

PROYECTO DE PRÁCTICAS

KAREN MARCELA MUNERA RIVERA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICO DE ANTIOQUIA

MEDELLIN

2017

GUÍA PARA MONTAJE DE DESPEGABLES EN MAPS

REALIZADO POR

KAREN MARCELA MUNERA RIVERA

PROYECTO DE PRÁCTICAS

DOCENTE

MARCO ANTONIO RUIZ CORREA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICO DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

MEDELLIN

2017

Tabla de contenido

TITULO: 4

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD REAL..... 4

Formulación..... 4

Antecedentes del problema..... 4

Descripción..... 5

JUSTIFICACIÓN. 5

OBJETIVOS DEL PROYECTO...... 6

General:..... 6

Específicos:..... 6

MARCO REFERENCIAL 7

Estado del arte 7

MARCO TEÓRICO..... 8

MARCO LEGAL 12

METODOLOGIA 12

RECURSOS 13

PROPUESTA DEL PROYECTO 14

RECOMENDACIONES 27

BIBLIOGRAFIA:..... 36

TITULO:

Guía para montaje de despegables en MAPS.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD REAL.

Formulación

Como bien sabemos cuándo se lleva a cabo un proyecto de investigación, este se hace con el objetivo de resolver un problema de la manera más acertada posible, para llegar lo anterior es necesario llevar un paso a paso para así poder encontrar las posibles causas del problema y así poder plantearse los objetivos necesarios para dar solución a este.

El problema que se busca resolver es el relacionado con el montaje de despleables en MAPS ya que se considera que existe una falta de información para realizar dicho proceso de manera correcta que para llevar a cabo el proyecto nos planteamos la siguiente pregunta ¿Cuál es la importancia de contar con un instrumento que facilite el correcto montaje de despegables en MAPS?

Antecedentes del problema.

En el actual proyecto de investigación se pretende crear una guía de uso tomando como objeto el montaje de despegables en MAPS con el fin de disminuir el riesgo de error al momento de montar el mismo y así poder asegurar que las campañas que tienen despegables logren ser lo más productivas posibles.

Al momento de analizar qué tan viable es hacer una guía de uso, se puede identificar que muy pocas personas en la empresa en la cual se podría aplicar esta guía conocen del tema y que por tal motivo se es más propenso a cometer errores que se ven reflejados en la productividad y en presentación del folleto al momento de ser impreso además el no tener el conocimiento necesario

y un paso a paso hace que las demás dependencias se atrasen en los procesos que normalmente llevan a cabo.

Descripción

La compañía Avon es una empresa de venta directa la cual se dedica a la comercialización de sus productos por medio de folletos, los cuales son planeados previamente por la compañía, para realizar dicha planeación se usa como instrumento MAPS este es un software en el cual se realiza todo el planea mercadeo de la compañía, una de las actividades que se realiza en esta es la creación de los espacio y montaje de las ofertas para su posterior estimación.

Haciendo una análisis general de la dependencia de planeación de campaña se puede inferir que la información que manejan los planeadores y practicantes acerca del montaje en maps con respecta a los diferentes tipos de despegables que se usan ciertas campañas no es suficiente para realizar dicha actividad, ya que no se tiene muy claro el proceso que se debe llevar a cabo, proceso que se considera importante porque por medio de esto despegables la compañía busca hacer más productiva su actividad comercial haciendo que su catálogo sea más llamativo.

JUSTIFICACIÓN.

Teniendo en cuenta el estado actual del mercado donde vez los errores tienes que ser mitigados de la manera más efectiva ya que estos representan una perdida para las empresas, no solo monetariamente sino también a nivel de imagen, se puede inferir que estos errores pueden ser los causantes de pérdida de ventas y clientes que estos se ven reflejados en las ventas de la compañía.

Al realizar un análisis del montaje de despleables en MAPS, este genera algunas dificultades debido a que la información no es lo suficientemente clara por parte de los planeadores de

campana además pocas personas poseen la información necesaria para dicha actividad. ya que no existe un documento oficial o algún otro documento en donde se indique como llevar a cabo este proceso. Con el actual trabajo se pretende crear un proceso de estandarización en cuando al montaje en MAPS de despegables para así, disminuir los posibles errores que se puedan presentar desde su montaje hasta la impresión de la campana, y del mismo modo sea posible su productividad, ya que se considera que desde su montaje en MAPS se garantiza un proceso adecuado, dicho proceso se hará por medio de una guía de uso a la cual se pueda acceder fácilmente; para crear dicha guía se tomara como referencia montajes anteriores así mismo se tomara como apoyo las distintas áreas de mercadeo relacionadas con el tema.

OBJETIVOS DEL PROYECTO.

General:

Crear una guía que facilite el montaje de despegables en MAPS ayudando a la disminución de los errores al momento de realizar el proceso.

Específicos:

Identificar como se hacen los montajes de los distintos despegables en MAPS dependiendo del tipo de revista.

Diagnosticar el estado de los montajes de despegables en MAPS para la estandarización del proceso.

Documentar el montaje de despegables en MAPS para el uso del área de planeación de campana

MARCO REFERENCIAL

Estado del arte

Se identifica una investigación realizada por la universidad de Chile este llamo a su trabajo guía de estudio de mercados para la evaluación de proyectos con el objetivo de hacer estudios de mercados para evaluar proyectos y así buscar una solución a un planteamiento del problema, se puede decir que la evaluación de proyectos es toda actividad encaminada a tomar distintas decisiones sobre un problema, que además tiene por objetivo conocer su rentabilidad económica y social. Uno de los aspectos más importantes en la elaboración de proyectos es el análisis de mercado en el que se va a ofrecer el producto ya que un conocimiento adecuado del mismo permite evaluar las posibilidades de éxito. En conclusión en conclusión se podría decir que el estudio de mercados es un aspecto importante para la preparación y evaluación de proyectos ya que entrega una visión histórica actual y futura que enfrente el proyecto. (CHILE, 2002)

La revista Rev. Lasallista Investig. En un artículo titulado Planificación de demanda, en empresas con estilo de venta por catálogo con el objetivo de dar a conocer los procedimientos utilizados en la sección de planificación estratégica en empresas con estilo de venta por catálogo. Dice que las empresas con estilo de venta directa fundamentan sus estrategias de mercadeo en cada catálogo, la planificación de las ventas en este tipo de compañías se inicia desde el área de mercadeo usando como herramientas sistemas que permiten almacena la información de los productos, con sus especificaciones y características del catálogo; esta herramienta, genera información cualitativa y cuantitativa para ejecutar un proceso de estimación, en conclusión comportamiento de la demanda de las empresas con estilo de venta directa se encuentra fundamentado por la duración del catálogo y estimación previa de este. (Investig, 2011)

Tomando el trabajo realizado por la universidad de Chile es importante resaltar que si se conoce el mercado en el cual se realizara un proyecto específico será más alta la posibilidad de éxito y así tomar la mejor decisión, si lo relacionamos con el artículo publicado por la revista Rev. Lasallista Investig podemos notar que este ya nos habla específicamente de un mercado pero al igual que la investigación anterior resalta la importancia de usar los métodos adecuados de acuerdo al tipo de mercado como lo son en este caso sistemas especializados que permiten una estimación más acertada del producto.

MARCO TEÓRICO

En este trabajo nos enfocaremos en el sistema utilizado por la empresa Avon llamado MAPS este es un software utilizado a nivel global por la compañía, en el que se realiza todo el plan de mercadeo de esta, en este se tiene toda la información del catálogo de productos que maneja la empresa y así mismo se crea la estructura de cada folleto para así poder determinar y controlar la demanda de acuerdo a criterios ya establecidos como lo son las tendencias del mercado, las tendencias de compra con respecto a campañas anteriores entre otras y así poder dar una estimación más exacta para próximas campañas.

