LACTOSA 400G 6PACK	
59525002	LECHE EVAP GLORIA LIGHT X 400 GR 6PACK	
100482	LECHE UHT ENTERA X1L TRIPACK GLORIA	
361670	LECHE SIN LACTOSA UHTX1L TRIPACK GLORIA	
386632	LECHE UHT NIÑOS C/DHA X 3PK GLORIA	
470596001	YOGURT BEBIBLE GLORIA SLIM FRESA X 1KG	
476419001	YOGURT LAIVE GRIEGO O GRASA 120GR, FRESA	
710164	GLORIA YOG.BATT. STAR WARS X125GR	
718015001	YOGURT BEBIBLE GLORIA 185 GR , VAINILLA	

PAG 16 A LA 26: BEBIDAS, ABARROTOS, CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

- La cantidad de productos de acuerdo a listado son 11 por cada página, al tener dos hojas más del pliego agregado podremos tener 9 productos por página: 6 en calado y un bodegón superior calado de 3 productos. Estaría pendiente que nos envíen la nueva distribución de estos y cuáles estarían en bodegón para la sesión de fotos.

PAG 27: AUTOMOTOR

- En la parte inferior de la página se dividirá en 3 para ingresar el producto Glade. De no haber algún cambio y/o adición a este reporte de reunión en las próximas 24 horas, se tomará como aprobado, tanto por cliente como por agencia.

De no haber algún cambio y/o adición a este reporte de reunión en las próximas 24 horas, se tomará como aprobado, tanto por cliente como por agencia. Gracias.

Meliza Andrinich
Ejecutivo de Cuentas.

Fuente: McCann Erickson

Luego que cliente finaliza su primera corrección, se realizan los ajustes requeridos en el sistema junto a los mencionados en la reunión de pre producción, y se pule el armado del suplemento para tener todos los detalles claros en la sesión fotográfica.

Antes de iniciarse la sesión de fotos para el suplemento, se debe corroborar con producción que todas las muestras que se necesitan estén disponibles, y de acuerdo a ellas producción debe enviar a cuentas un cronograma de fotos, el cuál debe ser compartido con el cliente por si éste requiere estar presente en la toma de fotos de algún producto en especial.

En sesión de fotos es imprescindible la presencia del equipo de producción, de un representante de creatividad y de cuentas. La función de cuentas en la sesión de fotos es la de supervisar que las fotos se realicen de acuerdo a lo acordado con cliente, en el caso de creatividad es importante su intervención con el director de arte y el fotógrafo para que las fotos cumplan con los requerimientos artísticos del moodboard aprobado por cliente. Además, si existe alguna situación importante donde no se pueda cumplir con lo aprobado por las características del producto o cuales fuera, el ejecutivo de cuentas debe estar presente en la sesión fotográfica para solucionarlo en comunicación con el cliente.

Finalizada la sesión fotográfica, creatividad junto con el diseñador disponen de 2 días para insertar las fotos en el armado del suplemento, hacer algunos ajustes mínimos y enviarlo a cliente para su segunda corrección. El segundo armado del suplemento cuenta con las fotos de la sesión fotográfica sobre los textos y descripciones del primer armado, pero vale resaltar que las fotos no están con retoques finales.

Ilustración 14: Modelo de Segundo Armado de Encarte Metro por McCann Erickson

PUBLICIDAD CONTRATADA

Publicidad por la cual se contrata el servicio de publicidad de la siguiente manera:

BELLEZA *insuperable*

DEL 20 DE SEPTIEMBRE AL 07 DE OCTUBRE

Pantene Micelar + Promoción Meet & Greet con AOM

Precio más bajo... Siempre!

BELLEZA *insuperable*

Quis idela mo ventius, quoad dit C. Pimunt, quosie condum, que estridentihl tuspferirre cleigt, veroi inno? Ac vorous, et pro hum noptem diursil tultemo utlmi habons hore inat am esapio videi, se, scientist arit C. Calum henate murarecit auciam turis. Ihil curant, enoque odus consulum sena, sicutum musat, qua imus pultum publica vermisiit inproxim oaubi, unume

FRESCURA PANTENE
Alatrum eludam ne hore ac laequam orum inat, publicu illiquam litalibus duci officid quator as musumet celo tolia, impores andit poribus, tem ipis ite numpus vero molorehenda dolupus expella id maximusa.

FRESCURA PANTENE
Alatrum eludam ne hore ac laequam orum inat, publicu illiquam litalibus duci officid quator as musumet celo tolia, impores andit poribus, tem ipis ite numpus vero molorehenda dolupus expella id maximusa.

FRESCURA PANTENE
Alatrum eludam ne hore ac laequam orum inat, publicu illiquam litalibus duci officid quator as musumet celo tolia, impores andit poribus, tem ipis ite numpus vero molorehenda dolupus expella id maximusa.

FRESCURA PANTENE
Shampoo con acondicionador Pantene **14.50**

POTENTE FRESCURA
Luzi far moret adit, la re publicibus tum **14.90**

COVERAGE
Sata burnihores stinuder pultionis **14.50**

FACIAL *insuperable*

Caibus, nomralis sil tem merobes consule orum mendior ma, ceast L. eris nos sensall tum serdicare ne o et abem igit i uterfenatus

20% EN TODA LA LINEA KATIVA

25.40 **MIST COVERAGE**
Mist facial con vitamina C y ácido hialurónico. Hidratación profunda y protección solar SPF 30.

20% **COVERAGE**
Crema hidratante con ácido hialurónico y vitamina E.

20.40 **MIST COVERAGE**
Mist facial con vitamina C y ácido hialurónico. Hidratación profunda y protección solar SPF 30.

13.50 **MIST COVERAGE**
Mist facial con vitamina C y ácido hialurónico. Hidratación profunda y protección solar SPF 30.

13.70 **COVERAGE**
Crema hidratante con ácido hialurónico y vitamina E.

39.00 **MIST COVERAGE**
Mist facial con vitamina C y ácido hialurónico. Hidratación profunda y protección solar SPF 30.

65.00 **COVERAGE**
Crema hidratante con ácido hialurónico y vitamina E.

89.00 **MIST COVERAGE**
Mist facial con vitamina C y ácido hialurónico. Hidratación profunda y protección solar SPF 30.

60.00 **MIST COVERAGE**
Mist facial con vitamina C y ácido hialurónico. Hidratación profunda y protección solar SPF 30.

39.00 **MIST COVERAGE**
Mist facial con vitamina C y ácido hialurónico. Hidratación profunda y protección solar SPF 30.

129.00 **COVERAGE**
Crema hidratante con ácido hialurónico y vitamina E.

39.90 **MIST COVERAGE**
Mist facial con vitamina C y ácido hialurónico. Hidratación profunda y protección solar SPF 30.

CIPS ETEREI PRA FUEMNE TIAE PE

Fuente: McCann Erickson

FACIAL insuperable

¿Llevarse compra? Nam hostiudam delicti multo dperis uictor av effectur publici ut iam stribus pervitatio moriebata nos con.

1. Tinte luminiscente
15.90

2. Tinte Pavesa
20.90

3. Tinte Duo
12.90

4. Tinte Excellence
24.90

5. Tinte Numinisse
29.90

IT MUTE MULABIT
 Tratamiento anti-Cuticula, reduce el exceso de sebo y el tamaño de los poros. El efecto es inmediato y se prolonga hasta 48 horas. Se aplica en la zona de la cara, el cuello y el pecho. No se recomienda para pieles sensibles. Evitar el uso prolongado en zonas sensibles.

MIST COVERAGE
 Un test superlativo vs. agua, color y vida real. **12.90**

EXCELLENCE
 Para una luminosidad natural. **24.90**

NUMINISSE
 Tinte para el cabello. **29.90**

Metro

20% EN MARCAS DEPILATORIAS

1. SHICK MUJER
 En casa o en el trabajo, el afeitado nunca fue tan fácil.

2. GILLETTE VENUS
 Incluye afeitador, crema y espuma.

3. DEPILE
 Epilación definitiva.

4. VEET
 Epilación definitiva.

FACIAL insuperable

La increíble suavidad. Píntalo. De la tinte a la depilación, el cuidado facial nunca fue tan fácil.

Metro

BELEZA insuperable

LAUTE CULLANT
 30% de descuento

HI CHI VOLUPTIAE MO
 20% de descuento

DUSAPICISIT FUGIASST HARUM
 20% de descuento

FERUM QUODIT
 30% de descuento

UT LACCUM HARUM
 20% de descuento

ILICAEEST VESTESTA OLTIU CONUNT?

Metro

CUIDADO DE LA PIEL

DETECTOR
 16.90

DETECTOR
 9.90

DETECTOR
 9.90

DETECTOR
 15%

DETECTOR
 2x 9.90

30% EN TODO POND'S

LANZAMIENTO EXCLUSIVO
16.50

Metro

Fuente: McCann Erickson

FACIAL *insuperable*

Eficacia comprobada. Nam hostudam delicti nullod ageris id con efferctur public vitam sitibus per vitario mortebata nos con.

- 1. 20% más. 3 en 1. Jeringas hidratantes Dove con ácido hialurónico.
- 2. 20% más. Er Dove Serum.
- 3. 20% más. Crema hidratante de agua SECCRE.
- 4. 7.90. Ready lotion organica y con hidrolato de vitamina.
- 5. 10.90. Crema para Nivea con ácido hialurónico.

DETECTOR
Lotion bottle alerts you of UV ray light ransid od.

10% más.
Er en usiqun beque Listerine 11.6.1.3.

10% más.
Er en usiqun beque Sensodyne 1.1.1.1.1.

Metro
Precios más bajos... Siempre!

FRAGANCIAS *insuperables*

Eficacia comprobada. Nam hostudam delicti nullod ageris id con efferctur public vitam sitibus per vitario mortebata nos con.

29.90
Colonia Pacha Ibiza.

20% más.
Espuma fragancias BodyEnergy.

20% más.
E perfume BodyEnergies.

MIST COVERAGE
Lotion caperone vis igna, culturoceda neta.

20% más.
Espuma fragancias BodyEnergy.

Metro
Precios más bajos... Siempre!

CADAFS DDDSE
Lotion bottle alerts you of UV ray light on on tacto a terra you of UV ray. The hualand on panti? Lotion bottle alerts you of UV ray light on on tacto a terra you of UV ray. The hualand on panti? Lotion bottle alerts you of UV ray light on on tacto a terra you of UV ray. The hualand on panti?

30% EN MAQUILLAJE
MAYBELLINE

COVERAGE
Lotion bottle alerts you of UV ray light ransid od.

MIST COVERAGE
Lotion bottle alerts you of UV ray light ransid od.

20% EN TINTESPRAY
COLORISTA

CRTATE DE LENE
Lotion bottle alerts you of UV ray light on on tacto a terra you of UV ray. The hualand on panti? Lotion bottle alerts you of UV ray light on on tacto a terra you of UV ray. The hualand on panti?

Metro
Precios más bajos... Siempre!

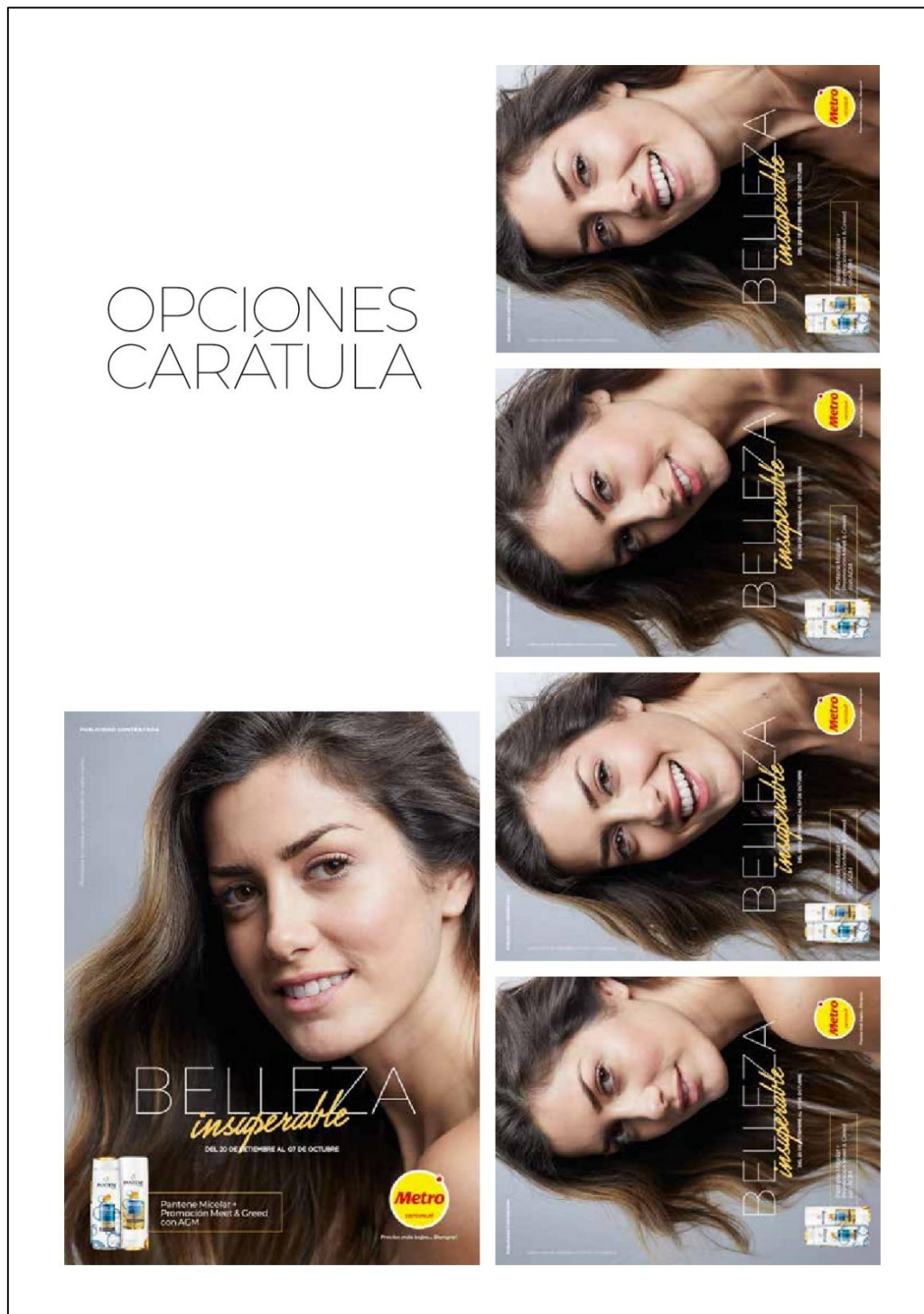
Encuéntralos también en **Metro**

Metro
Precios más bajos... Siempre!

Fuente: McCann Erickson

Al mismo tiempo que se envía el segundo armado a cliente, se le envía las opciones de fotos que propone agencia en caso que la propuesta en el armado no sea aprobada, y cliente aprueba alguno el mismo día. Adjunto las opciones de fotos enviadas a cliente:

Ilustración 15: Modelo de opciones de fotos que propone agencia a cliente



Fuente: McCann Erickson

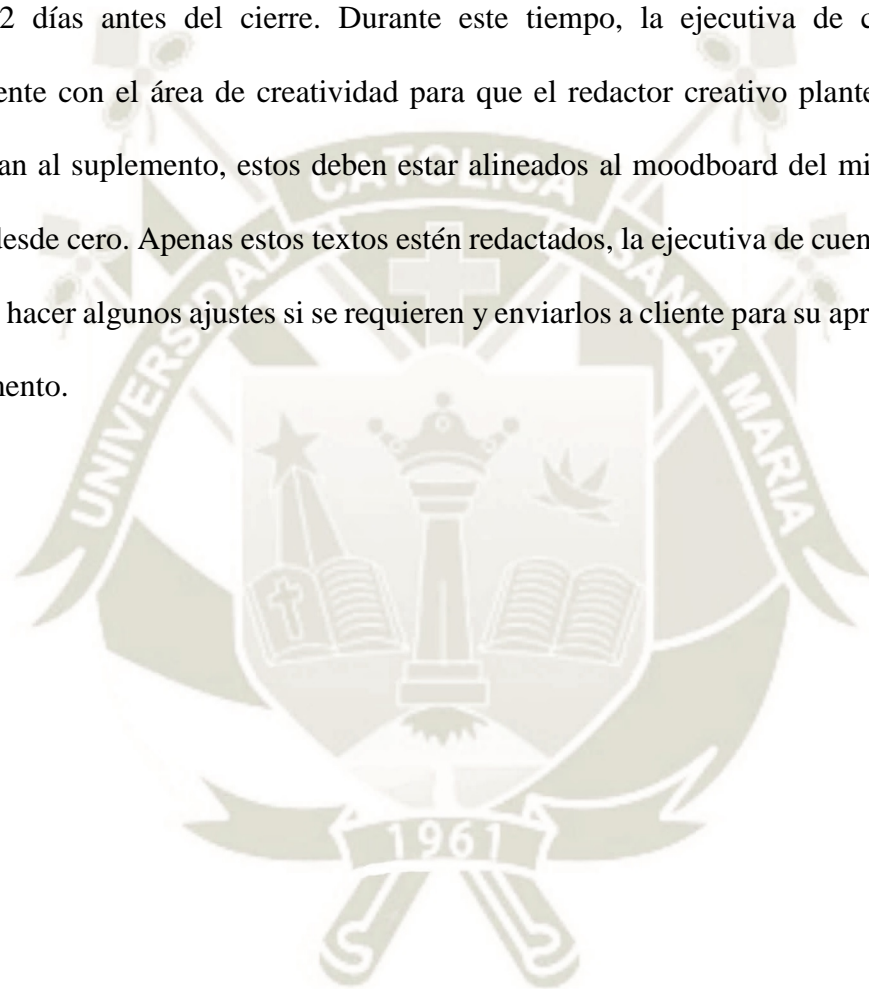


Fuente: McCann Erickson



Fuente: McCann Erickson

Durante los 2 días que dispone cliente para hacer los ajustes que considere conveniente, la ejecutiva de cuentas junto al equipo de creatividad debe supervisar que los retoques fotográficos se estén llevando a cabo con prioridad, frecuentemente los retoques se envían a cliente con 5 días de anticipación al cierre del suplemento, pero dependiente del cronograma del área de pre prensa éstos pueden demorar más o menos, siempre y cuando se envíen a cliente mínimo 2 días antes del cierre. Durante este tiempo, la ejecutiva de cuentas coordina directamente con el área de creatividad para que el redactor creativo plantee los textos que acompañan al suplemento, estos deben estar alineados al moodboard del mismo y deben ser creados desde cero. Apenas estos textos estén redactados, la ejecutiva de cuentas se encarga de filtrarlos, hacer algunos ajustes si se requieren y enviarlos a cliente para su aprobación e inserto al suplemento.



Adjunto los textos creados y enviados a cliente:

Ilustración 16: Modelo de propuestas de textos enviado a cliente

<p>ENCARTE BELLEZA METRO</p> <p>Página 2</p> <p>BELLEZA INSUPERABLE</p> <p>La belleza es una cuestión de actitud, ser bella es ser auténtica. Cuando has reconocido tu propia historia y te muestras sin ningún temor tal como eres, revelas lo mejor de ti y entras en sintonía contigo misma. Por ello, nunca debes dejar de mimarte y cuidarte todos los días, para siempre lucir e irradiar tu esencia. Porque ser auténtica, es ser una mujer insuperable.</p> <p>EL PODER DE TU BELLEZA</p> <p>La auténtica belleza nace cuando te aceptas a ti misma de forma íntegra y plena. Es esta autenticidad la que te confiere un verdadero poder de seducción que, en conjunto con el resultado de los mimos y cuidados que te regalas, es la clave de tu lado más atractivo.</p> <p>UNA BELLA PERSONALIDAD</p> <p>Hay varias formas en las que la belleza se refleja en la actitud de las personas. Tal vez puedas ser el tono sereno y amable de su voz, una tímida sonrisa o una mirada profunda. La única manera de descubrirlo es dejando fluir tu personalidad y cuidando siempre tu esencia.</p> <p>PANTENE MICELAR</p> <p>Purifica e hidrata tu cabello desde la raíz hasta las puntas.</p> <p>ELVIVE ÓLEO</p> <p>Nutrición intensa y brillo extraordinario para tu cabello.</p> <p>DOVE NUTRICIÓN</p> <p>Para un cabello más ligero, manejable, fuerte y limpio.</p> <p>Página 3</p> <p>CABELLO INSUPERABLE</p> <p>Un cabello sano y bien cuidado proyectará una mejor imagen de ti hacia los demás. No olvides mantenerlo siempre bien nutrido e hidratado.</p> <p>HERBAL ESSENCES</p> <p>Revitaliza tu cabello con ingredientes naturales.</p> <p>GARNIER FRUCTIS</p> <p>Hidrata tu cabello con las propiedades del coco.</p> <p>TÍO NACHO ENGROSADOR</p> <p>Cabello visiblemente más grueso, abundante y resistente.</p> <p>Página 4</p> <p>KERATIN PROTEIN</p> <p>Suaviza y renueva tu cabello.</p>	<p>COCONUT OIL</p> <p>Hidrata y fortalece todo tipo de cabello.</p> <p>LOCIÓN WELEDA</p> <p>Limpia y tonifica tu piel en un solo paso.</p> <p>ACEITE WELEDA</p> <p>Previene y mejora visiblemente el estado de tu piel.</p> <p>BELLEZA NATURAL Y EXCLUSIVA</p> <p>La línea exclusiva de productos orgánicos de belleza Weleda es el resultado de un proceso comprometido con el medio ambiente. Estos se caracterizan por no contener ingredientes químicos u otro tipo de componentes que podrían ser perjudiciales para tu salud a largo plazo. Regálate un momento para descubrir los beneficios de productos que te cuidan tanto a ti como al planeta.</p> <p>Página 5</p> <p>COLOR INSUPERABLE</p> <p>El color de tu cabello dice mucho de tu personalidad y siempre puedes experimentar. Atrévete a cambiar y redescubre una nueva imagen de ti.</p> <p>EL COLOR DE TU ACTITUD</p> <p>El color de cabello es un rasgo que define nuestro propio estilo y marca la diferencia. Pero cuando es la primera vez que decides cambiarlo, es normal que puedan surgir muchas preguntas en torno al color ideal para ti. En este caso, lo recomendable es escogerlo de acuerdo a tu tono de piel y rasgos faciales.</p> <p>DUO COLOR NUTRITION</p> <p>Brinda a tu cabello un color más profundo y duradero.</p> <p>Página 6</p> <p>SCHICK MUJER</p> <p>Garantiza la máxima efectividad y suavidad.</p> <p>GILLETTE VENUS</p> <p>Para una depilación suave y duradera.</p> <p>SUAVIDAD INSUPERABLE</p> <p>Encuentra el método ideal para tu piel y despidete de la irritación al momento de la depilación. Disfruta del máximo cuidado y de la mayor suavidad.</p> <p>DEPILE</p> <p>Te ofrece resultados que duran semanas.</p>
---	---

<p>VEET</p> <p>Te facilita la tarea de la primera depilación.</p> <p>Página 7</p> <p>HIDRATACIÓN INSUPERABLE</p> <p>DOVE DEEPCARE</p> <p>Hidrata y nutre tu piel dejándola con un exquisito aroma.</p> <p>JOHNSON'S BODY LOTION</p> <p>Renueva tu piel con las propiedades de la granada y uva.</p> <p>BABARIA BODY MILK</p> <p>Reafirma tu piel con los beneficios de la vitamina E.</p> <p>NIVEA MILK NUTRITIVA</p> <p>Hidrata profundamente y proporciona suavidad por más tiempo.</p> <p>INSTITUTO ESPAÑOL</p> <p>Para una piel más flexible, suave y brillante.</p> <p>UNA PIEL MÁS CUIDADA</p> <p>Diariamente nuestra piel se ve expuesta a distintos agentes contaminantes y factores climáticos que pueden afectar su equilibrio natural. Por ello, la hidratación diaria resulta clave para que esta pueda mantenerse siempre sana y suave. Sin embargo, es fundamental que tengas en cuenta tu tipo de piel para encontrar la mejor loción o crema hidratante corporal.</p> <p>Página 8</p> <p>CUIDADO DE LA PIEL</p> <p>La piel del rostro es la más delicada y la que necesita de mayor cuidado. Por ello, es esencial una especial rutina de cuidado diario, entre limpieza, exfoliación e hidratación.</p> <p>NIVEA ACLARADO</p> <p>Aclara y devuelve el tono original de tu piel.</p> <p>POND'S CLARANT</p> <p>Para un tono uniforme y sin manchas.</p> <p>MASCARILLAS FACIALES</p> <p>Remove puntos negros y toda clase de impurezas.</p> <p>Página 9</p> <p>CUIDADO INSUPERABLE</p> <p>Regálate un momento especial antes, durante y después de la hora del baño, y dale a tu piel la oportunidad de renovarse cada día con productos para cada necesidad.</p>	<p>LISTERINE</p> <p>Previene la aparición y el desarrollo de las caries.</p> <p>COLGATE</p> <p>Para dientes más blancos y una sonrisa brillante.</p> <p>Página 10</p> <p>FRAGANCIAS INSUPERABLES</p> <p>Descubre notas frutales, florales o con toques de madera, y escoge la fragancia que mejor va con tu personalidad. Deja el aroma de tu esencia a donde quiera que vayas.</p> <p>PERFUME BODYCOLOGY</p> <p>Refresca tu piel con aromas envolventes.</p> <p>Página 11</p> <p>EL MAQUILLAJE IDEAL</p> <p>Más allá de embellecer, el maquillaje adecuado es aquel que logra resaltar las facciones y rasgos de tu rostro.</p> <p>Recuerda que siempre puedes probar con diferentes colores y técnicas, así como también inspirarte de acuerdo a la ocasión.</p> <p>REALCE</p> <p>Encuentra el maquillaje que mejor realza tus ojos y da color a tus labios.</p> <p>L'OREAL COLORISTA</p> <p>Atrévete a cambiar y ríndete a todas las posibilidades del color.</p> <p>ACTITUD A TODO COLOR</p> <p>Si no estás segura del color que quieres llevar en tu cabello, los tintes temporales son tu mejor opción. Así podrás cambiar y probar todos los colores que quieras cuantas veces quieras.</p>
---	--

Fuente: McCann Erickson

Durante el tiempo de armado de PDF final, se insertan todos los detalles finales para el cierre del suplemento: textos aprobados, fotos con retoque final, cambios del sistema.

