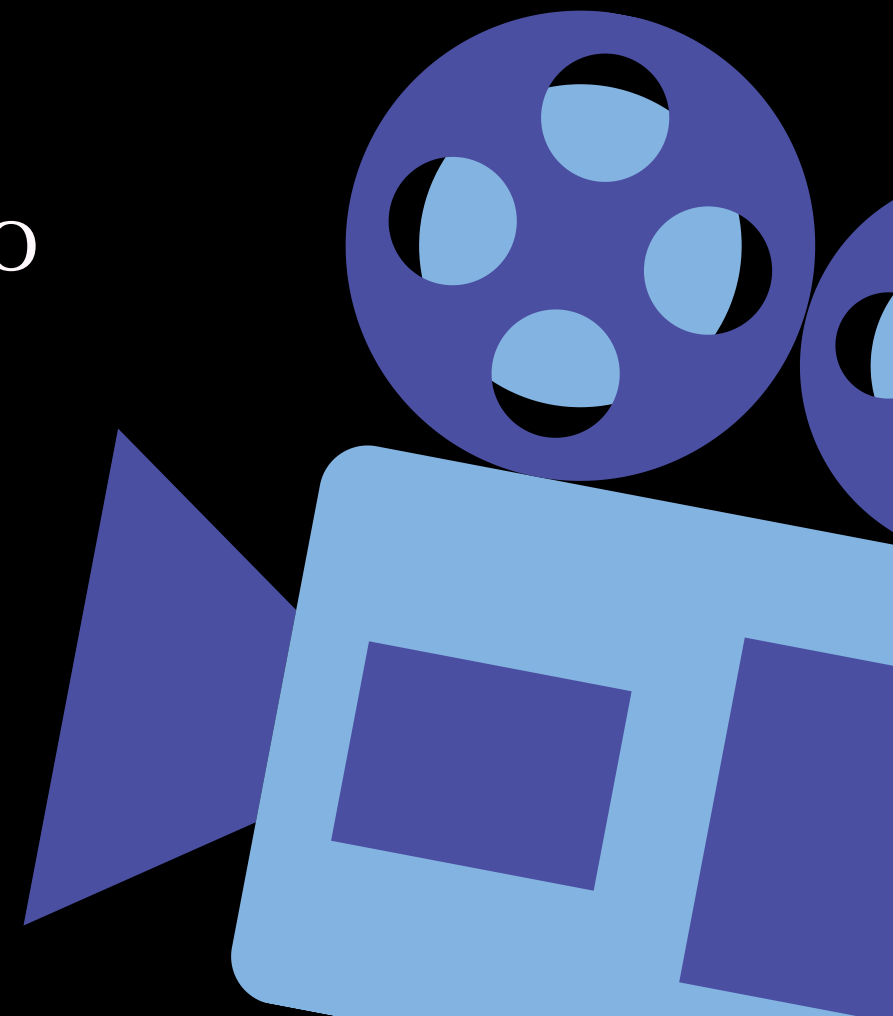
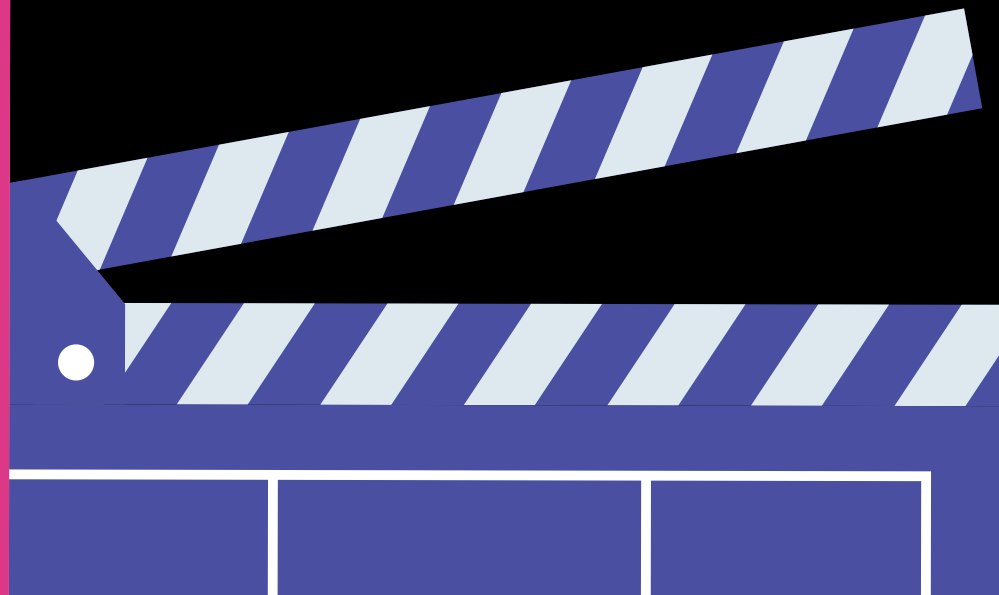