Si relacionamos el montaje de desplegables en MAPS con lo anterior se puede inferir que la importancia de realizar de manera adecuada el montaje va muy de la mano con lo que se desea llevar a cabo por parte de la compañía, para esto se tiene en cuenta el tipo folleto y si este lleva desplegable o no en caso tal que lo tenga también se deba tener en cuenta el tipo de desplegable para así poder llevar a cabo dicho montaje de manera adecuada ya que dependiendo de lo anterior se tendrá una estimación de demanda y un concepto más acertado del folleto en cuanto a su productividad, es importante resaltar que si dicho montaje no es adecuado se verá afectado todo

el proceso que se lleva a cabo hasta la impresión del folleto y por ende este no podría cumplir con las metas propuestas por la empresa.

Según Peter F. Drucker la planeación es el proceso continuo que consiste en adoptar ahora decisiones (asunción de riesgos) empresariales sistemáticamente y con el mayor conocimiento posible para su carácter futuro; en organizar sistemáticamente los esfuerzos necesarios para ejecutar estas decisiones, y en medir los resultados de estas decisiones comparándolos con las expectativas mediante la retroacción sistemática organizada. (DRUCKER, 1954) Tomando en cuenta lo dicho por Drucker podemos ver el montaje de despleables como un instrumento de apoyo para llevar a cabo de una manera más acertada el proceso de planeación llevado a cabo por Avon ya que el montaje tanto de despleables como de los demás espacios de la campaña son tomados como base para tomar decisiones con respecto a la misma para así lograr llegar a las metas propuestas por la compañía.

Además, a lo anterior Peter Drucker propone que el desempeño sea juzgado mediante el doble criterio de la eficacia la habilidad para hacer las cosas “correctas” y la eficiencia la habilidad para hacerlas “correctamente” De estos dos criterios, Drucker sugiere que; la efectividad es más importante, ya que ni el más alto grado de eficiencia posible podrá compensar una selección errónea de metas. Estos dos criterios tienen un paralelo con los dos aspectos de la planeación: establecer las metas “correctas” y después elegir los medios “correctos” para alcanzar dichas metas. Ambos aspectos de la planeación son vitales para el proceso administrativo. (DRUCKER 2. , 1954) en adicción a lo dicho por Drucker al saber el medio que se va a utilizar también es importante saber el cómo se debe utilizar.

MARCO CONCEPTUAL

MAPS:

En el actual trabajo se hace referencia a las siglas MAPS (marketing analysis planning system) como un software implementado por la empresa AVON a nivel global el cual permite realizar todo el plan de mercadeo de la compañía, el cual además sirve como soporte para evaluar es estado en el que se encuentra la compañía.

Despegable:

Según la empresa de publicidad marketing directo el desplegable es un impreso publicitario que consiste en un pliego doblado en varias páginas, con posibilidad de ser desplegado vertical u horizontalmente. Los desplegables en el medio prensa constan de una hoja que se alarga y dobla sobre sí misma, dando lugar a dos o más páginas adicionales con contenidos publicitarios. (MARKETINGDIRECTO, 2017)

Si buscamos la definición de desplegable este es identificado como un pliego de grandes dimensiones, doblado, que permite ver todo su contenido cuando se abre. (wordreference, s.f.)

En este trabajo se entenderá como desplegables a las diferentes hojas del folleto con un tamaño superior al normal las cuales pueden ser dobladas con gran facilidad, estos son utilizados en ciertas campañas como un recurso que da apoyo a la energía de la misma destacando en ella ofertas muy llamativas para los consumidores.

Montaje:

Desde el punto de vista cinematografía el montaje es donde a partir de todo el material filmado se selecciona, organiza y dispone de una única forma, por lo que será donde realmente se construya el sentido de una película. (WIKISPACES, s.f.)

Este trabajo se entiende como montaje la acción de ingresar información del producto y por ende de las ofertas a la plataforma MAPS las cuales serán ofertadas en el folleto.

Productividad:

Puede definirse a la productividad como la relación entre la cantidad de bienes y/o servicios producidos y la cantidad de uno, varios o todos los recursos utilizados. La productividad es una medida relativa del producto o producción para un recurso productivo determinado. (UNNE, 2004).

Según Peter Drucker “La productividad significa ese equilibrio entre todos los factores de la producción que suministra el más elevado producto con el mínimo esfuerzo”. (UNNE, 2004)

Según Adam Smith podemos encontrar el concepto de productividad cuando analiza las causas y repercusiones de la división del trabajo, las características de los trabajadores y el desarrollo tecnológico y la innovación. (UCEMA, 2002).

En este trabajo veremos la productividad como la optimización del folleto es decir la capacidad que tiene cada planeador de llegar a la meta asignada utilizando la una cantidad mínima de espacios en el folleto.

Folleto:

Los folletos publicitarios son una fuente de ingresos procedente de las marcas nacionales que aparecen publicitadas. (aemarkcongresos, 2007)

Según Blattberg y Neslin es aquella en la que el fabricante (o el minorista) anuncia que el producto está disponible en unas condiciones favorables para el consumidor (AEMARKCONGRASOS, 2007),

En este caso el folleto es conocido como el medio por el cual la empresa AVON comercializa sus productos.

MARCO LEGAL

El presente trabajo estará regido por la ley 1851 de 2012 que habla sobre el tratamiento de datos. La presente ley tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma. (SENADO, 2012)

Además de lo anterior este trabajo es regido a través del plan de mercadeo el cual se realiza en cada cuartil del año en este se presupuesta la cantidad de papel que será utilizado y la cantidad de despleables permitidos para cada cuartil desde este punto se decide cual es el tupo de folleto y que desplegable llevara, en él se incluye el número de páginas que tiene cada folleto por país, cuantos folletos se imprimen para las reps y para reclutar.

METODOLOGIA

En todo trabajo de investigación es importante tener claro cómo se llevará a cabo el proyecto planteado para poder dar solución al problema identificado, en este se tomo como metodología un método cualitativo tomando una fuente primaria y como población al área de planeación de mercado de BB&H

Para llevar a cabo el actual trabajo se realizó un diagnóstico de la dependencia del área de planeación de BB&H para para identificar los posibles problemas a los cuales se pudiera dar una solución, ya una vez identificado el problema (errores en los montajes de despleables) se utilizó

como recurso la entrevista para identificar cuáles eran los errores que más se cometían al momento de realizar el montaje, además de conocer que tanta información poseen los planeadores y practicantes acerca del tema.

Se estableció que la mejor forma de dar a conocer el proceso de montaje de desplegables en mapas es por medio de una guía la cual sea de fácil acceso y simple de entender para así realizar de manera homogénea el montaje de los distintos desplegables

Además del área de planeación de campaña el área de diseño es uno de las dependencias que está relacionada con el tema ya que dependiendo de cómo se monte la oferta este identifica si este va en un desplegable o no ya que la forma de identificar los desplegables por parte del área de diseño es diferente a la del área de planeación de campaña se estableció una nomenclatura universal de manera que ambas dependencias puedan identificar de una manera fácil cada uno de los desplegables.

Ya una vez establecidos los estándares para para realizar la guía se procede a documentar el paso a paso de los montajes buscando que este sea claro y fácil de entender utilizando imágenes tomadas de la plataforma MAPS además de tomar como ejemplo montajes ya realizados anteriormente como montajes futuros.

RECURSOS

Para dar sustento a todo lo anterior se realizó un trabajo de campo para el cual se tomó como instrumento entrevistas (ver anexos) el cual fue aplicado en el área de planeación de campaña, al hacer un análisis general del instrumento se puede evidenciar que el desconocimiento de montaje de desplegables radica en la poca información que se tiene acerca del mismo además de que no se tiene clara la diferencia entre los desplegables.

También se evidencia que no se tiene la información necesaria para ubicar lo despleables en el folleto por ende la productividad de este se ve afectada ya que no se tiene un control del mismo lo que genera cambios de última hora en la campaña para que la productividad sea la antes planeada lo que trae como consecuencia incertidumbre con respecto a lo planeado por la compañía

Además de lo anterior se tuvo como apoyo a las diferentes personas que trabajan en el área, las que además sirvieron como guía para poder llevar a cabo el proyecto y así crear un instrumento claro y conciso el cual pueda servir de apoyo para el área y así garantizar un proceso correcto.