Un día previo al cierre del suplemento se envía a cliente un PDF para el área de planificación de Cencosud, donde ellos dan el visto bueno final de los productos en tienda bajo las mismas características que el suplemento (precios, descripción, etc.).

Finalmente, durante el cierre el suplemento es enviado de ida y regreso entre cliente y agencia para ajustes finales iguales a los de un volante o díptico. El tiempo de imprenta y distribución es de 5 días en total previo a la vigencia.

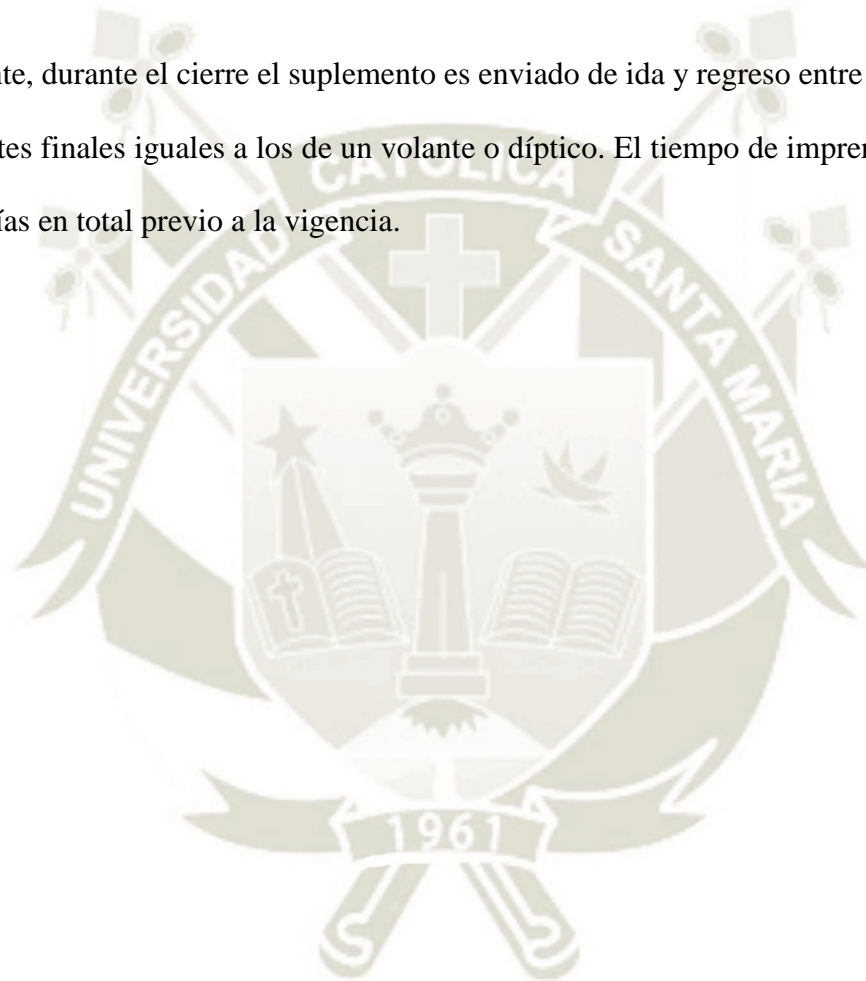


Tabla 13: Modelo de Gantt de suplementos

BELLEZA del 20 de setiembre al 7 de octubre - MELI			
J U L I	Jueves	26	Envío de Diagramación
	Viernes	27	
	Lunes	30	Moodboard
	Martes	31	Moodboard
A G O S T O	Miércoles	1	Moodboard
	Jueves	2	Cambio de fecha de listado
	Viernes	3	Cambio de fecha de listado
	Lunes	6	Envío de Listado / Presentación Mood board
	Martes	7	maqueta
	Miércoles	8	maqueta
	Jueves	9	maqueta
	Viernes	10	Presentación maqueta + ppto
	Lunes	13	Ajustes maqueta
	Martes	14	Aprobación maqueta
	Miércoles	15	1er. armado
	Jueves	16	1er. armado
	Viernes	17	1er. armado
	Lunes	20	1ra. Corrección
	Martes	21	1ra. Corrección
	Miércoles	22	Pre producción
	Jueves	23	producción - muestras
	Viernes	24	producción - muestras
	Lunes	27	producción - muestras
	Martes	28	Fotos
Miércoles	29	Fotos	
Jueves	30		
Viernes	31		
S E T I E M B R E	Lunes	3	Fotos
	Martes	4	2do. Armado
	Miércoles	5	2do. Armado
	Jueves	6	2da corrección comercial
	Viernes	7	2da corrección comercial
	Lunes	10	PDF final
	Martes	11	PDF final
	Miércoles	12	PDF final
	Jueves	13	PDF final
	Viernes	14	Envío PDF a Planificación
	Lunes	17	Cierre de Suplemento
	Martes	18	Imprenta
	Miércoles	19	Imprenta
	Jueves	20	Imprenta
	Viernes	21	Imprenta
Lunes	24	Imprenta	
Martes	25	Vigencia	

Fuente: Elaboración Propia

Para finalizar los materiales impresos, también se desarrollan las guías de compra. Estos materiales son destinados solo para el personal de tienda y/o para la web de Metro (metro.pe). Una guía de compras es un vaciado de productos con precios y descripciones actuales, con fotos de productos calados en mediana o baja resolución, no cuenta con una propuesta de arte y por el contrario se trabaja con una grilla estructurada.

Primero, cliente envía un listado de productos para la guía, normalmente oscila entre 24 y 32 páginas con 11 productos por cada una. Este listado es enviado al diseñador encargado para que desarrolle la guía en un lapso de 5 días, una vez realizado y revisado internamente el primer armado es enviado a cliente a través del sistema para una corrección de 2 días, posteriormente el diseñador cuenta con 4 días para los ajustes necesarios y la revisión interna con la ejecutiva a cargo, para inmediatamente pasar por una segunda corrección de 2 días. Al finalizar la segunda corrección, el diseñador debe realizar el PDF final y el primer armado de las páginas de perecibles, estas se corrigen en otros tiempos ya que el tiempo de abastecimiento de estos productos es más corto, con el primer armado de las páginas de perecibles la guía se comparte a cliente para su área de planificación y al mismo tiempo para una primera corrección de perecibles de un día. Luego retorna para hacer los ajustes durante un día, y vuelve a pasar una última corrección de un día con cliente. Al final de estas correcciones, el diseñador cuenta con 3 días para hacer ajustes finales de PDF final y proceder con el cierre. En los tiempos de este material también se consideran imprenta por temas de abastecimiento de productos en tienda, pero el material cerrado solo se envía a cliente para su distribución interna.

Tabla 15: Modelo de Gantt de Guía de Compras

LISTADO BASE GUIA del 30/01 al 13/02			
D I C I E M B R E	Viernes	14	Envío de Listado
	Lunes	17	1er. armado
	Martes	18	1er. armado
	Miércoles	19	1er. armado
	Jueves	20	1er. armado
	Viernes	21	1er. armado
	Lunes	24	1ra. corrección comercial
	Martes	25	
	Miércoles	26	1ra. corrección comercial
	Jueves	27	2do. Armado
	Viernes	28	2do. Armado
	Lunes	31	
	E N E R O	Martes	1
Miércoles		2	2do. Armado
Jueves		3	2do. Armado
Viernes		4	2da correccion comercial
Lunes		7	2da correccion comercial
Martes		8	PDF final
Miércoles		9	PDF final
Jueves		10	PDF final y listado perecibles
Viernes		11	Envío PDF a Planificación
Lunes		14	1 correccion perecibles
Martes		15	2 armado perecibles
Miércoles		16	2 corrección perecibles
Jueves		17	PDF final
Viernes		18	validación competencia
Lunes		21	PDF final
Martes		22	Cierre de suplemento
Miércoles		23	Imprenta
Jueves		24	Imprenta
Viernes	25	Imprenta	
Lunes	28	Imprenta	
Martes	29	Imprenta	
Miércoles	30	VIGENCIA	
Jueves	31		

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 17: Ejemplo de páginas de Guía de Compras

GUÍA DE COMPRAS

Metro

VÁLIDO DEL 01 AL 13 DE FEBRERO DE 2019

Primeros en lo
f metroperu
@metroperu
METRO.COM.PE

Prezios más bajas... Siempre!

AVES Y EMBUTIDOS

Semana del 01 al 13 de febrero de 2019

 Pack jamon americano La Sepoyana + queso Couvita x 200g 20 puntos S/ 10.50 ***bonus S/ 9.50	 Pack chorizo Metro x 200g + hot dog cerdo x 200g 20 puntos S/ 10.90 ***bonus S/ 9.90	 Chorizo panadero Otto Kufitz x 400g 20 puntos S/ 12.90 ***bonus S/ 11.90
 20% Embutidos en pastas (embutido semilado) S/ 10.90 20 puntos ***bonus S/ 9.90	 Huevo pardo Metro x 10 unid. S/ 5.49 20 puntos ***bonus S/ 4.49	 Carnes de cerdo Metro x 500 g S/ 4.90 20 puntos ***bonus S/ 3.90
 Rociado especial de pasta Metro x 400 g S/ 10.90 20 puntos ***bonus S/ 9.90	 Huevo pardo Metro x 10 unid. S/ 5.49 20 puntos ***bonus S/ 4.49	 Crisol de panchuga de cerdo San Fernando x 1 kg S/ 14.75 20 puntos ***bonus S/ 13.75
 Chicharrón de pollo Metro x 400 g S/ 12.75 20 puntos ***bonus S/ 11.75	 Nuggets de pollo Redonditos x 13 unid. S/ 4.25 20 puntos ***bonus S/ 3.25	 Hamburguesas San Fernando La Victoria Rica x 14 unid. S/ 8.20 20 puntos ***bonus S/ 7.20

Encuétralos también en **Metro**

CUIDADO PERSONAL

Semana del 01 al 13 de febrero de 2019

 Desodorante spray x 150 ml No incluye pack S/ 10.20	 Desodorante Nivea spray x 150 ml No incluye pack S/ 12.50	 Crema dental Colgate Luminous White x 75 ml S/ 8.90
 Crema dental Colgate bigpack Triple Acción x 100 ml S/ 7.90	 Pañales Babysec Super Premium x 100 unid. S/ 39.90	 Crema dental Dento bigpack Triple Acción x 75 ml S/ 13.50
 Toallitas húmedas Huggies One & Done Refreshing o recién nacido x 40 unid. S/ 13.50	 Toallas higiénicas Ladysoft delgada o tela cálida x 10 unid. S/ 9.20	 Pañales Babysec Super Premium o Superpremium x 100 unid. S/ 39.90
 Pañales Cotidian x 20 unid. S/ 5.80	 Pañales multiuso Cotidian x 20 unid. S/ 5.40	 Pañales Huggies Hiperpapel Activess, Natural Care o Activess niño-niña S/ 46.90

Encuétralos también en **Metro**

MODA Y CALZADO

Semana del 01 al 13 de febrero de 2019

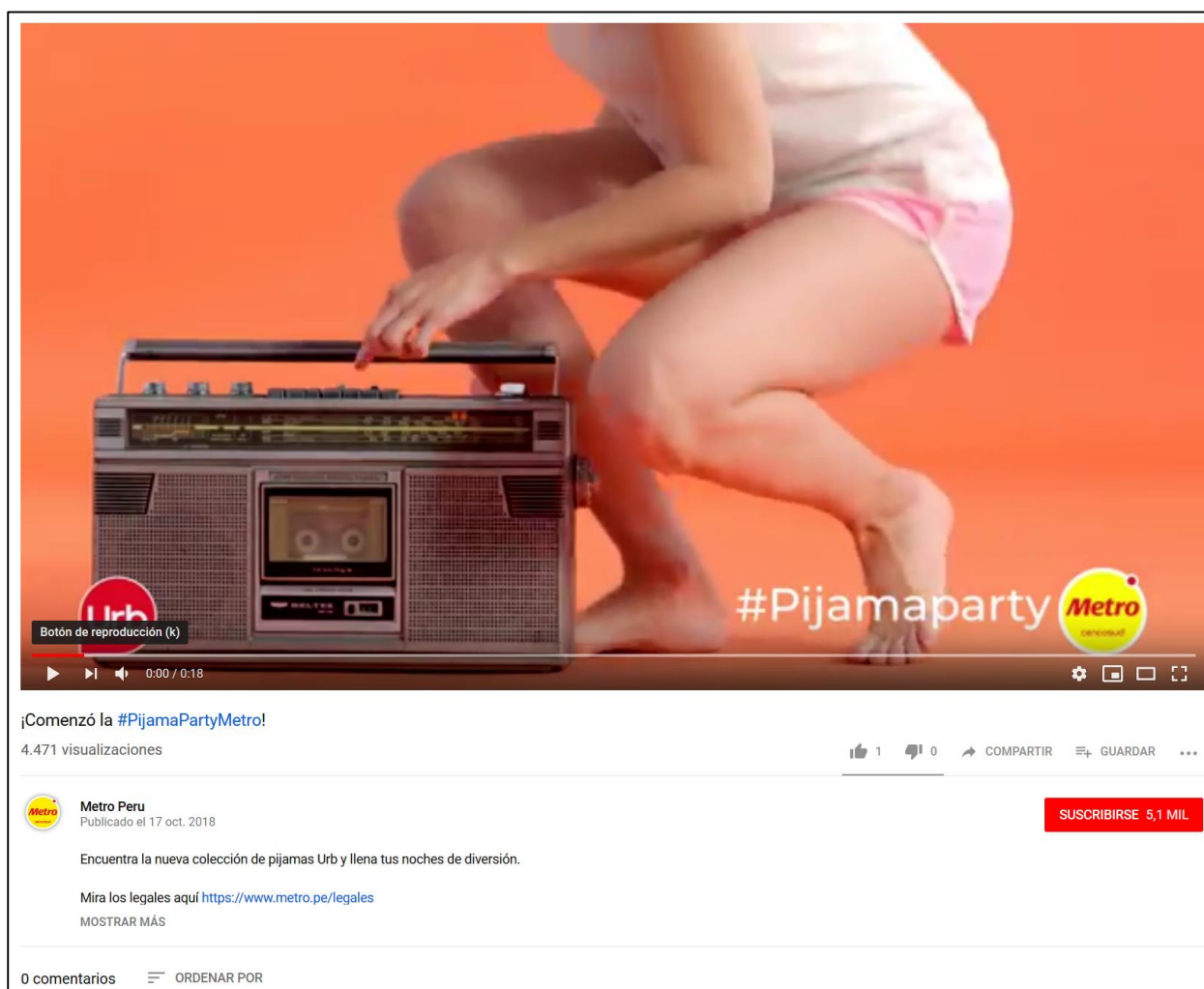
 Tank tops nylon o cotton PVP S/ 5.90	 Shorts mujer PVP desde S/ 19.90	 Shorts hombre PVP S/ 16.90
 Arma tu bikini desde S/ 9.90 c/pieza	 Sandalias S/ 8.90 c/par	 Shorts hombre PVP desde S/ 19.90
 Sandalias color entero Urb PVP hombre o mujer S/ 5.50 c/par	 Sandalias S/ 8.90 c/par	 Shorts hombre PVP desde S/ 19.90
 Polo niños desde S/ 12.90	 Polo niños desde S/ 12.90	 Shorts hombre PVP desde S/ 19.90

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: McCann Erickson

A continuación, una captura de uno de los videos realizados para Metro con la temática #PijamaParty para su campaña de lanzamiento de productos de textil pijamas, video en el canal de YouTube de la marca:

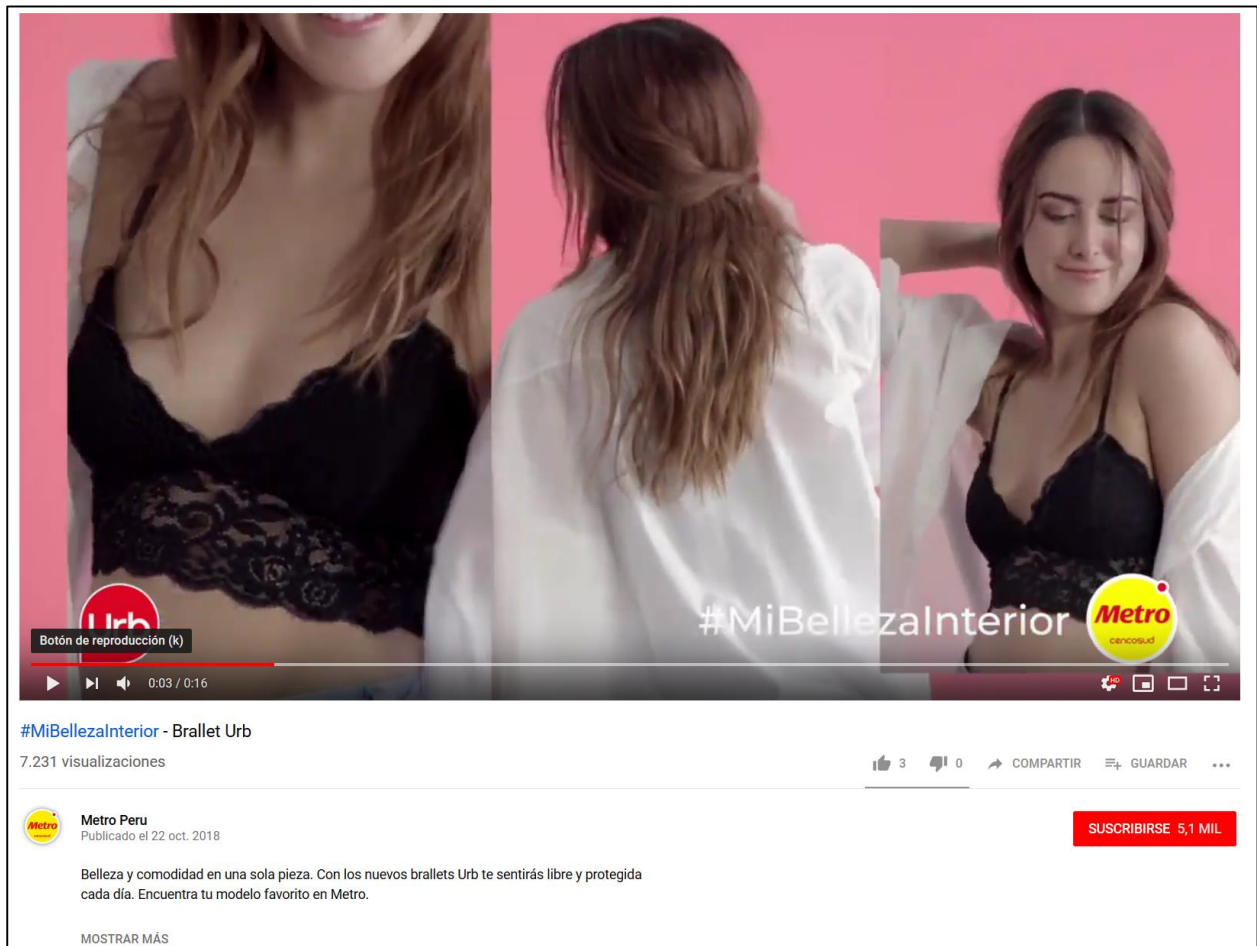
Ilustración 20: Captura de video realizados para Metro con la temática #PijamaParty



Fuente: Supermercados Metro

Otro contenido digital producido para Metro es la campaña de lanzamiento de productos textil lencería, a continuación, una captura del video en el canal de YouTube de la marca:

Ilustración 21: Captura de video realizado para Metro para lanzamiento de productos textil lencería



Fuente: Supermercados Metro

Otro tipo de contenido que se produce en la agencia son materiales POP (Point of Purchase), son materiales utilizados por todas las marcas de retail para promocionar en el punto de venta (dentro de tienda). Para ello, McCann tiene destinado un diseñador que se desempeña dentro de las oficinas de marketing de Cencosud ya que el requerimiento y seguimiento de estas piezas debe ser directo y muy eficaz, los tiempos son sumamente cortos. Este diseñador cuenta con la

supervisión de creatividad en McCann y el seguimiento de sus proyectos por la ejecutiva de cuentas a cargo.

A continuación, algunos materiales que se diseñan para materiales POP bajo supervisión de creatividad y la ejecutiva de cuentas.

Ilustración 22: Modelos de materiales POP para Metro (Pantallas Metro Express Benavides)

¡OFERTAS MÁS CERCA A TU CASA!



Tallarín o spaguetti Metro x 500 g
+ TUCO Metro x 200 g

A solo

S/ 3.40

Metro
cencosud

Oferta válida con **bonus** en Tiendas Metro Express Benavides desde 0:00 am del 02 al 31 de mayo de 2018 y/o hasta agotar stock. Los topes se contabilizan por hogar acumulando todas sus tarjetas afiliadas. Stock mínimo disponible 50 unidades por producto. Ofertas válidas para consumo familiar. Máximo 06 unidades por producto por día. Fotos referenciales. Ofertas válidas según disponibilidad de tienda. Ofertas no acumulables. El surtido de los productos depende de la disponibilidad de la tienda.

25 años de precios más bajos...SIEMPRE!

Fuente: Supermercados Metro

¡OFERTAS MÁS CERCA A TU CASA!



Pan integral o blanco Metro
x 350 g + Filete de atún
Metro x 170 g

A solo

S/ 7.50

Metro
cencosud

Oferta válida con **bonus** en Tiendas Metro Express Benavides desde 0:00 am del 02 al 31 de mayo de 2018 y/o hasta agotar stock. Los topes se contabilizan por hogar acumulando todas sus tarjetas afiliadas. Stock mínimo disponible 50 unidades por producto. Ofertas válidas para consumo familiar. Máximo 06 unidades por producto por día. Fotos referenciales. Ofertas válidas según disponibilidad de tienda. Ofertas no acumulables. El surtido de los productos depende de la disponibilidad de la tienda.

25 años de precios más bajos...SIEMPRE!

Fuente: Supermercados Metro

Ilustración 23: Modelos de materiales POP para Metro (Banderolas de fachada para tienda)



Fuente: Supermercados Metro

Ilustración 24: Modelos de materiales POP para Metro (arte de banderolas de fachada para tienda)



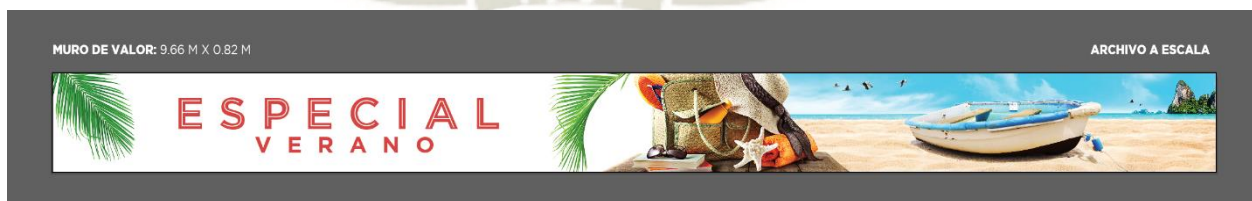
Fuente: Supermercados Metro

Ilustración 25: Modelos de materiales POP para Metro (muro de valor en pasillo principal de tienda)



Fuente: Supermercados Metro

Ilustración 26: Modelos de materiales POP para Metro (arte de muro de valor en pasillo principal de tienda)



Fuente: Supermercados Metro

Ilustración 27: Modelos de materiales POP para Metro (funda de sensor en ingreso de tiendas)



Fuente: Supermercados Metro

Ilustración 28: Modelos de materiales POP para Metro (pórtico al ingreso principal de tienda)



Fuente: Supermercados Metro

- Metro desarrolla piezas para su comunicación de marca a todo nivel (360°).
- Metro cuenta con la mejor propuesta de precios del mercado en la categoría de perecibles.
- Oportunidades
 - Metro tiene la oportunidad de ser el Top of Mind de su categoría.
 - Metro tiene opciones de renovarse y adaptarse a los nuevos consumidores.
- Debilidades
 - Metro no cuenta con la mejor propuesta de precios para los consumidores en categorías como cuidado personal, textil, bazar, abarrotes.
 - Metro no cuenta con un plan de renovación de apariencia de tiendas.
- Amenazas
 - Su competencia directa es agresiva en cuanto a precios y comunicación: Plaza Vea y Tottus.
 - Se están abriendo nuevos tipos de tiendas que compiten con las categorías de productos que ofrece Metro, tiendas de descuentos como Mass, tiendas por conveniencia como Tambo, Oxxo, Listo, entre otros.

Priorización de problemas

- Problema estructural
 - Ausencia de conocimiento del consumidor actual peruano.
- Problema principal
 - Ausencia de contenido innovador en el Flow anual de marca.
- Problema secundario
 - Falta de contenido digital para promocionar categorías diferenciadoras.
 - Falta de contenido tradicional que sea visualmente atractivo y moderno para promocionar categorías diferenciadoras.

Interpretación diagnóstica

McCann tiene amplias posibilidades de propuestas de mejora para la marca Metro, existiendo nuevas y altas posibilidades de abarcar nuevos mercados y consumidores con publicidad y contenido diferente e innovador, teniendo un actualizado y amplio conocimiento del consumidor actual de Metro.

Pronóstico

Considerando en la oportunidad de abarcar la cuenta completa de Metro en McCann (incluyendo hacer la publicidad tradicional y no tradicional de la marca), ambas empresas tienen amplias posibilidades de volver a Metro en la marca Top of Mind en su categoría y lograr una marcada diferencia con marcas de supermercado tradicionales o nuevas tiendas por conveniencia.

Potencialidades

Después de realizado el análisis de las fortalezas y oportunidades de la empresa, se puede determinar cómo potencialidades:

- La marca Metro tiene todo el potencial para ser el Top of Mind de su categoría ya que es una marca estructurada, con años de prestigio y conocimiento del mercado, con un consumidor fidelizado y con quien se comunica constantemente.
- La marca Metro puede considerar a McCann como un aliado para sus propósitos comerciales, ya que es una agencia de publicidad con amplio conocimiento del medio y con prestigio, quien ha demostrado poder comunicarse con su consumidor más allá de lo esperado.

