ABRIR CAPÍTULO IV

V. UN CASO PRÁCTICO DE MODELO EMPIRICO DE COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL

1. METODOLOGÍA DE APLICACIÓN

En el curso 1994/1995 me propusieron impartir la asignatura "La práctica de las Relaciones Públicas" en una Escuela de Comunicación de un Instituto privado de Madrid.

En primer lugar tuve que diseñar el Programa que a continuación se presenta:

MODELO BASICO PARA UN PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

"LA PRACTICA DE LAS RELACIONES PUBLICAS"

ASIGNATURA: **LAS RELACIONES PUBLICAS EN LA PRACTICA**

Programa de ejercicio práctico para la creación, desarrollo y funcionamiento de cinco Empresas de Comunicación Social Integral que, competitivamente, diseñen y realicen entre ellas una Feria de la Comunicación Social Integral en todas sus fases, incluida la realización de la propia Feria con expositores y públicos visitantes.

I. ANTECEDENTES

Es notorio el vacío existente entre el mundo académico y el mundo del trabajo real.

El objetivo de la asignatura "Las Relaciones Públicas en la práctica" debe ser, a nuestro juicio, el de tratar de llenar de algún modo ese vacío o al menos construir puentes y caminos entre la formación que los alumnos reciben en las aulas y el rendimiento y el trabajo que habrán de prestar como candidatos a profesionales en las empresas.

II. OBJETIVOS

La estructuración del desarrollo del curso mediante la constitución ideal de cinco Organizaciones de la Comunicación Social formadas por los distintos grupos de

alumnos para desarrollar simultáneamente, pero separadamente un trabajo práctico, que podría ser perfectamente real, es la fórmula que hemos pensado como idónea para obtener en los alumnos los siguientes resultados:

a) Concienciación de la importancia del trabajo en equipo

b) Responsabilidad y entrenamiento en un trabajo de características reales.

c) Incitación al desarrollo de sus capacidades de análisis, creatividad y materialización de sus ideas.

d) Utilización simultánea e intercomunicada de las distintas herramientas de la Comunicación Social.

e) Habituación al planteamiento y presentación de propuestas, enfrentamiento a problemas y solución de los mismos.

f) Acciones prácticas de contacto con empresas reales, previa selección y análisis de las mismas en busca de su idoneidad como posibles clientes o expositores reales en la conclusión del ejercicio de los trabajos del curso.

g) Finalmente, madurez necesaria para la puesta en práctica y realización de la estrategia diseñada, Programa preparado con sus desarrollos en Campañas y Acciones que culminarán con la realización en el INTE de una Feria de la Comunicación Social Integral en la que participarán empresas del sector y visitantes profesionales y profanos.

III. MODUS OPERANDI

Teoría

El sistema que estamos siguiendo, tras un sondeo para evaluar los conocimientos que tienen los alumnos, trata de completar las lagunas que puedan aparecer y cuyos conocimientos son necesarios para la comprensión del ejercicio práctico y su realización.

Ejecución

El trabajo práctico se llevará a cabo y se desarrollará por fases. Las mismas fases que se plantean y desarrollan en una empresa en tiempo y trabajo reales.

Medios

Al no disponer de presupuesto, los alumnos tendrán que suplir con su esfuerzo e imaginación los costos de tiempo personal y material necesarios para llevar a buen término el proyecto (búsqueda de patrocinadores).

Metodología

Trabajo en equipo por grupos con distribución de funciones y responsabilidades a subgrupos, dentro de los límites de un calendario prefijado y que consideramos esencial. Supervisión por parte de la profesora para coordinar y dirigir "invisiblemente" la marcha de los trabajos.

CONCLUSIONES Y POSIBLES VENTAJAS DEL PROGRAMA

Creemos que con este Programa revolucionamos un poco y sorprendemos algo más al alumnado con objeto de interesarlo, animarlo y dotarlo realmente de unos conocimientos en aplicación práctica que les servirán como experiencia real a la hora de enfrentarse al mundo del trabajo. Estamos convencidos de que este Programa supera en efectividad a cualquier periodo de prácticas o entrenamiento en una Agencia del ramo.

Como corolario entendemos también ventajoso para el centro docente que pueda destacarse como pionero con este sistema y utilizar el éxito del Programa "cuando se obtenga" para la atracción de nuevos, interesantes y futuros alumnos.

INTE

INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

ESCUELA DE COMUNICACION

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

"LA PRACTICA DE LAS RELACIONES PUBLICAS"

(3er CURSO)

Profesora: Ana Baschwitz Gómez de las Bárcenas

Curso: 1994/1995

Profesora: Ana Baschwitz Gómez de las Bárcenas

LA PRACTICA DE LAS RELACIONES PUBLICAS

PRACTICA 1

EL PROFESIONAL

Las Relaciones Públicas como profesión. El Técnico de Relaciones Públicas. Su formación.

El Técnico en Relaciones Públicas en la Empresa. Su posición en el organigrama. Su nivel. Sus competencias. Sus limitaciones. Incompatibilidades.

La Agencia de Relaciones Públicas o Comunicación Social Integral.

El Asesor externo de Relaciones Públicas. Contratación de sus servicios y honorarios profesionales.

Caso práctico: La presentación de Agencia

PRACTICA 2

EL METODO

Planificación y desarrollo de Acciones, Campañas y Programas de Relaciones Públicas.

Antecedentes. Objetivos. Públicos objetivos. Plan de Acción: Herramientas de Comunicación. Acciones materiales y especiales. Calendario. Presupuestos.

La presentación oral complemento de la propuesta escrita.

Caso práctico: Presentación de un proyecto
(documento escrito, bocetos y apoyo audiovisual)

PRACTICA 3

LA RUEDA DE PRENSA

Su justificación. Selección del lugar y del momento. Selección del tema. Su interés en el momento. El ponente y sus características. Selección de los públicos asistentes. Selección del portavoz. Parte expositiva. Técnica de coloquio. Su graduación.

La convocatoria de los Medios de Comunicación Social: Quién invita, con qué motivo, el tema y los participantes.

Carpeta de Documentación: Comunicado de Prensa, biografía, material redaccional y gráfico. Organización del material y medios.

Informe final de la difusión en los Medios y control de resultados.

Caso práctico: Presidente de Gobierno de país extranjero

PRACTICA 4

LAS PUBLICACIONES

Diseño y creatividad. Contenido redaccional y gráfico. Equipo humano para redacción, fotografía y confección. El proceso de producción. Pre-maqueta: textos, fotocomposición de textos y pruebas. Imágenes: fotomecánica y pruebas. Corrección de pruebas. Maqueta o Artes finales. Montaje de la página y pruebas de montaje. Ferro -"listo para imprimir". Impresión, manipulado y encuadernación.

Tipos de financiación: Ventas, Suscripciones y Publicidad.

La financiación publicitaria. Definición de espacios. Estudio de la Competencia. Tarifas de Publicidad. Argumentos de ventas. Distribución.

Caso práctico: Periódico monográfico

PRACTICA 5

LOS REGALOS DE EMPRESA

Los obsequios como material de Relaciones Públicas: recuerdo de la Empresa y sus productos.

Selección de materiales, selección cualitativa y cuantitativa del obsequio. Sus variaciones y originalidad.

El obsequio como soporte de Publicidad.

Estudio del obsequio en función del momento y de los públicos receptores. El obsequio en las Campañas y Programas de Relaciones Públicas o Comunicación Social, Promociones de Ventas y en Publicidad.

El obsequio en Ferias, Congresos, Exposiciones y Actos Sociales.

Caso práctico: Para públicos internos y externos de la Empresa

PRACTICA 6

LA INFORMACION

Formas de la información: Comunicado de Prensa, artículo, reportaje y entrevista.

Redacción de textos: Contracción = condesación. Resumen = reconstrucción. Reseña = interpretación y justificación. Flash = información específica.

Selección de Medios en función de la información.

Relaciones con los medios.

Difusión de la información.

Control y evaluación de la difusión en los medios: Agencias de información, prensa-revistas, radios y televisiones.

Informes semanales, quincenales, mensuales y trimestrales.

Caso práctico: Centro de Información

PRACTICA 7

LAS VISITAS A EMPRESAS

Las visitas como instrumento de Relaciones Públicas. Su institucionalización. Selección de grupos. Transporte y logística. Demostraciones prácticas: tecnología, productos y servicios. Proyecciones audiovisuales.

Documentación de la Empresa: Folleto de prestigio.

El regalo recordatorio de la visita.

Caso práctico: fábrica de vidrios especiales

PRACTICA 8

EL CONCURSO

Diseño de la idea. Definición de los públicos objetivos. Selección de los premios. Bases del Concurso. Distribución de las bases. Acto de entrega de los premios. Selección del lugar y del momento. Selección de los invitados.

Difusión en los Medios de Comunicación Social. Control y evaluación de los resultados.

Caso práctico: Mayorista de viajes

PRACTICA 9

EL GABINETE DE PRENSA

Equipo humano. Estudio y seguimiento de la Imagen Pública de la Empresa. Servicios del Gabinete de Prensa. Documentación para los Medios de Comunicación Social (agencias de información, prensa-revistas, radios y televisiones): material redaccional y gráfico. Relaciones con los Medios. Entrevistas con los Medios. Comunicados de Prensa.

Seguimiento y control de la difusión y evaluación de los resultados. Gabinete de crisis. Estrategia de actuación.

Caso práctico: Un Patronato de Turismo

PRACTICA 10

LA PRESENTACION DE PRODUCTO

Su justificación. Selección del lugar y del momento. Estrategia del desarrollo del Acto. Ponentes. Selección de los invitados. Selección del portavoz. Presentación oral. Proyección audiovisual y coloquio. Su graduación.

Carpeta de información

Informe para el cliente

Caso práctico: Un laboratorio farmacéutico

PRACTICA 11

LA CAMPAÑA DE CONCIENCIACION CIUDADANA

Diseño y estrategia de la Campaña: objetivos, públicos objetivos, selección de medios, plan de acción, calendario y presupuestos.

Coordinación y ejecución de la Campaña y control de resultados.

Caso Práctico: Campaña de concienciación ciudadana pro-donación de órganos

PRACTICA 12

LA EXPOSICION

Diseño y estrategia de Comunicación. Selección del lugar y del momento. Gabinete de Prensa: actuación antes, durante y después. Invitación, Programa y Cartel. Documentación

para los Medios. Acto de inauguración: Selección de invitados/público en general y periodistas.

Informe para el cliente.

Caso práctico: exposición de pintura

PRACTICA 13

LA FERIA

Selección del lugar y del momento. Imagen corporativa. Herramientas de Comunicación.

Convocatoria de los públicos expositores y visitantes (profesionales y público en general). Equipo organizador: Dirección y montaje. Servicios de la Feria. Plan de lanzamiento. Programa de actividades simultáneas. Gabinete de Prensa. Campaña de Publicidad. Rueda de Prensa y actos de inauguración y clausura.

Caso práctico: Feria de la Comunicación Social

PRACTICA 14

LAS RELACIONES PUBLICAS INTERNAS

Diseño del Programa: Calendario. Presupuesto. Acciones directas con los Públicos internos: encuesta de opinión, boletín de la Empresa "House Organ", revista y cursillos. Los públicos internos como "Portadores de imagen". Su círculo de influencia. Comunicación ascendente, descendente y horizontal. Buzón de sugerencias, tablón de anuncios, cartas al director y manual del empleado.

Caso práctico: Una clínica privada

PRACTICA 15

LAS RELACIONES PUBLICAS EXTERNAS

Diseño del Programa: Calendario. Presupuesto. Herramientas de Comunicación: Periódico, catálogo, folleto de prestigio, informe o memoria anual. Campaña de Relaciones Públicas o Comunicación Social.

Caso práctico: un electrodoméstico

PRACTICA 16

EL TELEFONO

Su manejo. El tono y la graduación de voz. Su aprovechamiento en Imagen como instrumento de ventas. Como fuente de información: Recepción y emisión de mensajes.

Caso práctico: La recepción de una Empresa

PRACTICA 17

EL SEMINARIO

Su justificación. Selección del lugar y del momento. Estrategia del Desarrollo del Seminario. Ponentes. Selección de participantes. Divulgación de su celebración: carta, programa e inscripciones. Equipamiento del salón. Azafatas. Carpeta de Documentación + ponencias.

Difusión en los Medios: antes, durante y después.

Caso práctico: Seminario sobre la Calidad y Satisfacción del cliente

PRACTICA 18

LA CONVENCION DE VENTAS

Su justificación. Selección del lugar y del momento. Estrategia del Desarrollo de la Convención. Selección del portavoz. Selección de Presentadores. Selección de los mensajes y premios para incentivar la venta. Acto social como cierre de la convención.

Divulgación de su celebración a la Red de Ventas. Oferta de traslados y alojamientos.

Caso práctico: Dieta para adelgazar

PRACTICA 19

EL CONGRESO / I. ORGANIZACION

Organización de un Congreso: Significado, objetivo y finalidad.

Clases de Congresos.

Promotores y organizadores. Reuniones intergubernamentales. Promotores y organizadores de reuniones nacionales.

La Presidencia de honor. El Patrocinador. La Comisión Ejecutiva. Las Comisiones de trabajo y su composición.

La Secretaría General del Congreso. El Secretario General. La financiación. El Presupuesto. Sede. Instituciones e inscripciones.

Programa. Emblemas. Distintivos. Carteles.

Directrices para una planificación general:

Derechos de inscripción. Ponencias profesionales y científicas. Ficheros de Altas y Bajas.

Campaña de Publicidad en los Medios, Gabinete de Prensa. Oficina de Información. Azafatas.

Rueda de Prensa.

Servicios: correos, mensajería y fax. Alojamientos. Viajes, personal, transportes, atenciones.

Caso práctico: Congreso médico

PRACTICA 20

EL CONGRESO / II. DESARROLLO

Realización de un Congreso:

Secretaría ejecutiva y sus responsabilidades.

Instalación de la Secretaría General. Sesiones solemnes de apertura y clausura. Colocación de la Presidencia.

