

VNIVERSIDAD NVEVO MVNDO

CAMPUS HERRADURA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



PROYECTO DE TESIS DE:

SOLUCIONES GRÁFICAS PARA LA MERCADOTECNIA DE UN PRODUCTO

TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO PRESENTA

SALVADOR ALEJANDRO VILLALOBOS ZEPEDA

DIRECTOR: D.G. BEATRIZ VAZQUEZ AYALA

México D.F. 2006





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

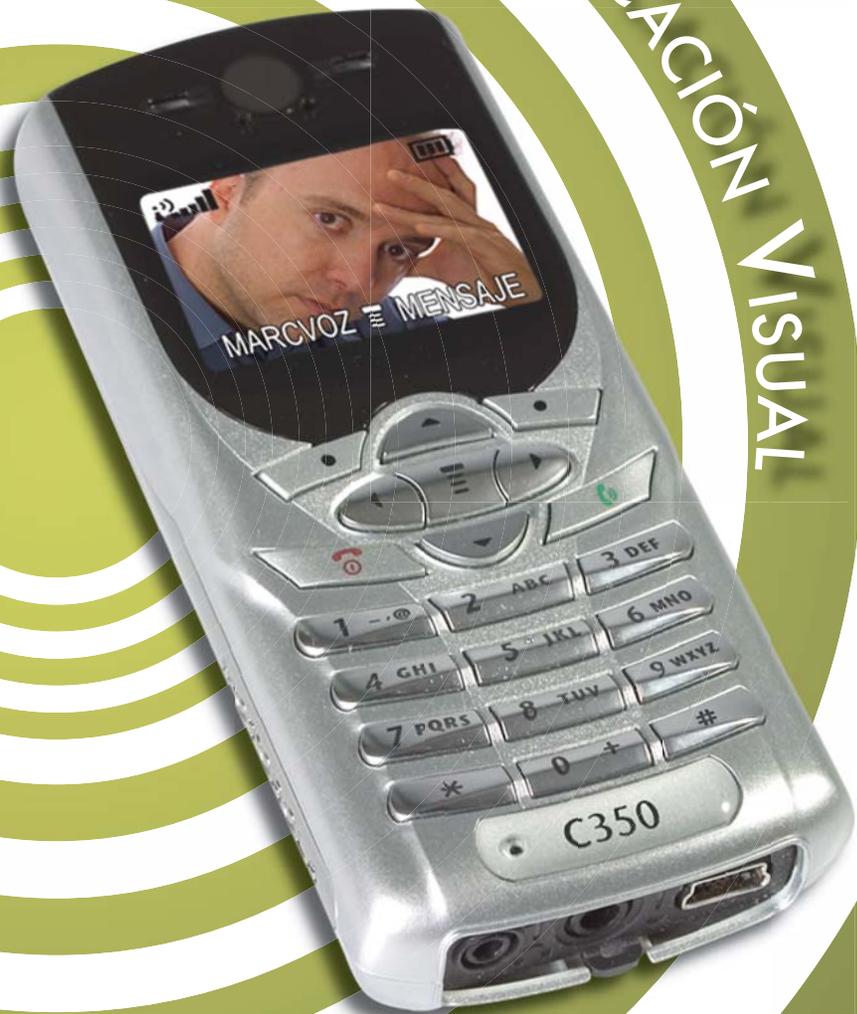
Proyecto de tesis de:

COMUNICACIÓN VISUAL

Salvador Alejandro
Villa Lobos Zepeda

Soluciones gráficas
para la mercadotecnia
de un producto

Diseño
Gráfico



INAUTO 



24

Quebecor World



19

30



13

37



8

indice

42



The Aftermarket Business
Of Freudenberg-NOK

3

46



am publicidac am publicidac am publicidac am publicidac

introducción

Como toda buena historia no toda es bonita y claro en mi caso mucho menos al principio.

Entre tratar de destacar, utilizando lo aprendido en la carrera de diseño y utilizando las "nuevas tecnologías" mi inicio fue muy rudo y complicado; y creo que al final fué mas sencillo que intentar "cobrar algo" . Ya que nunca hubo una instrucción para hacerlo o por lo menos para visualizar en cuanto nos podria salir un error.

y como todo, de tanto echar a perder se aprende y asi aprendí.

Al principio trabajaba en casa de mi padres (de lo cual siempre estaré agradecido) pero un día decidí salirme y vivir solo, y fue ahí donde me percate que la luz cuesta, asi como el agua , la renta, etc...

y donde hice un balance de gastos y de lo creía merecia ganar y fije una tarifa por hora y otra por complejidad del proyecto tomando en cuenta el tiempo dado para realizarlo (método que hasta la fecha utilizo).

Lo que viene adelante no es mas que algunos de los trabajos que he desarrollado a lo largo de estos 10 años como profesionista y aunque unos buenos y otros no tanto, estoy convencido que de cada uno de ellos tuve una gran enzeñanza tanto en mi carrera como en otras disciplinas como la fotografía e ilustración.

Actualmente la especialización que tenga hace 4 años es el color, siendo consultor externo de procesos desde fotografía pasando por los programas de diseño (especialmete Adobe en la cual soy reconocido como consultor de color) rips, prueba de color y prensa, desde prensa plana hasta rotativa.

MARCO TEORICO

El objetivo era simple, desarrollar una imagen grafica que causara el impacto requerido por una empresa tan solida como Corteco, y adecuada para invadir el mercado de las autopartes, ya que esta seria promocionada a nivel Nacional.

Lo complicado de hacerlo, era que en este medio los consumidores y los proveedores estan acostumbrados a cosas un poco extravagantes; mujeres desnudas, en bikini, entre otras y el cliente queria algo no vulgar , sin embargo estaba consiente de lo requerido para que el poster fuera exhibido. Se le surgieron 3 propuestas con Body Painting.

La toma fotografica de la modelo fue un poco diferente ya que se deben tomar en cuenta todos los factores del retoque digital (retiro de pezones, imperfecciones de rostro, chaparreras, etc).

La toma fotografica del producto tuvo la complicación del fondo ya que queriamos que fuera metálico (al igual que las piezas) y por medio de iluminacion dirigida y alterada pudimos sobresaltar el producto.

El retoque de la modelo tardo aproximadamente 9 hrs y la del producto solo 3 hrs.

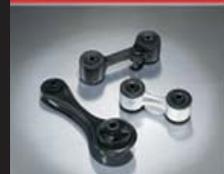
La calibración de todos los elementos graficos tardo 2 hrs (puntos blancos, negros, y balance de saturación tonalidades)



TRABAJO FINAL



*The Aftermarket Business
Of Freudenberg-NOK*



*The Aftermarket Business
Of Freudenberg-NOK*



CASTING



POSES DE LA TOMA



am publicitat am publicitat am publicitat am publicitat

BODY PAINTING



TOMA PRODUCTO



DESARROLLO DUMMIES



TOMA FOTOGRAFICA RETOQUE CALIBRACION



indice 139 indice 139 indice 139 indice 139

TRABAJO FINAL



IMAGEN CORPORATIVA

MARCO TEORICO

Arenteiro es una empresa fabricante de muebles de ahí que los conceptos a desarrollar eran:

Modernidad

Solidéz

Calidéz

Servicio

El logotipo representa modernidad con los trazos curvos y formas orgánicas en la letra A, que a su vez representa el estilo de los muebles que vende.

La calidéz la producimos con los tonos utilizados ya que son colores cálidos excepto por el verde que es un color orgánico que ayudo para el contraste.

La solidéz y el servicio lo creamos con el balance de los demás elementos.

La eleccion de letras sin patines es debido a que no queriamos representar fragilidad sino lo contrario una imagen sólida.



DESARROLLO DE IMAGEN CORPORATIVA

Introducción:



Debido a los avances digitales en las artes gráficas nos es posible entregar una serie de laborosas descripciones para la reproducción exacta de toda la imagen desde trazo, medidas, escalaciones, etc. En lugar de todo lo anterior incluimos una copia de todos los archivos involucrados en formato digital, de tal manera que no exista duda alguna.

El CD tiene los siguientes características:
Plataforma: macintosh
Programa: FontLab Version 8.01



Logotipo:



- Pantone 371
- Pantone 484
- Pantone 538

Reproducción de Logotipo a Color: Definición de Colores:

Reproducción de Logotipo en Blanco y Negro:



- 100 % Negro
- 70 % Negro
- 20 % Negro



Tipografía:

1 Tipo: AMcase
ABCDEF GHIJKLMNO
PQRSTU VWXYZ
ABCDEF GHIJKLMNO PQR
STUVWXYZ
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

2 Tipo: Frutiger Roman

ABCDEF GHIJKLM
TUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Racionalización de Logotipo:



