



## **POLITICA POD1**

*Política para la asignación y uso de recursos publicitarios a distribuidores Raloy*

**Objetivo:** *Coordinar, supervisar, controlar la asignación de los recursos publicitarios a los que el distribuidor tiene derecho y verificar que la marca se difunda correctamente de acuerdo a los lineamientos del Manual de identidad corporativa*

**Alcance:** *Todos los Distribuidores Raloy*

**Áreas que participan:** *Dirección General, Dirección Comercial, Gerencia de Mercadotecnia, Gerencia de Distribuidores, Administración y Finanzas.*

**Procedimiento:** *PRD1*

**Formato:** *F1*

**Normas:**

*Serán contempladas las siguientes responsabilidades y normas.*

*1.- Es responsabilidad de la Gerencia de Mercadotecnia verificar que se este aplicando el 4% (2% otorgado por la empresa y 2% otorgado por el Distribuidor) de las compras mensuales sin I.V.A. a las que todo Distribuidor tiene derecho, para efecto de promover la marca.*

*2.- Es responsabilidad de la Gerencia de Mercadotecnia al mantener informada al área de ventas cuando ella necesite información sobre el uso de la provisión publicitaria por parte del Distribuidor.*

*3.- Será responsabilidad de la Gerencia de Distribuidores el mantener informado al distribuidor acerca de esos montos y sus provisiones publicitarias.*

*4.- Es responsabilidad de la Gerencia de Distribuidores el informar al distribuidor que el uso de los recursos publicitarios tiene caducidad y se podrá hacer uso de ellos como sigue:*

*De enero a Junio.-Se puede hacer uso de este recurso en cualquier momento a partir de informado el monto de provisión y con un límite de recepción de facturas al 30 de Julio (Sin excepción).*

*De Julio a Diciembre.- Se puede hacer uso de este recurso en cualquier momento a partir de informado el monto de provisión y con un límite de recepción de facturas al 15 de Diciembre.*

*5.-Todo proyecto publicitario o programa de publicidad en la zona deberá de ser revisado primeramente por el Gerente de Distribuidores para su Vo. Bo. Una vez otorgado este, se turnará a Mercadotecnia para su consentimiento final de acuerdo a los lineamiento de imagen corporativa de la marca y la difusión de la misma.*



6.-Es responsabilidad de la Gerencia de Distribuidores observar en todo momento que en las distribuciones otorgadas por ellos se respeten los lineamiento de Identidad gráfica interna y externa de la marca, contar con un mínimo de imagen indispensable en la distribución, trabajar conjuntamente con el distribuidor de la zona para que tenga la marca un mínimo de presencia.

En todos los casos:

1.- No se pagará ninguna inversión publicitaria, bajo ninguna circunstancia, sino existiere el mismo monto de aportación por parte del distribuidor.

2.- No se pagará ninguna inversión publicitaria sino hubo evaluación y aceptación previa del proyecto por parte de Mercadotecnia (Formato F1"Formato para solicitud de apoyo publicitario" debidamente requisitado).

3.- No se pagará ninguna inversión publicitaria si el Distribuidor tiene saldo pendiente x Pagar y en su caso se notificará que el pago se hará a su saldo pendiente.

## **ENUMERACIÓN DE ELEMENTOS CONSIDERADOS DENTRO DE LA PROVISIÓN PUBLICITARIA**

### **A.- Relaciones Públicas:**

(Para este punto se requerirá un mínimo de 5 fotos de soporte al final del proyecto)

*Patrocinio de eventos: Convivios, Carreras de autos, maratones, paseos ciclistas, campañas ecológicas, campañas humanitarias, pláticas con temas comerciales, equipos de fútbol, equipos de basketball, de fútbol americano, entre otros.*

*Promoción de Ventas: Edecanes, renta de sonido, renta de inflables, exhibidores, reconocimientos de ventas.*

**\*\*Para todo el punto "A" se deberá especificar en la solicitud lo siguiente:**

*Fecha en que se llevará a cabo: día, mes y año Periodicidad: única vez, semanal, mensual, etc. Lapso en tiempo de duración: de \_\_\_\_ 201\_\_ a \_\_\_\_ de 201\_\_.*

*Describir además en que consiste el apoyo y/o proyecto (apoyo en especie, uniformes, etc.)*

### **B.- Imagen corporativa:**

*Medios masivos de comunicación: Televisión, Radio, Prensa*

**\*\*Se requiere de una grabación del comercial y/o muestra del anuncio publicado y/o transmitido.**



**Publicidad exterior Gran Formato: Espectaculares, pinta de fachadas, Anuncio exterior, Publicidad en Camiones.**

**\*\* Para este punto se deberá incluir en la solicitud un croquis de la ubicación del anuncio y/o la barda donde se colocará la publicidad, se requerirán además dos fotografías antes del proyecto y dos fotografías del proyecto terminado. Como soporte.**