PROPUESTA DEL PROYECTO

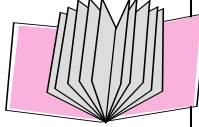
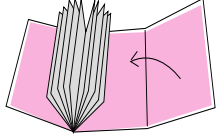
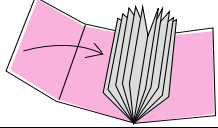
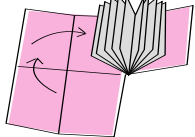
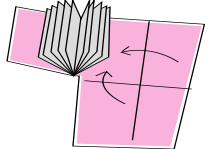
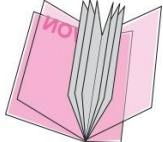
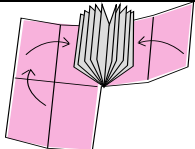
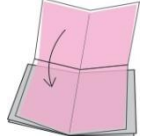
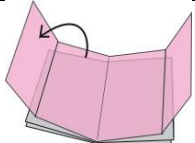

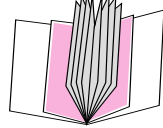
GUÍA PARA EL MONTAJE DE DESPLEGABLES EN MAPS

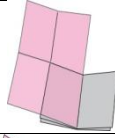
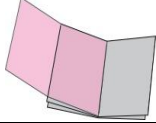
Definición de Despegables:

Son las diferentes hojas del folleto con un tamaño superior al normal las cuales pueden ser dobladas con gran facilidad, estos son utilizados en ciertas campañas como un recurso que da apoyo a la energía de la misma destacando en ella ofertas muy llamativas para los consumidores.

Así como existen varios tipos de folletos también hay diferentes despleables, es importante resaltar que dependiendo del tipo de folleto se montan los despleables al igual que hay despleables que solo aplican para ciertos folletos; como lo veremos a continuación.

FOLLETO	DESPLEGABLE		GRAFICO
---------	-------------	--	---------

Pequeño	Delta	Delta Plus	Carta	Avon Contigo	01_Caratula+Contracaratula		
Pequeño	Delta	Delta Plus	Carta	Avon Contigo	01_Caratula+Contracaratula+Aleta	6	
Pequeño	Delta	Delta Plus	Carta	Avon Contigo	01_Aleta+Caratula+Contracaratula 4 (2 Pgs Sin Numerar)	4	
Pequeño	Delta	Delta Plus	Carta	Avon Contigo	01_CaratulaDesplegable+Contracaratula 4 (6 Pgs Sin Numerar)	4	
Pequeño	Delta	Delta Plus	Carta	Avon Contigo	01_Caratula+ContracaratulaDesplegable 4 (6 Pgs Sin Numerar)	4	
Pequeño	Delta	Delta Plus	Carta	Avon Contigo	01_Caratula Falsa (4 Pgs Sin Numerar)	0	
Pequeño	Delta	Delta Plus	Carta	Avon Contigo	01_CaratulaDesplegable+Contracaratula+Aleta 6 (2 Pgs Sin Numerar)	6	
Pequeño	N/A	N/A	N/A	Avon Contigo	02_Desplegable Central Cosido	4	
Pequeño	N/A	N/A	N/A	Avon Contigo	02_Desplegable Central Tipo Ventana Cosido	4	
Pequeño	N/A	N/A	N/A	Avon Contigo	02_Desplegable Central 3 Cuerpos (Triptico)	6	
Pequeño	Delta	Delta Plus	Carta	Avon Contigo	08_Separador Central (4 Pgs Sin Numerar)	0	
Pequeño	N/A	N/A	N/A	Avon Contigo	08_Separador Central	4	

N/A	Delta	Delta Plus	Carta	N/A	02_Desplegable Afiche Delta Lomo	4	
N/A	Delta	Delta Plus	Carta	N/A	02_Desplegable Delta 2 Cuerpos	2	

Otro aspecto a resaltar es que cada desplegable tiene diferentes formas de nomenclatura lo cual es necesario tener en cuenta al momento de hacer el montaje para así el área de diseño pueda identificar con facilidad el tipo de desplegable que lleva la campaña.

Productividad

Es optimización del folleto es decir la capacidad que tiene cada planeador de llegar a la meta asignada utilizando la una cantidad mínima de espacios en el folleto.

MONTAJE DE DESPLEGABLES:

Como ya lo hemos mencionado anteriormente lo primero que se debe hacer es identificar el tipo de folleto para así saber cuáles son los tipos de desplegables que se pueden usar en este, además se debe conocer la productividad para poder cerciorarse de que el montaje de las ofertas de la campaña si cumple con esta y así tener una certeza que la planeación y el montaje de esta es correcta.

Una vez identificado el folleto y por ende el desplegable se procede con el montaje

A continuación, encontraremos el paso a paso para montar los desplegables que son utilizados por el área de planeación de campaña de BB&H

MONTAJE DEL DESPLEGABLE CENTRAL COSIDO

Este es el desplegable más usado en el área este es utilizado en folletos pequeños y en el Avon Contigo (ver imagen en la tabla) y va ubicado en el centro del folleto.

El montaje de este se divide en dos partes:

Desplegable interno: este es llamado tríptico.

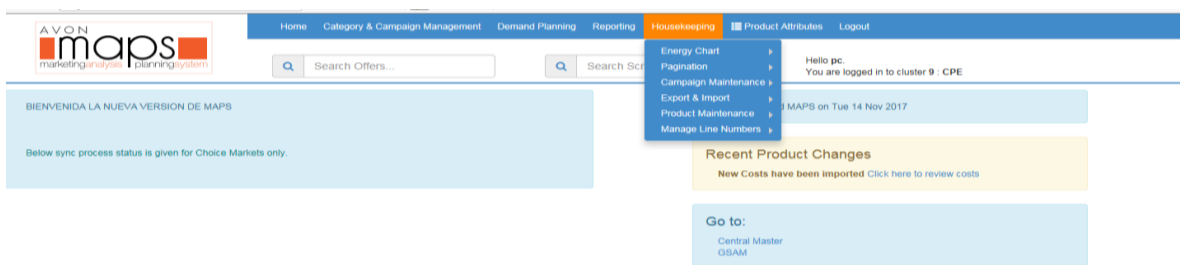
Desplegable externo: este es el centro del folleto

Pasos: montaje desplegable interno

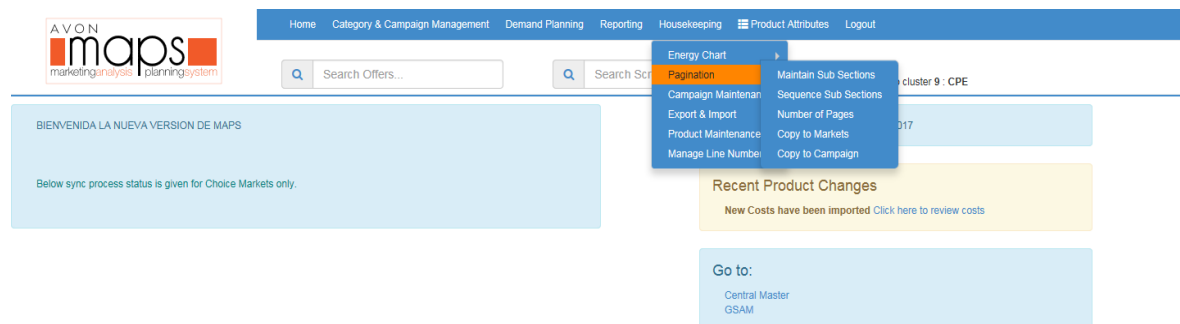
1. Crear espacio en mMAPS.

