

PROMARKET[®]
MERCADOTECNIA PROMOCIONAL

2015

Informe de
Responsabilidad
Social Corporativa



“Se trata del mundo en el que vivimos, de la oportunidad que tenemos de ver a los que nos acompañan en el día a día en una situación mejor. Si un colaborador o colaboradora se encuentra en una situación en desventaja; es responsabilidad de la empresa brindarle la posibilidad de un mejor desarrollo, no sólo laboral sino personal.”

Índice

01	Carta del Director
02	Somos
03-11	Hacemos
12	Estamos
13	Perfil
14	Impacto Económico
15-27	Responsabilidad Social

Carta del Director

El compromiso nos ha conducido un año más por el sendero de la responsabilidad social en momentos en los que la sociedad, el país y el mundo, necesitan consideraciones oportunas de su vulnerabilidad y una búsqueda permanente de oportunidades y acciones que generen experiencias para la mejora de condiciones de vida de la sociedad, del país y del mundo.

Hemos cumplido ya la mayoría de edad en este atribulado negocio de los resultados, acumulando experiencias que nos conducen a una mejor apreciación de la situación en la que quienes laboran con nosotros se encuentran.

Ellos son el principal asset de la empresa, la infraestructura y el espíritu de la misma. Para mayor fortuna, nuestra fuerza laboral está conformada en su mayoría por mujeres lo que nos obliga a permanecer conscientes ante la discriminación, la pobreza y la violencia.

Como Empresa Socialmente Responsable sabemos que el resultado de las condiciones que creamos día con día para que nuestra pequeña comunidad funcione se expanden hasta el ámbito familiar de nuestro recurso humano y que es así como nuestra comunidad crece y nuestra labor se refleja en las vidas de mucha más gente.

Es de este modo cómo reduciendo las amenazas y mejorando las condiciones de trabajo, la meta es mejorar la vida de las colaboradoras y de sus familias creando una comunidad con una mejor calidad de vida.

Así es, somos una empresa mujer, eso significa que debemos ser un ejemplo de fortaleza, de respeto y de impulso para todas las causas que enaltezcan la presencia de la mujer en la sociedad.

Al igual que en los años anteriores, nuestros clientes fueron un componente esencial en la fórmula de PROMARKET para la Responsabilidad Social, con lo que aseguramos la expansión del impacto de las acciones que hacemos en conjunto.

Es impresionante como cada esfuerzo y sus consecuencias se relacionan directamente con la productividad, con la calidad de vida de las personas y con el medio ambiente.

Esta lógica de negocio se ha convertido en lo que nos liga definitivamente con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

De cómo destinamos recursos en este sentido depende la continuidad de nuestra comunidad y de la responsabilidad social de la empresa.

Este reporte no representa entonces el testimonio de lo hecho sino la base de lo que resta por hacer y el motor de la esperanza que nos mueve para lograrlo.

Ser responsable no está relacionado con adjudicarse logros sino con participar de las metas. El mundo y el país merecen esa mejora y nuestros ojos están abiertos ante sus necesidades.

Hasta el siguiente año.

René Montalvo Castellanos
Director General de PROMARKET



Somos

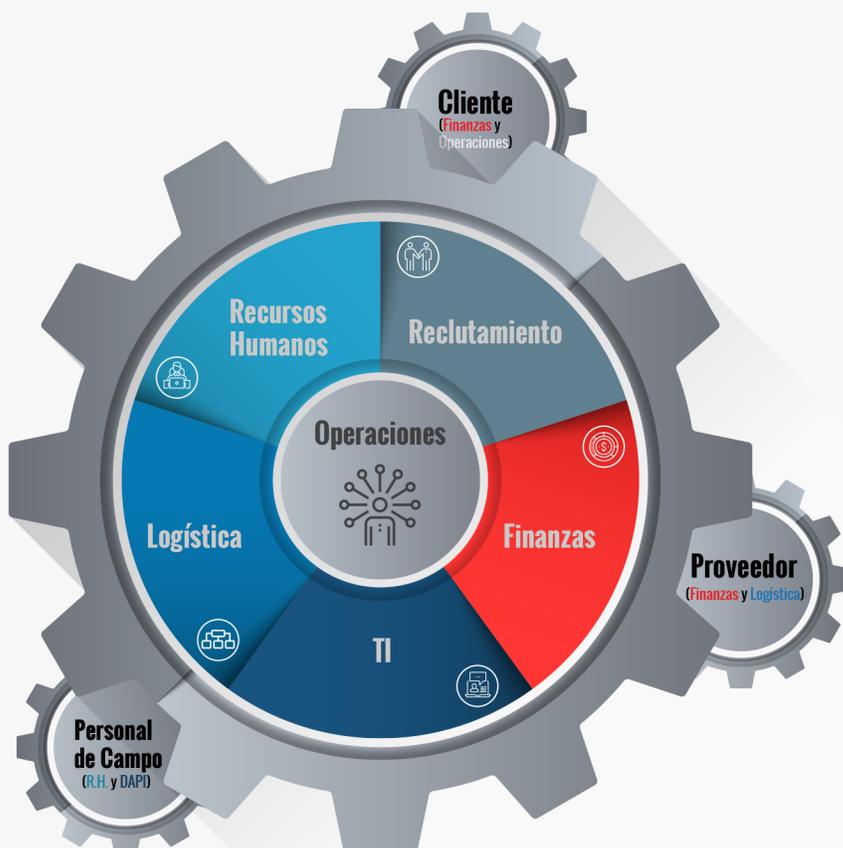
PROMARKET tiende estrategias de persuasión entre la marca y el consumidor a través de un probado esquema de administración de personal basado en la experiencia y en el flujo permanente de información de acceso inmediato, mediante una puntual aplicación de la tecnología.