Programa de trabajo. Deliberaciones. Presentación de Ponencias.

Asambleas generales. Actividades de las secciones y comisiones. Oradores. Duración de las intervenciones. Idiomas oficiales. Servicios de intérpretes y traducciones simultáneas. Servicio de taquigrafía, magnetófonos, proyecciones audiovisuales, etc.

Manifestaciones sociales. Banquetes. Fiestas. Viajes oficiales. Viajes antes y después del Congreso.

Trabajos de clausura:

Visita al Jefe de Estado.

Difusión en prensa-revistas, radios y televisiones.

Actos del Congreso. Publicaciones.

Carpeta de documentación y obsequios. Regalos conmemorativos.

Disoluciones de la Secretaría General.

Caso práctico: Congreso médico

PRACTICA 21

EL CONGRESO / III. VISITAS ORGANIZADAS

Visitas con motivo del Congreso.

Programa complementario de visitas:

- Visitas relacionadas con el tema del Congreso: visitas técnicas, turísticas, culturales.

  Su organización. Azafatas. Guías. Intérpretes.

  Su divulgación. Programa.

- Visitas especiales para acompañantes:

  Selección del Programa. Su conexión con el programa general. Desfiles o exposiciones. Espectáculos. Programa de recambio.

- Visitas a Empresas:

  Estudio previo por el Departamento de Relaciones Públicas o Comunicación Social.

Selección de grupos visitantes. Visitas individuales de personalidades. Visitantes políticos.

Preparación de demostraciones prácticas.

Regalos de despedida, recuerdo y propaganda.

Caso práctico: Congreso médico

PRACTICA 22

RELACIONES PUBLICAS, PUBLICIDAD Y PROMOCION DE VENTAS

RELACIONES PUBLICAS: Sus objetivos a largo plazo, dar a conocer a la Empresa o productos e informar en espacios gratuitos. El mensaje dirigido a los públicos concernientes. El método: Gabinete de Prensa, Acciones, Campañas o Programas.

PUBLICIDAD: Sus objetivos a medio y corto plazo para el aumento de beneficios y ventas y la captación de la atención de los consumidores. El mensaje dirigido al público en general en espacios pagados. El método: cuñas radiofónicas, spots, inserciones de Publicidad convencional o publireportajes en medios impresos, Publicidad Exterior.

PROMOCION DE VENTAS: sus objetivos a corto plazo de aumentar las ventas y provocar la acción de compra de los consumidores. El mensaje dirigido al comprador es visual para provocar la compra inmediata. El método en los puntos de venta.

Casos prácticos: Lanzamiento de producto utilizando las 3 técnicas

PRACTICA 23

EL CANDIDATO

Elaboración de un curriculum vitae. Forma de concertar con éxito una entrevista personal. Información previa sobre la Empresa. Información previa sobre el entrevistador. Argumentos a utilizar. Comportamiento adecuado. Lenguaje. Comprobación de Resultados.

Caso práctico: Realización de una entrevista personal filmada en video

(Ver en modelo adjunto el curriculum vitae diseñado)

MODELO CURRICULUM

EL CANDIDATO

A) MODELO DE "CURRICULUM VITAE"

Fotografía (actual)
Carta de acompañamiento "vendedora"

I. DATOS PERSONALES

Nombre y apellidos :
Fecha de nacimiento :
Domicilio :
Teléfono :
Fax :
Estado civil :
Nacionalidad :
Servicio Militar :

II. FORMACION ACADEMICA

B.U.P. :
C.O.U. :
Universidad/Facultad/Escuela :
Cursos/Conferencias/Seminarios :

III. TITULACIONES

IV. IDIOMAS Dominio para trabajo ☐ Hablado ☐ Escrito ☐
Nivel alto ☐ Medio ☐ Nociones ☐

V. EXPERIENCIA PROFESIONAL

VI. ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECE

VII. OTROS MERITOS

VIII. PERFIL HUMANO

IX. HOBBYS

FIRMA:

B) CONSEJOS PRACTICOS

a) Forma de concertar con éxito una entrevista personal.

b) Información previa sobre la Empresa.

c) Información previa sobre el entrevistador.

d) Argumentos a utilizar.

e) Imagen física.

f) Comportamiento adecuado.

g) Lenguaje.

h) Idiomas.

i) Comprobación de resultados.

1.1. La idea

Está motivada en la búsqueda de realizar un Programa original, novedoso y revolucionario que consiguiese sorprender al alumnado, con objeto de interesarlo, hacerlo partícipe, animarlo y dotarlo realmente de unos conocimientos en aplicación práctica que les sirviesen de experiencia real a la hora de enfrentarse al mundo del trabajo. De antemano tenía la seguridad y estaba totalmente convencida de que este Programa superaba en efectividad a cualquier período de prácticas o entrenamiento en una Agencia del ramo.

Como corolario entendía también que esta experiencia pionera, sin antecedentes, en el sistema educativo, podía captar la atención de estudiantes indecisos sobre su futuro profesional. La práctica de las Relaciones Públicas o Comunicación Social Integral es materia esencial en la formación académica de los profesionales, esencial para su futura incorporación al mundo del trabajo cada día más duro y competitivo en el que sólo los mejor preparados encontrarán un puesto.

1.2. Objetivo

Es conocido y notorio el vacío existente entre el mundo académico y el mundo del trabajo real.

El objetivo de una asignatura práctica de Relaciones Públicas debe ser el de tratar de llenar de algún modo ese vacío o al menos construir puentes y caminos de encuentro entre la formación que los alumnos reciben en las aulas y el rendimiento y el trabajo real que habrán de prestar como candidatos a profesionales en las empresas.

1.3. EL PLANTEAMIENTO

Se estructuró el desarrollo del curso mediante la constitución ideal de una **Organización de la Comunicación Social** formada por más de 100 alumnos para desarrollar un trabajo práctico, que podría ser perfectamente real, con el que se pudiesen obtener en los alumnos los siguientes resultados:

1. La toma de conciencia de la importancia de llevar a cabo un trabajo en equipo.

2. Poder adquirir la responsabilidad y el entrenamiento necesarios en un trabajo de características reales.

3. La incitación al desarrollo de sus capacidades de análisis, creatividad y materialización de sus ideas.

4. La utilización simultánea e intercomunicada de las distintas técnicas y herramientas de la Comunicación Social.

5. Crear el hábito de forma natural al planteamiento y presentación de propuestas, el enfrentamiento a los problemas que puedan surgir y la búsqueda de soluciones a los mismos.

6. Las acciones prácticas de contacto con empresas reales, previa selección y análisis de las mismas en busca de su idoneidad como posibles clientes o expositores reales.

7. Finalmente, la adquisición de la madurez necesaria para la puesta en práctica y realización de la estrategia diseñada, programa preparado con sus desarrollos en Campañas y Acciones que culminan con la organización en la sede del Centro de Formación o Escuela, en este caso el Instituto Internacional de Técnicas Especializadas, INTE, de una Feria de la Comunicación Social Integrada en la que participarán empresas del sector y visitantes profesionales y profanos.

8. Trabajo en equipo.

1.4. EL DISEÑO REAL

En una primera etapa, se ha realizado una investigación entre los alumnos para conocer su grado y asimilación real de los conocimientos teóricos recibidos para evaluar el nivel de formación de los alumnos, tratando de subsanar las lagunas apreciables y cuyos

conocimientos son necesarios para la correcta comprensión del planteamiento del ejercicio práctico y su realización.

En función de un calendario de actuaciones, el trabajo práctico se ha llevado a cabo por fases, las mismas que se puedan plantear y desarrollar en una empresa en tiempo y trabajo real.

1.5. EL PRESUPUESTO. PATROCINIO

Al no disponer de un presupuesto real, los alumnos tienen que suplir con su esfuerzo e imaginación los costos de tiempo personal y el material necesarios para llevar a buen término el Proyecto, incluso mediante la búsqueda de patrocinadores. En este caso práctico, las aportaciones de veintiún patrocinadores superaron los ocho millones de pesetas (8.000.000 ptas.)

1.6. METODOLOGÍA

El trabajo se ha estructurado en equipo por grupos, con la distribución de funciones y responsabilidades a subgrupos, dentro de los límites de un calendario prefijado y que se considera esencial.

La profesora ha coordinado y dirigido "invisiblemente" la marcha de los trabajos, en colaboración con la Dirección del Centro de Enseñanza.

Son cinco los equipos de trabajo que han llevado a cabo las actividades que a continuación se detallan:

PRIMER EQUIPO

Imagen Corporativa de "EXPOINTE'95"

Estudio, diseño, creatividad y artes finales del logotipo-anagrama de la Feria y definición de los colores corporativos para su aplicación a las siguientes piezas:

. Papelería

. Cartel

. Invitaciones

. Identificadores: - Expositores
- Visitantes
- Medios de Comunicación
- Etc.

. Folleto informativo

. Cabecera del Diario / Periódico de la Feria

. Elementos promocionales como: chapas, bolígrafos, camisetas, etc.

. Diplomas acreditativos para ponentes y participantes en las actividades.

. Vídeo

Un equipo de alumnos ha realizado un vídeo institucional de EXPOINTE'95 que se presentó al público en el Acto de Inauguración de la Feria.

SEGUNDO EQUIPO

Gabinete de Prensa

Funciones propias de un Gabinete son:

1. Preparación de un listado de Medios de Comunicación Social (agencia de noticias, prensa, revistas, radios y televisiones)
2. Relaciones permanentes con los Medios informativos.
3. Difusión continua de:
   - Notas de prensa
   - Artículos
   - Entrevistas
   - Reportajes
   - Etc.
4. Preparación de Carpetas de Prensa (con material gráfico y redaccional)
5. Elaboración de contenido para el folleto informativo.
6. Periódico de la Feria: Elaboración de textos, selección de material gráfico y confección de las páginas.

7. Rueda de Prensa: Convocatoria y Organización de Rueda de Prensa en el día de la inauguración de EXPONTE'95.

TERCER EQUIPO

Programa de Actividades

Diseño, selección y dirección de las actividades complementarias a la Feria y contacto con los ponentes.

CUARTO EQUIPO

Servicios de la Feria

Diseño y coordinación de los servicios para expositores, visitantes profesionales y público en general en EXPOINTE'95:

1. Información y control
2. Atención al Expositor
3. Gabinete de Prensa
4. Diario de la Feria
5. Azafatas
6. Cafetería

7. Salón de Actos

8. Sala de Proyecciones

9. Sala VIP

10. Medios Audiovisuales (fotografías y vídeo)

11. Departamento de Estadística

12. Megafonía

A su vez este equipo ha coordinado una "Encuesta de Opinión" entre los visitantes de la Feria, con objeto de realizar posteriormente a su celebración un estudio cuantitativo y cualitativo de los resultados obtenidos.

QUINTO GRUPO

Montaje y Decoración de EXPOINTE'95

1. Diseño de Stands
2. Ambientación y Decoración general de la Feria
3. Jardinería
4. Rotulación y Señalización interna, externa y Directorios
5. Montaje de Stands:

Stands de alumnos:

Los cinco equipos de trabajo presentaron a su vez un stand propio en la Feria en el que expusieron una selección de los trabajos prácticos realizados por los alumnos durante sus tres años de estudio en la Escuela.

1.7. EL EQUIPO REALIZADOR

Desde el primer momento en que el alumnado tuvo conocimiento de este Proyecto, demostró gran interés y apoyo al mismo. Pero tuvimos que salvar algunas barreras psicológicas que se presentaron debido a la inseguridad e inmadurez en relación a su preparación profesional para llevarlo a cabo.

Nuestra primera labor compleja fue la distribución de los subgrupos que formarían parte de los Departamentos de las cinco Empresas de Comunicación Social, ya que ello obligaba a los alumnos a decidir con que especialidad se identificaban más. A su vez, cada grupo tenía que buscar una denominación para su Empresa y diseñar su imagen corporativa. Así creamos:

- La Agencia 3CIT Comunicación Integral del Curso 3º A.
- La Agencia P & Co Public and Comunication de 3º B.
- La Agencia MENSAJES de 3º C
- La Agencia ATLAS COMUNICACION de 3º Tarde
- La Agencia EXTENSION de 3º Noche.

Cada Agencia participó en la propuesta de un nombre para nuestra Feria de la Comunicación Social Integral, y se barajaron cinco alternativas:

. INTERCOM'95

INTE EXPOSICION DE LA COMUNICACION

. EXPOC'95

EXPOSICION DE LA COMUNICACION

. INTEXPO'95

INTE EXPOSICION DE LA COMUNICACION

. CERCO'95

CERTAMEN DE LA COMUNICACION

Finalmente, en una reunión conjunta del Comité Organizador y la Dirección de la Escuela se seleccionó EXPO-INTE'95, Feria de la Comunicación Social Integral.

1.8. FÓRMULA DE REALIZACIÓN

DATOS GENERALES:

EXPOINTE'95

I FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

Fecha: 26-30 Junio 1995

Lugar: I.N.T.E. Instituto Internacional de Técnicas Especializadas
Escuela de Comunicación
Secretariado de Alta Dirección
Pº de la Habana, 43 - 28036 Madrid)

Duración: 5 días, Lunes a Viernes

Horario: Días 26, 27, 28 y 29 de 10.00-14.00 - 14.00 / 17.00 - 20.00 horas
Día 30 de 10.00 - 14.00

Comité de Honor: A determinar

Comité Organizador: A determinar

Comité Ejecutivo: Un alumno de cada grupo

Dirección Técnica: Ana Baschwitz Gómez de las Bárcenas

DISEÑO INICIAL

CONVOCATORIA

Relación de sectores participantes

- Agencias de Relaciones Públicas o Comunicación Social Integral.
- Agencias de Publicidad.
- Agencias de Marketing.
- Agencias de Promociones
- Agencias Organizadoras de Congresos, Convenciones y Exposiciones.
- Estudios de Creatividad y Diseño.
- Gabinetes "In house" en las empresas privadas.
- Gabinetes "In house" en las empresas públicas.
- Gabinetes "In house" en las administraciones públicas
- Medios de Comunicación Social:
    . Agencias de Noticias
    . Agencias de Información Gráfica
    . Diarios
    . Semanarios
    . Publicaciones de otra periodicidad
    . Publicaciones especiales
    . Medios Audiovisuales: Radio, televisión y vídeos.

