

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

**Diseño e implementación de un plan promocional para
incrementar las ventas en un Concesionario Automotriz.
Caso: Autonort Nor Oriente S.A.C**

Por:

Fiorella Flores Sánchez
Josué Vilcas Guerrero

Asesor:

Lic. Uvencia De la Cruz Reyes

Tarapoto, noviembre de 2017

Área temática: Ciencias Sociales

Ficha catalográfica elaborada por el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación – CRAI – de la UPeU

TA Flores Sánchez, Fiorella
2 Diseño e implementación de un plan promocional para incrementar las ventas en un
F65 Concesionario Automotriz. Caso: Autonort Nor Oriente S.A.C/ Autores: Fiorella Flores
2017 Sánchez, Josué Vilcas Guerrero; Asesor: Lic. Uvencia De la Cruz Reyes. -- Tarapoto,
2017.
140 páginas: anexos, tablas, figuras

Tesis (Licenciatura)--Universidad Peruana Unión. Facultad de Ciencias Empresariales.
EP. Administración. CP. Marketing y Negocios Internacionales, 2017.
Incluye referencias y resumen.
Campo del conocimiento: Marketing.

1. Plan promocional 2. Concesionario automotriz 3. Promoción 4. Ventas
5. Etios

**DECLARACIÓN JURADA
DE AUTORIA DEL INFORME DE TESIS**


Lic. Uvencia De la Cruz Reyes, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Marketing y Negocios Internacionales, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: ***“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN PROMOCIONAL PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN UN CONCESIONARIO AUTOMOTRIZ. CASO: AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C”*** constituye la memoria que presenta el(la) **Bachilleres Fiorella Flores Sanchez, Josué Raymi Vilcas Guerrero** para aspirar al título de Profesional de Licenciado en Marketing y Negocios Internacionales, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en *Tarapoto*, a los 22 de *Noviembre* del año 2017.



Lic. Uvencia De la Cruz Reyes

Diseño e implementación de un plan promocional para incrementar las
ventas en un concesionario automotriz. Caso: Autonort Nor Oriente
S.A.C

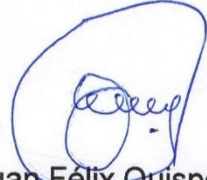
TESIS

Presentada para optar el título Profesional de Licenciado en Marketing y
Negocios Internacionales

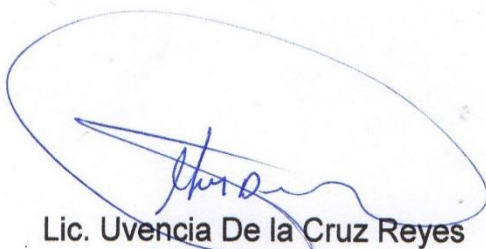
JURADO CALIFICADOR



Dr. Raúl Christian Acuña Salinas
Presidente



Mg. Juan Félix Quispe Gonzáles
Secretario



Lic. Uvencia De la Cruz Reyes
Asesor

Tarapoto, 13 de Noviembre de 2017

AGRADECIMIENTO

A Dios por acompañarnos siempre, a nuestros padres por todo el amor, apoyo, esfuerzo y dedicación que me han brindado y por haberme inculcado principios éticos y morales a seguir en la vida.

DEDICATORIA

En primer lugar a Dios, a nuestro Creador, por la vida y las bendiciones diarias, así mismo por los conocimientos y la sabiduría necesaria para culminar nuestra tesis.

A mi alma máter, la Universidad Peruana Unión, por brindarnos una educación basada en principios cristianos, por ayudarnos a un crecimiento integral en la parte académica y espiritual.

A mis distinguidos profesores el Mg. Juan Félix Quispe Gonzales y el Dr. Raúl Christian Acuña Salinas, por su disposición y constancia en la parte académica y moral que nos brindaron durante el curso.

A mi asesora, Lic. Uvencia de la Cruz Reyes, por su colaboración y apoyo magistral sobre el Plan Promocional.

A nuestras familias, por alentarme en continuar mis estudios y en la culminación de este trabajo de investigación.

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	X
ÍNDICE DE ANEXOS	XI
RESUMEN.....	XIV
ABSTRACT.....	XV
CAPÍTULO I.....	16
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	16
1. Descripción de la realidad problemática	16
CAPÍTULO II.....	21
FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.1. Antecedentes de la investigación	21
2.2. Marco conceptual	22
2.2.1. Plan promocional.....	22
2.2.1.1 Publicidad	23
2.2.1.2 Promoción de ventas.....	25
2.2.1.3 Relaciones públicas.	28
Figura 3: Planificador promocional.....	34
CAPITULO III.....	35
MATERIALES Y METODOS	35
3.1. Descripción del lugar de ejecución	35
3.2. Diseño de la investigación	35

3.3. Sujetos de estudio	36
3.4. Criterios de inclusión	36
3.5. Criterios de exclusión	37
3.6. Plan de recolección de datos	37
3.6.1. Técnicas de recolección de datos e instrumentos.....	37
3.6.2. Plan de procesamiento y análisis de acuerdo al diseño.	38
CAPÍTULO IV	44
IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN PROMOCIONAL-AUTONORT NOR ORIENTE	
S.A.C.....	44
4.1. Análisis situacional del primer trimestre 2017	44
4.2. Implementación del plan promocional.....	47
4.2.1 Implementación del plan promocional -mes de Abril.....	48
4.2.2 Implementación del plan promocional -mes de mayo.	53
4.2.3 Implementación del plan promocional -mes de junio.	57
4.3. Resultados.....	61
CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES	71
REFERENCIAS	72
ANEXOS.....	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Reporte de Cotizaciones 1 Trimestre 2017	45
Tabla 2: Reporte de ventas 1 Trimestre 2017	46
Tabla 3: Cotizaciones del modelo Etios	47
Tabla 4: Cotizaciones del I Trimestre y II Trimestre	61
Tabla 5: Reporte de ventas de I Trimestre y II Trimestre	62
Tabla 6: Tendencia de compra según colores	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tipos de publicidad	24
Figura 2: Planeación de medios	33
Figura 3: Planificador promocional	34
Figura 4: Diseño del plan promocional.....	40
Figura 5: Implementación del plan promocional –Mes de Abril.....	41
Figura 6: Implementación del plan promocional –Mes de Mayo	42
Figura 7: Implementación del plan promocional –Mes de Junio	43
Figura 8: Diagrama de Gantt mes de Abril.....	51
Figura 9: Diseño del plan promocional –mes de Abril	53
Figura 10: Diagrama de Gantt mes de Mayo	55
Figura 11: Diseño del plan promocional-mes de Mayo.	56
Figura 12 Diagrama de Gantt mes de Junio	59
Figura 13: Diseño del plan promocional-mes de Junio	60

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Mapa de procesos de Implementación del Plan promocional.	76
Anexo 2: Reporte de ventas- mes de febrero Nisira	78
Anexo 3: Reporte de ventas- mes de marzo Nisira	79
Anexo 4: Reporte de ventas- mes de abril Nisira	80
Anexo 5: Reporte de ventas- mes de mayo Nisira	81
Anexo 6: Reporte de ventas- mes de junio Nisira	82
Anexo 7: Sustento de difusión en tv Telepalmeras –mes de abril	84
Anexo 8: Sustento de aviso publicitario en diario Voces- mes de abril	85
Anexo 9 : Sustento de alquiler de espacio publicitario-Jr.Micaela Bastidas-mes de abril. 86	
Anexo 10: Sustento de alquiler de espacio publicitario Banda de shilcayo -mes de abril. 87	
Anexo 11: Sustento de impresión de mesh perforado “nuevo Etios”-mes de abril..... 88	
Anexo 12: Sustento de impresión de volantes -mes de abril	89
Anexo 13: Sustento de confección de uniformes para activaciones -mes de abril..... 90	
Anexo 14: Sustento de confección de gorros publicitarios -mes de abril	91
Anexo 15 : Sustento de confección de mangas publicitarias -mes de abril..... 92	
Anexo 16: Sustento de confección de franelas -mes de abril	93
Anexo 17: Sustento de impresión de nueva lona para panel publicitario -mes de abril 94	
Anexo 18: Sustento de reclutamiento de clientes potenciales en banco “Mi banco”-mes de abril	95
Anexo 19: Sustento de touch point transportistas-mes de abril..... 96	
Anexo 20: Sustento de activación nocturna -mes de abril	97
Anexo 21: Sustento de difusión en redes sociales-mes de abril..... 98	
Anexo 22: Cuadro de sustentos de reembolso por publicidad- mes de abril..... 99	
Anexo 23 : Informe de reembolsos Toyota del Perú- mes de abril	100
Anexo 24: Reembolso publicitario de eventos - mes de abril	101
Anexo 25: Orden de compra - mes de abril	102

Anexo 26: Factura electrónica de reembolso Autonort Nor Oriente S.A.C - mes de abril	103
Anexo 27: Sustento de aviso publicitario en diario Voces- mes de mayo	104
Anexo 28: Sustento de alquiler de espacio publicitario-Jr.Micaela Bastidas-mes de mayo	105
Anexo 29: Sustento de alquiler de espacio publicitario Banda de shilcayo -mes de mayo	106
Anexo 30: Sustento de impresión de mesh perforado “nuevo Etios”-mes de mayo.....	107
Anexo 31: Sustento de impresión de volantes -mes de mayo	108
Anexo 32: Sustento de activación rompe tráfico-mes de mayo	109
Anexo 33: Sustento de activación nocturna -mes de mayo	110
Anexo 34: Sustento de "touch point" transportistas-mes de mayo	111
Anexo 35: Sustento de reclutamiento de clientes potenciales en banco “Interbank”-mes de mayo	112
Anexo 36: Sustento de confección de uniformes para activaciones -mes de mayo.....	113
Anexo 37: Sustento de confección de llaveros de metal -mes de mayo	114
Anexo 38: Sustento de anticipo del 50% para confección de toldo inflable -mes de mayo	115
Anexo 39: Sustento de difusión en redes sociales-mes de mayo.....	116
Anexo 40: Cuadro de sustentos de reembolso por publicidad -mes de mayo.....	117
Anexo 41: Informe de reembolsos Toyota del Perú -mes de mayo	118
Anexo 42: Reembolso publicitario de eventos - mes de mayo	119
Anexo 43: Orden de compra - mes de mayo.....	120
Anexo 44: Factura electrónica de reembolso Autonort Nor Oriente S.A.C - mes de mayo	121
Anexo 45: Sustento de aviso publicitario en diario Voces- mes de junio.....	122

Anexo 46: Sustento de alquiler de espacio publicitario-Jr.Micaela Bastidas-mes de junio	123
Anexo 47: Sustento de alquiler de espacio publicitario Banda de shilcayo -mes de junio	124
Anexo 48: Sustento de impresión de volantes -mes de mayo	125
Anexo 49: Sustento de confección de portadocumentos de lona -mes de junio	126
Anexo 50: Sustento de confección de toldo inflable -mes de junio	127
Anexo 51: Sustento de activación rompe tráfico-mes de junio	128
Anexo 52: Sustento de activación informativa mochileros sector comercio-mes de junio	129
Anexo 53: Sustento de reclutamiento de clientes potenciales en banco “Interbank”-mes de junio	130
Anexo 54: Sustento de Touch point Cine Star”-mes de junio	131
Anexo 55: Sustento de anfitriónaje y animación en touch point-mes de junio.....	132
Anexo 56: Sustento de confección de toldo inflable -mes de junio	133
Anexo 57: Sustento de difusión en redes sociales-mes de junio	134
Anexo 58: Cuadro de sustentos de reembolso por publicidad -mes de junio.....	135
Anexo 59: Informe de reembolsos Toyota del Perú -mes de junio	136
Anexo 60: Reembolso publicitario de eventos - mes de junio.....	137
Anexo 61: Orden de compra - mes de junio	138
Anexo 62: Factura electrónica de reembolso Autonort Nor Oriente S.A.C - mes de junio	139
Anexo 63: Modelo de cotización –Sistema de gestión de cliente (SGC).....	140

RESUMEN

El plan promocional es conocido de diferentes maneras, entre ellos: mezcla de comunicaciones, mix de promoción o mix de comunicaciones; los cuales combinan o mezclan de manera específica la publicidad, las ventas personales, relaciones públicas, promoción de ventas y marketing directo. El plan promocional tiene como fin comunicar un valor de manera persuasiva al cliente, estableciendo una relación con él, el cual está direccionado según los objetivos que se desean lograr con el producto o servicio, aquel que estará sujeto a los requerimientos y presupuestos de la empresa.

El presente estudio de investigación titula “Diseño e implementación de un plan promocional para incrementar las ventas en un Concesionario Automotriz. Caso: Autonort Nor Oriente S.A.C”. Lo que motivó a realizar el presente estudio de investigación fue el lanzamiento del nuevo modelo de auto Toyota Etios al mercado automotriz, el cual no tuvo ventas considerables durante en el primer trimestre del año 2017. El *estudio de caso* tiene dos objetivos: el primero, diseñar un plan promocional para incrementar las ventas del concesionario Autonort Nor Oriente S.A.C y el segundo, implementar un plan promocional para incrementar las ventas del concesionario Autonort Nor Oriente S.A.C, el cual fue ejecutado durante el segundo trimestre del año 2017. El diseño metodológico es un *estudio de caso* aquel nos ha permitido implementar el plan promocional de manera práctica. El lugar de realización de la investigación fue en el concesionario Autonort Nor Oriente S.A.C, ubicado en Jr. Jiménez Pimentel N°1002 en la ciudad de Tarapoto.

El presente trabajo de investigación concluyó con la implementación del plan promocional el cual fue ejecutado durante el segundo trimestre del año 2017, demostrando su efectividad mediante el incremento de las ventas del nuevo modelo de auto Toyota Etios.

Palabras clave: Plan promocional; concesionario automotriz; Promoción; Ventas; Etios

ABSTRACT

A promotional plan is known in different ways, among them: communication mix, promotion mix, or marketing communication mix; which combine or mix, specifically, publicity, personal sales, public relations, sales promotion, and direct marketing. A promotional plan is intended to communicate persuasively a value to the customer, establishing a relationship with him, which is directed according to the objectives you want to achieve with the product or service, which will be subject to the requirements and budgets of the company.

The present research is a study entitled "Design and implementation of a promotional plan to increase sales at an Automotive Dealer. Case: Autonort Nor Oriente S.A.C ". What prompted the present research study was the launch of the new car model known as Toyota Etios to the automotive market, which did not show significant sales during the first quarter of 2017. The case study has two objectives: first, to design a promotional plan to increase sales of Autonort Nor Oriente S.A.C., and second, to implement a promotional plan to increase sales of Autonort Nor Oriente S.A.C., which was executed during the second quarter of 2017. The methodological design is a case study that has allowed us to implement a promotional plan in a practical way. The place where the research was done was at Automotive Dealer, Autonort Nor Oriente S.A.C, located at 1002 Jr. Jiménez Pimentel in Tarapoto city, San Martín – Peru. The present research concluded with the implementation of a promotional plan which was executed during the second quarter of 2017, demonstrating its effectiveness by increasing the sales of the new car model Toyota Etios.

Keywords: Promotional plan; Automotive dealer; Promotion; Sales; Etios.

CAPÍTULO I

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1. Descripción de la realidad problemática

La desaceleración económica del país, los cambios políticos y la inestabilidad del dólar tuvieron un impacto negativo en los consumidores. Sin embargo, en la venta de vehículos livianos (automóviles, pick up, furgonetas, station wagon, todo terreno) tuvo un pequeño crecimiento desde el mes de septiembre del 2016 lo que generó una proyección hacia una etapa de estabilización y posible crecimiento.

La clase media es un segmento importante ya que se caracteriza por fortalecerse en los últimos años. Los cuales han incrementado no solo su poder adquisitivo, sino también sus gastos de bienes discrecionales.

El mercado potencial es grande ya que existe un 84% de la población que no tiene autos y la clase media sigue creciendo, contando con mayor capacidad para adquirir bienes duraderos, las condiciones del mercado son buenas al igual que la demanda, pero sigue siendo un reto para las empresas, para definir un mejor alcance de los resultados serán aquellas que establezcan estrategias basadas en el profundo conocimiento del consumidor.

Ya que en la parte urbana se divide en dos tipos de clase media que tienen la capacidad de consumo discrecional, tenemos la clase media tradicional que conforma el 18% y el otro 39% es la nueva clase media.

Según la proyección del Banco Scotiabank, publicado en el diario Gestión, para el año 2017, la venta de vehículos nuevos estaría alrededor de 180,000 unidades, cerca del 5% más respecto al año 2016. Aquello que se haría notar a partir de la segunda mitad del año, debido a que mejorarían los niveles de inversión privada.

A ello se sumaría la continuidad de diversas estrategias de ventas –bonos de descuento, promociones y precios competitivos, la constante realización de ferias automotoras, especialmente para la venta de autos ligeros y el ingreso de nuevos modelos.

De acuerdo a la AAP, en el 2016 la participación de las marcas estuvo liderada con un 31.33% por “otras marcas”, seguida por Toyota con un 16.2% Toyota, finalmente Hyundai con un 13.9%.

En el año 2009, Autonort Nor Oriente inició sus operaciones en la ciudad de Tarapoto, siendo el único Concesionario 3S- servicios (venta de vehículos, venta de repuestos y taller de servicios) autorizado por Toyota, ofreciendo a sus clientes la venta de vehículos y camiones en todos sus modelos, manteniendo los estándares y filosofía de trabajo Toyota, entre ellos practicar sus pilares: Genchi Genbutsu: "ir al origen para encontrar los hechos que nos ayuden a tomar decisiones correctas, crear consensos y alcanzar metas"; Kaizen: “mejora constante”; Retos: Toyota tiene una visión a largo plazo y afrontamos los retos con el valor y creatividad; Trabajo en equipo: Toyota estimula el crecimiento personal y profesional, ofrece oportunidades para el desarrollo y optimiza el rendimiento individual y del equipo; finalmente, Respeto.

No obstante, durante el transcurso de los años, la demanda y crecimiento del parque automotor en la región San Martín ha ido en aumentando, siendo el perfil de los potenciales clientes de la empresa Autonort Nor Oriente: clientes transportistas, clientes particulares y clientes empresariales, aquellos que abarcan gran parte de las ventas mensuales de la empresa, siendo un indicador de crecimiento del poder adquisitivo en nuestra región de las pequeñas y grandes empresas, logrando Autonort posicionarse en el mercado Sanmartinense como el concesionario Toyota de seguridad y confianza que se ve reflejado en la fidelidad de sus clientes.

Como todo inicio de año, los rubros del sector automotriz normalmente se ven un poco afectada en el primer mes debido a factores exógenos, entre ellos la situación económica por los gastos sumamente elevados y deudas pendientes generadas del fin de año 2016. Sin embargo, se puede observar que, en el primer trimestre del año 2017, el Concesionario Autonort Nor Oriente S.A.C no tuvo un incremento sustancial en ventas de vehículos en sus distintos modelos. Tal es el caso del reciente lanzamiento del modelo Toyota Etios, siendo el vehículo más cómodo de la marca Toyota con un precio de lanzamiento de \$13250 con características de superar las expectativas del cliente transportista y particular, siendo un vehículo full equipo con particularidades de gran desempeño, al contar con un motor eficiente de 1.5; seguridad, al tener doble airbag piloto-copiloto y frenos ABS; comodidad, al brindar aire acondicionado, lunas, pestillos eléctricos y gran capacidad de maletera ;finalmente tecnología al contar con un tablero digital y bluetooth.

Sin embargo, a pesar de los beneficios antes mencionados, se observa en el reporte de ventas que durante el primer trimestre del año solo se vendieron 5 autos Toyota-Etios. Ver tabla N°2. Indicador que muestra que al ser un modelo nuevo de vehículo en el mercado San Martinense se encuentra en la necesidad de difusión en los diferentes medios masivos del público objetivo al que estará orientado, tal es el caso de los clientes transportistas y particulares con ingresos mayores a los 1700 soles mensuales, logrando posicionarlo como el vehículo eficiente y más cómodo de la marca Toyota.

En tal sentido nos vemos con la necesidad de diseñar e implementar un plan promocional para incrementar las ventas del modelo Toyota Etios en el Concesionario Autonort Nor Oriente S.A.C, motivo de estudio.

1.2. Justificación

Relevancia social

El plan promocional está destinado para la empresa Autonort Nor Oriente S.A.C y las empresas constituidas en la sociedad de la ciudad de Tarapoto, que deseen ejercer un control sobre las actividades que realicen, ya sea para el lanzamiento, posicionamiento o reposicionamiento de un producto o servicio a la sociedad; involucrando las herramientas de la mezcla promocional (publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales y marketing directo) de acorde a los objetivos de la empresa; logrando medir su efectividad mediante el incremento o recesión de las ventas.

Así mismo contribuirá a las empresas que quieran aplicar un plan promocional sin importar el rubro al que se dediquen, pudiendo utilizar este trabajo de investigación como guía o modelo para controlar la efectividad de las actividades ejecutadas las cuales se verán reflejadas en las ventas.

De otro lado, los consumidores de nuestra sociedad se verán beneficiados ya que tendrán una eficaz difusión de la información de una nueva alternativa de vehículo en la ciudad de Tarapoto, dado el presente trabajo está proponiendo la combinación de las diferentes herramientas del plan promocional a fin de dinamizar la relación entre el cliente y la empresa.

Relevancia teórica y práctica

Con la presente investigación, se persigue dejar aportes mediante la implementación de las herramientas promocionales a utilizar en el sector automotriz. Respecto a los aportes teóricos y prácticos, la presente investigación servirá como guía teórica y práctica para otros estudios de caso que se realicen dentro de las diferentes carreras sociales como el marketing, administración, contabilidad, etc.; siendo investigaciones que aporten soluciones de problemas a nivel empresarial o diversos sectores económicos, con la finalidad de demostrar su efectividad y aplicación de las bases teóricas en un caso de estudio real.

Relevancia metodológica

La presente investigación es de suma importancia, ya que evidencia el uso de la metodología mixta: cuantitativa y cualitativa en el desarrollo de un plan promocional, el cual será ejecutado en el Concesionario Automotriz Autonort Nor Oriente S.A.C.

1.3. Objetivos

-Diseñar un plan promocional para incrementar las ventas del concesionario Autonort Nor Oriente S.A.C

-Implementar un plan promocional para incrementar las ventas del concesionario Autonort Nor Oriente S.A.C

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Antecedentes de la investigación

En el mes de Julio y agosto del año 2016, Autonort Nor Oriente desarrolló la campaña “Toyota más”, con beneficios y descuentos en su variedad de modelos. El objetivo de la campaña bimestral fue impulsar las ventas del modelo Yaris, ejecutándose el desarrollo de actividades del plan promocional que abarcaron desde la publicidad en medios masivos, alquiler de paneles publicitarios ubicados en puntos estratégicos de la ciudad de Tarapoto, hasta el volanteo informativo en empresas de transportes. Al finalizar el mes de Julio, la campaña tuvo un total de 7 autos Toyota Yaris vendidos; y en el de Agosto se concretó la venta de 9 Autos Toyota Yaris.

En el mes Setiembre se desarrolló la campaña “Aventura Toyota”, brindando a sus clientes potenciales increíbles bonos de descuento de hasta los 1500 dólares dirigida al modelo HILUX. El objetivo de la campaña fue liquidar las últimas camionetas HILUX con año de fabricación 2015. La campaña contó con un plan promocional que abarcó la difusión en medios masivos entre ellos Telepalmeras y Tpt Chanel contando con un espacio en el noticiero central, también se alquilaron dos paneles publicitarios ubicados en puntos estratégicos de la ciudad, finalmente se realizaron tres activaciones de volanteo informativo con megáfono en la plaza de armas de Tarapoto. Al finalizar el mes de Setiembre, se concretó la venta de 4 camionetas en su versión HILUX SR 4 x2.

En el mes de octubre, Autonort Nor Oriente, desarrolló la campaña “Avanza al alcance de tu bolsillo” contando con bonos de descuento de hasta 1000 dólares dirigida al modelo Avanza. La campaña estuvo enfocada en los transportistas quienes son los potenciales clientes en adquirirlo. “Avanza al alcance de tu bolsillo” tuvo un plan promocional que se enfocó en 3 volanteo informativos en las empresas de transportes: Turismo Cajamarca,

Transportes San Martín y Huallaga Express. Al finalizar el mes de octubre logró concretar la venta de 4 Toyota Avanza.

En el mes de noviembre y diciembre, Toyota del Perú a través de sus concesionarios implementó la campaña denominada “Toyotathon”, contando con beneficios increíbles para sus potenciales clientes que llegaron hasta los 2500 dólares de descuento. El objetivo de la campaña fue impulsar las ventas del modelo Yaris y Hilux ya que al finalizar el año se pretende liquidar las unidades con año de fabricación 2016. La campaña tuvo un interesante plan promocional, donde se ejecutó el reclutamiento de clientes potenciales en el banco “Mi Banco” con la finalidad de captar clientes ejecutivos con ingresos mayores a los 2500 soles mensuales; también se ejecutó volanteo informativo en la Feria Expo San Martín, de igual importancia se realizó volanteo en patines nocturno los fines de semana en la plaza de armas de la ciudad de Tarapoto, finalmente se realizó volanteo informativo en las empresas de transportes con mayor concurrencia. Al finalizar el mes de noviembre se logró concretar la venta de 4 Toyota Yaris y 1 Hilux, sin embargo, en el mes de diciembre se obtuvo cerrar el año 2016 con la venta de 5 Toyota Yaris y 3 camionetas Hilux.

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Plan promocional

Según Stanton, Etzel, & Walker (2007), es la combinación de ventas personales, publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas en una organización. Una efectiva mezcla promocional es la parte fundamental de todas las estrategias de marketing. El diseño de un plan promocional efectivo comprende un número de 5 decisiones estratégicas (auditorio meta, objetivo del esfuerzo de promoción, naturaleza del producto, etapa del ciclo de vida del producto, cantidad de dinero disponible para la promoción).

Por otro lado, Kotler & Armstrong (2012), mencionan que la mezcla promocional es también llamada mezcla de comunicaciones de marketing, siendo una mezcla específica de

publicidad, relaciones públicas, ventas personales, promoción de venta y herramientas de marketing directo; comunicando un mensaje claro y convincente, las cuales deben estar muy coordinadas bajo el concepto de comunicación de marketing integradas.

Los autores Stanton, Etzel, & Walker (2007), concuerdan con Kotler & Armstrong (2012), siendo el plan promocional posible mediante la combinación de la publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas, marketing directo y venta personales; dándonos a conocer las 5 decisiones estratégicas (auditorio meta, objetivo del esfuerzo de promoción, naturaleza del producto, etapa del ciclo de vida del producto, cantidad de dinero disponible para la promoción).

2.2.1.1 Publicidad

Según Hernández Garnica & Maubert Viveros (2009) definen la publicidad como “una comunicación no personal pagada acerca de una organización, que se transmite a través de un medio de comunicación a una audiencia masiva, a través de la televisión, la radio, las revistas, los periódicos, vehículos de transportes, vallas y muros” (p. 299).

Sin embargo, existe la publicidad institucional, aquella que promueve imágenes e ideas organizacionales. También encontramos la publicidad de apoyo, encargada de promover la posición de una empresa con respecto a un problema público, generando beneficios sociales.

Finalmente, la publicidad de productos, que promueve las características y beneficios de los productos, dentro de ella encontramos la publicidad pionera, publicidad competitiva, publicidad comparativa, publicidad de recordación y publicidad de refuerzo.

Asimismo, Stanton, Etzel & Walker (2007) refiere la publicidad como “un mensaje impersonal, patrocinado y pagado acerca de un producto, servicio u organización a través de los medios de comunicación masivos” (p.552).

Por otra parte, Kotler & Armstrong (2012) definen la publicidad como “cualquier forma pagada de representación y promoción no personal acerca de ideas, bienes o servicios por

un patrocinador identificado, siendo una tarea de comunicación que se realiza con público meta específico, durante un período específico” (p.436).

La publicidad se clasifica de acuerdo a su propósito principal:

Publicidad	Publicidad Informativa	
	Comunicar valor para el cliente	Sugerir nuevos usos de un producto
	Crear una imagen de marca y de la compañía.	Informar al mercado de un precio
	Informar al mercado acerca de un nuevo producto.	Describir los servicios disponibles y el apoyo.
	Explicar cómo funciona el producto.	Corregir impresiones falsas
	Publicidad persuasiva	
	Crear preferencia de marca	Persuadir a los clientes de comprar ahora
	Fomentar el cambio a la propia marca	Persuadir a los clientes de recibir una visita de ventas.
	Cambiar la percepción de los clientes acerca del valor del producto.	Convencer a los clientes para que hable con otras personas acerca de la marca
	Publicidad de recordatorio	
	Mantener relaciones con los clientes.	Recordar a los consumidores que tal vez necesiten el producto en un futuro cercano.

