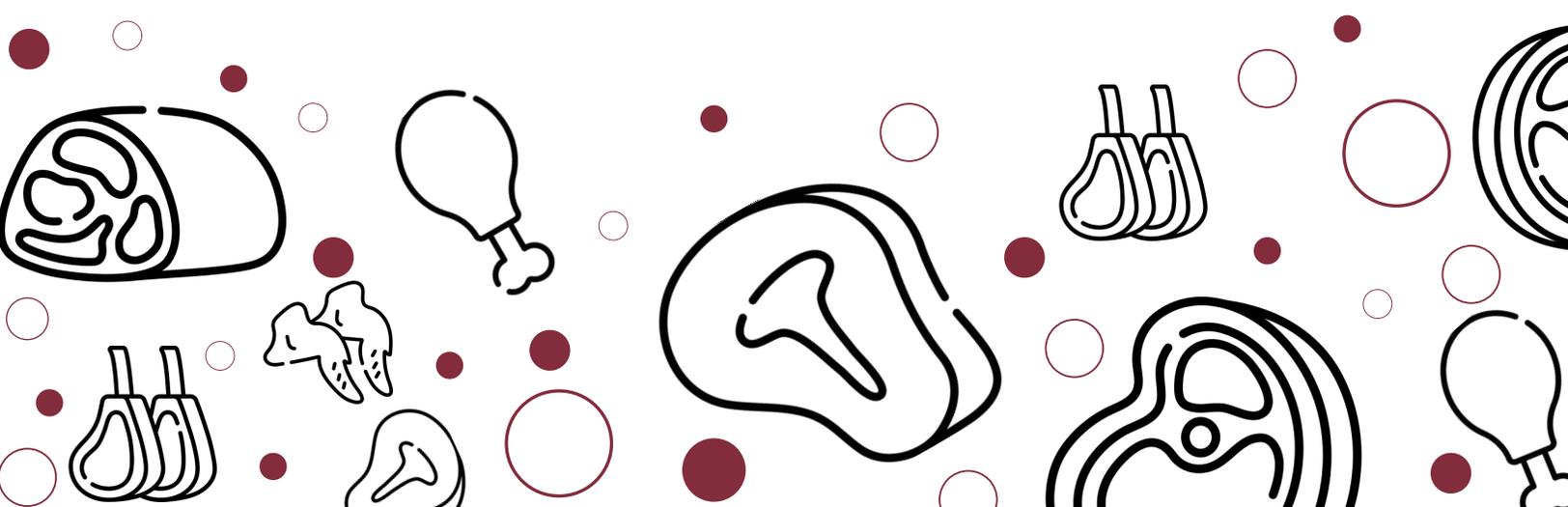


# *Mi Carnicería*



# UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA JOSÉ SIMEÓN CAÑAS



## Séptimo Avance marca "Mi Carnicería"

Catedrático: Diego Tovar

Presentado por:

- **María Gabriela Grande Cobar** 00253513
- **Francisco José Marroquín Martínez** 00200816
- **Flor de María Mezquita Dubón** 00194614
- **Katherine Gisselle Quijano Rubio** 00181116
- **Carlos Alejandro Rodríguez Gutiérrez** 00214713
- **Ivania Marisol Valencia Rivera** 00050314
- **Daniela María Vaquerano Hernández** 00205415