- Empresas de Patrocinio
- Empresas de Artes Gráficas
- Fabricantes de Papel
- Empresas de Rotulación.
- Empresas de Artículos Promocionales
- Empresas de Regalos de Empresa.
- Estudios de Fotografía
- Productoras Audiovisuales.
- Investigación Social (sondeos, estudios de opinión, estudios de mercado, etc.).
- Marketing Telefónico.
- Empresas de Informática
- Centros e Educación y Formación en Comunicación Social.

Relación de visitantes profesionales:

- Profesionales de las Relaciones Públicas.
- Profesionales de Comunicación Social Integral.
- Profesionales de Publicidad.
- Profesionales de Marketing.
- Profesionales de Promociones.
- Profesionales especializados en Congresos, Convenciones y Exposiciones.
- Creativos.
- Diseñadores.

- Rotuladores.
- Profesionales de Gabinetes "In house" en las empresas privadas.
- Profesionales de Gabinetes "In house" en las empresas públicas.
- Profesionales de Gabinetes "In house" en las administraciones públicas.
- Profesionales de los Medios de Comunicación Social.
- Colaboradores de Prensa.
- Corresponsales de Prensa.
- Asociaciones Profesionales.
- Informadores Gráficos.
- Periodistas especializados.
- Profesionales de Medios Audiovisuales: Radio, televisión y vídeos.
- Profesionales de Patrocinio.
- Profesionales de Artes Gráficas.
- Profesionales de Artículos Promocionales
- Profesionales de Regalos de Empresa.
- Fotógrafos.
- Profesionales de Medios Audiovisuales (radio, televisión, vídeos y cine).
- Profesionales de Investigación Social (sondeos, estudios de opinión, estudios de mercado, etc.)
- Profesionales de Marketing Telefónico.
- Técnicos en Informática.

Públicos objetivos concernientes:

- Profesores y estudiantes de Comunicación Social en cualquiera de sus ramas.

MONTAJE DE LA FERIA

Por economía de medios, el montaje se realizará en las aulas y zonas válidas del Instituto. Los expositores podrán traer sus materiales y se encargarán de su propio montaje y desmontaje.

El montaje del Stand propio de la Escuela INTE lo realizarán los alumnos con apoyo de la Dirección del Instituto.

Cada grupo presentará su propia Agencia de Comunicación y estarán representadas un total de cinco.

SERVICIOS DE LA FERIA

- Recepción y control.
- Atención a expositores y visitantes profesionales.
- Orden y vigilancia de visitantes.
- Seguridad.
- Fotografía.

- Vídeo.
- Azafatas.
- Periódico de la Feria.
- Gabinete de Prensa
- Administración.

IMAGEN CORPORATIVA

- Logotipo-anagrama de la Feria de Comunicación.
- Manual de identidad corporativa
- Papelería.
- Cartelería.
- Señalización interna y externa.

ORGANIZACION

- Fichas de profesionales.
- Identificadores.
- Tarjetas de aparcamiento.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACION

- Mailings.
- Vídeo.
- Acciones del Gabinete de Prensa.
- Campaña de Publicidad.
- Campaña de Relaciones Públicas o Comunicación Social
- Carpeta de Documentación y Contratación.
- Carpeta de Prensa.
- Invitaciones varias.
- Catálogo.
- Folleto informativo.
- Octavillas.
- Adhesivos.

Artículos Promocionales:

- Chapas, pins, camisetas, gorras, viseras, etc.

Diplomas:

- Diploma de Expositor.
- Diploma de Visitante Profesional.
- Diploma de Ponente.
- Diploma de Asistentes a los Seminarios

Patrocinios y Mecenazgos

PLAN DE LANZAMIENTO

- Convocatoria de Concursos de Fotografía y Anuncios Publicitarios para Profesionales de Madrid.
- Rueda de Prensa.
- Mailing 1 (con cupón respuesta).
- Mailing 2 (recordatorio).
- Mailing 3 (invitación a la Feria).
- Acción del Gabinete de Prensa.
- Acción de Relaciones Públicas (entrevistas, comunicados, noticias y artículos en prensa, radio y televisión).
- Campaña de Publicidad.

PROGRAMA DE ACTIVIDADES SIMULTANEAS

- Seminarios
- Entrega de los Premios de Fotografía y Anuncios Publicitarios.
- Concurso "Mejor Stand".
- Debate "La Comunicación en los Medios Audiovisuales".

FASES

APERTURA

- Organización del Acto de Inauguración: Autoridades, prensa, invitados y público asistente.

DESARROLLO DE LA FERIA

Actividades Diarias:

- Gabinete de Prensa y Relaciones Públicas.
- Proyecciones Audiovisuales.
- Encuesta de opinión.

CALENDARIO

Un total de cuatro meses que se distribuirán en tres fases de actuación:

I. Fase de Producción y Presentación

Período de duración: 2 meses.

Mes primero

- Preparación y producción de las herramientas comunicativas básicas:
    . Artes final del logotipo-anagrama.

. Manual de Identidad Corporativa.

. Papelería

. Folleto Informativo.

. Carpeta de Prensa (informativa y gráfica).

. Carpeta de Documentación y Contratación.

. Cartelería.

. Fichas de profesionales.

. Identificadores

. Tarjetas de aparcamiento.

. Mailings

. Octavillas

. Adhesivos

. Invitaciones varias

. Diploma de Expositor.

. Diploma de Visitante Profesional.

. Diploma de Ponente.

. Diploma de Asistentes a los Seminarios.

- Preparación y producción de las Bases de los Premios de Fotografía y Anuncios Publicitarios para Profesionales de Madrid.
- Inicio de los servicios del Gabinete de Prensa.
- Guión del vídeo.

Mes segundo

- Preparación y producción de Artículos Promocionales:
    - Chapas.
    - Pins.
    - Camisetas.
    - Gorras.
    - Viseras.
    - Etc.

- Convocatoria de los Premios: distribución de las bases.
- Preparación, producción y envío del primer mailing (con cupón de respuesta).
- Acciones propias del Gabinete de Prensa.
- Rodaje del video de la Feria (captación de expositores).
- Diseño y producción de la señalización interna y externa.
- Diseño y producción del Periódico de la Feria.
- Acciones propias del Gabinete de Prensa.
- Diseño y estructuración de los Servicios de la Feria:
    - Recepción y control.
    - Atención a expositores y visitantes profesionales.
    - Orden y vigilancia de visitantes.
    - Seguridad.
    - Fotografía.

. Vídeo.

. Azafatas.

. Periódico de la Feria.

. Gabinete de Prensa.

. Administración.

II. Fase de Continuidad

Período de duración: 1 mes

- Estrategia Comunicativa de la Campaña de Publicidad.
- Estrategia Comunicativa de la Campaña de Relaciones Públicas o Comunicación Social.
- Diseño y Preparación de Seminarios.
- Preparación, producción y envio del segundo mailing (recordatorio)
- Acciones propias del Gabinete de Prensa.
- Diseño y Preparación de la Encuesta de Opinión.
- Diseño del Catálogo de la Feria.
- Patrocinio y Mecenazgo.
- Producción de originales de Publicidad en B/N y color.
- Acciones propias del Gabinete de Prensa.
- Reunión de los Jurados y fallo de los Premios.
- Preparación, producción y envio del tercer mailing (invitación a la Feria)

- Acciones propias del Gabinete de Prensa
- Producción del Catálogo de la Feria.
- Distribución en mano de octavillas (Universidades, escuelas, etc.).

III. Fase de Anuncio y Apertura

Período de duración: 1 mes.

- Montaje de la Feria
  - . Stand INTE
  - . Stands Agencias de Comunicación Social.
  - . Stands otros expositores.
  - . Señalización interna y externa.
- Servicios de la Feria.
- Acciones propias del Gabinete de Prensa y Relaciones Públicas.
- Campaña de Publicidad.
- Rodaje del vídeo divulgativo e inventario de la Feria.
- Rueda de Prensa.
- Acto de inauguración.
- Acto de entrega de los Premios.
- Proyecciones audiovisuales.
- Encuesta de Opinión.
- Distribución del Periódico de la Feria (expositores y visitantes).

- Seminarios.

- Debate "La Comunicación en los Medios Audiovisuales".

1.9. ACTIVIDADES ACADÉMICAS Y DIVULGATIVAS PARALELAS

Programa de Actividades

Durante los cinco días de duración de la Feria "EXPOINTE'95" tendrán lugar una serie de actividades:

. Acto de Inauguración Oficial

. Presentación del Video Institucional de "EXPOINTE'95"

. Rueda de Prensa con los Medios de Comunicación Social

. Convocatoria y Fallo del Concurso: "Mejor Stand EXPOINTE"

. Conferencias sobre temas de actualidad; como son entre otros:

- "Las Autopistas de la Información"
- "Postering: Un nuevo concepto de Comunicación"
- "El regalo como herramienta de Comunicación".
- "La Agencia de Comunicación Social Integral"

. Encuentros con jóvenes profesionales de la Comunicación

. Certamen de Video: "Muestra de spots de Publicidad". Participación de los alumnos de todos los cursos de la Escuela.

. Acto de Clausura y Fiesta del Cava.

DE TECNICAS ESPECIALIZADAS, INTE
PASEO DE LA HABANA, 43
28036 MADRID
TEL.: (91) 344 05 05
FAX : (91) 344 06 15

PASEO DE LA HABANA, 43
28036 MADRID

TEL.: (91) 344 05 05
FAX : (91) 344 06 15

EXPOINTE95

I FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL
MADRID
DEL 26 AL 30 DE JUNIO 1995

PROGRAMA DE ACTIVIDADES

DIA 26

12:00 H. INAUGURACION OFICIAL
PRESIDIDA POR EL ILUSTRÍSIMO SR. D. JAVIER FERNÁNDEZ DEL MORAL, DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID Y POR D. MARIANO G. DÍAZ VELASCO, DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO INTERNACIONAL DE TÉCNICAS ESPECIALIZADAS.
PRESENTACION DE **EXPOINTE'95**
A CARGO DE ROCÍO BASAGOITI, ALUMNA DE 3º DE TÉCNICOS DE COMUNICACIÓN, EN REPRESENTACIÓN DEL RESTO DE LOS ALUMNOS.
PROYECCION DEL VIDEO **"EXPOINTE'95"**.
ENTREGA DE ESCULTURA SÍMBOLO CONMEMORATIVO DE LA FERIA **"EXPOINTE'95"**
12:30 H. RUEDA DE PRENSA CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL ASISTENTES A LA INAUGURACIÓN.
13:00 H. COCKTAIL DE INAUGURACIÓN DE LA I FERIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL **"EXPOINTE'95"**
19:00 H. CONFERENCIA: **"LAS AUTOPISTAS DE LA INFORMACIÓN"**, A CARGO DE **MANUEL CORONADO SALVADOR**, PRESIDENTE DE SERVAL.

DIA 27

12:00 H CONFERENCIA: **"LA COMUNICACIÓN DE A.J.E. MADRID Y CASOS DE COMUNICACIÓN DE JÓVENES EMPRESARIOS"**. PONENTES: **MIGUEL GARRIDO DE LA CIERVA**, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE JÓVENES EMPRESARIOS DE MADRID Y **MANUEL BALSERA**, DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN Y DIRECTOR DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN DE EC&P-RUIZ NICOLI
13.00 H CONFERENCIA: **"HERRAMIENTAS FINANCIERAS PARA EL DESARROLLO DEL MARKETING"**. PONENTES: **ANDRÉS LÓPEZ MORA**, SUBDIRECTOR GENERAL DE FIANZAS Y CRÉDITO - CÍA. DE SEGUROS Y REASEGUROS, S.A. Y **ANTONIO SÁNCHEZ GÓMEZ**, DIRECTOR GENERAL DE INEFISA, S.A.
17:30 H MESA REDONDA Y DEBATE, CON LA PROYECCION DE LA PELÍCULA **"JUAN NADIE"** Y LA PARTICIPACION DE: **LUIS ANGEL SANZ DE LA TAJADA**, CATEDRÁTICO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID; **JOSÉ ANTONIO REVILLA**, DIRECTOR COMERCIAL Y DE MARKETING DE LA REVISTA FUTURO; **JORGE RODRÍGUEZ**, PROFESOR DE "ANÁLISIS Y DIRECCIÓN DE CAMPAÑAS" DE INTE; **JOSÉ BRIZ**, DIRECTOR DE CINE, CRÍTICO Y MIEMBRO DE ADIZCAIN Y **AMANDO DE MIGUEL**, SOCIÓLOGO Y CONSEJERO DE RTVE.

DIA 28

10:30 H CONFERENCIA: **"NUEVOS RETOS DEL MARKETING Y EL MERCHANDISING ANTE EL 2000"**. PONENTE: **ENRIQUE FEIJOO Y FEIJOO**, LICENCIADO EN CC. DE LA INFORMACIÓN, PUBLICIDAD Y RRPP, PROFESOR DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN DE INTE.
12:00 H CONFERENCIA: **"POSTERING: UNA NUEVA ALTERNATIVA DE COMUNICACIÓN"** CON LA PRESENCIA DE **TOMÁS MARCOS** Y **LUIS ESTEBAN**, DIRECTORES DE POSTERING SERVICES, S.L. Y CREADORES DEL CONCEPTO **"POSTERING"**
19:00 H CONFERENCIA: **"LA AGENCIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL INTEGRAL"**, IMPARTIDA POR **JAIME DE URZÁIZ Y FERNÁNDEZ DEL CASTILLO**, PRESIDENTE DEL GRUPO URZÁIZ & URZÁIZ ASOCIADOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL INTEGRAL, S.A.

