



Fondo de Publicidad Compartida

Mercadotecnia Regional y Lealtad

Vigente a partir de Enero 2014

Contenido

Objetivo	3
Alcances	3
Aspectos Generales.....	4
Vigencia del Fondo de Publicidad Compartida.....	4
Asignación de Fondo de Publicidad Compartida.....	4
Porcentajes de apoyo.....	5
Fecha Límite de ingreso se solicitud de bonificaciones	5
Asignación de nuevas plazas o concesiones.....	5
Aplicación del Fondo de Publicidad Compartida.....	6
Trámite de bonificaciones en Comexnet.....	6
Soportes de la solicitud.....	7
Fechas límite de envío de solicitud.....	10
Estatus de solicitud.....	11
Anexo I. Inversiones autorizadas y no autorizadas.....	12
Anexo II. Manual de Participación en Expos, Ferias y/o Patrocinios Regionales	15

Fondo de Publicidad Compartida

El Fondo de Publicidad Compartida (FPC) es la cantidad máxima que Comex aportará a las inversiones de publicidad y mercadotecnia regional que realice cada Concesionario en su plaza siempre y cuando estén apegadas a este manual y sean aprobadas por el área de Mercadotecnia Regional.

Objetivo

Los esfuerzos de Mercadotecnia local, tienen como objetivo el posicionar la marca y atraer nuevos clientes a las tiendas Comex de la localidad.

Por lo tanto el **Manual de Publicidad Compartida** es una guía para homologar la gran diversidad de esfuerzos de mercadotecnia que se realicen en cada una de las plazas, logrando así que los concesionarios maximicen sus recursos de forma óptima y rentable.

Alcances

Este manual aplica para todos los concesionario del Grupo Comex de la Republica Mexicana que se encuentren en plazas cerradas.

El porcentaje de apoyo que se genere de este fondo será en función al sobreprecio que maneje la plaza como se detalla más adelante.

Todo aquel apoyo que afecte el Fondo de Publicidad Compartida, y que no se encuentre regulado en este manual, carece de validez por lo que no será reconocido a partir del año en curso, sino es fundamentado y autorizado por un documento oficial firmado por ambas partes (Concesionario / Ejecutivo Comex).

Toda negociación que afecte al Fondo de Publicidad Compartida tendrá que ser avalada y autorizada por el Grouper de Mercadotecnia Regional y Lealtad en un documento oficial con fecha de inicio y conclusión del apoyo.

Aspectos Generales

Vigencia del Fondo de Publicidad Compartida

El Fondo de Publicidad Compartida tendrá una vigencia de 12 meses, de Enero a Diciembre del año en curso, y no será acumulable entre un año y otro.

Asignación de Fondo de Publicidad Compartida

La asignación del Fondo de Publicidad Compartida para cada plaza es del 1.1%* de las compras generadas del año anterior en la misma plaza determinada por las siguientes líneas de negocio: vinílicas, esmaltes, tintas de color, aerosoles, texturizados, efectos, cenefas, complementos, impermeabilizantes, solventes, productos para maderas, recubrimientos industriales y plaka. El Fondo de Publicidad Compartida sólo aplica para plazas cerradas.

La vigencia del FPC es de un año (a partir del mes de enero) y no podrá ser acumulable entre un ejercicio y otro.

*El porcentaje autorizado puede variar de un año a otro, de acuerdo a la autorización de Dirección General.

Porcentajes de apoyo

El porcentaje de apoyo para la plaza por parte de Comex está basado de acuerdo a la lista de precios público que maneja la plaza, descrito en la siguiente tabla.

Porcentajes de Apoyo		
Lista	Comex	Concesionario
Precio Público DF	50%	50%
Precio Público DF + Sobreprecio	40%	60%

En caso de que el porcentaje de apoyo tenga alguna excepción deberá ser autorizada por el área de Mercadotecnia Regional y Lealtad.

Fecha Límite de ingreso se solicitud de bonificaciones

La fecha límite en que se aceptarán solicitudes de bonificación por mercadotecnia Compartida será el **20 de diciembre del año en que se ejerza**.

Asignación de nuevas plazas o concesiones

En la asignación de plazas o adquisición de nuevas concesiones, la asignación del Fondo de Publicidad Compartida y el porcentaje de apoyo estarán sujetos a la aprobación de Mercadotecnia Regional y Lealtad.

Para asignar el Fondo de Publicidad Compartida, se debe considerar lo siguiente:

- a) Que exista un saldo vigente del Fondo de Publicidad Compartida generado por la administración anterior de la plaza o
- b) En caso de no existir el saldo, presentar una Solicitud de Extensión.

