

3.3. Presupuesto y control de avisos publicitarios

3.3.1. Planificación y gestión del presupuesto publicitario

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Determina el uso de la inteligencia artificial (IA) en la producción publicitaria y sus beneficios.
- Elabora Plan de Medios de comunicación y su presupuesta en la elaboración de una campaña publicitaria.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:

- Taller
- Compilado taller casos de estudio

Planificación y gestión del presupuesto publicitario

Hablemos de presupuesto

Planificación y gestión del presupuesto publicitario



Cubrir los **costos** de diferentes **estrategias** y tácticas de **publicidad y marketing**, como:

Anuncios en medios tradicionales (TV, radio, prensa, vallas publicitarias), **publicidad digital** (anuncios en línea, redes sociales, SEO, SEM, email marketing).

Eventos, patrocinios y activaciones de marca.

Materiales publicitarios (folletos, catálogos, merchandising).

Investigación de mercado y análisis de la competencia.

Planificación y gestión del presupuesto publicitario

Cálculo del presupuesto:

Know How

Objetivos de la campaña.

Público objetivo.

Medios de comunicación.

Duración de la campaña.



Planificación y gestión del presupuesto publicitario

Cálculo del presupuesto:

Know How

Objetivos de la campaña.

Público objetivo.

Medios de comunicación.

Duración de la campaña.

Branding

Posicionamiento

Adquisición de clientes potenciales

Ventas

Fidelización

Lanzamiento de producto, etc.

Planificación y gestión del presupuesto publicitario

Cálculo del presupuesto:

Know How

Objetivos de la campaña.

Público objetivo.

Medios de comunicación.

Duración de la campaña.

*El **perfil y tamaño** del público al que se dirige la campaña **afectará** los costos de los medios y las estrategias a utilizar.*

*Cuanto más **específico y segmentado** sea el público, más **eficiente** podrá ser la inversión.*

Planificación y gestión del presupuesto publicitario

Cálculo del presupuesto:

Know How

Objetivos de la campaña.

Público objetivo.

Medios de comunicación.

Duración de la campaña.

Los **canales y soportes** publicitarios (TV, radio, medios digitales, activaciones, etc.) tiene un **impacto directo** en el presupuesto, ya que cada medio tiene **tarifas y costos** diferentes.

Planificación y gestión del presupuesto publicitario

Cálculo del presupuesto:

Know How

Objetivos de la campaña.

Público objetivo.

Medios de comunicación.

Duración de la campaña.

*Cuanto **más extensa** sea la campaña publicitaria, **mayor será el presupuesto** necesario para mantener la presencia y el impacto en el tiempo.*

Planificación y gestión del presupuesto publicitario

Ok, ok, y ¿Cómo cobramos?

Planificación y gestión del presupuesto publicitario

Cálculo del presupuesto:

Know How

Establecer márgenes de negociación.

| | |
|------------------------|------------|
| Precios vigentes hasta | xx/xx/xxxx |
| Margen negociado | 20% |
| Margen deseado | 30% |
| Margen mínimo | 10% |

Planificación y gestión del presupuesto publicitario

Cálculo del presupuesto:

Know How

*Definir los servicios a prestar;
Costos unitarios;
Costo día o costo hora;
Precio de venta,
Cantidad de productos o días de entrega;
Márgen de ventas;
Márgen de desviación.*

| | | | |
|----------|------------------------------------------------------------------|-----------|---------------|
| | Diseño de tarjeta o flyer | \$ | 28,75 |
| C | Campaña Publicitaria digital (web, blog o redes sociales) | | |
| | - Brief del Cliente: | \$ | 12,50 |
| | - Plazo de entrega: | \$ | 50,00 |
| | - Número de revisiones: | \$ | 20,00 |
| | - Briefing Creativo: | \$ | 125,00 |
| | - Precio generación de contenido (Foto perfil y posts) | \$ | 112,50 |
| | - Precio generación de contenido (video, reel) | \$ | 375,00 |
| | - Activación de campaña | \$ | - |
| | Campaña Publicitaria digital (web, blog o redes sociales) | \$ | 695,00 |