DIA 29

13:00 H CONFERENCIA: **"A LA CONQUISTA DEL ANUNCIANTE"** POR **ANTONELLA BROGLIA**, BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR DE DMB&B (D'ARCY MASIUS BENTON & BOWLES), AGENCIA DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL.
17:00 H CONFERENCIA: **"BELOW THE LINE"**, POR **BERNARDO RABASSA**, PRESIDENTE DE CONSULTORES PARA EUROPA BERNARD KRIEF, S.A.
19:00 H CONFERENCIA: **"HACIA DÓNDE VA LA PUBLICIDAD"**, POR **FERNANDO HERRERO PÉREZ**, DIRECTOR GENERAL Y CONSEJERO DE TIEMPO B.B.D.O., S.A.P.

DIA 30

10:00 H FALLO DEL CONCURSO **"MEJOR STAND EXPOINTE'95"**, ENTRE TODOS LOS EXPOSITORES PARTICIPANTES EN LA FERIA.
11:00 H ENTREGA DEL PREMIO **"CARTEL DE EXPOINTE'95"**, AL MEJOR CARTEL ANUNCIADOR DE LA FERIA.
12:00 H CERTAMEN DE VIDEO **"MUESTRA DE SPOTS DE PUBLICIDAD"**, REALIZADOS POR LOS ALUMNOS DE 3º DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN DE INTE, CON LA COLABORACIÓN DE **ANTONIO LACASA**, CONSULTOR DE COMUNICACIÓN Y PROFESOR DE MEDIOS AUDIOVISUALES DE INTE.
13:00 H ACTO DE CLAUSURA DE LA I FERIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL **"EXPOINTE'95"**.
14:00 H FIESTA DEL CAVA Y SORPRESA DE DESPEDIDA.

1.10. DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN

Comités de EXPOINTE'95

Comité Organizador de EXPOINTE'95, compuesto por:

. La Dirección de INTE

. Profesores de INTE

. Alumnos de la Escuela de Comunicación de INTE

. y yo misma, como Directora General Ejecutiva

Comité de Honor de EXPOINTE'95, con la representación de:

. La Cámara de Comercio e Industria de Madrid

. La Facultad de C.C. de la Información de Madrid

. El Ministerio de Cultura

. La Comunidad de Madrid

. La Fundación Universidad-Empresa

. El Ministerio de Educación y Ciencia

. El Consejo General de Asociaciones de Profesionales de Relaciones Públicas de España

. La Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid

1.11. EXPOSITORES PARTICIPANTES

En función del sector profesional al que pertenecen los expositores participantes en EXPOINTE'95, se ha realizado una distribución utilizando distintas tonalidades para su mejor identificación:

SECTOR AMARILLO

Medios de Comunicación Social

- Agencias de Información General
- Diarios
- Revistas
- Radios
- Televisiones

SECTOR NARANJA

- Asociaciones Profesionales

SECTOR MARRON

- Banca

SECTOR VERDE

Empresas Especializadas

- Investigación de Mercados
- Publicidad Exterior
- Informática
- Agencias de Comunicación Social Integral (Relaciones Públicas)
- Artes Gráficas
- Diseño Artístico
- Artículos Promocionales
- Medios Audiovisuales
- Gabinetes de Marketing
- Diseño Gráfico

SECTOR ROJO

- Departamentos de Marketing

SECTOR GRANATE

- Centros de Educación

EXPOSICIONES

- Exposiciones de Fotografía
- Exposición de Carteles de Publicidad.

1.12. RESULTADOS OBTENIDOS: CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

EXPOINTE'95, I Feria de la Comunicación Social Integral, organizada por los alumnos de 3er curso de la Escuela de Comunicación de INTE, se celebró en la sede del Instituto, del 26 al 30 de Junio de 1995, con la participación de más de 70 expositores, en una superficie total de 3000 m^2.

Una Feria con múltiples posibilidades

EXPOINTE'95 es, en definitiva, una feria orientada a fomentar la demanda de los Servicios de la Comunicación Social de carácter comercial e institucional, a partir de la presentación de nuevos sectores que abarcan un amplio espectro de posibilidades. La Feria, además de plantear ofertas puntuales a las empresas, permite que los expositores establezcan entre sí vínculos comerciales, con lo que se enriquece el conjunto de los servicios. De otro lado, y al compás de su vocación y del propio desarrollo del mercado, EXPOINTE'95 ha tendido a profundizar en la oferta, perfilando los sectores e incluso abriendo la puerta a la celebración de futuras ferias especializadas en la Comunicación Social.

Iniciativa de vanguardia

EXPONTE'95, I Feria de la Comunicación Social Integral celebrada en España por profesionales de la Comunicación, constituye una iniciativa de vanguardia a escala internacional y, en consecuencia, está llamada a constituirse en una realidad imprescindible de la necesaria introducción de ejercicios prácticos en los programas de acercamiento formación académica-empresa.

El inusitado interés que ha despertado la Feria, en los públicos concernientes y en el público en general, pone de manifiesto el papel decisivo de la Comunicación Social en la sociedad actual.

Los visitantes: garantía de calidad

La Comunicación Social tiene un objetivo netamente definido: promocionar la venta de bienes y servicios a través de la información inter-empresarial y entre las empresas y los consumidores. Junto a la empresa, el comercio y las instituciones públicas, configuran el entramado fundamental los clientes de la Comunicación Social. EXPOINTE'95 ha establecido en este grupo objetivo más de 7.500 contactos, que se amplian día a día, y que han comenzado a rendir sus frutos. La presencia del gran número de visitantes en su mayoría profesionales del sector, son la garantía de la eficacia de la Feria.

Los expositores: ganarse el mercado

EXPOINTE'95 ha abarcado múltiples procesos relacionados con la Comunicación Social, desde la encuesta y el análisis de datos hasta los Medios de Comunicación Social, pasando por la Promoción de Ventas, el Telemarketing, la Publicidad, las Relaciones Públicas, el Diseño, las Nuevas Tecnologías y las Producciones Gráficas. Es por esto, que la Feria ha realizado un especial esfuerzo de persuasión en el ámbito de los sectores concernientes.

Del mismo modo, EXPOINTE'95 se ha planteado entre sus objetivos prioritarios, atraer a las entidades de la Comunicación Social, así como a los fabricantes y proveedores de sistemas y servicios comunicacionales de carácter empresarial e institucional, que hasta ahora no disponían en nuestro país de un certámen profesional adaptado a sus necesidades.

Las condiciones de participación

El objetivo central de una Feria es fomentar el negocio, servir de plataforma para intercambios comerciales. Es por esto, que los expositores de EXPOINTE'95, teniendo en cuenta aquella prioridad, han acudido al Certamen en la idea de explotar sus posibilidades y rentabilizar al máximo su presencia en la misma.

Cuestión que en el marco de la Comunicación Social se traduce, fundamentalmente, en proporcionar a la demanda información exhaustiva de cada servicio y cada producto, incluyendo tarifas, honorarios y condiciones de contratación. Objetivo que no excluye sino complementa la posibilidad de potenciar su imagen pública.

Por su parte, EXPOINTE'95 ha ofrecido las siguientes condiciones de participación:

. El canon de utilización del espacio ha sido gratuito.

. Los stands ubicados en las aulas de la Escuela debían ser equipados en su totalidad por los expositores.

. Todos y cada uno de los expositores interesados en EXPOINTE'95 han participado en el Patrocinio de las acciones promocionales, piezas y herramientas comunicativas, actividades paralelas al servicio de expositores y visitantes, el equipamiento técnico de la feria y su difusión en los medios de Comunicación Social.

Bolsa de trabajo

Como era de esperar, EXPONTE'95, ha servido como vehículo para la creación de una bolsa de trabajo. Gracias a su intervención en este Proyecto, los alumnos más destacados han sido contratados por las empresas.

A N E J O S

ANEJO I

EQUIPO REALIZADOR

Organigrama, Departamentos de las Agencias y Equipo Humano

CURSO 3 - A

Agencia: 3 CIT Comunicación Integral
Propuesta: INTERCOM'95

ORGANIGRAMA

I. DEPARTAMENTO DE DOCUMENTACION E INFORMACION

CARPEÑO GARCIA, MARGARITA
BEDIA BRUÑO, IÑIGO
MUÑOZ GOMEZ, INMACULADA
CARO MORENO, ALFREDO
MARTINEZ ORTIZ, Mª VICTORIA

II. DEPARTAMENTO DE INVESTIGACION Y CREACION

PEREZ MARTIN, SILVIA
DOMPABLO RODRIGUEZ, REYES
URIARTE-ARBAIZA, ISABEL
MONJE LIMON, REBECCA
OLMEDO SOLER, ASUNTA
RUIZ-TAPIADOR, JOSE LUIS

III. DEPARTAMENTO DE MEDIOS DE COMUNICACION

VICTORIA BIANCHI, CELINE
BOHIGAS BRAVO, SANDRA
FERNANDEZ LUEGO, LUIS MIGUEL
MORENO HERRERO, JOSE ANTONIO
GOMEZ MON, MARIA JOSE

IV. DEPARTAMENTO DE MEDIOS AUDIOVISUALES

RUIZ TAPIADOR, JOSE LUIS
FERNANDEZ LUENGO, LUIS MIGUEL

V. DEPARTAMENTO DE EDICIONES Y PUBLICACIONES

(TODA LA CLASE + FUSION CON PUBLICIDAD)

VI. DEPARTAMENTO DE FERIAS, CONGRESOS Y EXPOSICIONES

BASAGOITI LOPEZ-DORIGA, ROCIO
RODRIGUEZ SANTOS, MONICA
CALZADA RODRIGUEZ, BELEN
MONTE LIMON, REBECCA
OLMEDO SOLER, ASUNTA

VII. DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD

PACIFICO LAGUNA, ESTEFANIA
POZO LOPEZ, OLGA
MARTY MORALES, ARANTXA
GOMEZ-PASTRANA, GABRIEL
CARO MORENO, ALFREDO
SANTERO CAMPAYO, SANDRA
CARPEÑO GARCIA, MARGARITA
MUÑOZ GOMEZ, INMACULADA
MARTINEZ ORTIZ, Mª VICTORIA

VIII. DEPARTAMENTO DE MARKETING

POZO LOPEZ, OLGA
RUIZ TAPIADOR, JOSE LUIS
PACIFICO LAGUNA, ESTEFANIA
GOMEZ-PASTRANA GARCIA, GABRIEL
MARTY MORALEZ, Mª ARANZAZU (ARANTXA)

IX. DEPARTAMENTO DE ANALISIS Y EVALUACION DE RESULTADOS

PACIFICO LAGUNA, ESTEFANIA
MARTIN PUERTO, PATRICIA
PEREZ CASTAÑO, EDUARDO

X. DEPARTAMENTO COMERCIAL

PEREZ MARTIN, SILVIA
DOMPABLO RODRIGUEZ, REYES
URIARTE ARBAIZA, ISABEL

XI. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

BOHIGAS BRAVO, SANDRA
VICTORIA BIANCHI, CELINE
RUIZ TAPIADOR, JOSE LUIS
CALZADA RODRIGUEZ, Mª BELEN
RODRIGUEZ SANTOS, MONICA
BASAGOITI LOPEZ-DORIGA, ROCIO

DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS: OLMEDO SOLER, ASUNTA

CURSO 3 - B

Agencia: P & Co Public and Comunication
Propuesta: EXPOC'95

ORGANIGRAMA

COMITE ORGANIZADOR:

ELISA CORCHADO PINILLA
ELENA PEÑA BOUESSEL
SANDRA WERNER SEGURA
VICTORIA ISASA FIGUEROA

I. DEPARTAMENTO DE CUENTAS Y FINANCIERO (RECURSOS ECONOMICOS): O ADMINISTRATIVO COMERCIAL. "ESQUEMA DE TRABAJO PARA CAPTACION DE SPONSORS Y EXPOSITORES"

ARREO HEVIA, ELENA
RUEDA BENITO, MARIA JOSE
DE LA LASTRA IGLESIAS, RAQUEL

II. DEPARTAMENTO DE CREATIVIDAD

PEREZ FONTAN, ELENA (Anagrama)
GONZALEZ-VILLARJUBIN, EVA (Decoración-papelería...) "Boceto de stands"
ARTETA TORRES, INMACULADA

III. DEPARTAMENTO DE DOCUMENTACION: "FERIAS ANTERIORES SOBRE EL MISMO TEMA, FOLLETOS, MANUALES..."

JIMENEZ-UGARTE IGOA, VERONICA
LUELMO IGOA, ANA
GONZALEZ-BLANCH TORRES, CRISTÌNA

IV. DEPARTAMENTO DE PRODUCCION: (AUDIOVISUALES) "GUION DEL VIDEO DE PROMOCION"

TAILLEFER ROMERO, MAR

V. DEPARTAMENTO DE REDACCION

MARTINEZ LOPEZ, LAURA
BAIZAN AGUILOCHE, SUSANA
ISASA FIGUEROA, VICTORIA
GALLARDO CANTOS-FIGUEROLA, TERESA

VI. DEPARTAMENTO DE EDICION

MARTINEZ-MENA DE MOLINA, JUAN
MARTINEZ-MENA DE MOLINA, ALFONSO

VII. DEPARTAMENTO DE SUPERVISION

CARRERO GARCIA, CESAR
ROMERO GALVACHE, EVA

VIII. DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y MEDIOS: "BOCETO DE LOGOTIPO/ANAGRAMA DE LA FERIA, BOCETO-ANUNCIO DE LA FERIA Y SELECCION DE MEDIOS."