Logoti



Tarjetas de Presentación:

escala 100%



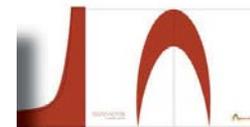
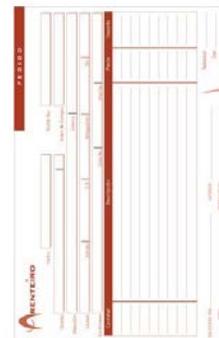
de Crédito:

escala 100%



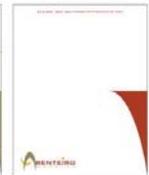
Nota de Pedido:

escala 100%



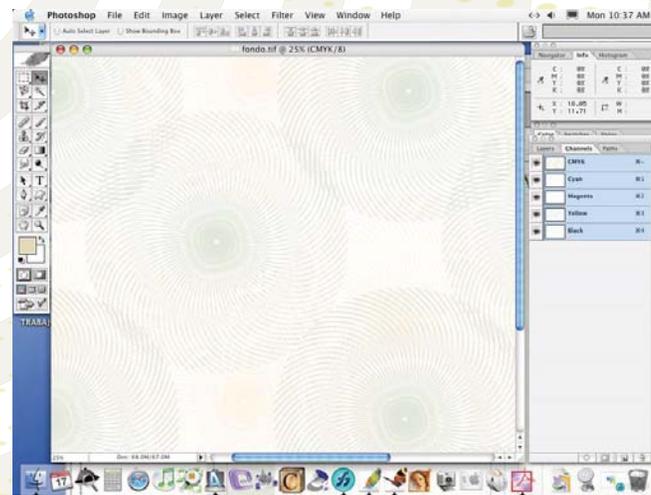
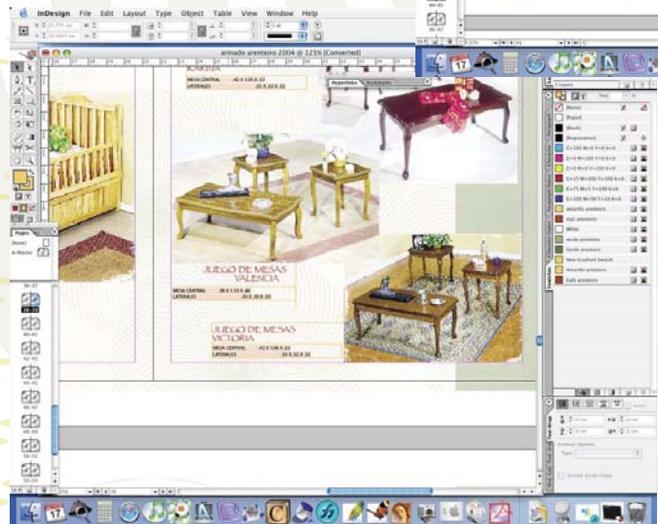
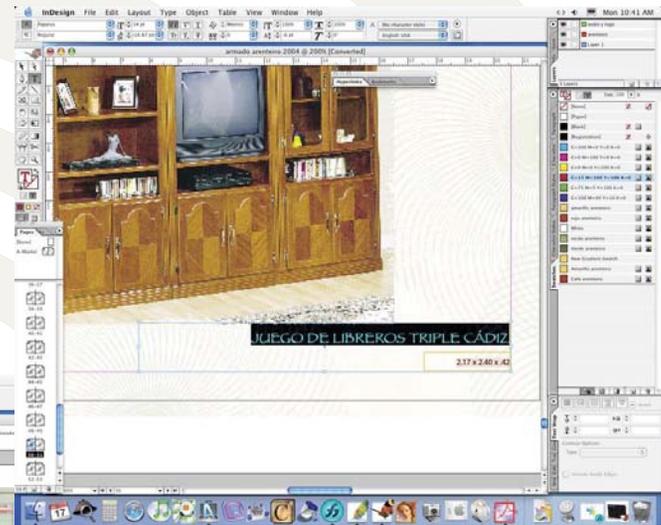
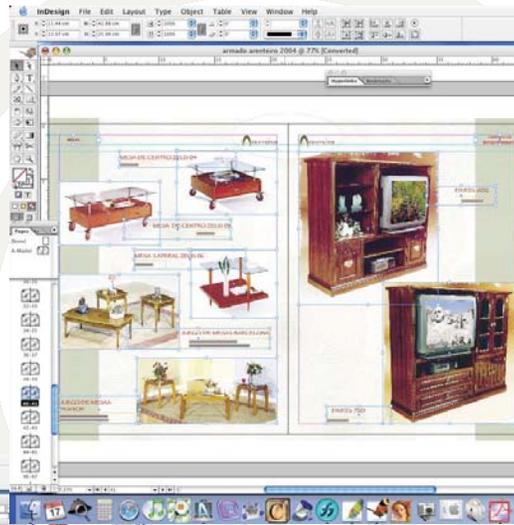
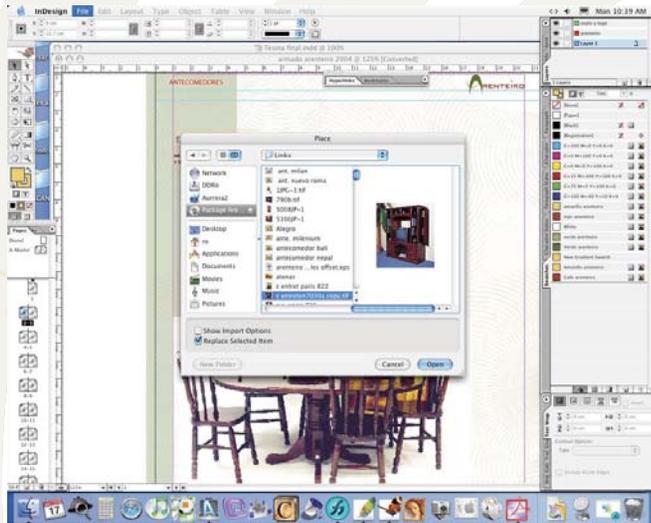
Invitación:

escala 40%



Reproducir con publicidad con publicidad con publicidad

DESARROLLO DE CATALOGO



Publicación de publicidad en el mundo

TRABAJO FINAL



MARCO TEORICO

El curriculum de Grupo Enejh se creo a partir de la necesidad de la exportación. En este se destaca la familia completa de productos que fabrican; los procesos mas relevantes y la subdivisión de sus marcas. Todo lo anterior desde un punto de vista mas humano sin perder de vista que fabrican los cables para los modelos mas actuales de autos.

Por otra parte el catalogo de Cromios era totalmente descriptivo con la desventaja de que los productos a anunciar no eran muy utiles para la imagen. Es por eso que se planeo trazarlos e ilustrarlos por computadora logrando una mejor vista de los productos y poder trabajar mejor en una imagen grafica adecuada para Cromios.



TOMA FOTOGRAFICA



indice am publicitat am publicitat am publicitat

ILUSTRACION



DESARROLLO DE CURRÍCULUM



ENEJH
FABRICANDO UN MUNDO DE CABLES
"BUILDING A WORLD OF CABLES"



Grupo ENEJH

Se caracteriza por estar a la vanguardia en tecnología y atención a nuestro segmento mercado nacional e internacional. Nuestra participación en eventos internacionales es una muestra más de la constante preocupación en la mejora e innovación de nuestra tecnología y procesos. De no puede ofrecer la garantía de nuestros productos y servicios.

El Subgrupo de cables más importante de Latinoamérica con centros de producción más altos de América. Actualmente producimos el 70% de la capacidad. Operamos instalaciones en Estados Unidos, Europa, Centro y Sudamérica.

Empresa certificada ISO 9002 con sello agregado nacional al 40%.
-Procesos automatizados.
-Alta tecnología en nuestros procesos de manufactura.
-Fabricación de equipo original.
-Fabricación de componentes para reconstrucción de coches.
-Fabricación de telecomunicaciones y cables de emergencia.
-Fabricación cables para Bicicletas y Bajas.

ENEJH Group

Its specialized for having the newest technology and attention to our emergent national and international market. Our participation in international events is a sample of the continuous participation of improvement and innovation in our technology and process. That allow us to offer the guarantee of our products and to be:

The most important cable manufacturer in Latin America
The lowest production costs of America
By now we produce at the 70% of our capacity.
We export to: The United States, Europe, Canada and South America.
Certified ISO-9002
A 40% national added value
High technology in our manufacturing process.
Original equipment suppliers
Full automation
Lead set in bicycle cables
Bicycle and Motorcycle cables

Garantía y Servicio

Garantizamos que todos nuestros productos son fabricados bajo altos estándares de calidad. Sabemos que la calidad hace la diferencia y que éste no debe ser objetivo de un cliente o producto, por eso permitimos la misma garantía tanto a la parte administrada e inadministrada como a la suministrada al momento de repuesto.

Nuestro servicio está enfocado a disminuir los tiempos de espera de nuestros clientes en sus situaciones.

Nuestro servicio funciona las 24 horas del día y 7 días a la semana. Nuestra atención al cliente es personalizada y siempre con el mayor grado de satisfacción.

Service and Guarantee

We guarantee that all our products are made under high quality standards. We know that the quality makes the difference and this can't be pursued to a client or product, that's why we pay the same attention to the maintained piece to the spare part market, as we do to the substituted to the spare part market.

Our service is focused to make lower the waiting time of our clients in their situations.

Our service works 24 hours a day, 7 days a week. Our attention to our clients is personalized and always with the highest degree of satisfaction.

Nuestra Misión

Lograr el grado más alto de EXCELENCIA en nuestros campos de acción, teniendo un profundo entendimiento de los valores fundamentales que motivan a nuestra organización.

Nuestro modelo y valores fundamentales son guías permanentes para definir nuestra cultura, comportamiento, clientes, proveedores, actividades y acciones.

Our Mission

To achieve the highest value of excellence in our action field, having a deep comprehension about fundamental values to motivate our organization.

Our mission and fundamental values are permanent guides to influence our relationship with employees, customers, suppliers, activities and share holders.

LA EXCELENCIA empieza con la actitud.
EXCELLENCE starts with attitude.

PLANTAS

Empleados trabajando en el grupo ENEJH 270 Employees working in ENEJH Group: 270

<p>ENEJH</p> <p>Actividad: Administración, comercialización y distribución</p> <p>Activity: Management, commercialization and distribution</p>	<p>Hy Power</p> <p>Actividad: Fabricación de cables para bujía y sus accesorios</p> <p>Activity: Spark plug wire manufacturing and its accessories</p>
<p>cahsa</p> <p>Actividad: Fabricación y exportación de cables de mando automotrices para equipo ligero, Fabricación de cables para bujía, pasacorrientes para equipo de repuesto y original</p> <p>Activity: Automotive wire for light and heavy equipment Spark plug wire, booster cable and everything for spare and original equipment</p>	<p>TI</p> <p>Actividad: Partes para reconstrucción de embragues y troquelados</p> <p>Activity: Parts for clutch rebuilding, screw components and stamps</p>
<p>Bowden</p> <p>Actividad: Fabricación de cables para motocicleta y bicicleta</p> <p>Activity: Motorcycle and Bicycle cable manufacturing</p>	<p>CROMIOS</p> <p>Actividad: Fabricación de extensiones eléctricas como tomacorrientes y sus accesorios.</p> <p>Activity: Industrial and home cord sets manufacturing, and its accessories.</p>
<p>CABSA</p> <p>Actividad: Fabricación de cables para bujía de EPDM y PVC así como sus capuchones y terminales</p> <p>Activity: We manufacture EPDM and PVC spark plugwire as well as boots and terminals components</p>	<p>Auto Cable</p> <p>Actividad: Comercialización de cables de mando automotriz de equipo ligero y sus componentes para el mercado nacional.</p> <p>Activity: Light weight automotive cable commercialization, and its components for national market.</p>

Prd. Allende s/n, Alfajayucan, Hgo. 42390 Fax: (52) 53 99 88 54

Gal. B de Blvd. Querétaro 9 Col. Fracc. Viveros del Valle, 54060 Tlalneapantla, Edo. de México, México Tel. (52) 5362 6270 Fax: (52) 5365 7627 www.enejh.com

Gal. Mramón 149, Col. Martín Carrera D.F. México C.R. 07070

Tenayuca 30 Centro Industrial Tlalneapantla, Estado de México Fax: (52) 53 99 88 54



Publicidad sin publicidad am publicidad am publicidad am

2000

CATÁLOGO DE PRODUCTOS

DIPTICO

ACCESORIOS



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-1908	3.00 Mts.