Estamos enfocados en un objetivo: *que cada cosa que hagamos sea sólo lo mejor para la marca.*

Desde 1998, una referencia en ejecución de punto de venta, **PROMARKET** representa para las marcas un colaborador que comparte el compromiso del éxito desde la estrategia hasta la ejecución combinando un oído atento y entrenado en escuchar al mercado y una conciencia expandida acerca de las necesidades de las marcas.

Esta ejecución es la diferencia, es en el campo en el que la marca gana o pierde, quien logra persuadir deja huella y hace crecer la marca.

PROMARKET se distingue por su dinámica interna de crecimiento permanente, en cuanto a infraestructura y capacidad de su recurso humano, justificado a través del beneficio que dicha inversión representa para las marcas a nuestro cuidado en el conocimiento de que en la mercadotecnia promocional quien no se adapta se extingue.



PROMARKET se adapta, propone y ejecuta.

Hacemos

Con base en un profundo y experimentado análisis de las necesidades de las marcas y con una aguda percepción de las sutiles variaciones en el temperamento del mercado, creamos instantes de oportunidad a través de estrategias ad hoc que privilegian la edificación de la marca.

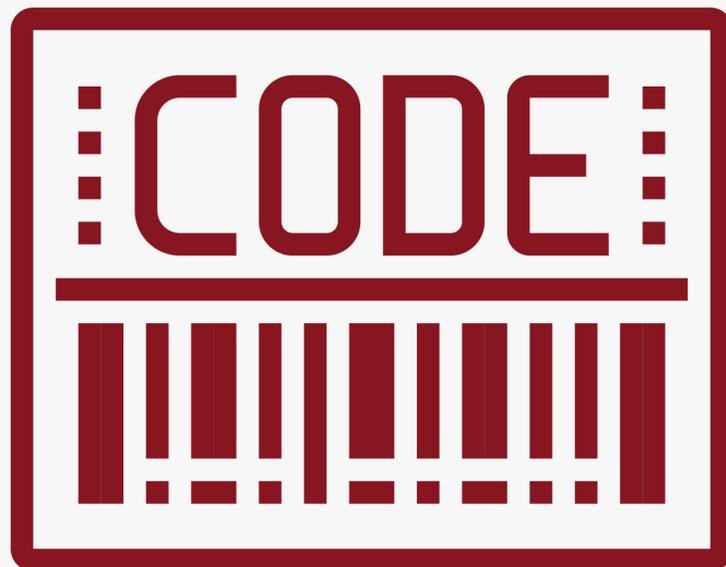


Hacemos Retail Marketing



Sales promotion en **POS** en canales, autoservicio, departamental, tiendas de conveniencia, especializadas, mayoreo, abarrotes, farmacia, etcétera.

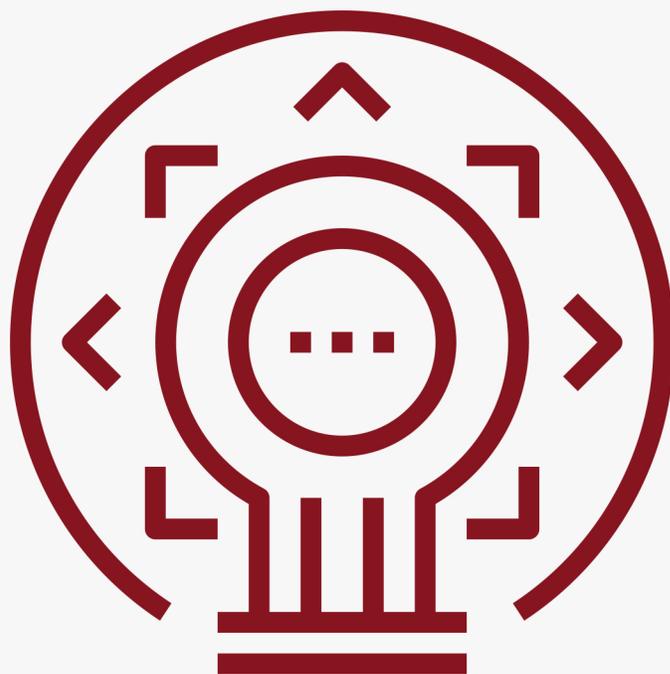
Planeación, creación e implementación de campañas promocionales.



Hacemos Promociones



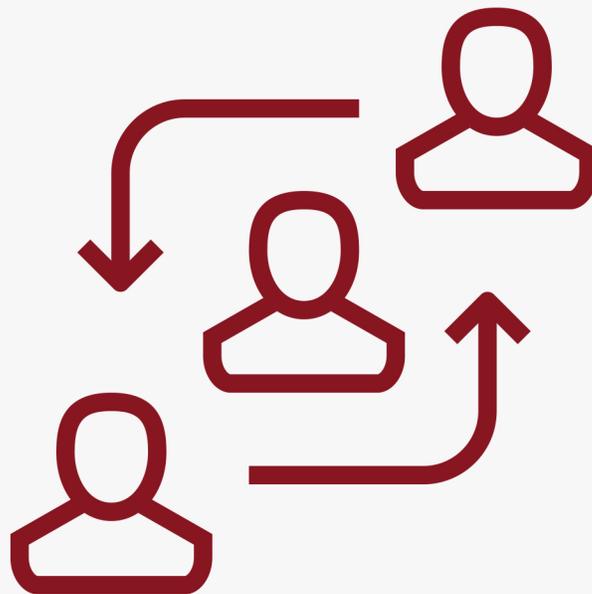
- Promociones hacia los diferentes canales
- Promociones hacia el público infantil
- Campañas de introducción de nuevos productos
- Campañas de mercadotecnia integral
- Programas de motivación in house
- Creación y capacitación de fuerzas de ventas
- Demostradoras
- Degustadoras
- Promovendedores
- Promotores
- Supervisores
- Animadores
- Edecanes
- Mystery Shopper



Hacemos Outsourcing



PROMARKET Outsourcing se instala en la circunstancia de cada empresa a la que aplica soluciones efectivas en la administración del recurso humano, tendiendo planes a la medida y diseñando esquemas de trabajo ad hoc con las oportunidades detectadas, habilitando la flexibilidad laboral, en administración de nómina multiperfil con cobertura nacional.