1.1. Ir a MAPS <http://maps.rye.avon.com/maps8prod/home/home.html>.

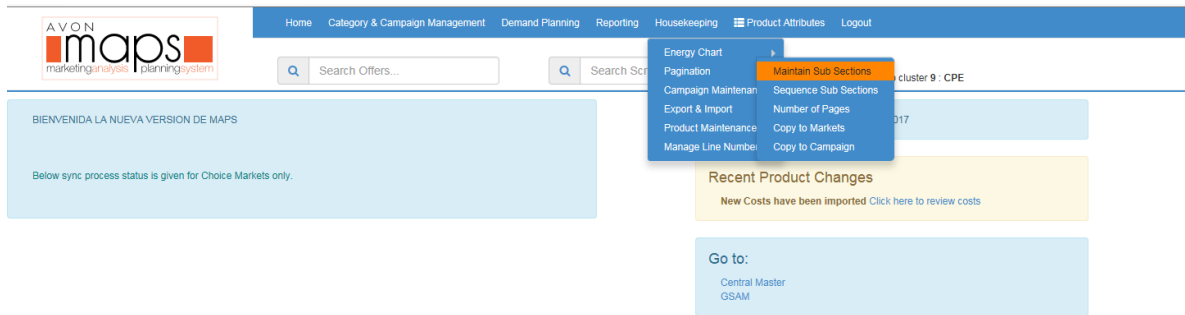
1.2. Dar clic en Houdeskeeping



1.3 Seleccionar



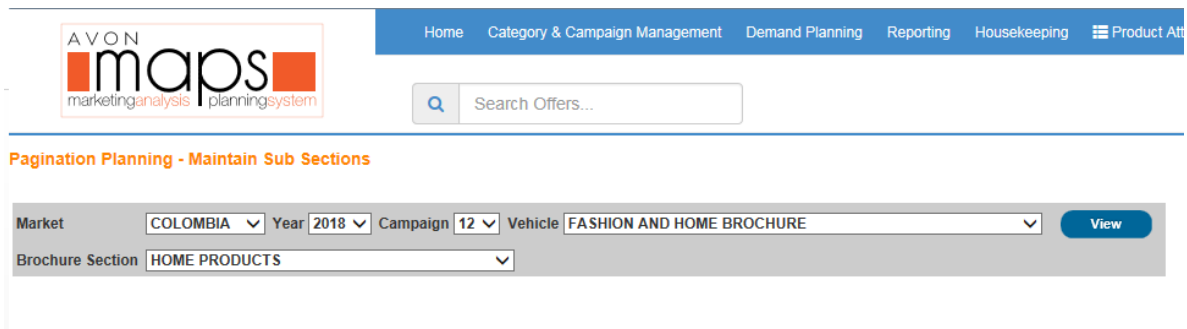
1.4. Seleccionar



1.5. Ingresar datos (país, año, campaña, vehículo y la sección) y dar clic en ver.

En este caso tomaremos como ejemplo a:

- Market: Colombia
- Year: 2018
- Campaign: 12
- Vehicle: F&HB
- Brochure Section: Home Products



1.6. Marcación del espacio (sub sección): Este debe quedar tal como podemos ver en la imagen luego se da clic en “save”

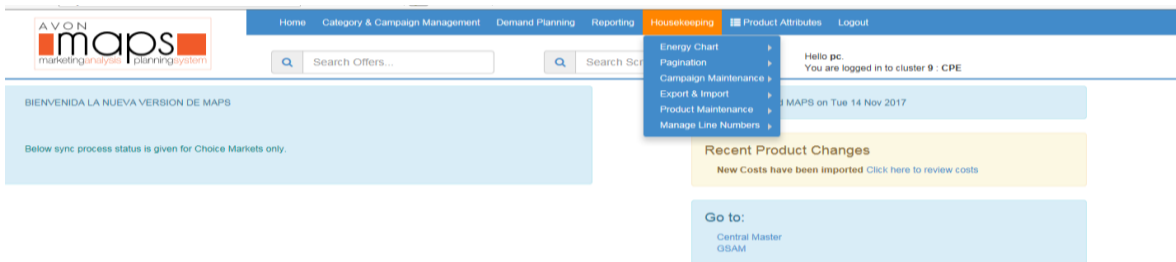
Add New Brochure Sub-Section:

Brochure Sub-Section Name	Page Count	Align	
HP - DESPLEGABLE INTERNO	1	Right	Save

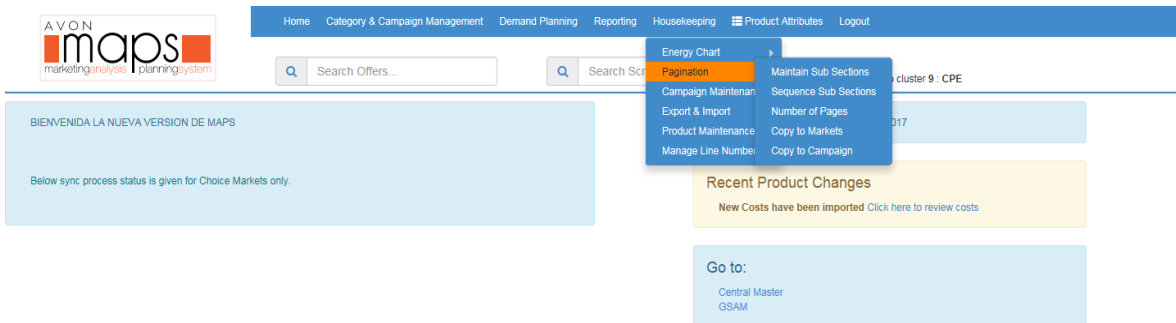
[Return](#)

Sumar el espacio: Para que dicho espacio pueda sumar en el folleto es necesario seguir los siguientes pasos

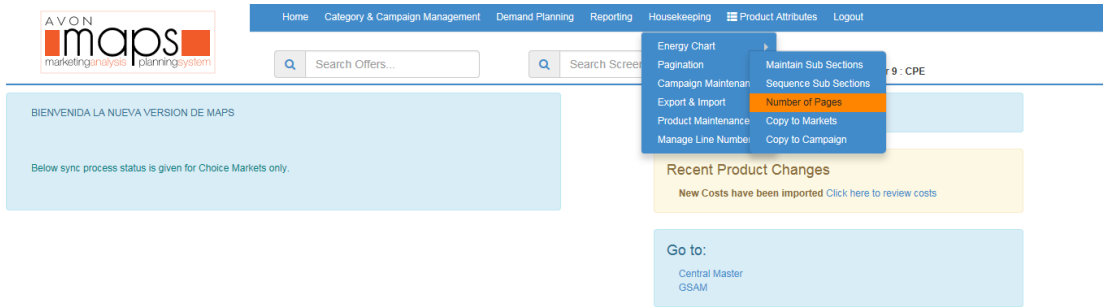
2.1 Dar clic en Houdeskeeping.



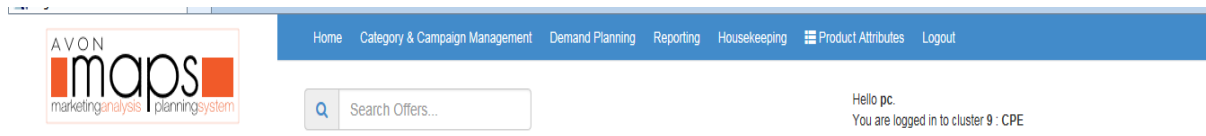
2.2. Seleccionar



2.3 Seleccionar



2.4. Ingresar datos (país, año, campaña, vehículo y la sección) y dar clic en ver.(en este caso los que tomamos como ejemplo antes)



Pagination - Number of Pages

Market: COLOMBIA Year: 2018 Campaign: 12 View

Vehicle: FASHION AND HOME BROCHURE Brochure Section: HOME PRODUCTS

2.5. Para poder sumar el espacio es importante verificar que los números del lado izquierdo sean iguales a los del lado derecho de no ser así este se tienen que ingresar manualmente y guardar (save).