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-1908	3.00 Mts.

Soporte Técnico: Contamos con departamento técnico que le resolverá sus dudas sobre especificaciones, tolerancias, construcciones o aplicaciones de los diferentes cables. Cuando tenga dudas acercarse a nosotros para recibir la ayuda técnica especializada que requiere.

VARIOS

ACCESORIOS



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-1911	3.00 Mts.
A-1912	3.50 Mts.
A-1913	4.00 Mts.

127 Volt. 10 Amper.
SP12 2x3x8
Con Clavija e Interruptor



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-5408	3.00 Mts.



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-5411	3.00 Mts.
A-5418	3.50 Mts.



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-1311	3.00 Mts.
A-1318	3.50 Mts.

127 Volt. 10 Amper.



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-1901	3.00 Mts.



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-5411	3.00 Mts.
A-5418	3.50 Mts.



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-1311	3.00 Mts.
A-1318	3.50 Mts.



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-5408	3.00 Mts.
A-5409	3.50 Mts.



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-5411	3.00 Mts.
A-5418	3.50 Mts.

3 Volt. Sin Interruptor



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-5422	3.00 Mts.

3 Volt. Diferenciado



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
A-3005	3.00 Mts.
A-3007	3.50 Mts.
A-3006	4.00 Mts.
A-3001	4.50 Mts.
A-3007	5.00 Mts.
A-3008	5.50 Mts.
A-3006	6.00 Mts.
A-3001	6.50 Mts.
A-3006	7.00 Mts.
A-3006	7.50 Mts.



Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16

Color	Material
Negro	2.50 Mts.
SFT	3x16



Este producto requiere especificaciones especiales, fuera de las producciones necesarias para fabricar su producto. Consulte con nosotros sobre pedidos mínimos en pedidos de fabricación especial.

CROMIOS S.A. DE C.V.
 Calle No. 7 Col. San Álvaro, México D.F. 02090, México
 Tels: (52) 52 527-8920
 Fax: (52) 52 399-8854
 E-mail: cals@netnet.nettel.com
 www.cromios.com



TRABAJO FINAL



MR



MARCO TEORICO

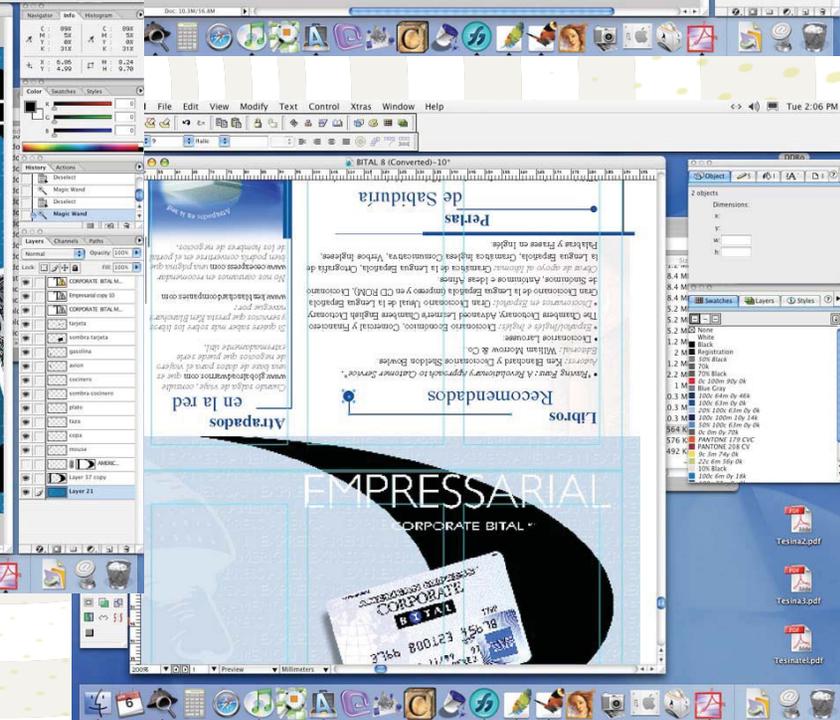
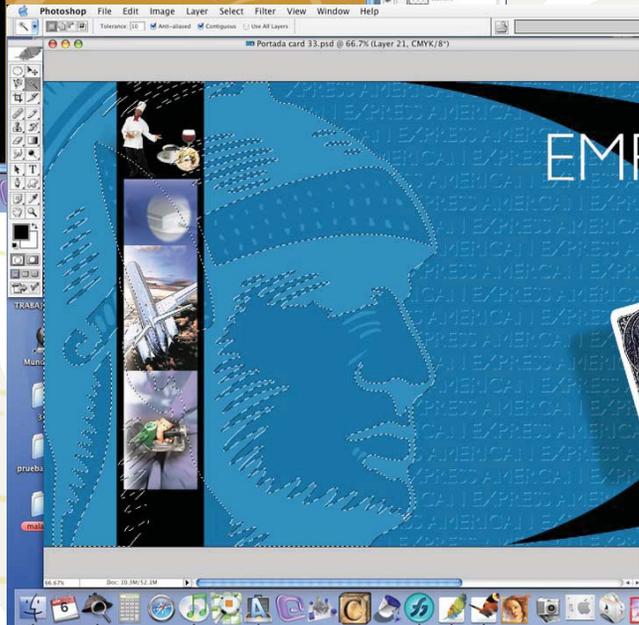
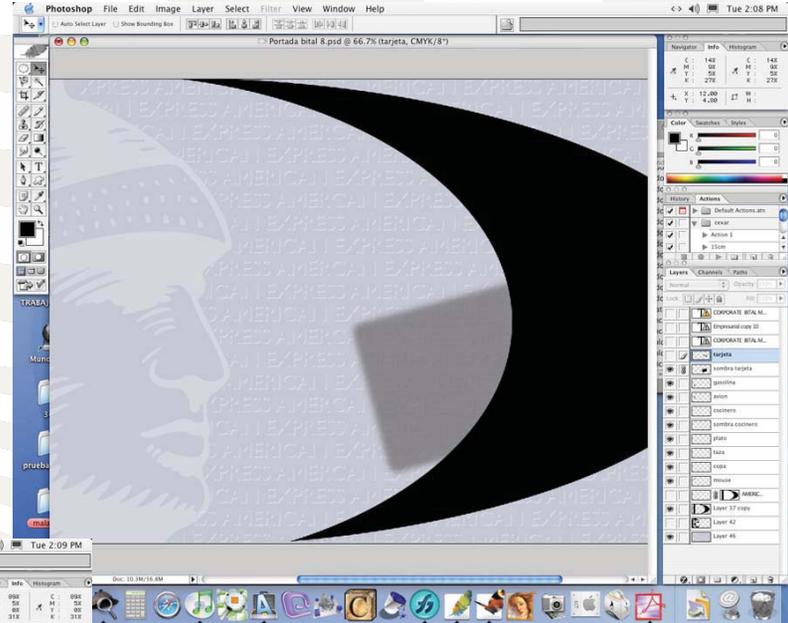
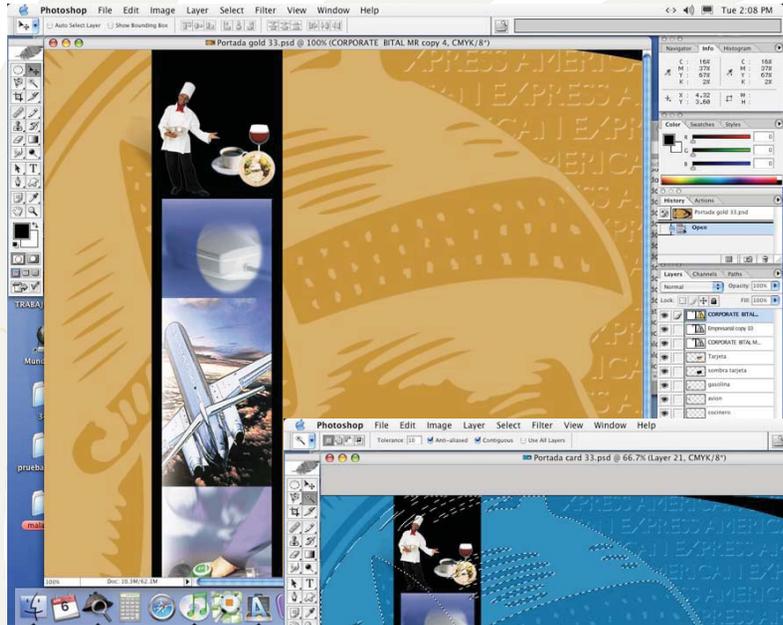
Se realizó la imagen gráfica para la folletería por correo directo de american express, diseñando tres tripticos de tamaño carta en extendido.