Hacemos Merchandising



Persuadir es un arte y el punto de venta es el lienzo. La marca permea la conciencia del comprador a través del impulso que **PROMARKET** brinda, administra, distribuye, coloca y mantiene.

El **POP** es un lenguaje que enamora, que provoca la decisión de compra; es cuando la marca enfrenta al individuo cuando se abre la ventana de oportunidad para quedarse para siempre en su vida. **PROMARKET** es quien abre esa ventana.

En el punto de venta termina la estrategia y comienza el romance del consumidor con la marca.

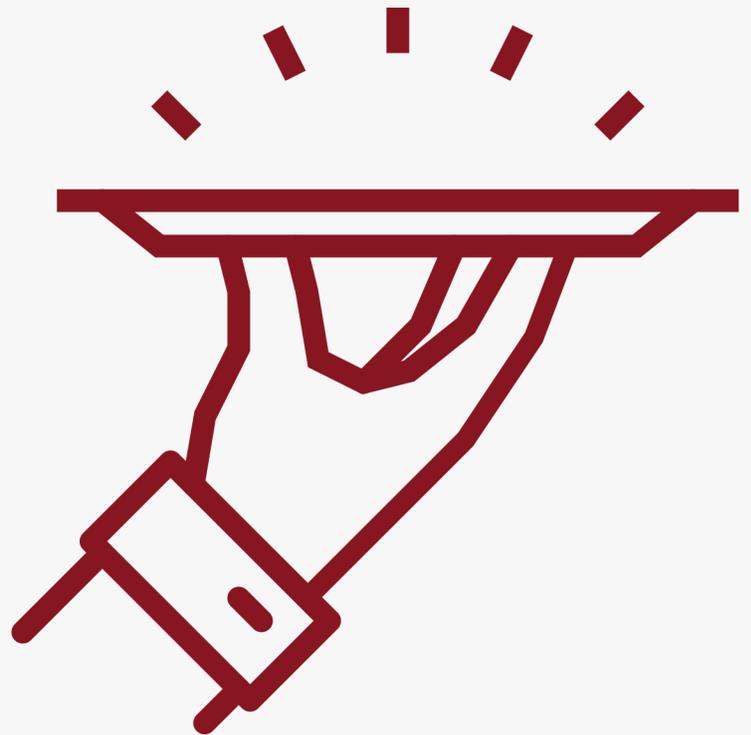


Hacemos Sampling



En el trabajo de campo **PROMARKET** es experto en la persuasión teledirigida, creando, desarrollando, habilitando y operando programas de sampleo puntualmente dirigidos y a la medida de la expectativa del impacto. Ahí, dónde el cliente no la espera pero será bien recibida, la marca hace una grata aparición que se vale de los vehículos más diversos:

- Bajo puerta y casa por casa
- Entrega en mano
- Colegios y Universidades
- Muestreo para targets específicos (niños, adolescentes, etcétera)
- Centros comerciales
- Playas y hoteles
- Centros de consumo, salas de concierto y demás lugares de entretenimiento

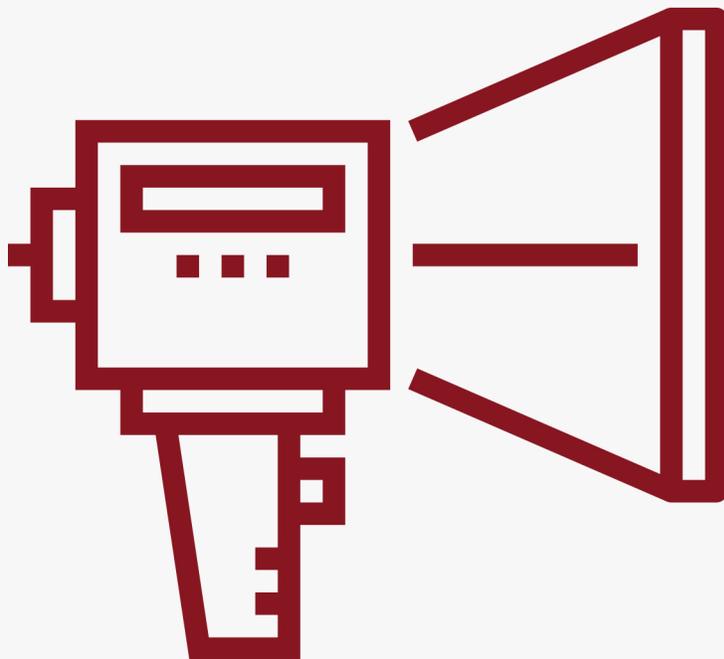


Hacemos BTL (Below the Line)



Los públicos cambiaron y sus hábitos y preferencias se actualizaron de modo que las marcas tuvieron que salir de los medios masivos y enfrentar a los consumidores ahí donde ellos se encontraran. La creatividad aquí juega un papel crucial para conducir el mensaje en el vehículo promocional adecuado.

A diferencia de las acciones masivas las que se realizan below the line arrojan mediciones más claras y efectivas.