Toda asignación del FPC por la creación de la plaza o concesión deberá estar soportada con una estrategia mercadológica definida por el Concesionario que potencialice la plaza o el desarrollo de un plan de crecimiento de la misma. Dicha estrategia mercadológica debe canalizarse a través del Gerente de Mercadotecnia Regional correspondiente.

Este porcentaje de apoyo sólo aplica para la compra de nuevas plazas o adquisición de nuevas concesiones y se dará en función a la siguiente tabla a partir del año en que se asigna la plaza o concesión:

Porcentajes de Apoyo*		
Lista	Comex	Concesionario
1er año a partir de la adquisición	70%	30%
2do año a partir de la adquisición	60%	40%
3er año a partir de la adquisición	Aplica apoyo de acuerdo a su lista de precios	

*Este apoyo no aplica para:

- Re aperturas
- Cambios de razón social
- Expansión por cobertura

Aplicación del Fondo de Publicidad Compartida

Trámite de bonificaciones en Comexnet

Toda solicitud de bonificación del fondo de publicidad compartida deberá ser tramitada a través del Sistema de Bonificaciones de Mercadotecnia ubicado en Comexnet, con los soportes que avalen el gasto realizado y cubierto en el periodo que se describe.

Para dar trámite a las bonificaciones es necesario realizar los siguientes pasos:

1. Tener los soportes de facturas y testigos como se solicitan (Ver sección de Soportes)
2. Ingresar a Comexnet

3. Identificar el icono de Trámite de bonificaciones y dar clic en él.
Nota: En caso de no poder acceder solicita a un ejecutivo de servicios Comexnet que te activen el perfil de Mercadotecnia Compartida al usuario que cargara las solicitudes de bonificación.
4. Descarga y consulta el Manual de uso del sistema electrónico de bonificaciones de Mercadotecnia
5. Ingresa tu solicitud de bonificación

Soportes de la solicitud

Las solicitudes de bonificación deberán incluir como soportes la factura ó recibo y el testigo del concepto que avalan. **Sin los soportes correspondientes la solicitud será rechazada.**

Todo soporte podrá ser auditado por el Coordinador de Mercadotecnia Regional, por lo cual el Concesionario deberá resguardar los soportes por lo menos 1 año a partir de la fecha de solicitud de bonificación.

a) Testigos

Los **testigos** deberán incluir (dependiendo del caso o medio) una copia o ejemplar del concepto que avalan, ejemplo fotografía, spot de radio, video etc.

Mismo que deberá subirse al portal de bonificaciones electrónicas. En caso de que el testigo no pueda ser adjuntado en el Sistema de Bonificaciones en Comexnet, debido a su tamaño, este deberá ser enviado por correo electrónico al Coordinador de Mercadotecnia Regional correspondiente. Adicional deberá adjuntar en el sistema una imagen que ampare el testigo. (Ejemplo pantalla de video)

b) Factura Vigente

Copia del documento fiscal que ampara el pago del servicio contratado con los siguientes lineamientos:

- Fecha
- Concepto: Descripción o desglose del servicio: (Las facturas de pautas en medios, deberán especificar con detalle la pauta y periodo de realización)
- Cantidad del Servicio Contratado
- Precio Unitario
- Sub Total

- IVA Desglosado
- Gran Total en Letra y Número
- Cedula Fiscal del Proveedor, Datos del Impresor que emitió la factura
- Folios Vigentes

Nota: Quedan excluidas las notas que carezcan de validez fiscal o facturas emitidas de años anteriores

A continuación se anexa una tabla de los testigos que se deben enviar como soporte:

Medio	Testigo Material Escaneado	Ejemplo
Revista	Copia de la página que se pauto.	
Periódico	Copia de la página que se pauto.	
Flyer	Muestra del volante impreso.	
Lona / Pendón	Foto de lona impresa y colocada.	
Activaciones	Fotos de la activación con todos los elementos utilizados.	
Spot Radio / Perifoneo	Subir audio del radio o perifoneo completo en formato MP3. Flow de spoteo (Frecuencia)	
Spot TV	Video del comercial o mención transmitida en formato MP4.	

	Testigo	
Medio	Material Escaneado	Ejemplo
Rotulación	Fotos del antes y después de la barda mismo ángulo y mismo perfil.	

Consideraciones Importantes

- El Concesionario deberá guardar los soportes o documentos originales durante un año.
- El Coordinador de Mercadotecnia Regional podrá solicitar los originales en cualquier momento al concesionario para la comprobación del medio usado con fines de revisión, aclaración o auditoría interna.