Figura 1: Tipos de publicidad

Fuente: Marketing (Decimocuarta edición) Philip Kotler/ Gary Armstrong 2012 - Elaboración propia

Entonces, para desarrollar un programa de publicidad se debe tener en cuenta cuatro decisiones importantes: Establecer objetivos de publicidad, establecer presupuestos de publicidad, desarrollar la estrategia de publicidad (decisiones del mensaje y decisiones de medios de comunicación), finalmente evaluar las campañas para ésta. (Kotler & Armstrong, Marketing Decimocuarta edición, 2012)

Por lo tanto, se puede evidenciar que los autores Hernández Garnica & Maubert Viveros, (2009) conciertan con Stanton, Etzel & Walker (2007), que la publicidad es una comunicación no personal pagada acerca de una organización. Por otra parte Kotler & Armstrong (2012), definen que la publicidad es pagada por un patrocinador claramente identificado, encargado de promover ideas, organizaciones, productos o servicios.

Respecto al uso de la publicidad, (Stanton, Etzel, & Walker, 2007), lo describen como un mensaje impersonal patrocinado y pagado a través de los medios de comunicación masivos. Sin embargo (Hernández Garnica & Maubert Viveros, 2009) exponen que se transmite a una

audiencia meta ya sea mediante la televisión, la radio, revistas, periódicos, vehículos de transporte, vallas y muros.

Adicionalmente, mencionan cuatro decisiones importantes a tener en cuenta en un programa de publicidad: Establecer objetivos de publicidad, establecer presupuestos de publicidad, desarrollar la estrategia de publicidad (decisiones del mensaje y decisiones de medios de comunicación), finalmente evaluar las campañas para ésta (Kotler & Armstrong, 2012).

Para concluir, determinamos que la publicidad se basa en la utilización de medios masivos, logrando obtener un mayor alcance del público meta de forma eficiente. Teniendo en cuenta que para su ejecución se debe elaborar mensajes acerca de las características, beneficios del producto o servicio, aquellos que serán transmitido por los medios de comunicación masivos a elegir según el propósito de la publicidad, ya sea recordar, informar o persuadir la existencia en el mercado de algún tipo de producto o servicio.

Finalmente, la publicidad de productos, que promueve las características y beneficios de los productos, dentro de ella encontramos la publicidad pionera, publicidad competitiva, publicidad comparativa, publicidad de recordación y publicidad de refuerzo.

2.2.1.2 Promoción de ventas.

La promoción de ventas estimula la demanda y están diseñadas para complementar la publicidad y facilitar la venta personal. Los medios por el cual se aplica la promoción de ventas, son los cupones, bonos, exhibidores en tiendas, patrocinadores, ferias comerciales, muestras, demostraciones en tienda y concursos, aquellas que pueden ser utilizadas tanto como por el productor o los intermediarios. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007).

Asimismo, Kotler, Armstrong, Cámara Ibáñez & Cruz Roche (2004) mencionan que “la promoción de ventas se basa en incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio” (p. 536).

De igual importancia, la promoción de ventas, es un conglomerado de actividades de corta duración, dirigidas a los intermediarios, vendedores o consumidores, utilizando incentivos económicos, materiales o la realización de actividades específicas (Hernández Garnica & Maubert Viveros, 2009).

Por otra parte, Kotler & Armstrong (2012), explican que la promoción de ventas es la herramienta de la mezcla promocional a más corto plazo y consiste en incentivos para fomentar la compra o venta de un producto o servicio. Estas herramientas pueden estar dirigidas hacia los compradores finales (promociones para consumidores), minoristas y mayoristas (promociones comerciales), los clientes de negocios (promociones para negocios) y a los miembros de la fuerza de venta (promociones para la fuerza de venta).

De acuerdo a los planteamientos de los autores, podemos evidenciar que la promoción de ventas incentiva la compra o venta de un producto o servicio. Para tal sentido, Stanton, Etzel & Walker (2007), difieren de los otros autores, al definir que la promoción de ventas es ideada para complementar la publicidad, facilitando las ventas personales.

Entonces, nos inclinamos por el planteamiento formulado por parte Kotler & Armstrong (2007), estableciendo que la promoción de ventas está representada por las actividades de marketing necesarias para estimular la compra, obteniendo resultados efectivos, mediante actividades de comunicación que tratan de aportar un incentivo para los consumidores, mayoristas, minoristas u otros clientes de la organización con la finalidad de estimular las ventas inmediatas.

Dentro de la promoción de ventas tenemos estas herramientas que nos menciona Kotler & Armstrong (2007):

-Reembolso de efectivo: son similares a los cupones, sólo que la reducción en el precio ocurre después de la compra y no en el establecimiento de venta. El consumidor envía una

“prueba de compra” al fabricante, quien entonces reembolsa parte del precio de compra por correo.

-Los paquetes de precio global: También llamados ofertas con descuento incluido, ofrecen a los consumidores un ahorro con respecto al precio regular de un producto. El productor imprime los precios rebajados directamente en la etiqueta o empaque.

-Las bonificaciones: Son artículos que se ofrecen gratuitamente o a un costo muy bajo como incentivo para comprar un producto, desde juguetes incluidos en productos infantiles hasta tarjetas telefónicas y DVD. La bonificación puede venir dentro del paquete, fuera del paquete (sobre él) o por medio del correo.

-Las especialidades publicitarias: También conocidas como productos promocionales, son artículos útiles grabados con el nombre del anunciante, su logotipo o mensaje, y que se obsequian a los consumidores. Los artículos más comunes son las playeras y prendas de ropa, bolígrafos, tazas para café, etc.

-Las promociones en el punto de compra (PPC): Incluyen exhibiciones y demostraciones que se realizan en el punto de venta. Piense en su última visita a su tienda local, como pasillos con exhibiciones, letreros promocionales, “anaqueles parlantes”, o demostradores ofreciendo pruebas gratuitas.

-Los concursos, sorteos y juegos brindan a los consumidores la oportunidad de ganar algo, como dinero en efectivo, viajes o artículos, por medio de la suerte o de un esfuerzo adicional. Un concurso requiere que los consumidores emitan una respuesta. En un sorteo los consumidores dan sus nombres para participar. En un juego se presenta algo a los consumidores cada vez que compran, lo que puede ayudarles o no a ganar un premio. Este tipo de promociones pueden fomentar de manera importante la atención hacia una marca y la participación de los consumidores.

2.2.1.3 Relaciones públicas.

Las relaciones públicas como una herramienta de administración destinada a influir favorablemente en las actitudes hacia la organización, sus productos y sus políticas. Sin embargo, en la actualidad ésta no es muy valorada por las siguientes razones: No es responsabilidad del departamento de marketing, definiciones inadecuadas y beneficios no reconocidos (Stanton, Etzel, & Walker, 2007).

Las relaciones públicas como el arte y la técnica de gestionar el conocimiento del talento humano de la comunicación entre una organización y su público meta para construir, administrar y mantener su imagen positiva, siendo una comunicación bidireccional ya que no solo se dirige a su público, sino que también escucha y atiende a sus necesidades. Siendo sus principales funciones: la gestión de las comunicaciones internas, gestión de las comunicaciones externas, funciones humanísticas, análisis y comprensión de la opinión pública, trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas (Hernández Garnica & Maubert Viveros, 2009).

Del mismo modo Kotler, Cámara, Grande & Cruz (2004), indican que las relaciones públicas consisten en entablar relaciones con el público, consiguiendo publicidad favorable de los productos, una imagen fuerte y gestionando o eliminando acontecimientos negativos para la imagen corporativa.

Asimismo, Kotler & Armstrong (2012), mencionan que las relaciones públicas consisten en forjar relaciones favorables con los diversos públicos de una compañía mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa y el manejo o bloqueo de rumores desfavorables. Es importante mencionar que las funciones públicas deben entablar relaciones con los medios de comunicación, principalmente en los medios impresos como periódicos o revistas, obteniendo la atención de una persona, producto o servicio.

Otro aspecto fundamental de las relaciones públicas, es hacer publicidad a los productos existentes dentro de la empresa; encargarse de los asuntos públicos de la organización, a través del establecer y mantener relaciones comunitarias nacionales o locales; entablar relaciones con inversionistas, legisladores y funcionarios del gobierno; finalmente encargarse de las actividades de desarrollo, hacerse cargo de las relaciones públicas con donantes o miembros de organizaciones sin fines de lucro, obteniendo apoyo financiero o voluntariado.

De acuerdo a la definición, observamos que los autores concuerdan al mencionar que las relaciones públicas se basan en la técnica de gestionar comunicación entre una empresa y su público, ganándose su aceptación. Del mismo modo Kotler & Armstrong (2012), y Hernández Garnica & Maubert Viveros (2009), comparten la idea de que el departamento relaciones públicas cumpla funciones específicas dentro y fuera de la empresa. Asimismo, Hernández Garnica & Maubert Viveros (2009), difieren con los autores ya que son los únicos en mencionar que la relación pública debe gestionar el conocimiento del talento en la organización, generando en ellos conocimiento sobre la empresa y sus políticas.

Por consiguiente, nos inclinamos por el planteamiento formulado por parte de Kotler & Armstrong (2012), planteando más a fondo las actividades a ejecutar en el departamento de relaciones públicas. Para finalizar las relaciones públicas se basan en actividades con el fin de fortalecer la imagen de la empresa, generando valor significativo para la organización, ya sea mediante conferencias de prensa, eventos, invitaciones, donativos, etc.

2.2.1.4 Ventas personales.

Las ventas personales constituyen una comunicación directa de información, las cuales se enfocan en individuos o empresas que se sabe que son posibles clientes, según el segmento o mercado meta. Existen dos tipos de ventas personales: la venta interior, que consiste las transacciones a detalle, que son los vendedores de piso en las tiendas, por catálogo, los que

toman pedidos por teléfono y las compras a través de internet; la venta exterior, está conformado por equipos de venta que representan a productores o intermediarios mayoristas, que venden a usuarios comerciales y no a consumidores finales (Stanton, Etzel, & Walker, 2007).

Para Kotler, Armstrong, Cámara & Cruz (2004), la venta personal es el arma interpersonal del mix de comunicación, la que conlleva a una comunicación personal interactiva entre los vendedores y consumidores finales, ya sea cara a cara, por teléfono o mediante video, teleconferencias online u otros medios. La fuerza de ventas crea relaciones personales a largo plazo con quienes toman las decisiones en cada empresa.

Del mismo modo Kotler & Armstrong (2012), definen la venta personal como el brazo interpersonal de la mezcla promocional. La fuerza de ventas de una compañía crea y comunica valor para el cliente, a través de las interacciones personales con los consumidores, de esa manera los vendedores podrán sondear a los clientes para averiguar más acerca de sus problemas y luego adaptar la oferta y la presentación de marketing.

Las etapas que componen la venta personal: búsqueda de clientes potenciales mediante registros de ventas, referencias, exhibiciones comerciales, base de datos, directorios telefónicos; pre acercamiento, se realiza mediante la localización y análisis de la información acerca de las necesidades específicas de los clientes potenciales; acercamiento, el vendedor crea una opinión favorable, ya que la primera impresión cuenta para futuras entrevistas y negociaciones; elaboración de la presentación, el vendedor debe mantener la atención del cliente potencial e incitar un deseo de poseer el producto; superación de objeciones, un vendedor eficaz selecciona posibles objeciones con la finalidad de abordarlas; cierre de venta, es la etapa en que el vendedor pide al cliente que compre o haga el pedido correspondiente; seguimiento, después del cierre de ventas, se verifica si el cliente recibió a

tiempo su producto y si fue de acuerdo a sus especificaciones (Hernández Garnica & Maubert Viveros, 2009).

En resumen, la fuerza de venta cumple un papel importante en la compañía, siendo una herramienta de comunicación que permite adaptar el mensaje a las características específicas del cliente, con la finalidad de negociar precios y condiciones como una forma de comunicación por la que el vendedor conoce a sus clientes y adapta cada uno de ellos a sus características.

De acuerdo a los planteamientos de los autores, podemos evidenciar que las ventas personales se basan en una comunicación directa entre el vendedor y el cliente. Para concluir nos orientamos a lo planteado por Kotler & Armstrong (2007), quienes definen la venta personal como la herramienta interpersonal de la mezcla promocional, con el cual podemos acercarnos al cliente con la finalidad de averiguar sus problemas, y adaptar la oferta, logrando satisfacer sus necesidades, creando una relación a largo plazo

2.2.1.5 Marketing directo.

El marketing directo son conexiones directas con consumidores individuales o segmentos específicos, seleccionados a menudo mediante una interacción personal, con la ayuda de base de datos detallados, de esa manera las compañías adaptan sus ofertas y comunicaciones de marketing a los segmentos estrechamente definidos. Buscando una respuesta directa, inmediata y medible por parte de los consumidores, apoyándose en uno o más medios de comunicación como internet, correo, presa, páginas web, catálogos en línea, etc (Kotler & Armstrong, 2012).

De diferente perspectiva se define el marketing directo como conexiones directas con consumidores individuales, cuidadosamente seleccionados, para obtener una respuesta inmediata y mantener relaciones a largo plazo con ellos, de esa manera se logrará obtener una respuesta inmediata, directa y perceptible. (Kotler, Armstrong, Cámara, & Cruz, 2004)

De igual importancia Hernández & Maubert (2009), detallan que el marketing directo es una herramienta estratégica que implica la relación directa e interactiva entre la empresa - un fabricante o comercializador y el cliente final. Siendo un sistema interactivo que utiliza uno o más medios de comunicación directa para obtener una respuesta que se pueda medir en un público meta.

Según lo planteado por los autores, concuerdan que el marketing directo busca obtener una respuesta inmediata y mantener relaciones a largo plazo, obteniendo respuestas medibles por parte de los consumidores.

Para finalizar, nos inclinamos a lo planteado por Hernández & Maubert (2009), definiendo el marketing directo como una herramienta estratégica de venta, mediante un sistema interactivo entre la empresa y un segmento de clientes, creando relaciones a largo plazo.

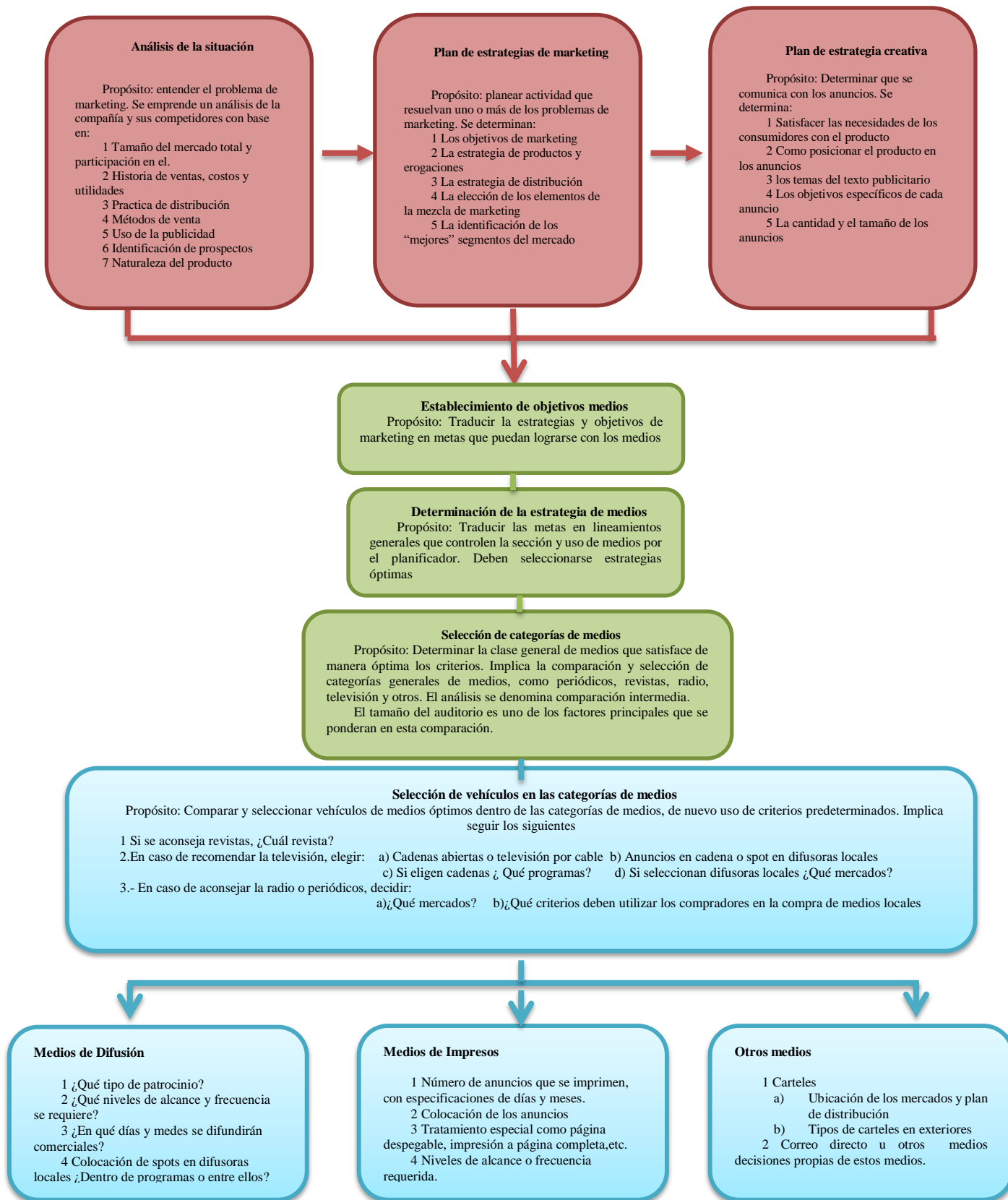


Figura 2: Planeación de medios

Fuente: “Perspectiva de la comunicación del marketing integral” George Belch & Michael Blech 2004-Elaboración propia.

Leyenda determina la mejor forma de llevar un mensaje publicitario al mercado. En sentido estricto, el objetivo es encontrar la combinación que permita al anunciante comunicar el mensaje con efectividad máxima al mayor número de prospectos, y con el costo más bajo.

■ Inicio del plan de marketing.

■ Análisis de medios según objetivos.

■ Decisiones de uso de medios

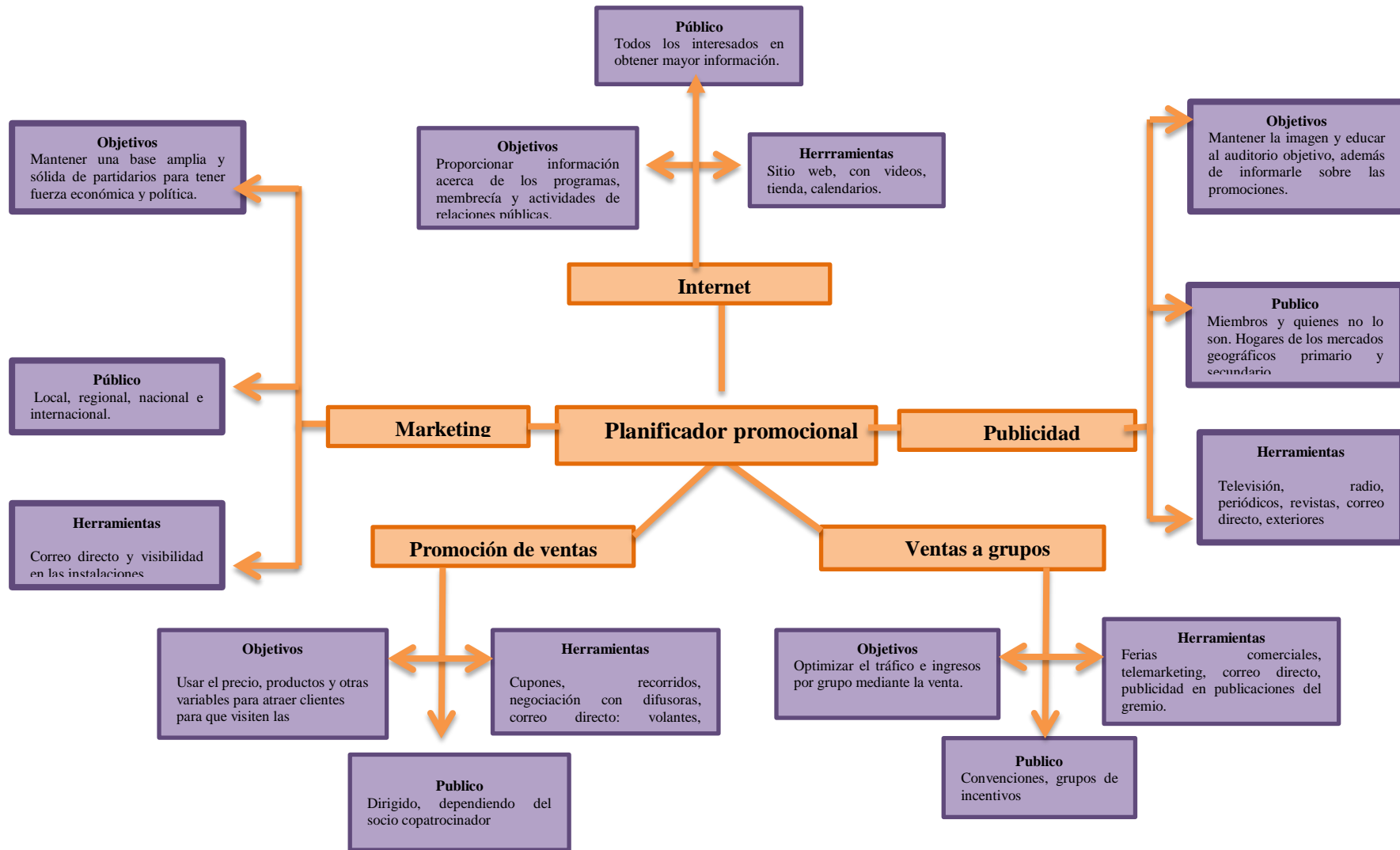


Figura 3: Planificador promocional

Fuente: "Perspectiva de la comunicación del marketing integral" George Belch & Michael Blech 2004-Elaboración propia

El planificador promocional permite determinar las funciones de las diversas técnicas de promoción de ventas, marketing directo, internet y venta personal en el programa de marketing general, así como su interacción con la publicidad y entre sí.

CAPITULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1. Descripción del lugar de ejecución

El ámbito de estudio del trabajo de investigación se llevó a cabo en el Concesionario Automotriz: Autonort Nor Oriente SAC, ubicado en Jr. Jiménez Pimentel N° 1002, de la ciudad de Tarapoto. La implementación se realizó en diferentes puntos estratégicos de la ciudad de Tarapoto – San Martín.

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de investigación es un *estudio de caso*; este tipo de diseño generalmente se aplica a una sola unidad de análisis. Un estudio de caso es la “indagación empírica en profundidad sobre un fenómeno contextualizado en el mundo real, particularmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son evidentes” (Yin, 2013 & Hijmans y Wester 2009)

El diseño de la investigación está basado en los objetivos del proyecto; el primer objetivo es “Diseñar un plan promocional para incrementar las ventas del concesionario Autonort Nor Oriente S.A.C” el cual es cualitativo, empezando con la descripción del problema de investigación o fenómeno. No se pueden señalar las causas de algo; después de que podamos exponer cómo se manifiesta y qué secuencia de eventos lo precede. Desde luego, una secuencia temporal de eventos no es un indicador suficiente de las relaciones de causa y efecto.

Y el segundo objetivo “Implementación de un plan promocional para incrementar las ventas del concesionario Autonort Nor Oriente S.A.C” siendo un diseño cuantitativo ya que para la medición se puede utilizar herramientas estandarizadas como pruebas, cuestionarios, escalas, observación estructurada, aparatos y dispositivos, indicadores medibles y análisis de contenido con categorías preestablecidas.

Según Dugard, File y Todman, (2011) y Grinnell, Williams y Unrau (2009), para que sea un caso experimental de caso único, se aplica un tratamiento y se efectúan diversas mediciones para analizar la evolución o consecuencia de este.

Dentro del diseño experimental utilizaremos (n=1) AB este diseño abarca dos etapas: la fase A en el cual no hay tratamientos y la fase B en el cual se administra un tratamiento y se mide durante la aplicación, según León y Montero (2003) dicen que “AB es un plan en el que primero se establece la línea base sin tratamiento y una vez estabilizada se produce la intervención y la medida de la nueva serie”, las mediciones se realizan durante la administración del tratamiento, de este modo, se monitorea el funcionamiento del estímulo.

3.3. Sujetos de estudio

El sujeto de estudio es el plan promocional de Autonort Nor Oriente S.A.C, referido sobre el vehículo Toyota modelo Etios en el concesionario Autonort Nor Oriente S.A.C, ubicado en Jr. Jiménez Pimentel N° 1002-Tarapoto.

3.4. Criterios de inclusión

Según el sujeto de investigación se considera dos tipos de clientes:

- a. Los clientes transportistas, la mayoría son hombre entre los 25 a 60 años, quienes buscan una herramienta de trabajo en un vehículo, valorando el precio, diseño y eficiencia del vehículo.

La compra se puede realizar al contado o crédito, mediante cajas o bancos de conveniencia del cliente. Sin embargo, algunos clientes transportista optan por comprar un Toyota Etios a través de financiamiento MAF (financiera automotriz), con una inicial del 20% del valor total del vehículo, con la finalidad de obtener cuotas mensuales entre los 1500 a 1700 nuevos soles, por un período de 3 a 5 años.

- b. Los clientes particulares, entre ellos hombres y mujeres entre los 24 y 60 años, quienes buscan un vehículo Toyota Etios para uso personal, valorando el diseño, equipamiento y eficiencia del vehículo, entre ellos ejecutivos o profesionales jóvenes.

La compra se puede realizar al contado o crédito, mediante cajas o bancos de conveniencia del cliente. En su mayoría los clientes particulares optan por comprar un Toyota Etios a través de financiamiento Bancario (BBVA, BCP, etc.); o como otra alternativa adquirir financiamiento MAF (financiera automotriz), donde el cliente debe aportar el 20% de inicial del valor total del vehículo y tener ingresos mayores de 2500 soles mensuales, con la finalidad de tener cuotas mensuales entre los 1500 a 1700 soles, por un período de 3 a 5 años.

3.5. Criterios de exclusión

-No se considera clientes a personas menores de edad.

-No se considera clientes a personas con ingresos menores de 1500 soles.

3.6. Plan de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos e instrumentos.

Técnicas

Para el diseño e implementación se requiere de la técnica de la *observación*, así mismo la *entrevista a los directores*, *registro de los archivos* y *documentación* consecuente a la venta.

Yin (2013 y 2011), Green (2011), *The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences* (2009) y Aaltio y Heilmann (2009), consideran que las principales herramientas de recolección de los datos son las siguientes: observaciones directas, entrevistas, registros de archivos, documentos y artefactos. Casi siempre se utilizan al menos dos técnicas y múltiples fuentes. Se recaba evidencia hasta responder a las preguntas de la investigación.

Instrumentos

El instrumento utilizado para el diseño del plan promocional fue mediante el presupuesto mensual previamente evaluado y aprobado por el gerente general y el coordinador corporativo

de Marketing del Grupo Autonort, que consta de la planificación de una serie de actividades debidamente programadas y direccionadas a impulsar la promoción de ventas de las campañas mensuales ejecutadas ,el cual es constatada mediante: Informe de reembolsos Toyota del Perú (Ver anexo 23), Cuadro de sustentos por publicidad (Ver anexo 22), Reembolso publicitario por eventos (Ver anexo 24), finalmente los sustentos plasmados en Word con el scan de las facturas y/o boletas y fotos de todas las actividades ejecutadas, para posterior proceder a la orden de compra de reembolso emitida por Toyota del Perú.

Otro de los instrumentos utilizados son los reportes de ventas de los dos primeros trimestres, el cual es generado por el área de Administración de Ventas de la empresa, mediante el software de NISIRA.

También utilizamos los registros de archivos mediante el Sistema de Gestión de Clientes (SGC)-Toyota en donde se aprecia el número de cotizaciones del modelo Toyota Etios.

3.6.2. Plan de procesamiento y análisis de acuerdo al diseño.

La implementación del plan promocional, según el mapa de procesos de implementación que se puede observar en el Anexo N°1 que está sujeto a la elaboración del presupuesto mensual de la campaña realizada. Donde en primera instancia se elabora el presupuesto mensual debidamente estructurado con las posibles actividades a ejecutar, las cuales estuvieron direccionadas a impulsar la promoción de ventas del modelo Toyota Etios; posterior mediante un diagrama de Gantt se presenta las fechas tentativas para la ejecución de las actividades. Luego se procede a evaluar el presupuesto con el gerente de sucursal a detalle, realizando depuración de actividades y evaluación de costos; para posterior ser enviado al jefe corporativo de marketing con la finalidad de que sea aprobado por el gerente general del Grupo Autonort, dando así pase a la ejecución de todas las actividades programadas, las cuales estuvieron direccionadas a impulsar la promoción de ventas del modelo Etios, abarcando desde la publicidad en redes sociales, difusión en medios masivos, contratación de proveedores para el

servicio de alquiler de paneles publicitarios, realización de activaciones y eventos, hasta la producción de merchandising. Todas las actividades ejecutadas son constatadas mediante la presentación de los siguientes documentos: Informe de reembolsos Toyota del Perú (Ver anexo N°41), Cuadro de sustentos por publicidad (Ver anexo N°40), Reembolso publicitario por eventos (Ver anexo N°42), finalmente los sustentos plasmados en Word con el scan de las facturas y/o boletas y fotos de todas las actividades realizadas; los cuales son enviados el 26 de cada mes, con la finalidad de que éstos sean evaluados por el área de Marketing de Toyota del Perú y acceder a la Orden de compra con el 50% de reembolso por los gastos ejecutados (Ver anexo N°43)

Posterior al proceso de implementación del plan promocional se obtuvieron los datos de la investigación aquellos que fueron sometidos a un análisis para su interpretación, los cuales se llevó a cabo mediante la utilización del Software de NISIRA; donde encontramos el reporte de ventas mensuales del modelo Toyota-Etios, que son generados en el programa Excel, los cuales son manejados por el área de administración de ventas de la empresa.