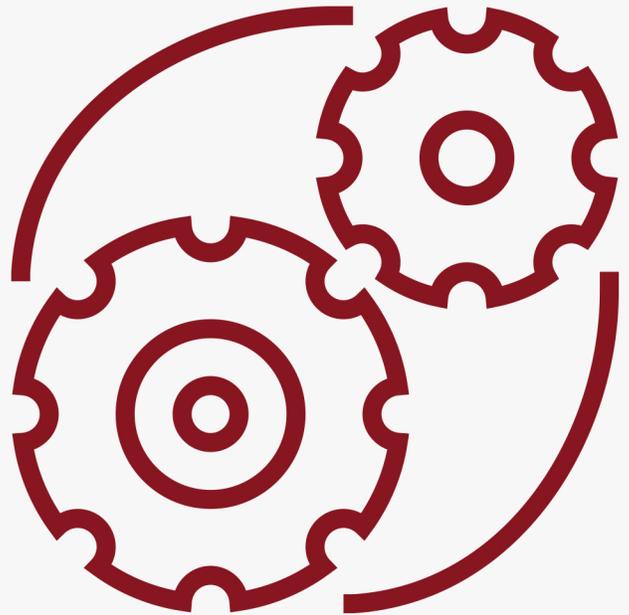
Hacemos

Logistics and Supply chain



La ubicuidad como meta de la estrategia, en **PROMARKET**, el departamento de logística cuenta con todas las herramientas para estar dónde la estrategia lo requiera, vehículos, bodegas y la infraestructura que da valor a cada paso en camino:

- Transporte
- Montajes
- Sistemas de almacenaje
- Props

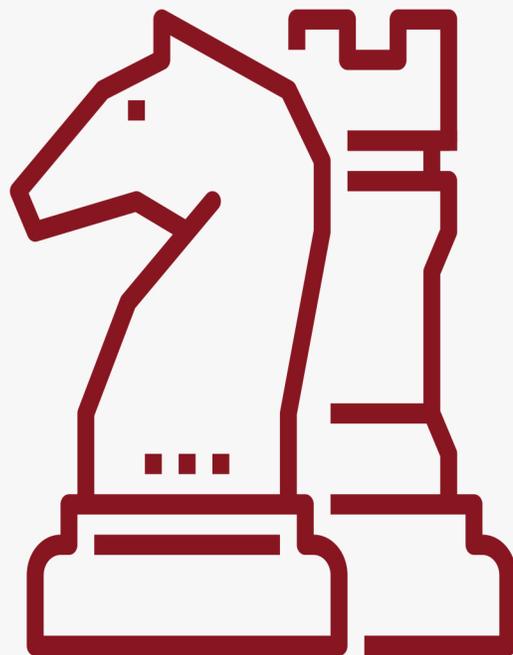


Hacemos Sales Force



Integramos células especializadas y capacitadas en la comercialización de cualquier tipo de producto y servicio para los que creamos argumentos, herramientas y mecánicas diseñadas a la medida de cada canal: autoservicios, farmacias de cadena, mayoristas, tiendas de conveniencia y departamentales.

Cada elemento de esta fuerza de ventas es entrenado en el dominio de las metas y los objetivos de la marca, que se alinean también con la capacitación, la remuneración, los incentivos y los controles.



Estamos

Las personas que se emplean en el ramo de la mercadotecnia promocional son, en su gran mayoría, mujeres de entre 18 y 45 años, con un nivel de escolaridad de secundaria y un nivel socioeconómico bajo. Se desempeñan como jefas de familia y son la principal fuente de ingresos.

En 2015 empleamos un promedio mensual de 2,900 colaboradores como personal de campo entre supervisores, coordinadores, demostradoras, promotoras, edecanes, gios, asesores, consultores, demo-vendedoras y vendedoras, quienes se encargan de promocionar los productos y servicios de nuestros clientes en distintas plazas dentro de la República Mexicana.

Si bien los sueldos en este sector están muy estandarizados, les ofrecemos, además de las prestaciones de ley, los mismos beneficios adicionales que ofrecemos a nuestro personal de oficina y, en muchos casos, hasta más.

Nos esforzamos por que el clima laboral bajo el cual se desenvuelve nuestro personal de campo sea el óptimo. Esto representa un reto ya que físicamente no se ubican de nuestras oficinas, por lo que además de hacer los procesos de reclutamiento y contratación lo más ágiles posibles, también enfatizamos el hecho de que pueden acudir a nosotros en caso de cualquier percance y mantenemos canales de comunicación abiertos permanentemente.

·Acapulco ·Aguascalientes ·Angostura ·Cabo San Lucas ·Caborca ·Campeche ·Cancún
 ·Cd. Constitución ·Cd. Juárez ·Cd. Del Carmen ·Cd. Obregón ·Cd. Victoria ·Celaya ·Chapala
 ·Chihuahua ·Colima ·Comalcalco ·Córdoba ·Coahuila ·Coatzacoalcos ·Cuautla ·Cuernavaca ·Culiacán
 ·Dolores Hgo. ·Durango ·Ensenada ·**Guadalajara** ·Guamuchil ·Guasave ·Guaymas
 ·Hermosillo ·Huatabampo ·Irapuato ·La Paz ·Lagos de Moreno ·León ·Los Cabos ·Los Mochis
 ·Matamoros ·Matehuala ·Mazatlán ·Mérida ·Mexicali ·Minatitlán ·Mocorito ·**Monterrey**
 ·Morelia ·Nogales ·Novalato ·Nvo. Laredo ·Oaxaca ·Orizaba ·Pachuca ·Playa Del Carmen
 ·Puebla ·Puerto Vallarta ·Querétaro ·Reynosa ·Salamanca ·Saltillo ·San Juan del Río
 ·San Luis Potosí ·Tampico ·Tepic ·Tijuana ·Tula ·Toluca ·Torreón ·Tuxtla ·Uruapan
 ·Veracruz ·Villahermosa ·**Valle de México** ·Xalapa ·Zacatecas ·Zamora

Perfil

En 2015 realizamos una encuesta de clima laboral especial para personal de campo, cuyos resultados muestran lo siguiente:

48%

Opina que la atención y seguimiento a su solicitud de empleo en el área de reclutamiento fue excelente.