Market: COLOMBIA Year: 2018 Campaign: 12 View

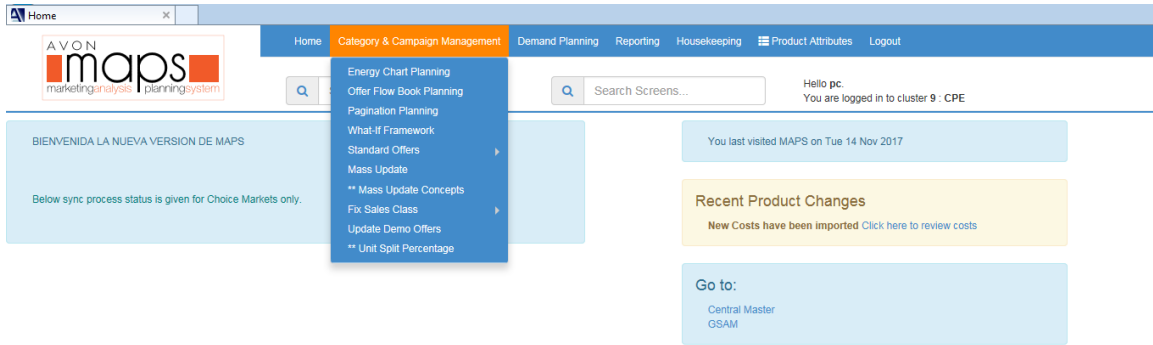
Vehicle: FASHION AND HOME BROCHURE Brochure Section: HOME PRODUCTS

Market: COLOMBIA Year: 2018 Campaign: 12 Vehicle: FASHION AND HOME BROCHURE		
Brochure Section	Placement Pages	Assigned Section Pages
Tactical Objective KPI Vehicle Total	No value set-up	
Vehicle Total	39	39
HOME PRODUCTS	39	39

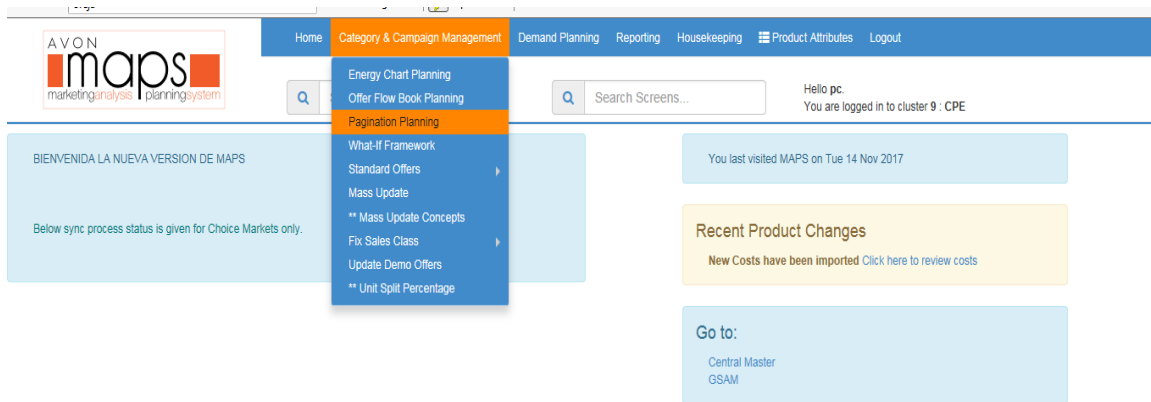
Return Calculate Save Copy to Markets

3. Montaje:

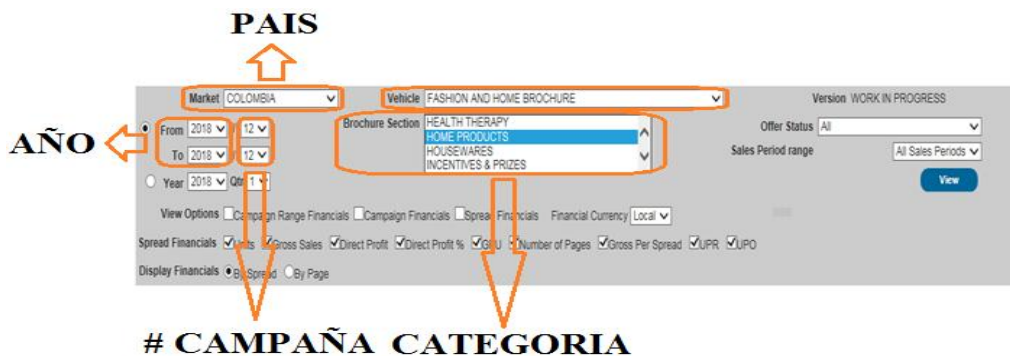
3.1 Dar clic en “Category & Campaign Management”



3.2. Seleccionar “Pagination Planning”



3.3. Ingresar datos: Una vez damos clic nos aparecerá este recuadro en el cual solo ingresaremos los datos que están señalados en la imagen, luego de ingresar los datos damos clic en view.



3.4. Bucamos el espacio donde montaremos el desplegable y damos clic en “Add New Offer”

Brochure Sub-Section: HP - DESPEGABLE INTERNO Allocated 1 Pages, Starting on Right	
<input type="checkbox"/> Single Page Spread 1	Add New Offer
Allocated Page Weight: 0%	
No Offers	No Offers

3.5. Seleccionamos “Manual Offer”

Market COLOMBIA Vehicle FASHION AND HOME BROCHURE Year 2018 Campaign 12 Version WORK IN PROGRESS

New Offer Category

Select Method for creating a New Offer

Manual Offer
Standard Offer
Historical Offer

Return

3.6. montaje de la oferta: es importante resaltar que si el desplegable lleva 2 o mas productos estos se debe montar en la misma oferta. en este solo llenamos lo campos que estan resaltados, despues de introducir la informacion damos clic en save & lock

Market COLOMBIA Year 2018 Campaign 12 Vehicle FASHION AND HOME BROCHURE

Offer Header

Description: DON DOBLE CAMELIAS CUOTAS/ALIADAS
 Offer Class: CUSTOMER
 Offer Status: WORK IN PROGRESS

Brochure Section: HOME PRODUCTS
 Page Weight: 100%
 Microcapsulate:

Brochure Sub-Section: HP - DESPEGABLE INTERNO
 Spread Sequence: 1
 Featured Side: Right

Energy Chart Element: TRIPTICO
 Shipping Campaign: 2018/12
 Billing Campaign: 2018/12

Notes: DESPLEGABLE INTERNO
 CAMELIAS 1 CUOTA DE 119700 O 3
 CUORAS DE 39900 VINETA
 DOBLE VISTA 1 CUOTA DE 119700
 Customer Pull: - Select Customer IPull -
 Creative Brief:

Offer CEVs

Seasonal Event: NOT SEASONAL
 Position in Brochure: OTHER
 Featured On Front Cover:
 Page Type: GATEFOLD
 Size: 300%
 Presentation Strength: NORMAL

Offer Target Metrics Representative Count: 247624 Order Count: 247624

Category: HOUSEWARES

Brand: Select a Brand
 Sub-Brand: Select a Sub-Brand
 Segment: Select a Segment

Form Group: Select a Form Group
 Form: Select a Form
 Supplier: Select a Supplier

Targets: Data Entry Method: Units/GPU/Direct Profit
 Calculate

Units:
 Gross Sales:
 Direct Profit:
 Direct Profit %:
 GPU:
 UPR:
 UPO:

Return Save Save & Lock

Nota: los campos resaltados de verde siempre llevan la informacion que se puede onservar en la imagen y en las notas siempre va la palabra triptico.

3.7. Al haver dado clic bajamos hasta el fina de la pagina y damos clic en el boton que dice Right Side.

Concept Area Sales Type: ESTIMATE

Spread 1 - 0% Add Concept: Concept Number Position Concept On: **Right Side**

Total 0| 0,00| 0,00| 0,00%

3.8. Ingresamos el o los PP del producto en el recadro señalado en la imagen, luego damos clic en view

Category: ACCESSORIES Concept Number: Concept Name: Gender: Select all

Brand: Form Group: Product Type: **View**

3.9. Seleccionamos el producto y lo add.

Select	Price Point Count	Concept Number	Concept Name	Sales Class	Item Count
<input type="checkbox"/>	2	5217829	BED COVER DESING COL <i>Offer: HP - EDREDON DOBLE VISTA DISTRIHOGAR CUOTAS/ALIADAS Vehicle: FASHION AND HOME BROCHURE</i>	IN-LINE (EXCL NR)	1
<input type="checkbox"/>	2	5245004	BEDCOVER LINES <i>Offer: HP - EDREDON DOBLE CAMELIAS CUOTAS/ALIADAS Vehicle: FASHION AND HOME BROCHURE</i>	IN-LINE (EXCL NR)	1

3.10. Ingrasar informacion de la oferta y dar clic en...

Concept Number: 1048004 Concept Name: BEDCOVER LINES Sales Class: IN-LINE (EXCL NR) Item Count: 1

Spread Sequence: 1 Side: Right Page Weight %: Auto Calculated Ware Concept: How to Use:

Product Endorsement: (NO PRODUCT ENDORSEMENT) Impact Category: (HOUSEWARES) Budget: Select Budget:

Promotion: (REGULAR PRICE) Promotion Code: (REGULAR PRICE) Payment type: (FULL PAYMENT)
 Regular Price: 152790.80 Selling Price: 152790.80 Discount To: Number Per: 1 Concept Average Cost: 41.800
 Units: Gross Sales: Direct Profit: Direct Profit To:
 OTA: 0.7122 Commission Rate: (SPECIAL NEW PRODUCT FIXED COMMISSION) PRICE POINT: 1

Price Level Information: Price Level Code: SP Price Level Type: REGULAR PRICE Minimum Price: 152790.80 Optimum Price: 152790.80 Maximum Price: 152790.80 Strategy: Price Level Type:

Price Level Strategy Comments:

Promotion: (REGULAR PRICE) Promotion Code: (REGULAR PRICE) Payment type: (3 INSTALLMENTS)
 Regular Price: 152790.80 Selling Price: 152790.80 Discount To: Number Per: 1 Concept Average Cost: 41.800
 Units: Gross Sales: Direct Profit: Direct Profit To:
 OTA: 0.7122 Commission Rate: (SPECIAL NEW PRODUCT FIXED COMMISSION) PRICE POINT: 2

Price Level Information: Price Level Code: SP Price Level Type: REGULAR PRICE Minimum Price: 152790.80 Optimum Price: 152790.80 Maximum Price: 152790.80 Strategy: Price Level Type:

Price Level Strategy Comments:

3.11. Dar clic en continuar.

add Concept(s)

Market:	COLUMBIA	Year:	2018	Campaign:	12	Vehicle:	FASHION AND HOME BROCHURE	Offer Description:	HP - EDREDON DOBLE VISTA DISTRIBUIDOR/EDREDON DOBLE CAMELIAS CUOTASALADAS
Sales On Period:	Schedule	Spread:	1	Sequence:		Side:	Right		

The information has been saved.

To go to the Edit Offer screen click here [Continue](#)

To go to the Edit Concept screen click here [Edit Concept](#)

To Add another Concept to Spread Sequence: 1 Side: Right click here [Add New Concept\(s\)](#)

3.12. guardar y desbloquear la oferta.

[Refresh](#)
[Save](#)
[Save & Publish](#)
[Print](#)
[Add to Standard Offer Bank](#)
[View Accounts in My Details](#)

[Edit Concept](#)
[Edit FTM/CDV](#)
[Message Items](#)
[GWP Linkage](#)
[Promotion Order](#)

[Marketing Info](#)
[Estimate Units](#)
[Arreas Estimate Units](#)
[Delete Concept](#)
[Show Item Details](#)

3.13. regresamos a la pagina principal.

[Home](#)
[Category & Campaign Management](#)
[Demand Planning](#)
[Reporting](#)
[Housekeeping](#)
[Product Attributes](#)
[Logout](#)

<input type="checkbox"/> Spread 1	Add New Offer
Allocated Page Weight: 200%	
<input type="checkbox"/> HP - ESCURRIDOR DE CUBIERTOS X-OUT	

Brochure Sub-Section: HP - CORE 17 Allocated 2 Pages, Starting on Left

<input type="checkbox"/> Spread 1	Add New Offer
Allocated Page Weight: 200%	
<input type="checkbox"/> HP - ORGANIZADOR DE DUCHA RULADAS	<input type="checkbox"/> HP - SOPORTE PARA CEBILLO CON TAPA X-OUT

Brochure Sub-Section: HP - SCM Allocated 2 Pages, Starting on Left

<input type="checkbox"/> Spread 1	Add New Offer
Allocated Page Weight: 200%	
<input type="checkbox"/> HP - SELFIE STICK CON CONTROL REMOTO X-OUT	<input type="checkbox"/> HP - VASO FUTROLERO X-OUT

Brochure Sub-Section: HP - HIRE SISTIBLE Allocated 2 Pages, Starting on Left

<input type="checkbox"/> Spread 1	Add New Offer
Allocated Page Weight: 200%	
<input type="checkbox"/> HP - ROCIOS X-OUT	
Microencapsulated	
ROCIOS LINE SPRAY CPE NEW LABEL, ROCIO'S BABY ESSENCE ADULTS	

Brochure Sub-Section: HP - DESPUGABLE INTERNO Allocated 1 Pages, Starting on Right

<input type="checkbox"/> Single Page Spread 1	Add New Offer
Allocated Page Weight: 100%	
<input type="checkbox"/> HP - EDREDON DOBLE VISTA DISTRIBUIDOR/EDREDON DOBLE CAMELIAS CUOTASALADAS	
Page Type - GRATEFOLD	

Montaje del desplegable externo.

1. como lo hacemos anteriormente denemos crear el espacio: en este seguimos de manera igual los pasos 1.1 – 1,5

1.6. Marcación del espacio (sub sección): Este debe quedar tal como podemos ver en la imagen luego se da clic en “save”

Add New Brochure Sub-Section:

Brochure Sub-Section Name	Page Count	Align	
JEW - DESPLEGABLE EXTERNO	1	Left	<input type="button" value="Save"/>

2. Como lo hacemos anteriormente denemos sumar el espacio: en este seguimos de manera igual los pasos 2.1 – 2.5

3. montaje: en este seguimos de manera igual los pasos 3.1 – 3.5

3.6. montaje de la oferta: es importante resaltar que si el desplegable lleva 2 o mas productos estos se debe montar en la misma oferta en este solo llenamos lo campos que estan resaltados, despues de introducir la informacion damos clic en save & lock

Market: COLOMBIA Year: 2018 Campaign: 12 Vehicle: FASHION AND HOME BROCHURE

Offer Header

Description: JEW - GAFAS DE LECTURA SAMANTA X-0	Offer Class: CUSTOMER	Offer Status: WORK IN PROGRESS
Brochure Section: JEWELRY	Page Weight: 100%	Microencapsulate: <input type="checkbox"/>
Brochure Sub-Section: JEW - DESPLEGABLE EXTERNO	Spread Sequence: 1	Featured Side: Left
Energy Chart Placeholder: CENTRO DE FOLLETO	Shipping Campaign: 2018/12	Billing Campaign: 2018/12
Notes: OFERTA CENTRO DESPLEGABLE EXTERNO	Customer Pull: Select Customer Pull	Creative Brief: <input type="text"/>

Offer CEVs

Seasonal Event: NOT SEASONAL	Position In Brochure: OTHER	Featured On Front Cover: <input type="checkbox"/>	Page Type: GATEFOLD	Size: 100%	Presentation Strength: NORMAL
------------------------------	-----------------------------	---	---------------------	------------	-------------------------------

Offer Target Metrics Representative Count: 247524 Order Count: 247524

Category: JEWELRY

Brand: Select a Brand	Sub-Brand: Select a Sub-Brand	Segment: Select a Segment
Form-Group: Select a Form-Group	Form: Select a Form	Supplier: Select a Supplier

Targets

Units: <input type="text"/>	Gross Sales: <input type="text"/>	Direct Profit: <input type="text"/>	Direct Profit %: <input type="text"/>	GPU: <input type="text"/>	UPR: <input type="text"/>	UPO: <input type="text"/>
-----------------------------	-----------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------

Nota: los campos resaltados de verde siempre llevan la información que se puede conservar en la imagen y en las notas siempre va la palabra oferta centro.

Seguir los pasos 3.7 – 3.13

CONCLUSIONES

Al haber realizado las actividades previas para poder realizar este trabajo se concluye que la creación de una guía para el montaje de despleables ayuda a disminuir los errores al momento de realizar el proceso, garantizando un control sobre todo el proceso desde el montaje hasta la impresión del folleto.

Se logró identificar que en las campañas que llevan folletos se hace más complicado el montaje para las personas que lo realizan ya que no se tiene claro a productividad y el tipo de desplegable al igual que no se tiene conocimiento del montaje.

.se concluye que el uso de una guía es bastante viable ya que esta permite que todas las personas relacionadas con el tema puedan acceder a ella de manera fácil, además se tendrá certeza que del tipo de desplegable que se debe montar y como se debe montar para poder garantizar a la disminución de errores.