Se unificó el diseño gráfico en base a tres tipos de tarjetas: empresarial, gold y platinum. Se decidió mantener una imagen e identificación visual gráfica en base a los colores representativos de cada tarjeta, para reforzar su identificación gráfica ya posicionada en el mercado, por lo que para platinum se utilizó como color principal el plata, para empresarial el azul y el dorado para gold. La portada del triptico se diseñó para su impresión en 5/5 tintas, fusionando selección de color con una tinta directa (el color representativo). Se realizó de esta manera con la finalidad de otorgar una amplia capacidad de diseño de impacto que no se viera limitada por el proceso de impresión y poder expresar el mayor impacto posible a la primera imagen visual del triptico.

Los interiores de cada uno mantienen los mismos campos visuales para información en común, sin embargo, se presentan en ocasiones temas específicamente correspondientes a cada tarjeta. Se realizó una retícula a cuatro columnas, dentro de las cuales el texto fluye dependiendo de las imágenes gráficas y/o fotografías presentadas con la finalidad de romper con la rigidez de los espacios y dar movimiento y ritmo a la lectura. Para la sección en específico de "atrapados en la red" se decidió mantener un mismo espacio en los tres casos para facilitar su rápida localización, por ser una sección de búsqueda muy recurrente. Los interiores se diseñaron para su impresión en 5 tintas, es decir selección y una tinta directa (la correspondiente a cada tarjeta). Con esto tenemos la capacidad de mostrar todo tipo de imágenes y fotografías a color y mantener el tono representativo de la tarjeta sin variaciones de color por ser tinta directa.

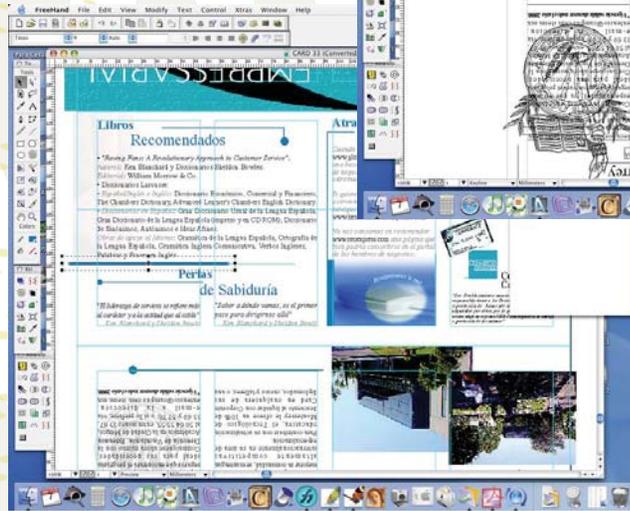
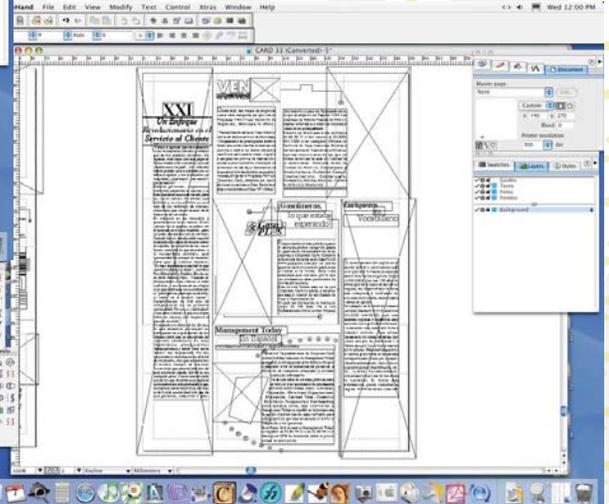
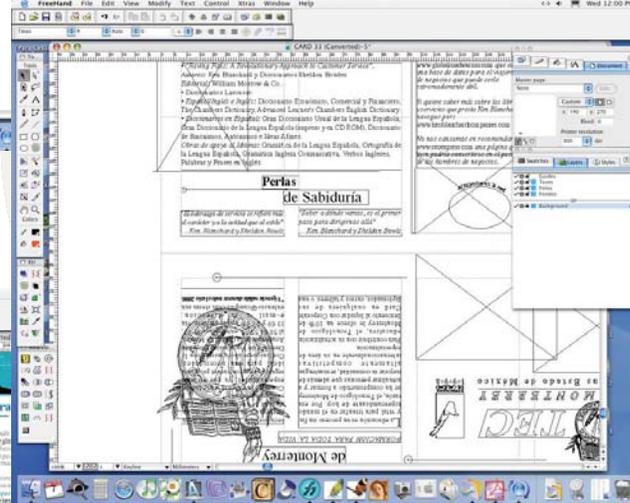
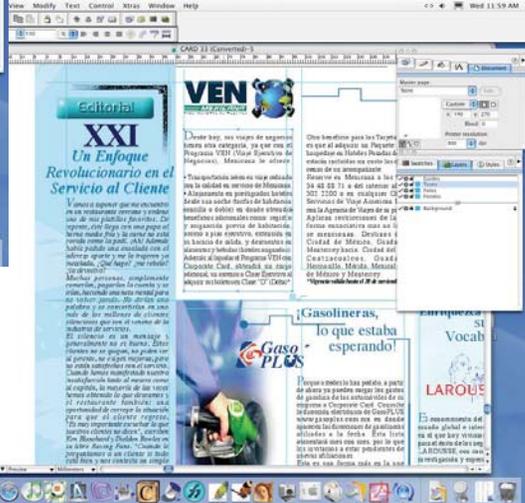
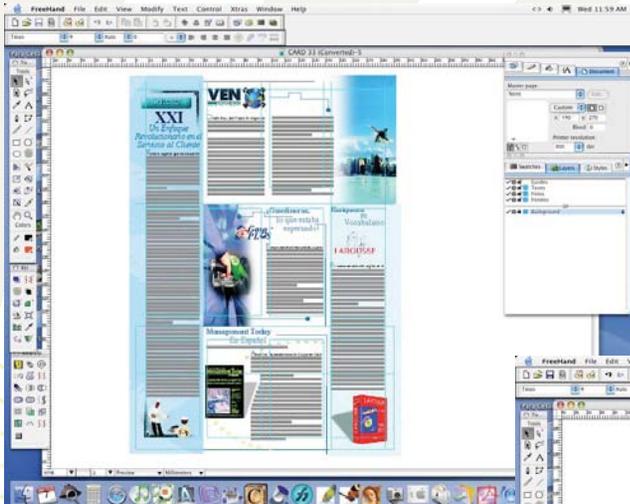


JERARQUIZACION DE PRODUCTOS



Publicidad con publicidad con publicidad

ARMADO INTERIORES



ARMADO INTERIORES

TRABAJO FINAL

INAUTO

INAUTO

EQUIP AUTO MEXICO



Informes / Further information:
 (52) 5553-1552 5553-0247 5553-1936 Fax: (52) 5211-3190 5286-4101
www.ina.com.mx/inauto.html e-mail: ina@prodigy.net.mx



INAUTO

INFORMA

**INAUTO ES LA ÚNICA EXPOSICIÓN,
 CONGRESO Y ENCUENTROS
 EMPRESARIALES ORGANIZADA
 POR LOS FABRICANTES
 ESTABLECIDOS EN MÉXICO.**

Del 17 al 19 de mayo, los diferentes sectores del mercado automotriz comenzando por las grandes armadoras, los fabricantes y distribuidores de autopartes, así como toda la cadena de comercialización de refacciones y talleres de reparación se darán cita en:



EL EVENTO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ.

CAMBIOS PARA 1999:

12,000 mts² de exhibición, nuevas áreas y más...

INAUTO en su edición 1999, se llevará a cabo los días 17, 18 y 19 de Mayo en el World Trade Center de la Ciudad de México. Para todos quienes asistieron al año pasado, será una exposición superada en muchos aspectos: Se ha incrementado de **8,000 mts² a 12,000 mts²**.

Otra de las novedades en la 2ª edición de INAUTO es la alianza con EquipAuto, una de las exposiciones automotrices más prestigiosas a nivel internacional. Este año, INAUTO contará con un pabellón de empresas europeas líderes en materia de tecnología, equipo para taller así como maquinaria para la industria automotriz.

Adicionalmente al rubro de fabricantes de autopartes, se han incorporado este año 3 nuevas áreas de exhibición:

- Maquinaria e Insumos
- Tecnología de Punta
- Herramienta y Equipo para Taller



Será principalmente en estas 3 áreas, donde existirá una complementación con empresas extranjeras.

INAUTO, EL EVENTO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ.

INAUTO '99, busca consolidarse como uno de los mejores eventos a nivel internacional.

Las tres áreas que lo conforman, dándole la calidad de evento global son las siguientes:

EXHIBICIÓN 300 exposiciones y 10,000 visitantes de todo el mundo
 Más de 300 empresas de las más prestigiosas a nivel internacional, exhibirán productos y servicios de gran calidad. La exposición será visitada este año por más de 10,000 personas, de las cuales un alto porcentaje cuenta con un alto nivel de decisión.

CONGRESO "Integración Local de la Cadena Productiva para una Competencia Global" será el tema central.

El congreso reflejará los intereses y opiniones del sector automotriz. Se impartirán: Conferencias Magistrales con una asistencia promedio de 300 personas, Conferencias Técnicas y Paneles de:

- Perspectivas de la Industria Automotriz
- Mercado de Repuesto en América



MARCO TEORICO

La imagen fué la ganadora del concurso del año 2000. El concepto era obviamente los autos pero con el concepto de autopartes no del auto en general, contando con la participación de proveedores a nivel internacional. Una vez definida la imagen se hicieron las aplicaciones del poster, invitaciones y manual de exposición. En cuanto a la publicación era mensual de cuatro ú ocho páginas en selección a color usando fotografías de los proveedores de equipo y autos.



DESARROLLO DE POSTER



Trabajo de Publicidad con Photoshop

DESARROLLO DE TEMAS

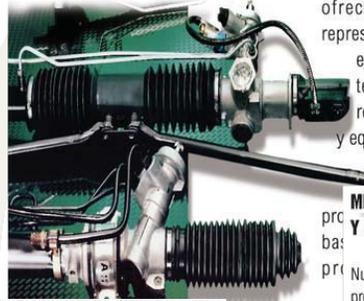
INAUTO TIPS.