Fechas límite de envío de solicitud

Los gastos que haya efectuado por concepto de mercadotecnia compartida tendrán que ser tramitados mediante Comexnet en el apartado de Sistema de Bonificación Automática de manera bimestralmente para su trámite, revisión y autorización.

Periodo de Inversión de Acciones MKT

Enero – Febrero
 Marzo – Abril
 Mayo – Junio
 Julio – Agosto
 Septiembre – Octubre
 Noviembre–Diciembre

Fecha y Hora Límite de Ingreso

10 de Marzo 3:00p.m
 10 de Mayo 3:00p.m
 10 de Julio 3:00p.m
 10 de Septiembre 3:00p.m
 10 de Noviembre 3:00p.m
 20 de Diciembre 3:00p.m

Consideraciones importantes:

- Posterior a las fechas indicadas anteriormente, **NO SE ACEPTARÁ NINGUNA BONIFICACION RETROACTIVA.**
- Todas las solicitudes rechazadas tendrán hasta el último día del periodo correspondiente para reingresar su documentación con los soportes requeridos para revisión.

- Es muy importante aclarar que la **Hora límite** para solicitar una bonificación de Mercadotecnia Compartida es antes de las 3:00 pm. , una vez vencido el límite **ya no se recibirán solicitudes para su trámite.**
- Las solicitudes que sean rechazadas por falta de documentación, tendrán hasta el último día del periodo correspondiente para aclaraciones; por lo que te sugerimos que tomes tus precauciones e ingreses tus gastos por lo menos una semana antes de la fecha límite.

Estatus de solicitud

- Consulta el estatus de tu folio dentro del sistema 10 días hábiles posteriores a tu fecha de ingreso.
- Consulta el folio de tu bonificación en Comexnet, en el apartado de "Tu Cuenta", los días 15 y 30 de cada mes.

Anexo I. Inversiones autorizadas y no autorizadas

Inversiones autorizadas

Concepto	Especificación	Observación
Medios Masivos	<ul style="list-style-type: none"> • Televisión • Radio • Prensa • Revistas 	Todos los presupuesto para producciones y contenidos en medios masivos, deberán ser aprobados previo a su elaboración por el Gerente de Mercadotecnia Regional correspondiente para su bonificación
Impresos	<ul style="list-style-type: none"> • Mantas • Volantes • Posters • Folletos • Dípticos / Trípticos • Magazines <p>Cualquier forma impresa utilizada para comunicar una campaña, promoción o venta especial</p>	Todos los presupuestos y diseños para impresos deberán ser aprobados previo a su elaboración, por el Coordinador de Marketing Regional correspondiente para su bonificación.
Otros	Toda aquella actividad que sirva para dar apoyo a la difusión de campañas y promociones; Ejemplo: Páginas Web, CorreoDirecto o Electrónico.	La evaluación y estrategia de estas herramientas es indispensable sean autorizadas por el Coordinador de Mercadotecnia Regional
Eventos	<ul style="list-style-type: none"> • Día del pintor • Ferias Regionales • Día del carpintero • Lanzamiento / producto • Demostraciones • Exposiciones 	Es importante que el Gerente de Mercadotecnia Regional correspondiente autorice el presupuesto destinado para el evento previo a su realización. En el caso de Expos que acapare una línea en específico, deberá solicitarse el apoyo al Gerente de Negocio correspondiente quién valorará si procede con el apoyo o no y a su vez definirá la vía del mismo.
Rotulación de bardas Mano de Obra \$27.00 m2 + IVA	Anexar a la solicitud de bonificación la fotografía de la barda antes y después de la rotulación, así como una relación de rendimiento del material sobre los metros rotulados avalada por la firma del promotor de ventas.	Para la bonificación vía Nota de Crédito tendrá que facturarse la mano de obra hasta \$27.00 m2 + IVA y los gastos erogados por la implementación del mismo, tales como Rentas y permisos .
Rotulación de Fachadas Mano de obra de \$27.00 m2 + IVA	Anexar a la solicitud de bonificación la fotografía de la fachada antes y después. (Solo con fotografías, será bonificada la solicitud)	Para la bonificación vía Nota de Crédito tendrá que facturarse la mano de obra hasta \$27.00 m2 + IVA. Deberá apegarse al Manual de Imagen , aprobada por el departamento de Retail.
Renta de Espectaculares	El concesionario podrá incluir los gastos de renta mensual del espectacular para su bonificación.	El concesionario cubrirá el 100% de los gastos. Si es el caso de la elaboración de la estructura para soportar el espectacular, también será responsable de tramitar las licencias necesarias así como los seguros que se requieren dependiendo de las políticas regionales.