RECOMENDACIONES

Para trabajos futuros relacionados con el montaje de despleables se recomienda no solo tener en cuenta los utilizados para el área de BB&H ya que las demás áreas de la empresa como lo es beauty también hacen usos de distintos despleables los cuales no están incluidos en la actual guía.

Además, se recomienda crear videos de manera didáctica que permita el montaje de desplegables de una manera más fácil además de dar inducciones a los practicantes acerca del tema, así como a los planeadores de campaña.

Por último, también podría ser conveniente crear una guía no solo para el montaje de desplegables sino también de las ofertas en general, así como la creación de simulacros para identificar errores que se hacen al momento de realizar esta acción y hacer las correcciones necesarias para poder garantizar un buen proceso.

ANEXOS:

Con la siguiente ENTREVISTA se busca realizar un diagnóstico en el área de planeación de campaña acerca del montaje de desplegables en MAPS para así buscar darle solución a dicho problema.

NOMBRE:				
CARGO:			EDAD:	
ESTUDIO:		GENERO:	M	F
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el área de planeación de campaña de Avon?:				
¿Qué sabe usted acerca del montaje en MAPS en cuanto al tema de despegables?:				
¿Cuál cree usted que es el error en el que más se incurre al momento de realizar el montaje de despegables en MAPS?:				
¿Cuáles han sido las consecuencias de los errores que se han cometido al momento de hacer el montaje de desplegables en MAPS?:				
¿Qué soluciones se han planteado al en cuanto al mal montaje de desplegables en MAPS?:				
¿Cree usted conveniente la creación de una guía para la estandarización de montajes en MAPS? ¿Por qué?:				
¿Qué otras actividades se podrían llevar a cabo para llevar un buen proceso al momento de realizar el montaje de desplegables en MAPS?:				

NOMBRE:	Aura María Estrada Olivera			
CARGO:	Analista Senior de Mercadeo		EDAD:	31
ESTUDIO:	Ingeniería Administrativa	GENERO:	M	F X
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el área de planeación de campaña de Avon?:				
Aproximadamente 5 años				
¿Qué sabe usted acerca del montaje en MAPS en cuanto al tema de despegables?:				
La verdad no manejo mucho el tema pues nunca me ha tocado montar un desplegable (la categoría para la cual trabajo no está en esos usualmente). Lo que si se es como ubicarlos en la				

<p>campana una vez que están montados.</p>
<p>¿Cuál cree usted que es el error en el que más se incurre al momento de realizar el montaje de despleables en MAPS?:</p>
<p>El error en que más se incurre es no tener claridad de qué tipo de desplegable es y por ende en ocasiones se monta con errores.</p>
<p>¿Cuáles han sido las consecuencias de los errores que se han cometido al momento de hacer el montaje de despleables en MAPS?:</p>
<p>En una campaña de la que fui líder (C13 Colombia) el desplegable quedó con un error en su ubicación y al momento de imprimir el folleto no estaba plegándose hacia el lado correcto y toco que en la imprenta la doblaran como debía quedar manualmente.</p>
<p>¿Qué soluciones se han planteado al en cuanto al mal montaje de despleables en MAPS?:</p>
<p>Entrenamiento a las practicantes que son las que nos ayudan con el montaje de éstos recursos adicionales</p>
<p>¿Cree usted conveniente la creación de una guía para la estandarización de montajes en MAPS? ¿Por qué?:</p>
<p>No solo lo creo conveniente, sino que me parece una necesidad urgente para lograr dos cosas, la primera es que no se pierda o se tergiverse la forma como se deben montar éstos despleables y la segunda es que, en caso de no tener practicantes, los analistas seamos capaces de hacer el montaje de éstas piezas.</p>
<p>¿Qué otras actividades se podrían llevar a cabo para llevar un buen proceso al momento de realizar el montaje de despleables en MAPS?:</p>
<p>Una capacitación al momento de iniciar la práctica por parte del coordinador al practicante que ingresa. Adicionalmente una capacitación para los analistas para que estemos preparados para hacer el montaje en caso de ser necesario. Y finalmente, cuando se le pida a un practicante que monte uno de éstos despleables se le debe entregar como insumo la información de en qué campaña hemos tenido un recurso similar para que se guie de ésta al momento de hacer el montaje.</p>

NOMBRE:	Stephania Castaño Bran		
CARGO:	Practicante	EDAD:	23
ESTUDIO:	Negocios Internacionales	GENERO:	M F X
<p>¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el área de planeación de campaña de Avon?:</p> <p>Nueve meses</p>			
<p>¿Qué sebe usted acerca del montaje en MAPS en cuanto al tema de despleables?:</p> <p>Los despleables son fáciles de montar, pero hay unos que son más complejos, por lo que le pido</p>			

ayuda al jefe del área.
¿Cuál cree usted que es el error en el que más se incurre al momento de realizar el montaje de despletables en MAPS?:
La ubicación del despletable en MAPS y al crear los espacios para proceder al montaje del despletable.
¿Cuáles han sido las consecuencias de los errores que se han cometido al momento de hacer el montaje de despletables en MAPS?:
No he tenido la oportunidad de saber las consecuencias, ya que no he visto un error en el montaje de despletables.
¿Qué soluciones se han planteado al en cuanto al mal montaje de despletables en MAPS?:
Realizar un manual para el montaje de despletables.
¿Cree usted conveniente la creación de una guía para la estandarización de montajes en MAPS? ¿Por qué?:
Sí, porque es una ayuda para los practicantes y para no tener errores en este montaje.
¿Qué otras actividades se podrían llevar a cabo para llevar un buen proceso al momento de realizar el montaje de despletables en MAPS?:
No lo sé.

NOMBRE:	Luz María Jaramillo G		
CARGO:	Analista Sr. Marketing	EDAD:	30
ESTUDIO:		GENERO:	M F (X)
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el área de planeación de campaña de Avon?:	3 años		
¿Qué se sabe usted acerca del montaje en MAPS en cuanto al tema de despletables?:	Se el montaje del despletable más básico que hacemos que es el del centro		
¿Cuál cree usted que es el error en el que más se incurre al momento de realizar el montaje de despletables en MAPS?:	La ubicación de los despletables dentro de la estructura, sobre todo cuando no son los despletables sencillos y el cálculo de la productividad del folleto		
¿Cuáles han sido las consecuencias de los errores que se han cometido al momento de hacer el montaje de despletables en MAPS?:	Movimientos en momentos antes de la impresión para poder cuadrar la productividad del folleto,		

estos movimientos son muy riesgosos ya que pueden desencadenar errores que afecten el campo
¿Qué soluciones se han planteado al en cuanto al mal montaje de despleables en MAPS?:
Revisiones con diseño con suficiente anticipación para poder detectar un error
¿Cree usted conveniente la creación de una guía para la estandarización de montajes en MAPS? ¿Por qué?:
Sí, porque esto nos guiaría cuando montamos diferentes tipos de despleables sobre cómo se deben montar y de esta manera nos evitaremos errores futuros
¿Qué otras actividades se podrían llevar a cabo para llevar un buen proceso al momento de realizar el montaje de despleables en MAPS?:
Validar de la misma manera que lo hace diseño, es decir alineándonos a su cálculo de productividad

NOMBRE:	Daniel Betancourt D		
CARGO:	Coordinador Campaign Planning BB&H	EDAD:	32
ESTUDIO:	Postgrado	GENERO:	M X F
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el área de planeación de campaña de Avon?:	4 años		
¿Qué sabe usted acerca del montaje en MAPS en cuanto al tema de despegables?:	Sé cómo debe hacerse el montaje y que diferencias implica versus el resto de montajes de la campaña.		
¿Cuál cree usted que es el error en el que más se incurre al momento de realizar el montaje de despegables en MAPS?:	Creería que en el error que más se incurre es en las implicaciones que conlleva ingresar un desplegable adicional a la campaña, pues esto puede implicar cambiar el número de páginas totales del folleto , también nos hemos equivocado en la ubicación donde debe quedar planeado el desplegable, pues en algunos casos hemos incursionado en despleables que nunca antes habíamos planeado y esto conlleva a ubicarlo en un lugar diferente al que habitualmente se hace.		
¿Cuáles han sido las consecuencias de los errores que se han cometido al momento de hacer el montaje de despleables en MAPS?:	La consecuencia más grave creería que es la no productividad del folleto, pues por temas de impresión cada folleto debe tener unas características especiales que permitan al impresor hacer un manejo optimo del papel y en algunos casos cuando ingresamos despleables a la campaña perdemos el control del número de páginas totales.		
¿Qué soluciones se han planteado al en cuanto al mal montaje de despleables en MAPS?:			

Se ha creado una herramienta de Excel que ayuda a definir las características del folleto dependiendo de los impresos especiales, el tipo de papel y el tamaño del folleto que le facilitan al planeador definir estas características de folleto. Además, le dan claridad de la ubicación posible para hacer el montaje del desplegable, sin embargo, en ocasiones donde usamos desplegables que nunca antes habíamos utilizado hay cosas que debemos aprender cómo se hacen desde cero.