POLANCO JIMENEZ, IGNACIO
PEREZ POZA, GONZALO
FERNANDEZ PARRAS, MARIO

CURSO 3 - C

Agencia: MENSAJES
Propuesta: INTEXPO'95

ORGANIGRAMA

I. DEPARTAMENTO DE COMUNICACION E INFORMACION

CASTILLO FUERTES, ANABEL
GUEMES PEÑA, Mª OLGA
GONZALEZ PIRIS, ANA

II. DEPARTAMENTO DE INVESTIGACION Y CREACION

III. DEPARTAMENTO DE MEDIOS DE COMUNICACION

IV. DEPARTAMENTO DE MEDIOS AUDIOVISUALES

RODRIGUEZ DE VAL, ADOLFO
ESTEBANEZ GONZALEZ, DAVID
PARRONDO BARTOLOME, JOSE MANUEL
CALLE PECIÑA, DAVID

V. DEPARTAMENTO DE EDICIONES Y PUBLICACIONES

VI. DEPARTAMENTO DE FERIAS, CONGRESOS Y EXPOSICIONES

VII. DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD

RUILOPE RUIZ, PATRICIA
VALENCIANO PARIS, ESTRELLA
URUÑUELA FERNANDEZ, MONICA (Creatividad, artes finales)

HIERRO ORDOÑEZ, VICTOR
RODRIGUEZ GONZALEZ, OCTAVIO
ENCINAS CARPIO, SILVIA
OLIVA FERNANDEZ, BELINDA DE LA
LOPEZ RUIZ, EVA
MARTIN JUSTICIA, CARLOS
SANZ COMPANY, CARMEN
MAURIN CASTRO, EVA
FERNANDEZ VELASCO, JOSE ALBERTO
GARCIA GUTIERREZ, SANDRA
DABALSA BUSTAMENATE, SONIA
JIMENO IDALGO, CARLOS
CEDIEL POZO, RICARDO

VIII. DEPARTAMENTO DE MARKETING

IX. DEPARTAMENTO DE ANALISIS Y EVALUACION DE RESULTADOS

X. DEPARTAMENTO COMERCIAL

XI. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

PENDIENTES DE DEPARTAMENTO:

GIL VELASCO, Mª JESUS

CURSO 3 - TARDE

Agencia: ATLAS COMUNICACION
Propuesta: INTEXCO'95

ORGANIGRAMA

I y II D E P A R T A M E N T O D E D O C U M E N T A C I O N E INFORMACION/DEPARTAMENTO DE INVESTIGACION Y CREACION

FERRERAS MAS, ELENA
GUERRERO CURULL, JOSE
MARTIN SAN JOSE, ADELA
DELGADO ARCE, ANA

III. DEPARTAMENTO DE MEDIOS DE COMUNICACION

IV. DEPARTAMENTO DE MEDIOS AUDIOVISUALES

V. DEPARTAMENTO DE EDICIONES Y PUBLICACIONES

GAYO PERALES, JOSE RAMON
MELLADO POZAS, CARMEN

VI. DEPARTAMENTO DE FERIAS, CONGRESOS Y EXPOSICIONES

JARREÑO GALLEGO, MERCEDES
CAMACHO ESCO, Mª NURIA
TORRALLAS PIZARRO, FATIMA
VILA GARCIA, ESTHER
RODRIGUEZ GOMEZ, MAYTE

VII. DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD/CREATIVIDAD

ACON INES, JOSE LUIS
GUTIERREZ, ELENA
MERINO MAGAN, SUSANA

VIII. DEPARTAMENTO DE MARKETING

MORENO PEREZ, BELEN

IX. DEPARTAMENTO DE ANALISIS Y EVALUACION DE RESULTADOS

X y XI DEPARTAMENTO COMERCIAL/DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

PEREIRA COSTA, MONICA
MARTINEZ CAMAÑES, LOLA
MARTINEZ GONZALEZ, CAROLINA

PENDIENTES DE DEPARTAMENTO:

NEVADO PEÑA, VICTOR MANUEL

CURSO 3 - NOCHE

Agencia: EXTENSION
Propuesta: CERCO'95

ORGANIGRAMA

I. DEPARTAMENTO DE DOCUMENTACION E INFORMACION

II. DEPARTAMENTO DE INVESTIGACION Y CREACION

MAYORAL PARRAS, ROSA

III. DEPARTAMENTO DE MEDIOS DE COMUNICACION

IV. DEPARTAMENTO DE MEDIOS AUDIOVISUALES

GARCIA-MUÑOZ, JOSE IGNACIO

V. DEPARTAMENTO DE EDICIONES Y PUBLICACIONES

VI. DEPARTAMENTO DE FERIAS, CONGRESOS Y EXPOSICIONES

VII. DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD

MINGUELA TOME, FERNANDO
MATEOS GUTIERREZ, FERNANDO
CID CERVIGON, SONIA
GARCIA-MUÑOZ, JOSE IGNACIO

VIII. DEPARTAMENTO DE MARKETING

CID CERVIGON, SONIA
AGUERO CHONG, CAROLINA

IX. DEPARTAMENTO DE ANALISIS Y EVALUACION DE RESULTADOS

CORTES LUCENA, JUAN CARLOS

X. DEPARTAMENTO COMERCIAL

XI. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

ANEJO II

PLAN DE TRABAJO

Coordinación: Profesora Ana Baschwitz/captación de expositores
PLANNING

CURSO
TECNICOS DE COMUNICAC

A	B	C	TARDE	NOCHE
ROTULACION (Interna y externa) MONTAJE Y DECORACION: 1. Diseño de Stands 2. Jardinería 3. Rotulación interna y externa 4. Montaje de stands Control Stand INTE Stand alumnos INTE: . Campañas . Planes de Marketing Stands Agencias de Comunicación Stands expositores Señalización interior y exterior 5. Decoración y Ambientación general	SERVICIOS DE LA FERIA: 1. Información y control 2. Medios Audiovisuales (Fotografía y vídeo: Mar Taileffer) 3.. Megafonía (Info. activ. y sonido ambiental) 4. Azafatas 5. Periódico de la Feria (distribución en la entrada) 6. Realidad virtual 7. Cafetería SONDEO DE OPINION: Encuestas de opinión a los visitantes	IMAGEN CORPORATIVA: 1. Logotipo - anagrama 2. Slogan 3. Cartel - Alumnos 2° 4. Papelería 5. Identificadores: - Azafatas - Expositores - Visitantes 6. Invitaciones varias 7. Folleto informativo 8. Octavillas 9. Adhesivos 10. Elementos promocionales (chapas, pins, bolsas, camisetas, bolígrafos) 11. Diplomas: Ponentes y participantes Video Institucional	PROGRAMA DE ACTIVIDADES: Día 26 12.00 h. Acto de inauguración: Conferencia inaugural: Javier Fdez. del Moral (Decano CC. de la Información) 12.30 h. Rueda de Prensa 13.00 h. Cocktail 19.00 h. Conferencia: "Autopistas de la Información". Manuel Coronado Día 27 17.30 h. Mesa Redonda: "El poder de la Comunicación Social". Proyección de la película "Ciudadano Kein" Día 28 19.00 h. Panel: "Los profesionales de la Comunicación Social". Ponentes varios: (Ag. EFE, Antonio Herrero-Radio, Chicho Ibañez-TV, Radio Intereconomía, etc). Día 29 12.00 h. Conferencia 13.00 h. Conferencia: "La evolución de la Publicidad" (Ag. Publicidad OLGA) 19.00 h. Conferencia: "La Agencia de Comunicación Social Integral". Jaime de Urzáiz Día 30 10.00 h. Fallo del Concurso: "Mejor Stand" 12.00 h. Certámen de Video (Alumnos 3°) 14.00 h. Clausura (Fiesta)	GABINETE DE PRENSA: - Relaciones con los Medios - Difusión de noticias, comunicados, artículos, entrevista, etc. - Carpeta de Prensa: . Fotografías blanco/negro y color . Folleto informativo . Cartel . Pegatinas . Información básica: - ¿Qué es EXPO-INTE? - Periódico de la Feria (Confección y publicación) - Rueda de Prensa - Encuesta de opinión
AGENCIA: "3CIT" Material a exponer: Trabajos realizados en los 3 cursos de Técnicos en Comunicación	AGENCIA: "PUBLIC & COMUNICATION" Material a exponer: Trabajos realizados en los 3 cursos de Técnicos en Comunicación	AGENCIA: "MENSAJES" Material a exponer: Trabajos realizados en los 3 cursos de Técnicos en Comunicación	AGENCIA: "ATLAS COMUNICACION" Material a exponer: Trabajos realizados en los 3 cursos de Técnicos en Comunicación	AGENCIA: "EXTENSION" Material a exponer: Trabajos realizados en los 3 cursos de Técnicos en Comunicación

OBSERVACIONES: Alumnos 2° Curso diseño del Cartel EXPOINTE'95

MODUS OPERANDI

A) Piezas impresas:

1. Cartel
2. Diario "EXPO-INTE"
3. Pases
   - Expositores
   - Prensa
   - Visitantes
4. Carpetas de Prensa
5. Folleto informativo "EXPOINTE"
6. Invitaciones varias
7. Tarjetas Club VIP "EXPOINTE"

B) Piezas promocionales

Chapas
Sello promocional
Caramelos
Regalo Conmemorativo (escultura)

C) Ambientación general

Rotulación interior y exterior
Carpa y globo aerostático
Plantas
Globos para ambientación
Material para Feria (tijeras,papel,plástico,cintas,etc.)

D) Mobiliario

Mostradores
Mesas
Expositores
Estanterías
Módulos
Sillas, etc.

E) Campaña de Publicidad:

Intercambio en periódicos (sección Comunicación), revistas de Publicidad, Comunicación y Marketing, radios y televisiones

F) Difusión en Medios:

1. Rueda de Prensa

. Convocatoria

. Carpeta de Documentación:

. Comunicados de prensa
. Folleto informativo EXPO-INTE
. Comité de Honor
. Comité Organizador
. Relación de Empresas expositoras
. Sectores representados
. Cartel divulgativo
. Fotografías
. Chapa promocional

2. Medios impresos:

. Anuncio en Sección "Agenda"

3. Televisiones:

. Telemadrid Programa "Teleempleo"
. TV Locales (Telesierra, etc.)
. Programas Especiales

4. Radios:

. Programas especiales "gente jóven
. "El larguero" SER
. Informativos

G) Comités

. Honor

OK miembros

. Organizador

OK miembros

H) Equipamiento técnico

Salón de Proyecciones: vídeo, proyector de transparencias, etc.

I) Programa de Actividades

OK ponentes

J) Alumnos:

Portavoz: Rocío Basagoiti. Carta de presentación

K) STANDS

Coordinación general:

. INTE

. 5 Agencias de alumnos

. U & U + Consejo General de Asociaciones de Profesionales de RR.PP. + CONFIARP

. Expositores participantes

EXPOINTE' 95

I FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

26 - 30 JUNIO

SERVICIOS DE LA FERIA

. ATENCIÓN AL EXPOSITOR

. AZAFATAS

. CAFETERIA

. DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICA

. DIARIO DE LA FERIA

. GABINETE DE PRENSA

. INFORMACIÓN Y CONTROL

. MEDIOS AUDIOVISUALES

. MEGAFONÍA

. SALA DE PROYECCIONES

. SALA VIP

. SALÓN DE ACTOS

RELACION DE VOLUNTARIADO

Alumnos de toda la escuela forman parte de esta relación de voluntariado que ha participado en los Servicios de la Feria:

SECRETARIADO

2º - ANA BELEN MUROS, T: 725 99 89
- MARGA MARTINEZ, T: 365 65 09

TECNICOS

1º A - ANTONIO GIMENA, T: 637 78 80
- ANA ROMERO, T: 742 54 58
- ESTELA, M, T: 474 66 85
- CARLOS ESTREMERA, T: 636 00 99
- FERNANDO SANCHEZ, T: 885 10 18
- IVAN ORTEGA, T: 764 24 16
- CHARO GOMEZ

1º B - PALOMA MARCOLINO, M, T: 611 83 97
- VANESSA NIETO, M, T: 619 06 35
- ANA CERBILLA, M, T: 650 42 04
- VERONICA ESCANDELLA, T: 576 80 70
- MARIA LUISA RODRIGUEZ, T: 344 07 04

2º A - CARMEN BARBAS

2º B - RAQUEL NAVARRO, T: 358 43 96
- EVA ALEJANDRE, T: 759 63 75

2º C - BEATRIZ NARCISO, M, T: 881 75 77
- CAROLINA MARTINEZ, M
- TERESA RICO, M
- MABEL GUILLEN
- MERCEDES ESTEBEZ
- ARACELI MARKINA
- MAMEN MAYORAL, M, T: 578 17 19
- PIEDAD MARTOS, M

MARKETING

1º B - MARIA DEL CARMEN GALLARDO, M
- PALOMA RUIZ VELASCO, M
- CARMEN ALONSO FERNANDEZ, M
- SILVIA SCHLEISSNER
- AMAYA MARTINEZ SORIA