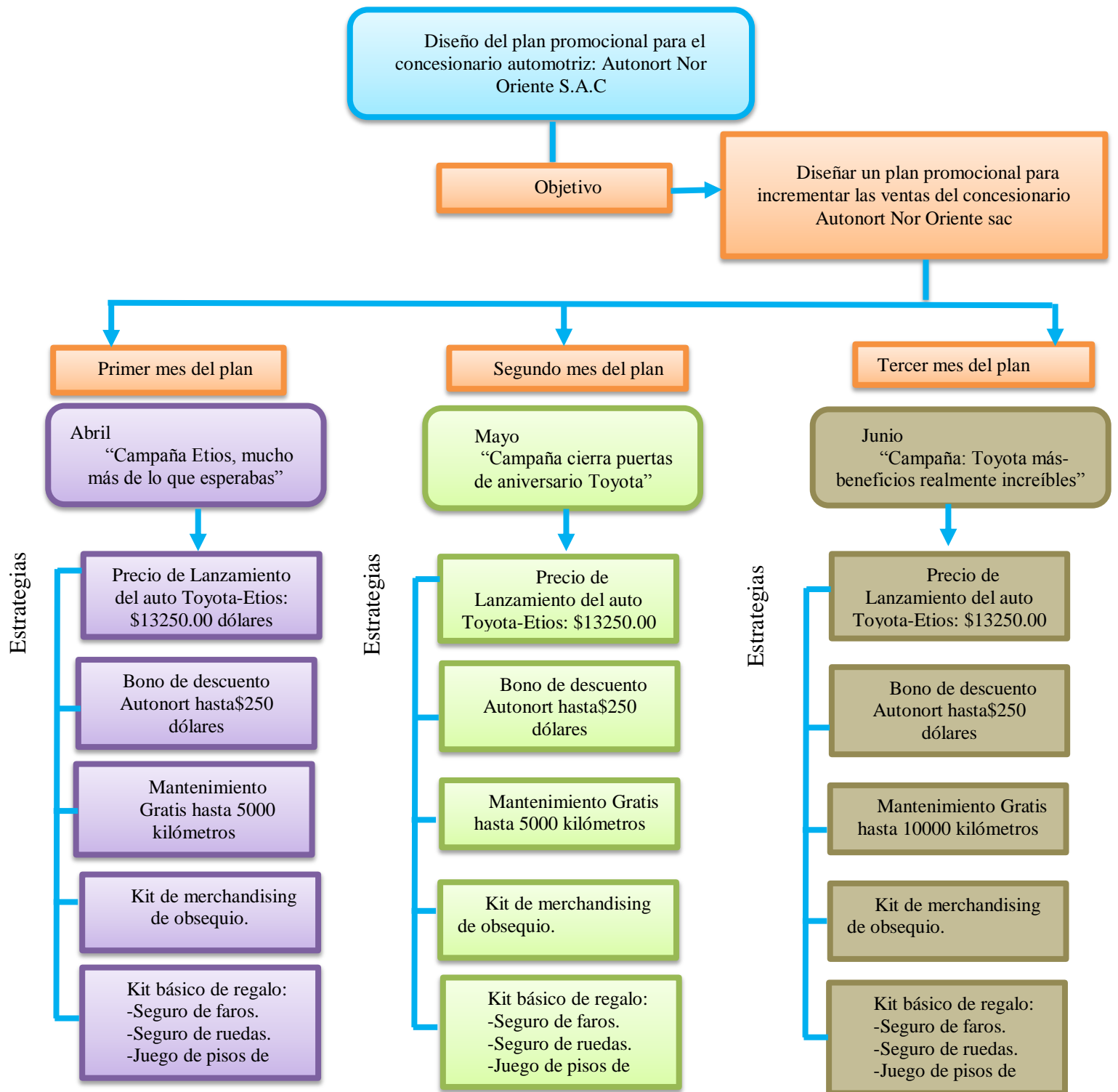


Figura 4: Diseño del plan promocional
Fuente: Elaboración propia.

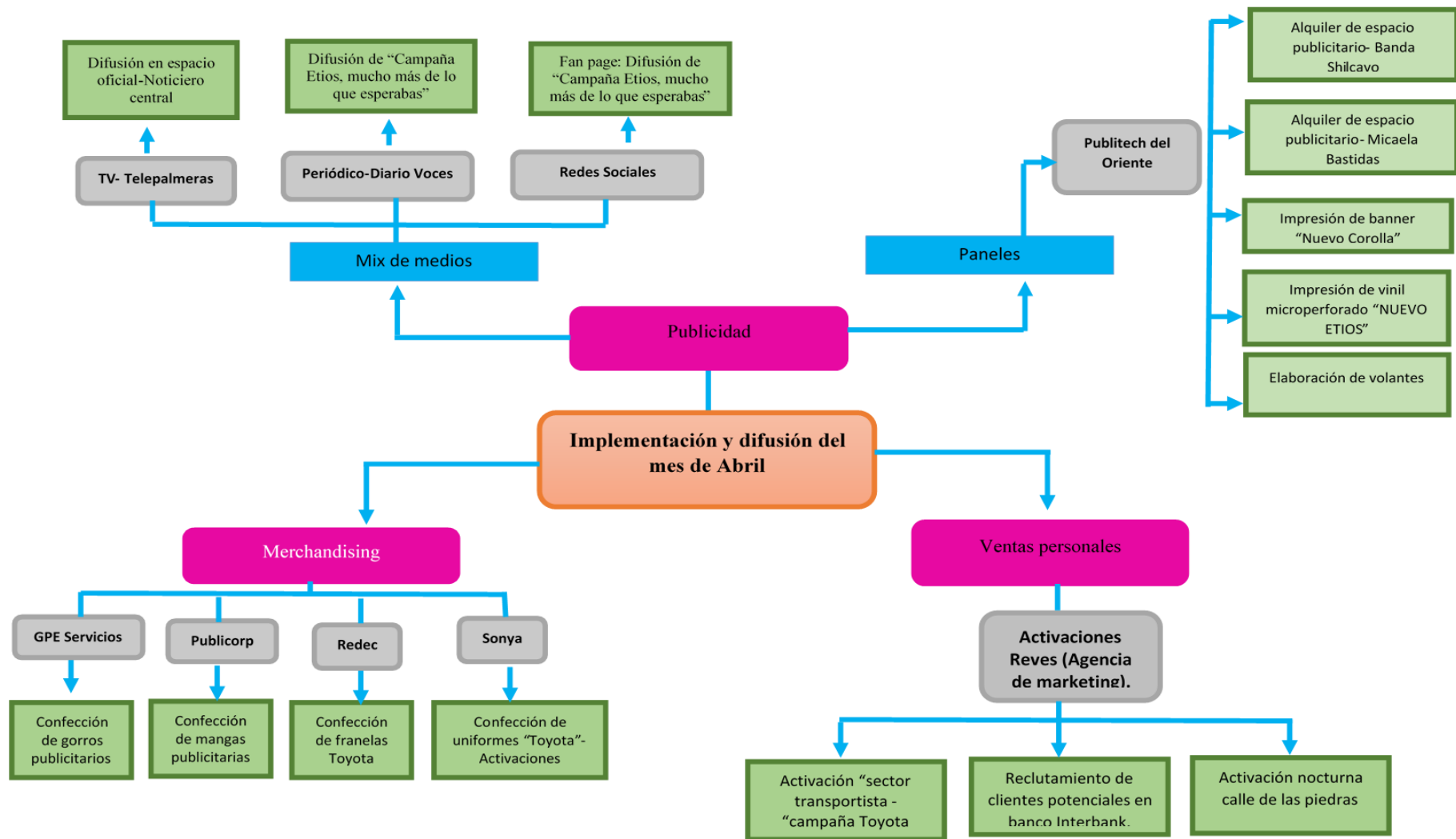


Figura 5: Implementación del plan promocional –Mes de abril
 Fuente: Elaboración propia.

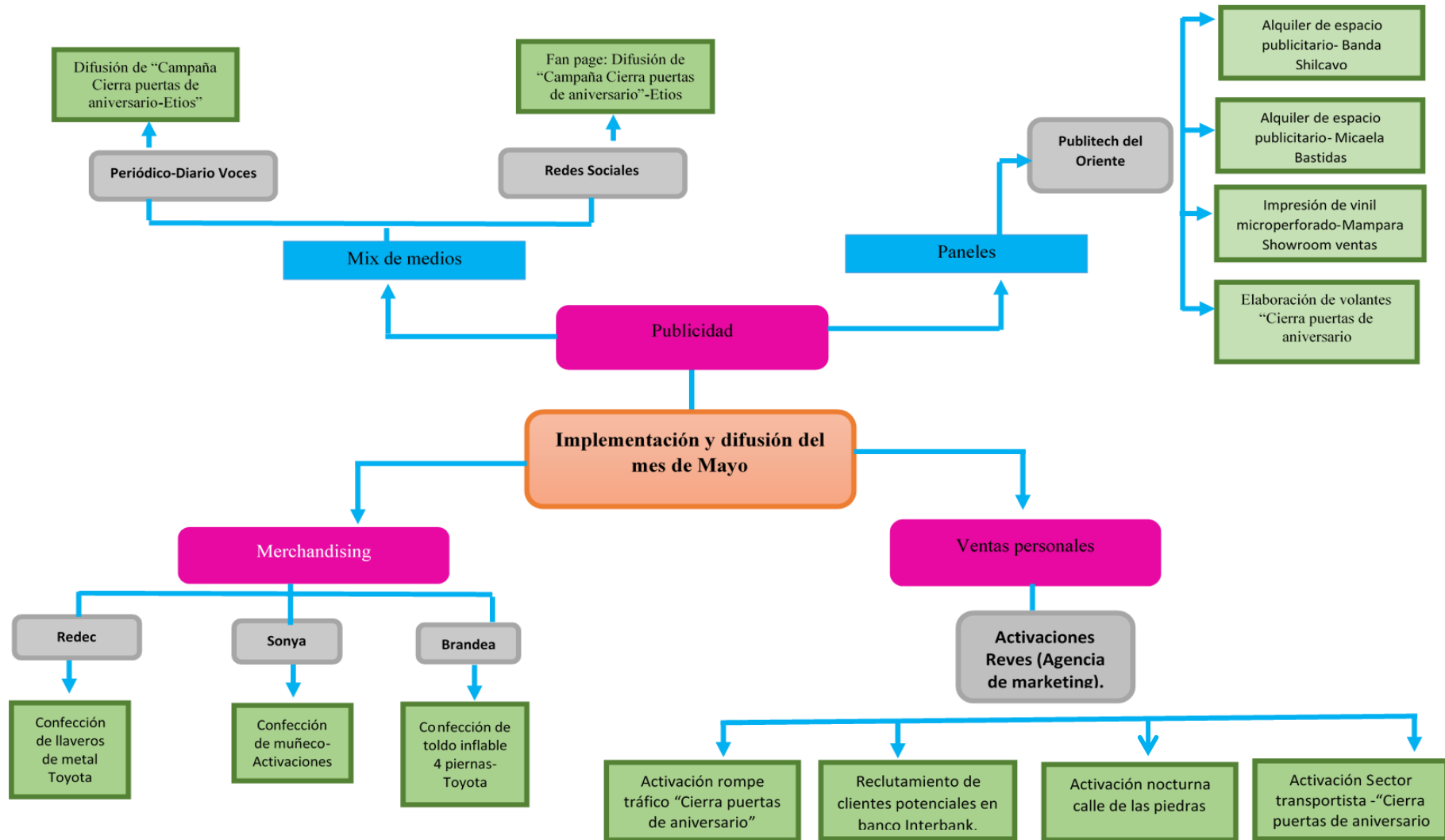


Figura 6: Implementación del plan promocional –Mes de Mayo
 Fuente: Elaboración propia

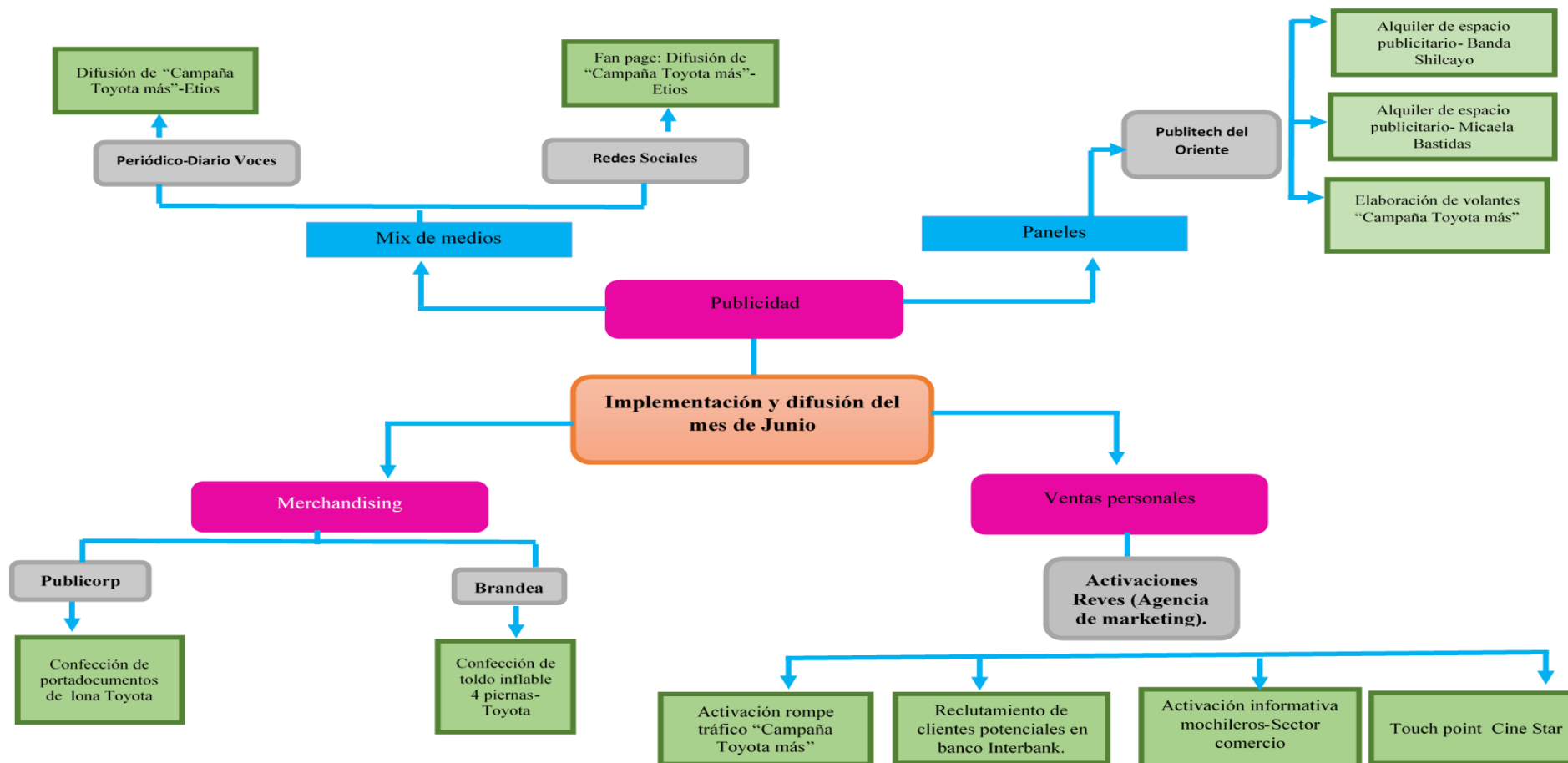


Figura 7: Implementación del plan promocional –mes de junio
Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN PROMOCIONAL-AUTONORT

NOR ORIENTE S.A.C

4.1 Análisis situacional del primer trimestre 2017

En el año 2009, Autonort Nor Oriente inició sus operaciones en la ciudad de Tarapoto, siendo el único Concesionario 3S (Venta, postventa y repuestos) autorizado por Toyota, ofreciendo a sus clientes la venta de vehículos y camiones en todos sus modelos, manteniendo los estándares y filosofía de trabajo Toyota, entre ellos practicar sus siguientes pilares: Mejora continua, Desafío, Kaizen, Genshi Genbutsu y Respeto por la gente.

Durante el transcurso de los años, Autonort ha tenido gran aceptación del público Tarapotino gracias a la demanda y crecimiento del parque automotor en la región San Martín, siendo el perfil de sus potenciales clientes: clientes transportistas, clientes particulares y clientes empresariales, aquellos que abarcan gran parte de las ventas mensuales de la empresa, siendo un indicador de crecimiento del poder adquisitivo en nuestra región de las pequeñas y grandes empresas, logrando Autonort posicionarse en el mercado Sanmartinense como el concesionario Toyota de seguridad y confianza que se ve reflejado en la fidelidad de sus clientes.

Como todo inicio de año, los rubros del sector automotriz normalmente se ven un poco afectada en el primer mes debido a factores exógenos, entre ellos la situación económica por los gastos sumamente elevados y deudas pendientes generadas del fin de año 2016. Sin embargo, se puede observar que, en el primer trimestre del año 2017, el Concesionario Autonort Nor Oriente no tuvo un incremento sustancial en ventas de vehículos en sus distintos modelos.

Según AAP (Asociación Automotriz del Perú) en la región de San Martín, el Concesionario Autonort Nor Oriente, dedicado a la distribución y venta de vehículos de la marca Toyota, en el mes de enero el modelo de vehículo más vendido fue el “Yaris”, cerrando el mes con 4 ventas; seguido por el modelo “Rav4” con 3 camionetas vendidas. Durante el mes de febrero se vendió 3 camionetas “Rav4”, de la misma forma 3 autos del modelo “Avanza”; finalizando el primer trimestre del año, la venta tuvo un incremento significativo, obteniendo un total de 13 autos “Yaris” vendidos, seguido de la camioneta Hilux entre su variedad de versiones 4x2 y 4x4 un total de 13 camionetas; sin embargo, el modelo Etios no logró cerrar ninguna venta.

Es por ello, Por ello se diseñó e implementó un plan promocional para incrementar las ventas del modelo Etios, el cual comprende de la publicidad, promoción de ventas, ventas personales y marketing directo. Posicionándolo como el vehículo que supere las expectativas de nuestro público objetivo, siendo un auto con gran desempeño, seguridad, comodidad y tecnología, a un precio atractivo de lanzamiento; mediante las distintas actividades planificadas a realizar durante el segundo trimestre del año des presente año.

A continuación, se presenta el reporte de cotizaciones extraídas del Sistema de Gestión de Clientes (SGC) de Toyota, durante el primer trimestre del año 2017.

Tabla 1: Reporte de Cotizaciones 1 Trimestre 2017

	Enero	Febrero	Marzo
COTIZACIONES	592	490	504

Fuente: Sistema de gestión del cliente (Toyota) - Elaboración propia

Se puede apreciar en la Tabla 1, en el mes de Enero se realizaron 592 proformas en el Concesionario Autonort Nor Oriente en sus distintos modelos de vehículos, con un total 17 vehículos vendidos; sin embargo en el mes de Febrero se realizaron 590 proformas, con un total de 28 unidades vendidas en sus distintos modelos; finalmente en el primer trimestre

del año se realizó 504 proformas, con un total de 32 vehículos vendidos en sus distintos modelos de la marca Toyota, mostrándonos un indicador de crecimiento en ventas, creando expectativas para el segundo trimestre del año. Sin embargo el modelo Etios no evidencia crecimiento en ventas (Anexo N° 2 y 3).

De igual importancia a continuación, se muestra a detalle el reporte correspondiente al primer trimestre del año 2017, mostrando a detalle la venta por modelo de vehículos.

Tabla 2: Reporte de ventas 1 Trimestre 2017

MODELOS	Enero	Febrero	Marzo	Total
4RUNNER	1	0	0	1
AVANZA 1.5 MT	4	1	3	8
HILUX 4X2 SR	4	6	6	16
HILUX 4x4 SRV	4	4	5	13
RAV4 2.0 CVT	2	2	3	7
YARIS 1.3	2	9	5	16
YARIS HB	0	2	4	6
ETIOS 1.5	0	3	2	5
FORTUNER 4X4 MT	0	1	2	3
COROLLA	0	0	2	2
LC PRADO 2.7	0	0	0	0
Total	17	27	32	77

Fuente: Nisira. Elaboración propia

Durante el primer trimestre del período 2017, se puede apreciar que los modelos más vendidos fueron: Hilux 4x2 con un resultado de 16 camionetas vendidas, obteniendo un resultado significativo; seguidos del modelo Yaris 1.3 con 16 autos vendidos; posterior se observa el modelo Hilux 4x4 SRV full equipo con un reporte de ventas de 13 camionetas; sin embargo, se puede apreciar que el modelo Rav4 obtuvo un reporte de 7 camionetas vendidas a pesar de ser un modelo relativamente caro. Por otra parte, el modelo Corolla solo se obtuvo 2 ventas, finalmente se observa que el modelo Fortuner reporta 2 ventas durante el primer trimestre siendo uno de los modelos más caros de la marca Toyota.

Según el objeto de estudio, a continuación, se presenta la tabla de cotizaciones del modelo Etios, durando el primer trimestre del año 2017.

Tabla 3: Cotizaciones del modelo Etios

MODELO	Enero	Febrero	Marzo
ETIOS 1.5	43	26	35

Fuente: Sistema de gestión del cliente (SGC) - Elaboración propia

Sin embargo según el reporte de cotizaciones extraídas del Sistema de Gestión de clientes (SGC) de Toyota, se observa que el modelo Etios a pesar de ser un vehículo nuevo, con exclusivas características como: desempeño al ser motor 1.5; seguridad, al tener doble airbag y frenos ABS; comodidad, contando con aire acondicionado y pestillos eléctricos; finalmente tecnología, al tener un tablero digital y bluetooth, siendo el modelo de vehículo más cómodo de la marca Toyota a un precio atractivo de lanzamiento.

En la tabla 3, se aprecia el número de cotizaciones del modelo Etios; en el mes de Enero logró tener 43 cotizaciones, de las cuales no se logró cerrar ninguna venta; sin embargo en el mes de Febrero se realizaron 26 cotizaciones, de las cuales al finalizar el mes se vendieron 3 vehículos (Ver anexo N°2); finalmente en el mes de Marzo se realizaron 35 cotizaciones, de las cuales al fin de mes se vendieron 2 autos Etios (Ver anexo N°3); por ende durante el primer trimestre del año 2017 se logró vender solo 5 autos Toyota -Etios, creando grandes expectativas para la ejecución del plan promocional a desarrollar durante el segundo trimestre del año, con el único objetivo de incrementar las ventas, escogiendo el modelo Toyota Etios para la realización del *estudio de caso*, que al ser un modelo nuevo de vehículo de la marca Toyota cuenta con un precio de lanzamiento accesible en comparación de los modelos Corolla y LC Prado debido a que los vehículos antes mencionando son de mayor precio adquisitivo y de poca rotación en la empresa Autonort Nor Oriente.

4.2 Implementación del plan promocional

Toyota del Perú a través de sus concesionarios maneja campañas mensuales que son implementadas por el equipo de Marketing de cada sede, mediante una serie de actividades

previamente programadas a través de un presupuesto estructurado no mayor a \$ 5000.00, donde procede a ser evaluado y aprobado por el gerente general y el coordinador corporativo de Marketing del Grupo Autonort para proceder con el desarrollo de las actividades; a fines de cada mes se procede a realizar los siguientes informes: Informe de reembolsos TDP (Toyota del Perú), cuadro de sustentos de reembolso por publicidad (anexo n°21) y el formato de reembolsos por eventos posterior los informes proceden a ser enviados al área de Marketing de Toyota del Perú con el propósito de que éstos sean validados y se pueda generar la orden de compra para que el Concesionario Autonort proceda a realizar la factura con el 50% de gastos que es reembolsado por Toyota del Perú; finalmente se envía la factura en físico, y la fotocopia de todas las facturas con sus sustentos (fotos) de las actividades realizadas a las oficinas de Toyota del Perú.

En el segundo trimestre del año se propone diseñar un plan promocional para incrementar las ventas del modelo Etios que consta de la planificación de una serie de actividades debidamente estructuradas y organizadas con el objetivo de impulsar las ventas del nuevo modelo ETIOS de la marca Toyota en la ciudad de Tarapoto, se pretende utilizar estrategias atractivas de venta, entre ellos: Precio de lanzamiento Toyota-Etios \$13 250 dólares, posicionándolo en la mente de los consumidores como el vehículo más barato del mercado, bonos de descuento Autonort hasta los \$ 250 dólares, mantenimiento gratis hasta los 5 000 kilómetros, kit básico de regalo (seguro de faros, seguro de ruedas, juego de pisos de jebe, finalmente el kit de merchandising de obsequio).

4.2.1 Implementación del plan promocional -mes de Abril.

En el mes de abril se desarrolló la campaña “ETIOS, Mucho más de lo que esperabas” contando una serie de actividades, comenzando con la difusión de la campaña en medios masivos como Televisión (Ver anexo N°7), periódico (Ver anexo N°8) y redes sociales (Ver

anexo N°21); se contó también con el alquiler de dos paneles publicitarios ubicados en puntos estratégicos de la ciudad de Tarapoto (Ver anexo N°9 y 10)

Parte del cronograma consto con la producción de merchandising para obsequiar en los distintos eventos o activaciones a realizados, en el mes de abril se mandó a producir gorros publicitarios (Ver anexo N°14), mangas publicitarias en algodón (Ver anexo N°15) y franelas (Ver anexo N°16), pensando en los clientes transportistas; finalmente se confeccionaron nuevos uniformes Toyota para las activaciones (Ver anexo N°13).

En primera instancia se ejecutó una activación en las empresas de transportes más reconocidas de la ciudad, con la finalidad de dar a conocer a los clientes transportistas quienes son los más interesados en adquirir un Toyota ETIOS, a un precio accesible de lanzamiento, motor 1.5-full equipo. Los días 17 ,18 Y 19 de Abril se realizó un Touch point de 9.00 am -5:00 pm donde se exhibió el modelo ETIOS en las siguientes empresas de transporte: “Turismo San Martín” y “Pizana Express” (Ver anexo N°19), esperando tener gran acogida del público objetivo e interés de compra futura; para la activación se contó con la presencia de un asesor de venta encargado de brindar toda la información, y características a los clientes interesados, dando así a conocer los beneficios, promociones y descuentos del modelo ETIOS.

Durante el desarrollo de las actividades, el Grupo Autonort realizó una activación los días 20,21 y 22 denominada “Reclutamiento de clientes potenciales en Banco Interbank” contando con la presencia de un asesor de venta encargado de transmitir la información a los clientes interesados (Ver anexo N°18).


Finalmente del 19 al 22 de abril se realizó incursiones nocturnas en “Calle de las piedras” visitando los principales bares de la ciudad (Ver anexo N°20), se contó con la presencia de dos anfitrionas encargadas de volanteo (Ver anexo N°12) y al mismo tiempo interactuar con las personas mediante un juego que consistió en vendar los ojos al participante y mostrarle

un tablero con nombres de productos de merchandising a obsequiar, motivándolo a apuntar con la mano al azar en el tablero; procediendo luego a obsequiar el producto señalado, entre ellos: llaveros, toma todos, gel y polos Toyota, logrando tener gran acogida en dicha activación.