<p>Sección amarilla Impreso o Digital</p>	<p>El concesionario deberá cubrir al 100% los gastos que se generen por contratación (al igual que en los demás medios). El documento para su bonificación es el recibo telefónico, los contratos no proceden. Cualquier publicación en este medio debe de ser en base a la plantilla oficial para poder bonificarse.</p>	<p>Ningún concesionario podrá publicarse en este medio fuera de su plaza o región a menos de existir un convenio por escrito entre los involucrados previamente avalado por el promotor de ventas y autorizado por el Gerente de Mercadotecnia Regional.</p>
<p>Activaciones en Tienda y Acciones BTL</p>	<p>Toda actividad donde se involucre personal de animación para promover venta y/o presencia de marca en eventos especiales, urbanos y en exterior de tienda. Aquí también se contemplan las empresas o personal contratado para Volanteo y Correo directo; Así como los proveedores de Perifoneo.</p>	<p>** Se autoriza la activación siempre que cumpla con lineamientos de marca y presencia del personal contratado,este reglamento lo puedes solicitar a tu coordinador de marketing regional o al departamento de Activación Punto de Venta ó en la ComexNet. El soporte es la Fotografía digital o impresa del personal contratado y con el mobiliario cotizado. (Carpas, sonido, inflables,botargas, etc). Para el caso de Perifoneos, se necesitarán fotografías del vehículo utilizado para esta actividad, el cual también deberá tener presencia de la marca visible. **Ver anexo con Política detallada</p>
<p>Promocionales y Muestrarios</p>	<p>Está autorizado el 10% del fondo de publicidad asignado del año en curso para ser utilizado en la compra de promocionales y/o muestrario</p>	<p>Los artículos promocionales y/o muestrarios tienen que ser adquiridos al Centro de Distribución Kroma para su bonificación.</p>

Inversiones NO autorizadas

- Artes que no cumplan con los lineamientos de marca y no estén previamente autorizados por el coordinador de Mercadotecnia Regional.
- Bonificaciones enviadas fuera de periodo o en medios no autorizados.
- Inversiones hechas en materia prima (pintura).
- Materiales de Retail (tienda), Colorlife y/o activos fijos.
- Sueldos y uniformes de empleados.
- Pago de fletes
- Las bolsas o empaques para entregar el producto final al cliente
- Los artículos promocionales y muestrarios que son producidos por un proveedor tercero sin previa autorización del Coordinador de Mercadotecnia.
- Compra de bebidas alcohólicas para eventos, patrocinios, etc. realizados en la plaza.
- Las herramientas de venta que ya cuenten con un precio subsidiado.
- Eventos del día del pintor fuera de la fecha establecida por Comex (1 de Mayo)
- Compra de cualquier tipo de regalo para clientes, empleados, familia.
- Acciones que no cumplan con el manual de BTL **Ver manual*
- Acciones que no cumplan con el manual de lineamientos de marca **Ver manual*
- Pago de derechos federales (permisos e impuestos), estatales o municipales derivados del uso de anuncios, espectaculares, faldones, activaciones, volanteo, perifoneo, vallas, o cualquier medio publicitario.
- Inflables y botargas, no autorizadas por Mercadotecnia Regional que no cumplan con lineamientos de marca.
- Pago de renta de bardas sin factura.
- Desarrollo y mantenimiento de páginas propias WEB, Twitter y Facebook, redes sociales etc.
- Personal contratado para manejo de redes sociales y/o activaciones BTL del concesionario
- Ninguna inversión en activo fijo, ej: mobiliario, electrónicos, equipo de cómputo, entre otros.
- Ningún artículo para el equipamiento de tienda: exhibidores, anaqueles, mostradores, góndolas, adosados, etc.

Anexo II. Manual de Participación en Expos, Ferias y/o Patrocinios Regionales

Objetivo

Este manual, contiene los lineamientos básicos de participación de eventos y/o patrocinios, con la finalidad de unificar y potencializar nuestros esfuerzos, así como maximizar nuestros recursos, para lograr un posicionamiento efectivo de la marca Comex en cada Región.

Recordemos que un patrocinio...

Un patrocinio tiene como objetivo principal dar a conocer la marca Comex y/o nuestros productos en la región donde se participa, difundiendo nuestra marca o productos en los medios de comunicación local.

Adicionalmente, es una táctica para generar tráfico adicional a nuestras tiendas, que conlleven al incremento de nuestras ventas.

El patrocinar acontecimientos de importancia en la Región y que vayan de acuerdo a nuestra marca y mercado objetivo; influye positivamente en la imagen de marca y reafirma nuestra posición en el mercado, consiguiendo recordación de marca y reforzamiento de nuestros atributos.