| SERVICIO | COSTO UNITARIO o COSTO POR DÍA | PRECIO DE VENTA UNITARIO | | | CANTIDAD o DÍAS | PRECIO DE VENTA | MARGEN DE VENTAS | MARGEN DE DESVIACIÓN | |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------|----------|----------|-----------------|-----------------|------------------|----------------------|------|
| | | NEGOCIADO | DESEADO | MÍNIMO | | | | | |
| C Campaña Publicitaria digital (web, blog o redes sociales) | - Plazo de entrega: | \$4,00 | \$5,00 | \$5,71 | \$4,44 | 10 | \$50,00 | 20% | -10% |
| | - Número de revisiones: | \$4,00 | \$5,00 | \$5,71 | \$4,44 | 4 | \$20,00 | 20% | -10% |
| | - Briefing Creativo: | \$100,00 | \$125,00 | \$142,86 | \$111,11 | 1 | \$125,00 | 20% | -10% |
| | - Precio generación de contenido (Foto perfil y posts) | \$3,00 | \$3,75 | \$4,29 | \$3,33 | 30 | \$112,50 | 20% | -10% |
| | - Precio generación de contenido (video, reel) | \$25,00 | \$31,25 | \$35,71 | \$27,78 | 12 | \$375,00 | 20% | -10% |
| | - Activación de campaña | \$110,00 | \$137,50 | \$157,14 | \$122,22 | 0 | \$0,00 | 20% | -10% |

Planificación y gestión del presupuesto publicitario

Cálculo del presupuesto:

Know How

Calcular la inversión total por servicio;
 Acordar términos y condiciones de entrega y pago;
 Entregar presupuesto final.

COLOQUE AQUÍ EL NOMBRE DE SU EMPRESA

TU MARCA GRÁFICA AQUÍ

Código de cliente
 Empresa utilizada en:

PRESUPUESTO

| | |
|------------------------------|---------------|
| Presupuesto N° | 001 |
| CLIENTE: | Nombre |
| TELÉFONO: | 099877777 |
| PRESUPUESTO VÁLIDO HASTA EL: | DÍA, MES, AÑO |

| Servicio | Inversión Parcial |
|------------------------------------------------------------|-------------------|
| Diseño de Logotipo | \$81,25 |
| Diseño de Tarjetas de Negocio | \$20,75 |
| Campaña Publicitaria digital (web, bitly o redes sociales) | \$630,00 |
| Diseño Editorial | \$100,25 |
| Publicidad impresa | \$120,25 |
| Producción de Videos | \$187,50 |
| Diseño Web a medida | \$106,25 |

Notas

Presentación de precios antes de impuestos (Sin incluir IVA)

Este presupuesto tiene una validez de 30 días desde la fecha de emisión y responde a un momento concreto y a unas necesidades basadas en el tipo de empresa, el sector y la a la futura explotación de la solución aportada.

FORMA DE PAGO MEDIANTE TRANSFERENCIA BANCARIA, BANCAL, CHEQUE

50% A la aceptación del presupuesto.
 25% Tras la presentación de la propuesta.
 25% Antes de la última entrega.

Presupuesto negociable hasta comienzo del proyecto.

Página 1 de 2

PRESUPUESTO N° 001

FECHA: día/mes/año

Nombre del Cliente

Escriba el nombre de su empresa aquí

RUC

Teléfono

Dirección

TIPO DE SERVICIO

Teléfono / Nombre Empresa

COMPARCIENTES

Compañeros a la celebración del presente acuerdo, las siguientes personas: por una parte, el Sr. Escriba su nombre aquí, en su calidad de representante de Escriba el nombre de su empresa aquí, a quien en adelante y para efectos del presente acuerdo se denominará "Escriba el nombre de su empresa aquí", y por otra parte Escriba el nombre del cliente, a quien en adelante se la denominará Cliente. Los intervinientes declaran ser mayores de edad y legalmente capaces para contratar y obligarse, al tenor de las siguientes cláusulas:

La aceptación de este presupuesto lleva implícito el cumplimiento de las siguientes cláusulas:

Primera. Si una vez iniciado el proyecto, el Cliente decidiera rescindir el contrato y no seguir trabajando con Escriba el nombre de su empresa aquí, no se le reembolsará el porcentaje adelantado.