CINE

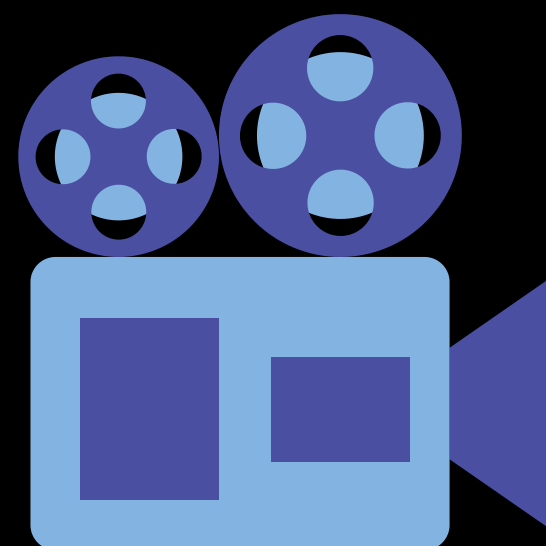
COMERCIALIZACIÓN DE ESPACIO PUBLICITARIO





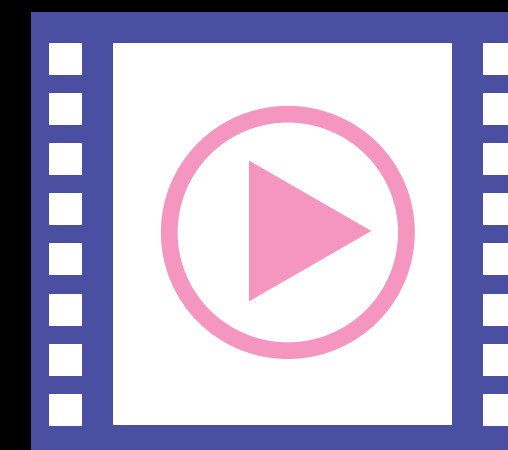
SISTEMA

El sistema de comunicación elegido para pautar es el cine.



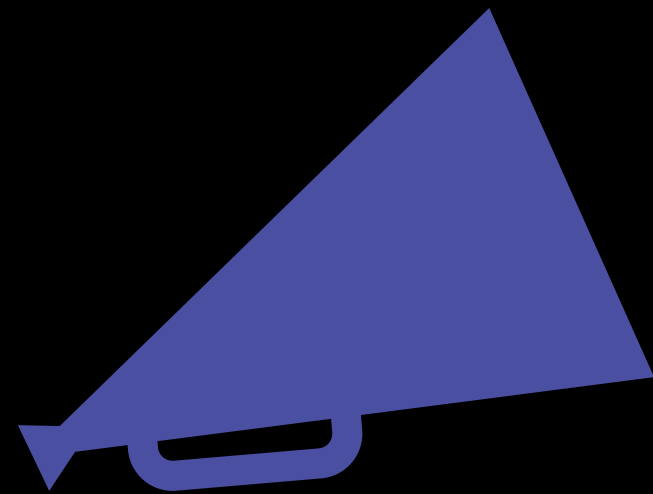
MEDIO

El medio por el cual se va a pautar es el complejo Cinemark Hoyts, dique 1, Puerto Santa Fe.



VEHÍCULO

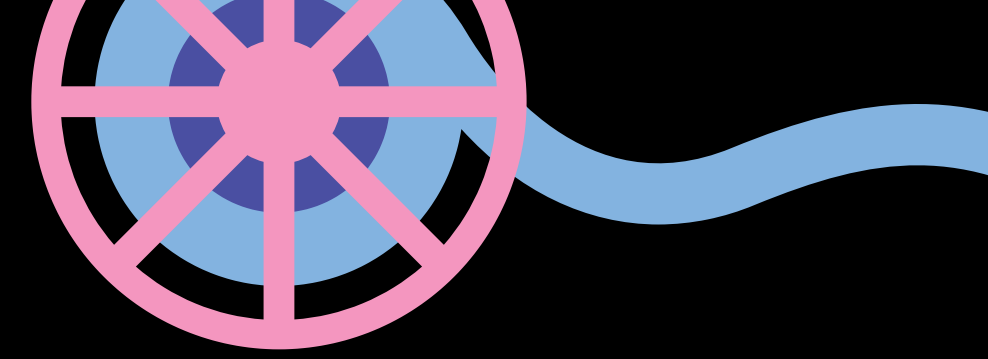
Los vehículos son los espacios publicitarios disponibles de cada película.