- * Se esperan visitantes de más de 25 países.
- * INAUTO contará con la presencia de delegaciones de los siguientes países: Francia, India, Inglaterra, EUA y Colombia.
- * Algunas de las instituciones más prestigiadas del país participarán en INAUTO: SECOFI, BANCOMEXT, NAFIN, INEGI, ININ, AMDA, AMIA, entre otras.



EQUIP AUTO: UNA ALIANZA DE TRASCENDENCIA UNO ÚNICO EN MÉXICO

Exclusivo entre INAUTO y EQUIP AUTO (cuyo evento en Europa acoge a 2,300 expositores - 62% internacionales y 150,000 visitantes de 123 países) permite la realización de una exposición internacional en México, ofreciendo un importante panel representativo de líderes mexicanos y europeos en los sectores de nuevas tecnologías en equipo original, refacciones, accesorios, servicios y equipamiento de talleres. Ofreciendo además conferencias técnicas



MÉXICO: UN GRAN MERCADO Y UNA PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN Y NEGOCIOS HACIA AMÉRICA LATINA

Numerosos proveedores extranjeros se han establecido ya en México, las previsiones de ventas de vehículos nuevos en el mercado doméstico para 1999 son excelentes, lo cual asegura muy buenas perspectivas para la demanda de piezas originales. Por otra parte, **40% de los vehículos en México** tienen más de 10 años por lo que el mercado de refacciones en este país es muy favorable.

México se encuentra al cruce de todos los mercados de América del Norte y América Latina gracias a los varios acuerdos de libre comercio firmados en esta región: el TLC con los Estados Unidos y Canadá, MERCOSUR, y acuerdos bilaterales con países como: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Chile y Bolivia, sin olvidarse de las negociaciones que México ha entablado con la Unión Europea.

INAUTO-EQUIP AUTO México es una verdadera plataforma de desarrollo de relaciones privilegiadas entre interlocutores que toman decisiones. Se convierte en el único evento de América Latina que como EQUIP AUTO en Europa, goza de un posicionamiento único al presentar todos los equipamientos para el automóvil desde el diseño hasta el mantenimiento.

LUNES 17 DE MAYO

9:00 - 9:15	Recepción / Welcome	Luis Carlos Sotomayor Hernández, Presidente de INAI, / President of INAI
9:15 - 11:30	Panel: "Perspectivas de la Industria Automotriz" Perspectives of the Automotive Industry	Arturo Zarza Huelgas, Director General PROCEZA AUTOMOTRIZ / President of General PROCEZA AUTOMOTRIZ Miguel Ángel Olea, Director General de Morgan Stanley / General Director of Morgan Stanley Michael Robinet, Director General de CSM Forecasting / General Director of CSM Forecasting Miguel Ángel Olea, Director General de Análisis Corporativo Asociada / General Director of Análisis Corporativo Asociada Oscar Vera, Director de Estudios Económicos de División de Seguros / Director of Economic Studies of Insurance Division Américo Sobó, Director General de CEMEX/CEMEX / General Manager of CEMEX/CEMEX
11:30 - 11:45	Recepción Break	
11:45 - 12:30	Larry C. Petrovich, Director de Compras / Purchasing Director PACCAR INC. Juan Manuel Aragón Alvarado, Presidente / President AEDSA (Mexican Association of Automotive Distributors) Enrique Zambrano Benítez, Presidente de Compañía / CEO CORPORATIVO PROCEZA 14:15	México e Integración de la Expo / Opening Dr. Hermilio Blanco Manzo, Secretario de Comercio y Fomento Industrial / Minister of Commerce & Industrial Development
15:00	Comida / Lunch	
Tarde		
16:00 - 18:00	Panel: "Perspectivas del Mercado de Repuesto en América" Perspectives of the Aftermarket in America	Ricardo Vial Saldaña, Director General / General Manager Dr. José de CLEYVE DE MÉXICO / Director General of SPICER / Distribution Division Director Presidente de AROM / President Dr. Gral. de Refacciones y Maquilas / General Manager Director General de Genere Parts Co. / President Presidente de AFAA / VP

AGENDA: CONGRESS SCHEDULE

MARTES 18 DE MAYO

9:00 - 10:00	"Evaluación y Tendencias de la Industria Automotriz Mundial" Evaluation and Trends of the World Automotive Industry	Oscar Murillo, Socio de MORONEY & CO. INC. / Principal
10:00 - 11:40	Panel: "Crecimiento del Mercado Automotriz de Norteamérica" Development of the North American Automotive Market	Walter Fine Ocasio, Director General de General Motors / General Director of General Motors Raúl Ramos Torres, Subsecretario de Normatividad y Servicios de la Industria / Undersecretary of Normativity and Services of the Industry Comodoro Edmundo J. Uribe, Representative of Industry and Foreign Trade Presidente de AMIA / President of AMIA Presidente de ANPACT / President of ANPACT Representante de AMCA / Representative of AMCA Representante: ARTHUR D. LITTLE / VP
12:00 - 13:15	Panel: "Integración de la Cadena Productiva en México" Integration of the Productive Chain in Mexico	Edardo Boucar Andrés, Director PIA - INGRESIT Subsecretario de Promoción Industrial y Comercio Exterior / Undersecretary of Promotion and Foreign Trade Director de Inversiones de GM / Director of Investments of GM VP Purchasing Regional Manager Director Regional de DIGNA / General Manager Investigador en Organización Industrial UAM / Researcher in Industrial Organization
14:00	Comida / Lunch	
Tarde		
16:00 - 18:00	Panel: "Desarrollo e Incorporación de la Tecnología de Punta" Development and Assimilation of Leading Edge Technologies	Coordinador: Eduardo Pineda Solís, Presidente de SAE / Mexico President Francisco García, Director General de CEFOTEC / Managing Director Salvador Rodríguez, Gerente de Calidad CEDEI / Quality Manager Dr. General de Promoción de las Micro, Pequeña y Mediana Empresas y Desarrollo Regional de SECOFI / General Director of Promotion for SME's and Regional Development
18:00 - 20:00	Visita a la expo / Visit to the Expo	Arthur D. Little



The Ministry of Trade & Industrial Development (SECOFI) in conjunction with the Mexican Bank for Foreign Trade (BANCOMEXT) and the Industrial Development Bank (Banco Financiera) has been developing their Suppliers Program Meeting for the automotive & autoparts industry since 1995.

Due to the success of last INAUTO's edition, this year both events will take place "same time, same place" within the frame of INAUTO '99, the event among the automobile business which will take place this coming May 17, 18 & 19 at the World Trade Center - Mexico City.

This event is focused on the promotion of an effective integration of the Mexican Micro, Small and Medium sized companies into the productive chain of the automotive and autoparts companies established in Mexico with particular emphasis in domestic supplier development.

INAUTO-EQUIP AUTO: AN OUTSTANDING AGREEMENT.

A whole new exhibition concept in Mexico
EQUIP AUTO is an event that in its European version has 2300 exhibitors - 62% of them international, and receives about 150,000 visitors from 123 countries. This fact as well as the agreement that they signed with INAUTO, the best Automotive Exhibition in Mexico, results to become this best international exhibition in Mexico. This event will bring together all the equipment of the automotive sector (Technology in original equipment, industrial services, spare parts, accessories and garage equipment)

MEXICO: A COMMUNICATIONS AND BUSINESS SPRINGBOARD TO LATIN AMERICA.

As a meeting and business forum, INAUTO-EQUIP AUTO Mexico will be a genuine springboard for the development of privileged relations between decision-makers.

- Export platform to the USA and Canada (NAFTA) and to South America (bilateral agreements with Colombia, Venezuela, Chile, Bolivia and Costa Rica) and the Mercosur countries.
- Sales forecasts for sales of new vehicles for 1999: 30 to 40% over 1997. 40% of vehicles from these countries are more than 10 years old and need spare parts and maintenance products

INAUTO-EQUIP AUTO México is becoming the major event in Latin America, thanks to their unique positioning and to the fact that they concentrate, in one place, all the facets of automotive equipment, from design to maintenance.

CONGRESS

LOCAL INTEGRATION FOR A COMPETITIVE GLOBALIZATION
The Congress will take place on May 17, 18 and 19 at the World Trade Center Mexico City.

Congress fee:	Non-Member	Member
Before April 30	\$200 USD	\$300 USD
From May 1st	\$250 USD	\$350 USD
Congress Schedule:	Monday 17th & Tuesday 18th 18:00	

The Congress fee includes: Work material, exhibition entrance, two meals and one cocktail.

INAUTO TIPS.

- INAUTO will receive visitors from 25 countries.
- INAUTO bring together delegations from the following countries: France, India, United Kingdom and the United States.
- The most important Mexican public and private institutions, and associations will participate in the exhibition and Congress.



INAUTO '99: THE EVENT AMONG THE AUTOMOBILE BUSINESS.

1999 NATIONAL SUPPLIERS DEVELOPMENT
ENTREPRENEURIAL MEETING FOR THE AUTOMOBILE AND AUTOPARTS INDUSTRY WITHIN THE FRAME OF INAUTO '99.



INAUTO

INFORMA No.2

INAUTO '99: EL EVENTO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ.

ENCUENTRO NACIONAL DE DESARROLLO DE PROVEEDORES PARA LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ Y DE AUTOPARTES EN EL MARCO DE INAUTO '99.

La experiencia de BANCOMEX, NAFIN y la SECOFI en la realización anual de encuentros nacionales de desarrollo de proveedores para la industria automotriz y de autopartes desde 1995, así como el extenso antecedente de INAUTO '98 organizado por la Industria Nacional de Autopartes, A.C. (INA) dieron la pauta para la integración de ambos eventos en INAUTO '99. La SECOFI en coordinación con BANCOMEX y NAFIN invita a participar en este encuentro que se realizará del 17 al 19 de mayo en el WTC de la Ciudad de México, con el objetivo de propiciar la integración efectiva de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas a la cadena productiva de las grandes empresas automotrices y de autopartes establecidas en nuestro país, enfatizando el desarrollo de proveedores nacionales. Para mayor información, puede consultar la página en INTERNET del Programa de Desarrollo de Proveedores que se encuentra en el SIEM, www.siem.gob.mx, el apartado "Programa de Promoción", o dirigirse a los centros electrónicos info@siem.gob.mx, sales@siem.gob.mx. También puede llamar a las líneas 5 229 6500, 5 229 6100 exts. 3726, 3728, 3736, 3748.