Segunda. Si Escriba el nombre de su empresa aquí decidiera prestar los servicios por cualquier motivo, recibirá el pago por los servicios prestados hasta esa fecha y el Cliente tendrá derecho a percibir un 10% de descuento.

Tercera. Escriba el nombre de su empresa aquí se compromete a la creación, desarrollo y gestión del proyecto en el plazo acordado, siempre y cuando cuente con todo el material e información necesarios para realizar el proyecto por parte del Cliente. En caso de haber tenido toda la información a tiempo y no cumplir con la fecha de entrega, el Cliente podrá reclamar un descuento del 10% sobre el precio acordado.

Cuarta. El Cliente adquiere la responsabilidad de revisar el diseño, los textos y datos antes de empazar cualquier proceso de impresión, reproducción y/o publicación, y libera a Escriba el nombre de su empresa aquí de cualquier responsabilidad por los errores que se pudieran producir y siempre y cuando no los hubiese comunicado con anterioridad y Escriba el nombre de su empresa aquí no los hubiese tenido en cuenta por error.

Quinta. Las propuestas presentadas por Escriba el nombre de su empresa aquí y no aceptadas por el Cliente, implican la renuncia a cualquier derecho sobre ellas, quedando a disposición de Escriba el nombre de su empresa aquí, como autor de estas, el uso que libremente desee o crea más conveniente.

Sexta. Escriba el nombre de su empresa aquí podrá mostrar, siempre que lo crea conveniente, los trabajos realizados en la web del estudio "tudireccionweb.com" así como en otras plataformas como Facebook, Instagram, TikTok, Eehance.

Séptima. Este acuerdo no incluye los trabajos adicionales que se puedan derivar de los cambios de orientación en su desarrollo por parte del Cliente, si se diera el caso. Escriba el nombre de su empresa aquí tendrá que informar al cliente y podrá modificar el presupuesto añadiendo los incrementos en el reporte que se hubieran producido o se pudieran producir, pero manteniendo los mismos criterios de valoración utilizados en el primer presupuesto.

Octava. Traducciones de textos, fotografías y/o cualquier servicio derivado del proyecto y al margen de este contrato serán facilitadas por el Cliente o bien serán presupuestadas aparte.

Novena. Los derechos de explotación de la solución aportada pertenecen a Escriba el nombre de su empresa aquí hasta que el Cliente no haya efectuado el 100% del pago.

Página 2 de 2

PRESUPUESTO N° 001

FECHA: día/mes/año

| DETALLES DEL SERVICIO | Inversión parcial |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Escriba aquí el detalle de los servicios, incluir los puntos o fases y las entregas a realizar: | |
| <ul style="list-style-type: none"> → Punto 1 / Fase 1 → Punto 2 / Fase 2 → Punto 3 / Fase 3 → Entrega del material en formato XXX → Se incluyen X Revisiones | \$1000,00 |
| // Revisión Extra: XXX \$ | |
| Repita la información en caso de que existan más servicios. | Coloque la cantidad |
| Repita la información en caso de que existan más servicios. | Coloque la cantidad |
| Tiempo Estimado Total: indica el tiempo calculado para la entrega del proyecto. | |
| Total Inversión | \$1000,00 |
| I.V.A. (10%) | \$210,00 |
| Subtotal | \$21,00 |
| Total a pagar | \$1060,00 |

Este presupuesto tiene una validez de 30 días desde la fecha de emisión y responde a un momento concreto y a unas necesidades basadas en el tipo de empresa, el sector y la a la futura explotación de la solución aportada.

FORMA DE PAGO MEDIANTE TRANSFERENCIA BANCARIA, BANCAL, CHEQUE

50% A la aceptación del presupuesto.
 25% Tras la presentación de la propuesta.
 25% Antes de la última entrega.

Presupuesto negociable hasta comienzo del proyecto.

