

Pesquisa de mercado

Prof. Dr. Dirceu Tornavoi de Carvalho

Exercício em Sala

Uma determinada campanha de comunicação de marketing deve ser avaliada antes de ser lançada em escala total. Supondo que essa campanha envolva investimento em tabloides e encartes de farmácias para o produto X, fabricado e comercializado por uma importante indústria farmacêutica, de acordo com os racionais apresentados a seguir:

- Abrangência da Campanha: 40 pontos de vendas participaram da campanha (Denominado Grupo PDV 1);
- Investimento por farmácia participante da campanha: R\$350/farmácia;
- Duração da Campanha: 2 meses (junho e julho de 2010);

Sabe-se que o custo de capital dessa empresa é 11% e a margem de contribuição na venda do produto X é de 51%.

Para fins de controle dos resultados dessa ação, foram selecionados outros 40 pontos de vendas (farmácias) com características próximas aos que participaram da ação de tabloides (denominado de Grupo PDV 2). Esses outros 40 pontos de vendas (PDVs), apesar de não participarem da ação, terão o monitoramento das vendas do referido produto para serem utilizados como Grupo de Controle, a fim de avaliar o crescimento de vendas que provavelmente o Grupo PDV 1 teria se não tivessem participado da campanha.

Após a realização das ações, foram coletados os dados de vendas para esses dois grupos de PDVs:

Grupo 1 (participantes da ação):

Vendas de Abril+Maio (antes da campanha): R\$ 52.000

Vendas de Junho+Julho (depois da campanha): R\$88.000

Grupo 2 (grupo de controle):

Vendas de Abril+Maio (antes da campanha): R\$49.000

Vendas de Junho+Julho (depois da campanha): R\$55.000

Pede-se

a) Calcule e explique (interprete) o resultado do retorno sobre os investimentos (ROI) na campanha piloto de tabloides durante os dois meses em que ela foi realizada.

b) Calcule o EVA-M em valor (\$), que representa o valor econômico adicional pela atividade de marketing.

Para responder essa questão, utilize a metodologia de grupo de controle para obter as vendas básicas (purificação de resultados).

c) A campanha gerou valor para a empresa? Por quê?