2º A - CARLOS URDIALES, M, T: 525 00 34
- MIGUEL ANGEL EREDIA, M, T: 631·77 05
- ALVARO MARQUINA, M, T: 519 06 67

2º B - IRMA CHECA, M, T: 413 18 50
- VANESA ANDRE DIAZ
- AVELINA DOMINGUEZ FERNANDEZ

3º B - PACO BURGOS, M: 525 00 34

2º MARKETING TARDE
- MARTA, T: 437 16 53
- NOEMI, T: 766 01 14

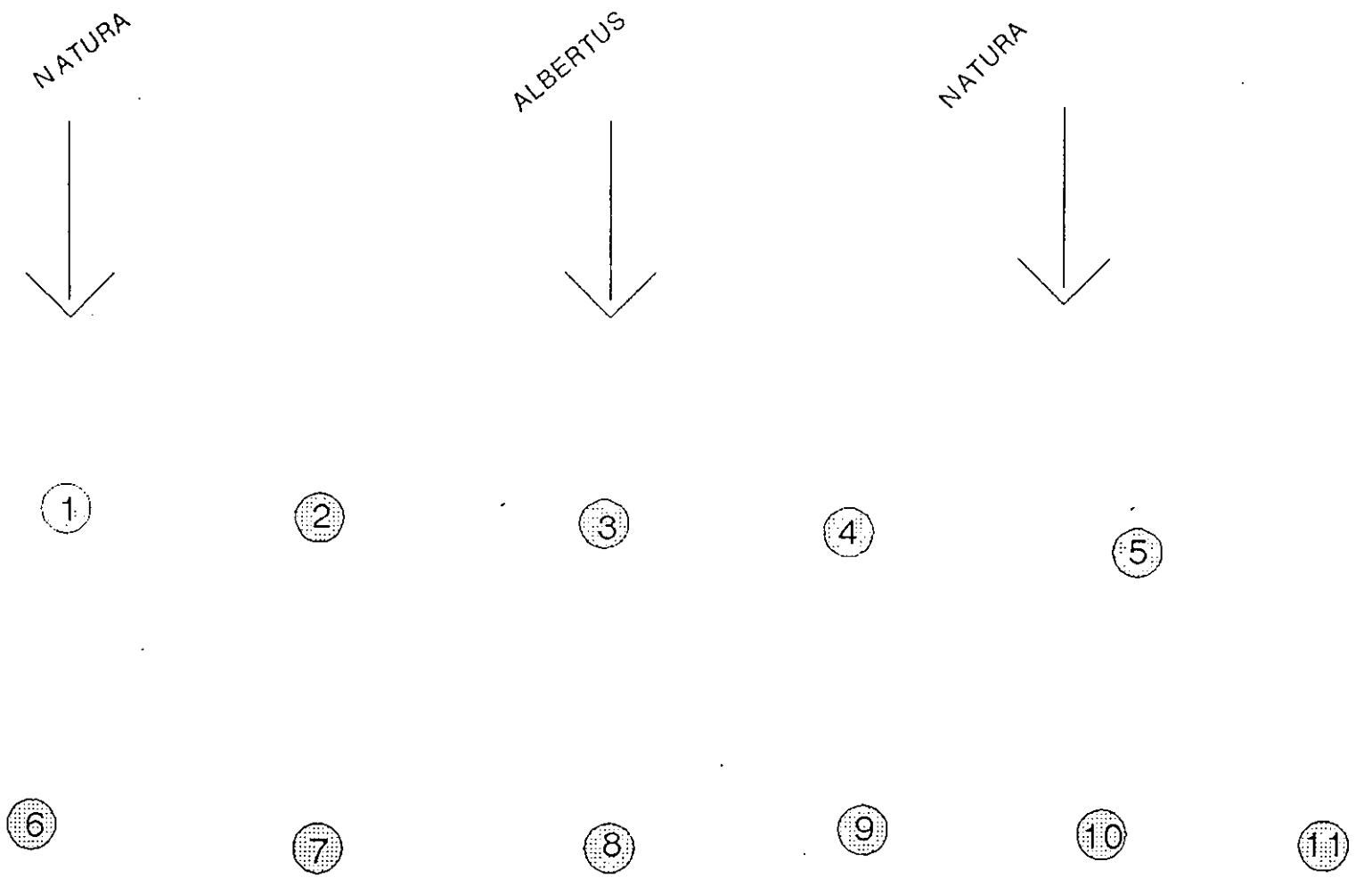
ANEJO III

IDENTIDAD CORPORATIVA

(Creatividad de los alumnos)

DISEÑO DE LOGOTIPO-ANAGRAMA DE EXPOINTE'95

POR MÓNICA URUÑUELA HERNÁNDEZ
3° C - ESCUELA DE COMUNICACIÓN INTE

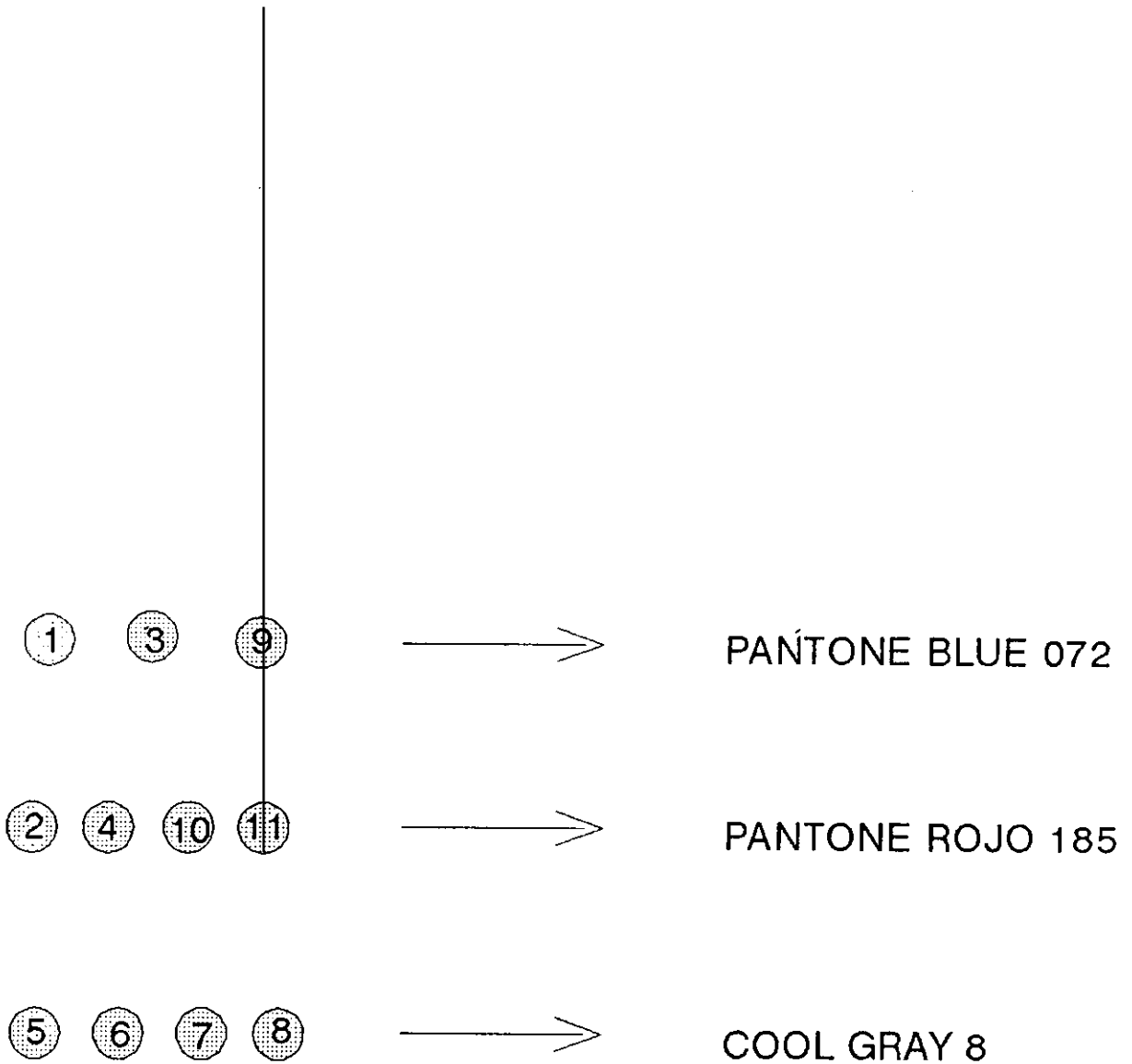

NATURA
ALBERTUS
NATURA
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11

NATURA

ALBERTUS

NATURA

1


1
3
9
PANTONE BLUE 072
2
4
10
11
PANTONE ROJO 185
5
6
7
8
COOL GRAY 8

NATURA ALBERTUS NATURA

EXPOINTE'95

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11

1 3 9 → PANTONE BLUE 072

2 4 10 11 → PANTONE ROJO 185

5 6 7 8 → COOL GRAY 8

EXPOINTE ' 95

Feria de la Comunicación Social
26 - 30 JUNIO 1995
INTE
Paseo de la Habana, 43
MADRID

1. Caracteres tipográficos de la palabra **EXPO**:

NATURA y **ALBERTUS**

2. El color de las letras de **E** y **P** de la palabra **EXPO**:

Pantone Blue 072

3. El color de las letras **X** y **O** de la palabra **EXPO**:

Pantone Red 185

4. El color de la palabra INTE escaneada del logotipo original es:

Pantone Cool Gras 8

5. El color de la tilde entre la letra **E** y el número **9** es:

Pantone Blue 072

6. El color del número 95 es:

Pantone Red 185

7. El color del texto puede ir en negro o si se prefiere en el mismo tono que la palabra **INTE**.

ANEJO IV

- Carta de presentación de EXPO-INTE'95 (para expositores)

- Relación de empresas participantes

- Boletín de inscripción

URZAIZ & URZAIZ Asociados

COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL
NUÑEZ DE BALBOA, 30 - 28001 MADRID
Tels. 435 48 85/435 48 12/435 51 31/435 52 65 - Fax 577 46 03

Ana Baschwitz
Directora General

Madrid, 16 de Mayo de 1995

Distinguido amigo:

Del 26 al 30 de Junio del corriente año, se celebrará la primera Feria de la Comunicación Social, EXPO-INTE'95, que tendrá lugar en el Instituto Internacional de Técnicas Especializadas, INTE, sito en el Paseo de la Habana n°43, de Madrid.

La temática de la Feria permite la participación de un variado abanico de especialidades que se reseñan en hoja adjunta.

Estamos seguros de que su empresa encontrará en el marco de esta Feria un lugar y momento adecuados para presentar a los públicos concernientes y especializados que nos visitarán, sus productos y servicios. La efectividad del contacto está garantizada.

Una original ventaja de esta Feria es que está totalmente exenta de costos en lo que a espacio se refiere, por lo que de Vd. mismo dependerá la inversión que desee realizar en su planteamiento y exposición de su temática o productos.

A su cargo queda pues únicamente el montaje y desmontaje de su exposición y su propia estrategia comunicativa y de personal adscrito a su stand.

Estamos a su disposición para aclarar cualquier aspecto que sea de su interés y de antemano le agradecemos su participación y su pronta comunicación al respecto.

Con este motivo les saluda,

Muy cordialmente,

- Ana Baschwitz -
Coordinadora General

C.I.F. A-28787620

Socio Propietario de
European Communication Partners

EXPO - INTE'95.

EXPOSICION DE LA COMUNICACION SOCIAL

RELACION DE EMPRESAS PARTICIPANTES

BANCA
EDUCACION
COMUNICACION SOCIAL
MODELAJE
ORGANIZACION DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y EXPOSICIONES
ARTES GRAFICAS
BANCO DE IMAGENES
CENTRALES DE COMPRAS DE MEDIOS
EDITORIALES
AMUEBLAMIENTO URBANO
INFORMATICA
ROTULACION
ARTICULOS PROMOCIONALES
REGALOS DE EMPRESA
DISEÑO
FOTOGRAFIA
CINE
EXCLUSIVAS DE MEDIOS
FABRICANTES DE PAPEL
FOTOMECANICAS
MARKETING TELEFONICO
PRODUCTORAS AUDIOVISUALES
AGENCIAS DE PUBLICIDAD
PUBLICIDAD DIRECTA
PUBLICIDAD EXTERIOR
STANDS
GABINETES DE RELACIONES EXTERNAS
MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
ASOCIACIONES PROFESIONALES

EXPOINTE95

I FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

MADRID 26 - 30 DE JUNIO 1995

BOLETIN DE INSCRIPCION

NOMBRE.....APELLIDOS .....

DIRECCIÓN.....TELÉFONO .....

POBLACIÓN.....CÓDIGO POSTAL .....

EMPRESA.....CENTRO DE ESTUDIOS .....

AREA O CARGO.....PROFESOR.....ALUMNO Y NIVEL .....

DIRECCIÓN.....TELÉFONO .....

POBLACIÓN.....CÓDIGO POSTAL .....

ORGANIZADOR

ENVÍESE CUMPLIMENTADO A: INTE. INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

PASEO DE LA HABANA, 43
28036 MADRID
☎ : 344 05 05 / 344 12 23
FAX: 344 06 15

CUOTA DE INSCRIPCION: GRATUITA

EXPOINTE95

I FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

MADRID 26 - 30 DE JUNIO 1995

BOLETIN DE INSCRIPCION

NOMBRE.....APELLIDOS .....

DIRECCIÓN.....TELÉFONO .....

POBLACIÓN.....CÓDIGO POSTAL .....

EMPRESA.....CENTRO DE ESTUDIOS .....

AREA O CARGO.....PROFESOR.....ALUMNO Y NIVEL .....

DIRECCIÓN.....TELÉFONO .....

POBLACIÓN.....CÓDIGO POSTAL .....