3.3. Presupuesto y control de avisos publicitarios

3.3.2. Medición y evaluación de la eficacia publicitaria

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

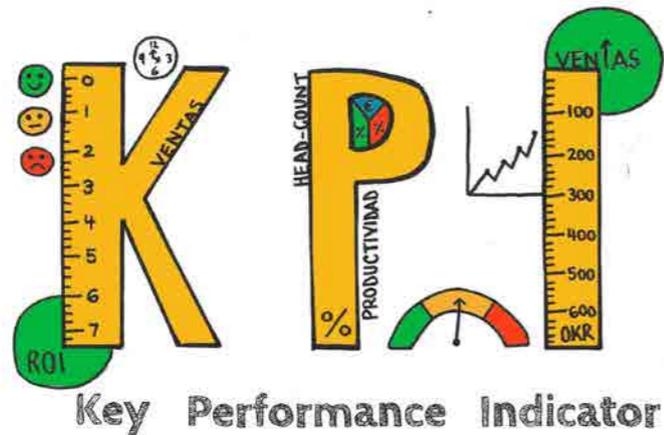
- Determina el uso de la inteligencia artificial (IA) en la producción publicitaria y sus beneficios.
- Elabora Plan de Medios de comunicación y su presupuesta en la elaboración de una campaña publicitaria.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:

- Taller
- Compilado taller casos de estudio

Medición y evaluación de la eficacia publicitaria

KPI (Key Performance Indicators)



Indicadores **clave** que **miden** el rendimiento de una campaña publicitaria o estrategia de marketing en las redes sociales.

Permiten **evaluar** el éxito de nuestras acciones y **ajustar** nuestra estrategia según sea necesario.

Medición y evaluación de la eficacia publicitaria

KPI **(Key Performance** **Indicators)**



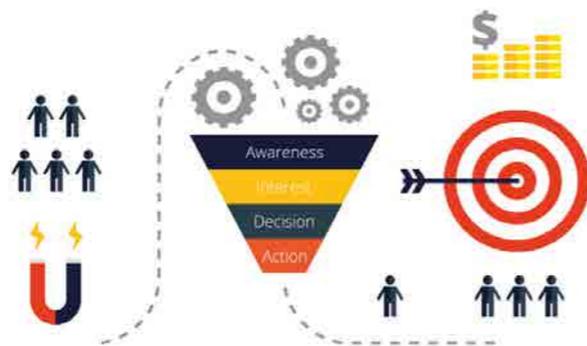
*Se pueden tomar alguno de los KPIs que sirven para calcular el **engagement rate**, como:*

*Clics,
Likes,
Interacciones,
Visualizaciones,
Visitas al sitio web.*

Tasa de Conversión (TC)
Costos por Lead (CPL)

Medición y evaluación de la eficacia publicitaria

Tasa de Conversión (TC)



Mide **cuántas** personas que **ven** tu anuncio o publicidad **realizan** la acción deseada, cómo hacer una compra, llenar un formulario, descargar un contenido, etc.

Una **tasa de conversión alta** significa que la publicidad es efectiva.

Una **tasa baja** indica que debes mejorar algo en tu anuncio, oferta o público objetivo.

Medición y evaluación de la eficacia publicitaria

Tasa de Conversión (TC)

Know How

Cálculo

Campaña publicitaria en Facebook, cuyo objetivo fue aumentar las ventas en tu tienda en línea.

*La campaña ha durado un mes y ha generado un total de **10,000 impresiones** y **500 conversiones** (clics, o likes, o interacciones, o visitas al sitio web).*

$$\frac{\text{Conversiones}}{\text{Impresiones}} \times 100 = \frac{500}{10,000} \times 100 = 5\%$$

Medición y evaluación de la eficacia publicitaria

Costos por Lead (CPL)



Medida del **costo promedio** por cada lead (**prospecto o cliente potencial**) generado a través de una campaña publicitaria.

Este costo se calcula dividiendo el presupuesto total de la campaña por el número de leads generados.

Medición y evaluación de la eficacia publicitaria

Costos por Lead (CPL)

Know How

Cálculo

*Campaña publicitaria en Facebook, cuyo presupuesto de **\$1,000** y genera **100** leads.*

El costo por lead sería:

$$\frac{\text{Presupuesto}}{\text{Leads}} = \frac{\$1,000}{100} = \$10$$

Medición y evaluación de la eficacia publicitaria

Tasa de Conversión (TC) **Costos por Lead**

- **Eficacia de la estrategia publicitaria.**

La TC indica que la estrategia fue efectiva en atraer a los usuarios y dirigirlos a la página de destino.