Materia: Plan de Mercadeo II

Sección: 01

Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador

# INDICE

---

## 11.0

### Plan de Publicidad

4

11.1 Propuesta de Campaña Multimedios I

4

11.2 Propuesta de Campaña Multimedios II

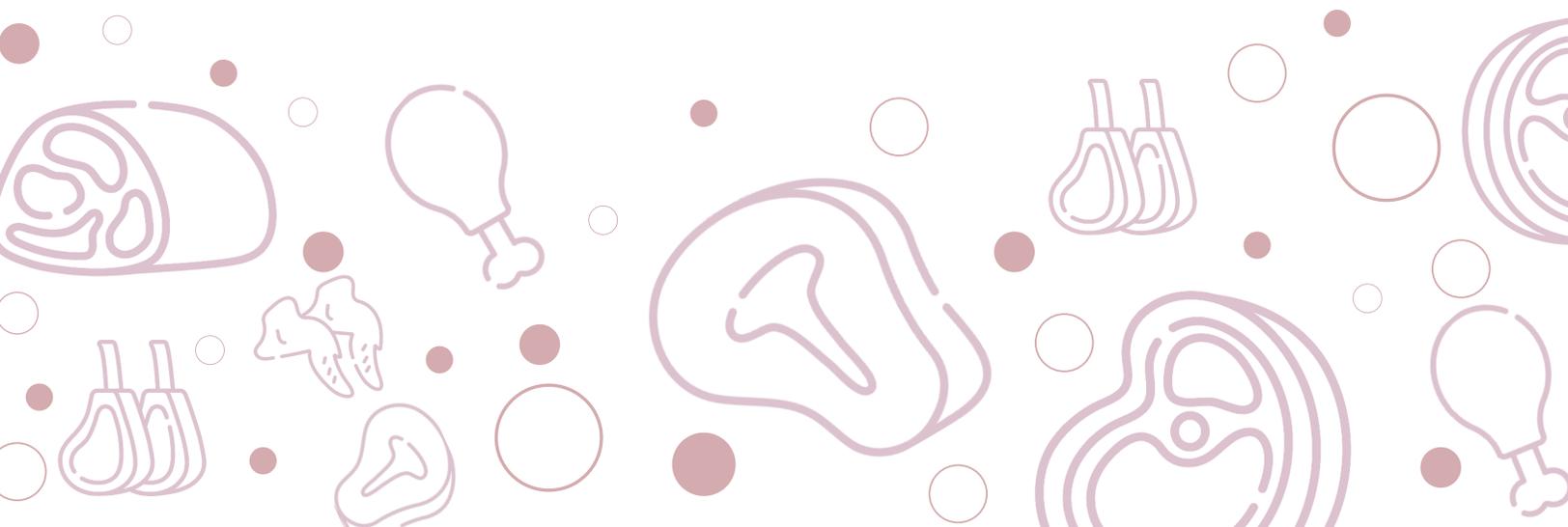
13

11.3 Calendario anual

21

11.4 Presupuesto del Plan de Publicidad

22



# 11.0

# PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS

## 11.1 PROPUESTA DE CAMPAÑA MULTIMEDIOS I BRIEF

### Oportunidad:

Aprovechar los eventos especiales de los clientes para aumentar el volumen de compra de cada cliente.

### Audiencia:

Hombres y mujeres de 20 a 40 años del departamento de Santa Ana de NSE de C a B+ realizan compras semanalmente y estas están en un rango de \$20-\$30 son fieles a la marca, les gusta recibir servicio a domicilio, además de adquirir productos premium. Entre sus principales motivaciones se encuentran la experiencia de compra que ofrece la marca, productos frescos y la calidad. Son amantes de las carnes de buena calidad para degustarlas en salidas a la playa, asados, al ver los partidos de fútbol y en fiestas. Acceden a la información de los productos y servicios visitando el punto de venta, pero no dejan de lado conocer acerca de promociones o nuevos productos de la marca por medio de las redes sociales.

### Rol de comunicación:

Motivar a los consumidores a que incluyan a la marca a formar parte de cada una de sus celebraciones y momentos especiales evocando sentimientos de felicidad y diversión.

### Propuesta de venta:

Frescura y calidad hasta tu mesa.

### Tono y estilo:

Alegre y entusiasta, que provoque sentimientos de felicidad.