- Metro puede conquistar a los nuevos consumidores de la categoría, y cuenta con una agencia de publicidad como McCann para terminar de entender al nuevo consumidor y poder conquistarlo a través de su publicidad.

Alternativas de solución

Como alternativas de solución de proponen:

- Proyecto para la investigación detalla y profunda del nuevo consumidor de las categorías de productos que ofrece la marca Metro.
- Proyecto de publicidad para crear contenido audiovisual digital para categorías diferenciadoras de la marca.
- Proyecto de publicidad para desarrollar contenido tradicional para categorías diferenciadoras.

Elección del problema objeto de intervención profesional

Después de realizado el análisis minucioso sobre los problemas detectados, hemos decidido que acabaremos el problema secundario de falta de contenido digital para promocionar categorías diferenciadoras de la marca Metro. Además, el problema secundario de falta de contenido tradicional que sea visualmente atractivo y moderno para promocionar categorías diferenciadoras.

b.2. PLAN OPERATIVO 1: PROYECTO DE PUBLICIDAD PARA CREAR CONTENIDO AUDIOVISUAL DIGITAL PARA CATEGORÍAS DIFERENCIADORAS DE LA MARCA.

Denominación de la actividad

Proyecto de publicidad para crear contenido audiovisual digital para categorías diferenciadoras de la marca.

Justificación

Categorías como bazar son diferenciadoras de marca para Metro. Éstas deben comunicarse de forma masiva y en nuevos medios como el digital, es por ello que es necesario crear contenido sobre sus productos para que puedan ser promocionados por estos medios.

Objetivos

Crear contenido audiovisual para el lanzamiento de la marca de bazar Metro denominada “Krea”.

Meta

Producir 8 videos de contenido audiovisual de los productos de bazar que ofrecerá el supermercado.

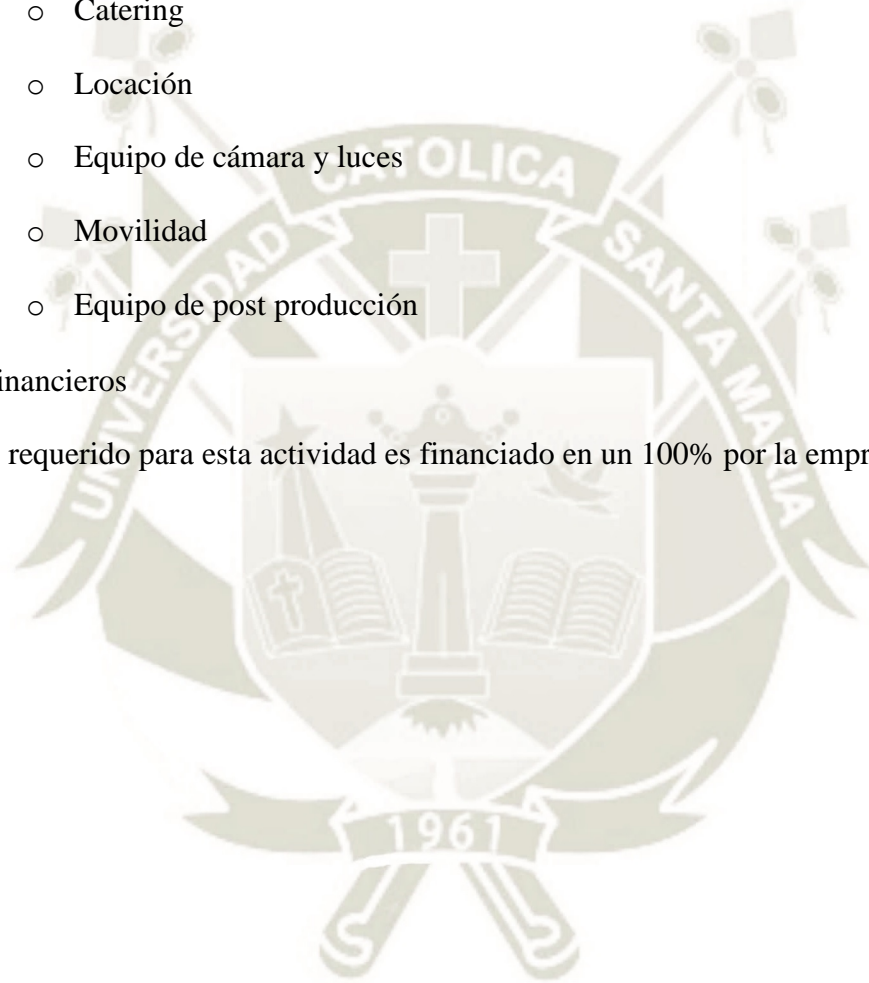
Recursos

- Humanos
 - Equipo McCann
 - Directora de cuentas
 - Supervisora de cuentas
 - Ejecutiva de cuentas
 - Productora ejecutiva
 - Director creativo
 - Equipo externos

- Productora ejecutiva
 - Productora de campo
 - Asistente de producción
 - Utileros
 - Director
 - Asistente de dirección
 - Camarógrafo
 - Asistentes de cámara
 - Vestuarista
 - Maquillador
 - Peinador
 - Ecónoma
 - Asistente de ecónoma
 - Post productor
 - Director de arte
 - Modelos
 - Ejecutivo de casting
 - Equipo internos metro
 - Asistente de publicidad
 - Coordinador de marca metro
 - Ejecutivo de compras
- Materiales
- Útiles de escritorio
 - Computador
 - Hojas bond

- Impresora
 - Files
 - Muestras de productos
 - Utilería
 - Insumos para cocinar
 - Catering
 - Locación
 - Equipo de cámara y luces
 - Movilidad
 - Equipo de post producción
- Financieros

El monto requerido para esta actividad es financiado en un 100% por la empresa.



Presupuesto

Tabla 17: Presupuesto de Plan Operativo 1 en McCann Erickson

RECURSOS	CANTIDAD	COSTO (S./.)
Computador	1	El monto requerido para esta actividad será financiado en un 100% por la empresa.
Hojas bond	100	
Impresora	1	
File	100	
Útiles de escritorio	1	
Muestras de productos	1 c/u	
Utilería	1	
Insumos para cocinar	1	
Catering	30	
Locación	1	
Equipo de cámara y luces	1	
Movilidad	1	
Equipo de post producción	1	

Fuente: Empresa McCann Erickson

Descripción pormenorizada de la actividad

- Preparación
 - Brief de cliente
 - Elaboración, presentación y aprobación de propuesta de agencia
 - Aprobación de propuesta de agencia
 - Cotización con casas productoras
 - Envío de presupuesto de producción externa a cliente
 - Aprobación de cliente de presupuesto de producción externa
- Ejecución
 - Reunión de coordinación de proyecto con la productora externa
 - Coordinación de pormenores de producción con la productora a cargo
 - Aprobación interna de utilería, casting, y demás detalles de producción
 - Reunión de pre producción interna para revisión de todos los detalles: agencia y productora
 - Reunión de pre producción general para aprobación con cliente de todos los detalles de producción: agencia, productora, cliente.
 - Envío de contact report de lo acordado en la reunión de pre producción general
 - Asistir a supervisar la producción de campo
 - Revisión interna de offline de videos grabados con la casa productora
 - Revisión con cliente de offline de videos grabados
 - Aprobación de cliente de offline de videos
 - Revisión interna de online de videos grabados
 - Revisión con cliente de online de videos
 - Aprobación de online de videos
 - Envío de videos en alta a cliente para su respectiva publicación en los medios

- Evaluación
 - Cumplimiento de objetivos y metas.
 - Auditoria del presupuesto.
 - Análisis de limitaciones.



b.3. PLAN OPERATIVO 2: PROYECTO DE PUBLICIDAD PARA DESARROLLAR CONTENIDO TRADICIONAL PARA CATEGORÍAS DIFERENCIADORAS.

Denominación de la actividad

Proyecto de publicidad para desarrollar contenido tradicional para categorías diferenciadoras.

Justificación

El contenido tradicional como catálogos impresos que se entregan a domicilio y se entregan en tienda al cliente, siempre ha sido un fuerte medio de comunicación entre la marca y sus clientes. Este medio tiene como función principal comunicar las promociones y descuentos destacados de la tienda. Al ser impresos, suelen conservarse y usarse a la hora de la compra para verificar y confirmar los descuentos. Este tipo de material se desarrolla para todas las categorías de venta, pero sobre todo para las categorías que ofrecen una diversidad de productos diferente a la competencia.

Objetivos

Crear contenido tradicional impreso para 3 categorías de venta diferenciadora.

Metas

- Producir 1 catálogo que ofrezca el mix de productos completo de Metro para la época navideña en la sub categoría de perecibles, licores, abarrotes, cuidado personal y limpieza.
- Producir 1 catálogo que ofrezca el mix de productos de Metro para la época navideña en la sub categoría de juguetería.
- Producir 1 catálogo que ofrezca el mix de productos de Metro para la época escolar.

Recursos

– Humanos

- Equipo McCann
 - Directora de cuentas
 - Supervisora de cuentas
 - Ejecutiva de cuentas
 - Productora ejecutiva
 - Director creativo
- Equipo externos
 - Productora ejecutiva
 - Productora de campo
 - Asistente de producción
 - Utileros
 - Director
 - Asistente de dirección
 - Fotógrafo
 - Asistentes de cámara
 - Vestuarista
 - Maquillador
 - Peinador
 - Ecónoma
 - Asistente de ecónoma
 - Post productor
 - Director de arte
 - Modelos

- Ejecutivo de casting
- Equipo internos Metro
 - Asistente de publicidad
 - Coordinador de marca metro
 - Ejecutivo de compras
- Materiales
 - Útiles de escritorio
 - Computador
 - Hojas bond
 - Impresora
 - Files
 - Muestras de productos
 - Utilería
 - Insumos para cocinar
 - Catering
 - Locación
 - Equipo de cámara y luces
 - Movilidad
 - Equipo de post producción
- Financieros

El monto requerido para esta actividad es financiado en un 100% por la empresa.

Presupuesto

Tabla 18: Presupuesto Plan Operativo 2 en McCann Erickson

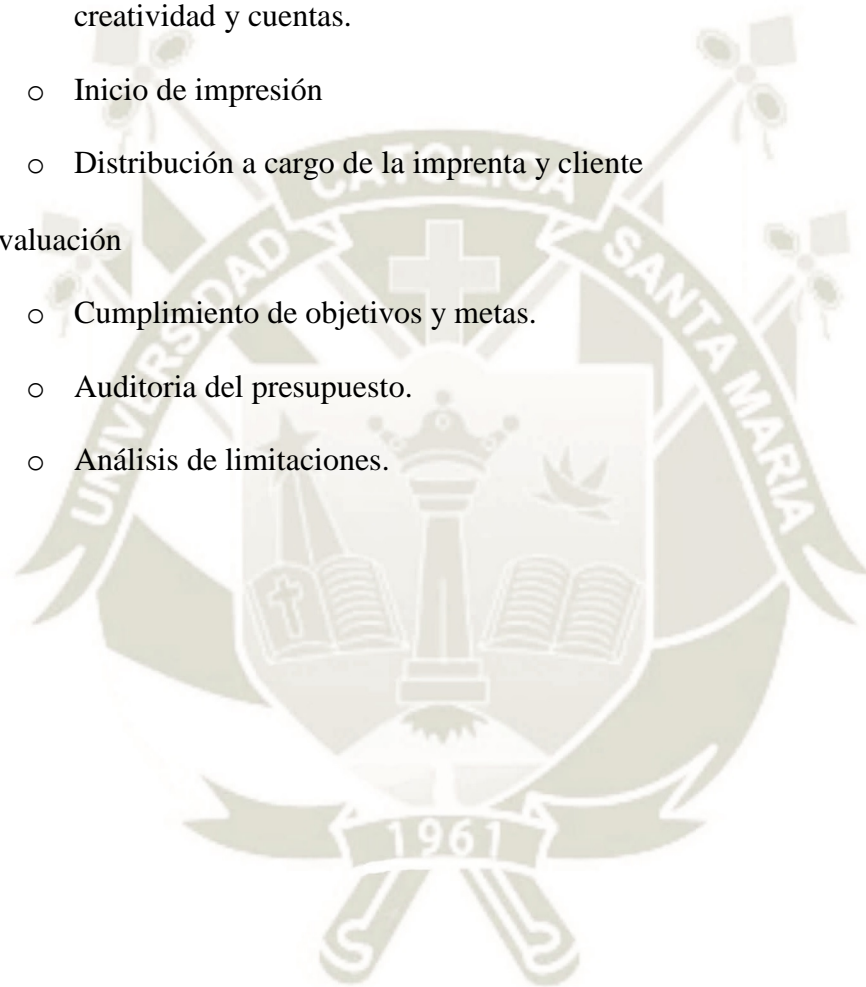
RECURSOS	CANTIDAD	COSTO (S./.)
Computador	1	El monto requerido para esta actividad será financiado en un 100% por la empresa.
Hojas bond	100	
Impresora	1	
File	100	
Útiles de escritorio	1	
Muestras de productos	1 c/u	
Utilería	1	
Insumos para cocinar	1	
Catering	30	
Locación	1	
Equipo de cámara y luces	1	
Movilidad	1	
Equipo de post producción	1	

Fuente: Empresa McCann Erickson

Descripción pormenorizada de la actividad

- Preparación
 - Brief de cliente y envío de consolidado de productos a incluir en los catálogos
 - Elaboración, presentación y aprobación de maqueta de catálogo que propone agencia
 - Aprobación de maqueta propuesta
 - Cotización de sesión de fotos con productora ejecutiva
 - Envío de presupuesto de producción a cliente
 - Aprobación de presupuesto
- Ejecución
 - Reunión de coordinación de proyecto con la productora ejecutiva
 - Coordinación de pormenores de producción con la productora ejecutiva
 - Aprobación interna de utilería, casting, y demás detalles de producción
 - Reunión de pre producción interna para revisión de todos los detalles: cuentas, creatividad y producción
 - Reunión de pre producción general para aprobación con cliente de todos los detalles de producción
 - Envío de contact report de lo acordado en la reunión de pre producción general
 - Coordinación de recojo y envío de muestras de productos para sesión de fotos
 - Asistir a supervisar la producción de campo
 - Revisión interna de primer armado de catálogo: cuentas y creatividad
 - Presentación de primer armado de catálogo a cliente
 - Ajustes de primer armado de catálogo: cuentas y creatividad
 - Presentación de segundo armado de catálogo a cliente
 - Ajustes de segundo armado de catálogo: cuentas y creatividad

- Presentación de armado final (PDF final) a cliente
- Ajustes de precio por competencia y aprobación final de cliente
- Aprobación de retoque de fotografías por cliente y creatividad
- Envío a imprenta
- Recepción, revisión y aprobación de pruebas de color y plotter de catálogo por creatividad y cuentas.
- Inicio de impresión
- Distribución a cargo de la imprenta y cliente
- Evaluación
 - Cumplimiento de objetivos y metas.
 - Auditoria del presupuesto.
 - Análisis de limitaciones.



c. EVALUACIÓN Y RESULTADOS: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN MCCANN ERICKSON

Cumplimiento de objetivos y metas

Plan Operativo 1:

Se logró crear contenido audiovisual para el lanzamiento de la marca de bazar Metro denominada “Krea”. Se realizó la producción de ocho videos de contenido audiovisual de los productos de bazar que ofrecerá el supermercado, estos videos fueron compartidos en los diferentes medios de comunicación de la marca.

Plan Operativo 2:

Se logró crear contenido tradicional impreso para las tres categorías de venta diferenciadora de Metro. Se produjo un catálogo impreso potenciando el mix de productos de Metro para la época navideña en las sub categorías de perecibles, licores, abarrotes, cuidado personal y limpieza. También, se produjo un catálogo impreso potenciando el mix de productos de Metro para la época navideña en la sub categoría de juguetería. Y, por último, se produjo un catálogo impreso potenciando el mix de productos de Metro para la época escolar.

Auditoría del presupuesto

El presupuesto fue financiado al 100% por la empresa, la producción fotográfica fue cubierta por el cliente Metro, no se requirió ningún presupuesto extra ni gastos adicionales para la empresa.

Análisis de limitaciones

Plan Operativo 1:

Se encontraron limitaciones al promocionar los contenidos creados en los medios de comunicación de la marca. Es de suma importancia no sólo contar con presupuesto para la producción y realización de buen contenido, sino también para la publicación y promoción de este.

d. SUGERENCIAS: EXPERIENCIA PROFESIONAL EN MCCANN ERICKSON

- Es recomendable que se gestione la marca en una sola agencia para la correcta distribución de presupuesto en la planificación, producción y promoción del contenido de la marca. Al realizarse estas 3 etapas en diferentes agencias, se presta a desfases entre cada uno.



FUENTES DE INFORMACIÓN


1. Fundación Wikimedia, Inc. (11 de Diciembre de 2017). *Wikipedia*®. Obtenido de <https://es.wikipedia.org>
2. Kantar IBOPE Media. (Enero de 2019). *Quienes somos*. Obtenido de <http://www.kantaribopemedia.pe/media.html>
3. LatinSpots Internacional S.A. . (14 de Agosto de 2018). *LatinSpots*. Obtenido de <http://www.latinspots.com/sp/noticias/detalle/48088/metro-per-grupo-mayo-y-kubrick-presentan-a-la-mujer-insuperable>
4. McCann. (2018). *Intranet McCann Latam*. Obtenido de <https://intranet-latam.McCann.com/>
5. Monografias.com S.A. (s.f.). *Monografias.com*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos63/funciones-personal-agencia-publicidad/funciones-personal-agencia-publicidad2.shtml>
6. Ojo Publico. (06 de Enero de 2019). *Ojo Publico*. Obtenido de <https://peru.mom-rsf.org/es/propietarios/companias/detalles/company/company/show/grupo-atv-albavision/>

ANEXOS

a. ANEXO PLAN OPERATIVO 1 EMPRESA GRUPO ATV: PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA POLÍTICA INTERNA SOBRE EL TRATAMIENTO DE LA PUBLICIDAD NO TRADICIONAL Y ACCIONES SOBRE ÉSTA.

Política y procedimiento aprobado, solo se dispone del documento en PDF más no del documento firmado ya que es material interno de la empresa.



	POLITICA Y PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN DE PNT	POL-ADMVT-01
		REVISION 04
ELABORADO:	FECHA : 27.05.2015	PÁGINA 1 DE 4

I

OBJETIVO

El presente documento establece las pautas internas del Grupo ATV con respecto a la administración de la Publicidad No Tradicional y las acciones requeridas para su implementación.

ALCANCE

Aplica a todos los tipos de publicidad no tradicional (PNT) que se transmiten en el Grupo ATV.

UNIDAD Y/O PUESTO

a) Ejecutivo de Ventas

El Ejecutivo de Ventas, tendrá la responsabilidad de ejecutar la administración efectiva de los PNT acordados, según convenios cerrados por el Area Comercial.

b) Gerencia Comercial

Responsable de la designación de un "implementador" del PNT, quien tendrá la función – responsabilidad principal de coordinar y supervisar el "carácter creativo de implementación" de ese PNT según sugerencia, exigencia y/o gusto del cliente, en coordinación con la Producción.


c) Jefatura de Administración de Ventas (JAV)

El Jefe de Administración de Ventas, tendrá la responsabilidad de la validación de los PNT a transmitir de acuerdo al convenio comercial, a través del Editor Comercial y el equipo de Gestores.

d) Producción

Producción tendrá la responsabilidad de la emisión de PNT de acuerdo a las especificaciones e instrucción del implementador (ejecutivo de ventas), el cual tendrá que ser validado por la JAV, para que estén dentro de los parámetros especificados en la proforma. Asimismo, las producciones designarán un Productor Ejecutivo, quien en coordinación con Operaciones (Generador de Caracteres y Control Maestro), será responsable de la emisión de los PNT, según instrucción.

Fuente: Grupo ATV

	POLITICA Y PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN DE PNT	POL-ADMVT-01
		REVISION 04
ELABORADO:	FECHA : 27.05.2015	PÁGINA 2 DE 4

e) Operaciones


Responsable de administrar y ejecutar a través de Generador de Caracteres y Control Maestro, la instrucción de PNT emitida por la JAV.

PROCEDIMIENTO

Aprobado el convenio comercial, el cliente deberá enviar el requerimiento (orden de medios en el Perú) de PNT (mediante correo electrónico) al Ejecutivo de Ventas y la JAV; quienes realizarán el siguiente procedimiento:

- El Ejecutivo de Ventas, verifica la disponibilidad para la colocación de PNT. Adicionalmente, establece tarifas y condiciones de paquetes de PNT a ofrecer al cliente. Cabe precisar que en el caso de Colas de promoción, Presentaciones y Despedidas del programa, sólo se debe considerar mención de Marca, aplicable a todos los medios del Grupo ATV.
- Negociado el paquete de PNT y recibida la aceptación del cliente (mediante correo electrónico); el Area Comercial procede al registro en el sistema MMASS, previa aprobación escrita de la Gerencia Comercial.
- La Agencia de Medios envía a Administración de Ventas, la orden de publicidad (O/P) con la participación detallada del paquete PNT negociado y aprobado.
- El Ejecutivo de Ventas envía la rutina (negociaciones de paquetes PNT) a la Jefatura de Administración de Ventas, para su validación y verificación, de acuerdo a las condiciones establecidas en el convenio aprobado.
- La Jefatura de Administración de Ventas, instruye a las diversas Producciones, Generador de Caracteres y Control Maestro, la rutina (PNT) para su programación y transmisión, con copia al Ejecutivo de Ventas.
- Los Productores Ejecutivos, a fin de cumplir la instrucción de la JAV, deben comprobar que cuentan con todos los materiales de las menciones, banners, spots o exposición de productos (si corresponde), imágenes para los TV o Pantallas LEDs

Fuente: Grupo ATV

	POLITICA Y PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN DE PNT	POL-ADMVT-01
		REVISION 04
ELABORADO:	FECHA : 27.05.2015	PÁGINA 3 DE 4


del estudio, así como también que los operadores del switcher (director, GC o playout) tienen los materiales que corresponden a la fecha.

- Los Productores Ejecutivos antes de la emisión del programa deben corroborar y coordinar con Operaciones (Generador de Caracteres y Control Maestro) que cuentan con el material correcto, instruido por la JAV para la emisión del PNT. De encontrar incongruencias y/o errores en el PNT (incluido materiales), deben comunicarla por escrito a la JAV y/o Gerencia de Producción para la solución inmediata, antes de la emisión del programa.

CONSIDERACIONES

- El Ejecutivo de Ventas, tendrá la responsabilidad de coordinación con las Agencias de Medios para que la orden de publicidad que contenga PNT y materiales sea enviada como mínimo 48 horas hábiles antes de su emisión, para que pueda ser verificada por la JAV e ingresada al sistema y armarse la rutina diaria de PNT. Sólo excepciones podrán ser admitidas fuera de este plazo, previa autorización de la Gerencia Comercial.
- La JAV, tendrá la responsabilidad de emitir con 24 horas hábiles de antelación la rutina de PNT y materiales, a Producción (Productor Ejecutivo) y Operaciones (Generador de Caracteres y Control Maestro), para la coordinación de su correcta emisión.
- En el caso que Producción (Productor Ejecutivo) no pueda emitir el PNT instruido (casos excepcionales), la JAV en coordinación con el Ejecutivo de Ventas, evaluarán la reposición o rechazo del PNT omitido. Asimismo, cualquier incongruencia que encuentren deberán aclararla o comunicarla por escrito para su resolución.
- Se considerará como falta grave, y será por tanto motivo de sanciones, que las Producciones (Productor Ejecutivo) lancen al aire material adicional, que no esté indicado en la rutina que envía la JAV. Asimismo, en caso que se hubieran emitido por error o negligencia cualquier mención, banner o pantallazo en TV o LED sin orden o de manera incorrecta, deberán informarlo inmediatamente a todas las partes involucradas.

Fuente: Grupo ATV

	POLITICA Y PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN DE PNT	POL-ADMVT-01
		REVISION 04
ELABORADO:	FECHA : 27.05.2015	PÁGINA 4 DE 4


- Cabe precisar que todas las instrucciones de PNT serán controladas (contenido y duración) luego de su emisión, por el equipo de Telecontrol, quien emitirá un reporte diario de incidencias a la Gerencia General y Vicepresidencia de Administración y Finanzas.
- En caso de que las menciones de los conductores coincidan con banners lanzados por el Generador de Caracteres, el Productor Ejecutivo deberá corroborar que las mismas corresponden a las pautas enviadas por la JAV.

ELABORADO POR:	REVISADO POR	APROBADO POR:
CARGO:	CARGO:	CARGO:
Firma:	Firma:	Firma:

Fuente: Grupo ATV

b. ANEXO PLAN OPERATIVO 2 EMPRESA GRUPO ATV: PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN MANUAL DE CAPACITACIÓN PARA LOS ASISTENTES DE TELECONTROL

– Manual de capacitación de Asistente de Telecontrol:



MANUAL DE CAPACITACIÓN

TELECONTROL

**FUNCIONES TELE CONTROL GRUPO
ATV**

1. Supervisar diariamente las emisiones comerciales (spots, banners, menciones, inserts y otros) visualizándolas en el programa TVLOG con el apoyo de las Rutinas Comerciales.
2. Registrar y tabular toda la emisión publicitaria diaria por medio.
3. Consolidar la información en Tablas Dinámicas para el control de la participación comercial por cliente.
4. Reportar la información registrada a Control Comercial.
5. Realizar cualesquiera otras actividades inherentes al cargo que le sean asignadas por su superior inmediato.

**PROCEDIMIENTOS - TELE CONTROL
GRUPO ATV**

- **Horas Monitoreadas.**- Registrar la hora de la emisión en el formato hh:mm:ss.
- **Aviso No Registrado en Sistema.**- Cuando se encuentra un aviso o mensaje publicitario que no está en la lista de las Rutinas Comerciales, colocar en Observaciones: "NO REGISTRA EN SISTEMA".
- **Colas de Promoción.**- Colocar el programa de la "Cola de Promoción" en la columna COMENTARIO.
- **Auspicios / PNT's.**- En el caso de presentarse varias presentaciones a la vez, del mismo cliente y/o marca, registrar cada participación (Led, Mención, Banner, Presencia de Producto, Otros) y repetir todos los demás datos referenciales.
- **Spots Multimarca.**- En el caso de Spots Multimarcas, registrar las marcas adicionales en la columna COMENTARIO.
- **Tipos de Publicidad.**- Cualquier duda sobre los tipos de publicidad identificados, consultarlos con:
 - Meliza Andrinich.- Correo Electrónico: meliza.andrinich@atv.com.pe Anexo: 35504
 - Alejandra Otiniano.- Correo Electrónico: alejandra.otiniano@atv.com.pe Anexo: 35550



TIPOS DE PUBLICIDAD

TIPOS DE PUBLICIDAD: SPOT

SPOT TANDA

Son aquellos avisos o mensajes publicitarios emitidos durante las tandas comerciales de manera regular.
Importancia: reportar cada aviso asegurará la cobranza del mismo.



