

# Publicidad en movimiento

Tesis para optar al grado de Magíster en Gestión y Dirección de Empresas

**Por:**

**Shaula Margot Guardia Rodriguez**

Profesor Guía:

Christian Willat Herrera

Santiago de Chile - Octubre 2011

No autorizada por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.

Miembros de la Comisión: Daniel Esparza Carrasco y Mauricio Torres Moraga



<b>Resumen . .</b>	<b>4</b>
<b>No disponible a texto completo . .</b>	<b>5</b>

## Resumen

Publicidad en Movimiento es una empresa dedicada a dar a conocer los productos de sus clientes por medio de publicidad urbana en constante movimiento como así el nombre lo dice. Sin embargo, no es una agencia publicitaria en sí y de ahí la innovación de la empresa y de sus servicios brindados en Ciudad de Monterrey, México; siendo esta cuna de la industria mexicana, con casi 4 millones de personas y 1,845 empresas donde el 60% de ellas son PYMES, ocupa el segundo parque vehicular del país con 1.9 millones de autos.

Nuestra finalidad es resaltar los puntos principales e importantes de los productos de nuestros clientes a un precio relativamente económico en comparación con un método de publicidad regular que existe actualmente en dicho mercado. Es decir, buscar nuevos espacios publicitarios para las empresas que no invierten mucho en publicidad (PYMES), a modo que capten la atención del consumidor por medio de acciones repetitivas y constantes, con alta rentabilidad y bajos costos para nuestros clientes.

Finalmente, este proyecto logra evaluar e identificar los clientes objetivos de Publicidad en Movimiento para una entrada al mercado exitosa a través de la investigación de mercado, utilizando el mejor modelo de mercadeo para que el negocio sea sustentable en el tiempo y de la misma manera crear una estrategia competitiva para un buen posicionamiento. Como es mostrado más adelante en el desarrollo del proyecto, se puede ver que el resultado de las encuestas indican que del porcentaje de empresas que no utilizan ningún tipo de publicidad urbana el 72% por altos costos y 20% por bajo presupuesto para publicidad, lo responde a una oportunidad obvia en el mercado. Además, se demuestra cómo se registran ganancias desde el segundo trimestre de inicio de operaciones comenzando con 60 espacios en autos rentados y con un capital inicial de US\$ 53,300.00, invertido entre las dos socias principales.

# No disponible a texto completo

No autorizada por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.