## **Barreras:**

- Limitaciones de reunirse a causa de la pandemia
- COVID-19
- Preferencias de consumo en supermercados

## **Apoyos:**

- Buena reputación de la marca
- Innovación en el mercado santaneco

## **Puntos de contacto:**

- Redes sociales de la empresa
- Radio

## **Materiales requeridos:**

- Posts para redes sociales
- Spot digital
- Cuña de radio

## **Tiempo:**

Mayo, agosto y diciembre de 2021

## **Arquetipo:**

El arquetipo de la marca Mi Carnicería es el Hombre Corriente, ya que es una marca que busca establecer una conexión a través de la empatía con sus clientes. Los productos que ofrecen están pensados para un público bastante amplio y generalmente satisfacen una demanda básica. Es una marca realista, empática y sencilla de entender, que retrata la cultura familiar, acogedora y simple. Su principal objetivo es dar soluciones reales a las necesidades e inquietudes que puedan tener sus consumidores.

## **Objetivo de marketing:**

Aumentar en un 5% el nivel de ventas de los productos (carnes adobadas) añadidos recientemente para el año 2021.

## Objetivo General:

Promocionar los Kits Carnes con Sabor de Mi Carnicería en el área urbana de Santa Ana.

## Objetivos Específicos:

- Dar a conocer los nuevos kits de carne a la población de la ciudad de Santa Ana.
- Incrementar el volumen de compra de los consumidores.
- Aumentar el tráfico de personas en la tienda.

## Competencia:

- Super Selectos
- Mak Foods
- Canicería y Chicharrones de Don Manuel

## Insight:

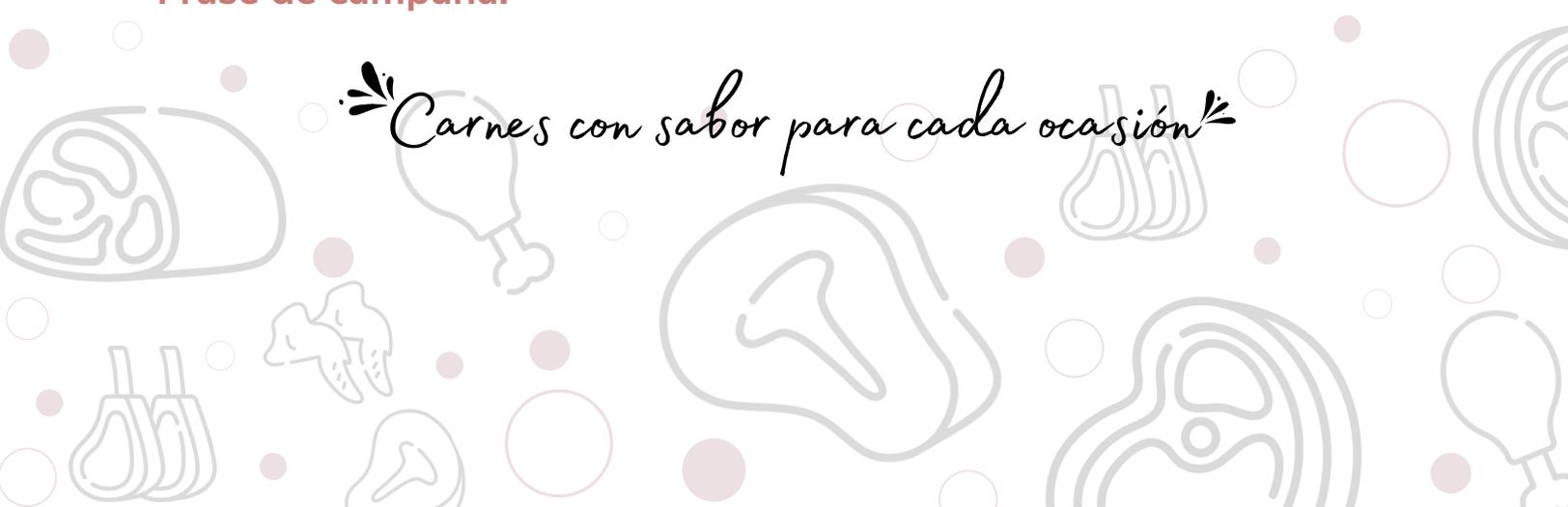
- En mis celebraciones siempre está presente Mi Carnicería