¿Cree usted conveniente la creación de una guía para la estandarización de montajes en MAPS?
¿Por qué?:

Si la veo conveniente, pues si bien ya existe una herramienta que nos ayuda a definir según el tipo de desplegable que vayamos a planear en la campaña como son las características del folleto en cuanto al número de páginas y la ubicación del desplegable, el montaje de desplegables implica una cantidad de condiciones y características especiales dependiendo del tipo de desplegable que se quiera planear, y considero sería útil para personas nuevas en la compañía y para usuarios frecuentes de maps el poder contar con una guía que le muestre detalladamente como hacerlo y que condiciones debe tener.

¿Qué otras actividades se podrían llevar a cabo para llevar un buen proceso al momento de realizar el montaje de desplegables en MAPS?:

Además de desarrollar la guía creería que debe haber una socialización con el equipo de Champaign sobre esta herramienta para que todos los integrantes del equipo aprendamos a usarla y le saquemos buen provecho.

NOMBRE :	Luz Yenny Montoya			
CARGO:	Analista SR Mercadeo Campaign Planning Hogar y Bienestar	EDAD:	39	
ESTUDIO :	Especialista en Gerencia de Mercadeo	GENERO :	M	F
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el área de planeación de campaña de Avon?:				
3 años				
¿Qué sabe usted acerca del montaje en MAPS en cuanto al tema de desplegables?:				
Muy poco, cada que tengo que hacer el montaje debo buscar ayudar y/o revisar como se ha montado en campañas anteriores.				
¿Cuál cree usted que es el error en el que más se incurre al momento de realizar el montaje de desplegables en MAPS?:				
La productividad del folleto no cuadra, es decir el número de páginas no dan exactas.				
¿Cuáles han sido las consecuencias de los errores que se han cometido al momento de hacer el montaje de desplegables en MAPS?:				
Reprocesos para el área, Retrasos para la compañía que imprime el folleto, Errores de montaje en maps que se traducen en errores en folleto impreso.				

¿Qué soluciones se han planteado en cuanto al mal montaje de despleables en MAPS?:
Siempre que pasa un error nos damos cuenta en el último momento y la solución es hacer que el número de páginas cuadre, bajando o montado ofertas.
¿Cree usted conveniente la creación de una guía para la estandarización de montajes en MAPS? ¿Por qué?:
Si. Porque el conocimiento está focalizado en una sola persona del área, el tener la guía ayudara para que cualquier persona pueda realizar el montaje y evitar reprocesos y errores en folleto.
¿Qué otras actividades se podrían llevar a cabo para llevar un buen proceso al momento de realizar el montaje de despleables en MAPS?:
Que no exista solo una guía, que hayan entrenamientos presenciales y hasta video de como se hace el montaje en maps.

NOMBRE :	Edison Vargas			
CARGO:	Analista SR Marketing Campaign Planning	EDAD :	39	
ESTUDIO :	Administración de Empresas – Esp. Gerencia Marketing	GENERO :	M: X	F
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el área de planeación de campaña de Avon?:	3 años			
¿Qué sabe usted acerca del montaje en MAPS en cuanto al tema de despleables?:	Poco, debido a la complejidad con la que en ocasiones planeamos este tipo de ofertas			
¿Cuál cree usted que es el error en el que más se incurre al momento de realizar el montaje de despleables en MAPS?:	La distribución de los espacios en el folleto			
¿Cuáles han sido las consecuencias de los errores que se han cometido al momento de hacer el montaje de despleables en MAPS?:	Que planeamos ofertas en espacios de mas o ficticios y luego debemos bajarlas de nuevo de la planeación, lo que ocasiona perdida de gross en una campaña casi cerrada			
¿Qué soluciones se han planteado al en cuanto al mal montaje de despleables en MAPS?:	Se ha dispuesto de instructivos físicos para lograr un correcto montaje, pero ha habido realmente poca capacitación.			
¿Cree usted conveniente la creación de una guía para la estandarización de montajes en MAPS? ¿Por qué?:	SI, porque el paso a paso ayudaría muchísimo a disminuir errores de planeación			

¿Qué otras actividades se podrían llevar a cabo para llevar un buen proceso al momento de realizar el montaje de despleables en MAPS?:
Tener un derrotero o paso a paso de como montar un desplegable.

NOMBRE:	JUAN DAVID BETANCUR PIEDRAHITA			
CARGO:	ANALISTA SR DE MERCADEO	EDAD:	35	
ESTUDIO:	POSTGRADO EN MERCADEO Y GERENCIA DE MARCA	GENERO:	M	F
¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el área de planeación de campaña de Avon?:				
7 meses				
¿Qué sabe usted acerca del montaje en MAPS en cuanto al tema de despleables?:				
Muy poco la verdad				
¿Cuál cree usted que es el error en el que más se incurre al momento de realizar el montaje de despleables en MAPS?:				
Desconocimiento				
¿Cuáles han sido las consecuencias de los errores que se han cometido al momento de hacer el montaje de despleables en MAPS?:				
Desconocimiento en la forma correcta de montar				
¿Qué soluciones se han planteado al en cuanto al mal montaje de despleables en MAPS?:				
No tengo conocimiento				
¿Cree usted conveniente la creación de una guía para la estandarización de montajes en MAPS? ¿Por qué?:				
Seria excelente, a la fecha no me ha tocado hacer montaje se despleables pero si seria una guía importante para minimizar los errores				
¿Qué otras actividades se podrían llevar a cabo para llevar un buen proceso al momento de realizar el montaje de despleables en MAPS?:				
Hacer capacitaciones en montajes				

BIBLIOGRAFIA:

- AEMARKCONGRASOS. (2007). *./www.aemarkcongresos.com*. Obtenido de <http://www.aemarkcongresos.com/congreso2007/comunicacion/COM03-P.pdf>
- aemarkcongresos. (2007). *www.aemarkcongresos.com*. Obtenido de <http://www.aemarkcongresos.com/congreso2007/comunicacion/COM03-P.pdf>
- CHILE, U. D. (2002). *www.eenasque.net*. Obtenido de https://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudiodo_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf
- DRUCKER. (1954). *www.corladcallao.net*. Obtenido de <http://www.corladcallao.net/e-learning/libros/planeacionestrategica.pdf>
- DRUCKER, 2. (1954). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-planeacion-estrategica-en-el-proceso-administrativo/>
- Investig, R. L. (2011). *www.scielo.org.co*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-44492011000200014
- MARKETINGDIRECTO. (2017). *www.marketingdirecto.com*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/desplegable>
- SENADO, S. D. (2012). *www.secretariasenado.gov.co*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1581_2012.html
- UCEMA. (2002). *www.ucema.edu.ar*. Obtenido de https://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2002/Felsinger_MADE.pdf
- UNNE. (2004). *eco.unne.edu.ar*. Obtenido de http://eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/iapuco/trabajo19_iapuco.pdf
- WIKISPACES. (s.f.). *curso tecnico av.wikispaces.com*. Obtenido de <https://curso tecnico av.wikispaces.com/file/view/TEOR%C3%8DAS+DEL+MONTAJE.pdf>
- wordreference. (s.f.). *www.wordreference.com*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/desplegable>