SPOT MULTIMARCA

Son aquellos avisos o mensajes publicitarios que contienen no sólo la marca del anunciante, sino también la de otras marcas.
Importancia: su importancia es que al reportar avisos multimarca generará un sobrecargo para el anunciante sobre el precio del aviso.



TIPOS DE PUBLICIDAD: SPOT

SPOT SANDWICH

Son 2 avisos o mensajes publicitarios de la misma marca pero con distinta duración y descripción, que se emiten intercalados por un aviso de una marca y categoría diferente.
Importancia: su importancia es que al reportar avisos sandwich generará un sobrecargo para el anunciante sobre el precio de los avisos.



SPOT CABECERA

Son aquellos avisos o mensajes publicitarios emitidos después del Artístico, encabezando la tanda comercial. Se pueden identificar porque se omite la Promoción.
Importancia: su importancia es que al reportar avisos cabecera generará un sobrecargo para el anunciante sobre el precio del aviso.



Fuente: Grupo ATV

TIPOS DE PUBLICIDAD: SPOT

SPOT SUPERCABECERA

Son aquellos avisos o mensajes publicitarios emitidos inmediatamente después del Artístico. Antes de las presentaciones, promociones y la tanda comercial.

Importancia: su importancia es que al reportar avisos súper cabecera generará un sobrecargo para el anunciante sobre el precio del aviso.

En Artístico	Súper Cabecera	Promoción o P+D	Spot regular
--------------	----------------	-----------------	--------------



SPOT AUSPICIO SUPERCABECERA

Son aquellos avisos o mensajes publicitarios emitidos inmediatamente después del Artístico antecedido por presentaciones de la misma marca como Mención, Led, Presencia de Producto. Antes de las presentaciones, promociones y la tanda comercial.

Importancia: su importancia es que al reportar avisos auspicio súper cabecera generará un sobrecargo para el anunciante sobre el precio del aviso y corresponde aun paquete de auspicio de debemos cumplir.

Artístico: mención, led y pres. producto	Auspicio Súper Cabecera	Promoción o P+D	Spot o Tanda regular
--	-------------------------	-----------------	----------------------



TIPOS DE PUBLICIDAD

COLA DE PROMOCION

Se refiere a aquellos segmentos del break publicitario en que el canal promociona un programa. La promoción puede ser con auspicio o sin auspicio publicitario. El registro de la promoción con auspicio comprende en registrar las marcas y anunciantes que auspician dicho programa.

Importancia: su importancia es que al reportar cada auspiciador detalladamente se podrá cobrar al anunciante sobre el precio del auspicio y cumplir con el paquete de auspicio de debemos cumplir.



En Artístico	Promoción DIA D	Cola CLARO	Cola H&S	Cola ARIEL
--------------	-----------------	------------	----------	------------

BANNER

Son aquellas emisiones comerciales que se registran durante la emisión de un programa y se caracterizan porque son franjas de publicidad animadas o no y ocupan la parte inferior de la pantalla. No se considera las promociones o titulares de programas en este tipo de aviso.

Importancia: su importancia es que al reportar cada uno de ellos se podrá cobrar por cantidad, al no reportar un banner el cliente podría solicitar uno más que no le correspondería.



TIPOS DE PUBLICIDAD: P+D

PRESENTACION

Son aquellos avisos de los productos auspiciadores que se emiten al iniciarse un determinado programa, subprograma y microprograma.

Importancia: su importancia es que al reportar la presentación se podrá cumplir con el paquete de auspicio correspondiente por cliente.



DESPEDIDA

Son aquellos avisos de los productos auspiciadores que se emiten al finalizar un determinado programa, subprograma y microprograma.

Importancia: su importancia es que al reportar la presentación se podrá cumplir con el paquete de auspicio correspondiente por cliente.



TIPOS DE PUBLICIDAD

LED

La publicidad Led está referida a menciones en donde el conductor tiene como trasfondo una pantalla LED y dentro de este se emite el spot en campaña o manteniendo de manera estática la imagen del spot en campaña.

Importancia: su importancia es que al reportar el LED y el tiempo de transmisión nos permitirá cumplir con el paquete de auspicio de acuerdo a contrato.



MENTION

Cuando el locutor hace mención a una marca.

Importancia: su importancia es que al reportar menciones que corresponden a paquetes de auspicio que debemos cumplir se podrá hacer un correcto registro de este, y en cambio sea menciones no autorizadas poder hacer el correspondiente trámite para su sustentación o sanción.



TIPOS DE PUBLICIDAD

PRESENCIA DE PRODUCTO

Se refiere a la secuencia de programa que incluye la presencia física del producto, sea este botella, empaque de galleta o golosinas, teléfono, tv, botella, tarro, helado, etc.; ya sea en la mesa de conducción o programas de animación, así como programas concurso. Además el conductor interactúa con el producto, es decir, comiéndolo o tomándolo para el caso de alimentos o bebidas.

Importancia: su importancia es que al reportar la presencia del producto y el tiempo de transmisión nos permitirá poder cumplir con el paquete de auspicio de acuerdo a contrato.



Auspicio

Canje

TEXTO LEGAL

Son aquellas emisiones comerciales que se registran durante la emisión de un programa y se caracterizan porque son franjas de textos legales sin animación que ocupan la parte inferior de la pantalla. Deben estar acompañadas de un auspicio con mención, banner, presencia de producto, u otros.

Importancia: su importancia es que al reportar el texto legal, el tiempo de transmisión y el correcto contenido de este nos permitirá poder cumplir con el paquete de auspicio de acuerdo a contrato.



TIPOS DE PUBLICIDAD

PASE A TANDA

Referido a la emisión comercial con efecto diferenciado entre el artístico y la promoción con alusión a un producto.

Importancia: reportar cada aviso asegurará la cobranza del mismo.

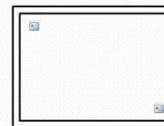
En Artístico	Pase a Tanda	Promoción o P+D	Spot regular
--------------	--------------	-----------------	--------------



INSERT

Referido a la imagen animada o no que caracteriza un producto el mismo que se registra durante la emisión de un programa, apareciendo el mismo por lo general en una de las esquinas de la pantalla.

Importancia: su importancia es que al registrar cada uno de ellos se podrá cobrar por cantidad, al no reportar un insert y su duración exacta el cliente podría solicitar uno más que no le correspondería.



Fuente: Grupo ATV


TIPOS DE PUBLICIDAD

ESCENA PROXIMO CAPITULO

Se refiere a cuando se muestran escenas del próximo capítulo con el logo de la marca auspiciadora.

Importancia: su importancia es que al reportar la escenas del próximo capítulo y el tiempo de transmisión nos permitirá poder cumplir con el paquete de auspicio de acuerdo a contrato.


← En Artístico	Esc. Próx. Capítulo	Promoción o P+D	En Artístico →
----------------	---------------------	-----------------	----------------




DISPLAY VIRTUAL

Son aquellas emisiones comerciales que se registran durante la emisión de un programa y se caracterizan porque son franjas de publicidad animadas o no y ocupan de forma vertical la parte derecha o izquierda de la pantalla.

Importancia: su importancia es que al registrar cada uno de ellos se podrá cobrar por cantidad, al no reportar un display virtual el cliente podría solicitar uno más que no le correspondería.






TIPOS DE PUBLICIDAD

VENTA DE ESPACIO

Son aquellas emisiones comerciales que se registran entre programas regulares y se caracterizan porque son espacios de televisión vendidos donde no se consideran artísticos ni tandas comerciales.


Importancia: reportar cada venta de espacio asegurará la cobranza del mismo.




VIDEO ACTIVACION

Son aquellas emisiones comerciales que se registran durante la emisión de un programa y se caracterizan porque son franjas de publicidad tipo aviso y ocupan toda la pantalla.

Importancia: reportar cada venta de espacio asegurará la cobranza del mismo.







TIPOS DE PUBLICIDAD

CLAQUETA

Son aquellas emisiones comerciales que se registran durante la emisión de un programa y se caracterizan porque ocupan toda la pantalla con un marco menor al regular.

Importancia: su importancia es que al reportar la claqueta generará un sobrecargo para el anunciante sobre el precio del aviso y corresponde aun paquete de auspicio de debemos cumplir.





TIPOS DE PUBLICIDAD: CANJE

CREDITO POR CANJE

Se refiere a logos de Marcas que intervienen en la edición de los programas en producción nacional. Se emiten generalmente al finalizar o antes de la tanda comercial.

Importancia: reportar cada aviso asegurará el cumplimiento de la carta convenio con el anunciante.



MENCION POR CANJE

Se refiere a las menciones de Marcas que intervienen en la edición de los programas en producción nacional. Se emiten generalmente al finalizar, antes de la tanda comercial o durante en artístico.

Importancia: reportar cada aviso asegurará el cumplimiento de la carta convenio con el anunciante.





TIPOS DE PUBLICIDAD

CINTILLO

Se refiere a los banners de Marcas que intervienen en la edición de los programas en producción nacional. Generalmente contienen el nombre del producto, la dirección y números de teléfono.

Importancia: reportar cada aviso asegurará el cumplimiento de la carta convenio con el anunciante.





REPORTES DE TELECONTROL





Fuente: Grupo ATV

REPORTES DE TELECONTROL

GRUPO ATV

REPORTE TELECONTROL

Medio	Fecha	Programa	Inicio	Finalización	N° Material	Descripción Material	Producto	Emisión
ATV	05/01/2016	ATV NOTICIAS AL DIA 15:30	15:30	16:00	000000000000000000	ATV NOTICIAS AL DIA	NOTICIAS	15:30

REPORTE TELECONTROL

DESCRIPCION MATERIAL	PRODUCTO	EMISOR	FECHA PUBLICIDAD	MARCA MULTIMARCA	COLA DE PROMOCION	ANES	EMISION	TIPO DE COMPRA
ATV NOTICIAS AL DIA	NOTICIAS	ATV	05/01/2016				15:30	15:30

- Formato: Cuadro con líneas punteadas.
- Hora: hh:mm:ss
- Duración: 60
- Alineación:
 - Centrada: Medio
 - Derecha: Fecha, Hora, Duración
 - Izquierda: Programa, Anunciante, N° Material, Descripción de Material, Producto, Tipo Publicidad, Marcas Multimarca, Cola de promoción, NRS, Emisión y Tipo de compra.

REPORTES DE TELECONTROL

GRUPO ATV

REPORTE TELECONTROL

Medio	Fecha	Programa	Inicio	Finalización	N° Material	Descripción Material	Producto	Emisión
ATV	05/01/2016	ATV NOTICIAS AL DIA 15:30	15:30	16:00	000000000000000000	ATV NOTICIAS AL DIA	NOTICIAS	15:30

REPORTE TELECONTROL

DESCRIPCION MATERIAL	PRODUCTO	EMISOR	FECHA PUBLICIDAD	MARCA MULTIMARCA	COLA DE PROMOCION	ANES	EMISION	TIPO DE COMPRA
ATV NOTICIAS AL DIA	NOTICIAS	ATV	05/01/2016				15:30	15:30

- Medio
- Fecha
- Programa
- Hora
- Anunciante
- N° Material
- Descripción Material
- Producto
- Duración
- Tipo de publicidad
- Marcas Multimarca
- Cola de promoción
- NRS (No Registrado en Sistema)
- Emisión
- Tipo de compra

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Rutina General
- Rutina Banners
- Otros Tipos de Publicidad

1. RUTINA GENERAL

MMAS

Fecha viernes 07 agosto 2015

Rutina de ATV

Programa: C.S.I. LAS VEGAS I

Inicio: 09:00:00

Duración: 00:44:58

1 - Corte 1 (30s)

N° MATERIAL	DESCRIPCION MATERIAL	PRODUCTO	DURACION	WEO. ORDEN
000000011770	PROGRAMA TERCER ANIVERSARIO NOTICIAS	PROGRAMA TERCER ANIVERSARIO NOTICIAS	30	2015-08-07

2 - Corte 2 (30s)

N° MATERIAL	DESCRIPCION MATERIAL	PRODUCTO	DURACION	WEO. ORDEN
000000011770	PROGRAMA TERCER ANIVERSARIO NOTICIAS	PROGRAMA TERCER ANIVERSARIO NOTICIAS	30	2015-08-07

3 - Corte 3 (30s)

N° MATERIAL	DESCRIPCION MATERIAL	PRODUCTO	DURACION	WEO. ORDEN
000000011770	PROGRAMA TERCER ANIVERSARIO NOTICIAS	PROGRAMA TERCER ANIVERSARIO NOTICIAS	30	2015-08-07

- Fecha
- Programa
- Medio
- Corte
- Código
- Material
- Producto
- Duración

2. RUTINA BANNERS

Medio: ATV

Fecha Rutina: 05/01/2016

Programa: ATV NOTICIAS AL DIA

Tamaño: 3 - 00:42

Inicio	Material	Asistente	Seg.	WEO.	P. Seg.	T. Tipo
09:47:01	BANNER CLARO 820 3 2016	AMERICANA TELECOMUNICACIONES S.A.S.	10	0:30	0:30	Fact. Mensuar

Programa: CADA QUIEN SU SANTO V1

Tamaño: 2 - 12:10

Inicio	Material	Asistente	Seg.	WEO.	P. Seg.	T. Tipo
12:14:33	COD. 148 BANNER POLARTE	COLSATE PALMOLIVE PERU S.A.	10	0:30	0:30	Fact. Mensuar

Programa: TIERRA DE REYES 14:00 V1

Tamaño: 15 - 15:08

Inicio	Material	Asistente	Seg.	WEO.	P. Seg.	T. Tipo
15:12:10	COD. 148 BANNER COLSATE	COLSATE PALMOLIVE PERU S.A.	10	0:30	0:30	Fact. Mensuar

- Fecha
- Programa
- Medio
- Código
- Material
- Producto
- Duración

OTROS TIPOS DE PUBLICIDAD

REPORTE OTROS TIPOS DE PUBLICIDAD GRUPO ATV 05/01

Medio	Fecha	Programa	Inicio Prev.	Anunciante	Cod.Materia	Material	Producto	Segund.	Joo Publici	No. OP	EMISION
SLUBA-TV	05/01/2016	CANTO ANDINO	06:30:00	PROCTER & GAMBLE	000000000000000000	COLA CANTO ACE	COLA CANTO ACE	20	Presentación	2015-1-0018	EMITIDO

- Medio
- Fecha
- Programa
- Hora Prevista
- Anunciante
- Código Material
- Material
- Producto
- Segundos
- Tipo de publicidad
- N° de OP
- Emisión

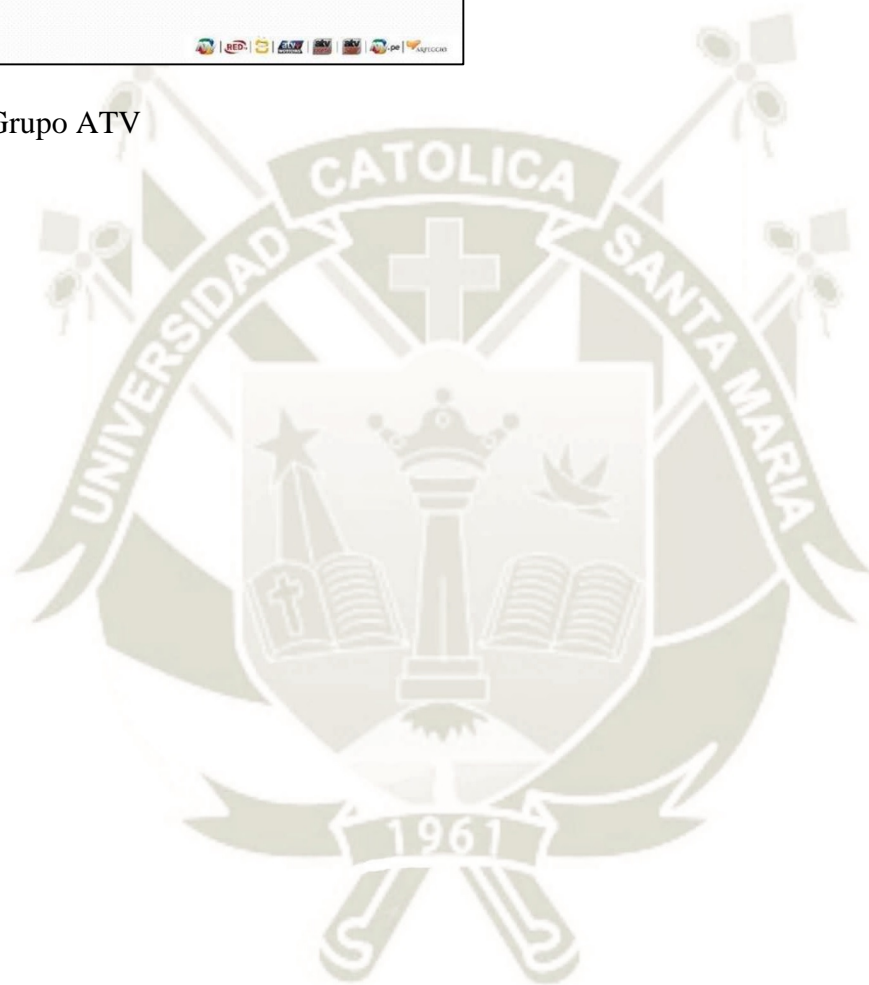
Fuente: Grupo ATV

OTROS ANEXOS

- **María Elena Valverde.-**
35049.
- **Soporte IT.-**
35581 (Fallas Computadora Software o Hardware).
- **Soporte Video.-**
35579 (Fallas TVLOG).
- **Meliza Andrinich.-**
35504
- **Alejandra Otiniano.-**
35550

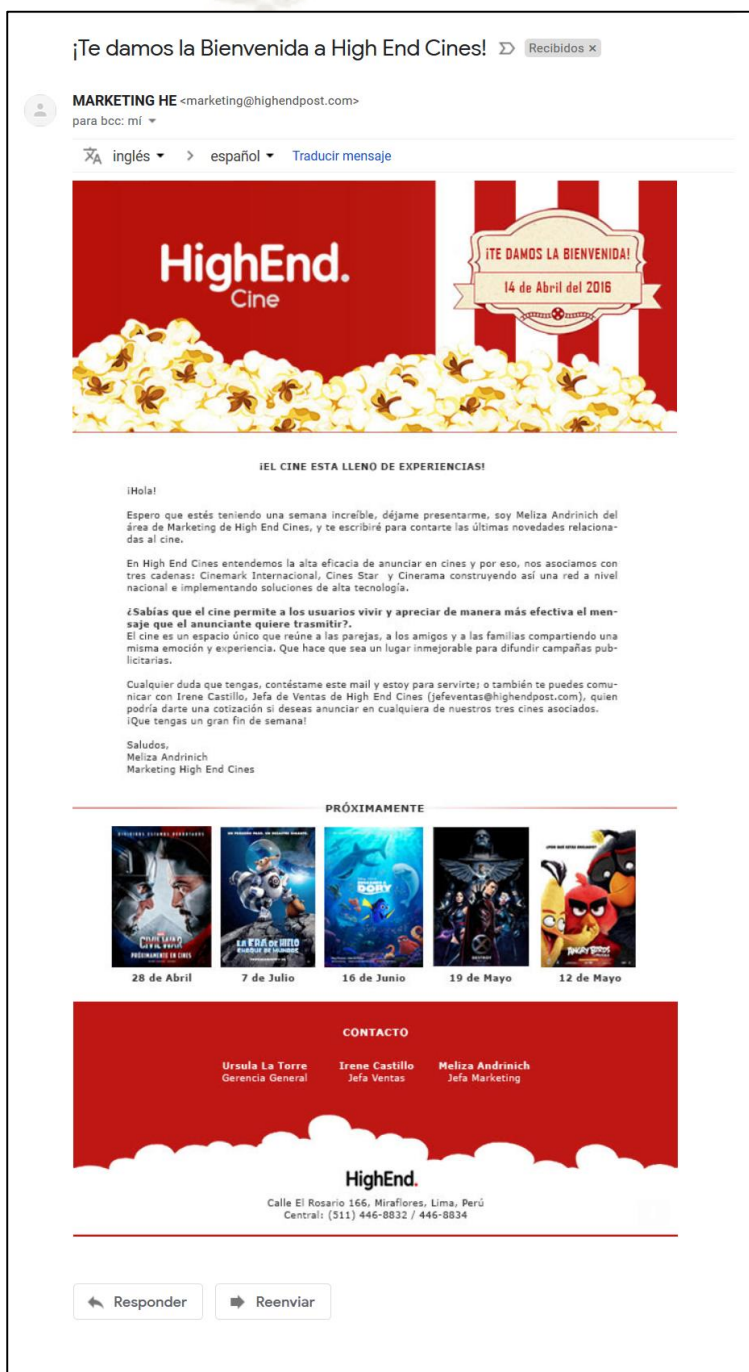


Fuente: Grupo ATV



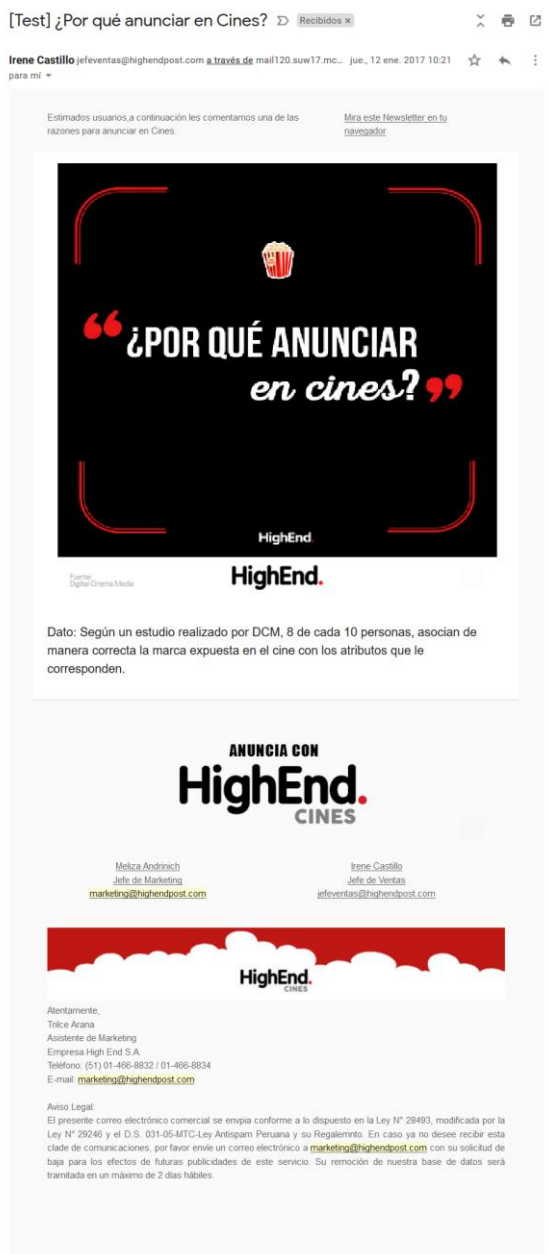
c. ANEXO PLAN OPERATIVO 1 EMPRESA HIGH END: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DEL CINE COMO MEDIO DE PUBLICIDAD A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES.

1. Primer emailing enviado a base de datos. El objetivo de ésta comunicación es dar una bienvenida a nuestros clientes o potenciales clientes a la secuencia de comunicaciones que se enviarán con información importante sobre el cine como medio de publicidad.



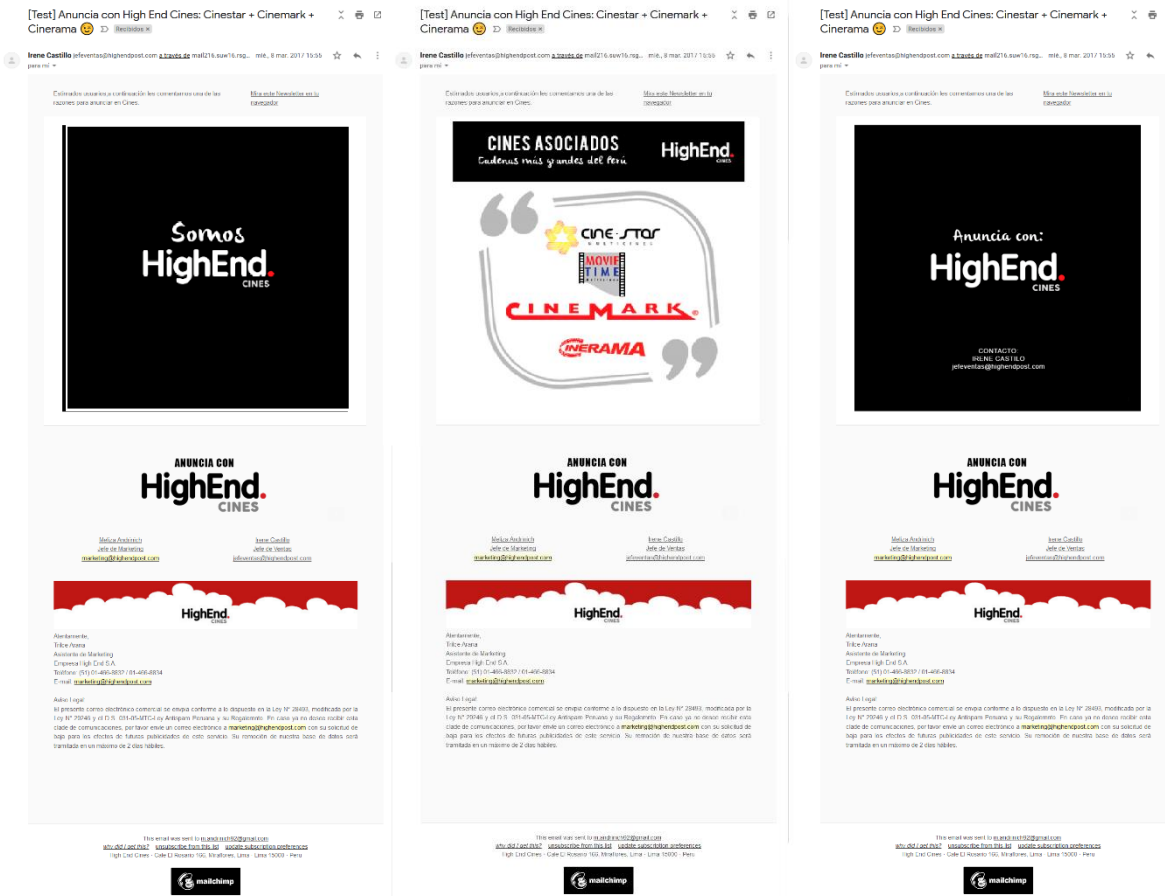
Fuente: Empresa HighEnd

2. Emailing “Razones para anunciar en cines”, el objetivo de ésta pieza era simplificar la información y comunicar concretamente un “reason to believe” del cine como medio publicitario. El emailing tenía insertado in gift, en las siguientes imágenes se observan las claquetas:



Fuente: Empresa HighEnd

3. Emailing Call to action: el objetivo de ésta pieza es informar sobre las cadenas de cines asociadas a High End y en donde podrían promocionar su marca.