## Concepto:

- CC1:
  - Mi carnicería hace mejores mis celebraciones
- CC2:
  - Mostrar que Mi Carnicería tiene el kit perfecto para cada celebración

## Frase de campaña:

*Carnes con sabor para cada ocasión*



## key Visual:

Nuevo

# El básico



Tu la familia junta, riendo y compartiendo, y qué mejor manera de continuar disfrutando que con el sabor y calidad de Mi Carnicería

**CARNES CON SABOR PARA CADA OCASIÓN**



## Propuestas:

Nuevo

# El básico



Tu la familia junta, riendo y compartiendo, y qué mejor manera de continuar disfrutando que con el sabor y calidad de Mi Carnicería

**CARNES CON SABOR PARA CADA OCASIÓN**



Nuevo

# Fin de semana



Llega el finde y ese viaje a la playa con tus cheros está esperando por ti, para que lo disfrutes y no te haga falta nada tenemos la carne más fresca y deliciosa

**CARNES CON SABOR PARA CADA OCASIÓN**



Nuevo



# Muuucho Sabor.

Ese momento especial no es algo de todos los días, tienes a toda tu familia y amigos juntos celebrando. ¡La mejor calidad y frescura para todos los que te acompañan!



**CARNES CON SABOR PARA CADA OCASIÓN**



Nuevo

# Parrillada Futbolera

No hay como disfrutar el fútbol con tus amigos, y que la buena comida nunca falte

**CARNES CON SABOR PARA CADA OCASIÓN**

Solo en:



## Propuestas para Agosto:

Porque tú lo pediste...

# Kits de Carnes con Sabor

Traemos de nuevo para ti los kits de Mi Carnicería



## Propuestas para Diciembre:



**Navidad en Mi  
Carnicería**

.....

Traemos para ti los Kits de Carnes con Sabor,  
para estas celebraciones especiales en  
familia y amigos, donde el amor y el  
compartir se siente en el aire



## Propuestas de videos:

[Click aquí para encontrar el video](#)



# Propuesta print

Y en que punto iría esa parte? considero que prensa ya no es viable y mas siendo una marca local

## NUEVOS

# Kits de Carnes con Sabor

Para compartir con amigos, familia en cualquier momento especial, para aquellos amantes del fútbol, brindando la mejor calidad en carnes que nos caracteriza

Conoce más en nuestras redes sociales



03.07.2017 / MONDAY #123456789

# NEWSPAPER

03.07.2017 / MONDAY / #123456789 VOLUME 51 / EST. 1987

## INTERNATIONAL NEWS

# ABOUT POLITICS

**NUEVOS**  
**Kits de Carnes con Sabor**  
Para compartir con amigos, familia en cualquier momento especial, para aquellos amantes del fútbol, brindando la mejor calidad en carnes que nos caracteriza.  
Conoce más en nuestras redes sociales

**“ Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sit sadipscing elitr, sed diam nonumy ”**

**ABOUT ECONOMICS** “ Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sit amet ”

**ABOUT THE CITY**

**PETROL VOUCHER**  
**\$150**  
www.netfor.com

**DID YOU KNOW THAT...**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat.

**OUR PARTNERS PROMOTION**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Sit clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Sit clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Sit clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Sit clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Sit clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

**\$150** **\$150**

## Propuesta spot

[Click aquí para encontrar el video](#)

## Propuesta cuña

[Click aquí para encontrar la cuña](#)

Tener cuidado con las tipografías, y los tamaños de letra este último por la combinación de colores se puede complicar

## Materiales mkt directo



## Materiales digitales extra



# 11.2 PROPUESTA DE CAMPAÑA MULTIMEDIOS II

## BRIEF

### Oportunidad:

Aprovechar las tendencias de compra por medio de aplicaciones de Delivery operando en Santa Ana.