A continuación, se muestra a detalle un diagrama de Gantt con todas las actividades planificadas para el mes de abril.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES MES DE MAYO	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
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES "CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO"	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
DIFUSION DE CAMPAÑA EN DIARIO VOCES	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PANEL COROLLA 2017-MICHAELA BASTIDAS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PANEL HILUX -BANDA DE SHILCAYO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
RECLUTAMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES EN BANCO INTERBANK					X	X									X																
ACTIVACIÓN TRANSPORTISTAS (HUALLAGA EXPRESS, TRANSPORTES CAJAMARCA)																			X	X											
ACTIVACIÓN ROMPE TRÁFICO "CAMPAÑA CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO)																		X	X	X											
ACTIVACIÓN NOCTURNA –CALLE DE LAS PIEDRAS																							X	X	X						

Figura 8: Diagrama de Gantt mes de abril
Fuente: Elaboración propia

			CAMPAÑA:	CAMPAÑA "ETIOS, MUCHO MÁS DE LO QUE ESPERABAS"				
			LUGAR Y FECHA:	NOR ORIENTE - 2017				
							PRESUPUESTO GENERAL	
CONCEPTO	PROVEEDOR	DETALLE	UNID.	COSTO X UNIDAD		COSTO TOTAL		EVALUACIÓN
TARAPOTO							S/. 16.388,01	SOFTWARE NISIRA
MIX DE MEDIOS							S/. 4.150,00	
DIFUSIÓN	TELEPALMERAS	DIFUSION EN TV + ESPACIO OFICIAL NOTICIERO CENTRAL	1	S/.	1.000,00	S/.	1.000,00	
DIFUSIÓN	DIARIO VOCES	DIFUSION EN PERIODICO "CAMPAÑA TOYOTA ETIOS"	1	S/.	2.500,00	S/.	2.500,00	
DIFUSIÓN	LUIS ALBERTO	DIFUSION EN REDES SOCIALES	1	S/.	650,00	S/.	650,00	
PANELES							S/. 8.240,00	
PANEL PUBLICITARIO	PUBLORIENTE	ALQUILER DE ESPACIO PUBLICITARIO 8X4 - RIO SHILCAYO	1	S/.	1.850,00	S/.	1.850,00	
PANEL PUBLICITARIO	PUBLORIENTE	ALQUILER DE ESPACIO PUBLICITARIO 8X4 - MICAELA BASTIDAS	1	S/.	2.100,00	S/.	2.100,00	
PANEL PUBLICITARIO	PUBLORIENTE	IMPRESIÓN DE BANNER "NUEVO COROLLA" 8X4-MICAELA BASTIDAS	1	S/.	440,00	S/.	440,00	
SHORWROOM	PUBLORIENTE	IMPRESIÓN DE VINIL MICORPERFORADO "NUEVO ETIOS 2017" 12X2.50 MTS	1	S/.	3.200,00	S/.	3.200,00	
PANEL PUBLICITARIO	PUBLORIENTE	ELABORACION DE VOLANTES "CAMPAÑA TOYOTA"-ETIOS	5	S/.	130,00	S/.	650,00	
MERCHANDISING							S/. 1.658,01	
MERCHANDISING	GPE SERVICIOS	CONFECCIÓN DE GORROS PUBLICITARIOS	100	S/.	6,80	S/.	680,00	
MERCHANDISING	PUBLICORP	CONFECCIÓN DE MANGAS PUBLICITARIAS EN ALGODÓN	100	S/.	3,20	S/.	320,00	
MERCHANDISING	REDEC	CONFECCIÓN DE FRANELAS TOYOTA	100	S/.	2,18	S/.	218,00	
UNIFORME	SONYA	CONFECCIÓN DE UNIFORME "TOYOTA" -ACTIVACIONES	3	S/.	146,67	S/.	440,01	
ACTIVIDADES CAMPAÑA LIQUIDACION TOTAL TOYOTA							S/. 2.340,00	
ACTIVACION	REVES	ACTIVACION INFORMATIVA "SECTOR TRANSPORTISTA-CAMPAÑA TOYOTA"	3	S/.	230,00	S/.	690,00	
ACTIVACION	REVES	ACTIVACION NOCTURNA "CAMPAÑA TOYOTA"-ETIOS	4	S/.	210,00	S/.	840,00	
ACTIVACION	CINE STAR	RECLUTAMIENTO EN BANCOS "CAMPAÑA TOYOTA"-ETIOS	3	S/.	270,00	S/.	810,00	
Inversión Total ABRIL 2017							S/. 16.388,01	

En este presupuesto a fecha 31/04/2017 contarémos con el reembolso DEL 50% por parte de TDP. Dicha facturación tiene que hacerse dentro del mes de ABRIL.

DETALLE	DÓLARES sin IGV	Total Dolares
REEMBOLSO TDP	2.424,26	4.848,52
MONTO sin IGV		
Autonomark		

Figura 9: Diseño del plan promocional –mes de abril

Fuente: Elaboración propia

4.2.2 Implementación del plan promocional -mes de mayo.

Toyota al 2017 cumple 50 años en el mercado Nacional, es por ello que para el mes de mayo se desarrolló la campaña de ventas denominada “Cierra puertas de aniversario” con el objetivo de integrar el mensaje de aniversario con la campaña de ventas por modelo, dentro de ellos se impulsó la promoción de venta del modelo ETIOS, con bonos y descuentos atractivos.

Durante el desarrollo de actividades se pretendió tener gran alcance en medios, dicho sea el caso de las publicaciones en Diario Voces (Ver anexo N°27), así como el uso de redes sociales (Ver anexo N°39), siendo Facebook el medio de mayor interacción, donde se realizó publicaciones alusivas a la campaña “Cierra puertas de aniversario” ; para dicho mes también se contó con el alquiler de dos paneles publicados en Av. Micaela Bastidas (Ver anexo N°28) y Banda de Shilcayo (Ver anexo N°29), siendo puntos estratégicos de mayor tránsito vehicular.

Como parte de la estrategia de la promoción de ventas, se mandó a producir nuevo merchandising dentro de ellos: llaveros de metal y polos publicitarios “Soy hinchita Toyota” con la finalidad de que éstos sean obsequiados a todos los clientes interesados o aquellos que hayan solicitado una proforma en algún evento realizado por el Grupo Autonort.

Si bien es cierto, el objetivo de la ejecución de actividades es generar mayor tráfico de ingresantes en el Concesionario, aquellos que se vieron reflejados en las ventas, en el mes de mayo se dio apertura a la campaña realizando una activación denominada “Reclutamiento de clientes potenciales en Banco Interbank”, los días 5,6 y 15 de mayo (Ver anexo N°35), contando con la presencia de una asesora de venta encargada reclutar clientes interesados por la campaña.

Parte del cronograma de actividades, en el mes de mayo se realizó exhibiciones en dos empresas de transportes conocidos de la ciudad, siendo el 19 y 20 los días con mayor concurrencia en “Transportes Cajamarca” y “Huallaga Express”; donde se realizó la exhibición del modelo ETIOS, contando con la presencia de un asesor de venta encargado de brindar toda la información solicitada por clientes interesados; contando con gran aceptación del público objetivo (Ver anexo N°34).

Los días 18, 19 y 20 de mayo se volvió a romper esquemas en la ciudad de Tarapoto, el Grupo Autonort replicando la activación denominado “rompe tráfico” en los principales semáforos de Tarapoto y Morales (Ver anexo N°32), con una duración de 2 horas, contando con la presencia de 3 anfitrionas junto a paletas alusivas a la campaña, y 1 asistente encargado de volanteo (Ver anexo N°31) a todas las personas que estuvieron en la espera del cambio de semáforo. Finalmente se realizó incursiones nocturnas en “Calle de las piedras” los días 23, 24 y 25 de Mayo(Ver anexo N°33), visitando los principales bares de la ciudad, se contó con la presencia de dos anfitrionas encargadas de volanteo (Ver anexo N°31) y al mismo tiempo interactuar con las personas mediante un juego que consistía en vender los ojos al participante y mostrarle un tablero con nombres de productos de merchandising a obsequiar, motivándolo a apuntar con la mano al azar en el tablero; procediendo luego a obsequiar el producto señalado, entre ellos: llaveros (Ver anexo N°37), toma todos, gel y polos Toyota, logrando tener gran acogida en dicha activación.

A continuación, se muestra a detalle un diagrama de Gantt con todas las actividades planificadas y el presupuesto debidamente estructurado correspondiente al mes de mayo.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES MES DE MAYO	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
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES "CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO"	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
DIFUSION DE CAMPAÑA EN DIARIO VOCES	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PANEL COROLLA 2017-MICAELA BASTIDAS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PANEL HILUX -BANDA DE SHILCAYO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
RECLUTAMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES EN BANCO INTERBANK					X	X									X																
ACTIVACIÓN TRANSPORTISTAS (HUALLAGA EXPRESS, TRANSPORTES CAJAMARCA)																			X	X											
ACTIVACIÓN ROMPE TRÁFICO "CAMPAÑA CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO)																		X	X	X											
ACTIVACIÓN NOCTURNA –CALLE DE LAS PIEDRAS																							X	X	X						

Figura 10: Diagrama de Gantt mes de mayo

Fuente: Elaboración propia

 PLAN PROMOCIONAL MES DE MAYO 				CAMPAÑA:	CAMPAÑA TOYOTA-CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO		
				LUGAR Y FECHA:	NOR ORIENTE - 2017		
				PRESUPUESTO GENERAL			
MEZCLA PROMOCIONAL	CONCEPTO	PROVEEDOR	DETALLE	UNID.	COSTO X UNIDAD	COSTO TOTAL	EVALUACIÓN
TARAPOTO						S/. 17.363,10	
PUBLICIDAD	MIX DE MEDIOS		ACCIONES		PRESUPUESTO		S/. 3.150,00
	DIFUSION	DIARIO VOCES	DIFUSION EN PERIODICO "CAMPAÑA CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO"- ETIOS		1	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00
	DIFUSIÓN	LUIS ALBERTO	DIFUSION DE CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES		1	S/. 650,00	S/. 650,00
	PANELES		ACCIONES		PRESUPUESTO		S/. 7.675,00
	PANEL PUBLICITARIO	PUBLIORIENTE	ALQUILER DE ESPACIO PUBLICITARIO 8X4 - RIO SHILCAYO		1	S/. 1.850,00	S/. 1.850,00
	PANEL PUBLICITARIO	PUBLIORIENTE	ALQUILER DE ESPACIO PUBLICITARIO 8X4 - MICAELA BASTIDAS		1	S/. 2.100,00	S/. 2.100,00
	SHOWROOM	PUBLIORIENTE	IMPRESIÓN DE VINIL MICORPERFORADO "CAMPAÑA TOYOTA" -MAMPARA VENTAS		1	S/. 3.000,00	S/. 3.000,00
	VOLANTES	PUBLIORIENTE	ELABORACION DE VOLANTES "CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO"		5	S/. 145,00	S/. 725,00
MERCHANDISING	MERCHANDISING		ACCIONES		PRESUPUESTO		S/. 3.708,10
	MERCHANDISING	REDEC	CONFECCIÓN DE LLAVEROS DE METAL TOYOTA		100	S/. 6,50	S/. 650,00
	MUÑECO ACTIVACIÓN	SONYA	CONFECCIÓN DE CABEZA DE MUÑECO CABEZÓN + VESTIMENTA PARA ACTIVACIONES		1	S/. 350,00	S/. 350,00
	CONFECCION DE TOLDO INFLABLE	BRANDEA S.A.C	CONFECCIÓN DE TOLDO INFLABLE 4 PIERNAS A PARA ACTIVACIONES		1	S/. 2.708,10	S/. 2.708,10
VENTAS PERSONALES	ACTIVACIONES		ACCIONES		PRESUPUESTO		S/. 2.830,00
	ACTIVACION	REVES	ACTIVACION ROMPE TRÁFICO "CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO"		3	S/. 290,00	S/. 870,00
	ACTIVACION	REVES	ACTIVACION TRANSPORTISTAS "CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO"-ETIOS		2	S/. 230,00	S/. 460,00
	ACTIVACION	REVES	RECLUTAMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES EN BANCO INTERBANK		3	S/. 290,00	S/. 870,00
	ACTIVACION	REVES	ACTIVACION NOCTURNA ETIOS -CALLE DE LAS PIEDRAS		3	S/. 210,00	S/. 630,00
Inversión Total MAYO 2017						S/. 17.363,10	

NISIRA

En este presupuesto a fecha 31/0/2017 contarémos con el reembolso DEL 50% por parte de TDP. Dicha facturación tiene que hacerse dentro del mes de MAYO.

DETALLE	DÓLARES sin IGV	Total Dolares
REEMBOLSO TDP		
MONTO sin IGV	2.568,51	5.137,01
Autonort		

Figura 11: Diseño del plan promocional-mes de mayo.
Fuente: Elaboración propia

4.2.3 Implementación del plan promocional -mes de junio.

En el mes de junio se implementó la campaña de ventas denominada “Toyota más”, brindando a sus clientes beneficios realmente increíbles con la finalidad de impulsar la promoción de ventas del modelo Etios, la campaña “Toyota más” contó con bono de descuento de hasta \$250 dólares, mantenimiento gratis hasta los 10,000 kilómetros, kit básico de regalo, finalmente un precio atractivo de lanzamiento de 13 250 dólares.

Durante la ejecución de actividades se logró tener gran alcance en medios, siendo Diario Voces (Ver anexo N°45) el encargado de las publicaciones de la campaña “Toyota más”; así como el uso de redes sociales (Ver anexo N°57), Facebook el medio de mayor interacción, donde durante el mes se realizó publicaciones alusivas a la campaña, también se contó con el alquiler de dos paneles publicados en Av. Micaela Bastidas (Ver anexo N°46) y Banda de Shilcayo (Ver anexo N°47), siendo puntos estratégicos de mayor tránsito vehicular.

Como parte de la estrategia de la promoción de las ventas del modelo Etios, se mandó a producir nuevo merchandising, entre ellos: porta documentos de lona (Ver anexo N°49), con la finalidad de que éstos sean obsequiados a todos los clientes interesados o aquellos que hayan solicitado una proforma en algún evento realizado por el Grupo Autonort.

Como primer punto se realizó una activación denominada “reclutamiento de clientes potenciales en banco Interbank” (Ver anexo N°53) los días 5,6 y 15 de junio, contando con la presencia de una asesora de ventas, encargada de brindar la información a los clientes potenciales.

Como segundo punto, los días 15,16 y 17 se realizó activaciones “rompe tráfico” con una duración de 2 horas en los principales semáforos de la ciudad, como punto estratégico se eligió Morales y Tarapoto (Ver anexo N°51), contando con la presencia de 3 anfitrionas

junto a paletas alusivas a la campaña, y 1 asistente encargado de volanteo (Ver anexo N°56) a todas las personas que estuvieron en la espera del cambio de semáforo.

Como tercer punto 16, 17 y 19 de junio se realizó activaciones denominados “volanteo mochileros” en los principales mercados de la ciudad, entre ellos: mercado Huequito, mercado N°02 y mercado N° 03 (Ver anexo N° 52). Todas las actividades desarrolladas durante el mes tienen como objetivo incrementar las ventas, generar cartera de clientes potenciales y posicionamiento de marca, logrando obtener buenos resultados al cierre de ventas al finalizar el mes de junio.

Finalmente se realizó “Touch point” los días 20, 22 y 23 de junio en Cine Star –Tarapoto (Ver anexo N°55), donde se exhibió el nuevo modelo Etios; contando con la presencia de una asesora de ventas encargada de brindar toda la información correspondiente a la campaña, y una anfitriona encargada de obsequiar merchandising a los clientes interesados por la campaña; logrando tener gran acogida con un número mayor de 650 visitantes.

A continuación, se muestra a detalle un diagrama de Gantt con todas las actividades planificadas y el presupuesto debidamente estructurado correspondiente al mes de junio.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES MES DE JUNIO	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
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES "TOYOTA MÁS"	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
DIFUSION DE CAMPAÑA EN DIARIO VOCES	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PANEL COROLLA 2017-MICHAELA BASTIDAS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PANEL HILUX -BANDA DE SHILCAYO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
RECLUTAMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES EN BANCO INTERBANK					X	X									X																
ACTIVACIÓN ROMPE TRÁFICO "CAMPAÑA TOYOTA MÁS"															X	X	X														
VOLANTEO MOCHILEROS "MERCADO N°2, MERCADO HUEQUITO, MERCADO N°3"																X	X			X											
TOUCH POINT CINE STAR																				X		X	X								

Figura 12 Diagrama de Gantt mes de junio

Fuente: Elaboración propia

 PLAN PROMOCIONAL MES DE JUNIO 				CAMPAÑA: CAMPAÑA "TOYOTA MÁS" LUGAR Y FECHA: NOR ORIENTE - 2017			
PRESUPUESTO GENERAL							
MEZCLA PROMOCIONAL	CONCEPTO	PROVEEDOR	DETALLE	UNID.	COSTO X UNIDAD	COSTO TOTAL	EVALUACIÓN
TARAPOTO				TOTAL		S/. 15.240,01	
PUBLICIDAD	MIX DE MEDIOS		ACCIONES		PRESUPUESTO		S/. 3.150,00
	DIFUSION	DIARIO VOCES	DIFUSION EN PERIODICO "CAMPAÑA TOYOTA MÁS"-ETIOS		1	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00
	DIFUSIÓN	LUIS ALBERTO	DIFUSION DE CAMPAÑA "TOYOTA MÁS" EN REDES SOCIALES		1	S/. 650,00	S/. 650,00
	PANELES		ACCIONES		PRESUPUESTO		S/. 4.820,00
	PANEL PUBLICITARIO	PUBLIORIENTE	ALQUILER DE ESPACIO PUBLICITARIO 8X4 - RIO SHILCAYO		1	S/. 1.850,00	S/. 1.850,00
	PANEL PUBLICITARIO	PUBLIORIENTE	ALQUILER DE ESPACIO PUBLICITARIO 8X4 - MICAELA BASTIDAS		1	S/. 2.100,00	S/. 2.100,00
	VOLANTES	PUBLIORIENTE	ELABORACION DE VOLANTES "CAMPAÑA TOYOTA MÁS"		6	S/. 145,00	S/. 870,00
MERCHANDISING	MERCHANDISING		ACCIONES		PRESUPUESTO		S/. 2.970,00
	MERCHANDISING	PUBLICORP	PORTADOCUMENTOS DE LONA TOYOTA		50	S/. 13,50	S/. 675,00
	TOLDO INFLABLE	BRANDEA S.A.C	SALDO FINAL POR CONFECCIÓN DE TOLDO 4 PIERNAS		1	S/. 2.295,00	S/. 2.295,00
VENTAS PERSONALES	ACTIVACIONES		ACCIONES		PRESUPUESTO		S/. 4.300,01
	ACTIVACION	REVES	ACTIVACION ROMPE TRÁFICO "CAMPAÑA TOYOTA" + MEGÁFONO		3	S/. 290,00	S/. 870,00
	ACTIVACION	REVES	RECLUTAMIENTO EN BANCOS (INTERBANK-MI BANCO)		3	S/. 290,00	S/. 870,00
	ACTIVACION	REVES	ACTIVACIÓN MOCHILEROS EN MERCADOS (VOLANTEO INFORMATIVO +MAGÁFONO)		3	S/. 270,00	S/. 810,00
	ACTIVACION	CINE STAR	TOUCH POINT CINE STAR		3	S/. 266,67	S/. 800,01
	ACTIVACION	REVES	ANFITRIONA+ ANIMADOR TOUCH POINT		1	S/. 950,00	S/. 950,00
Inversión Total JUNIO 2017						S/. 15.240,01	

SOFTWARE
NISIRA

En este presupuesto a fecha 31/04/2017 contarémos con el reembolso DEL 50% por parte de TDP. Dicha facturación tiene que hacerse dentro del mes de JUNIO.

DETALLE		DÓLARES sin IGV	Total Dolares
REEMBOLSO TDP		2.254,44	4.508,88
MONTO sin IGV			
Autonort			

Figura 13: Diseño del plan promocional-mes de junio

Fuente: Elaboración propia

4.3. Resultados

Tabla 4: Cotizaciones del I Trimestre y II Trimestre

	1 Trimestre				2 Trimestre			
	Enero	Febrero	Marzo	Total	Abril	Mayo	Junio	Total
Cotizaciones	43	26	35	104	59	80	92	231
Porcentaje	13%	8%	10%	31%	18%	24%	27%	69%

Fuente: Sistema de gestión del cliente (SGC) - Elaboración propia

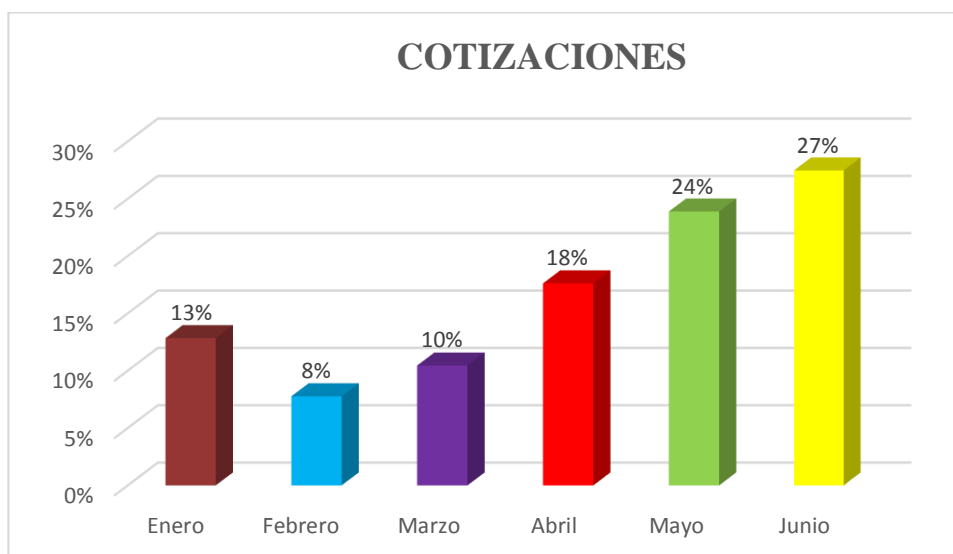


Figura 13: La suma de las cotizaciones del primer trimestre representa el 31% del total, el mes que tuvo más índice de cotizaciones es el mes de junio con 27% de cotizaciones, seguido por el mes de mayo con el 24% que representa 80 cotizaciones del modelo Etios, finalmente el mes de abril con 18% de cotizaciones que representa 59 cotizaciones- Fuente Sistema de Gestión del Cliente (SGC), Autonort Nor Oriente S.A.C

Tabla 5: Reporte de ventas de I Trimestre y II Trimestre

	1 Trimestre				2 Trimestre			
	Enero	Febrero	Marzo	Total	Abril	Mayo	Junio	Total
Ventas	0	3	2	5	3	6	14	23
Porcentaje	0%	11%	7%	18%	11%	21%	50%	82%

Fuente: Nisira. Elaboración propia



Figura 14: Las ventas realizadas durante el I y II trimestre muestran una tendencia de crecimiento constante; durante el primer trimestre se vendieron 5 autos modelo Toyota-Etios que representan el 18% del total (anexo n° 2 y 3); sin embargo, el 82% restante representa la venta del segundo trimestre, dando un total de 23 autos vendidos del modelo Etios, lo que se puede observar en los anexos n° 4, 5 y 6 – Fuente: Nisira, Autonort Nor Oriente S.A.C

Tabla 6: Tendencia de compra según colores

	1 Trimestre			2 Trimestre			Total	%
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
Blanco		2	1	1	4	10	18	62%
Negro mica		1		1		1	3	10%
Rojo mica metálico			1				1	3%
Plata metálico				1	2	1	4	14%
Beige mica						3	3	10%

Fuente: Nisira. Elaboración propia

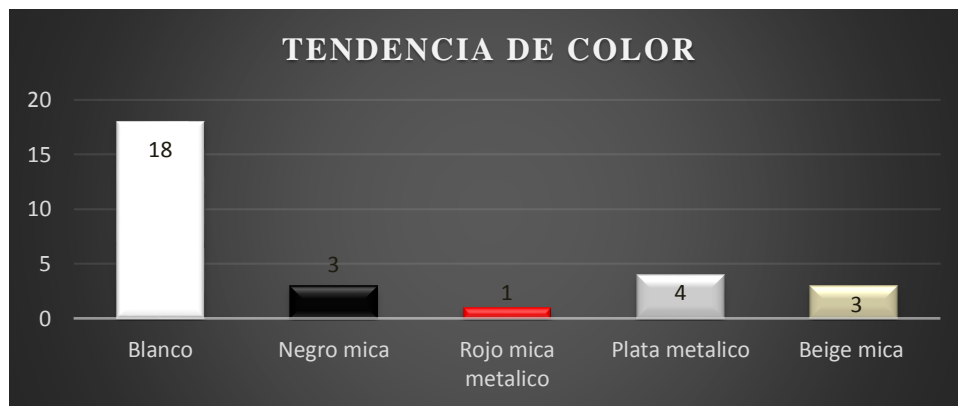


Figura 15: El color más vendido durante los dos períodos es el color blanco, con un total de 18 autos que representando el 62% de las ventas, seguido por el color plata metálico que obtuvo un total de 4 autos vendidos, el cual representa el 14% del total de las ventas. Fuente: Nisira, Autonort Nor Oriente S.A.C

CONCLUSIONES

Conclusión del diseño

1.-El diseño del plan promocional estuvo guiada por tres campañas mensuales durante el segundo trimestre; en el mes de enero se realizó la campaña “Etios, mucho más de lo que esperabas”, para el mes de febrero se ejecutó la campaña “Cierra puertas de aniversario Toyota” y por último en el mes de abril la campaña “Toyota más- beneficios realmente increíbles”. Los cuales tuvieron por estrategia un precio de lanzamiento del auto Toyota-Etios de \$13250.00 dólares, un bono de descuento Autonort hasta los \$250 dólares, mantenimiento gratis hasta 5000 o 10 000 kilómetros, kit básico de regalo (seguro de faros, seguro de ruedas, juego de pisos de jebe) y kit de merchandising de obsequio.

Conclusiones de la implementación

1.- La implementación del plan promocional, según el mapa de procesos que se puede observar en el Anexo N°1 está sujeto a la elaboración del presupuesto mensual de la campaña realizada. Donde en primera instancia se elabora el presupuesto mensual debidamente estructurado con las posibles actividades a ejecutar, las cuales estuvieron direccionadas a impulsar la promoción de ventas del modelo Toyota Etios; posterior mediante un diagrama de Gantt se presenta las fechas tentativas para la ejecución de las actividades. Luego se procede a evaluar el presupuesto con el gerente de sucursal a detalle, realizando depuración de actividades y evaluación de costos; para posterior ser enviado al jefe corporativo de marketing con la finalidad de que sea aprobado por el gerente general del Grupo Autonort, dando así pase a la ejecución de todas las actividades programadas, las cuales estuvieron direccionadas a impulsar la promoción de ventas del modelo Etios, abarcando desde la publicidad en redes sociales, difusión en medios masivos, contratación de proveedores para el servicio de alquiler de paneles publicitarios, realización de activaciones y eventos, hasta

la producción de merchandising. Todas las actividades ejecutadas son constatadas mediante la presentación de los siguientes documentos: Informe de reembolsos Toyota del Perú (Ver anexo N°41), Cuadro de sustentos por publicidad (Ver anexo N°40), Reembolso publicitario por eventos (Ver anexo N°42), finalmente los sustentos plasmados en Word con el scan de las facturas y/o boletas y fotos de todas las actividades realizadas; los cuales son enviados el 26 de cada mes, con la finalidad de que éstos sean evaluados por el área de Marketing de Toyota del Perú y poder acceder a la Orden de compra con el 50% de reembolso por los gastos ejecutados (Ver anexo N°43).

Posterior al proceso de implementación se utilizaron los registros de archivos mediante el Sistema de Gestión de Clientes (SGC)-Toyota (Ver anexo63) en donde se ingresan las cotizaciones por modelo, llevando un buen seguimiento de los clientes potenciales.

Finalmente se obtuvieron los datos de la investigación aquellos que fueron sometidos a un análisis para su interpretación, los cuales se llevó a cabo mediante la utilización del Software de NISIRA; donde encontramos el reporte de ventas mensuales del modelo Toyota-Etios, que son generados en el programa Excel, los cuales son manejados por el área de administración de ventas de la empresa.

2.-En el mes de abril se desarrolló la campaña “ETIOS, Mucho más de lo que esperabas” contando una serie de actividades, comenzando con la difusión de la campaña en medios masivos como Televisión (Ver anexo N°7), periódico (Ver anexo N°8) y redes sociales (Ver anexo N°21); se contó también con el alquiler de dos paneles publicitarios ubicados en puntos estratégicos de la ciudad de Tarapoto (Ver anexo N°9 y 10).

Parte del cronograma consto con la producción de merchandising para obsequiar en los distintos eventos o activaciones a realizados, en el mes de abril se mandó a producir gorros publicitarios (Ver anexo N°14), mangas publicitarias en algodón (Ver anexo N°15) y

franelas (Ver anexo N°16), pensando en los clientes transportistas; finalmente se confeccionaron nuevos uniformes Toyota para las activaciones (Ver anexo N°13).

En primera instancia se ejecutó una activación en las empresas de transportes más reconocidas de la ciudad, con la finalidad de dar a conocer a los clientes transportistas quienes son los más interesados en adquirir un Toyota ETIOS, a un precio accesible de lanzamiento, motor 1.5-full equipo. Los días 17, 18 Y 19 de abril se realizó un Touch point de 9.00 am -5:00 pm donde se exhibió el modelo ETIOS en las siguientes empresas de transporte: “Turismo San Martín” y “Pizana Express” (Ver anexo N°19), esperando tener gran acogida del público objetivo e interés de compra futura; para la activación se contó con la presencia de un asesor de venta encargado de brindar toda la información, y características a los clientes interesados, dando así a conocer los beneficios, promociones y descuentos del modelo ETIOS.

Durante el desarrollo de las actividades, el Grupo Autonort realizó una activación los días 20,21 y 22 denominada “Reclutamiento de clientes potenciales en Banco Interbank” contando con la presencia de un asesor de venta encargado de transmitir la información a los clientes interesados (Ver anexo N°18).

Finalmente del 19 al 22 de Abril se realizó incursiones nocturnas en “Calle de las piedras” visitando los principales bares de la ciudad (Ver anexo N°20), se contó con la presencia de dos anfitrionas encargadas de volantear (Ver anexo N°12) y al mismo tiempo interactuar con las personas mediante un juego que consistió en vendar los ojos al participante y mostrarle un tablero con nombres de productos de merchandising a obsequiar, motivándolo a apuntar con la mano al azar en el tablero; procediendo luego a obsequiar el producto señalado, entre ellos: llaveros, toma todos, gel y polos Toyota, logrando tener gran acogida en dicha activación.