43%

Opina que la atención y seguimiento a su solicitud de empleo en el área de reclutamiento fue buena.

86%

Opina que la información que recibió en la capacitación fue adecuada y suficiente para realizar su trabajo.

93%

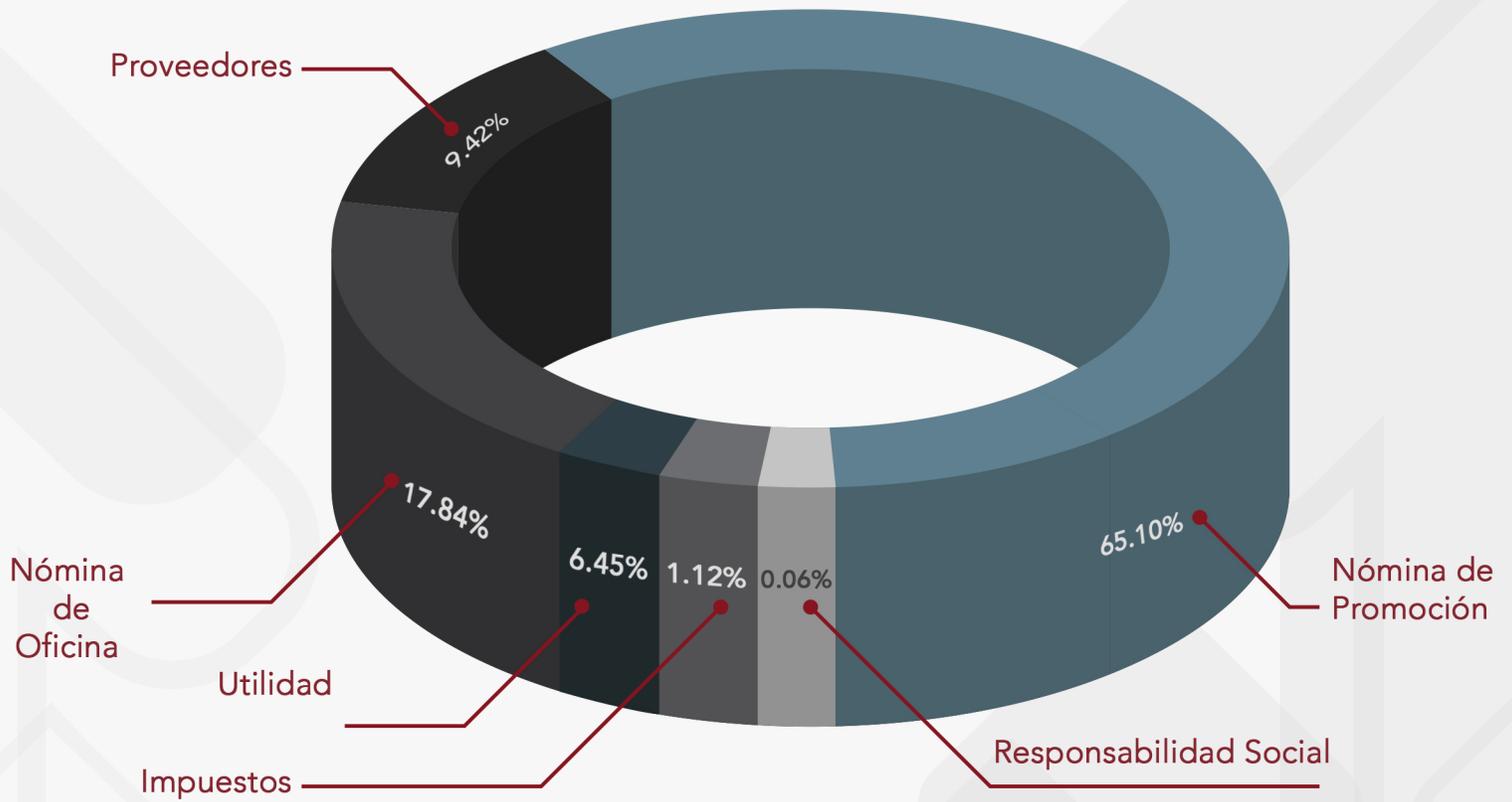
Ha recibido los pagos de nómina puntuales.

81%

Recibió información sobre las campañas de RSE por los medios de comunicación institucionales; sin embargo, el porcentaje de participación en dichas campañas fue muy bajo, menor a **10%**.

Estos resultados son compartidos con las áreas correspondientes con el fin de mantener una buena atención hacia el personal y motivarlos a seguir participando en las distintas iniciativas de RSE.

Impacto Económico



Promo Nius Publicación mensual dirigido al personal de campo.

LO NUEVO

De regreso a clases
La SEP ya publicó el calendario para el periodo 2015-2016 que aquí te compartimos:

● Seguimiento mensual a estudiantes de los grados 10 y 11 suspendidos.
● Seguimiento de Salones de Honor.

● Vacaciones.

2015	2016	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4	5

Inside Market Publicación mensual dirigido al personal administrativo.



Publicación interna de Promarket

Agosto 2015

ECHALE CEREBRO

ATL, TTL y BTL



Todo el tiempo escuchamos en la agencia acerca del BTL, de hecho, a eso nos dedicamos pero ¿qué demonios es el BTL? ¿Sabías que también hay TTL y ATL? Por sí no, acá te explicamos para que nunca más dudes acerca del BTL.