INAUTO-EQUIP AUTO: UNA ALIANZA DE TRANSCENDENCIA UN CONCEPTO ÚNICO EN MÉXICO

El acuerdo exclusivo entre INAUTO y EQUIP AUTO (cuyo evento en Europa acoge a 2,300 expositores - 62% internacionales y 150,000 visitantes de 123 países) permite la realización de una exposición internacional en México, ofreciendo un importante panel representativo de líderes mexicanos y europeos en los sectores de nuevas tecnologías en equipo original, refacciones, accesorios, servicios y equipamiento de talleres. Ofreciendo además conferencias técnicas de alto nivel y un importante programa de encuentros empresariales basado en profes...



MÉXICO: UN GRAN MERCADO Y UNA PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN Y NEGOCIOS HACIA AMÉRICA LATINA

Numerosas proveedoras extranjeras se han establecido ya en México, las provisiones de ventas de vehículos nuevos en el mercado doméstico para 1999 son excelentes. Lo cual asegura muy buenas perspectivas para la demanda de piezas originales. Por otra parte www.inec.org.mx venen más de 10 años por lo que el mercado de refacciones en este país es muy favorable.

México se encuentra al cruce de todos los mercados de América del Norte y América Latina gracias a los varios acuerdos de libre comercio firmados en esta región: el TLC con los Estados Unidos y Canadá, MERCOSUR, y acuerdos bilaterales con países como: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Chile y Bolivia, sin olvidar de las negociaciones que México ha entablado con la Unión Europea.

INAUTO-EQUIP AUTO México es una verdadera plataforma de desarrollo de relaciones privilegiadas entre interlocutores que toman decisiones. Se convierte en el único evento de América Latina que como EQUIP AUTO en Europa, goza de un posicionamiento único al presentar todos los...

CONGRESO INAUTO

El congreso INAUTO se llevará a cabo los días 17 y 18 de Mayo, invitando a la exposición. El programa incluye conferencias de alto nivel sobre el sector automotriz y de autopartes.

Área del 30 de Nivel: 526 022
A partir del 1º de Mayo: 526 023
Fachada Lomas 17 y 18 de Mayo: 526 024
Módulo 303 a 305: 526 025 a 526 026

AGENDA: CONGRESS SCHEDULE

LUNES 17 DE MAYO

08:00-09:00	Recepción y Registro	Las Lomas (Módulo 303)
09:00-10:00	Panel "Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
10:00-11:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
11:00-12:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
12:00-13:00	Almuerzo	Las Lomas (Módulo 303)
13:00-14:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
14:00-15:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
15:00-16:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
16:00-17:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
17:00-18:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)

MARTES 18 DE MAYO

08:00-09:00	Recepción y Registro	Las Lomas (Módulo 303)
09:00-10:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
10:00-11:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
11:00-12:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
12:00-13:00	Almuerzo	Las Lomas (Módulo 303)
13:00-14:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
14:00-15:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
15:00-16:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
16:00-17:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)
17:00-18:00	Panel "Desarrollo de Proveedores de Servicios de Mantenimiento y Reparación"	Las Lomas (Módulo 303)

DIPTICO

Exhibición Exhibition

Congreso Congress

WORLD TRADE CENTER
Ciudad de México
MEXICO
Mexico City



Mayo / May 1999

INAUTO NEWS

INAUTO '99: THE EVENT AMONG THE AUTOMOBILE BUSINESS.
1999 NATIONAL SUPPLIERS DEVELOPMENT ENTREPRENEURIAL MEETING FOR THE AUTOMOTIVE AND AUTOPARTS INDUSTRY WITHIN THE FRAME OF INAUTO '99.

The Ministry of Trade & Industrial Development (SECOFI) and the Ministry of Finance (SHF) are pleased to announce that INAUTO '99 will be a unique opportunity for the development of privileged relations between suppliers and manufacturers.

At the Moment
—A joint platform to the USA and Canada (NAFTA) and to South America (bilateral agreements with Colombia, Venezuela, Chile, Bolivia and Costa Rica) and the Mexican countries.
—Such countries for sales of new vehicles for 1999: 21,400,000 units (98% of vehicles have been completed and the rest 10,000 units will meet spare parts and maintenance products.

INAUTO-EQUIP AUTO México is becoming the major event in Latin America, thanks to their previous participation in the last four editions, in our opinion, all the fields of automobile equipment, from design to production.

CONGRESO
El Congreso se llevará a cabo los días 17 y 18 de Mayo en el World Trade Center México City.

COMPANIA
El Congreso se llevará a cabo los días 17 y 18 de Mayo en el World Trade Center México City.

INAUTO '99: THE EVENT AMONG THE AUTOMOBILE BUSINESS.
1999 NATIONAL SUPPLIERS DEVELOPMENT ENTREPRENEURIAL MEETING FOR THE AUTOMOTIVE AND AUTOPARTS INDUSTRY WITHIN THE FRAME OF INAUTO '99.

INAUTO

INFORMA

INAUTO ES LA ÚNICA EXPOSICIÓN, CONGRESO Y ENCUENTROS EMPRESARIALES ORGANIZADA POR LOS FABRICANTES ESTABLECIDOS EN MÉXICO.

Del 17 al 19 de mayo, los diferentes sectores del mercado automotriz comenzando por los grandes armadores, los fabricantes y distribuidores de autopartes, así como toda la cadena de comercialización de refacciones y talleres de reparación se darán cita en:

EL EVENTO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ.

CAMBIOS PARA 1999:

12,000 m² de exhibición, nuevas áreas y más.

INAUTO en su edición 1999, se llevará a cabo los días 17, 18 y 19 de Mayo en el World Trade Center de la Ciudad de México. Para todos quienes asistieron el año pasado, será una exposición superada en muchos aspectos: Se ha incrementado de 4,000 m² a 12,000 m². Otra de las novedades en la 2ª edición de INAUTO es la alianza con EquipAuto, una de las exposiciones automotrices más prestigiosas a nivel internacional. Este año, INAUTO contará con un pabellón de empresas europeas líderes en materia de tecnología, equipo para taller y comp. manutención para la industria



INAUTO, EL EVENTO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ.

INAUTO '99, busca consolidarse como uno de los mejores eventos a nivel internacional.

Las tres áreas que lo conforman, dándole la calidad de evento global son las siguientes:

EXHIBICIÓN (300 expositores y 10,000 visitantes de todo el mundo)

Más de 200 empresas de todo el mundo a nivel internacional.

EquipAuto, de las cuales un alto porcentaje...

Productiva para el sector automotriz.

Una asistencia promedio de 150,000 visitantes.

EquipAuto, una de las exposiciones automotrices más prestigiosas a nivel internacional.

Este año, INAUTO contará con un pabellón de empresas europeas líderes en materia de tecnología, equipo para taller y comp. manutención para la industria

INAUTO NEWS

WITH ITS SECOND EDITION TOGETHER, MORE THAN 250 FACTURERS IN WHAT IS BECOMING THE MAJOR EVENT OF THE MEXICAN AUTOMOTIVE INDUSTRY.

THE BEST PRODUCTS FROM THE BEST COMPANIES
At INAUTO '99 you'll find the most important local manufacturers, all of them 1st, 2nd and 3rd tier suppliers, as well as suppliers of machinery and equipment for the industry and repair services. The presence of companies from abroad, provides a variety of quality products and services to fit your Automotive Products needs.

DEVELOPMENT OF MICRO AND SMALL COMPANIES:
The Association of Automotive Parts Manufacturers in Mexico in conjunction with the Ministry of Commerce (SECOFI) is supporting the integration of the productive chain and have incorporated to INAUTO more than 20 Micro and Small Companies. This event will give them the opportunity to get in touch with potential customers and take part in an international event.

INTERNATIONAL VISITORS
For this year's event, some of the most representative countries in the Automotive Industry, will bring their delegations to INAUTO. They are interested in Mexican products and in establishing commercial relations with Mexican manufacturers. We are sure that they'll meet with important manufacturers with quality products and processes.

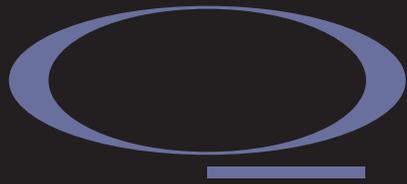


- Some of the countries that will visit INAUTO are:
- United States
 - Colombia
 - Guatemala
 - England
 - Germany
 - France
 - Spain
 - Italy
 - India

TECHNICAL CONFERENCES
In addition to the Congress "LOCAL INTEGRATION FOR A COMPETITIVE GLOBALIZATION" that will take place during Monday 17th and Tuesday 18th, INAUTO will have a Technical Conferences Program. This will be held by some of INAUTO's exhibitors. The conferences are mainly seminars of applications, solutions, processes, and other related practical topics for the Automotive Industry.