INTRODUCCIÓN

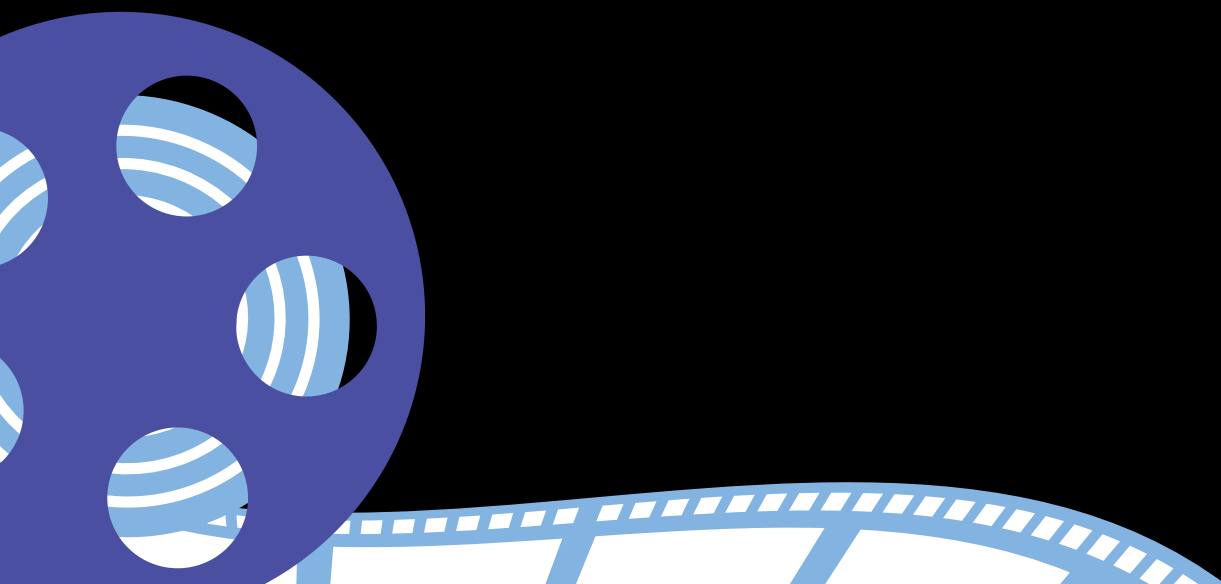
La publicidad en el cine se trata de anuncios en formato de videos cortos, que se reproducen antes de la película. Ningún otro medio se asemeja, cuando hablamos del impacto y la recordación de marca que produce sobre el consumidor. El público sabe que va a pasar unos minutos viendo comerciales y va dispuesto a ello.





UNIDAD DE MEDIDA

La unidad de medida es cine semana. Se trata de la exhibición de un comercial en una sala determinada, durante una semana, en todas las funciones de una película.



VENTAJAS Y DESVENTAJAS

VENTAJAS

DESVENTAJAS

VENTAJAS

IMPACTO

Suelen ser muy efectivas, debido al impacto y alto nivel de recuerdo que se consigue con los anuncios emitidos. Los cines están ubicados en centros comerciales.

SELECTIVIDAD GEOGRÁFICA

Permite llegar a zonas geográficas particulares, y por tanto, a seleccionar anunciantes locales y públicos objetivos muy concretos.



DURACIÓN

Permite que la duración de los anuncios emitidos sea mayor que la de los medios tradicionales.

SELECTIVIDAD DEMOGRÁFICA

Acuden personas con un perfil sociodemográfico concreto. Suelen ser jóvenes de entre 14 y 35 años, de clase social media/alta, urbana y con gran expectativa de consumo.

DESVENTAJAS

COSTO

El precio publicitario en el cine suele ser muy elevado en comparación con los medios tradicionales. Esto tiene relación directa con el coste por impacto, que representa una cifra mayor debido a la menor existencia de espectadores. Para empresas pequeñas no es recomendable este medio como canal para alcanzar los objetivos de marketing.



