

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN

FACULTAD DE PSICOLOGÍA, RELACIONES INDUSTRIALES Y
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SEGUNDA ESPECIALIDAD EN PUBLICIDAD Y MARKETING



Análisis de campaña publicitaria para la colocación de créditos a microempresarios en temporada escolar de la Caja Municipal de Arequipa 2012

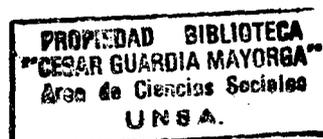
Tesis presentada por:

Lic: Teddy Ronald Espejo Chambi

Para optar el Título Profesional de
Segunda Especialidad en
Publicidad y Marketing

Arequipa - Perú

2012



INTRODUCCION

Muchas medianas y pequeñas empresas están trabajando para proveer lo que el mercado necesita y las cajas municipales les proporcionan los recursos necesarios para lograr dicho objetivo. Es decir, llegar a la campaña escolar debidamente aprovisionados para comercializar y lograr las ventas que la campaña les demanda.

Hoy en día las colocaciones de los créditos de las entidades microfinancieras se concentran en las mypes.

Este año, los créditos de las cajas municipales registrarían un crecimiento entre 18% y 25%, respecto a lo colocado en la misma campaña del 2011, informó hoy el presidente de la Federación Peruana de CMAC (Fepcmac),

Se muestra un optimismo por el crecimiento de las colocaciones de las cajas municipales en las mypes que participan de la campaña escolar; más aún si se tiene en cuenta que este año el Gobierno lanzó su programa "Compras a Myperú", el cual a través de adquisiciones de uniformes, calzados, chompas y buzos para los escolares a la micro y pequeña empresa, busca dinamizar la economía nacional y una alternativa de inversión para el dinero que solicitan los prestamistas en las cajas municipales para obtener una mayor rentabilidad.

En vista de estas buenas perspectivas se eligió elaborar la presente tesis de Análisis de Campaña Publicitaria para la colocación de créditos a microempresarios en temporada escolar de la Caja Municipal de Arequipa el cual nos muestra la estructura, procedimientos necesarios desde la concepción de la ideas, pautas y objetivos para la elaboración y ejecución de la Campaña Publicitaria Escolar de Crédito del año 2012 y como esta llega a influir en los microempresarios.

El presente análisis de Campaña Publicitaria para la colocación de créditos a microempresarios en temporada escolar de la Caja Municipal de Arequipa presenta la siguiente información:

El primer capítulo consta de la información general de la organización, el perfil de la empresa, datos generales, misión, visión, los principios y valores así como el análisis FODA y el análisis PEST.

El segundo capítulo presenta el perfil de la campaña escolar de crédito de la Caja Municipal de Arequipa, desde la fundamentación, objetivos, antecedentes y vigencia de la Campaña.

El tercer capítulo consta de todos los procedimientos necesarios a realizar para la elaboración de la campaña, e interpretación de las encuestas realizadas, objetivos publicitarios, atributos y beneficios de la campaña, elección del eje e imagen de campaña, selección de medios para la difusión de la misma, análisis y el lanzamiento de la presente campaña.

El cuarto capítulo está compuesto del presupuesto y la inversión que realiza la Caja Municipal de Arequipa para la creación y ejecución de la presente campaña publicitaria, a su vez indica el plan de medios y el pauteo de los mismos.

El quinto capítulo presenta todos lo referente a la distribución del material de campaña escolar.

El sexto capítulo presenta el cronograma de actividades de campaña y el séptimo capítulo presenta el cuadro de medición de colocación de créditos por campaña escolar.

En la parte final de dicho proyecto consta de las conclusiones, sugerencias, bibliografía y anexos.

Esperamos que dicho proyecto sirva de referencia para poder elaborar y ejecutar campañas publicitarias en el rubro microfinanciero.