Los términos ATL y BTL se utilizan desde 1954 y fueron acuñados por Procter & Gamble, cuando decidieron pagar por separado y utilizar diferentes agencias de publicidad para sus diferentes esfuerzos publicitarios.

ATL son las siglas de Above The Line, en español sería Sobre La Línea, BTL es Below The Line o Debajo de la Línea y TTL es Trough The Line o A través De La Línea.



Viendo el significado de ATL nos queda claro el significado de BTL, lo que se encuentra debajo de la línea es más directo y tiene que ver con atacar al público objetivo de manera más intrusiva y frontal. Un guerrilla marketing o una activación en súper mercados es un medio que va directo al público sin intermediarios y sin diluirse en un contexto masivo. Como ejemplo, un flyer (volante) repartido en un área específica o una campaña de Adwords en Google, dirigida a un cierto grupo de personas o una campaña de telemarketing dirigida a negocios específicos.

Este tipo de marketing se aplica para convertir clientes y busca obtener una respuesta directa.

La dicha línea no es más que el rango de amplitud de un mensaje o lo masivo que éste resulta. Si en una campaña de publicidad se contrata una campaña en radio y televisión nacional, el esfuerzo es masivo, poco personalizado, es un escopetazo digamos. Por lo mismo el retorno de la inversión y en general el impacto es complicado de medir. El ATL marketing o advertising se utiliza entonces para generar awareness, posicionamiento y reconocimiento.

La línea es entonces esa división entre lo directo y lo masivo.



Aunque parece obvio, el TTL marketing o advertising es una combinación de ambos, digamos una campaña que cruza la línea. Se trata de un acercamiento más integrado en el que la compañía puede atacar a su base de clientes actual y generar conversiones de nuevos prospectos.

Este tipo de marketing ofrece un amplio alcance y se enfoca para obtener nuevos clientes.



Fuente: <http://www.ponjabaldeblog.com/2013/10/atl-btl-ttl-marketing.html>

Temas con las redes sociales en el trabajo

aplicaciones por lo que un problema para las empresas es que las usa las que provocan cinco problemas en el social networking

Productividad

Obviamente los empleados pasan demasiado tiempo actualizando sus perfiles durante el día laboral. Si cada empleado en una fuerza de trabajo de 50 personas usa 30 minutos en una red social cada día, eso significaría una pérdida de 6,500 horas de productividad en un año! Además existe un efecto en la moral de la compañía, los demás empleados no aprecian a sus colegas que pasan horas en sus redes sociales cuando ellos tienen que cubrir la carga de trabajo que ellos no están realizando. El impacto es más pronunciado si no se toma acción alguna en contra de los abusivos.

Recursos

Aunque actualizar sitios como Facebook o LinkedIn no requieren de grandes cantidades de ancho de banda, los links a videos posteados en esos sitios crean problemas para los administradores de sistemas. Hay un costo por revisar cosas en Internet, especialmente cuando se requieren niveles altos de ancho de banda.

Virus y malware (programas malignos y dañinos)

Esta amenaza generalmente no se considera en las empresas. Los hackers son atraídos hacia las redes sociales porque conocen el potencial para cometer fraude y para lanzar ataques de spam o de malware. Existen más de 50 mil aplicaciones para Facebook (según la compañía) y mientras ésta se esfuerza en brindar protección contra el malware, estas aplicaciones podrían no ser seguras.

Ingeniería social

La ingeniería social se ha convertido en todo un arte y cada vez más gente cae víctima de engaños en línea que parecen genuinos. Esto puede resultar en robo de información y hasta de identidad. Los usuarios podrían ser persuadidos para dar información personal y laboral, que al ser recolectada por ladrones de datos puede representar en un serio riesgo. También es posible que los empleados revelen datos que parecen inofensivos de la empresa que pueden provocar problemas.

Reglas generales sobre diversos signos de puntuación

o y coma (,) los dos puntos (:) y los puntos suspensivos (...) se escriben siempre sin dejar un espacio de separación uno que precede, y separados por un espacio de la palabra o el signo que sigue, a no ser que este sea de cierre. Interrogación (?), exclamación (!), los paréntesis (), los corchetes ([]), las comillas (" ") y las rayas que encierran a los compuestos por un signo de apertura y uno de cierre, se escriben de la manera siguiente:

a) En su apertura se separan por medio de un espacio de palabra o signo al que siguen, y se escriben sin espacio de separación con respecto a la palabra a la que anteceden, con excepción de la raya o guión largo que introduce la intervención de un personaje en un diálogo, la cual se escribe también sin espacio de separación de la palabra que sigue.

b) Por el contrario, los signos de cierre se escriben sin espacio de separación con respecto a la palabra o signo al que siguen, separados por un espacio de la palabra a la que preceden y sin este espacio si lo que sigue es un signo de puntuación.

Ejemplos:

¿Se trató el asunto en la reunión? ¿concretaron algo?

Ya conoces su refrán preferido: "Agua que no has de beber..."

La boda se celebrará en la parroquia de la Asunción (plaza de la Prosperidad, número 3), a la una de la tarde.

Cuando decidimos trasladarnos a Guadalajara -una decisión meditada-, el negocio iba viento en popa.

Fuente: http://www.de-gramm.es/mexico/ediciones/001_Pdf/01_puntuacion.html?ordenacion=Alfabeticas

CONTACTO
Comunicación PMKT
Correo: comunicacion@promarket-mexico.com

Tel: 50905030 Ext. 5036
Tel. Gratuito: 01800 800 7458 Ext. 5036
www.promarket-mexico.com

PROMARKET
MERCADOTECNIA PROMOCIONAL

Responsabilidad Social PROMARKET Programas

BTL PROMARKET
Publicación mensual para la revista BTL.