CONTROL

No brinda mayor control sobre las personas que ven el anuncio, ni tampoco se puede asegurar que sean potenciales usuarios de la marca.

COMPLEMENTO

Se utiliza como refuerzo de campañas para determinadas zonas de interés. No es utilizado de forma independiente sino en conjunto con otros medios.

¿CUÁNTO CUESTA LA PUBLICIDAD EN EL CINE?

PUBLICIDAD EN CINE: CIRCUITOS LOCALES

	15 salas / 4 semanas	25 salas / 4 semanas	50 salas / 4 semanas
Publicidad en Cines en A Coruña	17.500 €	27.400 €	48.200 €
Publicidad en Cines en Albacete	17.500 €	27.400 €	48.200 €
Publicidad en Cines en Alicante	19.400 €	30.100 €	53.500 €
Publicidad en Cines en Almería	17.500 €	27.400 €	48.200 €
Publicidad en Cines en Ávila	17.500 €	27.400 €	48.200 €
Publicidad en Cines en Badajoz	17.500 €	27.400 €	48.200 €
Publicidad en Cines en Barcelona	21.500 €	34.200 €	59.500 €
Publicidad en Cines en Bilbao	19.400 €	30.100 €	53.500 €
Publicidad en Cines en Burgos	17.500 €	27.400 €	48.200 €
Publicidad en Cines en Cáceres	17.500 €	27.400 €	48.200 €
Publicidad en Cines en Cádiz	17.500 €	27.400 €	48.200 €
Publicidad en Cines en Castellón	17.500 €	27.400 €	48.200 €
Publicidad en Cines en Ciudad Real	17.500 €	27.400 €	48.200 €
Publicidad en Cines en Córdoba	17.500 €	27.400 €	48.200 €
Publicidad en Cines en Cuenca	17.500 €	27.400 €	48.200 €

[Ver más \[+\]](#)

Precios válidos para spots de 20 segundos.
Producción e IVA no incluidos en los precios.

¿CÓMO SE PAUTA EN CINES?

SELECCIÓN E INTENSIDAD

Las investigaciones indican que el espectador de cine elige a qué complejo concurrir principalmente en base a la cercanía a su hogar y trabajo, es por esto que recomendamos hacer una selección de complejos amplia. Para poder alcanzar el Target que buscamos, lo ideal es que en los complejos seleccionados se exhiba el comercial en al menos el 35% de las salas.

PROGRAMACIÓN SEMANAL

Una vez que estamos al aire con un comercial, semana a semana se cruza la información del Target de la campaña y el Target de los géneros/películas, para así optimizar cada Cine Semana.

En la actualidad, las salas digitales nos permiten el cambio o rotación de varios comerciales sin costos de producción adicionales. También nos permite exhibir spots específicos por cada localidad.



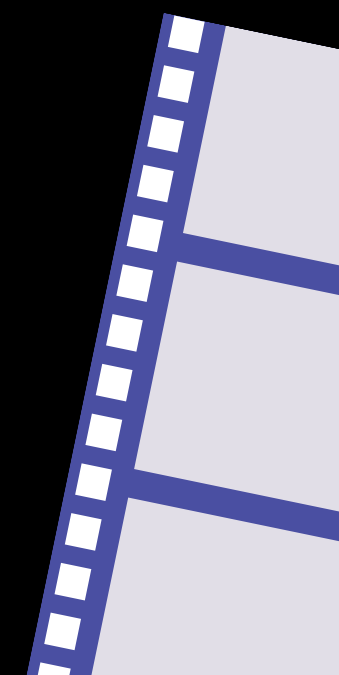
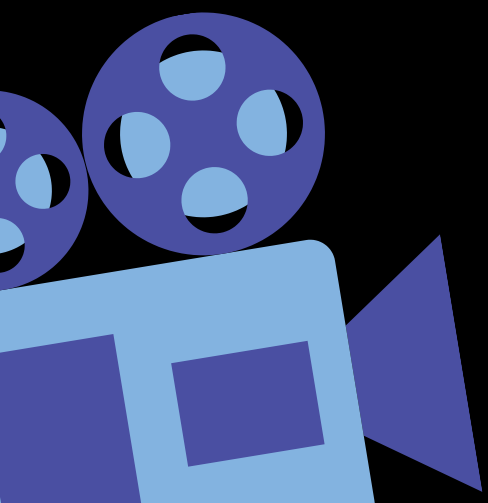
PRINCIPALES FORMAS DE PUBLICIDAD EN EL CINE

Los spots: se trata de espacios publicitarios de aproximadamente 20 segundos, que con apoyo de imagen y/o música, comunican una idea o mensaje.