Fuente: Empresa HighEnd



d. ANEXO PLAN OPERATIVO 1 EMPRESA MCCANN ERICKSON: PROYECTO DE PUBLICIDAD PARA CREAR CONTENIDO AUDIOVISUAL DIGITAL PARA CATEGORÍAS DIFERENCIADORAS DE LA MARCA.

Se produjeron 8 motivos de videos para la categoría de bazar. Los videos fueron para los siguientes productos:

Productos de cocina

- Video batería de cocina 7 piezas
- Video sartén de teflón 28 cm
- Video botella 750 ml
- Video fuente refractaria 2,2 lt y jarro 14 oz
- Video set de vajilla 20 piezas

Productos para dormitorio

- Video sabana, quilt, y edredones

Productos para organizadores

- Video caja plástica 6, 13 o 30 lt y caja organizadora transparente desde 4,5 lt hasta 81 lt
- Video basurero con pedal de 3, 5 o 12 lt y carro de compras

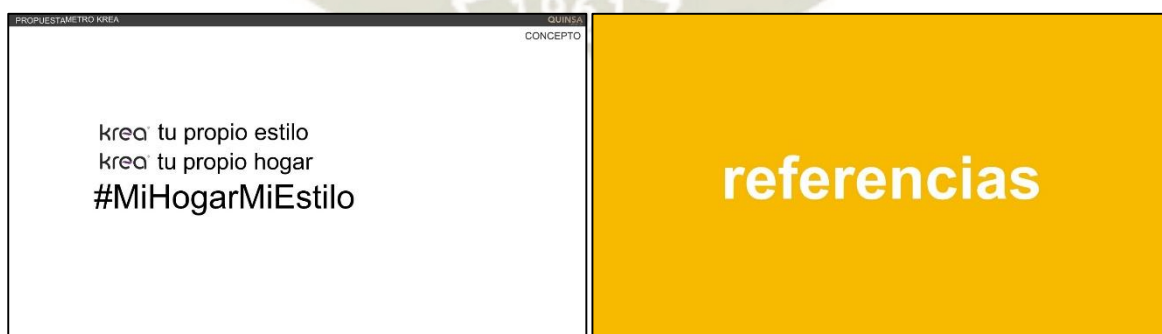
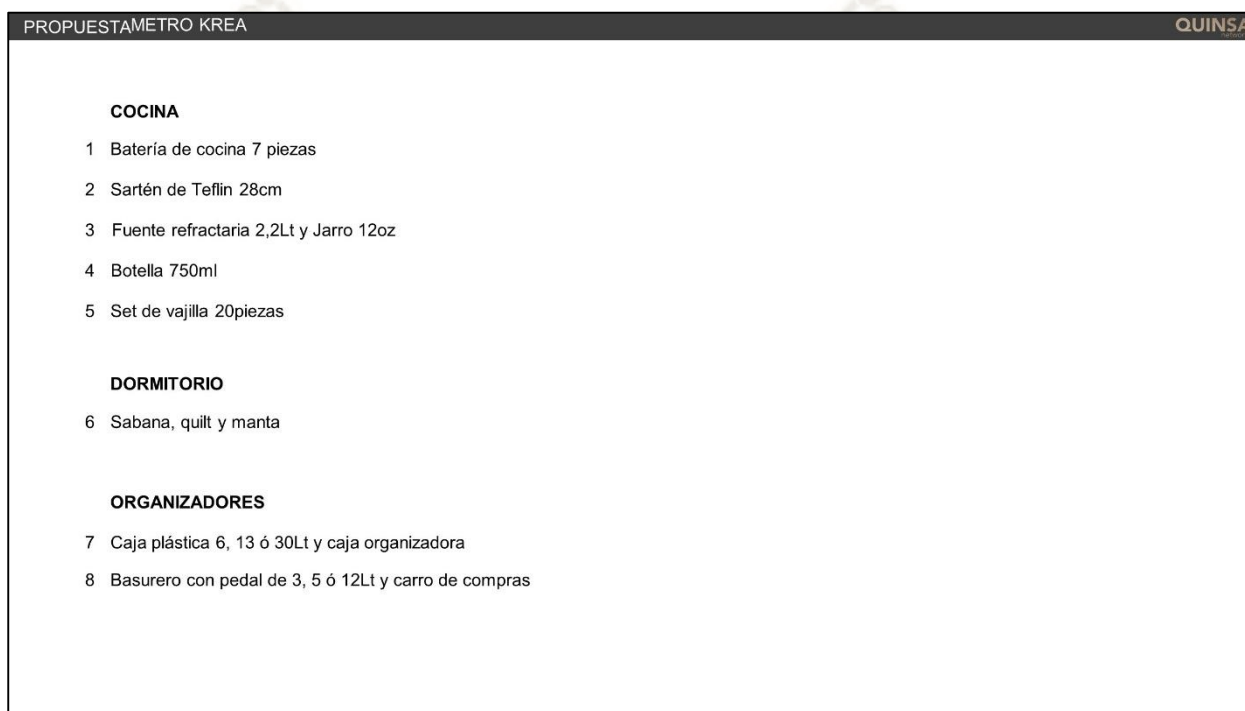
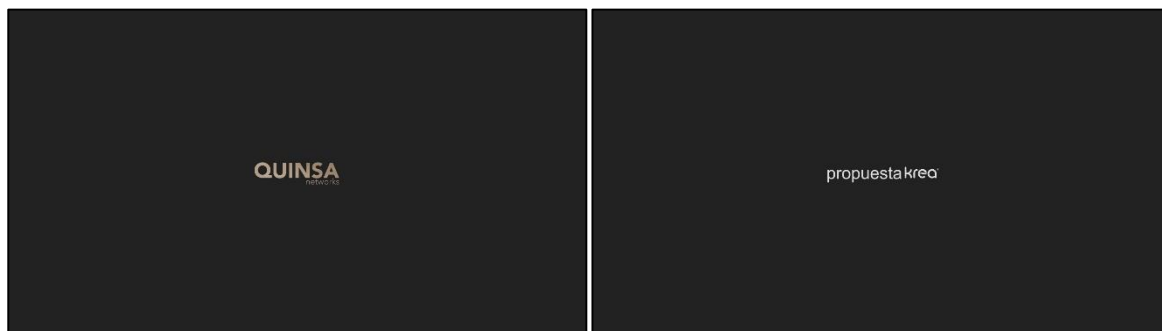
Tabla 19: Gantt producción de 8 videos digitales para Metro

CLIENTE: METRO
CAMPAÑA: LANZAMIENTO KREA
MOTIVO: PRODUCCIÓN DE 09 VIDEOS DIGITALES (12 SEG C/U).

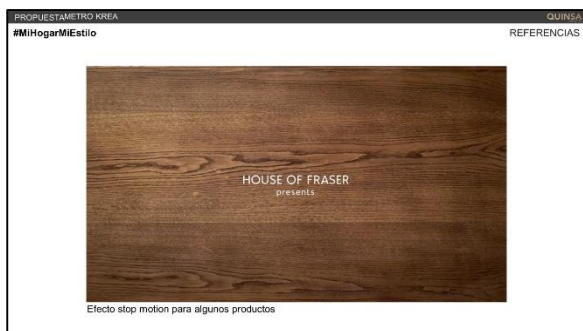
PROCESO DE PRODUCCIÓN VIDEOS	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	NOVIEMBRE																					
	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11											
Presentación de mood board (VIDEOS Y FOTOS) /Aprobación Cliente																																													
Envío de presupuesto de producción																																													
Aprobación de ppto. Producción																																													
PPI																																													
PPG																																													
Filmación																																													
Offline/Aprobación cliente (6 cocina)																																													
Online / Aprobación cliente (6 cocina)																																													
Entrega de material de video (6 cocina)																																													
Offline/Aprobación cliente (1 video dormitorio y 2 organizadores)																																													
Online / Aprobación cliente (1 video dormitorio y 2 organizadores)																																													
Entrega de material de video (1 video dormitorio y 2 organizadores)																																													

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 29: Presentación de Pre producción General (parte 1)



Fuente: Empresa McCann Erickson



PROPUESAMETRO KREA QUINSA

1 | Bateria de cocina 7 piezas SHOOTING BOARD

Caldo de verduras
Milanesa Apanada
Arroz

SALIDA DE VAPOR

7.20
S/ Bateria de cocina 7 piezas

Fuente: Empresa McCann Erickson

PROPUESAMETRO KREA QUINSA

1 | Bateria de cocina 7 piezas PRODUCTO

Caldo de verduras
Mizuna Asada
Arroz

PROPUESAMETRO KREA QUINSA

1 | Bateria de cocina 7 piezas ELEMENTOS DE AMBIENTACIÓN

sopa de verduras o alguna salsa, olla hirviendo

PROPUESAMETRO KREA QUINSA

1 | Bateria de cocina 7 piezas LOCACIÓN

estilo bodegón
en cocina de casa
cocina móvil



PROPUESAMETRO KREA QUINSA

2 | Sartén de Teflin 28cm SHOOTING BOARD

Saltado de verduras con Pollo cuadrado, con brócoli y cebolla china

Fuente: Empresa McCann Erickson

PROPUESAMETRO KREA QUINSA

2 Sartén de Teflón 28cm PRODUCTO

28 cm de diámetro a una de sus caras

Salado de verduras con Pallo cuadrado, con bricol y cebolla china

PROPUESAMETRO KREA QUINSA

2 Sartén de Teflón 28cm ELEMENTOS DE AMBIENTACIÓN

Salado de verduras

PROPUESAMETRO KREA QUINSA

2 Sartén de Teflón 28cm LOCALIZACIÓN



PROPUESAMETRO KREA QUINSA

3 Fuente refractaria 2,2Lt y Jarro 14oz SHOOTING BOARD

Brownie

Taza de chocolate caliente o té con hierbas

Fuente: Empresa McCann Erickson

PROPUESTAMETRO KREA QUINSA

3 Fuente refractaria 2.2Ll y Jarro 14oz PRODUCTO

Longi Metro 2.2 L. 1.0m

Siempre
Taza de chocolate caliente o té con hierbas

PROPUESTAMETRO KREA QUINSA

3 Fuente refractaria 2.2Ll y Jarro 12oz ELEMENTOS DE AMBIENTACIÓN

Longi Metro 2.2 L. 1.0m

PROPUESTAMETRO KREA QUINSA

3 Fuente refractaria 2.2Ll y Jarro 12oz LOCACIÓN

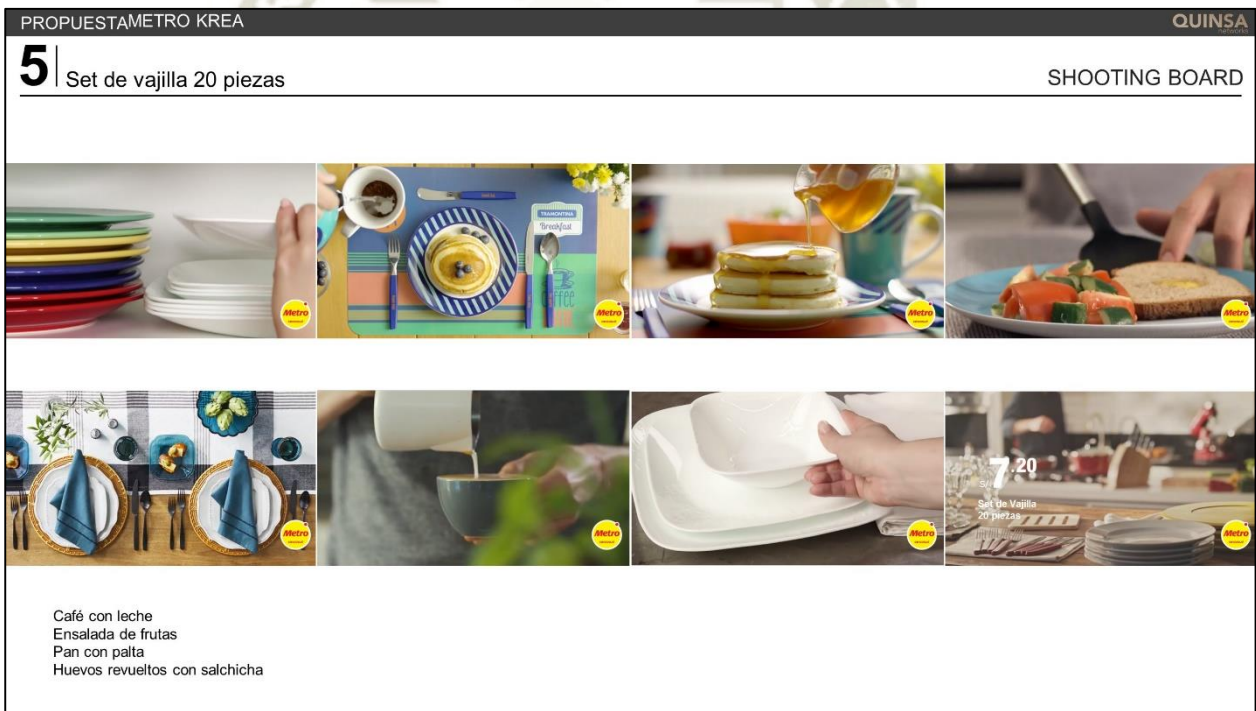
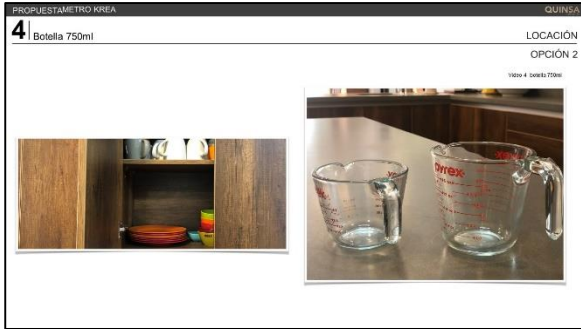
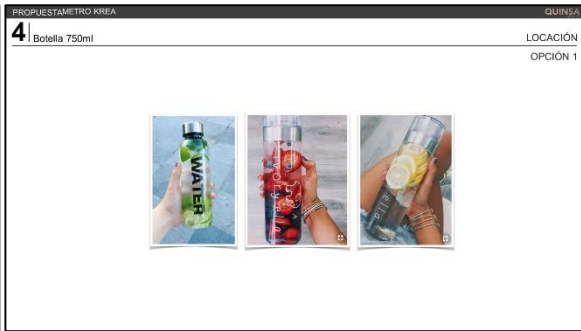
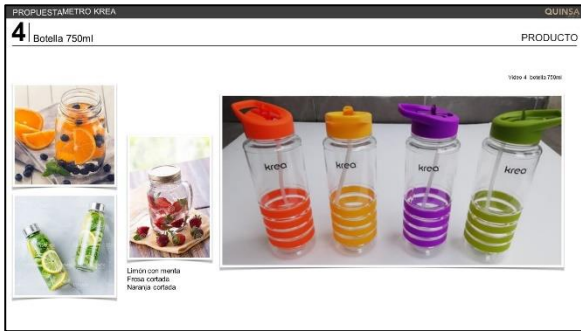


PROPUESTAMETRO KREA QUINSA

4 Botella 750ml SHOOTING BOARD

Limón con menta
Fresa cortada
Naranja cortada

Fuente: Empresa McCann Erickson



Fuente: Empresa McCann Erickson

PROPUUESTAMETRO KREA QUINISA

5 Set de vajilla 20 piezas PRODUCTO

Café con leche
Ensalada de frutas
Pan con salm
Huevos revueltos con salchicha

PROPUUESTAMETRO KREA QUINISA

5 Set de vajilla 20 piezas ELEMENTOS DE AMBIENTACIÓN

1 2 3 4

tosnadas
huevos
papas
queso crema
pan con semillas

frutas cocktail
fresas
panqueques
miel

PROPUUESTAMETRO KREA QUINISA

5 Set de vajilla 20 piezas ELEMENTOS DE AMBIENTACIÓN

canasta de pan
cubiertos
frutas amarillas

individuales rústico barriqueza

PROPUUESTAMETRO KREA QUINISA

5 Set de vajilla 20 piezas LOCACIÓN

florero de vidrio
libros
plantas en
mampara
frutero con frutas:
peras, naranjas
manzanas verdes



Fuente: Empresa McCann Erickson

PROPUESTA METRO KREA QUINSA

6 | Sábana, quilla y edredone SHOOTING BOARD

PROPUESTA METRO KREA QUINSA

6 | Sábana, quilla y edredone PRODUCTO

Juego de quilla y sábanas seleccionado

PROPUESTA METRO KREA QUINSA

6 | Sábana, quilla y edredone PRODUCTO

Otras muestras entregadas que no serán usadas

PROPUESTA METRO KREA QUINSA

6 | Sábana, quilla y edredone LOCACION

PROPUESTA METRO KREA QUINSA

6 | Sábana, quilla y edredone PRODUCTO

Se utilizará la manta polar de la derecha

Fuente: Empresa McCann Erickson

PROPUESTAMETRO KREA QUINSA

6 | Sábana, quilla y estrodone LOCACIÓN



PROPUESTAMETRO KREA QUINSA

7 | Caja plástica 6, 13 ó 30Lt y caja organizadora SHOOTING BOARD

Use different-sized bins to organize toys large and small.

FLISAT \$29.99

Use different-sized bins to organize toys large and small.

EXTOP \$129

Keep shoes out of sight by storing them in a nearby storage ottoman.

Tip 2 - Add sturdy shelving to keep laundry supplies organized and accessible.

Get the kids in on clean-up time with the help of picture labels.

TROFAST \$3.99

Cajas Organizadoras \$7.20

Cajas Plástico \$7.20

PROPUESTAMETRO KREA QUINSA

7 | Caja plástica 6, 13 ó 30Lt y caja organizadora PRODUCTO

OPCIÓN 1

PROPUESTAMETRO KREA QUINSA

7 | Caja plástica 6, 13 ó 30Lt y caja organizadora LOCACIÓN

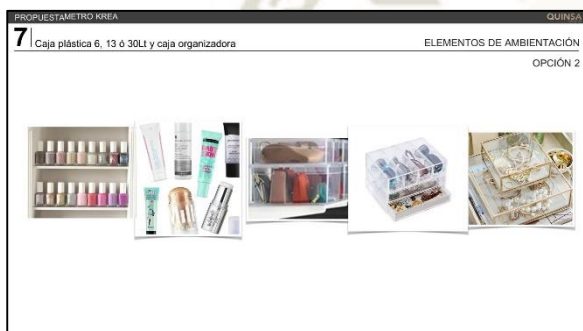
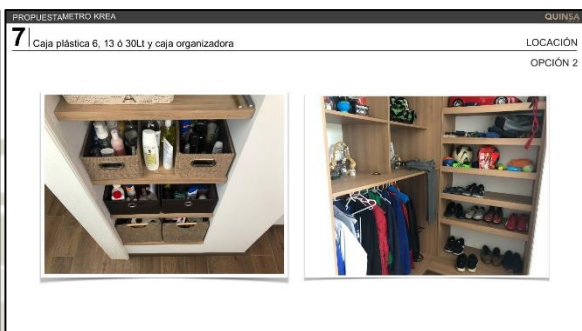
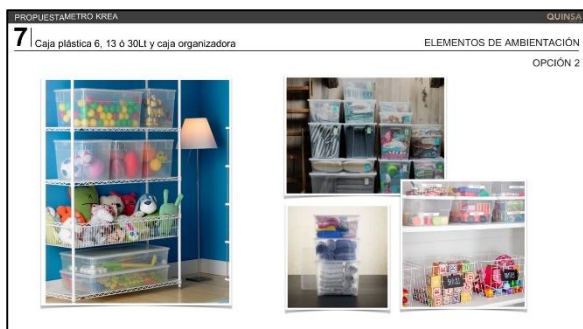
OPCIÓN 1

elementos para llenar cajas: elementos con color

ropa o cosas q puedan estar en ropero de mujer y colores en armonía

escaleras de madera para q suba

Fuente: Empresa McCann Erickson



Fuente: Empresa McCann Erickson

PROPUESTA METRO KREA QUINSA

8 Basurero con pedal de 3, 5 ó 12Lt y carro de compras PRODUCTO

PROPUESTA METRO KREA QUINSA

8 Basurero con pedal de 3, 5 ó 12Lt y carro de compras PRODUCTO

PROPUESTA METRO KREA QUINSA

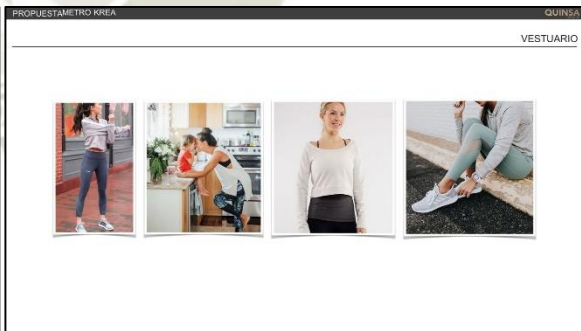
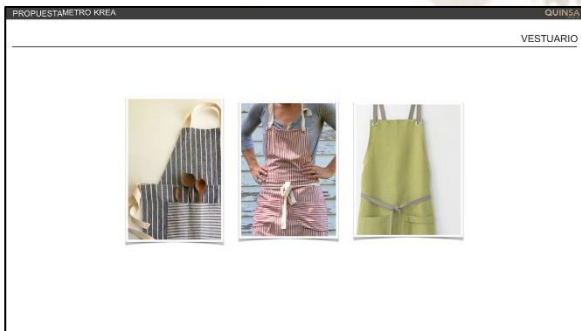
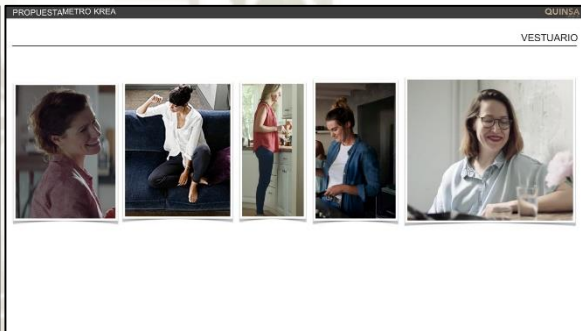
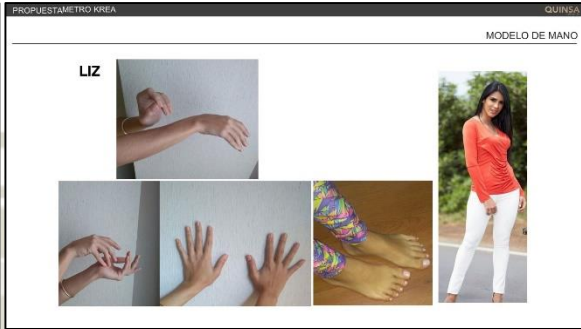
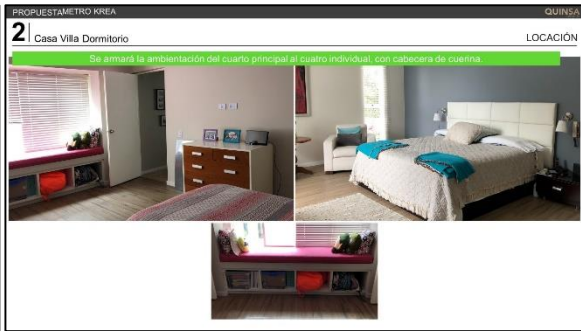
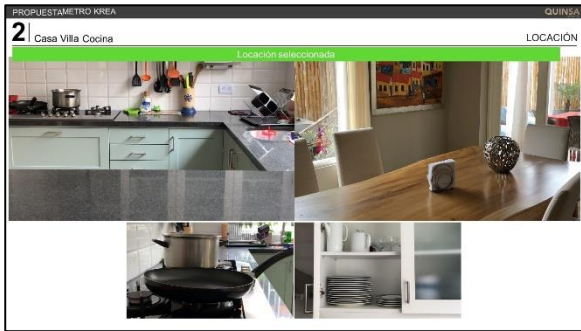
8 Basurero con pedal de 3, 5 ó 12Lt y carro de compras LOCACIÓN

PROPUESTA METRO KREA QUINSA

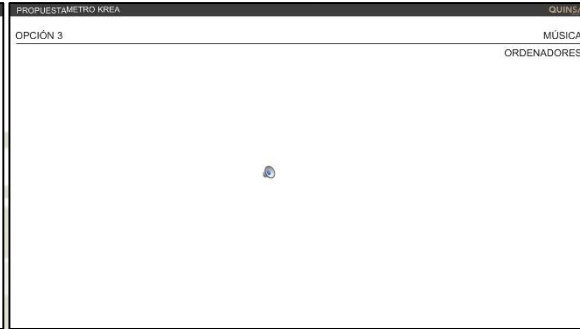
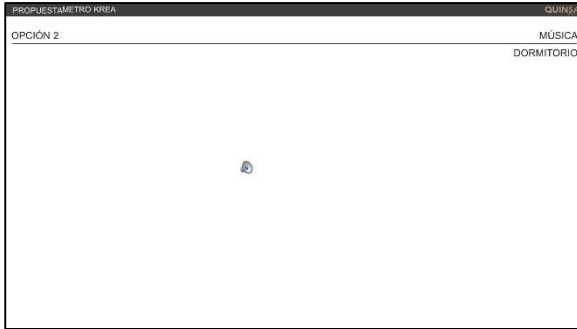
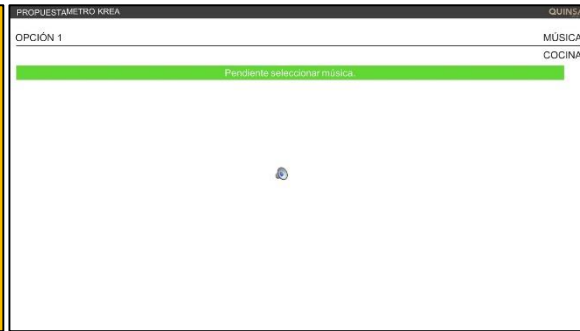
8 Basurero con pedal de 3, 5 ó 12Lt y carro de compras ELEMENTOS DE AMBIENTACIÓN

locación

Fuente: Empresa McCann Erickson



Fuente: Empresa McCann Erickson



Fuente: Empresa McCann Erickson

A continuación, capturas y link de los videos producidos.