¿Imagina poder controlar desde aquí todos los aspectos de su promoción, incluso el personal?

¿Qué es PROMARKET?
Su próximo socio comercial.
PROMARKET diseña estrategias de control de personal, crea promociones y activaciones con base en el dominio de la información y en la aplicación táctica de la tecnología.

Todo bajo control



La ejecución hace la diferencia

PROMARKET
MERCADOTECNIA PROMOCIONAL

Monterrey Bahamas No. 113, Vista Hermosa Monterrey, N.L. 64620 (811) 492 0301/02	Valle de México Avenida 3 No. 16, San Pedro de los Pinos México, D.F. 03800 (55) 5090 5090 - 01 800 800 PMKT	Guadalajara Francisco Ugarte No. 68, Arcos Vallarta Guadalajara, Jal. 44130 (33) 3616 6609
---	---	---

promarket-mexico.com servicio.clientes@promarket-mexico.com

[/promarketmexico](https://www.facebook.com/promarketmexico)

 **EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE** 

Responsabilidad Social PROMARKET Programas

Junta General
Junta mensual con todo el personal de PROMARKET.





Laboratorios Liomont y Promarket te invitan a la plática **sobre cuidado íntimo** que se llevará a cabo el **13 de octubre a las 11:30 am en la Sala 1.**

¡Te esperamos!



SHAMPOO DE HIGIENE ÍNTIMA

Candiflux®



LIOMONT®
ÉTICA FARMACÉUTICA DESDE 1958

PROMARKET
MERCADOTECNIA PROMOCIONAL



Actividades de Integración



Fase 1: Actividades de inicio

Consiste en quitar límites en cada uno de los participantes motivándolos a romper los paradigmas y prejuicios de las personas que "no conozco", los participantes formarán bloques de personas con características similares.

1

Integración

Conejos y conejeras

Los participantes medirá sus potencialidades y descubrirá sus habilidades al cubrir el reto, el equipo deberá ser los más rápidos y hábiles para formar grupos con indicaciones del facilitador.



Fase 3: Actividades de Integración

El Comunicador

Una persona del grupo realiza un dibujo, oculto para los demás. Luego, da instrucciones al resto para que lo reproduzcan en sus papeles. Al finalizar, se compara el original con las reproducciones realizadas. Se dispara la reflexión acerca hablar, escuchar e interpretar.

3

Comunicación asertiva

Desarma la canción

Entre todos los integrantes del equipo deben modificar algunas palabras de una canción famosa para adaptarla.



Fase 2: Actividades de Integración

Paso del hula hula

El equipo tendrá que realizar un círculo y cuando este sea formado se integrará un hula-hula en él, el reto será lograr que el hula-hula recorra todo el círculo pasando por cada uno de los integrantes en un tiempo definido.

2

Confianza y trabajo colaborativo

Lazarillo

La mitad del grupo hará el papel del ciego. Todos los participantes están en parejas: uno será el ciego y el otro el lazarillo. Los lazarillos elegirán a los ciegos, pero estos últimos no sabrán quién les guía.

A través del recorrido pondremos al "ciego" en situaciones diferentes: para reconocer ruidos, objetos... Cada uno tendrá que poner atención a lo que siente.



Responsabilidad Social PROMARKET Motivacional

Responder Responder a Todos Reenviar Borrar Siguiente no leído

Asunto: Bienvenida

Para: "Karen Dominguez" <kdominguez@promarket-mexico.com>

De: "Comunicación PMKT" <comunicacion@promarket-mexico.com>

Fecha: 05/20/2016 09:53 AM

Cc: "Arelí Galván" <agalvan@promarket-mexico.com>

Querida Colaboradora:

Promarket te da la más cordial bienvenida a nuestro equipo de trabajo. Al integrarte a esta organización te haces partícipe de nuestra filosofía, que compartiremos contigo a través de distintas actividades de inducción.

Para nosotros es muy importante tu conocimiento, esfuerzo y trabajo que hoy se suman para el logro de objetivos y metas de la empresa.

Somos una agencia multidisciplinaria conformada por diferentes áreas, todas convencidas que la **ejecución hace la diferencia**.

A partir de este día, eres un miembro activo de Promarket.

¡Bienvenido!



Responsabilidad Social PROMARKET Motivacional



INVITACIÓN

Fecha: Viernes 4 Septiembre 8:30 am

Lugar de encuentro: PROMARKET **Lugar de festejo:** Xochitla

INDICACIONES DE VESTIMENTA:

- Playera (17 Aniversario)
- Borra (17 Aniversario)
- Pantalon de mezclilla
- Tenis

RECOMENDACIONES:

- No llevar bolsas grandes o mochilas, si decides llevarlas deberás dejarlas en el servicio de locke
- Asistir desayunados.
- Usar protector solar y repelente de mosquito



Da el grito con
PROMARKET
en las fiestas patrias



En PROMARKET queremos saber qué tanto sientes las fiestas patrias, por eso queremos que nos regales tu mejor grito, manda una foto, un archivo de audio o un video en el que estés dando tu mejor grito de ¡Viva México! para ganar los pre-

PAVOTRÓN

Este 2015 participa con
PROMARKET y no te
quedes sin el tuyo.



1 Es muy fácil, accede al portal entra en el minisitio de la promoción, ahí vas a crear un avatar con foto y todo.

2 Vas a tener la oportunidad de realizar de una a tres visitas a tienda, con base en el rol asignado, del **9 de noviembre al 15 de diciembre**. En tu perfil subirás los detalles de la o las visitas.

Responsabilidad Social PROMARKET

Concursos

TÚ TIENES EL PODER DE CAMBIAR EL FUTURO A TRAVÉS DEL EJEMPLO QUE LES DAS A TUS HIJOS.
¿PARA QUÉ MUNDO LOS ESTÁS PREPARANDO?