TRABAJO FINAL



Quebecor World



Colombia
Argentina
2004

MARCO TEORICO

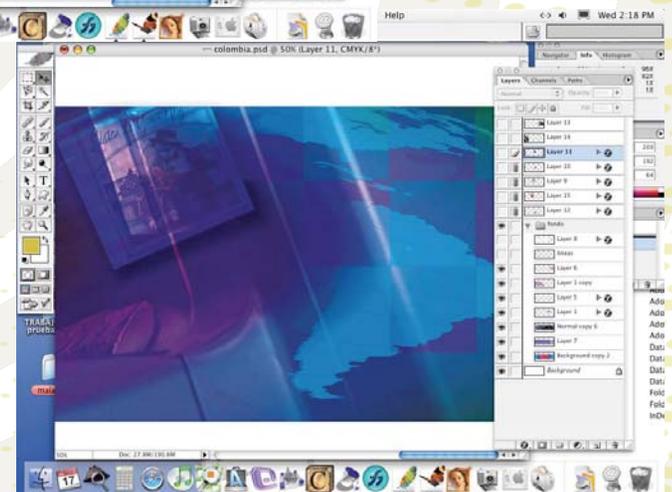
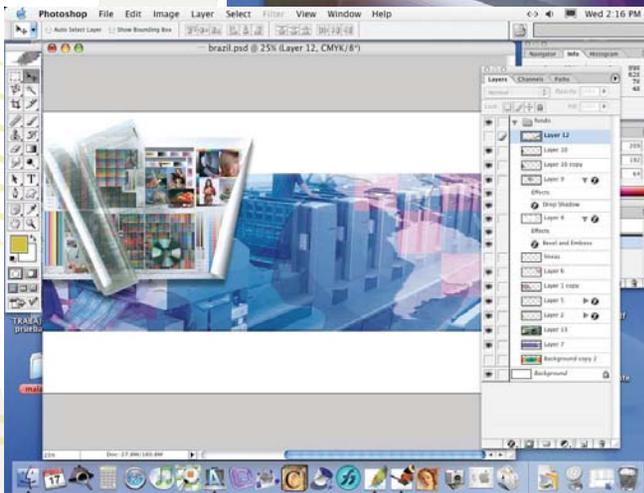
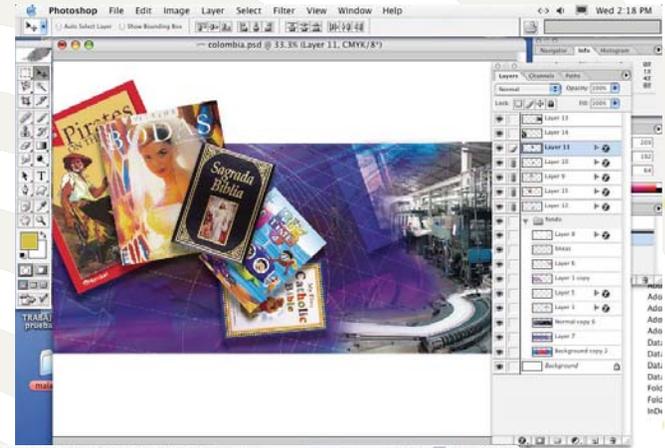
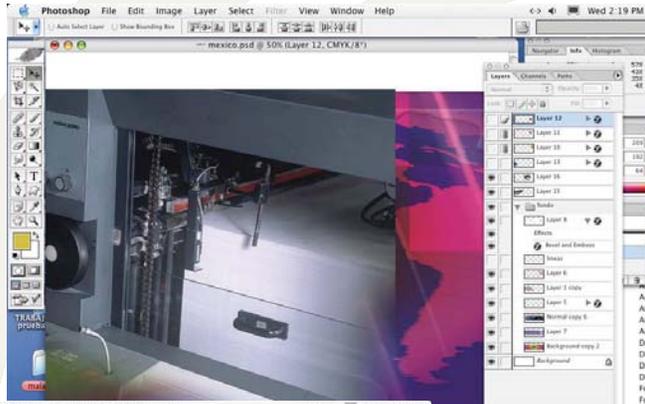
Sin duda es una de las cuentas más complicadas ya que ambos trabajos: el calendario y el catalogo, circulan a nivel internacional, por eso fue necesario la planeación de una imagen grafica bastante creativa, moderna y sin tropicalismos en todos los aspectos, para asi causar un gran impacto en cuanto a esta empresa tan solida e importante en el medio de la industria grafica.

El armado del Calendario fue diferente, para comenzar se manejo cuadrícula de red aurea, posteriormente la selección de fotografías alucivas a los meses, recorte digital, retoque y calibración ya que todas las fotografías mantenian distintas temperaturas del punto blanco, el armado de las mismas, diseño de pastillas para los días y meses asi como tambien el armado del calendario en selección de color más tintas directas.

El primer termino del Catalogo fue la toma fotografica en la planta, asi como tambien algunos de los productos creados en la misma: libros, revistas directorios, etc, el segundo fue armar todo lo fotografiado para crear imagenes creativas para el desarrollo de este Catalogo y asi lograr el objetivo cuyo fin era mostrar algo de los procesos que se llevan en esta empresa con respecto a la impresión de artes graficas.



ARMADO CATALOGO



Publicación de la Universidad de la Amazonia

TRABAJO FINAL



En este mes no olvides festejar a PAPA en...

TIENDAS ISSSTE
Toda una tradición de ahorro

Abiertas a todo el Público
Vigencia: Del 10 de Junio al 4 de Julio del 2003

Te ven por tu cabello te ven por Pert

Nuevo \$29.30

un cabello más suave y sedoso

TIENDAS ISSSTE
Toda una tradición de ahorro

¡Ahorrase!

Abiertas a todo el público
Vigencia del 12 de Febrero al 8 de Marzo del 2003

Química perfecta de la pareja ideal

Prueba los nuevos aromas mejorados

\$12.50

\$24.40

QUE VIVAN LOS PRECIOS BAJOS

TIENDAS ISSSTE
Toda una tradición de ahorro

Abiertas a todo el Público
Vigencia: Del 8 al 30 de Septiembre del 2003

Tequila 100 Años Azul 750 ml. \$36.90
Tequila Blanco Hombres 800 ml. \$158.90
Tequila Blanco Hombres 750 ml. \$157.90
Tequila Hacienda Blanca 500 ml. \$67.95
Tequila Hacienda Blanca 750 ml. \$156.45

Tequila 100 Años Blanco 750 ml. \$68.90
Tequila 100 Años Verde 750 ml. \$70.95
Tequila Hacienda Blanca 500 ml. \$67.95
Tequila Hacienda Blanca 750 ml. \$156.45

EN FARMACIAS
¡CÓMPRALO EN FARMACIAS!
¡CÓMPRALO EN FARMACIAS!

En octubre espere grandes sorpresas

TIENDAS ISSSTE

¡Con Ace

¡llévate una Big Mac a mitad de precio!

EXCELENTE LIMPIEZA Y FRESCURA AL ALCANCE DE TODOS

\$14.95

versión de 1 kg

MARCO TEORICO

El volante del Isste desarrollamos absolutamente todo, desde conseguir los productos seguido de la toma fotográfica, recorte digital de las mismas, calibración de color, creación de propuestas de fondos alucivos a la fecha de vigencia del volante, armado del mismo, diseño de pastillas para descripciones, adaptar el material grafico de otras agencias de diseño que manejan la publicidad de otras empresas como kellogs y el constante envio del volante via internet para correcciones, cambios y autorizaciones de los proveedores.

Este volante circula a nivel Nacional por lo que se requiere una imagen grafica atractiva para llamar la atención del publico en general e invitarlos a pasar a las tiendas isste que gozan de muy mala fama.

Lo más complicado de este proyecto es sin duda los tiempos, o más bien la escases del mismo .El tiempo promedio que tardamos en un volante es de 4 días.



CREACION DE FONDOS



an publicitat' an publicitat' an publicitat' an publicitat'

TOMA FOTOGRAFICA

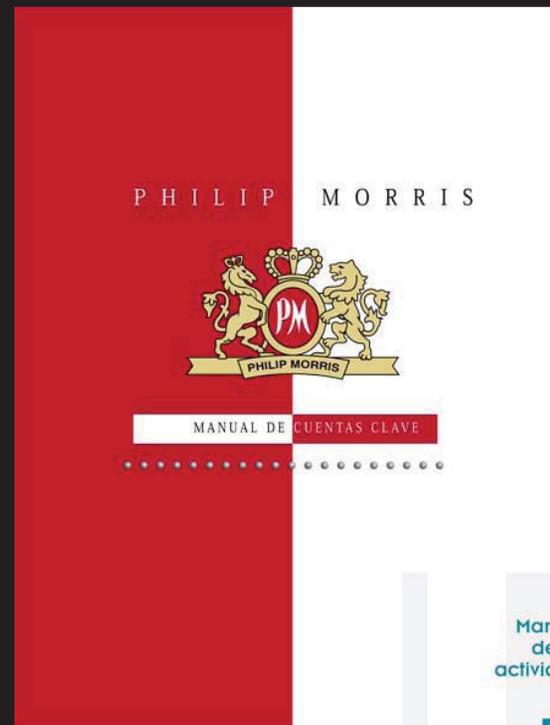
RECORTE Y CALIBRACION



ARMADOS



TRABAJO FINAL



MARCO TEORICO

Los manuales de cuentas clave y punto de venta son aspectos importantes en el manejo de cuenta de Phillip Morris. En resumen es un desarrollo de todos los aspectos internos en una empresa, puntos clave para la mejoría en ventas, imagen de la empresa, mejor organización de equipo que van desde al acomodo de productos hasta puntos de venta estrategicos. Tanto la política de ventas como la de identidad son muy estrictas por lo que es un tanto difícil mostrar de un modo gráfico los textos y normas sin hacer adecuaciones de su manual corporativo. Finalmente se cumplieron todos los objetivos y es hasta la fecha el manual vigente.



MANUAL DE IDENTIDAD

Manual para el desarrollo de actividades en el

Punto de Venta



ESTRATEGIA MATERIALES TEMPORALES

- Los materiales deberán estar en la bodega de Cigam por lo menos tres semanas antes de la fecha de inicio de la promoción para que puedan ser distribuidos mediante el transporte de cigarrillos de Cigam, con el objeto de agilizar el proceso de distribución y reducir los costos; en caso contrario deberán ser enviados vía DHL, con cargo a la marca.
- Los materiales deberán estar en paquetes, cada uno con el número de piezas acordado en la distribución, y con una etiqueta que contenga la siguiente información: Número de piezas, Nombre del distribuidor, Tipo de material, Canal, Nombre de marca, Nombre de la promoción y Atención al Gerente de THK.

* Los detalles más completos se encuentran en el Documento 0001 (Manual de Implementación de la Estrategia de Materiales Temporales).

ESTRATEGIA ALCANCE

- Establecimiento del alcance geográfico:
 - Puede ser a nivel nacional o regional.
 - Se puede dividir en Subregiones, Estados, Gerencias y Distribuidores de VTAS vigentes en esa Estructura de VTAS Actual.