Los filmetes: son espacios de menor duración que los spots aproximadamente 10 o 12 segundos, que con menor calidad muestran productos o instalaciones de algunas empresas anunciantes. Pretenden ser muy económicas y su ámbito es de carácter local.

Las diapositivas: poco utilizadas o abandonadas en el día de hoy, muestran imágenes fijas o mensajes de texto sobre las pantallas.

Kinescopado: forma de conversión de un spot realizado en televisión al formato cine. Para cambiar el sonido se pasa a dolby SD o digital. Estas conversiones encarecen este paso.





EJEMPLOS DE PUBLICIDAD EN EL CINE

DISNEY + SERIE THE WALKING DEAD

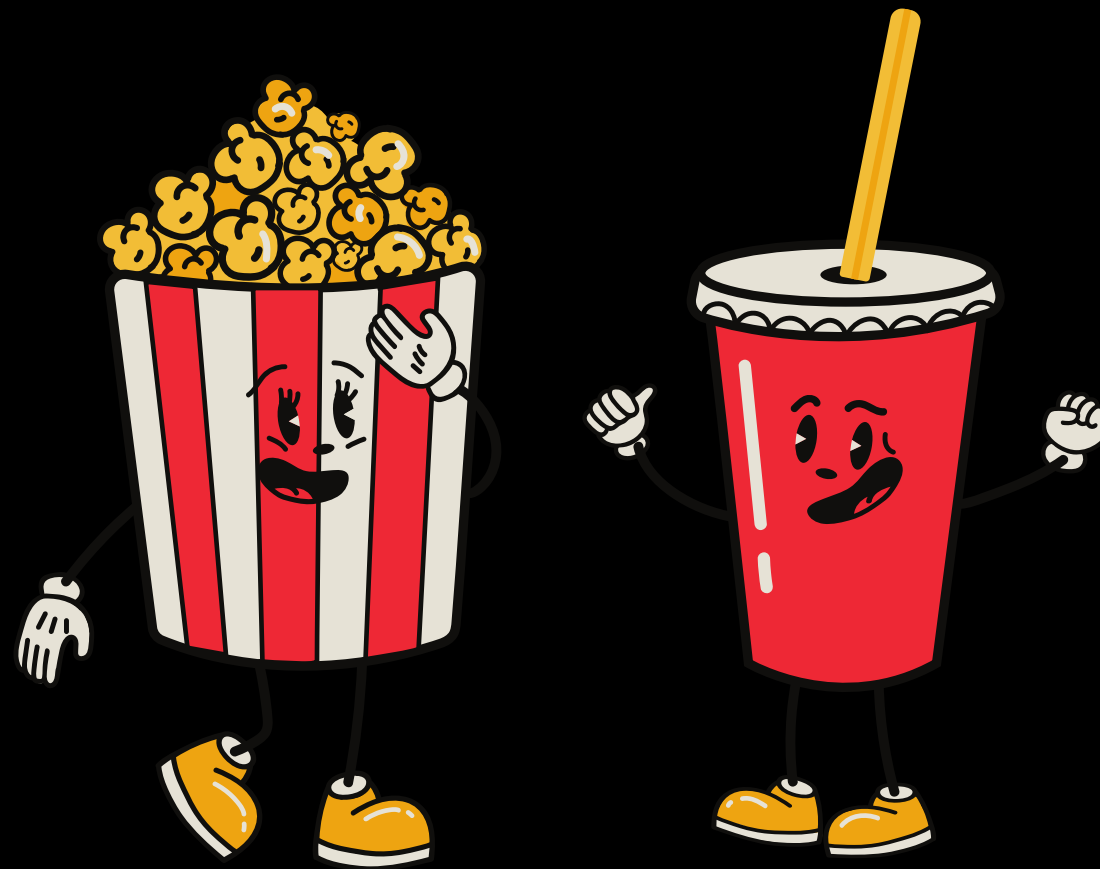
<https://vimeo.com/752991949>

PEPSI= GASEOSA FRÍA CON POCHOCLOS

<https://www.youtube.com/watch?v=0uRhIHBy4Xo>



¡MUCHAS GRACIAS!



**FERNANDO AMHERDT
MARTIN SALVARANI**