Es importante que la marca y/o el concesionario no sean percibidos como beneficencia en la localidad, la intención es generar vínculos comerciales y posicionamiento de marca en la plaza, participando en eventos que cumplan con los lineamientos de participación enlistados a continuación.

Es indispensable identificar cuándo es conveniente participar en un evento masivo, estar en una expo, feria local, o realizar un patrocinio en específico, para ello te sugerimos analizar la participación de la marca. Los puntos clave a identificar son los siguientes:

- 1.- ¿El evento está enfocado en las áreas estratégicas de Comex? ¿Se enfoca y/o apoya la visión de posicionamiento de Comex?
- 2.- ¿Tipo de mercado al que se dirige?
3. ¿Número de asistentes al evento? ¿Qué porcentaje es población local y que porcentaje es población flotante?
- 4.- ¿Que beneficios traerá la participación o patrocinio al concesionario?
- 5.- ¿Qué beneficios traerá a la marca?
- 6.- ¿Ventas esperadas por la participación o patrocinio?

Proceso de Participación

Si el concesionario posterior a contestar las preguntas anteriores, desea participar en algunos eventos y/o patrocinio local, deberá entregar el **formato de Participación de Eventos y/o Patrocinios** (descargar formato de Comexnet), que contiene:

- a) Brief del evento que se llevará a cabo.
- b) Artes y/o Medidas requeridas
- c) Lay Out del lugar donde se llevará a cabo el evento.

El formato deberá ser entregado al Coordinador de Mercadotecnia Regional de Comex, con **6 semanas** previas al evento (no se aceptarán solicitudes con un tiempo menor al indicado), con la finalidad de validar que la inversión realizada tenga beneficios comerciales al concesionario, de igual manera ayude a potenciar la presencia de marca en la plaza, generando vínculos comerciales con los mercados potenciales para el negocio.

Si la participación en el evento es autorizada, se podrá ingresar la bonificación al fondo de mercadotecnia compartida de acuerdo a la política establecida.

Criterios de Participación

Solo se podrán participar en los eventos y/o patrocinios que cumplan los siguientes criterios:

- Generar ventas directas / tráfico a las tiendas Comex
- Hacer demostración de producto y/o mostrar productos aplicados
- Los asistentes al evento son nuestro mercado, es decir compradores potenciales: amas de casa, pintores, carpinteros, arquitectos y/o contratistas.
- El tema del evento, debe estar relacionado con el posicionamiento de marca Comex que se tiene a nivel nacional.

A continuación enlistamos los temas de eventos autorizados por Comex:

- Decoración
- Construcción,
- Arquitectura
- Interiorismo
- Mantenimiento Industrial
- Oficios y/o artesanos: (carpinteros, ebanistas, pintores, herreros).

Nota: *Si tienes dudas sobre el tema del evento de tu localidad, comunícate con tu Coordinador o Gerente de mercadotecnia Regional, quién podrá asesorarte y apoyarte en definir este punto.

Consideraciones importantes

- Todos los eventos, expos, ferias locales y/o patrocinios deben estar aprobados por el área de Mercadotecnia Regional, de lo contrario no contarán con el apoyo vía fondo de Mercadotecnia Compartida.
- La solicitud e información deberá ser enviada con un mínimo de 6 semanas antes del evento a su Coordinador o Gerente de Mercadotecnia Regional para validación y autorización.
- La imagen y comunicación del evento debe estar alineada a la comunicación institucional. Solo se podrán utilizar artes, guiones, radios y perifoneos que envíe y autorice el área de Mercadotecnia Regional.
- La inversión del patrocinio y participación en un evento o feria local no deberá exceder el 10% autorizado en su fondo de mercadotecnia compartida.
- La marca o sub marca participante debe tener un espacio específico en los materiales impresos de comunicación y no ser un logotipo más en las publicaciones.
- La presencia en eventos, expos, ferias locales o patrocinios deben enfocarse en generar mayor tráfico de consumidores, incrementar ticket promedio y número de transacciones de la tienda.

No está permitido

- Tener presencia de marca ni patrocinar eventos, expos, y/o ferias locales que contengan tintes **políticos, religiosos o temas que generen controversia** en la población.
- No se puede patrocinar personas o líderes de opinión ajenos al giro de la marca.
- No se puede tener presencia de marca en espacio despintados, descarapelados, o en malas condiciones.

Aclaraciones

Si tienes alguna duda en los procesos de bonificación, autorización y trámite, comunícate con tu Coordinador de Mercadotecnia Regional de Comex.