ORGANIZADOR

ENVÍESE CUMPLIMENTADO A: INTE. INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

PASEO DE LA HABANA, 43
28036 MADRID
☎ : 344 05 05 / 344 12 23
FAX: 344 06 15

CUOTA DE INSCRIPCION: GRATUITA

ANEJO V

EXPOSITORES

RELACION DE EXPOSITORES POR SECTORES

Relación completa de empresas contactadas que han sido invitadas a participar en EXPOINTE'95:

I. ASOCIACIONES PROFESIONALES

CONFIARP

Sector	:	Asociación Profesional
Expositor	:	CONFIARP - Confederación Interamericana de Relaciones Públicas
Persona de contacto	:	Román Pérez Senac, Presidente
Dirección	:	Casilla de Correo 1957 - Edif. Bolsa de Comercio - Rincón 454 Of. 312 - Montevideo (Uruguay)
Tel.		
Fax	:	598-2-965780
Producto	:	
Novedad	:	

CONSEJO GENERAL DE ASOCIACIONES DE PROFESIONALES DE RRPP

Sector:	:	Asociación Profesional
Expositor:	:	Consejo General de Asociaciones de Profesionales de RR.PP. de España
Persona de contacto	:	Jaime de Urzáiz y Fernández del Castillo, Presidente
Dirección	:	Núñez de Balboa, 30 - 5º B - 28001 Madrid
Tel.	:	91-435 48 85
Fax	:	91-577 46 03
Producto:	:	
Novedad	:	

ASOCIACION DE JOVENES EMPRESARIOS DE MADRID

Sector:	:	
Expositor:	:	AJE- Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid
Persona de contacto:	:	Miguel Garrido de la Cierva, Presidente Juan Manuel Pérez, Director General Carmen Cuesta, Gabinete de Prensa Manuel Balsera, Director de Comunicación
Dirección	:	Doctor Fleming, 36 - 28036 Madrid
Tel.	:	91-344 07 48
Fax	:	91-458 62 14
Producto	:	
Novedad	:	

II. BANCA

IBERCAJA

Sector	:
Expositor	:
Persona de contacto	:
Dirección	:
Tel.	:
Fax	:
Producto	:
Novedad	:

III. CENTROS DE EDUCACION

INTE

Sector	:	Centros de Educación
Expositor	:	INTE, Instituto Internacional de Técnicas Especializadas
Persona de contacto	:	Mariano G. Díaz Velasco, Director General
Dirección	:	Pº de la Habana, 43 - 28036 Madrid
Tel.	:	91-344 05 05 / 344 12 23
Fax	:	91-344 06 15
Producto	:	Escuela de Comunicación y Marketing Internacional, Secretariado de Alta Dirección, Organización y Dirección de Empresas y Cursos Monográficos y de Especialización
Novedad	:	

IV. EMPRESAS ESPECIALIZADAS

1. AGENCIAS

3 CIT

Sector	:	Agencia de Comunicación Social
Expositor	:	3CIT (3º A)
Persona de contacto	:	Rocio Basagoiti/Isabel Uriarte
Dirección	:	Isabel Uriarte - Bristol, 18-9º B /28028 Madrid
Tel.	:	91-356 63 14
Fax	:	
Producto	:	Trabajos realizados por los alumnos
Novedad	:	

P & C - Public & Communication

Sector	:	Agencia de Comunicación Social
Expositor	:	P & C - Public & Communication (3º B)
Persona de contacto	:	Alfonso y Juan Martínez-Mena de Molina
Dirección	:	
Tel.	:	563 63 36
Fax	:	
Producto	:	Trabajos realizados por los alumnos
Novedad	:	

MENSAJES

Sector	:	Agencia de Comunicación Social
Expositor	:	MENSAJES (3º C)
Persona de contacto	:	Mónica Uruñuela / Ana Belén González
Dirección	:	
Tel.	:	
Fax	:	
Producto	:	Trabajos realizados por los alumnos
Novedad	:	

ATLAS COMUNICACION

Sector	:	Agencia de Comunicación Social
Expositor	:	ATLAS COMUNICACION (3º tarde)
Persona de contacto	:	José Luis Acón / Elena Gutiérrez
Dirección	:	
Tel.	:	
Fax	:	
Producto	:	Trabajos realizados por los alumnos
Novedad	:	

EXTENSION

Sector	:	Agencia de Comunicación Social
Expositor	:	EXTENSION (3º noche)
Persona de contacto	:	Belén Huertas / Belén López
Dirección	:	
Tel.	:	
Fax	:	
Producto	:	Trabajos realizados por los alumnos
Novedad	:	

URZAIZ & URZAIZ ASOCIADOS

Sector	:	Agencia de Comunicación Social
Expositor	:	URZAIZ & URZAIZ ASOCIADOS Comunicación Social Integral
Persona de contacto	:	Ana Baschwitz, Directora General
Dirección	:	Núñez de Balboa, 30 - 5º B - 28001 Madrid
Tel.	:	91-435 48 85
Fax	:	91-577 46 03
Producto	:	Casos prácticos de RRPP
Novedad	:	

PREMIUM COMUNICACION

Sector	:	Agencia de Comunicación Social
Expositor	:	PREMIUM COMUNICACION, S.A.
Persona de contacto	:	César Henao, Presidente-Director General
Dirección	:	c/ Montalbán, 5 - 2º Izda. 28014 Madrid
Tel.	:	532 19 19
Fax	:	522 56 91
Producto	:	
Novedad	:	

CREDIMAGEN

Sector	:	Agencia de Publicidad
Expositor	:	PUBLINSA, S.A. - Banco Central Hispano
Persona de contacto	:	Lourdes Hernández Gil - Directora Gral. Publinsa
Dirección	:	José Abascal, 59 - 5º Izda. - 28003 Madrid
Tel.	:	91 - 441 61 22
Fax	:	91 441 63 33
Producto	:	"CREDIMAGEN"
Novedad	:	"CREDIMAGEN"

MPA

Sector	:	Agencia de Publicidad
Expositor	:	MPA
Persona de contacto	:	Alvaro Carrasco Vázquez
Dirección	:	Viriato, 20 - 28010 Madrid
Tel.	:	91 - 593 83 67
Fax	:	91 - 445 46 62
Producto	:	Material y Campañas de Publicidad
Novedad	:	

SPONSORCOM

Sector	:	Agencia de Sponsors
Expositor	:	SPONSORCOM - GRUPO GREY
Persona de contacto	:	Raquel García Sanz, Ejecutivo de Cuentas
Dirección	:	Pinar, 14-16 - 28006 Madrid
Tel.	:	91 - 411 15 85
Fax	:	91 - 563 69 08
Producto	:	Campañas varias de Patrocinio
Novedad	:	

MOVIERECORD CINE, S.A.

Sector	:	Exclusivas de Cine
Expositor	:	MOVIERECORD CINE, S.A.
Persona de contacto	:	Jesús Martín, Director General
Dirección	:	Mártires de Alcalá, 4 - 28015 Madrid
Tel.	:	91 - 559 92 05
Fax	:	91 - 547 59 85
Producto	:	Spots de Publicidad en cine
Novedad	:	

2. EXPOSICIONES, CONGRESOS Y CONVENCIONES

O.E.C., S.A.

Sector	:	Exposiciones, Congresos y Convenciones
Expositor	:	O.E.C.-Organización de Exposiciones y Congresos, S.A.
Persona de contacto	:	Hélêne de Medem, Presidenta
Dirección	:	Arrieta, 13 - 1º - 28013 Madrid
Tel.	:	91-547 70 36/42
Fax	:	91-542 75 49
Producto	:	Meet España y Congrex Global System
Novedad	:	Congrex Global System Red Mundial de Intercambio de Congresos en el continente y 15 países.

3. ARTES GRAFICAS

ADVANCED SIGNS

Sector	:	Rotulación
Expositor	:	ADVANCED SIGNS - Comunicación Visual
Persona de contacto	:	Jaime Asúa, Presidente Fernando Ceballos, Director

Dirección	:	Edif. Alfa III, Venecia 2 - Local 99 c/ Isabel Colbrand, 10 - 28050 Madrid
Tel.	:	91-358 85 08/908 72 28 51
Fax	:	91-358 85 03
Producto	:	Tipografía y logotipos de vinilo, banners, escaparates, rótulos magnéticos para vehículos, luminosos, directorios y señalización, vallas publicitarias y letras corpóreas
Novedad	:	

PAR FOTOMECANICA

Sector	:	Fotomecánica
Expositor	:	PAR FOTOMECANICA
Persona de contacto	:	Ramón Alonso Fernández, Director Gerente
Dirección	:	Alfonso Gómez, 33 - 3º B - 28037 Madrid
Tel.	:	91-327 34 93
Fax	:	91-327 35 56
Producto	:	Reproducciones varias
Novedad	:	

GRAFICAS ARIES

Sector	:	Imprenta
Expositor	:	GRAFICAS ARIES - Compañía Gráfica
Persona de contacto	:	Antonio Martín, Director
Dirección	:	Nicolás Morales, 38-40 28019 Madrid
Tel.	:	91-472 43 95
Fax	:	91-471 96 19
Producto	:	Herramientas de comunicación de todos los formatos
Novedad	:	

TELE TECHNICAL TM, S.L.

Sector	:	Termomoldeados al vacio
Expositor	:	TELE TECHNICAL TM, S.L.
Persona de contacto	:	José L. Aguado M., Gerente
Dirección	:	Daganzo, 3 - 28860 Paracuellos (Madrid)
Tel.	:	658 27 07
Fax	:	658 27 68
Producto	:	Carteles sobre práctico
Novedad	:	Termomoldeado al vacio

4. DISEÑO ARTISTICO

ESTUDIO COLLADO

Sector	:	Diseño y Decoración
Expositor	:	PEPE COLLADO
Persona de contacto	:	Pepe Collado
Dirección	:	Fuensanta, 32 - 14640 Villa del Río (Córdoba)
Tel.	:	957-17 64 50
Fax	:	957-17 70 22
Producto	:	Mobiliario
Novedad	:	Diseños de Vanguardia

"CAMILLE" CERAMISTAS

Sector	:	Cerámicas
Expositor	:	"CAMILLE" CERAMISTAS
Persona de contacto	:	Mar Alonso Hernández - Nuria Magaña
Dirección	:	Conde de Vilches, 7 - 28028 Madrid
Tel.	:	91-361 25 14
Fax	:	
Producto	:	Piezas varias de cerámica
Novedad	:	

ANDRES LASANTA JIMENO

Sector	:	Escultura
Expositor	:	Andrés Lasanta Jimeno
Persona de contacto	:	Andrés Lasanta Jimeno
Dirección	:	San Mariano, 108 - 1º Izda - 28022 Madrid
Tel.	:	91-320 27 19
Fax	:	
Producto	:	Esculturas en bronce y resina de poliester
Novedad	:	Bronces de animales prehistóricos

EDUARDO MATURANA

Sector	:	Diseño artístico
Expositor	:	EDUARDO MATURANA
Persona de contacto	:	Eduardo Maturana
Dirección	:	Avda. José Antonio, 1 - 2º A Izda. 28924 Madrid
Tel.	:	91-619 63 29
Fax	:	91-558 01 19
Producto	:	Cascos decorados
Novedad	:	Varias

VIVEROS LOZANO VERA, S.A.

Sector	:	Decoración
Expositor	:	VIVEROS LOZANO VERA, S.A.
Persona de contacto	:	Juan Lozano, Director
Dirección	:	Pol. Ind. San Fernando - C/ Montes de Toledo, 36 - 28850 Madrid
Tel.	:	91-677 71 31
Fax	:	91-344 07 13
Producto	:	Centros de flores y plantas naturales
Novedad	:	

CORBALAN DECORACION

Sector	:	Decoración
Expositor	:	CORBALAN DECORACION
Persona de contacto	:	Ginés Corbalán
Dirección	:	Molinos de Segura, 9 - Local 1 Bajo - 28030 Madrid
Tel.	:	91-773 70 07
Fax	:	91-773 70 07
Producto	:	Diseño, construcción y montaje de stands. Instalación general de Ferias. Sistemas modulares.
Novedad	:	

5. INFORMATICA

SERVAL, S.A.

Sector	:	Informática
Expositor	:	SERVAL - Servicios y Redes Interativos de Valor Añadido, S.A.
Persona de contacto	:	Manuel Coronado Salvador, Presidente
Dirección	:	Edif. Torona, Avda. de Europa, 24 - Parque Empresarial "La Moraleja" - 28109 Alcobendas (Madrid)
Tel.	:	91-661 79 02
Fax	:	91-661 46 64
Producto	:	SERVICOM
Novedad	:	Autopistas de la Información

SILICON GRAPHICS

Sector	:	Informática
Expositor	:	SILICON GRAPHICS
Persona de contacto	:	Victor Canivell, Director General

Dirección	:	Pza. Descubridor Diego de Ordas, 3 - Edif. Santa Engracia 120 - 28003 Madrid
Tel.	:	91-442 90 77
Fax	:	91-442 01 50
Producto	:	Estaciones de trabajo de informativo
Novedad	:	Realidad Virtual

CYBERMUNDI, S.L.

Sector	:	Informática
Expositor	:	CYBERMUNDI, S.L.
Persona de contacto	:	Juan Alonso, Director
Dirección	:	Oria, 25 - 28002 Madrid
Tel.	:	91-562 26 37/908 40 98 42
Fax	:	91 - 561 41 05
Producto	:	Marketing y Comunicación de la Información (INTERNET)
Novedad	:	Catálogos interactivos para su posterior inserción en la RED, durante tres meses.

6. EDITORIALES

PUERTO LIBRO PERSONALIZADOS, S.L.

Sector	:	Editorial
Expositor	:	PUERTO LIBRO PERSONALIZADOS, S.L.
Persona de contacto	:	José Mª Neira, Gerente
Dirección	:	Lago Constanza, 98 - 1º C - 28017 Madrid
Tel.	:	91-367 32 11
Fax	:	91-367 30 18
Producto	:	Cuentos personalizados
Novedad	:	Lanzamiento del producto en EXPOFRANQUICIA (19 mayo) en Madrid - Walt Disney

7. MEDIOS AUDIOVISUALES

PROINTEL

Sector	:	Televisión
Expositor	:	Productora Independiente de Televisión PROINTEL
Persona de contacto	:	José María del Castillo, Gerente
Dirección	:	Apolonio Morales, 13 - E - 28036 Madrid
Tel.	:	91-359 41 98 - Móvil 908-720 162
Fax	:	91-359 65 53
Producto	:	Producciones para televisión
Novedad	:	Programas varios

INDEX, S.L.

Sector	:	Banco de Imágenes
Expositor	:	INDEX - Fototeca Especializada en Ilustración, S.L.
Persona de contacto	:	Carme Prats, Directora Comercial
Dirección	:	Sicilia, 232, bajos - 08013 Barcelona
Tel.	:	93-265 31 46
Fax	:	93-265 42 89
Producto	:	Banco de imágenes
Novedad	:	Varias

ANTONIO TABERNERO

Sector	:	Fotografía profesional
Expositor	:	ANTONIO TABERNERO
Persona de contacto	:	Antonio Tabernero
Dirección	:	Duque de Alba, 6 - 6º Izda. 28012 Madrid
Tel.	:	91-369 21 55
Fax	:	91-369 21 55
Producto	:	Reportajes varios
Novedad	:	

NATACHA

Sector	:	Fotografía profesional
Expositor	:	NATACHA
Persona de contacto	:	Natacha Martínez
Dirección	:	Embajadores, 69 - 2º B - 28012 Madrid
Tel.	:	
Fax	:	
Producto	:	Reportajes varios
Novedad	:	

LSK IBERICA, S.L.