3.- Toyota al 2017 cumple 50 años en el mercado Nacional, es por ello que para el mes de Mayo se desarrolló la campaña de ventas denominada “Cierra puertas de aniversario” con el objetivo de integrar el mensaje de aniversario con la campaña de ventas por modelo, impulsando la promoción de venta del modelo ETIOS, con bonos y descuentos atractivos.

Durante el desarrollo de actividades se pretendió tener gran alcance en medios, dicho sea el caso de las publicaciones en Diario Voces (Ver anexo N°27), así como el uso de redes sociales (Ver anexo N°39), siendo Facebook el medio de mayor interacción, donde se realizó publicaciones alusivas a la campaña “Cierra puertas de aniversario” ; para dicho mes también se contó con el alquiler de dos paneles publicados en Av. Micaela Bastidas (Ver anexo N°28) y Banda de Shilcayo (Ver anexo N°29), siendo puntos estratégicos de mayor tránsito vehicular.

Como parte de la estrategia de plan promocional, se mandó a producir nuevo merchandising dentro de ellos: llaveros de metal y polos publicitarios “soy hinchita Toyota” con la finalidad de que éstos sean obsequiados en los distintos eventos realizados.

Si bien es cierto, el objetivo de la ejecución de actividades es generar mayor tráfico de ingresantes en el Concesionario, aquellos que se vieron reflejados en las ventas, en el mes de mayo se dio apertura a la campaña realizando una activación denominada “Reclutamiento de clientes potenciales en Banco Interbank”, los días 5,6 y 15 de mayo (Ver anexo N°35), contando con la presencia de una asesora de venta encargada reclutar clientes interesados por la campaña.

Parte del cronograma de actividades, en el mes de mayo se realizó exhibiciones en dos empresas de transportes conocidos de la ciudad, siendo el 19 y 20 los días con mayor concurrencia en “Transportes Cajamarca” y “Huallaga Express”; donde se realizó la exhibición del modelo ETIOS, contando con la presencia de un asesor de venta encargado

de brindar toda la información solicitada por clientes interesados; contando con gran aceptación del público objetivo (Ver anexo N°34).

Los días 18, 19 y 20 de mayo se volvió a romper esquemas en la ciudad de Tarapoto, el Grupo Autonort replicó la activación denominado “Rompe tráfico” en los principales semáforos de Tarapoto y Morales (Ver anexo N°32), con una duración de 2 horas, contando con la presencia de 3 anfitrionas junto a paletas alusivas a la campaña, y 1 asistente encargado de volantear (Ver anexo N°31) a todas las personas que estuvieron en la espera del cambio de semáforo. Finalmente se realizó incursiones nocturnas en “Calle de las piedras” los días 23, 24 y 25 de Mayo(Ver anexo N°33), visitando los principales bares de la ciudad, se contó con la presencia de dos anfitrionas encargadas de volantear (Ver anexo N°31) y al mismo tiempo interactuar con las personas mediante un juego que consistió en vendar los ojos al participante y mostrarle un tablero con nombres de productos de merchandising a obsequiar, motivándolo a apuntar con la mano al azar en el tablero; procediendo luego a obsequiar el producto señalado, entre ellos: llaveros (Ver anexo N°37), toma todos, gel y polos Toyota, logrando tener gran acogida en dicha activación.

4.-En el mes de junio se implementó la campaña de ventas denominada “Toyota más”, brindando a sus clientes beneficios realmente increíbles con la finalidad de impulsar la promoción de ventas del modelo Etios, la campaña “Toyota más” contó con bono de descuento de hasta \$250 dólares, mantenimiento gratis hasta los 10,000 kilómetros, kit básico de regalo, finalmente un precio atractivo de lanzamiento de 13 250 dólares.

Durante la ejecución de actividades se logró tener gran alcance en medios, siendo Diario Voces (Ver anexo N°45) el encargado de las publicaciones de la campaña “Toyota más”; así como el uso de redes sociales (Ver anexo N°57), Facebook el medio de mayor interacción, donde durante el mes se realizó publicaciones alusivas a la campaña, también se contó con el alquiler de dos paneles publicados en Av. Micaela Bastidas (Ver anexo N°46)

y Banda de Shilcayo (Ver anexo N°47), siendo puntos estratégicos de mayor tránsito vehicular.

Como parte de la estrategia de la promoción de las ventas del modelo Etios, se mandó a producir nuevo merchandising, entre ellos: porta documentos de lona (Ver anexo N°49), con la finalidad de que éstos sean obsequiados en las distintas actividades ejecutadas.

Como primer punto se realizó una activación denominada “reclutamiento de clientes potenciales en banco Interbank” (Ver anexo N°53) los días 5,6 y 15 de junio, contando con la presencia de una asesora de ventas, encargada de brindar la información a los clientes potenciales.

Como segundo punto, los días 15,16 y 17 se realizó activaciones “rompe tráfico” con una duración de 2 horas en los principales semáforos de la ciudad, como punto estratégico se eligió Morales y Tarapoto (Ver anexo N°51), contando con la presencia de 3 anfitrionas junto a paletas alusivas a la campaña, y 1 asistente encargado de volantear (Ver anexo N°56) a todas las personas que estuvieron en la espera del cambio de semáforo.

Como tercer punto 16, 17 y 19 de junio se realizó activaciones denominados “volanteo mochileros” en los principales mercados de la ciudad, entre ellos: mercado Huequito, mercado N°02 y mercado N° 03 (Ver anexo N° 52). Todas las actividades desarrolladas durante el mes tienen como objetivo incrementar las ventas, logrando obtener buenos resultados al cierre de ventas al finalizar el mes de junio.

Finalmente se realizó “Touch point” los días 20, 22 y 23 de junio en Cine Star –Tarapoto (Ver anexo N°55), donde se exhibió el nuevo modelo Etios; contando con la presencia de una asesora de ventas encargada de brindar toda la información correspondiente a la campaña, y una anfitriona encargada de obsequiar merchandising a los clientes interesados por la campaña; logrando tener gran acogida con un número mayor de 650 visitantes.

5.-El sector más influyente o que más incidencia tuvo en adquirir el modelo Etios fueron los “clientes transportistas” que en su mayoría fueron los que adquirieron un Toyota-Etios, escogiendo el color blanco como el color de vehículo más vendido, obteniendo un total de 18 autos, como se puede observar en la Figura 16: Tendencia de colores.

6.-El número de cotizaciones obtenidas de los clientes potenciales en su mayoría son reclutados en los distintos eventos, activaciones y Touch point, seguido por las visitas al Showroom del concesionario; de igual importancia las redes sociales abarcan considerable interacción con el público objetivo. El número de cotizaciones extraídas del sistema SGC (Sistema de gestión de clientes) nos muestra que durante el primer trimestre se obtuvieron un total de 104 cotizaciones del modelo Toyota Etios; sin embargo, durando el segundo trimestre del año que abarca de abril a junio, se obtuvieron un total de 231 cotizaciones del modelo Toyota-Etios, duplicando el número de cotizaciones respecto al período anterior. Se puede observar en la Tabla 3: cotizaciones del modelo Etios.

7.-Con la implementación del plan promocional se logró incrementar las ventas del modelo Etios con una notable diferencia entre los dos primeros trimestres; en el primer trimestre sin el plan promocional la empresa logró vender 5 autos, sin embargo, a diferencia del segundo trimestre donde se implementó el plan promocional se logró vender 23 autos con una diferencia de 79% más que el periodo anterior, según la tabla N°5 Reporte de ventas de I Trimestre y II Trimestre.

RECOMENDACIONES

Investigativas:

1.-Se recomienda que se realice un estudio sobre el impacto de cada medio utilizado en el plan promocional y así poder validar la efectividad de cada uno de los medios.

2.-Se recomienda realizar nuevos diseños e implementaciones de nuevos planes promocionales para los diferentes modelos de vehículos en el concesionario Autonort Nor Oriente S.A.C

Administrativos:

1.-Mejorar la fuerza de ventas referente en la selección del personal y la capacitación constante, midiendo la capacidad de los trabajadores para poder realizar ventas de una manera más eficaz.

2.-Se recomienda brindar charlas informativas de ética, moral y respeto para asesores de venta con la finalidad de cumplir las políticas establecidas por el SGC (Sistema de gestión del cliente), evitando malos entendidos y problemas a futuro.

REFERENCIAS

1. Arellano Marketing (2016) Estudios multiclientes- Midem Autos.
2. Arellano, C. R. (2006). *Marketig: Enfoque America Latina*. Mexico, DF: Mc Graw Hill.
3. Asociación Automotriz del Perú (Enero – Febrero 2017). Importación de vehículos Nuevos 2017 [Mensaje de un blog]. Recuperado de http://aap.org.pe/estadisticas/importaciones_vehiculos_nuevos/imp-2017/
4. Asociación Automotriz del Perú (Enero – Febrero 2017). Venta e Inmatriculación de Vehículos Nuevos 20 [Mensaje de un blog]. Recuperado de http://aap.org.pe/estadisticas/ventas_inmatriculaciones_vehiculos_nuevos/inm-2017/
5. BIRD, D.: Marketing Directo con sentido común, Ed. Diez de Santos, 1991, pg28.
6. BOWERSOX,D., BIXBI,M., LAMBERT,D. y TAYLOR,D.: Management in marketing chanel, McGraw-Hill, New York, 1980
7. Cohen, W. (2008). El plan de Marketing. España: Ediciones Deusto. Recuperado: <http://books.google.com.pe/books?id=DXKa8kOZvWQC&printsec=frontcover&dq=plan+de+marketing&hl=es&sa=X&ei=7 T U TyDcKRgwTs44LgCQ&ved=0CBoQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false>
8. George E. Belch & Michael A. Belch (2004) Publicidad y promoción “Perspectiva de la comunicación de marketing integral”. Mexico: Mc Graw Hill
9. González, Ladislao (1995), “¿Publicidad o Promoción de Ventas?”, Distribución y Consumo, 21, abril-mayo, págs. 11-25.
10. Hernández Garnica, C., & Maubert Viveros, C. A. (2009). Fundamentos de Marketing. Mexico: Pearson Educación.

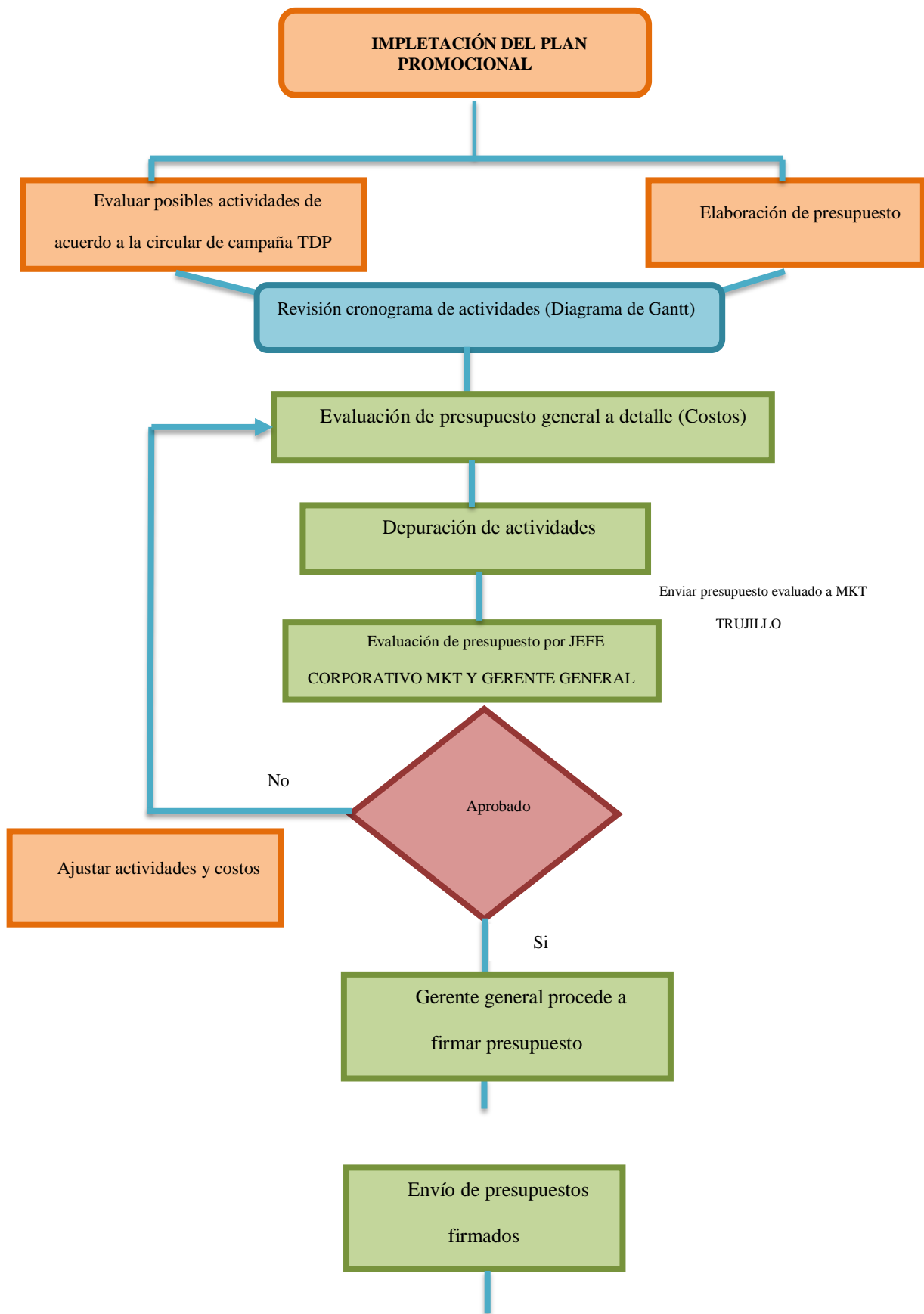
11. Hernández Sampieri, Fernández Collado, Carlos & Baptista Lucio, Pilar.(2016). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill
12. <http://semanaeconomica.com/article/economia/macroeconomia/163033-bid-que-tan-grande-es-la-clase-media-en-el-peru/>
13. <http://www.arellanomarketing.com/inicio/estudio-midem-autos/>
14. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing Decimocuarta edición. México: Pearson Educación.
15. Kotler, P., Armstrong, G., Cámara Ibáñez, D., & Cruz Roche, I. (2004). Marketing ,Décima edición. Madrid: Pearson Educacion , S.A. Recuperado de
16. Luque, Teodoro (1997), Investigación de Marketing. Fundamentos, Editorial Ariel Economía.
17. Marco, R. (2015, 21 de Junio) ¿Qué tan grande es la clase media en el Peru?. SEMANAeconomica.com.
18. Martínez Ramos, Emilio (1996), “Cómo Trabaja la Publicidad en el Consumidor y la Medida de su Eficacia”, Medición, Investigacion e Informacion de Publicidad.
19. Masson, J. E. y Wellhoff, A. (1991), El Merchandising. Rentabilidad y Gestión en el Punto de Venta, Editorial Deusto, Bilbao
20. Mouton, D. (1993), Merchandising Estratégico, Ediciones Gestión 2000.
21. Naresh K. Malhotra (2008) Investigación de mercado quinta edición. Mexico: Pearson Educación.
22. “Promocion de Ventas y Fidelización de Clientes”, Campaña, 489, mayo, págs. 34-38
23. Pablo Nano (23 de febrero del 2017). Scotiabank recorta proyección de crecimiento para este año de 3.8% a 3.4% [Mensaje de un blog]. Recuperado de

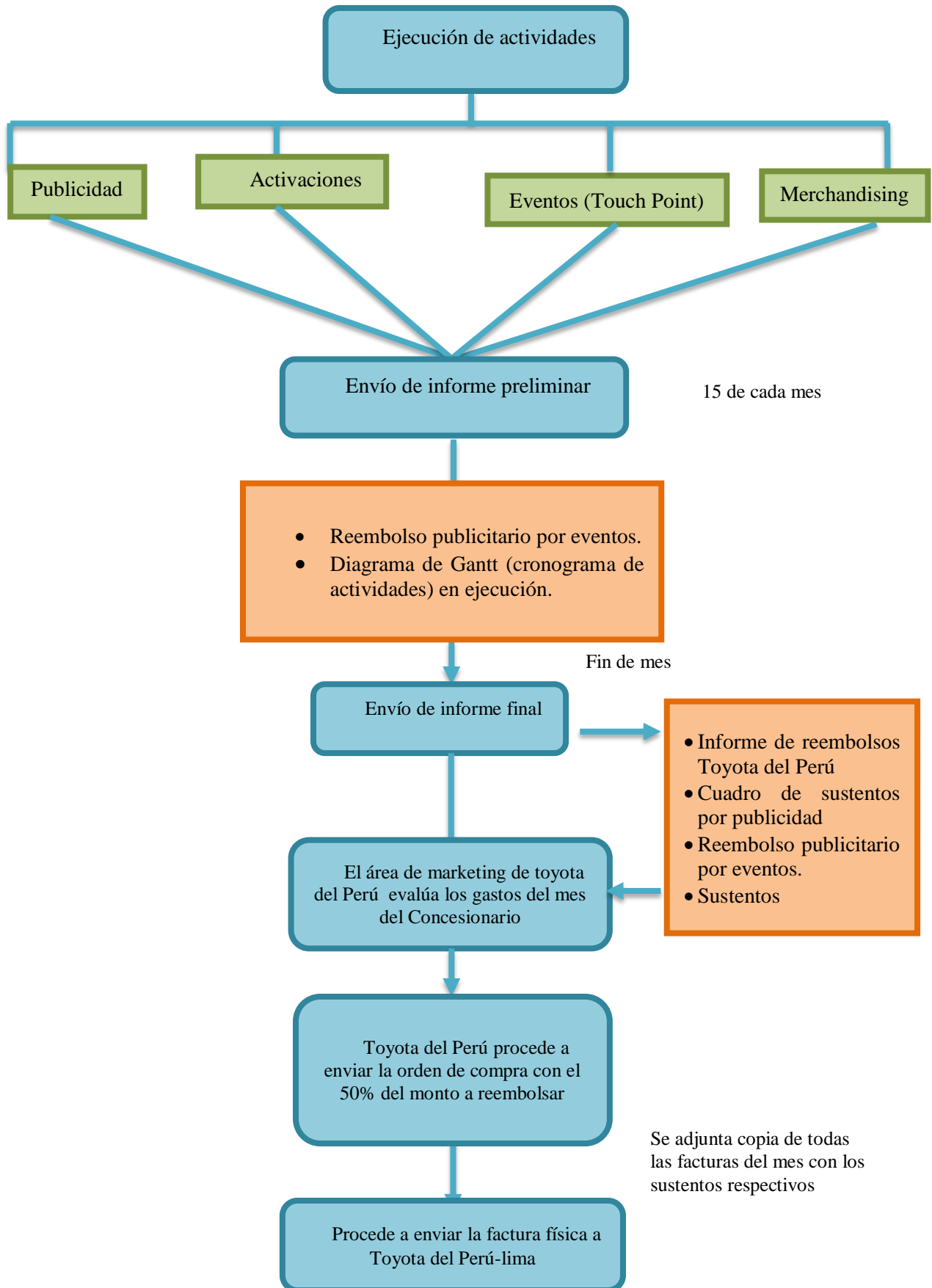
<http://gestion.pe/economia/scotiabank-recorta-proyeccion-crecimiento-este-ano-38-34-2182903>

24. Randall, G. (2003). *Principios de marketing* . Madrid, España: International Thomson editores Spain.
25. Ruiz Argüello, Elena (1996), “Marketing Promocional, un Futuro a Todo Riesgo”, MK. Marketing+Ventas
26. Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. (2007). *Fundamentals De Marketing* Decimocuarta edición. Mexico: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.
27. Trenzano, J. F., Robinat, J. R., & Arana, G. T. (2000). *Enciclopedia de Marketig y Ventas*. Barcelona, España: Grupo Oceano.

ANEXOS

Anexo 1: Mapa de procesos de Implementación del Plan promocional.





Anexo 2: Reporte de ventas- mes de febrero Nisira

MARCA	MODELO	COLOR	AÑO MODELO	VENDEDOR	CLIENTE	TELEFONO CLIENTE	PVC US\$	PVP VEHICULO	DESCUENTO AUTONORT	PVP TOTAL
TOYOTA	ETIOS DLX 1.5 MT	BLANCO	2017	GUTIERREZ VARGAS CESAR	BARRON CRUZ DIEGO	941930136	\$12,350.00	\$13,250.00	-\$200.00	\$ 13,050.00
TOYOTA	ETIOS DLX 1.5 MT	BLANCO	2017	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	RAMIREZ RUCOBA PETRONILA	966227516	\$12,350.00	\$13,250.00	-\$200.00	\$ 13,050.00
TOYOTA	ETIOS DLX 1.5 MT	NEGRO MICA	2017	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	PANDURO SILVA HECTOR	971686010	\$12,350.00	\$13,250.00		\$ 13,250.00

Anexo 3: Reporte de ventas- mes de marzo Nisira

MARCA	MODELO	COLOR	AÑO MODELO	VENDEDOR	CLIENTE	TELEFONO CLIENTE	PVC US\$	PVP VEHICULO	DESCUENTO AUTONORT	PVP TOTAL
TOYOTA	ETIOS 1.5	BLANCO	2017	GUTIERREZ VARGAS CESAR	MESTANZA MASS WILLY DANIEL	942948578	\$12,360.00	\$12,990.00	-\$90.00	\$ 12,900.00
TOYOTA	ETIOS 1.5	ROJO MICA METALICO	2017	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	ORTIZ TRUJILLO ROGUER DECIDERIO	969634884	\$12,360.00	\$12,990.00		\$ 12,990.00

Anexo 4: Reporte de ventas- mes de abril Nisira

MARCA	MODELO	COLOR	AÑ O MODELO	VENDEDOR	CLIENTE	TELEFON O CLIENTE	PVC US\$	PVP VEHICULO	DESCUE NTO AUTONORT	PVP TOTAL
TOYOT A	ETIOS 1.5 M/T	PLATA METALICO	201 7	ESCUADERO SAAVEDRA MIGUEL AARON	SAMPEN MAGAN JOSE ENRIQUE	944626212	\$12,360.00	\$13,250.00	-\$250.00	\$ 13,000.00
TOYOT A	ETIOS 1.5 M/T	NEGRO MICA	201 7	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	ASTO AGUILAR ROLLY	938678656	\$12,360.00	\$13,250.00	-\$250.00	\$ 13,000.00
TOYOT A	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	201 7	PINTADO QUIÑONES ELSY	PUYEN IBERICO PEDRO JOSE	996696398	\$12,360.00	\$ 13,250.00		\$ 13,250.00

Anexo 5: Reporte de ventas- mes de mayo Nisira


MARCA	MODELO	COLOR	AÑO O MODELO	VENDEDOR	CLIENTE	TELEFONO O CLIENTE	PVC US\$	PVP VEHICULO	DESCUENTO O AUTONORT	PVP TOTAL
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	SAUSA SECLÉN PERCY WILLAMS	927634445	\$12,360.00 0	\$13,250.00 0	- \$150.00	\$ 13,100.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	GUTIERREZ VARGAS CESAR	LOZANO RODRIGUEZ MARGOTH	941953571	\$12,360.00 0	\$13,250.00 0		\$ 13,250.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	PLATA METALICO	2017	BARTRA AREVALO GRACE ALLESSANDRA	PASHANASI YSUIZA GUMERCINDO	979033380	\$12,360.00 0	\$13,250.00 0		\$ 13,250.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	GUTIERREZ MIRANDA JUAN ANTONIO	NEIRA ARRIETA KEVIN DUAY	949823304	\$12,360.00 0	\$13,250.00 0		\$ 13,250.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	VILLAFUERTE BENITES RICARDO JULIO	ARBILDO JIMENEZ PERCY EMILIO	958689962	\$12,360.00 0	\$13,250.00 0	- \$250.00	\$ 13,000.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	PLATA METALICO	2017	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	CAMPOS DAVILA EIRK ANDER	931109544	\$12,360.00 0	\$13,250.00 0	- \$250.00	\$ 13,000.00

Reporte de ventas- mes de junio Nisira

MODEL O	MODELO	COLOR	AÑ O MODELO	VENDEDOR	CLIENTE	TELEFON O CLIENTE	PVC US\$	PVP VEHICULO	DESCUENT O AUTONORT	PVP TOTAL
TOYOT A	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	201 7	VILLAFUERTE BENITES RICARDO JULIO	VARGAS CASTAÑEDA ANA MARIA	950549461	\$12,360.0 0	\$13,250.0 0	-\$250.00	\$ 13,000.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	LICORERIA Y CHOCOLATERIA LOS NIETOS EIRL	967458894	\$12,360.0 0	\$13,250.0 0		\$ 13,250.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	VILLAFUERTE BENITES RICARDO JULIO	CHICOMA BENAVIDES JULIO STALIN ARMANDO	966562265	\$12,360.0 0	\$13,250.0 0	-\$250.00	\$ 13,000.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	CONDE BAIQUE ROSAS RAMIRO		\$12,360.0 0	\$13,250.0 0		\$ 13,250.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	NEGRO MICA	2017	PINTADO QUIÑONES ELSY	TORRES VARGAS JEAN PAUL	945595673	\$12,360.0 0	\$13,250.0 0	-\$50.00	\$ 13,468.14
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	BARTRA AREVALO GRACE ALLESSANDRA	ROJAS SOPLA MANUEL SANTOS	941920407	\$12,360.0 0	\$13,250.0 0	-\$200.00	\$ 13,050.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	BARTRA AREVALO GRACE ALLESSANDRA	DELGADO ACHUY GUILLERMO FUJITO	989968214	\$12,360.0 0	\$13,250.0 0		\$ 13,250.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	HAYA RUIZ ALBERTO	979586267	\$12,360.0 0	\$13,250.0 0	-\$200.00	\$ 13,050.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	PLATA METALICO	2017	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	DAVILA BRACO CRISTIAN AMMET	979586267	\$12,360.0 0	\$13,250.0 0	-\$200.00	\$ 13,050.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	VILLAFUERTE BENITES RICARDO JULIO	LLAJA FLORES EDDIN		\$12,360.0 0	\$13,250.0 0		\$ 13,250.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	BARTRA AREVALO GRACE ALLESSANDRA	VILLOSLADA MONSEFU SALOMON	943877202	\$12,360.0 0	\$13,250.0 0	-\$250.00	\$ 13,000.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BLANCO	2017	BARTRA AREVALO GRACE ALLESSANDRA	ROSILLO JIMENEZ DILMER	979586267	\$12,360.0 0	\$13,250.0 0		\$ 13,250.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BEIGE MICA	2017	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	FLORES CAPPA ELVIA NATHALY	936073992	\$12,360.0 0	\$13,250.0 0	-\$250.00	\$ 13,000.00

TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BEIGE MICA	2017	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	BARRUETA GONZALES HEINZ HENRY	993698309	\$12,360.0	\$13,250.0	-	\$
							0	0	\$250.00	13,000.00
TOYOTA	ETIOS 1.5 M/T	BEIGE MICA	2017	GAVIDIA SILVA ALEXANDER	SANGAMA SANGAMA JACOB	967904419	\$12,360.0	\$13,250.0	-	\$
							0	0		13,250.00

Anexo 7: Sustento de difusión en tv Telepalmeras –mes de abril



TelePalmeras
CANAL 23 TVSAM

De: Vela Mego Jhon Deivin

Pro. Jorge Chávez Cdra. 4
Tarapoto - San Martín - San Martín
Cel. 972915434
E-mail: jhon_deivin_1@hotmail.com

R.U.C. 10429993836

FACTURA

001- **Nº 000313**

Señor (es) Autonort Nor Oriente S.A.S.

R.U.C. Nº 20450384322 Fecha Emisión 07 | 04 | 17

Dirección Jr. Jiménez Pimentel N° 1002 - Tarapoto Guía Remisión Nº _____

CANT.	UNID. MEDIDA	DESCRIPCION	P. UNIT.	VALOR VENTA
		Por difusión de spot en TeleNoticia de Telepalmeras Canal 23 TVSAM - Tarapoto.		1,000.00

Son: Un mil y 00/100 Soles

Imprenta "TARAPOTO"
De: Del Castillo Ruiz Zola
R.U.C. 10011103087 - Telf. 522669
Jr. Nicolás de Piérola 168 - Tpto.
Serie: 001- Del 00301 al 00400
N° Aut. 0595152183 - E.I. 28/02/2017

BIENES TRANSFERIDOS/SERVICIOS PRESTADOS EN LA REGIÓN DE SELVA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA

DIA	MES	AÑO	CANCELADO
			p. Vela Mego Jhon Deivin

SERVICIOS PRESTADOS EN LA AMAZONIA

SUB TOTAL	SI	1,000.00
I.G.V.	SI	-
TOTAL	SI	1,000.00

USUARIO

Anexo 8: Sustento de aviso publicitario en diario Voces- mes de abril

GRUPO
VOCES
S.R.Ltda.