### Audiencia:

Hombres y mujeres de 28 a 45 años del departamento de Santa Ana con ingresos mensuales de \$400. Realizan las compras que son indispensables para su hogar quincenalmente, son fieles a la marca, apoyan el producto local, destinan la mayor parte de su salario al consumo de alimentos y les gusta consumir carne fresca y de calidad. Entre sus principales motivaciones se encuentran el buen servicio al cliente, los precios competitivos, la calidad, además que conocen sus preferencias en carnes. Acceden a la información de los productos y servicios visitando el punto de venta, pero no dejan de lado conocer acerca de promociones o nuevos productos de la marca por medio de las redes sociales.

### Rol de comunicación:

Informar que Mi Carnicería está más cerca de los consumidores por medio de la app Pedilo sv, por medio del sentimiento de entusiasmo.

### Propuesta de venta:

Frescura y calidad hasta tu mesa.

### Tono y estilo:

Animado y cercano, buscando informar sobre las nuevas innovaciones de la marca

### Barreras:

- Condiciones climáticas

## Apoyos:

- Nuevo canal de distribución
- La app seleccionada de delivery surgió en Santa Ana

## Puntos de contacto:

- Redes sociales de la empresa
- Radio

## Materiales requeridos:

- Posts para redes sociales
- Spot digital
- Cuña de radio

## Tiempo:

A partir de la tercera semana de enero hasta la segunda semana de febrero del 2021

## Arquetipo:

El arquetipo de la marca Mi Carnicería es el Hombre Corriente, ya que es una marca que busca establecer una conexión a través de la empatía con sus clientes. Los productos que ofrecen están pensados para un público bastante amplio y generalmente satisfacen una demanda básica. Es una marca realista, empática y sencilla de entender, que retrata la cultura familiar, acogedora y simple. Su principal objetivo es dar soluciones reales a las necesidades e inquietudes que puedan tener sus consumidores.

## Objetivo de marketing:

Aumentar en un 15% la cobertura del servicio a domicilio en el departamento de Santa Ana.

## Objetivo General:

Comunicar el nuevo canal de distribución de la marca Mi Carnicería a los consumidores Santanecos.

## Objetivos Específicos:

- Aumentar en 10% los pedidos a domicilio.
- Incrementar la participación de mercado de la marca

## Competencia:

- Super Selectos
- Mak Foods
- Carnicería y Chicharrones de Don Manuel

## Insight:

- Mi Carnicería me acompaña hasta donde estoy

## Concepto:

- CC1:
  - La marca que llega hasta mi mesa
- CC2:
  - Mostrar la facilidad con la que se puede adquirir los productos de Mi Carnicería

## Frase de campaña:

*🌿 Mi Carnicería, más cerca de ti 🌿*



## Key Visual:



## Post:



## NOS REINVENTAMOS PARA ESTAR AL ALCANCE DE TI

Búscanos en la app de Pedilo sv

**¡Mi carnicería, más cerca de ti!**



## NOS REINVENTAMOS PARA ESTAR AL ALCANCE DE TI

Búscanos en la app de Pedilo sv

**¡Mi carnicería, más cerca de ti!**



# Propuesta print



03.07.2017 / MONDAY
#123456789

# NEWSPAPER

## WORLD ECONOMICS NEWS

PAGE 7

"Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sit sadipscing elitr, sed diam nonumy"

### LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSETETUR SADIPSCING ELITR, SED DIAM NONUMY EIEMOD TEMPOR INVIDENT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT, SED DIAM VOLUPTAT. AT VERO EOS ET ACCUSAM ET JUSTO DUO DOLORIS ET EA REBUM. SLET DITIA KASD GUBERGREN, NO SEA