- Establecimiento del alcance por:
 - Por nivel socioeconómico.
 - Por imagen de A-D (Anexos).
 - Selección específica del cliente al manejo de alguna marca.

* Información proporcionada por el Sistema THK (Manual de Implementación de la Estrategia de Materiales Temporales).

TIME TABLE

Este cuadro muestra los tiempos considerados para llevar a cabo cada una de las actividades para desarrollar una promoción.

ESTRATEGIA

- La estrategia es la parte modular de la implementación de la promoción, en la cual participan MKT, THK y VTAS para su formulación. En ésta se especifican y definen detalles como los siguientes:
 - Objetivo de la Promoción
 - Establecimiento del alcance geográfico
 - Establecimiento del alcance por tipo de cliente
 - Volumen de producción de producto
 - Materiales
 - Producto promocional
 - Mecánica



ESTRATEGIA MATERIALES TEMPORALES

- Debido a que el PDV adquiere mayor importancia como medio de comunicación con el cliente, se deben desarrollar materiales temporales adecuados para crear el impacto deseado, para lo cual es necesario considerar los siguientes puntos:
 - Para el desarrollo de materiales temporales nuevos es necesario realizar una reunión que involucre a las siguientes áreas: MKT, THK-Cons, Compras, VTAS, Agencia y Proveedor.
 - MKT se encargará de los diseños y gráficos de los materiales temporales. Junto con la agencia de publicidad, así como del proceso de autorización interna.
 - THK-Cons se encargará de supervisar y probar el tipo de materiales adecuados a cada uno de los diferentes canales.
 - Comunicaciones deberá informar la cantidad y distribución de los mismos y coordinar el envío a las diferentes plazas.

IMPLEMENTACION

ESTRATEGIA PRODUCTO PROMOCIONAL

- Es importante tomar en cuenta que el proveedor encargado de maquetar la promoción deberá colocar una etiqueta en cada corchugón en la que se especifique el número de cajetillas que contiene. Lo anterior es con el fin de que las personas del almacén registren correctamente la entrada de producto y no existan confusiones.

- Al igual que los materiales publicitarios, es necesario que el producto promocional se encuentre en la bodega de Cigam tres semanas antes de iniciar la promoción para que pueda ser distribuido en su totalidad en forma oportuna.

- El objetivo es la lista de ser de la promoción ya que es ahí donde se marcan los metas tanto de MKT como VTAS. Estos objetivos incluyen diversos parámetros, entre los que se encuentran:
 - Imagen de Marca
 - Trust
 - Loyal
 - Colocación de TPOM y PPOM

INDICE

Concepción de la idea
Estrategia
Alcance
Compras
Por tipo de cliente
Volumen de producción de producto
Materiales
Producto Promocional
Mecánica
Comunicación a la PDV
Implementación
Evaluación
Time Table

- Es la etapa en la que la PDV lleva a cabo todas las actividades señaladas en el comunicado. Para tal efecto:
 - El gerente de THK será responsable de dar instrucciones sobre los materiales, sin embargo, el Responsable de cada área de distribución será el encargado de recibir los materiales, revisar que estén de acuerdo con lo establecido en la estrategia enviada y, por último, registrar según el tipo y número de clientes por ruta, asegurando que los Supervisores de VTAS se reúnan con los representantes con el fin de aclarar dudas sobre las actividades de implementación.
 - La PDV deberá realizar las actividades de acuerdo con lo establecido en el comunicado. (Se está trabajando en el diseño de un material permanente).

CONCEPCION DE LA IDEA

- THK-Cons se encargará de:
 - Evaluar la implementación en campo a través de un reporte cuantitativo.
 - Evaluar los volúmenes de venta alcanzados.
 - Evaluar los niveles de distribución alcanzados.
 - Los resultados serán comunicados a THK, MKT y VTAS seis semanas después del lanzamiento en un formato ya diseñado.
 - Evaluar la colocación de materiales publicitarios.

- La promoción debe ser autorizada en el Plan Anual, sin embargo, durante esta etapa, MKT y la Agencia de Publicidad deciden el tipo de promoción a realizar.
- Cuando MKT ha definido cuál será la promoción a implementar, convoca a una junta con THK-Cons para presentarles los siguientes puntos:
 - Descripción de la promoción
 - Materiales promocionales de apoyo
 - Mercado Meta
 - Objetivos de la marca

ESTRATEGIA VOLUMEN

- MKT y Comunicaciones serán los encargados de estimar la cantidad de paquetes promocionales a producir de acuerdo con lo siguiente:
 - Estrategia promocional de la marca
 - Costo unitario de la promoción
 - Presupuesto establecido para la promoción
 - Cantidad de puntos de venta de acuerdo al alcance geográfico, por Canal y Tipo de Cliente
 - Volumen promedio de venta semanal
- Comunicaciones será responsable de realizar la tabla de asignación de producto por área de distribución y pasar el envío a los diferentes distribuidores.

ESTRATEGIA MECANICA

- Es la parte que contempla cada una de las actividades de las personas que integran la PDV en los diferentes niveles de estructura y de acuerdo a los diferentes canales, con respecto a la implementación en campo. Debe contar con la siguiente información:

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Fecha en que recibirá el producto y los materiales	MKT
Definir el requisito de materiales	THK
Forma de presentar la promoción a los clientes	MKT/THK-Cons
Lograr en donde se colocan los materiales	MKT
Instrucciones físicas del envío y modo de materiales (a granel)	THK-Cons
Cuando se colocan los materiales	THK-Cons
Forma de surtir y cantidad del producto	THK-Cons
Proceso de autorización, control, autorización, registro	MKT
Instrucciones de base de datos (DB)	THK-Cons
Cómo se produce el producto	MKT
Equipamiento de computación	MKT
Comunicaciones activadas	THK-Cons

COMUNICACION A LA PDV

- Comunicaciones será responsable de elaborar y enviar todos los comunicados necesarios al departamento de VTAS en todos sus niveles, con el objeto de informar en forma adecuada y oportuna (dos semanas antes del inicio de la fecha del inicio de la promoción):
 - Descripción de la promoción
 - Alcance
 - Volumen de producto
 - Materiales
 - Mecánica
 - Instructivos adicionales (Armedo de dispensadores o coligantes)
 - Calendario semanal de actividades

ESTRATEGIA MATERIALES TEMPORALES

- Para el desarrollo de materiales temporales es necesario realizar una reunión que involucre a las siguientes áreas: MKT, THK-Cons, Compras, VTAS, Agencia y Proveedor.
- MKT se encargará de los diseños y gráficos de los materiales temporales. Junto con la agencia de publicidad, así como del proceso de autorización interna.
- THK-Cons se encargará de supervisar y probar el tipo de materiales adecuados a cada uno de los diferentes canales.
- Comunicaciones deberá informar la cantidad y distribución de los mismos y coordinar el envío a las diferentes plazas.
- El objetivo es la lista de ser de la promoción ya que es ahí donde se marcan los metas tanto de MKT como VTAS. Estos objetivos incluyen diversos parámetros, entre los que se encuentran:
 - Imagen de Marca
 - Trust
 - Loyal
 - Colocación de TPOM y PPOM
- La promoción debe ser autorizada en el Plan Anual, sin embargo, durante esta etapa, MKT y la Agencia de Publicidad deciden el tipo de promoción a realizar.
- Cuando MKT ha definido cuál será la promoción a implementar, convoca a una junta con THK-Cons para presentarles los siguientes puntos:
 - Descripción de la promoción
 - Materiales promocionales de apoyo
 - Mercado Meta
 - Objetivos de la marca
- THK-Cons se encargará de:
 - Evaluar la implementación en campo a través de un reporte cuantitativo.
 - Evaluar los volúmenes de venta alcanzados.
 - Evaluar los niveles de distribución alcanzados.
 - Los resultados serán comunicados a THK, MKT y VTAS seis semanas después del lanzamiento en un formato ya diseñado.
 - Evaluar la colocación de materiales publicitarios.
- La promoción debe ser autorizada en el Plan Anual, sin embargo, durante esta etapa, MKT y la Agencia de Publicidad deciden el tipo de promoción a realizar.
- Cuando MKT ha definido cuál será la promoción a implementar, convoca a una junta con THK-Cons para presentarles los siguientes puntos:
 - Descripción de la promoción
 - Materiales promocionales de apoyo
 - Mercado Meta
 - Objetivos de la marca
- THK-Cons se encargará de:
 - Evaluar la implementación en campo a través de un reporte cuantitativo.
 - Evaluar los volúmenes de venta alcanzados.
 - Evaluar los niveles de distribución alcanzados.
 - Los resultados serán comunicados a THK, MKT y VTAS seis semanas después del lanzamiento en un formato ya diseñado.
 - Evaluar la colocación de materiales publicitarios.



TRABAJO FINAL



MARCO TEORICO

La campaña de Comfort Twin fue un concurso a nivel internacional, el cual ganamos con esta imagen.

Se hizo en ilustración digital usando como base una fotografía y generando los distintos tonos con tintas directas desde photoshop y generando degradados entre las mismas.

Comfort Twin destaca por su singular color verde metalico, que planeamos desde su concepción , color que no existía en la guia pantone sino que fuimos a la imprenta a hacerlo literalmente.

Las aplicaciones fueron dirigidas hacia un target de edad media y media-madura desde los carros de promoción hasta los blisters de 24 piezas.



ILUSTRACION CON TINTAS DIRECTAS



ARMADO DE ARCHIVOS CON CONSIDERACION DE BLANCO PARA BOLSA



Conclusión

Mi conclusiones son simples:

Nunca dejar de estudiar las nuevas tecnologías ya que en ellas desarrollarás tus ideas y no conocerlas, es un handicap para los demas despachos.

El color ya no es subjetivo si lo trasladamos a espacios absolutos y si se puede medir se puede controlar y predecir.

y las filosóficas:

Si trabajas en algo que realmente te gusta ... entonces realmente nunca trabajas.

pero si a eso lo llamamos trabajo entonces

Si trabajas como loco, puede que en el camino te vuelvas loco y al final, toda tu locura llene tu interior de formas diferentes que a la demás gente y puede que eso no sea una locura sino una bendición.