Jr. Pedro de Urzúa N° 410
Telefax: (042) 503843
TARAPOTO - SAN MARTIN

R.U.C. 20572143504

FACTURA

001 - N° 003337

Señor (es): AUTOWORT NOR ORIENTE SDC.
 Dirección: JR. JIMENEZ RINGEL N° 1002 - TARAPOTO
 R.U.C.: 20450384322 Guía de Remisión: Fecha 05-04-2013

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	TOTAL
	POR AVISO PUBLICITARIO 1/4 PAGINA FULL COLOR CONTRAPOSTADA CORRESPONDIENTE AL MES DE ABRIL 2013		2,500.00

Son: DOS MIL QUINIENTOS y 00/100 Soles

BIENES TRANSFERIDOS / SERVICIOS PRESTADOS EN LA REGION DE SELVA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA

CANCELADO

DIA	MES	AÑO

p. GRUPO VOCES S.R.LTDA.

SUB TOTAL S/	2,500.00
I.G.V. S/	—
TOTAL S/	2,500.00

USUARIO

De: URIARTE QUEVEDO CARLOS A
 Cel/RPM: #942-670375 / #947603822
 R.U.C. 10067213446
 F.I. 09-11-2016 - N.A. 0582390183
 Serie 0001 del 003001 - 003500

BIENES TRANSFERIDOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA

Anexo 13: Sustento de confección de uniformes para activaciones -mes de abril

Confecciones "SONIA" R.U.C. 10010889389
 DE: AZANG MELENDEZ DE VIENA SONIA
 BOLETA DE VENTA
 002 - Nº 000875

DE: AZANG MELENDEZ DE VIENA SONIA
 Jr. Cabude Nº 787 - ☎ 042-528385 - Cel. 942 640533
 - s. 538432 - Claro 986613478 - La Banda de Shilcayo - San Martín

CONFECCIONAMOS PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS,
 NIÑOS, DISFRACES Y ROPA CORPORATIVA

Señor(es): Astonart Nor Oriente S.A.C
 Dirección: Jr. Jimenez Pimentel 1002-Tarapoto Doc. Ident. 20450384322

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE	Fecha		
				Dia	Mes	Año
03	Confección de uniformes "TOYOTA" para activaciones	130.00	390.00	17	04	17
01	Confección de Polo "TOYOTA" para activaciones	50.00	50.00			
TOTAL S/.			440.00			

Imprenta "PISCIS" DE: SANCHEZ COCOSA HERNANDEZ
 C. 00119851 / 000163605
 A. 001796483 / 30-08-2014
 002 986613478

DIAGRAMA: 17 04 17 CANCELADO
 A: AZANG MELENDEZ DE VIENA SONIA

USUARIO

* BIENES TRANSFERIDOS/SERVICIOS PRESTADOS EN LA REGION DE SELVA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA
 * BIENES TRANSFERIDOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA



Anexo 15 : Sustento de confección de mangas publicitarias -mes de abril

PUBLICIDAD
Somos la solución a tus necesidades publicitarias

PUBLICIDAD Y MARKETING CORPORATIVO SAC
MERCHANDISING PUBLICITARIO - DESARROLLO DE BRAN Y PROYECTOS PUBLICITARIOS

R.U.C. N° 20477479023
FACTURA
0001- N° 001907

SEÑORES: AUTONORI NOR ORIENTE SAC
DIRECCIÓN: Je. Imenes Pimental N° 1002 - Tocache
R.U.C.: 20150384322 FECHA DE EMISIÓN: 21-04-2017

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
100	Manga publicitaria en algodón rojo con estampa TOYOTA	3.20	320.00

Son: Treientos veinte y 00/100 S/

GRAFICA SHALOM E.I.R.L.
R.U.C. 200007100110
Aut. 1060618063 El 14-01-2016
Serie 0001 del 01501 al 02000

CANCELADO
Fecha: / /

USUARIO

Sub-TOTAL: 271.19
I.G.V. 17%: 48.81
TOTAL S/: 320.00



Anexo 18: Sustento de reclutamiento de clientes potenciales en banco “Mi banco”-mes de abril

24/4/2017

:: Factura Electronica - Impresion ::

REYES INTEGRAL BRANDING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA JR. SARGENTO LORES 488 ZONA UNA CUADRA ANTES DE CINE STAR MORALES - SAN MARTIN - SAN MARTIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600827449 E001-67	
Fecha de Vencimiento : Fecha de Emisión : 24/04/2017 Señor(es) : AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C. RUC : 20450384322			
Dirección del Cliente : JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002 CRUCE TACNA SECTOR BARRIO HUAYCO SAN MARTIN-SAN MARTIN-TARAPOTO			
Tipo de Moneda : SOLES Observación :			
Cantidad	Unidad	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD	RECLUTAMIENTO EN BANCOS - CAMPANA NUEVO ETIOS, DEL 20 AL 22 DE ABRIL.	810.00
Valor de Venta de Operaciones: Gratuitas: S/ 0.00		Sub Total : S/ 810.00 Anticipos : S/ 0.00 Descuentos : S/ 0.00 Valor-Venta : S/ 810.00 ISC : S/ 0.00 IGV : S/ 0.00 Otros Cargos : S/ 0.00 Tributos : S/ 0.00 Importe Total : S/ 810.00	
SON: OCHOCIENTOS DIEZ Y 00/100 SOLES			
Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.			



Anexo 19: Sustento de touch point transportistas-mes de abril

24/4/2017

:: Factura Electronica - Impresion ::

REVES INTEGRAL BRANDING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA JR. SARGENTO LORES 488 ZONA UNA CUADRA ANTES DE CINE STAR MORALES - SAN MARTIN - SAN MARTIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600827449 E001-66	
Fecha de Vencimiento :			
Fecha de Emisión :	24/04/2017		
Señor(es) :	AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.		
RUC :	20450384322		
Dirección del Cliente :	JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002 CRUCE TACNA SECTOR BARRIO HUAYCÓ SAN MARTIN-SAN MARTIN-TARAPOTO		
Tipo de Moneda :	SOLES		
Observación :			
Cantidad	Unidad Medida	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD	ACTIVACION INFORMATIVA SECTOR TRANSPORTISTA, DEL 17 AL 19 DE ABRIL - CAMPANA TOYOTA.	690.00
Valor de Venta de Operaciones : S/ 0.00 Gratuitas : S/ 0.00		Sub Total Ventas :	S/ 690.00
		Anticipos :	S/ 0.00
		Descuentos :	S/ 0.00
		Valor Venta :	S/ 690.00
		ISC :	S/ 0.00
		IGV :	S/ 0.00
		Otros Cargos :	S/ 0.00
		Otros Tributos :	S/ 0.00
		Importe Total :	S/ 690.00
SON: SEISCIENTOS NOVENTA Y 00/100 SOLES			
Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.			



Anexo 20: Sustento de activación nocturna -mes de abril

24/4/2017

::: Factura Electronica - Impresion :::

REVES INTEGRAL BRANDING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA JR. SARGENTO LORES 488 ZONA UNA CUADRA ANTES DE CINE STAR MORALES - SAN MARTIN - SAN MARTIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600827449 E001-68		
Fecha de Vencimiento : Fecha de Emisión : 24/04/2017 Señor(es) : AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C. RUC : 20450384322 Dirección del Cliente : JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002 CRUCE TACNA SECTOR BARRIO HUAYCO SAN MARTIN-SAN MARTIN-TARAPOTO Tipo de Moneda : SOLES Observación :				
Cantidad	Unidad	Medida	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD		ACTIVACION NOCTURNA - CAMPANA NUEVO ETIOS, DEL 19 AL 22 DE ABRIL.	840.00
Sub Total Ventas :				S/ 840.00
Anticipos :				S/ 0.00
Descuentos :				S/ 0.00
Valor de Venta de Operaciones Gratuitas : <input type="text" value="S/ 0.00"/>				S/ 840.00
ISC :				S/ 0.00
IGV :				S/ 0.00
Otros Cargos :				S/ 0.00
Otros Tributos :				S/ 0.00
Importe Total :				S/ 840.00
SON: OCHOCIENTOS CUARENTA Y 00/100 SOLES				
Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.				



Anexo 22: Cuadro de sustentos de reembolso por publicidad- mes de abril.

RUC	FECHA	N SERIE	DETALLE	IMPORTE S/.	IMPORTE US\$	INFORME DE PUBLICIDAD
			volantes, radio, television, paneles			
20494192366	06/04/2017	0005-001235	ALQUILER DE PANEL PUBLICITARIO,NUEVO COROLLA 2017-MICAELA BASTIDAS	2100		
20494192366	11/04/2017	0005-001251	ALQUILER DE PANEL PUBLICITARIO UBICADO EN CARRETERA FERNANDO BELAUNDE TERRY CDRA 5-BANDA DE SHILCAYO	1850		
20494192366	11/04/2017	0005-1248	IMPRESIÓN DE MESH PERFORADO "NUEVO ETIOS 2017" MEDIDAS 10.90X 2.40 MTS -PARA MAMPARA SHOWROOM DEL AREA DE VEN	3200		
10429993836	07/04/2017	001-000313	POR DIFUSION DE SPOT PUBLICITARIO EN TELENOTICIAS DE TELEPALMERAS	1000		
20572143504	05/04/2017	001-003337	POR AVISO PUBLICITARIO 1/4 PAGINA FULL COLOR -DIARIO VOCES	2500		
20494192366	11/04/2017	0005-1255	IMPRESIÓN DE 5 MILLARES DE VOLANTES "CAMPAÑA ETIOS"	650		
10010889389	17/04/2017	002-000875	CONFECCION DE 3 UNIFORMES Y UN POLO TOYOTA PARA ACTIVACIONES	440		
20547895305	21/04/2017	0001-1228	CONFECCION DE GORROS DRILL BORDADO TOYOTA	680		
20494192366	21/04/2017	0005-001270	IMPRESIÓN DE LONA "NUEVO COROLLA " PARA PANEL PUBLICITARIO UBICADO EN AV. MICAELA BASTIDAS CDRA1	440		
20600827449	24/07/2017	E001-66	ACTIVACION INFORMATIVA SECTOR TRANSPORTISTA DEL 17 AL 19 DE ABRIL -CAMPAÑA ETIOS	690		
20600827449	24/07/2017	E001-68	ACTIVACION NOCTURNA INFORMATIVA "CAMPAÑA ETIOS" DEL 19 AL 22 DE ABRIL	840		
20600827449	24/07/2017	E001-67	RECLUTAMIENDO DE CLIENTES EN BANCOS "CAMPAÑA NUEVO ETIOS" DEL 20 AL 22 DE ABRIL	810		
20477479023	21/04/2017	0001-1907	CONFECCION DE MANGAS PUBLICITARIAS TOYOTA	320		
10188968801	21/04/2017	0001-1907	CONFECCION DE FRANELAS ESTAMPADAS LOGO TOYOTA	218		
10430769052	26/04/2017	E001-198	DIFUSION EN REDES SOCIALES CAMPAÑAS DE VENTAS TOYOTA CORRESPONDIENTE AL MES DE ABRIL	650		
TOTAL GASTOS				16388	0.000	16388.000
Porcentaje a reembolsar						50%
TOTAL A REEMBOLSAR						

Anexo 23 : Informe de reembolsos Toyota del Perú- mes de abril

INFORME DE REEMBOLSOS TDP																																
Estimados señores, les comunicamos las actividades del presente mes que serán reembolsadas.																																
[1] Actividades del mes de [ABRIL].																																
Marca / Modelo	Nombre Campaña	Medios Masivos				Outdoors	Internet		Indoors	Evento																						
		Tv	Radio	Prensa	Revistas	Paneles	Web	Fbk	Pop																							
ETIOS	TOUCH POINT ETIOS-SECTOR TRANSPORTISTA				⊙		⊙	⊙		⊙																						
Marca / Modelo	ACTIVACION NOCTURNA "CAMPAÑA TOYOTA"-NUEVO ETIOS				⊙		⊙	⊙	⊙	⊙																						
Marca / Modelo	RECLUTAMIENTO EN BANCOS -NUEVO ETIOS				⊙		⊙	⊙	⊙	⊙																						
Marca / Modelo	INCURSIÓN NOCTURNA ETIOS			⊙	⊙		⊙	⊙	⊙	⊙																						
[2] Monto máximo de reembolso.																																
USD		2,483.03		+ IGV		(Este monto corresponde al tope máximo a cubrir por TDP de la inversión del Dealer)																										
[3] Políticas de reembolsos y sustentos.																																
<ul style="list-style-type: none"> - Toda actividad reembolsable deberá pasar por el proceso de aprobación de TDP. - El Dealer deberá enviar la descripción de la actividad a TDP y presupuesto general. - El Dealer deberá respetar los formatos de publicación de TDP (Sistema de firmas) y uso de logotipo de Garantía. - El uso de logotipos ajenos a la marca, red de Dealers o socios estratégicos de TDP prohibido. - El Dealer deberá enviar los avisos publicitarios (JPG) antes de su publicación. - Al momento de solicitar el reembolso se deberá adjuntar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> - Factura de reembolso por la cantidad establecida. - Copias de las facturas de medios. - Avisos originales publicados - CD o DVD en caso de comerciales de Televisión y/o radio. - Copias de las facturas de proveedores. - Fotografías del evento con detalles de los elementos adquiridos para la actividad. 																																
Patrick Huggard-Caine Gerente de Marketing Toyota del Perú S.A.																																
INFORME DE ACTIVIDADES DEL DEALER																																
[1] Describa qué actividades realizará durante el mes. (Si realiza un evento, describalo en esta zona)																																
DIFUSION EN MEDIOS MASIVOS PUBLICACION DIARIO VOCES PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES PANEL PUBLICITARIO COROLLA 2017 -MICAELA BASTIDAS PANEL HILUX -BANDA DE SHILCAYO TOUCH POINT ETIOS SECTOR TRANSPORTISTA ACTIVACION NOCTURNA "CAMPAÑA ETIOS, MUCHO MÁS DE LO QUE ESPERABAS" RECLUTAMIENTO DE CLIENTES EN BANCOS - "CAMPAÑA ETIOS, MUCHO MÁS DE LO QUE ESPERABAS"																																
[2] Detalle la pauta publicitaria																																
		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	
Medio		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
DIFUSION EN TV- TELEPALMERAS		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
PANEL COROLLA 2017-MICAELA BASTIDAS		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
PANEL HILUX -BANDA DE SHILCAYO		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
TOUCH POINT ETIOS- SECTOR TRANSPORTISTA																						X	X									
ACTIVACION NOCTURNA "CAMPAÑA ETIOS, MUCHO MÁS DE LO QUE ESPERABAS"																							X	X	X							
RECLUTAMIENTO DE CLIENTES EN BANCOS "CAMPAÑA ETIOS, MUCHO MÁS DE LO QUE ESPERABAS"																							X	X	X							
[3] Detalle la inversión total (EXPRESADO EN DÓLARES)																																
Publicidad (Diarios, revistas, TV, radio, etc.)											2455	Solicitado por:																				
Eventos Showroom / C.C. / Bancarios											709	Nombre	ernesto rojas taira																			
Otros (Detalle) pop. merchandising											1802	Cargo	supervisor de marketing																			
Total Inversión											4,966.06	Empresa	autonort trujillo s.a.																			
											(Monto sin IGV)																					

Anexo 24: Reembolso publicitario de eventos - mes de abril

TOYOTA DEL PERÚ S.A.		REEMBOLSO PUBLICITARIO DE EVENTOS																																		
1. Información general																																				
Concesionario:		AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C																																		
Nombre del Evento:		CAMPAÑA DE VENTAS TOYOTA-ABRIL 2017																																		
Objetivo:	INCREMENTAR LAS VENTAS DE UNIDADES TOYOTA-FABRICACIÓN 2017- DIFUNDIR LANZAMIENTO DEL NUEVO ETIOS 2017																																			
Descripción del Evento:	OFRECER BENEFICIOS Y DESCUENTOS DE LA CAMPAÑA DEL NUEVO ETIOS 2017																																			
Ubicación y Horarios:	TRANSPORTES SAN MARTIN-PIZANA EXPRESS	Justificación de la selección	TRÁFICO ARRIBA DE 400 PERSONAS																																	
Metas Proyectadas																																				
Cantidad de Asesores															1																					
N° de Cotizaciones estimadas:															28																					
Ventas finales estimadas:															3																					
Modelos a exhibir durante el evento:																																				
<input type="checkbox"/> Yaris Advantage <input checked="" type="checkbox"/> Etios <input type="checkbox"/> Rav4 <input type="checkbox"/> Auris <input type="checkbox"/> FJ Cruiser <input type="checkbox"/> Camry <input type="checkbox"/> LC Prado <input type="checkbox"/> Prius <input type="checkbox"/> Avanza <input type="checkbox"/> Urban Cruiser <input type="checkbox"/> Yaris HB <input type="checkbox"/> Corolla <input type="checkbox"/> Corolla S <input type="checkbox"/> 86 <input type="checkbox"/> 4Runner <input type="checkbox"/> Fortuner <input type="checkbox"/> Highlander <input type="checkbox"/> Prius C <input type="checkbox"/> Hilux <input type="checkbox"/> Hiace																																				
2. Detalle de la pauta e inversión publicitaria																																				
MEDIO	DETALLE	MONEDA	MONTO	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	PRESUPUESTO USD	VISUAL	
AUSPICIO/EXHIBICIÓN/PRODUCCIÓN	ANFITRIONAJE	PEN	690																															\$ 209.09		
																																		\$ -		
																																			\$ -	
																																			\$ -	
PERIÓDICOS Y REVISTAS																																		\$ -		
TV/RADIO																																			\$ -	
DIGITAL	DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES	PEN	650																															\$ 196.97		
																																			\$ -	
PANELES/ VALLAS PUBLICITARIAS																																			\$ -	
POP																																			\$ -	
MERCHANDISING E IMPRESOS	VOLANTES-NUEVO ETIOS	PEN	650																															\$ 196.97		
	CONFECCION DE UNIFORMES-ACTIVACIONES	PEN	440																																\$ 133.33	
(*) Tipo de cambio				3.3																								PRESUPUESTO TOTAL		736.36						

Anexo 25: Orden de compra - mes de abril



TOYOTA DEL PERU S.A.

TOYOTA

SEDE SAN ISIDRO

Av. SANTO TORIBIO 173

TORRE REAL OCHO, PISO 14, SAN ISIDRO, LIMA

TELEFONO: 215-9090, FAX: 215-9099

SEDE BOCANEGRA

Av. ELMER FAUCETT 3548 - CALLAO

TELEFONO: 575-3800 FAX: 574-9378

LIMA-PERU

Página: 1 de 1

ORDEN DE COMPRA N° 4700102046

SEÑOR (ES): AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.

Fecha: 28.04.2017

Sirva(n) se entregar al portador por nuestra cuenta lo siguiente:

Moneda: Dólares

ITEM	CODIGO	DESCRIPCION	CANT	UNID	P.UNIT	IMPORTE
1		Reembolso TDP Publicidad Abril	1	SRV	4,200.00	4,200.00
					IMPORTE TOTAL \$	4,200.00
SOLICITADO POR : JHERRERA					NO INCLUYE IGV	
APROBADO POR : OCHERO						

LUGAR DE ENTREGA: Av. Santo Toribio 173



CONDICIONES DE PAGO:

- Todas las facturas recibidas por TOYOTA hasta el día 05 de cada mes, serán pagadas el día 20 del mismo mes.
- Todas las facturas recibidas por TOYOTA hasta el día 20 de cada mes, serán pagadas el día 05 del siguiente mes.

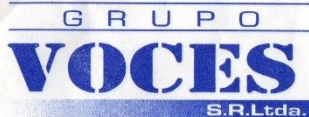
NOTA:

- Por favor adjuntar esta Orden con la Guía de Remisión firmada para la cancelación de la factura.
- Extender la factura a: TOYOTA DEL PERU S.A. RUC: 20100132592.
- Para verificar su pago, por favor ingresar a la página web: <http://ldpportprd.toyotaperu.com.pe:50000/rj/portal>

Anexo 26: Factura electrónica de reembolso Autonort Nor Oriente S.A.C - mes de abril

 AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.		R.U.C. 20450384322 FACTURA ELECTRÓNICA			
<small>PRINCIPAL: JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO SUCURSALES: AV. PAKAMUROS NRO. 1797-1797-1799 CAJAMARCA - JAEN - JAEN AV. PAKAMUROS NRO. 2417 CAJAMARCA - JAEN - JAEN JR. JIMENEZ PIMENTEL NRO. 1042 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO L. COMERCIAL: JR. ANICA NRO. 171 (SECTOR HUAYCO) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO JR. JIMENEZ PIMENTEL NRO. 514 (CDRA 7, NUMERO 713) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO</small>					
Señor(es) : TOYOTA DEL PERU S A RUC : 20100132592 Dirección : AV. SANTO TORIBIO NRO. 173 INT. P14 (VIA CENTRAL 125, TORRE REAL 8 OF. 1401-02)		Fecha Emisión : 15/05/2017 Moneda: DOLARES			
Condiciones de Venta: CREDITO A 15 DIAS Orden de Compra: Guia de Remisión:		Medio de Pago:			
CODIGO	CANTIDAD	U. M.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR VENTA
	1.00	UNID	REEMBOLSO PUBLICITARIO CAMPAÑA TOYOTA SEGUN ORDEN N° 4700102046	4,200.00	4,200.00
<small>BIENES TRANSFERIDOS SERVICIOS BRINDADOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA, BIENES TRANSFERIDOS EN LA REGION SELVA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA</small>					
SON: CUATRO MIL DOSCIENTOS Y 00/100 DOLARES				OP. GRAVADAS \$ 0.00 OP. GRATUITAS \$ 0.00 OP. INAFECTAS \$ 0.00 OP. EXONERADAS \$ 4,200.00 DESCUENTO \$ 0.00 I.G.V. 18% \$ 0.00 REDONDEO \$ 0.00 TOTAL A PAGAR \$ 4,200.00	
<small>No se aceptan cambios ni devoluciones</small>					
					
<small>Powered by: Naira eDoc www.naira.com.pe Representación impresa de la Factura Electrónica Autorizado mediante resolución N° 1820050000201 / SUNAT Para consultar el documento ingrese a: http://notificaciones.naira.com.pe/AUTONORTN/</small>					

Anexo 27: Sustento de aviso publicitario en diario Voces- mes de mayo

		Jr. Pedro de Urzúa N° 410 Telefax: (042) 503843 TARAPOTO - SAN MARTIN		R.U.C. 20572143504	
				FACTURA	
				001 - Nº 003410	
Señor (es): AUTONORTE NOR ORIENTE SAC. Dirección: JR. JIMENEZ PIMENTEL U° 1002 - TARAPOTO R.U.C.: 20450384322 Guía de Remisión: Fecha 02-05-2013					
CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	TOTAL		
	POR AVISO PUBLICITARIO 1/4 PAGINA FULL COLOR CONTRAPORTADA CORRESPONDIENTE AL MES DE MAYO 2013		2,500.00		
Son: DOS MIL QUINIENTOS 7 00/100 Soles				SUB TOTAL S/ 2,500.00	
BIENES TRANSFERIDOS / SERVICIOS PRESTADOS EN LA REGION DE SELVA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA				I.G.V. S/ —	
De: URIARTE QUEVEDO CARLOS A Cel./RPM: #942-670375 / #947603822 R.U.C. 10067213446 F.I. 09 - 11 - 2016 - N.A. 0582390183 Serie 0001 del 003001 - 003500				TOTAL S/ 2,500.00	
CANCELADO				p. GRUPO VOCES S.R.LTDA.	
BIENES TRANSFERIDOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA				USUARIO	

Anexo 30: Sustento de impresión de mesh perforado “nuevo Etios”-mes de mayo

publisher Tarapoto
 PUBLITECH DEL ORIENTE SAC
 Rotulación Vehicular - Calcomanías - Gigantografías en Alta Calidad 1440dpi
 Letreros Luminosos - Alquiler de Paneles Publicitarios - Servicio de Imprenta
 Jr. Orellana N° 886 - Tarapoto - Partido Alto - Prov. San Martín - Dpto. San Martín
 Telf: 042-532149 - Rpm: #942 149 139 Rpp: 954148842 - E mail: publisher.tarapoto@hotmail.com

R.U.C 20494192366
FACTURA
0005 - Nº 001344

Señor (es): *Autonort Nor Oriente S.A.C*
 R.U.C.: *20450384322* Fecha de Emisión, *20* de *Mayo* del *2017*
 Dirección: *Dr. Jimenez Pimentel N° 1002 - San Martin Tarapoto* Guía de Remisión:

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
<i>01</i>	<i>Impresion en alta en vinil Mesh Perforado medidas 500 x 138 - Mas Instalacion</i>	<i>71050</i>	<i>71050.00</i>
<i>01</i>	<i>Impresion en alta d. Vinil Mesh Perforado Medidas 465 x 138 - Mas Instalacion</i>	<i>7050</i>	<i>7050.00</i>
<i>01</i>	<i>Impresion en alta d. Vinil Mesh Perforado Medidas 540 x 138 - Mas Instalacion</i>	<i>71100</i>	<i>57.1100.00</i>

SON: *Tres Mil* y *00* /100 NUEVOS SOLES SUB-TOTAL SI. *3000.00*
 CANCELADO I.G.V. SI.
 Fecha, TOTAL SI. *3000.00*

GRAFICA GARATE S.A.C. R.U.C. 2040323705
 Jr. Sardin Filomeno N° 281 - Moyabamba - 562415
 P. Dos de Mayo N° 867 - Telf: 524844 - Rpm: 0005 - del 001001 al 002000
 Fl. 27 - 10 - 2015 - Aut. 9527986183 *BIENES TRANSFERIDOS/ SERVICIOS PRESTADOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA*

p. Representante **USUARIO**



Anexo 31: Sustento de impresión de volantes -mes de mayo



Publisher Tarapoto
PUBLITECH DEL ORIENTE SAC
Rotulación Vehicular - Calcamónicas - Gigantografías en Alta Calidad 1440dpi
Letreros Luminosos - Alquiler de Paneles Publicitarios - Servicio de Imprenta
Jr. Orellana N° 886 - Tarapoto - Partido Alto - Prov. San Martín - Dpto. San Martín
Telf: 042-532149 - Rpm. #942 149 139 Rpc: 954148842 - E mail: publisher.tarapoto@hotmail.com

R.U.C 20494192366

FACTURA

0005 - Nº 001340

Señor (es): Autonort Nor Oriente S.A.C
 R.U.C.: 20450384322 Fecha de Emisión, 18 de Mayo del 2017
 Dirección: Dr. Jimenez Pimentel n° 1002 San Martín Tpto Guía de Remisión:

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
05	Multas de Volantes Full Color Tamaño A5 Tira y Pética campaña Toyota	145.00	725.00
SON: <u>Setecientos veinti cinco</u> y <u>00</u> /100 NUEVOS SOLES		SUB-TOTAL SI:	725.00
CANCELADO I.G.V. SI:		TOTAL SI:	725.00

GRAFICA GARATE S.A.C. R.U.C. 20493825705
 Jr. Serafin Filomeno N° 591 - Moyobamba - 563415
 Jr. Dos de Mayo N° 807 - Telf: 56-6664 - 059
 0005 - del 001001 al 002000
 Fl. 27 - 16 - 2015 - Aut. 9527986193

BIENES TRANSFERIDOS/
SERVICIOS PRESTADOS
EN LA AMAZONIA PARA SER
CONSUMIDOS EN LA MISMA

Fecha: _____

p. Representante

USUARIO



TODO MAYO

CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO

GRUPO **Autonort**

BONOS DE DSCTO.
HASTA

\$2,000
o \$6,500

AVANZA
ETIOS
HILUX

¡NO DEJES PASAR ESTA OPORTUNIDAD!

TODO MAYO descubre los beneficios que tenemos para tu próximo Toyota en el Cierra Puertas de Aniversario. Descubre más en cualquiera de nuestros concesionarios a nivel nacional o en www.toyotaperu.com.pe

PRECIO DE LANZAMIENTO **\$ 13,250**

NUEVO **ETIOS**

GARANTÍA 5 AÑOS /100,000 KM

TOYOTA 50 años

JAÉN: Av. Pakamuros 2417 - Teléfono: 51(076)341425
 Agencia TODO MAYO del 2017 o hasta agotar stock. No válido para flotas ni arrendos. Promoción válida a nivel nacional en los concesionarios autorizados por TOYOTA. No acumulable con otras promociones. Fotos referenciales. Más información sobre términos y condiciones en www.toyotaperu.com.pe (1) Descuentos varían según modelo y versión. Modelo Avanza sedán fabricación 2017 (versiones 1.290, 1091) con descuento de hasta \$1,000 o \$1,320 por vehículo facturado (stock 10 unidades). Modelo Hilux fabricación 2016 (versión 1.76 colores negro rojo) con descuento de hasta \$2,000 o \$1,650 por vehículo facturado (stock 5 unidades). el descuento aplica directamente al precio cotizado por el concesionario, según modelo del vehículo mostrado. Sólo para vehículos que sean facturados durante el periodo de vigencia de la promoción. Los descuentos no son retroactivos ni aplican con otras promociones. T.C. referencial: \$13,250 Precio varía según modelo y versión. Modelo Etios fabricación: 2017 (precio en base en

Anexo 32: Sustento de activación rompe tráfico-mes de mayo

2017-5-20

:: Factura Electronica - Impresion ::

REVES INTEGRAL BRANDING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA JR. SARGENTO LORES 488 ZONA UNA CUADRA ANTES DE CINE STAR MORALES - SAN MARTIN - SAN MARTIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600827449 E001-78	
Fecha de Vencimiento : Fecha de Emisión : 20/05/2017 Señor(es) : AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C. RUC : 20450384322 JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002			
Dirección del Cliente : CRUCE TACNA SECTOR BARRIO HUAYCO SAN MARTIN-SAN MARTIN-TARAPOTO			
Tipo de Moneda : SOLES Observación :			
Cantidad	Unidad Medida	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD	ACTIVACION ROMPE TRAFICO "CAMPANA CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO TOYOTA", REALIZADO LOS DIAS 18, 19 Y 20 DE MAYO.	870.00
Valor de Venta de Operaciones : S/ 0.00 Gratuitas:		Sub Total : S/ 870.00 Ventas : Anticipos : S/ 0.00 Descuentos : S/ 0.00 Valor Venta : S/ 870.00 ISC : S/ 0.00 IGV : S/ 0.00 Otros Cargos : S/ 0.00 Otros Tributos : S/ 0.00 Importe Total : S/ 870.00	
SON: OCHOCIENTOS SETENTA Y 00/100 SOLES			
Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.			