- **Optimización del presupuesto.**

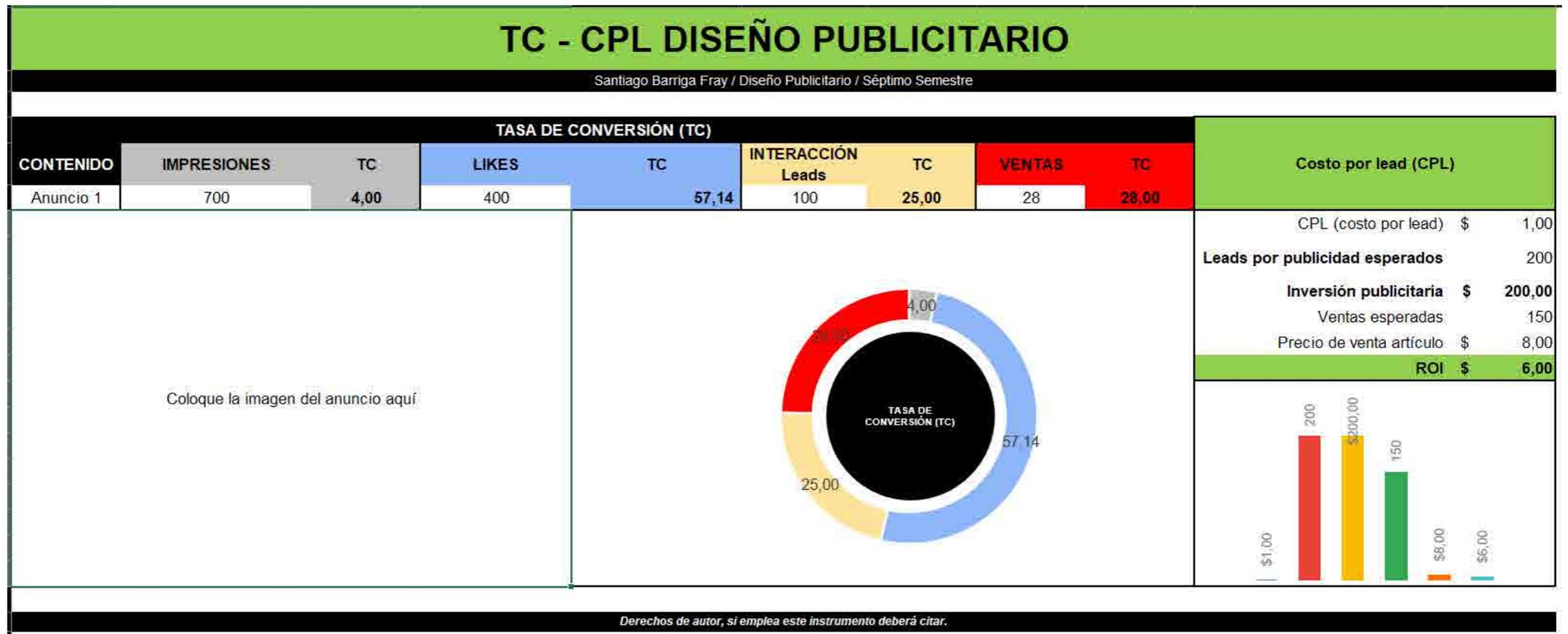
La TC puede identificar qué anuncios y estrategias están funcionando mejor.

- **Mejora del ROI.**

*TC y CPL permiten mejorar el ROI (**Return on Investment**) de la campaña publicitaria, porque identifican qué anuncios y estrategias están generando más conversiones.*

Medición y evaluación de la eficacia publicitaria

Tasa de Conversión (TC) Costos por Lead



TALLER 10

Presupuesto, Tasa de Conversión y Costo por Lead.

- *Trabajo en grupo.*
- *Establecer el presupuesto de la campaña, de acuerdo a los servicios a prestar de todo el contenido y activación, para las 3 campañas.*
- *Calcular la inversión total; definir los términos de entrega y pago, junto al presupuesto final de cada campaña.*
- *Analizar los KPIs y calcular la Tasa de Conversión y Costos por Lead del contenido a planificar de cada campaña.*
- *Presentación de contenido parcial para cada campaña (uniformidad en la línea gráfica).*

Presentación próxima clase.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:

- Taller 10. Presentación en clase.
- Tarea 10: Compilado taller + casos de estudio. Presentación en el Aula Virtual.