### LOREM IPSUM DOLOR

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSETETUR SADIPSCING ELITR, SED DIAM NONUMY EIEMOD TEMPOR INVIDENT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT, SED DIAM VOLUPTAT. AT VERO EOS ET ACCUSAM ET JUSTO DUO DOLORIS ET EA REBUM. SLET DITIA KASD GUBERGREN, NO SEA

### IPSUM DOLOR

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSETETUR SADIPSCING ELITR, SED DIAM NONUMY EIEMOD TEMPOR INVIDENT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT, SED DIAM VOLUPTAT. AT VERO EOS ET ACCUSAM ET JUSTO DUO DOLORIS ET EA REBUM. SLET DITIA KASD GUBERGREN, NO SEA

### OUR PARTNERS PROMOTION

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSETETUR SADIPSCING ELITR, SED DIAM NONUMY EIEMOD TEMPOR INVIDENT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT, SED DIAM VOLUPTAT. AT VERO EOS ET ACCUSAM ET JUSTO DUO DOLORIS ET EA REBUM. SLET DITIA KASD GUBERGREN

\$150

ISSN# 123456789

03.07.2017 / MONDAY / #123456789
VOLUME 51 / EST. 1987

# INTERNATIONAL NEWS

## ABOUT POLITICS

### Encuétranos en la app de Pedilo Sv

¡Mi carnicería, más cerca de ti!

"Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sit sadipscing elitr, sed diam nonumy"

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSETETUR SADIPSCING ELITR, SED DIAM NONUMY EIEMOD TEMPOR INVIDENT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT, SED DIAM VOLUPTAT. AT VERO EOS ET ACCUSAM ET JUSTO DUO DOLORIS ET EA REBUM. SLET DITIA KASD GUBERGREN, NO SEA

### ABOUT ECONOMICS

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSETETUR SADIPSCING ELITR, SED DIAM NONUMY EIEMOD TEMPOR INVIDENT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT, SED DIAM VOLUPTAT. AT VERO EOS ET ACCUSAM ET JUSTO DUO DOLORIS ET EA REBUM. SLET DITIA KASD GUBERGREN, NO SEA

### ABOUT THE CITY

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSETETUR SADIPSCING ELITR, SED DIAM NONUMY EIEMOD TEMPOR INVIDENT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT, SED DIAM VOLUPTAT. AT VERO EOS ET ACCUSAM ET JUSTO DUO DOLORIS ET EA REBUM. SLET DITIA KASD

### PETROL VOUCHER

\$150

www.petrol.com

### DID YOU KNOW THAT...

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSETETUR SADIPSCING ELITR, SED DIAM NONUMY EIEMOD TEMPOR INVIDENT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT

## Propuesta spot

[Click aquí para ver video](#)

## Propuesta cuña

[Click aquí para ver la cuña](#)

## Materiales Mkt directo





## Materiales digitales extra

Click aquí para ver el GIF





## 11.4 PRESUPUESTO DEL PLAN DE PUBLICIDAD

### PRESUPUESTO

Concepto	Unidades	Precio U.	Precio Total
<b>Campaña "Kits de Carne con Sabor"</b>			
Elaboración de cuña de radio	1	\$25.00	\$25.00
Promoción de cuña de radio	80	\$5.00	\$400.00
Elaboración de video	1	\$40,00	\$150.00
Pauta en redes sociales	3	\$70.00	\$210.00
<b>Campaña "Mi Carnicería, más cerca de ti"</b>			
Elaboración de cuña de radio	1	\$25.00	\$25.00
Promoción de cuña de radio	50	\$5.00	\$250.00
Elaboración de video	1	\$40,00	\$150.00
Pauta en redes sociales	1	\$50.00	\$50.00
<b>Sub total</b>			<b>\$1,260.00</b>
Imprevistos 3%			\$37.80

**TOTAL**

**\$1,297.80**