Anexo 33: Sustento de activación nocturna -mes de mayo

2017-5-25

:: Factura Electronica - Impresion ::

REVES INTEGRAL BRANDING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA JR. SARGENTO LORES 488 ZONA UNA CUADRA ANTES DE CINE STAR MORALES - SAN MARTIN - SAN MARTIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600827449 E001-79		
Fecha de Vencimiento : Fecha de Emisión : 25/05/2017 Señor(es) : AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C. RUC : 20450384322 JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002				
Dirección del Cliente : CRUCE TACNA SECTOR BARRIO HUAYCO SAN MARTIN-SAN MARTIN-TARAPOTO				
Tipo de Moneda : SOLES Observación :				
Cantidad	Unidad	Medida	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD		ACTIVACION NOCTURNA "CAMPANA CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO TOYOTA", REALIZADO DEL 23 AL 25 DE MAYO - CALLE DE LAS PIEDRAS.	630.00
Valor de Venta de Operaciones		S/ 0.00		
Gratuitas :				
SON: SEISCIENTOS TREINTA Y 00/100 SOLES				
		Sub Total :		S/ 630.00
		Ventas :		S/ 0.00
		Anticipos :		S/ 0.00
		Descuentos :		S/ 0.00
		Valor Venta :		S/ 6300.00
		ISC :		S/ 0.00
		IGV :		S/ 0.00
		Otros Cargos :		S/ 0.00
		Otros Tributos :		S/ 0.00
		Importe Total :		S/ 630.00
Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.				



Anexo 34: Sustento de "touch point" transportistas-mes de mayo

2017-5-20

:: Factura Electronica - Impresion ::

REVES INTEGRAL BRANDING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA JR. SARGENTO LORES 488 ZONA UNA CUADRA ANTES DE CINE STAR MORALES - SAN MARTIN - SAN MARTIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600827449 E001-77	
Fecha de Vencimiento :			
Fecha de Emisión :	20/05/2017		
Señor(es) :	AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.		
RUC :	20450384322		
	JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002		
Dirección del Cliente :	CRUCE TACNA SECTOR BARRIO HUAYCO SAN MARTIN-SAN MARTIN-TARAPOTO		
Tipo de Moneda :	SOLES		
Observación :			
Cantidad	Unidad Medida	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD	ACTIVACIÓN INFORMATIVA SECTOR TRANSPORTISTAS REALIZADO LOS DIAS 19 Y 20 DE MAYO.	460.00
Valor de Venta de Operaciones:		Sub Total :	S/ 460.00
Gratuitas: S/ 0.00		Ventas :	S/ 0.00
		Antidipos :	S/ 0.00
		Descuentos :	S/ 0.00
		Valor Venta :	S/ 460.00
		ISC :	S/ 0.00
		IGV :	S/ 0.00
		Otros Cargos :	S/ 0.00
		Otros Tributos :	S/ 0.00
		Importe Total :	S/ 460.00
SON: CUATROCIENTOS SESENTA Y 00/100 SOLES			
Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.			



Anexo 35: Sustento de reclutamiento de clientes potenciales en banco “Interbank”-mes de mayo

2017-5-15

:: Factura Electronica - Impresion ::

REVES INTEGRAL BRANDING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA JR. SARGENTO LORES 488 ZONA UNA CUADRA ANTES DE CINE STAR MORALES - SAN MARTIN - SAN MARTIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600827449 E001-76		
Fecha de Vencimiento : Fecha de Emisión : 15/05/2017 Señor(es) : AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C. RUC : 20450384322 JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002				
Dirección del Cliente : CRUCE TACNA SECTOR BARRIO HUAYCO SAN MARTIN-SAN MARTIN-TARAPOTO				
Tipo de Moneda : SOLES Observación :				
Cantidad	Unidad	Medida	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD		RECLUTAMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES EN BANCO INTERBANK REALIZADO LOS DIAS 5,6 Y 15 DE MAYO.	870.00
Valor de Venta de Operaciones Gratuitas: S/ 0.00		Sub Total : S/ 870.00 Ventas : S/ 0.00 Anticipos : S/ 0.00 Descuentos : S/ 0.00 Valor Venta : S/ 870.00 ISC : S/ 0.00 IGV : S/ 0.00 Otros Cargos : S/ 0.00 Otros : S/ 0.00 Tributos : S/ 0.00 Importe Total : S/ 870.00		
SON: OCHOCIENTOS SETENTA Y 00/100 SOLES				
Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.				



Anexo 36: Sustento de confección de uniformes para activaciones -mes de mayo

Confecciones "SONIA"
 DE: AZANG MELENDEZ DE VIENA SONIA
 Jr. Cabalide N° 787 - ☎ 042-528385 - Cel. 942 640533
 * 538432 - Claro 986613478 - La Banda de Shilayo - San Martín

R.U.C. 10010889389
BOLETA DE VENTA
 002 - N° 000889

CONFECCIONAMOS PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS, NIÑOS, DISFRACES Y ROPA CORPORATIVA

Señor(es): Autonort Nor Oriente SAC.
 Dirección: Jr. Jimena Pimentel 1002 - Tarma Doc. Ident. 20150384322 Fecha: 25 05 17

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
	Confeccion de muñeco cabezas y vestimenta Toyota para activaciones		350.00

Imprenta **PRECIS**
 De: Sección Contable N° 001
 R.U.C. 1001150011 - P.M. 4 000671
 N.º de Cuenta: 171 300 00 0114
 DÍA: 25 MES: 05 AÑO: 17

CANCELADO
 AZANG MELENDEZ DE VIENA SONIA

TOTAL S/. 350.00
USUARIO

* BIENES TRANSFERIDOS/SERVICIOS PRESTADOS EN LA REGION DE SELVA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA
 * BIENES TRANSFERIDOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA



Anexo 37: Sustento de confección de llaveros de metal -mes de mayo

reddec
impresiones
IMAGEN CORPORATIVA - MERCHANDISING - PUBLICIDAD GRÁFICA

De: Juan Edgardo Juárez Vargas
Jr. Ayacucho 900 - Interior 201
Trujillo - Trujillo - La Libertad
Tel. 209403 - M. 962840498
RPC: 949730052 - RPM *016726

R.U.C. 10188968801
FACTURA
0001 N° 701939

Señor (es): AUTOMOT NOR ORIENTE SAC
Dirección: JL. JIMÉNEZ PINOYTEL N° 1002
R.U.C.: 20450384322 Guía de Remisión: N° 000210 Fecha de Emisión: 16 / 05 / 2017

Cantidad	DESCRIPCION	P. Unit.	Valor de Venta
100	llavero de metal Toyota		S/ 650.00

Son: SEISCIENTOS CINCUENTA CON 00/100 Soles
SUBTOTAL S/ 550.85
I.G.V (18%) S/ 99.15
TOTAL S/ 650.00

CHIMU FLORES MARCO ANTONIO
RUC: 10418720305
Aut. 1048856063 - F.I. 27.11/2015
Serie: 0001 del 1501 al 2000

FECHA			CANCELADO
DIA	MES	AÑO	

USUARIO



Anexo 38: Sustento de anticipo del 50% para confección de toldo inflable -mes de mayo

:: Factura Electronica - Impresion ::

Página 1 de 1

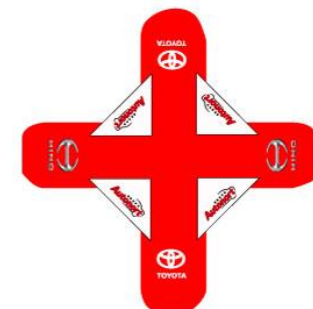
BRANDEA S.A.C. CAL. CORONEL FRANCISCO BOLOGNE 338 URB. CHORRILLOS CHORRILLOS - LIMA - LIMA		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600433530 E001-325	
Fecha de Vencimiento : Fecha de Emisión : 25/05/2017 Señor(es) : AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C. RUC : 20450384322 Establecimiento del Emisor : CAL. CORONEL FRANCISCO BOLOGNE 338 URB. CHORRILLOS LIMA-LIMA-CHORRILLOS Tipo de Moneda : SOLES Observación :			
Cantidad	Unidad Medida	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD	ANTICIPO DEL 50% POR FABRICACION DE TOLDO INFLABLE 4 PIERNAS CON MATERIAL RECUBIERTO CON PVC IMPERMEABLE.	2295.00
Valor de Venta de Operaciones : <input type="text" value="S/ 0.00"/> Gratuitas : <input type="text" value="S/ 0.00"/>		Sub Total : S/ 2,295.00 Ventas : Anticipos : S/ 0.00 Descuentos : S/ 0.00 Valor Venta : S/ 2,295.00 ISC : S/ 0.00 IGV : S/ 413.10 Otros Cargos : S/ 0.00 Otros Tributos : S/ 0.00 Importe : Total : S/ 2,708.10	
SON: DOS MIL SETECIENTOS OCHO Y 10/100 SOLES			
Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.			



TOLDO INFLABLE



Vista Horizontal



Vista desde Arriba

Anexo 39: Sustento de difusión en redes sociales-mes de mayo

CUEVA BOBADILLA LUIS ALBERTO

PJ. MARIA PARADO DE BELLIDO 118 URB. VISTA ALEGRE LA LIBERTAD
TRUJILLO VICTOR LARCO HERRERA

TELÉFONO: 820240

R.U.C. 10430769052

RECIBO POR HONORARIOS ELECTRONICO
Nro: E001- 207

Recibi de: AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.

Identificado con RUC número 20450384322

Domiciliado en JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002 SAN MARTIN SAN MARTIN TARAPOTO

La suma QUINIENTOS NOVENTA Y OCHO Y 00/100 SOLES

Por concepto de ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES Y ANUNCIOS PAGADOS PARA GRUPO AUTONORT EN EL MES DE MAYO

Observación

Inciso A DEL ARTÍCULO 33 DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA

Fecha de emisión 25 de Mayo del 2017

Total por honorarios: 650.00

Retención (8 %) IR: (52.00)

Total Neto Recibido: 598.00 SOLES



Anexo 40: Cuadro de sustentos de reembolso por publicidad -mes de mayo

RUC	FECHA	N SERIE	DETALLE	IMPORTE S/.	IMPORTE US\$	INFORME DE
volntes, radio, television, paneles						
20494192366	11/05/2017	0005-001315	ALQUILER DE PANEL PUBLICITARIO,NUEVO COROLLA 2017-MICAELA BASTIDAS	2100		
20494192366	11/05/2017	0005-001314	ALQUILER DE PANEL PUBLICITARIO UBICADO EN CARRETERA FERNANDO BELAUNDE TERRY CDRA 5-BANDA DE SHILCAYO	1850		
20494192366	20/05/2017	0005-1344	IMPRESIÓN DE MESH PERFORADO PARA MAMPARA SHOWROOM DEL AREA DE VENTAS (RAV, HILUX, YARIS)	3000		
20572143504	02/05/2017	001-003410	POR AVISO PUBLICITARIO 1/4 PAGINA FULL COLOR -DIARIO VOCES	2500		
20494192366	18/05/2017	0005-1340	IMPRESIÓN DE 5 MILLARES DE VOLANTES "CAMPAÑA CIERRAPUERTAS DE ANIVERSARIO TOYOTA"	725		
10010889389	25/05/2017	002-000889	CONFECCION DE MUÑECO CABEZON Y VESTIMENTA TOYOTA PARA ACTIVACIONES	350		
20600827449	19/05/2017	E001-78	ACTIVACION ROMPE TRAFICO "CAMPAÑA CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO TOYOTA", REALIZADO LOS DIAS 18,19 Y 20 DE MAYO	870		
20600827449	15/05/2017	E001-76	RECLUTAMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES EN BANCO INTERBANK , REALIZADO LOS DIAS 5,6 Y 15 DE MAYO	870		
20600827449	25/05/2017	E001-79	ACTIVACION NOCTURNA "CAMPAÑA CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO TOYOTA" REALIZADO EL 23 Y 24 DE MAYO-CALLE DE LAS PIEDRAS	630		
20600827449	20/05/2017	E001-77	ACTIVACIÓN INFORMATIVA TRANSPORTISTAS, REALIZADO LOS DIAS 19 Y 20 DE MAYO.	460		
10188968801	16/05/2017	0001-1939	CONFECCION DE LLAVEROS DE METAL TOYOTA	650		
10430769052	25/05/2017	E001-207	ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES Y ANUNCIO PAGADOS PARA GRUPO AUTONORT EN EL MES DE MAYO	650		
20600433530	25/05/2017	E001-325	ANTICIPO DEL 50% POR FABRICACIÓN DE TOLDO INFLABLE 4 PIERNAS CON MATERIAL RECUBIERTO CON PVC IMPERMEABLE	2708.1		
TOTAL GASTOS				17363.1	0.000	17363.100
<i>Porcentaje a reembolsar</i>						50%

Anexo 41: Informe de reembolsos Toyota del Perú -mes de mayo

INFORME DE REEMBOLSOS TDP																																
Estimados señores, les comunicamos las actividades del presente mes que serán reembolsadas.																																
[1] Actividades del mes de [MAYO].																																
TOYOTA	Nombre Campaña	Medios Masivos				Outdoors	Internet		Indoors	Evento																						
Marca / Modelo		Tv	Radio	Prensa	Revistas	Paneles	Web	Fbk	Pop																							
ETIOS	TOUCH POINT TRANSPORTISTAS				○		○	○		○																						
Marca / Modelo	ACTIVACION NOCTURNA "CAMPAÑA TOYOTA"-NUEVO ETIOS				○		○	○	○	○																						
Marca / Modelo	ACTIVACION ROMPETRÁFICO "CAMPAÑA CIERRAPUERTAS DE ANIVERSARIO"				○		○	○	○	○																						
Marca / Modelo	INCURSIÓN NOCTURNA "CAMPAÑA CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO"				○		○	○	○	○																						
[2] Monto máximo de reembolso.																																
USD		2,630.77		+ IGV		(Este monto corresponde al tope máximo a cubrir por TDP de la inversión del Dealer)																										
[3] Políticas de reembolsos y sustentos.																																
<ul style="list-style-type: none"> - Toda actividad reembolsable deberá pasar por el proceso de aprobación de TDP. - El Dealer deberá enviar la descripción de la actividad a TDP y presupuesto general. - El Dealer deberá respetar los formatos de publicación de TDP (Sistema de firmas) y uso de logotipo de Garantía. - El uso de logotipos ajenos a la marca, red de Dealers o socios estratégicos de TDP prohibido. - El Dealer deberá enviar los avisos publicitarios (JPG) antes de su publicación. - Al momento de solicitar el reembolso se deberá adjuntar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> - Factura de reembolso por la cantidad establecida. - Copias de las facturas de medios. - Avisos originales publicados - CD o DVD en caso de comerciales de Televisión y/o radio. - Copias de las facturas de proveedores. - Fotografías del evento con detalles de los elementos adquiridos para la actividad. 																																
<p>Patrick Huggard-Caine Gerente de Marketing Toyota del Perú S.A.</p>																																
INFORME DE ACTIVIDADES DEL DEALER																																
[1] Describa qué actividades realizará durante el mes. (Si realiza un evento, descríbalo en esta zona)																																
DIFUSION EN MEDIOS MASIVOS PUBLICACION DIARIO VOCES PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES PANEL PUBLICITARIO COROLLA 2017 -MICAELA BASTIDAS PANEL HILUX -BANDA DE SHILCAYO TOUCH POINT ACTIVACION ROMPE TRÁFICO "CAMPAÑA CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO" INCURSION NOCTURNA "CAMPAÑA CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO"-CALE DE LAS PIEDRAS																																
[2] Detalle la pauta publicitaria																																
MEDIO	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	
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
DIFUSION DE CAMPAÑAS EN DIARIO VOCES	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PANEL COROLLA 2017-MICAELA BASTIDAS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PANEL HILUX -BANDA DE SHILCAYO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
TOUCH POINT TRANSPORTISTAS -HUALLAGA EXPRESS,TRANSPORTES CAJAMARCA																					X	X										
ACTIVACION ROMPE TRÁFICO "CAMPAÑA CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO"																					X	X	X									
RECLUTAMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES EN BANCO INTERBANK					X	X										X																
INCURSION NOCTURNA "CAMPAÑA CIERRA PUERTAS DE ANIVERSARIO"																									X	X	X					
[3] Detalle la inversión total (EXPRESADO EN DÓLARES)																																
Publicidad (Diarios, revistas, TV, radio, etc.)																																
Eventos Showroom / C.C. / Bancarios																																
Otros (Detalle) pop, merchandising																																
Total Inversión																																
<table border="1"> <tr> <td>2152</td> <td></td> </tr> <tr> <td>858</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2252</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5,261.55</td> <td>(Monto sin IGV)</td> </tr> </table>											2152		858		2252		5,261.55	(Monto sin IGV)														
2152																																
858																																
2252																																
5,261.55	(Monto sin IGV)																															
Solicitado por:																																
Nombre: ernesto rojas taira																																
Cargo: supervisor de marketing																																
Empresa: autonort trujillo s.a.																																

Anexo 43: Orden de compra - mes de mayo



TOYOTA DEL PERU S.A.

TOYOTA

SEDE SAN ISIDRO

Av. SANTO TORIBIO 173
TORRE REAL OCHO, PISO 14, SAN ISIDRO, LIMA
TELEFONO: 215-9090, FAX: 215-9099

SEDE BOCANEGRA

Av. ELMER FAUCETT 3548 - CALLAO
TELEFONO: 575-3800 FAX: 574-9378
LIMA-PERU

Página: 1 de 1

ORDEN DE COMPRA N° 4700103805

SEÑOR (ES): AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.

Fecha: 31.05.2017

Sirva(n) se entregar al portador por nuestra cuenta lo siguiente:

Moneda: Dólares

ITEM	CODIGO	DESCRIPCION	CANT	UNID	P.UNIT	IMPORTE
1		Reembolso TDP Publicidad Mayo	1	SRV	3,351.85	3,351.85
SOLICITADO POR : JHERRERA			IMPORTE TOTAL \$		3,351.85	
APROBADO POR : JSAWAI			NO INCLUYE IGV			

LUGAR DE ENTREGA: Av. Santo Toribio 173

CONDICIONES DE PAGO:

- Todas las facturas recibidas por TOYOTA hasta el día 05 de cada mes, serán pagadas el día 20 del mismo mes.
- Todas las facturas recibidas por TOYOTA hasta el día 20 de cada mes, serán pagadas el día 05 del siguiente mes.

NOTA:

- Por favor adjuntar esta Orden con la Guía de Remisión firmada para la cancelación de la factura.
- Extender la factura a: TOYOTA DEL PERU S.A. RUC: 20100132592
- Para verificar su pago, por favor ingresar a la página web: <http://tdpportprd.toyotaperu.com.pe:50000/rj/portal>



TOYOTA DEL PERU S.A.

TOYOTA

SEDE SAN ISIDRO

Av. SANTO TORIBIO 173
TORRE REAL OCHO, PISO 14, SAN ISIDRO, LIMA
TELEFONO: 215-9090, FAX: 215-9099

SEDE BOCANEGRA

Av. ELMER FAUCETT 3548 - CALLAO
TELEFONO: 575-3800 FAX: 574-9378
LIMA-PERU

Página: 1 de 1

ORDEN DE COMPRA N° 4700103827

SEÑOR (ES): AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.

Fecha: 31.05.2017

Sirva(n) se entregar al portador por nuestra cuenta lo siguiente:

Moneda: Dólares

ITEM	CODIGO	DESCRIPCION	CANT	UNID	P.UNIT	IMPORTE
1		Bono de desempeño por actividad Touchpoi	1	SRV	1,000.00	1,000.00
SOLICITADO POR : JHERRERA			IMPORTE TOTAL \$		1,000.00	
APROBADO POR : AKBAYASHI			NO INCLUYE IGV			

LUGAR DE ENTREGA: Av. Santo Toribio 173



CONDICIONES DE PAGO:

- Todas las facturas recibidas por TOYOTA hasta el día 05 de cada mes, serán pagadas el día 20 del mismo mes.
- Todas las facturas recibidas por TOYOTA hasta el día 20 de cada mes, serán pagadas el día 05 del siguiente mes.

NOTA:


- Por favor adjuntar esta Orden con la Guía de Remisión firmada para la cancelación de la factura.
- Extender la factura a: TOYOTA DEL PERU S.A. RUC: 20100132592
- Para verificar su pago, por favor ingresar a la página web: <http://tdpportprd.toyotaperu.com.pe:50000/rj/portal>

Anexo 44: Factura electrónica de reembolso Autonort Nor Oriente S.A.C - mes de mayo

 AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.		R.U.C. 20450384322 FACTURA ELECTRÓNICA			
PRINCIPAL: JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO					
SUCURSALES: AV. PAKAMUROS NRO. 1797(1797-1799) CAJAMARCA - JAEN - JAEN AV. PAKAMUROS NRO. 2417 CAJAMARCA - JAEN - JAEN JR. JIMENEZ PIMENTEL NRO. 1042 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO					
L. COMERCIAL: JR. ARICA NRO. 171 (SECTOR HUAYCO) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO JR. JIMENEZ PIMENTEL NRO. 5/N (CDRA 7, NUMERO 713) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO					
Señor(es) : TOYOTA DEL PERU S A		Fecha Emisión : 01/06/2017			
RUC : 20100132592		Moneda: DOLARES			
Dirección : AV. SANTO TORIBIO NRO. 173 INT. P14 (VIA CENTRAL 125, TORRE REAL 8 OF. 1401-02)					
Condiciones de Venta: CREDITO A 15 DIAS		Medio de Pago:			
Orden de Compra: Guia de Remisión:					
CODIGO	CANTIDAD	U. M.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR VENTA
	1,00	UNID	REEMBOLSO PUBLICITARIO CAMPAÑA TOYOTA SEGÚN ORDEN N° 4700103805	3.351,85	3.351,85
BIENES TRANSFERIDOS SERVICIOS BRINDADOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA. BIENES TRANSFERIDOS EN LA REGION SELVA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA					
SON: TRES MIL TRESCIENTOS CINCUENTA Y UNO Y 85/100 DOLARES			OP. GRAVADAS \$ 0,00 OP. GRATUITAS \$ 0,00 OP. INAFECTAS \$ 0,00 OP. EXONERADAS \$ 3.351,85 DESCUENTO \$ 0,00 I.G.V. 18% \$ 0,00 REDONDEO \$ 0,00 TOTAL A PAGAR \$ 3.351,85		
No se aceptan cambios ni devoluciones					
					
Powered by: Nisira eDoc www.nisira.com.pe					
Representación impresa de la Factura Electrónica Autorizado mediante resolución N° 180005000021 / SUNAT Para consultar el documento ingrese a: http://clientes.nisira.com.pe/AUTONORTN/					

 AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.		R.U.C. 20450384322 FACTURA ELECTRÓNICA			
PRINCIPAL: JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO					
SUCURSALES: AV. PAKAMUROS NRO. 1797(1797-1799) CAJAMARCA - JAEN - JAEN AV. PAKAMUROS NRO. 2417 CAJAMARCA - JAEN - JAEN JR. JIMENEZ PIMENTEL NRO. 1042 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO					
L. COMERCIAL: JR. ARICA NRO. 171 (SECTOR HUAYCO) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO JR. JIMENEZ PIMENTEL NRO. 5/N (CDRA 7, NUMERO 713) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO					
Señor(es) : TOYOTA DEL PERU S A		Fecha Emisión : 01/06/2017			
RUC : 20100132592		Moneda: DOLARES			
Dirección : AV. SANTO TORIBIO NRO. 173 INT. P14 (VIA CENTRAL 125, TORRE REAL 8 OF. 1401-02)					
Condiciones de Venta: CREDITO A 15 DIAS		Medio de Pago:			
Orden de Compra: Guia de Remisión:					
CODIGO	CANTIDAD	U. M.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR VENTA
	1,00	UNID	BONO DE DESEMPEÑO POR ACTIVIDAD TOUCHPOINT SEGÚN ORDEN N° 4700103827	1.000,00	1.000,00
BIENES TRANSFERIDOS SERVICIOS BRINDADOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA. BIENES TRANSFERIDOS EN LA REGION SELVA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA					
SON: UN MIL Y 00/100 DOLARES			OP. GRAVADAS \$ 0,00 OP. GRATUITAS \$ 0,00 OP. INAFECTAS \$ 0,00 OP. EXONERADAS \$ 1.000,00 DESCUENTO \$ 0,00 I.G.V. 18% \$ 0,00 REDONDEO \$ 0,00 TOTAL A PAGAR \$ 1.000,00		
No se aceptan cambios ni devoluciones					
					
Powered by: Nisira eDoc www.nisira.com.pe					
Representación impresa de la Factura Electrónica Autorizado mediante resolución N° 180005000021 / SUNAT Para consultar el documento ingrese a: http://clientes.nisira.com.pe/AUTONORTN/					

Anexo 45: Sustento de aviso publicitario en diario Voces- mes de junio



**GRUPO
VOCES**
S.R.Ltda.

Jr. Pedro de Urzúa N° 410
Telefax: (042) 503843
TARAPOTO - SAN MARTIN

R.U.C. 20572143504

FACTURA

001 - **Nº 003475**

Señor (es): **AUTONORT NOR ORIENTE SAC.**
 Dirección: **JR. JIHENEZ PIHENTEL N°1002 - TARAPOTO**
 R.U.C.: **20450384322** Guía de Remisión: Fecha **01-06-2017**

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	TOTAL
	POR AVISO PUBLICITARIO 1/4 PÁGINA FULL COLOR CONTRASPORTADA CORRESPONDIENTE AL MES DE JUNIO 2017		2,500.00

Son: **DOS MIL QUINIENTOS 7⁰⁰/1⁰⁰** Soles

SUB TOTAL S/ **2,500.00**

I.G.V. S/ **—**

TOTAL S/ **2,500.00**

De: URIARTE QUEVEDO CARLOS A
 Cel./RPM: #942-670375 / #947603822
 R.U.C. 10067213446
 F.I. 09-11-2016 - N.A. 0582390183
 Serie 0001 del 003001 - 003500

CANCELADO

DIA	MES	AÑO

p. GRUPO VOCES S.R.LTDA.