**Publicidad exterior punto de ventas: Láminas, pendones, anuncios luminosos, exhibidores**

**\*\*Para este punto se requerirán dos fotografías antes del proyecto y 2 fotografías del proyecto terminado como soporte.**

**Publicidad empresarial: Calendarios, agendas, folletos, catálogos, manuales, carpetas de ventas, videos, cubos de notas, tarjetas de presentación, hojas membretadas, folders.etc.**

**\*\*Se requerirá aprobación por el área de Mercadotecnia para dichos fines ya que se deberá de cuidar en todo momento la imagen corporativa de ser aprobado se requerirán bocetos del proyecto para aprobación de la imagen y muestras finales de los mismos.**

## **C.- Promocionales:**

**Raloy cuenta con una línea de productos promocionales (Ver catalogo ), pero si el distribuidor deseará, por cualquier motivo realizar los propios se deberán de aprobar por el área de mercadotecnia utilizando al 100% la imagen corporativa de la compañía, de los cuales presentamos una lista de los que podrían ser considerados dentro de la reserva publicitaria:**

**Gorras, Playeras, camisas, chamarras, chalecos, pants, camisas de mezclilla, relojes de pulso, relojes de pared, batas, overoles, trajes de baño, shorts, plumas, artículos de escritorio, juegos de mesa, artículos de cocina, juegos inflables, calcomanías, globos herramientas en general, inflables publicitarios.**

**\*\* Cualquier promocional que no esté dentro de lo mencionado tendrá que ser consultado a mercadotecnia (a través de la Gerencia de Ventas) para su aprobación**

**\*\*Se requerirá muestra física al final del proyecto.**

**3.- Es responsabilidad del departamento de Mercadotecnia el informar la resolución del proyecto dentro de los 5 días posteriores a la recepción formal del mismo por parte de la gerencia de ventas, esto de no existir modificaciones y/o adecuaciones sugeridas, de ser así, el trámite empezará a contar a partir de recibido el documento con dichos cambios (La gerencia de distribuidores será la encargada de comunicar dicha resolución al distribuidor).**

**4.- No entra, bajo ninguna circunstancia, los gastos de mensajería que por concepto de envío de la publicidad se generen. (Serán enviados por cobrar al distribuidor)**



5.- No serán considerados, para efecto de esta reserva, productos y/o servicios no contemplados en el Anexo 2 (Enumeración de elementos considerados dentro de la reserva publicitaria).

6.- Todo paquete publicitario aprobado se enviará en su embarque de pedido, en caso de requerirlo antes será por cuenta del distribuidor el envío por paquetería.

7.- Será necesario que, después de aceptado y realizado el proyecto, para recibir pago y/o bonificación al distribuidor anexe lo siguiente:

6.1.- Formato F1 debidamente llenado y firmado Gerencia de distribuidores

6.2.- Estado de cuenta de sus ventas y de su saldo a favor del 2% de publicidad.

6.3.- Copia de la factura al 100% de pago del Distribuidor a su proveedor.

6.4.- Factura Original del distribuidor a Raloy por el 50% de la inversión publicitaria.

6.5.- Muestra física y/o dos fotografías del proyecto terminado.

**\*\*Dicha bonificación se programará de acuerdo a los pagos programados por el área de finanzas.**

#### **D.- Equipo de despacho:**

Para un mejor servicio a nuestros clientes se considero ofrecerle a los distribuidores apoyo para la compra de equipo de despacho en Minigraneles, los cuales podrán revisar con su coordinador de zona en cuanto aplicación de la política antes mencionada y la forma de otorgarse.

#### **D.- Contratación de anuncios en la Sección Amarilla:**

- Todo anuncio en la sección amarilla que el distribuidor requiera deberá de solicitarlo a Mercadotecnia
- La contratación directa la realizará el departamento de mercadotecnia con corporativo sección amarilla
- La revisión de la imagen de la marca utilizada será sugerida por mercadotecnia con los datos del distribuidor para cuidar la difusión de la marca
- Las condiciones de pago serán las indicadas por el departamento de mercadotecnia de acuerdo a las condiciones de sección amarilla



- *Se realizará de acuerdo a política de publicidad*
- *Todo anuncio fuera de esta política se pondrá a consideración sobre el reembolso de acuerdo a la parte proporcional de la difusión de la marca.*