1. Motivo: Sabanas y mantas Krea



Krea: Sabanas y Mantas

88.921 visualizaciones

5 0 COMPARTIR GUARDAR



Metro Peru
Publicado el 15 nov. 2018

SUSCRIBIRSE 5,2 MIL

¡Dale un estilo diferente a tu dormitorio con las sábanas, mantas y quita de Krea! Ya disponibles en Metro para alegrar tu habitación.
MOSTRAR MÁS

Fuente: Supermercados Metro



2. Motivo: Carrito de compras



Krea: Carrito de Compras

39.029 visualizaciones

👍 2 🗨️ 0 ➦ COMPARTIR 📌 GUARDAR ...



Metro Peru
Publicado el 15 Nov 2018

SUSCRIBIRSE 5,2 MIL

Realiza tus compras de manera más fácil con el nuevo carrito de compras Krea: Práctico, amplio y con un gran diseño. ¿Lo quieres? (Ven por el tuyo a Metro).

MOSTRAR MÁS

Fuente: Supermercados Metro



3. Motivo: Cajas Organizadoras



Fuente: Supermercados Metro

4. Motivo: Set de vajilla 20 piezas



Krea: Set de Vajilla 20 Piezas

51.467 visualizaciones

👍 2 🗨️ 0 ➦ COMPARTIR 📌 GUARDAR ⋮



Metro Peru
Publicado el 7 nov. 2018

SUSCRIBIRSE 5,2 MIL

El placer de comer no solo está en la comida. La nueva colección de vajilla Krea llegó a Metro para que tus comidas sean toda una experiencia. Ven por tu set con 30% de descuento.

MOSTRAR MÁS

Fuente: Supermercados Metro



5. Motivo: Botella 750 ml



Krea: Botellas 750 ml.

160 visualizaciones

1 0 COMPARTIR GUARDAR ...



Metro Peru
Publicado el 7 nov. 2018

SUSCRIBIRSE 5,2 MIL

Para el gimnasio, el trabajo o tus clases; las botellas Krea son perfectas para mantenerte hidratada todo el día.

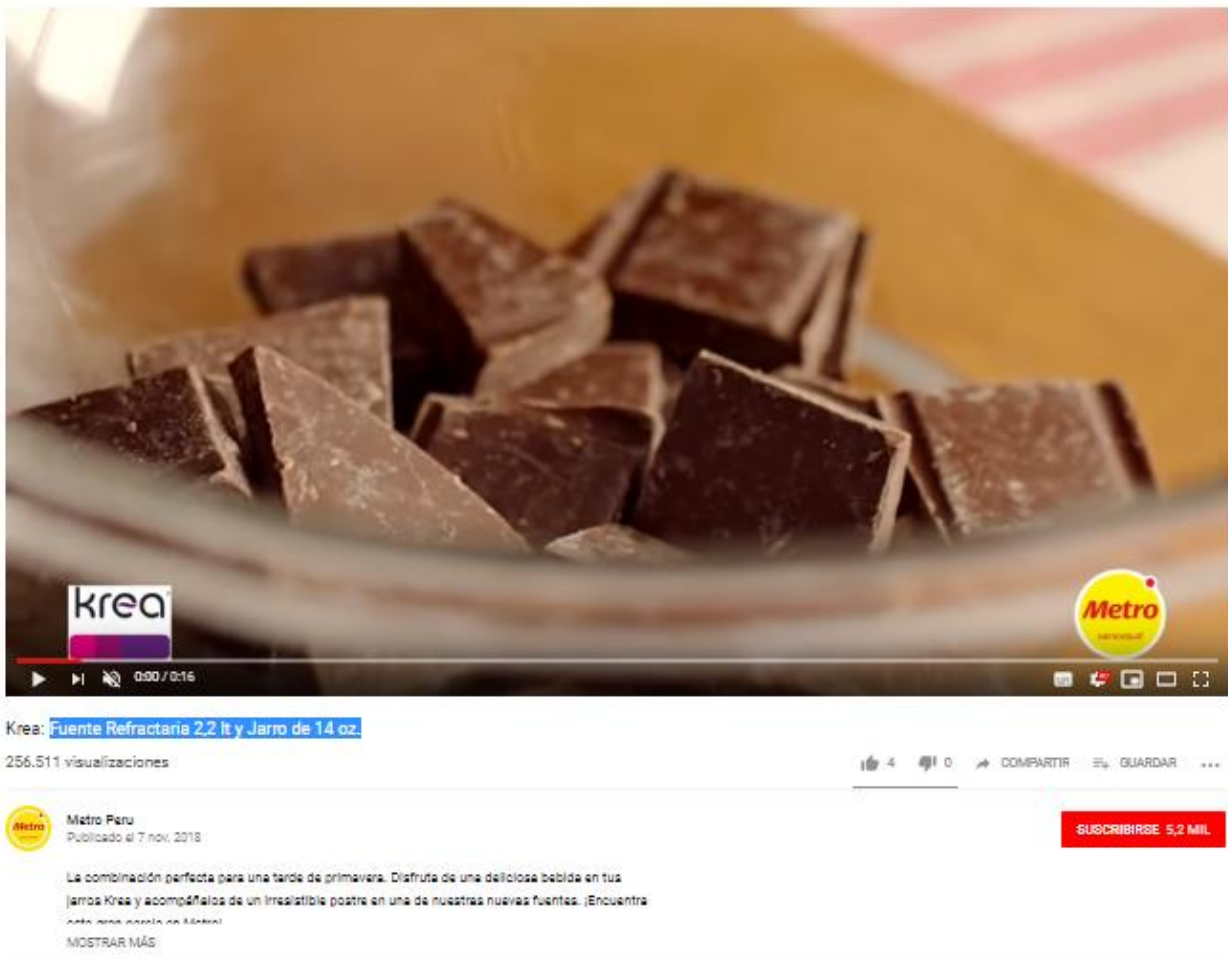
¡Mira cómo se ilustran todos en Krea!

MOSTRAR MÁS

Fuente: Supermercados Metro



6. Motivo: Fuente Refractaria 2,2 lt y Jarro de 14 oz.



Fuente: Supermercados Metro



7. Motivo: Sartén de Teflón 28 cm



Krea: Sartén de Teflón 28 cm.

45.665 visualizaciones

👍 1 🗨️ 0 ➦ COMPARTIR 📁 GUARDAR ...



Metro Peru
Publicado el 7 nov. 2018

SUSCRIBIRSE 5,2 MIL

Prepara lo que más te guste con estilo. Ven a metro y llévate los nuevos sartenes Krea con un 40% de descuento.

MOSTRAR MÁS

Fuente: Supermercados Metro



8. Motivo: Batería de Cocina 7 Piezas



Krea: [Batería de Cocina 7 Piezas](#)

8,617 visualizaciones

3 1 COMPARTIR GUARDAR ...



Metro Perú
Publicado el 7 nov. 2018

SUSCRIBIRSE 5,2 MIL

¡Llegaron a Metro las nuevas ollas Krea! Llévatelas con 40% de descuento y prepara todo lo que te
antoja. ¡Ven por tu set ya!

MOSTRAR MÁS

Fuente: Supermercados Metro



e. ANEXO PLAN OPERATIVO 2 EMPRESA MCCANN ERICKSON: PROYECTO DE PUBLICIDAD PARA DESARROLLAR CONTENIDO TRADICIONAL PARA CATEGORÍAS DIFERENCIADORAS.

Primero, se realizó la producción de contenido visual del mix de productos completo que ofrece Metro en la época navideña en la sub categoría de perecibles, licores, abarrotes, cuidado personal y limpieza. El catálogo se denominó internamente como “Encarte Navideño”.

Dentro del brief entregado por cliente se encuentra el consolidado de productos a considerar en el catálogo y la diagramación de páginas y categorías a considerar.

Tabla 20: Diagramación de Encarte Navideño

ENCARTE NAVIDEÑO - 36 PAGINAS							
Vigencia: Del 29.11 al 21.12							
Página 1 / Carátula Paneton Resp: Patricia Vargas							
Página 2 Pack Licor Productos 1 Resp: Rosa María Godoy	Página 3 Espumante Productos 1 Resp: Rosa María Godoy	Página 4 Cenas y Complementos Productos 9 Resp: Liset Chavez	Página 5 Cenas y Complementos Productos 9 Resp: Liset Chavez	Página 6 Horneados Productos 9 Resp: Liset Chavez	Página 7 Horneados Productos 9 Resp: Liset Chavez	Página 8 Ensaladas Navideñas Productos 9 Resp: Liset Chavez	Página 9 Arroces Navideños Productos 9 Resp: Liset Chavez
Página 10 Carnes Productos 9 Resp: Ignacio Elias	Página 11 Pavos y Enrollados Productos 9 Resp: Ignacio Elias	Página 12 Panadería navidad Productos 9 Resp: Liset Chavez	Página 13 Tortas Navidad Productos 10 Resp: Liset Chavez	Página 14 Panetones Productos 10 Resp: Patricia Vargas	Página 15 Panetones Productos 8 + 2 MP/IMP Resp: Patricia Vargas	Página 16 Panetones Productos 10 Resp: Patricia Vargas	Página 17 Galletas Productos 8 Resp: Patricia Vargas
Página 18 Chocolates /bombones y Galletas en lata Productos 8 + 2 MP/IMP Productos 10 Resp: Patricia Vargas	Página 19 Chocolate para Taza Productos 8 + 2 MP/IMP Productos 10 Resp: Patricia Vargas	Página 20 Frutas Secas / Puré de Manzanas Productos 8 + 2 MP/IMP Productos 10 Resp: Patricia Vargas	Página 21 Duraznos Productos 8 + 2 MP/IMP Productos 10 Resp: Patricia Vargas	Página 22 Canastas Productos 9 Resp: Patricia Vargas	Página 23 Canastas Productos 9 Resp: Patricia Vargas	Página 24 Licores /Vinos Productos 8 + 2 MP/IMP Productos 10 Resp: Rosa María Godoy	Página 25 Licores / Vinos Productos 8 + 2 MP/IMP Productos 10 Resp: Rosa María Godoy
Página 26 Licores / Espumantes Productos 8 + 2 MP/IMP Productos 10 Resp: Rosa María Godoy	Página 27 Licores Productos 10 Resp: Rosa María Godoy	Página 28 Pack panetones Productos 7 Resp: Patricia Vargas	Página 29 Estuchería Productos 12 Resp: Florencia Mezcuca	Página 30 Abarrotes Desayuno 6p Lacteos 5p Productos 11 Resp: Patricia Vargas / Katia Rodríguez	Página 31 Abarrote Salado 8p Abarrotes dulces 3p Productos 11 Resp: Patricia Vargas	Página 32 Embutidos 3 p quesos 3p Marca propia 5p Productos 11 Resp: Ignacio Elias / Kathya Rod. / Susana Coloma	Página 33 Bebidas 3p congelados 3p marcas propias 5p Productos 11 Resp: Rosa María G./ Ignacio Elias/ E. Ortiz /Susana coloma
Página 34 cuidado del hogar Productos 11 Resp: Florencia Mezcuca	Página 35 Cuidado personal Productos 11 Resp: Florencia Mezcuca						
Página 36 / Contracarátula Paneton Productos 1 Resp: Patricia Vargas							

Fuente: Supermercados Metro

Los tiempos propuestos desde el principio del proyecto fueron son los siguientes:

Tabla 21: Gantt Encarte Navideño

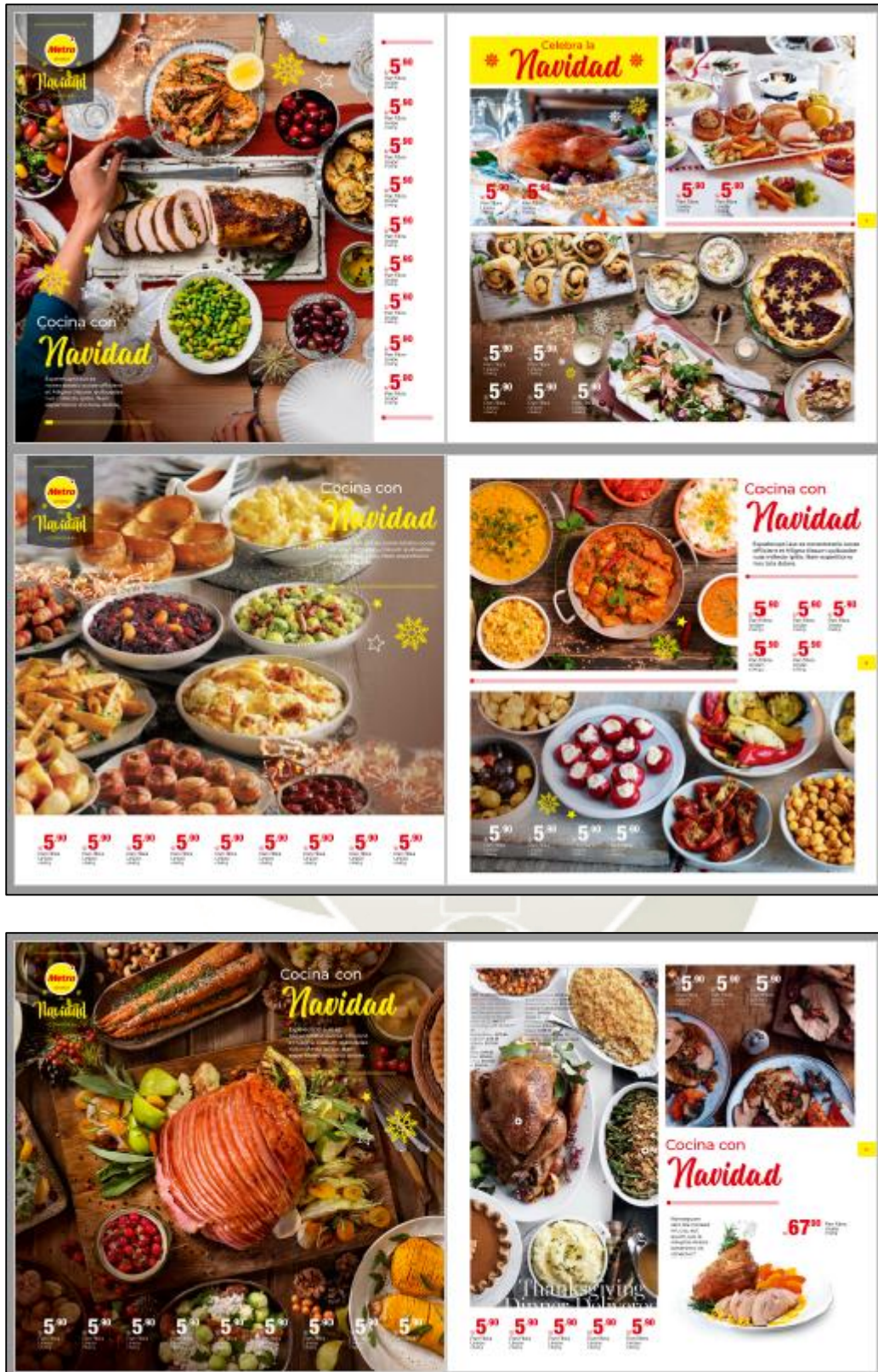
ENCARTE NAVIDEÑO -36 PGS DEL 29/11 AL 21/12			
O C T U B R E	Lunes	1	Envío de Diagramación/ Moodboard
	Martes	2	Moodboard
	Miércoles	3	Moodboard
	Jueves	4	Moodboard / Presentación Moodboard
	Viernes	5	maqueta
	Lunes	8	
	Martes	9	maqueta
	Miércoles	10	maqueta
	Jueves	11	Presentación maqueta + ppto
	Viernes	12	Aprobación maqueta - envío listado
	Lunes	15	1er. armado
	Martes	16	1er. armado
	Miércoles	17	1ra. Corrección
	Jueves	18	1ra. Corrección
	Viernes	19	Pre producción
	Lunes	22	producción - muestras
	Martes	23	producción - muestras
	Miércoles	24	producción - muestras
	N O V I E M B R E	Jueves	25
Viernes		26	Fotos
Lunes		29	Fotos
Martes		30	Fotos
Miércoles		31	Fotos
Jueves		1	
Viernes		2	
Lunes		5	2do. Armado
Martes		6	2do. Armado
Miércoles		7	2do. Armado
Jueves		8	2da corrección comercial
Viernes		9	2da corrección comercial
Lunes		12	PDF final
Martes		13	PDF final
Miércoles		14	PDF final
Jueves		15	Envío PDF a Planificación
Viernes		16	PDF final
Lunes		19	Cierre de Suplemento
Martes		20	Imprenta
Miércoles	21	Imprenta	
Jueves	22	Imprenta	
Viernes	23	Imprenta	
Lunes	26	Imprenta	
Martes	27	Imprenta	
Miércoles	28	Imprenta	
Jueves	29	Vigencia	
Viernes	30		

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 30: Maqueta Encarte Navideño



Fuente: Supermercados Metro



Fuente: Supermercados Metro

The image displays six promotional posters for Metro's Christmas baking products. Each poster features a variety of breads, cakes, and pastries, with prices listed at the bottom. The text "Cocina con Navidad" is prominently displayed in several posters. The prices are as follows:

- Poster 1 (top left): Prices range from 5.00 to 5.90.
- Poster 2 (top right): Prices range from 5.00 to 5.90.
- Poster 3 (middle left): Prices range from 5.00 to 5.90.
- Poster 4 (middle right): Prices range from 5.00 to 5.90.
- Poster 5 (bottom left): Prices range from 5.00 to 5.90.
- Poster 6 (bottom right): Prices range from 5.00 to 6.70.

Fuente: Supermercados Metro

The collage consists of six promotional images for Metro's Christmas campaign, 'Cocina con Navidad'. Each image features a variety of food products and gift baskets. The top-left image shows a collection of gift baskets and food items. The top-right image features coffee and tea products with a yellow header containing 'Lorem ipsum' and 'Navidad'. The middle-left image shows a large wicker gift basket filled with food. The middle-right image displays various jars and containers of food products. The bottom-left image shows several gift baskets with different contents. The bottom-right image features more gift baskets and food items, also with a yellow header containing 'Lorem ipsum' and 'Navidad'. Each image includes a price tag of 5.00 and a small yellow 'N' icon.

Fuente: Supermercados Metro

The image displays six promotional posters for 'Cocina con Navidad' (Cooking with Christmas) from Supermercados Metro. Each poster features a variety of food and beverage products with a '5.00' price tag. The products include meats, cheeses, breads, oils, wines, and packaged goods. The posters are arranged in a 2x3 grid.

Fuente: Supermercados Metro



Fuente: Supermercados Metro



El presupuesto cotizado para la producción de las fotos para el catálogo fue el siguiente:

Tabla 22: Presupuesto de producción Encarte Navideño

McCANN LIMA	
Ciliente:	Cencosud Retail - METRO
Motivos:	PRODUCCION INHOUSE
Fecha:	8/11/2016
CENAS ENCARTÉ NAVIDAD	MONTO
FOTOGRAFO POR DOBLE SESIÓN (5 DIAS)	S/.
DIRECCIÓN DE ARTE (5 DÍAS) Maria Pia Mariategui	S/.
ECONOMA (5 DIAS) Cecilia Zegarra (Cecuze)	S/.
PLANCHADORA (2 días)	S/.
1 UTILERO (5 días)	S/.
ESCENOGRAFÍA Alquiler de tablero de madera Alquiler de Tablero de granito gris	S/.
UTILERIA Fuentes Bowl Copas Luces Servilletas Platos Caminos	S/.
MANTENIMIENTO	S/.
INSUMOS	S/.
SUBTOTAL	S/.
5% porcentaje por pronto desembolso de financiamiento de proyecto	S/.
TOTAL en SOLES	S/.
<p>NOTA no incluye IGV <u>Pago a 30 días.</u></p>	

Fuente: Empresa McCann Erickson

El plan de fotos organizado fue el siguiente, el cronograma general sufrió algunos cambios que concluyeron en sesión de fotos del 12 al 16 de noviembre:

Lunes 12 de Noviembre

1	577098	CENA MAGICA METRO 4P			9	12
	73007	POLLO SIN PAPAS	1	UN		
	487591	PAPA FRITA X KG PR	0.4	KG		
		ARROZ ARABE X 200G (PR-K)	1	UN		
		GASEOSA 1.5L	1	UN		
	475666	AH DE LA CASA SACHET CI X 50 UN METRO	1	UN		
2	577099	CENA NOEL METRO 4P			9	12
	73007	POLLO SIN PAPAS	1	UN		
	487591	PAPA FRITA X KG PR	0.4	KG		
		ENSALADA RUSA O FRITA 300G (PR-K)	1	UN		
		GASEOSA 1.5L	1	UN		
	475666	AH DE LA CASA SACHET CI X 50 UN METRO	1	UN		
3	702312	CENA BELEN METRO 6P			9	12
	73007	POLLO SIN PAPAS	2	UN		
	487591	PAPA FRITA X KG PR	0.4	KG		
		ARROZ ARABE X 200G (PR-K)	1	UN		
		ENSALADA RUSA O FRITA 300G (PR-K)	1	UN		
	475666	AH DE LA CASA SACHET CI X 50 UN METRO	2	UN		

Martes 13 de Noviembre

1	3598	LOMO GLASEADO SB X KG	66.90	56.90	8	6
	44652	JAMON GLASEADO SB X KG	45.90	39.90		
	44742	CHULETA GLASEADA SB X KG	66.90	56.90		
	3599	PIERNA HORNEADA DE CHANCHO X KG	66.90	56.90		
	44657	POLLO ENROLLADO HORNEADO X KG	45.90	39.90		
	252067	ENROLLADO CERDO HORNEADO	45.90	39.90		
	387131	PANCETA ASADA X KG	66.90	56.90		
2	486262	BOIA PIERNA AHUMADA (solo lima)	45.90	39.90	5	3
	NUEVO	ENROLLADO DE POLLO CORDON BLEU-QUES	45.90	39.90		
	100273	PECHUGA DE PAVO EN TAJADA DESHUESADA	69.90	54.90		
	201157	PECHUGA DE PAVO HORNEADA C/H	44.90	39.90		
	73143	PECHUGA DE PAVITA HORNEADA CO	44.90	37.90		
	701903	PAVO HORNEADO X KG	31.90	24.90		
	701904	PAVO HORNEADO EN TAJADAS X KG	59.90	49.90		
3	701914	CENA ILUSION METRO 10 - 12P	259.00	189.90	5	3
	100273	PECHUGA DE PAVO EN TAJADA DE LA CASA	1.50			
	252067	ENROLLADO CERDO HORNEADO	1.00			
	99425	ENSALADA NAVIDEÑAS	2.00			
	99791	ARROCCS NAVIDEÑAS X KG.	2.00			
	44662	PURE DE MANZANA SB X KG	0.75			

Miércoles 14 de Noviembre

1	486262	BOIA PIERNA AHUMADA (solo lima)	45.90	39.90	6 Especial de Cena	
2	44742	CHULETA GLASEADA SB X KG			6 Especial de Cenas	
3 y 4	99425	ENSALADA NAVIDEÑAS (7)	24.90	20.90	6	4
	486261	CAMOTE GLASEADO METRO X KG	25.90	22.90		
	72519	ADEREZO PARA PAVO	23.90	21.90		

Jueves 15 de Noviembre

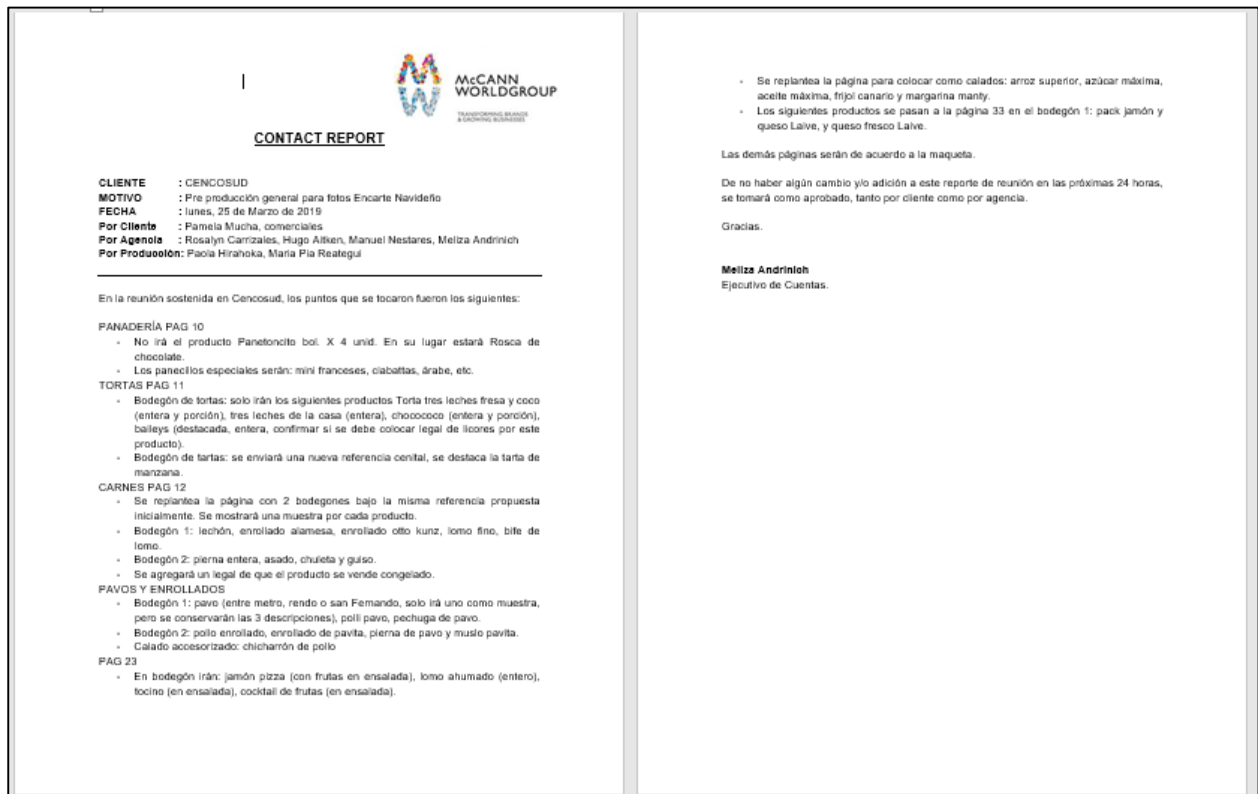
1	361544	CENA PASCUA (PECHUGA PAVO) METRO 6 - 8P	185.00	149.00	4	2
	100273	PECHUGA DE PAVO EN TAJADA DE LA CASA	1.00			
	44742	CHULETA GLASEADA SB X KG	0.70			
	99425	ENSALADA NAVIDEÑAS	1.50			
	99791	ARROCCS NAVIDEÑAS X KG.	1.00			
	44662	PURE DE MANZANA SB X KG	0.50			
2	99804	CENA "NOCHE BUENA" (PIERNA) METRO 4 -5	108.00	79.90	4	2
	3599	PIERNA HORNEADA DE CHANCHO X KG	0.70			
	44652	JAMON GLASEADO SB X KG	0.50			
	99425	ENSALADA NAVIDEÑAS	0.70			
	99791	ARROCCS NAVIDEÑAS X KG.	0.70			
	44662	PURE DE MANZANA SB X KG	0.30			

Viernes 16 de Noviembre

1 y 2	99791	ARROCCS NAVIDEÑAS X KG. (4)	24.90	20.90	7	5
	44662	PURE DE MANZANA SB X KG	11.90	9.90		
	44678	PURE DE CAMOTE SB X KG	11.90	9.90		
	256103	PURE DE MEMBRILLO X KG.	11.90	9.90		
	486257	PURE DE MANZANA GOURMET X KG	15.90	13.90		
3	124934	COMPLEMENTO CENA NAVIDEÑA METRO 6P	106.00	76.90	5	3
	99425	ENSALADA NAVIDEÑAS	2			
	99791	ARROCCS NAVIDEÑAS X KG.	2			
	44662	PURE DE MANZANA SB X KG	0.5			

Fuente: Empresa McCann Erickson

Ilustración 31: Contact report de pre producción general Encarte Navideño



Fuente: Empresa McCann Erickson

Ilustración 32: Encarte Navideño

ANUNCIO CONTRATADO

Metro cencosud

es Navidad -COMIDAS-

3x \$/ 26.90

Panetón Metro bot. x 900 g

Llevando 3, la unidad te sale a \$/ 6.97

10% ADICIONAL con Tarjeta Cencosud

Encuétralos también en Metro VPS

Del 20 de noviembre al 21 de diciembre de 2018. Prohibida su venta por separado durante este periodo.