FELIZ DÍA DEL PADRE 2015

PROMARKET
MERCADOTECNIA PROMOCIONAL



DÍA DEL PADRE



El ejemplo de un padre es la mejor educación, el mejor consejo y la mejor lección.

Bases:

Nuestro modelo a seguir, sobre todo cuando somos niños, son nuestros padres; son nuestros modelos de Dios y a veces quisiéramos ser ellos para resolver algo que nos aqueja. ¿Qué tanto te pareces a tu papá? No sólo físicamente; si eres adoptado o saliste bonita como tu mamá puedes con-

- 1) Escribe en qué te pareces a tu papá o manda una foto en la que estén los dos para ver qué tanto te pareces.
- 2) Ya que tienes por escrito tu experiencia, envíala a: comunicación@promarket-mexico.com
- 3) Tienes para enviarla a partir del 1 y hasta el 22 de junio.
- 4) Serán premiadas las 3 personas más parecidas a su

Responsabilidad Social PROMARKET

Concursos

elle

En PROMARKET sabemos que no hay mejor trabajo que el de ser mamá, te invitamos a participar en el concurso para el 10 de mayo para el que tendrás que describir de la manera más creativa, las habilidades que debe tener una mamá.

Bases

- 1) Escribe tu lista de habilidades y acompáñala de una fotografía de tu mami.
- 2) Envíalas a comunicación@promarket-mexico.com
- 3) Tienes para enviarla a partir del 2 v hasta el 22 de mayo.



Mariana Barrera Lozano



Profesión:

CURRICULUM VITAE

HABILIDADES

Creación de vida; Fabricación de leche materna rica en anticuerpos y nutrientes; Generación de oxitocina y prolactina; Ternura en el manejo de criaturas pequeñas; Inducción al sueño mediante diversas técnicas; Extra suavidad en la aplicación de caricias relajantes que aportan confort y seguridad en el infante; Control de emergencias, ataques de llanto y disuasión ante el conato de puchero; Tono de voz sedante y tranquilizante; Miradas motivacionales; Primeros auxilios al corazón; Psicología infantil aplicada, todas las escuelas; Impartición de talleres y conferencias vivenciales acerca de compartir, convivencia, consideración y caballerosidad; etcétera.

EXPERIENCIA

Santiago, artista, 4 años y Luciana, abogada 3 años.

CERTIFICADO
de

PARTICIPACIÓN

Para:

Ana Martha Remigio Ramírez

Ganadora de la dinámica del mes de mayo "Currículum de Mamá"

¡FELICIDADES!

Responsabilidad Social PROMARKET

Concursos





MISIÓN

« SER UNA AGENCIA LÍDER EN MERCADOTECNIA PROMOCIONAL, RECONOCIDA POR LA EXCELENCIA DE SUS SERVICIOS, LA CALIDAD DE SU GENTE Y LA CONFIABILIDAD DE SUS RESULTADOS. »

LA MISIÓN ES DE TODOS, TÚ TAMBIÉN PUEDES HACER QUE SE CUMPLA.

PRMK7

VISIÓN

« DESARROLLAR SOLUCIONES MODERNAS Y EFECTIVAS DE MERCADOTECNIA PROMOCIONAL UTILIZANDO HERRAMIENTAS MULTIDISCIPLINARIAS Y CAPACITACIÓN PERMANENTE, CREANDO ASÍ UNA EMPRESA CONFIABLE PARA NUESTROS CLIENTES, MOTIVADORA PARA NUESTROS COLABORADORES Y RENTABLE PARA NUESTROS SOCIOS. »

SI COMPARTIMOS LA VISIÓN CUMPLIREMOS JUNTOS NUESTRAS METAS.

PRMK7

VALORES

- HONESTIDAD: CONFIABILIDAD, TRANSPARENCIA Y JUSTICIA.
- CALIDAD: UN ESTILO DE VIDA.
- RESPETO: AL CLIENTE, AL COLABORADOR, AL COMPAÑERO.
- PROFESIONALISMO: COMPROMISO, RESPONSABILIDAD, VOCACIÓN Y SOLIDARIDAD.
- COOPERACIÓN: HUMILDAD, PARTICIPACIÓN, APERTURA Y DISPONIBILIDAD.

VIVE A TRAVÉS DE ESTOS VALORES PARA LOGRAR LA EXCELENCIA.

PRMK7

Responsabilidad Social PROMARKET Campañas

SEPA CÓMO SE SEPARA,
PARA RECICLAR HAY QUE SEPARAR.



Para aplicar las tres erres del reciclaje; reduce, reusa y recicla necesitas conocer los desechos que hay que separar:
Papel y cartón, Pet, Desechos orgánicos.

Mantente pendiente porque pronto podrás ganar premios por separar la basura.

SEPA CÓMO SE SEPARA,
PARA RECICLAR HAY QUE SEPARAR EL PAPEL.



¿Cuánto papel y cartón puede juntar tu área? Desde cajas y empaques de cartón hasta todo el papel de desecho y publicidad. Pónganse de acuerdo y hagan su montaña, quien logre reunir mayor cantidad se hará acreedor a fabulosos premios y/o beneficios.

Contacta al área de Desarrollo Organizacional para más detalles.

Responsabilidad Social PROMARKET Campañas

PROMARKET es como tu segunda casa...

...y en tu casa no dejarías en desorden el comedor después de utilizarlo.



Nuestras instalaciones son un reflejo de nuestra cultura.

PROMARKET es como tu segunda casa...

...y en tu casa no dejas sucio el baño.



Nuestras instalaciones son un reflejo de nuestra cultura.