USUARIO

BIENES TRANSFERIDOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA

Anexo 46: Sustento de alquiler de espacio publicitario-Jr.Micaela Bastidas-mes de junio


publisher Tarapoto
 PUBLITECH DEL ORIENTE SAC
 Rotulación Vehicular - Calcomanías - Gigantografías en Alta Calidad 1440dpi
 Letreros Luminosos - Alquiler de Paneles Publicitarios - Servicio de Imprenta
 Jr. Orellana N° 886 - Tarapoto - Partido Alto - Prov. San Martín - Dpto. San Martín
 Telf: 042-532149 - Rpm. #942 149 139 Rpp: 954148842 - E mail: publisher.tarapoto@hotmail.com

R.U.C 20494192366
FACTURA
0005 - Nº 001401

Señor (es): Autonort Nor Oriente S.A.C
 R.U.C.: 20450384322 Fecha de Emisión 03 de Junio del 2017
 Dirección: Jr. Jimenez Rimentel # 1002 - Tarapoto Guía de Remisión:

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
01	Servicio de Alquiler de Panel Publicitario (ambas caras) Medidas 8,00 x 4,00 mts ubicado en la Av. Micaela Bastidas cdra 1. Tarapoto		52,100.00
SON: <u>Dos mil Cien</u> y <u>00</u> /100 NUEVOS SOLES			SUB-TOTAL S/ <u>2,100.00</u>
GRÁFICA GARATE S.A.C. R.U.C. 2049323705 Jr. Sanín Florentino N° 291 - Moyobamba - 054511 Jr. Dos de Mayo N° 887 - Telf: 0548664 - Rppj 0005 - del 001901 al 002000 F.I. 27 - 10 - 2015 - Aut. 0527986193			*BIENES TRANSFERIDOS/ SERVICIOS PRESTADOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA* CANCELADO I.G.V. S/ <u>0</u> Fecha, TOTAL S/ <u>2,100.00</u>

p. Representante
USUARIO



Anexo 47: Sustento de alquiler de espacio publicitario Banda de shilcayo -mes de junio

publisher Tarapoto
 PUBLITECH DEL ORIENTE SAC
 Rotulación Vehicular - Calcomanías - Gigantografías en Alta Calidad 1440dpi
 Letreros Luminosos - Alquiler de Paneles Publicitarios - Servicio de Imprenta
 Jr. Orellana N° 886 - Tarapoto - Partido Alto - Prov. San Martín - Dpto. San Martín
 Telf: 042-532149 - Rpm. #942 149 139 Rpc: 954148842 - E mail: publishtarapoto@hotmail.com


R.U.C 20494192366
FACTURA
 0005 - Nº 001403

Señor (es): Autonort Nor Oriente S.A.C
 R.U.C.: 20450384322 Fecha de Emisión: 03 de Junio del 2017
 Dirección: Jr. Jimenez Pimentel #1002 - Tarapoto Guía de Remisión:

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	IMPORTE
01	Servicio de alquiler de panel publicitario Ubicado en carretera Fernando Belaunde Terry sur c/da. 5 - Banda de Shilcayo medidas 8,00 x 4,00 mts		\$ 1,850.00
SON: <u>Un mil ochocientos cincuenta y 00/100 NUEVOS SOLES</u>			SUB-TOTAL SI. <u>1,850.00</u>
GRAFICA GARATE S.A.C. R.U.C. 2048325705 Jr. Seráfico Pimentel N° 391 - Mayobamba - SE3415 Jr. Do de Mayo N° 867 - Tel: 5434664 - P.O. 2005 - del 001001 al 002000 FL 27 - 10 - 2015 - Aut. 0527906183			I.G.V. SI. <u>0</u>
"BIENES TRANSFERIDOS/ SERVICIOS PRESTADOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA"			TOTAL SI. <u>1,850.00</u>
p. Representante			USUARIO



Anexo 49: Sustento de confección de portadocumentos de lona -mes de junio

 <p>Publicidad y Marketing Corporativo SAC R.U.C. N° 20477479023 FACTURA 0001- N° 001957</p>			
SEÑORES: AUTONORT NOR ORIENTE SAC DIRECCIÓN: Sto. Inocencio Pimental # 1092 - Tarapoto R.U.C.: 20450384322 FECHA DE EMISIÓN: 16-06-2017			
GUIA DE REMISION ORDEN DE COMPRA CONDICIONES			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
50	Portadocumentos en lona con logo de Toyota y emblema Toyota en rojo	13.50	675.00
Son: Seiscientos setenta y cinco y 00/100 S/.		SUB-TOTAL	675.00
GRAFICA SHALOM I E R L RUC: 100018003 FI 14-01-2016 Calle: 5001 and 51501 al 50000 Fecha: / / Publicidad y Marketing Corporativo S.A.C.		I.G.V. %	102.97
		TOTAL S/:	675.00



Anexo 50: Sustento de confección de toldo inflable -mes de junio

2017-6-21

Factura Electronica - Impresión

BRANDEA S.A.C. CAL. CORONEL FRANCISCO BOLOGNE 338 URB. CHORRILLOS CHORRILLOS - LIMA - LIMA		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600433530 E001-362	
Fecha de Vencimiento :	30/06/2017		
Fecha de Emisión :	21/06/2017		
Señor(es) :	AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.		
RUC :	20450384322		
Establecimiento del Emisor :	CAL. CORONEL FRANCISCO BOLOGNE 338 URB. CHORRILLOS LIMA-LIMA-CHORRILLOS		
Tipo de Moneda :	SOLES		
Observación :			
Cantidad	Unidad	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD	SALDO FINAL POR FABRICACION DE TOLDO INFLABLE 4 PIERNAS CON MATERIAL RECUBIERTO CON PVC IMPERMEABLE (TOTAL SERVICIO 5416.20 MENOS ANTICIPO SEGUN FAC E001-325 POR 2708.10).	2295.00
Valor de Venta de Operaciones Gratuitas : S/ 0.00		Sub Total : S/ 2,295.00 Ventas : S/ 0.00 Anticipos : S/ 0.00 Descuentos : S/ 0.00 Valor Venta : S/ 2,295.00 ISC : S/ 0.00 IGV : S/ 413.10 Otros Cargos : S/ 0.00 Otros Tributos : S/ 0.00 Importe Total : S/ 2,708.10	
SON: DOS MIL SETECIENTOS OCHO Y 10/100 SOLES			
<i>Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SQL.</i>			



Anexo 51: Sustento de activación rompe tráfico-mes de junio

2017-6-19

:: Factura Electronica - Impresion ::

REVES INTEGRAL BRANDING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA JR. SARGENTO LORES 488 ZONA UNA CUADRA ANTES DE CINE STAR MORALES - SAN MARTIN - SAN MARTIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600827449 E001-99	
Fecha de Vencimiento :			
Fecha de Emisión :	19/06/2017		
Señor(es) :	AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.		
RUC :	20450384322		
Dirección del Cliente :	JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002 CRUCE TACNA SECTOR BARRIO HUAYCO SAN MARTIN-SAN MARTIN-TARAPOTO		
Tipo de Moneda :	SOLES		
Observación :			
Cantidad	Unidad Medida	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD	ACTIVACION ROMPE TRAFICO "CAMPANA TOYOTA MAS", REALIZADO LOS DIAS 15,16 Y 17 DE JUNIO.	870.00
Valor de Venta de Operaciones		Sub Total :	
Gratuitas : S/ 0.00		S/ 870.00	
		Anticipos : S/ 0.00	
		Descuentos : S/ 0.00	
		Valor Venta : S/ 870.00	
		ISC : S/ 0.00	
		IGV : S/ 0.00	
		Otros Cargos : S/ 0.00	
		Otros Tributos : S/ 0.00	
		Importe Total : S/ 870.00	
SON: OCHOCIENTOS SETENTA Y 00/100 SOLES			
<i>Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.</i>			



Anexo 52: Sustento de activación informativa mochileros sector comercio-mes de junio

2017-6-19

:: Factura Electronica - Impresion ::

REVES INTEGRAL BRANDING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA JR. SARGENTO LORES 488 ZONA UNA CUADRA ANTES DE CINE STAR MORALES - SAN MARTIN - SAN MARTIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600827449 E001-100	
Fecha de Vencimiento : Fecha de Emisión : 19/06/2017 Señor(es) : AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C. RUC : 20450384322 JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002 Dirección del Cliente : CRUCE TACNA SECTOR BARRIO HUAYCO SAN MARTIN-SAN MARTIN-TARAPOTO Tipo de Moneda : SOLES Observación :			
Cantidad	Unidad Medida	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD	VOLANTEO MOCHILEROS "CAMPANA TOYOTA MAS", REALIZADO LOS DIAS 16,17 Y 19 DE JUNIO EN LA CIUDAD DE TARAPOTO	810.00
Valor de Venta de Operaciones : S/ 0.00 Gratuitas : S/ 0.00		Sub Total Ventas : S/ 810.00 Anticipos : S/ 0.00 Descuentos : S/ 0.00 Valor Venta : S/ 810.00 ISC : S/ 0.00 IGV : S/ 0.00 Otros Cargos : S/ 0.00 Otros Tributos : S/ 0.00 Importe Total : S/ 810.00	
SON: OCHOCIENTOS DIEZ Y 00/100 SOLES			
Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.			



Anexo 53: Sustento de reclutamiento de clientes potenciales en banco “Interbank”-mes de junio

2017-6-19

::: Factura Electronica - Impresion :::

REVES INTEGRAL BRANDING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA JR. SARGENTO LORES 488 ZONA UNA CUADRA ANTES DE CINE STAR MORALES - SAN MARTIN - SAN MARTIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600827449 E001-98		
Fecha de Vencimiento : Fecha de Emisión : 19/06/2017 Señor(es) : AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C. RUC : 20450384322 JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002				
Dirección del Cliente : CRUCE TACNA SECTOR BARRIO HUAYCO SAN MARTIN-SAN MARTIN-TARAPOTO Tipo de Moneda : SOLES Observación :				
Cantidad	Unidad	Medida	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD		RECLUTAMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES EN BANCO INTERBANK REALIZADO LOS DIAS 5,6 Y 15 DE MAYO.	870.00
Valor de Venta de Operaciones Gratuitas: S/ 0.00		Sub Total : S/ 870.00 Ventas : Anticipos : S/ 0.00 Descuentos : S/ 0.00 Valor Venta : S/ 870.00 ISC : S/ 0.00 IGV : S/ 0.00 Otros Cargos : S/ 0.00 Otros Tributos : S/ 0.00 Importe Total : S/ 870.00		
SON: OCHOCIENTOS SETENTA Y 00/100 SOLES				
Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.				



Anexo 54: Sustento de Touch point Cine Star"-mes de junio

STAR PLAZA ORIENTE S.A.C.		R.U.C. 20393951428	
Jr. Raymondi Mz. 23 Lt. 10 Ucayali - Coronel Portillo - Calleria Telf.: 061-59081		FACTURA	
		001- N° 003729	
Señor(es): <u>Autonort Neg Oriente S.A.C</u>			
Dirección: <u>St. Jimmy Pimentel 1002- Tarapoto</u>		Pucallpa, <u>20</u> de <u>Junio</u> del 201 <u>7</u>	
R.U.C.: <u>2045038422</u>		Guía de Remisión	
CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE
	<i>Por alquiler de espacio para realizar activación de Touch Point en Cine Star "Campaña Toyota" más los días 20, 22, 23 de Junio en la ciudad de Tarapoto.</i>		5/800.00
SON: <u>Ochocientos con 00/100 Soles</u>			
<small>BAROLES DE LA CRUZ SUSANA ESTHER R.U.C. 2025640003 SERIE 501 DEL 3461 AL 4100 AUT. N° 059380153 P.F. 02-05-2016</small>		CANCELADO Pucallpa, de del 2,0..... p. STAR PLAZA ORIENTE S.A.C.	
		SUB-TOTAL	7/800.00
		I.G.V. %	—
		TOTAL	8/800.00
ADQUIRENTE O USUARIO			



Anexo 55: Sustento de anfitriónaje y animación en touch point-mes de junio

2017-6-23

:: Factura Electronica - Impresion ::

REVES INTEGRAL BRANDING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA JR. SARGENTO LORES 488 ZONA UNA CUADRA ANTES DE CINE STAR MORALES - SAN MARTIN - SAN MARTIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20609827449 E001-103		
Fecha de Vencimiento :				
Fecha de Emisión :	23/06/2017			
Señor(es) :	AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.			
RUC :	20450384322			
Dirección del Cliente :	JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002 CRUCE TACNA SECTOR BARRIO HUAYCO SAN MARTIN-SAN MARTIN-TARAPOTO			
Tipo de Moneda :	SOLES			
Observación :				
Cantidad	Unidad	Medida	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD		POR SERVICIO DE ANFITRIONAJE Y ANIMACION EN ACTIVACION DE TOUCH POINT, REALIZADO LOS DIAS 20, 22 Y 23 DE JUNIO DEL 2017 EN CINE STAR - TARAPOTO.	950.00
Sub Total Ventas : S/ 950.00 Anticipos : S/ 0.00 Descuentos : S/ 0.00 Valor Venta : S/ 950.00 ISC : S/ 0.00 IGV : S/ 0.00 Otros Cargos : S/ 0.00 Otros Tributos : S/ 0.00 Importe Total : S/ 950.00				
Valor de Venta de Operaciones Gratuitas : S/ 0.00				
SON: NOVECIENTOS CINCUENTA Y 00/100 SOLES				
<i>Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.</i>				



Anexo 56: Sustento de confección de toldo inflable -mes de junio

2017-6-19

::: Factura Electronica - Impresion :::

REVES INTEGRAL BRANDING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA JR. SARGENTO LORES 488 ZONA UNA CUADRA ANTES DE CINE STAR MORALES - SAN MARTIN - SAN MARTIN		FACTURA ELECTRONICA RUC: 20600827449 E001-98		
Fecha de Vencimiento :				
Fecha de Emisión :	19/06/2017			
Señor(es) :	AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.			
RUC :	20450384322			
Dirección del Cliente :	JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002			
Tipo de Moneda :	SOLES			
Observación :				
Cantidad	Unidad	Medida	Descripción	Valor Unitario
1.00	UNIDAD		RECLUTAMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES EN BANCO INTERBANK REALIZADO LOS DIAS 5,6 Y 15 DE MAYO.	870.00
Valor de Venta de Operaciones		S/ 0.00		
Gratuitas:				
		Sub Total :	S/ 870.00	
		Ventas :	S/ 0.00	
		Anticipos :	S/ 0.00	
		Descuentos :	S/ 0.00	
		Valor Venta :	S/ 870.00	
		ISC :	S/ 0.00	
		IGV :	S/ 0.00	
		Otros Cargos :	S/ 0.00	
		Otros Tributos :	S/ 0.00	
		Importe Total :	S/ 870.00	
SON: OCHOCIENTOS SETENTA Y 00/100 SOLES				
Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.				



Anexo 58: Cuadro de sustentos de reembolso por publicidad -mes de junio

RUC	FECHA	N SERIE	DETALLE	IMPORTE S/.	IMPORTE US	INFORME DE
volntes, radio, television, paneles						
20494192366	03/04/2017	0005-001401	ALQUILER DE PANEL PUBLICITARIO,NUEVO COROLLA 2017-MICAELA BASTIDAS	2100		
20494192366	03/04/2017	0005-001403	ALQUILER DE PANEL PUBLICITARIO UBICADO EN CARRETERA FERNANDO BELAUNDE TERRY CDRA 5-BANDA DE SHILCAYO	1850		
20477479023	16/06/2017	001-1957	CONFECCION DE PORTADOCUMENTOS DE LONA TOYOTA	675		
20572143504	01/06/2017	001-003475	POR AVISO PUBLICITARIO 1/4 PAGINA FULL COLOR -DIARIO VOCES- CAMPAÑA TOYOTA	2500		
20494192366	07/06/2017	0005-1416	IMPRESIÓN DE 6 MILLARES DE VOLANTES "CAMPAÑA TOYOTA MÁS"	870		
20600827449	19/06/2017	E001-98	RECLUTAMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES EN BANCO INTERBANK LOS DIAS 5,6 Y 15 DE JUNIO	870		
20600827449	19/06/2017	E001-99	ACTIVACION ROMPE TRAFICO "CAMPAÑA TOYOTA MÁS" REALIZADO LOS DIAS 15,16 Y 17 DE JUNIO	870		
20600827449	19/06/2017	E001-100	VOLANTEO MOCHILEROS "CAMPAÑA TOYOTA MÁS" REALIZADO LOS DIAS 16,17 Y 19 DE JUNIO EN LA CIUDAD DE TARAPOTO	810		
20600433530	21/06/2017	E001-362	SALDO FINAL POR FABRICACION DE TOLDO INFLABLE 4 PIERNAS CON MATERIAL RECUBIERTO PVC IMPERMEABLE	2295		
20600827449	23/06/2017	E001-103	POR SERVICIO DE ANFITRIONAJE Y ANIMACIÓN EN TOUCH POINT REALIZADO LOS DÍAS 20,22 Y 23 EN CINE STAR TARAPOTO	950		
20393951428	20/06/2017	001-3729	PAGO POR ALQUILER DE ESPACIO PARA REALIZACIÓN DE TOUCH POINT	800		
10430769052	22/06/2017	E001-218	DIFUSION EN REDES SOCIALES CAMPAÑA DE VENTAS TOYOTA CORRESPONDIENTE AL MES DE JUNIO	650		
TOTAL GASTOS				15240	0.000	15240.000
Porcentaje a reembolsar						50%

Anexo 59: Informe de reembolsos Toyota del Perú -mes de junio

INFORME DE REEMBOLSOS TDP																														
Estimados señores, les comunicamos las actividades del presente mes que serán reembolsadas.																														
[1] Actividades del mes de JUNIO .																														
TOYOTA Marca / Modelo	Nombre Campaña	Medios Masivos				Outdoors	Internet		Indoors	Evento																				
		Tv	Radio	Prensa	Revistas	Paneles	Web	Fbk	Pop																					
ETIOS	TOUCH POINT CINE STAR-TARAPOTO				⊙		⊙	⊙	⊙	⊙																				
Marca / Modelo	ACTIVACION ROMPETRÁFICO "CAMPAÑA TOYOTA MÁS"				⊙		⊙	⊙	⊙	⊙																				
Marca / Modelo	RECLUTAMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES- BANCO INTERBANK				⊙		⊙	⊙	⊙	⊙																				
Marca / Modelo	VOLANTEO MOCHILEROS EN PRINCIPALES MERCADOS DE TARAPOTO				⊙		⊙	⊙	⊙	⊙																				
[2] Monto máximo de reembolso.																														
USD		2,309.09		+ IGV		(Este monto corresponde al tope máximo a cubrir por TDP de la inversión del Dealer)																								
[3] Políticas de reembolsos y sustentos.																														
<ul style="list-style-type: none"> - Toda actividad reembolsable deberá pasar por el proceso de aprobación de TDP. - El Dealer deberá enviar la descripción de la actividad a TDP y presupuesto general. - El Dealer deberá respetar los formatos de publicación de TDP (Sistema de firmas) y uso de logotipo de Garantía. - El uso de logotipos ajenos a la marca, red de Dealers o socios estratégicos de TDP prohibido. - El Dealer deberá enviar los avisos publicitarios (JPG) antes de su publicación. - Al momento de solicitar el reembolso se deberá adjuntar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> - Factura de reembolso por la cantidad establecida. - Copias de las facturas de medios. - Avisos originales publicados - CD o DVD en caso de comerciales de Televisión y/o radio. - Copias de las facturas de proveedores. - Fotografías del evento con detalles de los elementos adquiridos para la actividad. 																														
Patrick Huggard-Caine Gerente de Marketing Toyota del Perú S.A.																														
INFORME DE ACTIVIDADES DEL DEALER																														
[1] Describa qué actividades realizará durante el mes. (Si realiza un evento, descríbalo en esta zona)																														
DIFUSION EN MEDIOS MASIVOS PUBLICACIÓN DIARIO VOCES PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES PANEL PUBLICITARIO COROLLA 2017 -MICAELA BASTIDAS PANEL HILUX -BANDA DE SHILCAYO EXHIBICIÓN DE VEHÍCULOS "CAMPAÑA TOYOTA" -BAGUA GRANDE TOUCH POINT CINE STAR ACTIVACIÓN ROMPE TRÁFICO "CAMPAÑA TOYOTA MÁS" RECLUTAMIENTO DE CLIENTES EN BANCO INTERBANK VOLANTEO INFORMATIVO MOCHILEROS EN PRINCIPALES MERCADOS -TARAPOTO																														
[2] Detalle la pauta publicitaria																														
MEDIO	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
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
DIFUSION DE CAMPAÑAS EN DIARIO VOCES	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PANEL COROLLA 2017-MICAELA BASTIDAS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
PANEL HILUX -BANDA DE SHILCAYO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
TOUCH POINT CINE STAR																														
ACTIVACIÓN ROMPE TRÁFICO "CAMPAÑA TOYOTA MÁS"																														
RECLUTAMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES EN BANCO INTERBANK																														
VOLANTEO MOCHILEROS (MERCADO N°2, MERCADO HUEQUITO, MERCADO N°3- TARAPOTO)																														
[3] Detalle la inversión total (EXPRESADO EN DÓLARES)																														
Publicidad (Diarios, revistas, TV, radio, etc.)											2152						Solicitado por:													
Eventos Showroom / C.C. / Bancarios											1061						Nombre: ernesto rojas taira													
Otros (Detail pop, merchandising)											1406						Cargo: supervisor de marketing													
Total Inversión											4,618.18	(Monto sin IGv)					Empresa: autonort trujillo s.a.													

Anexo 61: Orden de compra - mes de junio



TOYOTA DEL PERU S.A.

Página: 1 de 1

TOYOTA

SEDE SAN ISIDRO
Av. SANTO TORIBIO 173
TORRE REAL DCHO, PISO 14, SAN ISIDRO, LIMA
TELEFONO: 215-9090, FAX: 215-9099

SEDE BOCANEGRA
Av. ELMER FAUCETT 3548 - CALLAO
TELEFONO: 575-3800 FAX: 574-9378
LIMA-PERU

ORDEN DE COMPRA N° 4700105854

SEÑOR (ES) : AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.

Fecha: 30.06.2017

Si(s) se entregar al portador por nuestra cuenta lo siguiente:

Moneda: Dólares

ITEM	CODIGO	DESCRIPCION	CANT	UNID	P/UNIT	IMPORTE
1		Reembolso TOP Publicidad Junio	1	SRV	2,674.50	2,674.50
					IMPORTE TOTAL \$	2,674.50
					NO INCLUYE IGV	

SOLICITADO POR : JHERRERA
 APROBADO POR : AKOSAYASHI

LUGAR DE ENTREGA: Av. Santo Toribio 173

CONDICIONES DE PAGO:

- Todas las facturas recibidas por TOYOTA hasta el día 05 de cada mes, serán pagadas el día 20 del mismo mes.
- Todas las facturas recibidas por TOYOTA hasta el día 20 de cada mes, serán pagadas el día 05 del siguiente mes.

NOTA:

- Por favor adjuntar este Orden con la Guía de Remisión firmada para la cancelación de la factura.
- Entender la factura a: TOYOTA DEL PERU S.A. RUC: 20100132592.
- Para verificar su pago, por favor ingresar a la página web: <http://appportnort.toyotaperu.com.pe:50000/portal>

Anexo 62: Factura electrónica de reembolso Autonort Nor Oriente S.A.C - mes de junio



AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.

R.U.C. 20450384322
FACTURA ELECTRÓNICA

F017 N° 0000129

PRINCIPAL:
JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO

SUCURSALES:
AV. PAKAMUROS NRO. 1797(1797-1799) CAJAMARCA - JAEN - JAEN
AV. PAKAMUROS NRO. 2417 CAJAMARCA - JAEN - JAEN
JR. JIMENEZ PIMENTEL NRO. 1042 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO

L. COMERCIAL:
JR. ARICA NRO. 171 (SECTOR HUAYCO) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO
JR. JIMENEZ PIMENTEL NRO. SN (CDRA 7, NUMERO 713) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO

Señor(es) : TOYOTA DEL PERU S A
RUC : 20100132592
Dirección : AV. SANTO TORIBIO NRO. 173 INT. P14 (VIA CENTRAL 125, TORRE REAL 8 OF. 1401-02)

Fecha Emisión : 05/07/2017
Moneda: DOLARES

Condiciones de Venta: CREDITO A 15 DIAS Medio de Pago:
Orden de Compra:
Guía de Remisión:

CODIGO	CANTIDAD	U. M.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR VENTA
	1.00	UNID	REEMBOLSO PUBLICITARIO CAMPAÑA TOYOTA. SEGÚN ORDEN N° 4700105854	2,674.56	2,674.56

BIENES TRANSFERIDOS SERVICIOS BRINDADOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA. BIENES TRANSFERIDOS EN LA REGION SELVA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA.

SON: DOS MIL SEISCIENTOS SETENTA Y CUATRO Y 56/100 DOLARES

OP. GRAVADAS \$	0.00
OP. GRATUITAS \$	0.00
OP. INAFECTAS \$	0.00
OP. EXONERADAS \$	2,674.56
DESCUENTO \$	0.00
I.G.V. 18% \$	0.00
REDONDEO \$	0.00
TOTAL A PAGAR \$	2,674.56

No se aceptan cambios ni devoluciones



Powered by: Nireia eDoc
www.nireia.com.pe

Representación impresa de la Factura Electrónica
Autorizado mediante resolución N° 182005000021 / SUNAT
Para consultar el documento ingrese a: <http://clientes.nireia.com.pe/AUTONORTN/>



AUTONORT NOR ORIENTE S.A.C.

R.U.C. 20450384322
FACTURA ELECTRÓNICA

F017 N° 0000103

PRINCIPAL:
JR. JIMENEZ PIMENTEL 1002 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO

SUCURSALES:
AV. PAKAMUROS NRO. 1797(1797-1799) CAJAMARCA - JAEN - JAEN
AV. PAKAMUROS NRO. 2417 CAJAMARCA - JAEN - JAEN
JR. JIMENEZ PIMENTEL NRO. 1042 SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO

L. COMERCIAL:
JR. ARICA NRO. 171 (SECTOR HUAYCO) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO
JR. JIMENEZ PIMENTEL NRO. SN (CDRA 7, NUMERO 713) SAN MARTIN - SAN MARTIN - TARAPOTO

Señor(es) : TOYOTA DEL PERU S A
RUC : 20100132592
Dirección : AV. SANTO TORIBIO NRO. 173 INT. P14 (VIA CENTRAL 125, TORRE REAL 8 OF. 1401-02)

Fecha Emisión : 01/06/2017
Moneda: DOLARES

Condiciones de Venta: CREDITO A 15 DIAS Medio de Pago:
Orden de Compra:
Guía de Remisión:

CODIGO	CANTIDAD	U. M.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR VENTA
	1.00	UNID	BONO DE DESEMPEÑO POR ACTIVIDAD TOUCHPOINT SEGÚN ORDEN N° 4700103827	1,000.00	1,000.00

BIENES TRANSFERIDOS SERVICIOS BRINDADOS EN LA AMAZONIA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA. BIENES TRANSFERIDOS EN LA REGION SELVA PARA SER CONSUMIDOS EN LA MISMA.

SON: UN MIL Y 00/100 DOLARES

OP. GRAVADAS \$	0.00
OP. GRATUITAS \$	0.00
OP. INAFECTAS \$	0.00
OP. EXONERADAS \$	1,000.00
DESCUENTO \$	0.00
I.G.V. 18% \$	0.00
REDONDEO \$	0.00
TOTAL A PAGAR \$	1,000.00


No se aceptan cambios ni devoluciones



Powered by: Nireia eDoc
www.nireia.com.pe

Representación impresa de la Factura Electrónica
Autorizado mediante resolución N° 182005000021 / SUNAT
Para consultar el documento ingrese a: <http://clientes.nireia.com.pe/AUTONORTN/>

Anexo 63: Modelo de cotización –Sistema de gestión de cliente (SGC)

▼ Datos del cliente	
Nro documento:	40096858
Nombre o razón social:	LAVI GONZALES WILDER
Tratamiento de datos personales:	No acepta
▼ Datos del vehículo	
Vehículo:	1238 ETIOS 1.5 M/T
Color exterior:	PLATA METALICO
Año fabricación:	2017
Especificación:	
Cantidad Solicitada:	1
Moneda:	Dólares
Precio Unitario:	13,250.00
Precio Total:	13,250.00
<small>(Precios incluyen IGV)</small>	
	
▼ Cortesías y Campañas	
Cortesías Servicio de 1000 y 5000 Km (Mano de Obra Gratis) Solo en Grupo Autonort Servicio de Pre-entrega '0 Km' del vehículo. Inscripción, placas y tarjeta de propiedad. Carnet de Servicio. Manual del Propietario. Seguro de faros y aros. Pisos de jebe.	

▼ Cortesías y Campañas	
Cortesías Servicio de 1000 y 5000 Km (Mano de Obra Gratis) Solo en Grupo Autonort Servicio de Pre-entrega '0 Km' del vehículo. Inscripción, placas y tarjeta de propiedad. Carnet de Servicio. Manual del Propietario. Seguro de faros y aros. Pisos de jebe.	
▼ Datos adicionales	
Forma de Pago:	Crédito MAF
Vigente hasta:	31-05-2017
Se enteró por:	CLIENTE PASO POR LA TIENDA
Tipo Contacto:	Visita concesionario
Campaña de marketing:	CAMPAÑA MKT GENERICA
Quien lo usará:	Cliente
Que uso le dará:	Personal/Trabajo
Inf. Adicional:	

▼ Datos principales	
Tipo de cliente:	Natural
Tipo de doc.*:	DNI <input type="text"/> Nro de documento*: 40096858
▼ Datos del contacto	
Datos principales Apellidos *: LAVI GONZALES <input type="text"/> Telf. Movil <input type="text"/> * 950925774 <input type="checkbox"/> No tiene Nombres *: WILDER <input type="text"/> E-mail personal <input type="text"/> * <input type="checkbox"/> No tiene Género *: <input checked="" type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> Femenino Rango edad *: 31-40 <input type="text"/> Dirección *: JR. PICOTA 654 <input type="text"/> <input type="text"/> 324 <input type="text"/> Urb. El Golf <input type="text"/> Departamento *: SAN MARTIN <input type="text"/> Provincia: PICOTA <input type="text"/> Distrito: PICOTA <input type="text"/> Acepto los términos y condiciones de uso. <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> No Imprimir tratamiento de datos confirmado (no acepto)	

▼ Datos adicionales	
Est. Civil:	Soltero <input type="text"/>
Nro. Hijos:	<input type="text"/>
Ing. mensual S/:	<input type="text"/>
Reg. en OFAC:	<input type="text"/>
Fec. nacimiento:	<input type="text"/>
Nacionalidad:	Peruana <input type="text"/>
RUC:	<input type="text"/>
Pertenece al club :	No
Telf. Fijo :	042 - <input type="text"/>
Telf. Movil :	950925774 <input type="text"/>
Telf. Oficina :	042 - <input type="text"/>
RPM/RPC :	956629952 <input type="text"/>
E-mail personal:	<input type="text"/>
E-mail trabajo:	<input type="text"/>
▼ Centro laboral	
Empresa:	TRANSPORTISTA <input type="text"/>
Dirección:	<input type="text"/>