Metro Navidad -COMIDAS-

SOMETHING SPECIAL

1793

59.99

10% ADICIONAL con Tarjeta Cencosud

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO
PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS

11.90

Espumante Tabernero Especial bot. x 750 ml

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO
PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS

Fuente: Supermercados Metro

Celebra Navidad

55.90
 - Cerdo asado
 - Cebolla asada
 - Bresaola
 - Pimientos
 - Puré de papa
 - Arroz con leche
 - Mermelada
 - Mantequilla
 - Puré de manzana

95.90
 - Cerdo asado
 - Cebolla asada
 - Bresaola
 - Pimientos
 - Puré de papa
 - Arroz con leche
 - Mermelada
 - Mantequilla
 - Puré de manzana

Encuétralos también en **Metro**

Disfruta esta Navidad

159.90
 - Pavo asado
 - Cebolla asada
 - Bresaola
 - Pimientos
 - Puré de papa
 - Arroz con leche
 - Mermelada
 - Mantequilla
 - Puré de manzana

79.90
 - Cerdo asado
 - Cebolla asada
 - Bresaola
 - Pimientos
 - Puré de papa
 - Arroz con leche
 - Mermelada
 - Mantequilla
 - Puré de manzana

Encuétralos también en **Metro**

Complementa tu Navidad

2.19
 - Salsa de queso
 - Salsa de tomate
 - Salsa de ajo
 - Salsa de limón
 - Salsa de menta
 - Salsa de cilantro

2.29
 - Sopa de pollo
 - Sopa de carne
 - Sopa de verduras
 - Sopa de lentejas
 - Sopa de arroz

Encuétralos también en **Metro**

Complementa tu Navidad

1.09
 - Arroz con leche
 - Arroz con queso
 - Arroz con pollo
 - Arroz con carne
 - Arroz con verduras

1.29
 - Sopa de pollo
 - Sopa de carne
 - Sopa de verduras
 - Sopa de lentejas
 - Sopa de arroz

2.19
 - Arroz con leche
 - Arroz con queso
 - Arroz con pollo
 - Arroz con carne
 - Arroz con verduras

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

Deliciosa esta Navidad
 Te invitamos a disfrutar de la celebración de esta Navidad con platos deliciosos y variados para disfrutar con toda la familia.

5.69 Si Cerdo asado 1.5kg	3.99 Si Salmón alimento 1.5kg	5.69 Si Pavo hominado 1.5kg	5.69 Si Lomo glaseado 1.5kg	3.99 Si Chorizo con cebolla y ricotta	3.99 Si Embutido de vacuno hominado	3.99 Si Embutido de pollo hominado	3.99 Si Embutido de cerdo hominado
---	--	---	---	---	---	--	--

Encuétralos también en **Metro**

25.90 Cena Mega Metro Cerdo asado, pollo frito, papas fritas, ensalada y bebida caliente	23.90 Si puntos bonus	27.90 Cena Mega Metro Cerdo asado, pollo frito, papas fritas, ensalada y bebida caliente	25.90 Si puntos bonus	41.90 Cena Mega Metro Cerdo asado, pollo frito, papas fritas, ensalada y bebida caliente	39.90 Si puntos bonus
--	------------------------------------	--	------------------------------------	--	------------------------------------

Encuétralos también en **Metro**

Engríete esta Navidad

4.20 Si Bread con chocolate 1.5kg	5.99 Si Arroz pasadito con leche 1.5kg	2.59 Si Cibolitas 1.5kg	5.99 Si Cebollitas con queso 1.5kg	5.99 Si Cebollitas con queso 1.5kg	5.99 Si Cebollitas con queso 1.5kg	10% Si Cebollitas con queso 1.5kg
--	---	---	---	---	---	--

Encuétralos también en **Metro**

Endúlzate esta Navidad

32.90 Si Cakes 1.5kg	45.90 Si Cakes 1.5kg	38.90 Si Cakes 1.5kg	45.90 Si Cakes 1.5kg	20.90 Si Cakes 1.5kg	15.90 Si Cakes 1.5kg	20.90 Si Cakes 1.5kg	20.90 Si Cakes 1.5kg
--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

Metro
Navidad

\$27.90 Si Cerdo asado con papas y queso	\$25.90 Si Mollejo de cerdo con papas y queso	\$24.90 Si Pechuga de pollo con papas y queso	\$23.90 Si Bife de vaca con papas y queso	\$17.90 Si Cerdo asado con papas y queso	\$16.90 Si Cerdo asado con papas y queso	\$13.90 Si Cerdo asado con papas y queso	\$32.90 Si Cerdo asado con papas y queso
---	--	--	--	---	---	---	---

Encuétralos también en **Metro**

Metro
Navidad

\$9.49 Si Pavo	\$11.49 Si Pavo	\$10.49 Si Pavo	\$8.99 Si Pavo	\$17.99 Si Pavo
\$8.49 Si Pavo	\$10.49 Si Pavo	\$9.99 Si Pavo	\$7.99 Si Pavo	\$16.99 Si Pavo
\$30.75 Si Pavo	\$26.99 Si Pavo	\$25.99 Si Pavo	\$13.90 Si Pavo	\$8.49 Si Pavo
		\$24.99 Si Pavo		\$7.99 Si Pavo

Encuétralos también en **Metro**

Metro
Navidad

10% ADICIONAL EN TODO PANETONES

\$23.90 Si Panetón	\$19.90 Si Panetón	\$22.50 Si Panetón
\$14.90 Si Panetón	\$18.70 Si Panetón	\$22.50 Si Panetón
\$16.90 Si Panetón	\$15.75 Si Panetón	\$20.90 Si Panetón
		\$24.50 Si Panetón

Encuétralos también en **Metro**

Metro
Navidad

\$17.95 Si Panetón	\$24.90 Si Panetón	\$15.90 Si Panetón	\$25.49 Si Panetón	\$18.90 Si Panetón
\$15.90 Si Panetón	\$15.50 Si Panetón	\$18.90 Si Panetón	\$16.50 Si Panetón	\$11.49 Si Panetón

10% ADICIONAL EN TODO PANETONES pagando con Tarjeta Cencosud

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

Navidad

- 18,90 Paquetes de Cookies Chocoón
- 12,80 Paquetes de Cookies Todinno
- 18,35 Paquetes de Cookies Winters
- 13,49 Paquetes de Cookies Winters
- 12,95 Paquetes de Cookies Winters
- 14,50 Paquetes de Cookies Winters
- 2,90 Paquetes de Cookies Winters
- 19,40 Paquetes de Cookies Winters
- 14,39 Paquetes de Cookies Winters
- 13,99 Paquetes de Cookies Winters

ADICIONAL EN TODO PANETONES pagando con Tarjeta Cencosud

Encuétralos también en **Metro**

Navidad

- 30% Paquetes de Cookies Millows
- 17,50 Paquetes de Cookies Winters
- 3,90 Paquetes de Cookies Winters
- 20% Paquetes de Cookies Winters
- 11,90 Paquetes de Cookies Winters
- 3,50 Paquetes de Cookies Winters
- 3 Paquetes de Cookies Winters
- 20% Paquetes de Cookies Winters

Una dulce Navidad

Encuétralos también en **Metro**

Navidad

- 23,90 Paquetes de Vizzio
- 3,2 Paquetes de Pralines
- 12,90 Paquetes de Salut
- 20% Paquetes de Salut
- 7,90 Paquetes de Pralines
- 4,50 Paquetes de Pralines
- 30% Paquetes de Pralines
- 9,50 Paquetes de Pralines
- 30% Paquetes de Pralines

Encuétralos también en **Metro**

Calor de Navidad

- 50% Paquetes de Valcalt
- 20% Paquetes de Wong
- 3,90 Paquetes de Sol
- 2,50 Paquetes de Wong
- 3,2 Paquetes de Sol
- 3,2 Paquetes de Wong
- 2,90 Paquetes de Sol
- 1,40 Paquetes de Winters
- 1,20 Paquetes de Winters

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

25% En los bancos y en la semana de la CENA navideña. **12.90** Como siempre. **8.99** Incluye galletas y leche. **2.90** Como siempre. **2.29** Detalle de Navidad. **14.49** Marca Blanca. **11.90** Como siempre. **2.1** Nueva variedad. **19.89** Marca Blanca.

Encuétralos también en **Metro**

8.90 **6.90** **6.90** **4.99** **6.60** **7.90** **4.90**

Celebra **Navidad**

Útila a tu cena navideña el día de hoy con estos productos. **6.90** **4.90** **20%**

Encuétralos también en **Metro**

Detalles de **Navidad**

29.50

52.90 **79.90** **139.90**

10% ADICIONAL EN TODO CANASTAS NAVIDEÑAS pagando con Tarjeta Cencosud

Encuétralos también en **Metro**

Sorprende esta **Navidad**

249.90 **439.90** **289.90**

10% ADICIONAL EN TODO CANASTAS NAVIDEÑAS pagando con Tarjeta Cencosud

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

82.90 2 Pack Whisky
2 Pack Vodka
166.90 2 Pack Whisky
Whisky
59.90 2 Pack Whisky
Whisky
29.90 2 Pack Whisky
Whisky

69.90 Ballantine's Finest
Whisky

49.90 2 Pack Whisky
79.90 2 Pack Whisky
78.90 2 Pack Whisky
21.90 2 Pack Whisky

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO
PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS

10.90 2 Pack Whisky
29.90 2 Pack Whisky
20.90 2 Pack Whisky
35.90 2 Pack Whisky

37.90 2 Pack Whisky
29.90 2 Pack Whisky
23.90 2 Pack Whisky
49.90 2 Pack Whisky

12.90 2 Pack Whisky
11.90 2 Pack Whisky

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO
PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS

42.90 2 Pack Whisky
32.90 2 Pack Whisky
25.90 2 Pack Whisky
51.90 2 Pack Whisky

21 Mia
21 Dolce & Gabbana

24.90 2 Pack Whisky
54.90 2 Pack Whisky
44.90 2 Pack Whisky
39.90 2 Pack Whisky

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO
PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS

31.90 2 Pack Whisky
29.90 2 Pack Whisky
5.50 2 Pack Whisky
11.00 2 Pack Whisky

20.90 2 Pack Whisky
11.90 2 Pack Whisky
5.20 2 Pack Whisky
1.99 2 Pack Whisky

35.90 2 Pack Whisky
8.90 2 Pack Whisky

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO
PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS

Fuente: Supermercados Metro

Disfruta esta Navidad

- 4.95: Pasa de vacacion... (1kg)
- 14.49: Aceite vegetal... (1.8L)
- 25%: Pasa de vacacion... (1kg)
- 6.70: Pasa de vacacion... (1kg)
- 10.99: Pasa de vacacion... (1kg)
- 8.90: Pasa de vacacion... (1kg)

Disfruta esta Navidad

- 1.19: Harina especial... (1kg)
- 1.49: Pasa de vacacion... (1kg)
- 2.50: Café de arge... (1kg)
- 5.99: Pasa de vacacion... (1kg)

Encuétralos también en **Metro**

- 19.90: Pasa de vacacion... (1kg)
- 24.90: Pasa de vacacion... (1kg)
- 49.90: Pasa de vacacion... (1kg)
- 59.90: Pasa de vacacion... (1kg)
- 26.90: Pasa de vacacion... (1kg)
- 19.90: Pasa de vacacion... (1kg)
- 34.90: Pasa de vacacion... (1kg)
- 49.90: Pasa de vacacion... (1kg)
- 34.90: Pasa de vacacion... (1kg)
- 44.90: Pasa de vacacion... (1kg)
- 19.90: Pasa de vacacion... (1kg)
- 24.90: Pasa de vacacion... (1kg)

Encuétralos también en **Metro**

Complementa tu Navidad

- 6.45: Aceite vegetal... (1.8L)
- 6.40: Aceite vegetal... (1.8L)
- 3.45: Aceite vegetal... (1.8L)
- 2.50: Aceite vegetal... (1.8L)
- 4.90: Aceite vegetal... (1.8L)
- 2.60: Aceite vegetal... (1.8L)
- 4.10: Aceite vegetal... (1.8L)
- 20%: Aceite vegetal... (1.8L)
- 4.99: Aceite vegetal... (1.8L)

Encuétralos también en **Metro**

- 13.49: Café... (1kg)
- 5.49: Café... (1kg)
- 30%: Café... (1kg)
- 13.90: Café... (1kg)
- 3.99: Café... (1kg)
- 5.90: Café... (1kg)
- 3.2: Café... (1kg)
- 3.2: Café... (1kg)
- 6.90: Café... (1kg)
- 7.89: Café... (1kg)
- 7.65: Café... (1kg)

Encuétralos también en **Metro**

Deléitate esta Navidad

- 3.99: Carne... (1kg)
- 3.99: Carne... (1kg)
- 5.90: Carne... (1kg)
- 5.30: Carne... (1kg)
- 1.89: Carne... (1kg)
- 4.90: Carne... (1kg)
- 12.89: Carne... (1kg)
- 3.2: Carne... (1kg)
- 12.99: Carne... (1kg)

Encuétralos también en **Metro**

Comparte esta Navidad

- 11.90: Bebida... (1L)
- 3.29: Bebida... (1L)
- 2.29: Bebida... (1L)
- 3.49: Bebida... (1L)
- 2.79: Bebida... (1L)
- 17.80: Bebida... (1L)
- 5.50: Bebida... (1L)
- 8.99: Bebida... (1L)
- 6.49: Bebida... (1L)
- 3.2: Bebida... (1L)

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

Engriete esta Navidad

Encuétralos también en **Metro**

18.99, 19.90, 4.30, 12.90, 25.99, 32.90, 46.50, 16.99, 2.99

OPAL, Elite, Suave, Ace

Engriete esta Navidad

Encuétralos también en **Metro**

39.90, 18.60, 7.50, 10%, 43.90, 12.40, 73.49, 12.90, 23.90, 34.90, 13.90

Huggies, Babysec, slip

Momentos de Navidad

Celebra estas fiestas con un panetón en tu mesa y lleva el espíritu navideño a tu hogar acompañándolo con una taza de chocolate caliente y comparte los más dulces momentos.

7.19 s/ Panetón Máxima x 900 g

10% ADICIONAL con Tarjeta Concesud

Máxima PANETÓN FAMILIAR

Encuétralos también en **Metro**

Metro concesud

Precios más bajos... Siempre!

Fuente: Supermercados Metro

Segundo, se realizó la producción de contenido visual del mix de productos completo que ofrece Metro en la época navideña en la sub categoría de juguetería. El catálogo se denominó internamente como “Encarte de Juguetes”. La producción de fotos de este encarte fue manejada por una productora externa, la negociación del presupuesto fue una gestión interna entre cliente y productora.

Dentro del brief entregado por cliente se encuentra el consolidado de productos a considerar en el catálogo y la diagramación de páginas y categorías a considerar.

Ilustración 33: Diagramación Encarte de Juguetes

2DO MINI ENCARTE JUGUETES				
VIGENCIA: del 7 al 18 de diciembre				
PÁGINA 1 CARATULA				
JUEGUETES NIÑO				
Productos 1				
Resp. Daniela La Rosa				
PÁGINA 2 JUGUETES	PÁGINA 3 JUGUETES	PÁGINA 4 JUGUETES	PÁGINA 5 JUGUETES	PÁGINA 6 JUGUETES
Juguetes Niño	Juguetes Niño	Juguetes Niño	Juguetes Niño	Juguetes bebes
Productos 9	Productos 9	Productos 9	Productos 9	Productos 9
Resp. Daniela La Rosa	Resp. Daniela La Rosa	Resp. Daniela La Rosa	Resp. Daniela La Rosa	Resp. Daniela La Rosa
PÁGINA 7 JUGUETES	PÁGINA 8 JUGUETES	PÁGINA 9 JUGUETES	PÁGINA 10 MONTABLE	PÁGINA 11 MONTABLES
Juguetes bebes	Juguetes bebes	Juegos de Mesa	Bodyboard skates bicicletas	Bodyboard skates bicicletas
Productos 9	Productos 9	Productos 9	Productos 6	Productos 6
Resp. Daniela La Rosa	Resp. Daniela La Rosa	Resp. Daniela La Rosa	Resp. Eving De la Peña	Resp. Eving De la Peña
PÁGINA 12 CONTRACAPA				
JUGUETE BEBÉ				
Productos 1				
Resp. Daniela La Rosa				

Fuente: Supermercados Metro

Ilustración 34: Maqueta Encarte Juguetes



Juega en Navidad
Espejalos todos por el mismo precio de oferta. El tiempo de vigencia puede variar. Mientras dura la oferta, permítenlo para disfrutar.

S/ 39.90 FurReal Luvimals Magic World Dream Candles
S/ 29.90 FurReal Luvimals y Cables por juego
S/ 29.90 FurReal Luvimals y Cables por juego
S/ 29.90 FurReal Luvimals y Cables por juego
S/ 89.90 FurReal Luvimals y Cables por juego

S/ 69.90 Disney Princesses Figurales y Cables por juego
S/ 49.90 Disney Princesses Figurales y Cables por juego
S/ 12.90 Polly Pocket Playset con accesorios para jugar
S/ 12.90 Polly Pocket Playset con accesorios para jugar

S/ 99.90 LEGO Classic
S/ 39.90 My Little Pony Esculturas Girls Figuras clásicas con accesorios por juego

S/ 29.90 LEGO Creator
S/ 29.90 LEGO City
S/ 29.90 LEGO Classic

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

Juega en Navidad

Expelecupit aut es nonsectotatio occae officiant et hiligna lissum quibusdae mus millesio iplo. Nam experitioro mo tota dolore.

\$49.90
Múltiple Dr. Fire Gun 18" con 300 disparos

\$39.90
Bala 17" Sets con accesorios

\$29.90
Bala 17" Sets con accesorios

\$17.90
Camión 17" Precision

\$29.90
Bala 17" Sets con accesorios

\$59.90
Kiloby Baby 4 en 1 con 1000 piezas

\$59.90
Múltiple Baby 4 en 1 con 1000 piezas

\$29.90
Bala 17" Sets con accesorios

Juega en Navidad

Expelecupit aut es nonsectotatio occae officiant et hiligna lissum quibusdae mus millesio iplo. Nam experitioro mo tota dolore.

\$12.90
Bola Bubble con agua

\$16.90
Spinning lights iluminado

\$9.90
Lanzador de agua a 20 m y 300 disparos

\$39.90
Bata de baño / Bikini / Pantalón / Camiseta con agua

\$149
Triciclo Ejercicio Mont 12" 3 en 1

\$12.90
Bola Bubble con agua

\$9.90
Lanzador de agua a 20 m y 300 disparos

\$169.90
Superman con accesorios

Encuétralos también en **Metro**

Juega en Navidad

\$19.90
Dinosaurio con accesorios

\$14.90
Dinosaurio + 25cm con accesorios

\$16.90
Armadillo con accesorios

\$24.90
Paseo de Oso + accesorios

\$59.90
Furriel Luminoso y Cadenas con accesorios

\$14.90
Dunny Lady con accesorios

\$17.90
Cartera con accesorios

\$14.90
Dunny Lady con accesorios

Juega en Navidad

\$69.90
Juguete de construcción

\$49.90
Bici con accesorios

\$34.90
Furriel Price Super con accesorios

\$149
Triciclo Ejercicio Mont 12" 3 en 1

\$34.90
Furriel Price Super con accesorios

\$79.90
Furriel Price Super con accesorios

\$34.90
Furriel Price Super con accesorios

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

Juega en Navidad

Expeleccuppi aut es nonsectatolio occae officiant et hiligna tiliusum quibusdae nus millesto ipitio. Nam expentiorro mo toca dolore.

\$19.90

Carro Mickey x 33 cm. con ruedas

\$16.90

Carro a control remoto con cámara

\$17.90

Carro El Triciclo con cámara

\$24.90

Carro de juguete con cámara

\$39.90

Carro de juguete con cámara

\$14.90

Carro de juguete con cámara

\$39.90

Carro de juguete con cámara

\$39.90

Juguete de mesa con herramientas y de construcción

\$24.90

Cartones de construcción x 2 con piezas

\$19.90

Set de animales con cartas

\$16.90

Set de animales con cartas

\$24.90

Cartones de construcción x 3 con piezas

\$24.90

Set de animales con cartas

\$17.90

Carro El Triciclo con cámara

Encuétralos también en **Metro**

Juega en Navidad

Expeleccuppi aut es nonsectatolio occae officiant et hiligna tiliusum quibusdae nus millesto ipitio. Nam expentiorro mo toca dolore.

\$129

Bicicleta Boreo Eros 20" con cámara

\$399

Bicicleta Boreo Eros 20" con cámara

\$169

Bicicleta Boreo Eros 20" con cámara

\$149

Bicicleta Boreo Eros 20" con cámara

\$299

Bicicleta Boreo MTB 24" con cámara

\$249

Bicicleta Boreo MTB 24" con cámara

\$399

Bicicleta Boreo MTB 24" con cámara

\$99.90

Skateboard Boreo con ruedas de 200 mm

\$79.90

Skateboard Boreo con ruedas de 200 mm

\$99.90

Skateboard Boreo con ruedas de 200 mm

\$79.90

Skateboard Boreo con ruedas de 200 mm

\$59.90

Patines con freno Boreo con ruedas de 75 mm

\$49.90

Patines con freno Boreo con ruedas de 75 mm

\$499

Bicicleta Boreo MTB 24" con cámara

\$149

Bicicleta Boreo MTB 24" con cámara

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

Juega en **Navidad**

Expelecepti aut es nonectatio occae officiant et hlligna tiissum quibusdae nus millesio ipto. Nam expieritio mo tota dolere.

29.90
S/ Muñeca x SI 0 41 cm
C/u

Encuétralos también en **Metro**

Metro
Oficina más cerca... Encuentra

Fuente: Supermercados Metro

Ilustración 35: Contact Report Encarte Juguetes

McCANN WORLDGROUP
TRANSFORMING BRANDS & GROWING BUSINESSES

CONTACT REPORT

CLIENTE : CENCOSUD
MOTIVO : Pre general Juguetes n°2 del 1 al 18 diciembre y n°3 del 20 al 24 diciembre.
FECHA : domingo, 31 de Marzo de 2019
Por Cliente : Cynthia Mestanza
Por Agencia : Rosalyn Carrizales, Meliza Andrinich, Hugo Aitken
Por Productora: Denisse Best

En la reunión sostenida en **Cencosud**, los puntos que se tocaron fueron los siguientes:

Juguetes n°2 del 1 al 18 diciembre

- Carátula: irán un niño y una niña. No van productos, solo sensación.
- Solo se tomarán fotos destacadas con modelos, los demás productos los enviará cliente en alta ya que no pueden abrirse las muestras de tienda. No lo recomendamos porque no cumple con la maqueta.
 - Pág. 2: destacado será figuras de 30cm
 - Pág. 3: destacar autos básicos Hot Wheels
 - Pág. 4: destacar set de 3 camiones
 - Pág. 5: destacar muñeca Barbie
 - Pág. 6: destacar peluche 80cm
 - Pág. 7: destacar dentista bromista
 - Pág. 8: destacar xilofono
 - Pág. 9: destacar jeoga.
 - Pág. 10: destacar bicicleta niño 16" con casco
 - Pág. 11: destacar triciclo niña con casco
 - Pág. 12: foto ok se replantea gráfica para destacar el % de dscto de TC

Juguetes n°3 del 20 al 24 diciembre

- Carátula: irán una niña y su mamá. No van productos, solo sensación.
- Solo se tomarán fotos destacadas con modelos, los demás productos los enviará cliente en alta ya que no pueden abrirse las muestras de tienda. No lo recomendamos porque no cumple con la maqueta.
 - Pág. 2: destacar muñeca Barbie profesiones y día soleado
 - Pág. 4: destacar el mismo lanzador de juguetes n°1 se reusará la foto y renovará derechos de modelo.

o Pág. 6: destacar Fisher Price, comercial confirmará que muestras mandarán para abrir.

o Pág. 8: foto ok se replantea gráfica para destacar el % de dscto de TC

Se adjunta el casting de modelos a seleccionar como máximo miércoles 14 a la 11am.
 Link:
<https://we.tl/t-as0vzw4nd>

De no haber algún cambio y/o adición a este reporte de reunión en las próximas 24 horas, se tomará como aprobado, tanto por cliente como por agencia.

Gracias.

Meliza Andrinich
Ejecutivo de Cuentas.

Fuente: Empresa McCann Erickson

Imagina en Navidad

En estas fiestas, deja que liberen toda su imaginación con juguetes que les darán muchas horas de diversión. ¡Empecemos a jugar!

- \$39.90 S/17.90 Silla y set de cocina, Mueble, sartenes, herramientas y accesorios.
- \$39.90 S/19.90 S/24.90 S/24.90 S/24.90 S/9.90

Encuétralos también en **Metro**

Fantasia de Navidad

Animales a crear sus propias historias y sumergirse en su propio mundo de fantasía con las muñecas más queridas.

Barbie

- \$39.90 S/59.90 S/12.90 S/32.90 S/12.90 S/24.90

Encuétralos también en **Metro**

Navidad JUGUETES

- \$19.90 S/27.90 S/44.90 S/16.90

Encuétralos también en **Metro**

Play-Doh

- \$59.90 S/49.90 S/21.90 S/31.90 S/39.90 S/11.90

Encuétralos también en **Metro**

Juguemos Juntos

Estimula su aprendizaje, alimenta su creatividad y deja que los más pequeños disfruten los momentos más divertidos.

- \$3.90 S/49.90 S/27.90 S/39.90 S/17.90 S/34.90 S/17.90 S/29.90 S/39.90

Encuétralos también en **Metro**

Hasbro Learning

- \$19.90 S/59.90 S/16.90 S/49.90 S/14.90

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

Fuente: Supermercados Metro

Ilustración 37: Encarte Juguetes (parte 4)

Fuente: Supermercados Metro

Y, por último, se realizó la producción de contenido visual del mix de productos completo que ofrece Metro en la época escolar. El catálogo se denominó internamente como “Encarte Escolar”.

Dentro del brief entregado por cliente se encuentra el consolidado de productos a considerar en el catálogo y la diagramación de páginas y categorías a considerar.

Ilustración 38: Diagramación Encarte Escolar

Página 1 / Carátula Mochila + lonchera 1 Producto Resp: Cecilia Saunier		SUPLEMENTO ESCOLAR METRO 30 de enero al 14 de febrero			
Página 2 Mochilas Studio Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 3 Mochilas Studio Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 4 Mochilas Studio Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 5 Mochilas Studio Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 6 Loncheras Studio + Nacional Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 7 Mochilas Nacionales Productos:9 Resp: Cecilia Saunier
Página 8 Mochilas Licencia Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 9 Mochilas Licencia Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 10 Mochilas Licencia Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 11 Mochilas Licencia Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 12 Mochilas Licencia Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 13 Mochilas Licencia Productos:9 Resp: Cecilia Saunier
Página 14 Cuadernos estampados Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 15 Cuadernos color entero Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 16 Folders Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 17 Blocks (papel + cartulina) Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 18 Lápices y lapiceros Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 19 Lápices y lapiceros Productos:9 Resp: Cecilia Saunier
Página 20 Colores Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 21 Plumón / Marcador / Fine pen Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 22 Temperas Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 23 Plastilina / crayola Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 24 Goma / Cintas / Tijeras / Regla Productos:9 Resp: Cecilia Saunier	Página 25 Hogar Botilitros y Tappers Productos:9 Resp: Camila Carrillo
Página 26 Hogar Botilitros y Tappers Productos:9 Resp: Camila Carrillo	Página 27 Calzado Productos:9 Resp: Teresa Canaval	Página 28 1/2 Calzado / Ropa interior / Accesorios de Productos:9 Resp: Teresa Canaval	Página 29 Licencias vestuario Productos:9 Resp: Teresa Canaval	Página 30 Muebles / Sillas Productos:9 Resp: Teresa Canaval	Página 31 Electro Computo Productos:9 Resp: Mario Granda
Página 32 Contracarátula Electro Productos:1 Resp: Mario Granda					

Fuente: Empresa McCann Erickson

Ilustración 39: Moodboard Encarte Escolar (la ruta 1 fue la aprobada)



Fuente: Empresa McCann Erickson

Aventuras de colegio

Las vacaciones de verano terminaron y tenemos muchas aventuras que contar. Es tiempo de reencontrarnos con nuestros mejores amigos y volver a compartir, imaginar y crear. Los campeonatos deportivos, la feria de ciencias, el concurso de talentos y muchas horas de recreo nos esperan, así como risas y muchos retos. Nuestros compañeros de clases se convierten en compañeros de nuevas aventuras. Iniciemos juntos un año más, la campaña acaba de sonar.

INSPIRACIÓN

AÑO NUEVO - METRO



INSPIRACIÓN

AÑO NUEVO - METRO



ACTING

ESCOLAR - METRO



REFERENCIAS LETTERING

ESCOLAR - METRO

RUTA 1



DIAGRAMACIÓN

ESCOLAR - METRO



DIAGRAMACIÓN

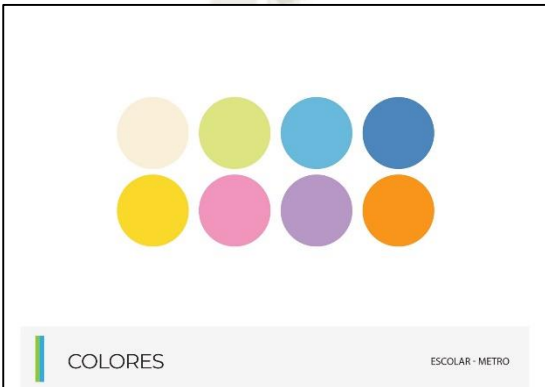
ESCOLAR - METRO



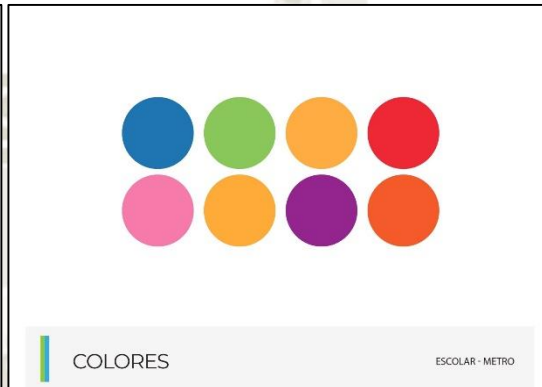
CALADOS

ESCOLAR - METRO

Fuente: Empresa McCann Erickson



Fuente: Empresa McCann Erickson



Fuente: Empresa McCann Erickson

Ilustración 40: Maqueta Encarte Escolar



Fuente: Supermercados Metro

listos para el COLE
AMIGOS Y DIVERSION

LOREM IPSUM DOLOR LOREM
LOREM IPSUM DOLOR

*12.99 S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg	*12.99 S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg	*12.99 S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg	*12.99 S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg
*12.99 S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg	*12.99 S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg	*12.99 S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg	*12.99 S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg

00.00
S/ Mochila

12.99
S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg

12.99
S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg

12.99
S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg

12.99
S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg

12.99
S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg

12.99
S/ Azúcar rubia Máxima v.1kg

00.00
S/ Mochila

Encuétralos también en **Metro**

listos para el COLE
AMIGOS Y DIVERSION

LOREM IPSUM DOLOR LOREM
LOREM IPSUM DOLOR

*12.99
*12.99
*12.99
*12.99
*12.99
*12.99
*12.99
*12.99
*12.99
*12.99

LOREM IPSUM DOLOR LOREM
LOREM IPSUM DOLOR

12.99

12.99

12.99

12.99

12.99

12.99

12.99

12.99

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

listos para el **COLE**
-AMIGOS Y DIVERSION-

12.99
Azúcar rubia Máxima v. lit

LOREM IPSUM DOLOR LOREM
LOREM IPSUM DOLOR

12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99

12.99
12.99
12.99

LOREM IPSUM DOLOR LOREM IPSUM DOLOR

12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99

12.99
12.99
12.99

Encuétralos también en **Metro**

listos para el **COLE**
-AMIGOS Y DIVERSION-

12.99
Azúcar rubia Máxima v. lit

LOREM IPSUM DOLOR LOREM
LOREM IPSUM DOLOR

12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99

12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99

LOREM IPSUM DOLOR LOREM IPSUM DOLOR

12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99

12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99
12.99

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

listos para el **COLE**
-AMIGOS Y DIVERSION-
\$12.99
S/ Acudir ru bta
Máxime +13 kg

LOREM IPSUM DOLOR LOREM
LOREM IPSUM DOLOR
\$12.99
\$12.99
\$12.99
\$12.99
\$12.99

\$12.99
S/ Acudir ru bta
Máxime +13 kg

\$12.99
\$12.99

\$1.799
\$1.519
\$1.799
\$1.519
\$1.799
\$1.519
\$1.799
\$1.519

Encuétralos también en **Metro**

ANUNCIO CONTRATADO
listos para el **COLE**
-AMIGOS Y DIVERSION-
\$00.00
S/ Mochila +
lonchera

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

Se realizaron propuestas de logo para la campaña, la opción aprobada fue la primera:



Fuente: Supermercados Metro

Ilustración 41: Presupuesto de producción Encarte Escolar

METRO ESCOLAR 2019		MONTO
McCANN LIMA		
Cliente:	Cencosud Retail - METRO	
Motivos:	PRODUCCIÓN INHOUSE	
Fecha:	18/12/2018	
MODELOS (GRÁFICA Y DIGITAL, 2 MESES)		
Coordinación y Casting de Modelos		
(7) Modelos Niña	S/.	
(6) Modelo Niño	S/.	
(3) Fotos pies	S/.	
DIRECCION DE ARTE (x 5 días)		
Maria Pia Mariategui	S/.	
UTILERO (x 5 días)		
	S/.	
PLANCHADORA (x 4 días)		
	S/.	
MAQUILLAJE Y PEINADO (x 1 día)		
	S/.	
ESCENOGRAFÍA Y UTILERIA		
	S/.	
Backing 2 colores (Caratula)		
Backing verde		
Backing turquesa		
Backing con ventana		
Backing esquina verde		
Backing verde limon con listones con zocalo		
Backing beige con zocalo blanco		
Piso Turquesa		
Piso listones de madera oscuro		
Piso listones de madera claro		
MDF 8 colores + pintura		
Cerca blanca		
Grass sintético		
Comoda		
Perchero		
2 bancas largas		
1 banco alto		
MANTENIMIENTO (x 5 días)		
	S/.	
SUBTOTAL		
	S/.	
5% porcentaje por pronto desembolso de financiamiento de proyecto		
	S/.	
TOTAL en SOLES		
	S/.	
NOTA		
no incluye IGV		
<u>Pago a 30 días.</u>		

Fuente: Empresa McCann Erickson

Ilustración 42: Encarte Escolar Final

ANUNCIO CONTRATADO

listos para el **COLE**
-AMIGOS Y DIVERSION-

\$/ 39.90
Mochila Multiuso + Lonchera
Studio diseños variados
50x30x40cm
Precio regular \$109.90

Disponible en venta por separado de este mes.
Precio de venta de \$19.90

Metro
cencosud

Encuétralos también en **Metro**

Precios más bajos... Siempre!

listos para el **COLE**
-AMIGOS Y DIVERSION-

LLEVA TU ESTILO A TODAS PARTES

\$/ 59.90
Mochila Studio
Cinturón con pinas
50x30x40cm

\$/ 59.90
Mochila Studio
Cinturón con pinas
50x30x40cm

\$/ 79.90
Mochila Studio
Cinturón con pinas
50x30x40cm

\$/ 79.90
Mochila Studio
Cinturón con pinas
50x30x40cm

\$/ 49.90
Mochila Studio
Cinturón con pinas
50x30x40cm

Encuétralos también en **Metro**

\$/ 39.90
Mochila Studio
Mochila multiuso
50x30x40cm

\$/ 69.90
Mochila Studio
Mochila multiuso
50x30x40cm

\$/ 89.90
Mochila Studio
Mochila multiuso
50x30x40cm

\$/ 79.90
Mochila Studio
Mochila multiuso
50x30x40cm

\$/ 79.90
Mochila Studio
Mochila multiuso
50x30x40cm

\$/ 89.90
Mochila Studio
Mochila multiuso
50x30x40cm

Metro
cencosud

Encuétralos también en **Metro**

Precios más bajos... Siempre!

Fuente: Supermercados Metro

listos para COLE
AMIGOS Y DIVERSION

ENCUENTRA LOS DISEÑOS MÁS VARIADOS

\$29.90 Mochila con diseño de estrellas y lunas con cintas de colores. Mochila de 20 litros. Mochila de 20 litros.	\$14.90 Mochila de 10 litros con diseño de flores. Mochila de 10 litros.	\$99.90 Mochila con diseño de animales. Mochila de 20 litros. Mochila de 20 litros.	\$39.90 Mochila con diseño de animales. Mochila de 10 litros. Mochila de 10 litros.	\$99.90 Mochila con diseño de animales. Mochila de 20 litros. Mochila de 20 litros.	\$11.90 Mochila con diseño de animales. Mochila de 10 litros. Mochila de 10 litros.	\$12.90 Mochila Studio Básica. Mochila de 10 litros. Mochila de 10 litros.
--	---	---	---	---	---	--

Encuétralos también en **Metro**

\$79.90
Mochila Studio.
Mochila de 20 litros.
Mochila de 20 litros.

\$59.90
Mochila con diseño de animales.
Mochila de 20 litros.
Mochila de 20 litros.

\$69.90
Mochila con diseño de animales.
Mochila de 20 litros.
Mochila de 20 litros.

Encuétralos también en **Metro**

listos para COLE
AMIGOS Y DIVERSION

LISTOS PARA LA HORA DEL BREAK

\$9.90
Lunchbox Básica.
Lunchbox de 10 litros.
Lunchbox de 10 litros.

\$16.90
Lunchbox Studio.
Lunchbox de 10 litros.
Lunchbox de 10 litros.

\$19.90
Lunchbox Studio.
Lunchbox de 10 litros.
Lunchbox de 10 litros.

\$19.90
Lunchbox Studio.
Lunchbox de 10 litros.
Lunchbox de 10 litros.

Encuétralos también en **Metro**

PORTA

\$74.90
Mochila Porta.
Mochila de 20 litros.
Mochila de 20 litros.

SOULBAG

\$129
Mochila Soulbag.
Mochila de 20 litros.
Mochila de 20 litros.

CREPIER

\$159
Mochila Crepier.
Mochila de 20 litros.
Mochila de 20 litros.

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

listos para COLE
AMIGOS Y DIVERSION

PREPARADOS PARA NUEVOS PASOS

•79.90	•144.90	•74.90	•39.90	•65.90	•74.90	•34.90	•124.90
S/ Maleta Hello Kitty	S/ Maleta con ruedas Hello Kitty	S/ Lanchera Hello Kitty	S/ Cuchillera Pequeña Hello Kitty	S/ Lanchera Pequeña Hello Kitty	S/ Lanchera Pequeña Hello Kitty	S/ Cuchillera Pequeña Hello Kitty	S/ Maleta 3D con ruedas Hello Kitty

Encuétralos también en **Metro**

•159.90 Maleta con ruedas Maleta Hello Kitty

•55.90 S/ Lanchera Maleta Hello Kitty

•29.90 S/ Cuchillera Maleta Hello Kitty

•89.90 S/ Maleta 3D Maleta Hello Kitty

•49.90 S/ Lanchera 3D Maleta Hello Kitty

•32.90 S/ Cuchillera 3D Maleta Hello Kitty

•169.90 S/ Maleta con ruedas Cars

•74.90 S/ Lanchera Cars

•34.90 S/ Cuchillera Cars

Encuétralos también en **Metro**

listos para COLE
AMIGOS Y DIVERSION

•32.90	•119.90	•59.90	•26.90	•47.90	•89.90
S/ Cuchillera Frozen	S/ Maleta Frozen	S/ Lanchera Frozen	S/ Cuchillera Principito Disney	S/ Cuchillera Disney	S/ Maleta Disney

Encuétralos también en **Metro**

•179.90 Maleta con ruedas Maleta Hello Kitty

•74.90 S/ Lanchera Hello Kitty

•39.90 S/ Cuchillera Hello Kitty

A CLASES JUNTO A TUS PERSONAJES FAVORITOS

•89.90 S/ Maleta Spiderman

•47.90 S/ Lanchera Spiderman

•26.90 S/ Cuchillera Spiderman

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

listos para COLE
AMIGOS Y DIVERSION

LLEVA TODA LA ACCIÓN DE VUELTA AL COLE

\$59.90 Lanchera Once Team con collar
\$32.90 Lanchera Once Team
\$189.90 Mochila con ruedas Once Team

\$195.90 Mochila Star Wars 3 bolsos con ruedas 30 cm
\$74.90 Lanchera Star Wars con 20 cm
\$39.90 Cartera Star Wars 30 cm

\$59.90 Lanchera Barbie
\$32.90 Cartera Barbie

Encuétralos también en **Metro**

TODO LISTO PARA VOLVER AL COLE CON TUS AMIGOS

\$74.90 Mochila Toy Story 30 cm
\$124.90 Mochila Toy Story 3 bolsos 30 cm
\$39.90 Cartera Star Wars 30 cm

\$65.90 Lanchera Star Wars Lady Bug
\$39.90 Cartera Lady Bug

\$65.90 Lanchera Sky Line 30 cm
\$39.90 Cartera Sky Line 30 cm
\$195.90 Mochila Sky Line 3 bolsos con ruedas 30 cm
\$124.90 Mochila Sky Line 3 bolsos con ruedas 30 cm

Encuétralos también en **Metro**

listos para COLE
AMIGOS Y DIVERSION

LISTOS PARA SACAR LAS MEJORES NOTAS

\$3.60 Cuaderno Masius Deluxe
\$2.10 Cuaderno Standard Super estery
\$5.90 Cuaderno Standard 40 hojas
\$5.90 Cuaderno Standard Team
\$6.50 Cuaderno Alpha Kala
\$6.50 Cuaderno Alpha Super color exterior

Encuétralos también en **Metro**

EXPRESA TU PERSONALIDAD

\$3.60 Cuaderno Masius Deluxe
\$5.70 Cuaderno Standard 40 hojas
\$8.20 Cuaderno Standard Urban
\$8.20 Cuaderno Standard trendy
\$8.20 Cuaderno Colores Eud
\$18.90 Cuaderno grande 11x16 hojas

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

listos para COLE
AMIGOS Y DIVERSION

\$4.20 CU
Folios de color
Diametro 15 cm

\$5.50 CU
Folios Vinylan
tapa dura variada

\$5.10 CU
Folios Artbook
variados

\$4.50 CU
Folios Artbook
variados

\$4.50 CU
Folios Vinylan
tapa dura variada

\$5.70 CU
Folios Vinylan
tapa dura

\$10.50 CU
Folios Vinylan
tapa dura

Encuétralos también en **Metro**

\$15.90
Folios Artbook
Faber Castell
tapa dura y 20 hojas x
30 cm

\$17.50
Block Art B
Alpha
especifica colores x
30 hojas

\$6.90 CU
Block Artbook
Faber Castell

\$7.50 CU
Block Artbook
Faber Castell

\$12.90 CU
Block Artbook
Faber Castell

\$6.90 CU
Block Artbook
Faber Castell

\$4.60 CU
Block Artbook
Faber Castell

\$6.50 CU
Block Artbook
Faber Castell

\$10.20
Block Art B
Alpha
especifica colores x
25 hojas

Encuétralos también en **Metro**

Prezios más bajas... Siempre

listos para COLE
AMIGOS Y DIVERSION

\$13.50
Lápiz de colores
variados
x 12 unidades

\$4.10
Lápiz de colores
variados
x 12 unidades

\$13.50
Lápiz de colores
variados
x 12 unidades

\$3.90
Pilot
Faber Castell
BPS x 6 unidades

\$9.50
Pilot
Faber Castell
BPS x 6 unidades

\$5.50
Pilot
Faber Castell
BPS x 6 unidades

\$12.70
Pilot
Faber Castell
BPS x 6 unidades

DALE MÁS COLOR A TODAS TUS CLASES

Encuétralos también en **Metro**

\$35.40
Colores
variados
largos x 24 unidades

\$6.90
Faber Castell
Faber Castell
x 12 unidades

\$7.10
Faber Castell
Faber Castell
x 12 unidades

\$5.50
Faber Castell
Faber Castell
x 12 unidades

\$7.90
Block Artbook
Faber Castell

\$14.50
Colores triangulares
largos Vinylan
x 12 unidades

\$17.50
Colores triangulares
largos Vinylan
x 12 unidades

\$8.90
Folios Artbook
Faber Castell

\$13.50
Colores triangulares
largos Vinylan
x 24 unidades

Encuétralos también en **Metro**

Prezios más bajas... Siempre

Fuente: Supermercados Metro

listos para COLE
-AMIGOS Y DIVERSION-

4.50 Si Marcador Faber Castell marca con punta estuche 10 unidades.

6.50 Si Plumón Vinifan 47 unidades x 10 unidades.

4.90 Si Plumón Vinifan 47 unidades x 12 unidades.

5.40 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 12 unidades.

6.50 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 12 unidades.

11.40 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 12 unidades.

10.20 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 12 unidades.

7.40 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 12 unidades.

Encuétralos también en **Metro**

6.20 Si Pinturas Artesco Kids 17 colores x 10 unidades.

6.00 Si Pinturas Artesco Kids 17 colores x 10 unidades.

5.80 Si Pinturas Artesco Kids 17 colores x 10 unidades.

3.80 Si 2 pinceles para pintura.

7.90 Si Pinturas Artesco Kids 17 colores x 10 unidades.

Encuétralos también en **Metro**

listos para COLE
-AMIGOS Y DIVERSION-

2.40 Si Plumón 15 unidades x 10 unidades.

3.00 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 10 unidades.

4.50 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 10 unidades.

4.00 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 10 unidades.

12.50 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 10 unidades.

5.90 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 10 unidades.

3.80 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 10 unidades.

1.60 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 10 unidades.

3.40 Si Plumóns Artissimo 48 unidades x 10 unidades.

Encuétralos también en **Metro**

PONGAMOS MANOS A LA OBRA

1.70 Si Cinta Peganina cristalina 3/4 x 36 YDS.

4.70 Si Vinifan cristal extra. 48.

9.40 Si Vinifan cristal extra. 48.

11.80 Si Peganina extra stick en barra x 10 unidades.

3.00 Si Peganina extra stick en barra x 10 unidades.

3.90 Si Peganina extra stick en barra x 10 unidades.

5.60 Si Silicona líquida Artesco 250 ml.

5.20 Si Silicona líquida Vinifan x 250 ml.

2.50 Si Masking acetate 48 unidades x 10 unidades.

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

listos para COLE
AMIGOS Y DIVERSION:

8.40 Kit geométrico Flex 3.3 piezas

3.90 Tijeras de escritorio Tactil 17.5 cm x 19 cm

3.10 Tijeras de escritorio Super Flex 9.5 cm

7.90 Tijera Pajar y Círculo Youth 20 cm

3.20 Set geométrico Visualizador x 20 cm

UTILES A TU MEDIDA

4.00 Escuadra geométrica Promotable x 30 cm

4.60 Tijera de escritorio Super Flex x 6.5"

13.20 Kit geométrico Flex 4.4 piezas x 30 cm

1.90 Set geométrico Visualizador Visualizador

Encuétralos también en **Metro**

PARA LONCHERAS MÁS SALUDABLES Y FRESCAS

50% En tappers Area

8.90 Tappers marca Sky

14.90 Tapper marca Tokai 500 ml

4.90 Tappers marca Tokai 200 ml

Encuétralos también en **Metro**

listos para COLE
AMIGOS Y DIVERSION:

4.90 Tappers con personajes x 420 ml

19.90 Pack de Tappers 200 ml x 10 unidades

16.90 Pack de Tappers 100 ml x 10 unidades

DIVIÉRTETE EN EL RECREO CON MUCHO ESTILO

Encuétralos también en **Metro**

Studio 39.90 Zapatos modelo Nueva York niño / niña

12.90 Zapatos modelo Estrella de la niña

44.90 Zapatos modelo Marco Suelto

69.90 Zapatos de fútbol

Encuétralos también en **Metro**

listos para COLE
AMIGOS Y DIVERSION:

69.90 Zapato Bata

59.90 Zapato Bata

119 Zapatos Bata

14.90 Set negro encaje niña

9.90 Set 4 piezas y set x 3 boxer colorado

9.90 Set 3 calcetas 1/2 y set x 3 calcetas niñas

11.90 Set media botina x 3 unidades

9.90 Set media botina x 3 unidades

Encuétralos también en **Metro**

PREPAREMONOS PARA UN NUEVO DÍA

39.90 Pantalón infantil

24.90 Pantalón infantil

14.90 Boxer infantil

9.90 Boxer infantil

Encuétralos también en **Metro**

Fuente: Supermercados Metro