Sector	:	Sistemas audiovisuales
Expositor	:	LSK IBERICA, S.L.
Persona de contacto	:	Angel M. Núñez
Dirección	:	Rosa de Silva, 5-1º C - 28020 Madrid
Tel.	:	91-572 08 86 / 570 04 33
Fax	:	91-572 08 86
Producto	:	Reportajes varios
Novedad	:	

COLUMBIA TRISTAR FILMS DE ESPAÑA, S.A.

Sector	:	Distribuidora de Cine
Expositor	:	COLUMBIA TRISTAR FILMS DE ESPAÑA,S.A.
Persona de contacto	:	Rafael Palmero, Director de RR.PP.
Dirección	:	Edif. Piovera Azul, c/ Peonias, 2 - 28042 Madrid
Tel.	:	320 07 44
Fax	:	320 61 05/37 39
Producto	:	
Novedad	:	

8. CENTRALES DE MEDIOS

MEDIA PLANNING, S.A.

Sector	:	Central de Compras
Expositor	:	MEDIA PLANNING, S.A.
Persona de contacto	:	Jorge Ustrell, Director General Fernando Amores, Dpto. Planificación
Dirección	:	Avda. General Perón, 38 - Plta. 16 - 28020 Madrid
Tel.	:	91-556 60 65
Fax	:	91-555 91 23
Producto	:	Compra y planificación de Medios
Novedad	:	

9. PUBLICIDAD EXTERIOR

HALCON TOLDOS, S.A.

Sector	:	Publicidad Exterior
Expositor	:	HALCON TOLDOS, S.A.
Persona de contacto	:	Amador López, Director
Dirección	:	Guadarrama, 12 - 28670 Villaviciosa de Odón (Madrid)
Tel.	:	91-616 28 53 / 616 24 98-720 162
Fax	:	91-616 01 40
Producto	:	Toldos - Hinchables - Globos - Muñecos - Lonas - Estores - Persianas - Muebles de Jardín
Novedad	:	Varias

INTERGLOBO

Sector	:	Ambientación Interior y Exterior
Expositor	:	Grupo INTERGLOBO
Persona de contacto	:	Pedro González, Director Comercial

Dirección	:	Prado Ibarra, 11 - 28270 Colmenarejo (Madrid)
Tel.	:	91-842 50 33 / 908 60 15 17
Fax	:	93-842 50 01
Producto	:	Decoraciones con globos
Novedad	:	Varias

AYUNTAMIENTO DE MADRID

Sector	:	Publicidad Exterior
Expositor	:	Ayuntamiento de Madrid - Mobiliario Urbano
Persona de contacto	:	Rafael Calvo Ortega, Jefe de Dpto. de Mobiliario Urbano
Dirección	:	Paraguay, 9 - 28016 Madrid
Tel.	:	91-588 35 42
Fax	:	91-588 35 44
Producto	:	
Novedad	:	

10. ARTICULOS PROMOCIONALES

LETTERFACE PHOTOSTAMPS, S.L.

Sector	:	Soporte promocional
Expositor	:	LETTERFACE PHOTOSTAMPS, S.L.
Persona de contacto	:	Sebastián Ortiz, Director
Dirección	:	Apdo. de Correos 54.184 - 28080 Madrid
Tel.	:	91-316 04 11
Fax	:	91-316 04 11
Producto	:	Fotosello
Novedad	:	Fotosello

PUBLICHAP

Sector	:	Soporte promocional
Expositor	:	PUBLICHAP
Persona de contacto	:	Carlos José Gómez
Dirección	:	Constancia, 22 (oficinas) /Anastasio Aroca, 19 (Talleres) - 28002 Madrid
Tel.	:	91-416 40 29
Fax	:	93-416 45 98
Producto	:	Chapas, espejos publicitarios y pins
Novedad	:	Varios

INTERNATIONAL BROKERS

Sector	:	Soporte promocional
Expositor	:	INTERNATIONAL BROKERS
Persona de contacto	:	Rafael de Jaén
Dirección	:	
Tel.	:	91-458 15 56
Fax	:	
Producto	:	Vasos publicitarios
Novedad	:	Vasos publicitarios

NUSS DISSENY

Sector	:	Soporte promocional
Expositor	:	NUS DISSENY
Persona de contacto	:	Juan Salas, Director Gerente
Dirección	:	Conchita Supervia, 9-11 - 08028 Barcelona
Tel.	:	93-411 16 27
Fax	:	93-330 22 68
Producto	:	Corbatas
Novedad	:	

C & CH - MULTICLIP, S.L.

Sector	:	Soporte promocional
Expositor	:	C & CH - Caramelos y Chocolates/Multiclip, S.L.
Persona de contacto	:	Julián Escolano, Director-Juan Manuel Riego
Dirección	:	Avda. de San Luis, 76 - Bis - 28033 Madrid
Tel.	:	91-764 64 12 / 764 63 53
Fax	:	93-764 63 54
Producto	:	Caramelos y chocolates
Novedad	:	Varios

EURO GYC

Sector	:	Soporte promocional
Expositor	:	EURO GYC
Persona de contacto	:	Ricardo Villamayor, Director
Dirección	:	Recoletos, 10 - 1º B - 28001 Madrid
Tel.	:	91-575 24 14
Fax	:	91-431 82 21
Producto	:	Compact disc como soporte para campañas publicitarias
Novedad	:	

SV - "SANCHEZ VEGA"

Sector	:	Soporte promocional
Expositor	:	SV - "SANCHEZ VEGA"
Persona de contacto	:	Carlos Sánchez Vega, Director
Dirección	:	Tetuán, 26 - 28013 Madrid
Tel.	:	91-523 02 91 - Móvil: 908-80 40 65
Fax	:	93-523 02 91
Producto	:	
Novedad	:	

FABULA

Sector	:	Soporte promocional
Expositor	:	FABULA
Persona de contacto	:	Fernando Bermejo, Director
Dirección	:	Amparo, 52 - 28012 Madrid
Tel.	:	91-468 47 56
Fax	:	
Producto	:	Camisetas, gorras, viseras, etc.
Novedad	:	

11. MARKETING

CONSULTORES PARA EUROPA BERNARD KRIEF, S.A.

Sector	:	Consulting de Marketing y Comunicación
Expositor	:	BERNARD KRIEF, S.A.
Persona de contacto	:	Bernardo Rabassa Asenjo, Presidente Manuel Esteban, Director General
Dirección	:	Avda. Reina Victoria, 72 - 28003 Madrid
Tel.	:	91-535 01 03 / 554 16 00 / 533 60 78
Fax	:	91-534 75 48
Producto	:	Instituto de Investigación de Mercados / Agencia de Promoción de Ventas, Imagen y Relaciones Públicas, Gabinete de Recursos Humanos, Gabinete de Estudios Sociológicos
Novedad	:	Campañas varias

POSTERING SERVICES, S.L.

Sector	:	Arte publicitario
Expositor	:	POSTERING SERVICES, S.L.
Persona de contacto	:	Tomás Marcos, Director de Comunicación Luis Esteban Blein
Dirección	:	José Abascal, 44 - 4º D - 28003 Madrid

Tel.	:	91-441 77 99 / 345 18 96
Fax	:	93-442 48 89
Producto	:	Revista-Catálogo (semestral) de Poster de Publicidad
Novedad	:	Poster de publicidad

SERTEL, Servicios de Telemarketing, S.A.

Sector	:	Marketing telefónico
Expositor	:	SERTEL, Servicios de Telemarketing, S.A.
Persona de contacto	:	Director
Dirección	:	Avda. de la Albufera, 153 - 2ª planta
Tel.	:	91-478 62 63
Fax	:	91-478 61 79
Producto	:	Marketing telefónico
Novedad	:	Casos prácticos

TELEMARKETING SISTEMAS VIRTUALES, S.L.

Sector	:	Marketing telefónico
Expositor	:	TELEMARKETING SISTEMAS VIRTUALES, S.L.
Persona de contacto	:	María Blanco Martín, Directora
Dirección	:	Príncipe de Vergara, 78 - 4º Dcha - 28006 Madrid
Tel.	:	91-411 07 96
Fax	:	91-411 08 04
Producto	:	Marketing telefónico
Novedad	:	Casos prácticos

MEYDIS GROUP

Sector	:	Publicidad directa
Expositor	:	MEYDIS GROUP
Persona de contacto	:	Benjamín Caro, Consejero Delegado
Dirección	:	Pol. Ind. Alcobendas - Sepúlveda, 12 - 28100 Alcobendas (Madrid)
Tel.	:	91-661 37 37
Fax	:	93-661 81 96
Producto	:	Marketing directo
Novedad	:	Casos prácticos

GRUPO TOMPLA

Sector	:	Publicidad directa
Expositor	:	GRUPO TOMPLA
Persona de contacto	:	José Mª Martínez Díez, Dtor. Dpto. Marketing / Mari Carmen, Dpto. Marketing
Dirección	:	Ctra. de Daganzo, Km. 3 - 28806 Alcalá de Henares
Tel.	:	91-882 05 00
Fax	:	91-886 65 52
Producto	:	Sobre-express, Publicidad directa y Marketing
Novedad	:	Varios

12. INVESTIGACION DE MERCADOS

SIMM

Sector	:	Agencia de Documentación
Expositor	:	SIMM Seguimiento Informatico de los Mass Media
Persona de contacto	:	Félix Lázaro Campos, Director
Dirección	:	Carranza, 25 - 1º Dcha. - 28004 Madrid

Tel.	:	91-447 13 96 / 447 41 00
Fax	:	91-448 09 19
Producto	:	Seguimiento de Prensa
Novedad	:	

13. MENSAJERIA

AREA-3

Sector	:	Mensajería y Distribución
Expositor	:	AREA-3
Persona de contacto	:	Salvador Pérez Morales, Director
Dirección	:	Villanueva, 2 - Ofic. 8 - 28001 Madrid
Tel.	:	91-575 79 01
Fax	:	91-431 70 11
Producto	:	
Novedad	:	

14. DISEÑO GRAFICO

MANUEL GARCES, S.L.

Sector	:	Diseño Gráfico
Expositor	:	MANUEL GARCES, S.L.
Persona de contacto	:	Manuel Garcés / Estefanía Garcés
Dirección	:	General Yagüe, 10 . 7º G - 28020 Madrid
Tel.	:	91-555 87 54
Fax	:	91-555 15 66
Producto	:	Trabajos varios de diseño gráfico
Novedad	:	

TAU

Sector	:	Diseño Gráfico
Expositor	:	TAU
Persona de contacto	:	
Dirección	:	
Tel.	:	
Fax	:	
Producto	:	Trabajos varios de diseño gráfico
Novedad	:	

15. RECURSOS HUMANOS

RANDSTAD EMPLEO

Sector	:	Empleo Temporal
Expositor	:	RANDSTAD EMPLEO, Empresa de Trabajo Temporal, S.A.
Persona de contacto	:	Fernando Guijarro del Cura, Consultor
Dirección	:	Serrano, 1 - 28001 Madrid
Tel.	:	91-435 99 98
Fax	:	91-435 99 55
Producto	:	Sistemas de selección de personal
Novedad	:	

V. DEPARTAMENTOS DE MARKETING

AYUNTAMIENTO DE MADRID

Sector	:	Institucional
Expositor	:	Ayuntamiento de Madrid
Persona de contacto	:	Felipe Díaz Murillo, Dtor. de RRPP y Protocolo
Dirección	:	Plaza de la Villa, 4 - 28005 Madrid
Tel.	:	91-588 10 00
Fax	:	
Producto	:	
Novedad	:	

COMUNIDAD AUTONOMA DE MADRID

Sector	:	Institucional
Expositor	:	COMUNIDAD AUTONOMA DE MADRID
Persona de contacto	:	Consejería de Educación y Juventud
Dirección	:	
Tel.	:	91-522 70 95
Fax	:	
Producto	:	
Novedad	:	

COCA COLA

Sector	:	Refrescos
Expositor	:	COCA COLA
Persona de contacto	:	Juan José Litrán, Jefe de Relaciones Públicas
Dirección	:	Josefa Valcárcel, 36 - 28027 Madrid
Tel.	:	91-348 17 00
Fax	:	91-348 18 41 / 348 17 01
Producto	:	
Novedad	:	

FOSTER'S HOLLYWOOD

Sector	:	Restaurantes
Expositor	:	FOSTER'S HOLLYWOOD
Persona de contacto	:	Juan Acero-Riesgo, Director
Dirección	:	Zenit, 21 - 28023 Aravaca - Madrid
Tel.	:	91-357 28 72
Fax	:	91-357 20 41
Producto	:	
Novedad	:	

MERCK, SHARP & DOHME DE ESPAÑA, S.A.

Sector	:	
Expositor	:	MERCK, SHARP & DOHME DE ESPAÑA, S.A.
Persona de contacto	:	MSD-División Humana: Chantal Dorange MSD-AGVET-División Veterinaria: Jaime Méndez Vigo
Dirección	:	Josefa Valcarcel, 38 - 28027 Madrid
Tel.	:	91-321 06 00
Fax	:	91-321 06 15
Producto	:	
Novedad	:	

FERIA DE MADRID - IFEMA

Sector	:	Institución Ferial
Expositor	:	IFEMA
Persona de contacto	:	Dpto. de RRPP
Dirección	:	Parque Feria Juan Carlos I - 28067 Madrid
Tel.	:	91-722 50 00
Fax	:	91-722 58 07
Producto	:	
Novedad	:	

ONCE

Sector	:	
Expositor	:	ONCE
Persona de contacto	:	Margarita Martí/Pablo Díez, Dpto. Comunicación, Sección RRPP
Dirección	:	c/ Quevedo, 1
Tel.	:	589 45 43
Fax	:	
Producto	:	
Novedad	:	

PROCTER & GAMBLE

Sector	:	
Expositor	:	PROCTER & GAMBLE
Persona de contacto	:	Saturnino Muriel
Dirección	:	Avda. del Partenón, 16-17 - Campo de las Naciones - 28043 Madrid
Tel.	:	91-722 21 00
Fax	:	91-722 23 96
Producto	:	
Novedad	:	

VI. MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

1. AGENCIAS DE NOTICIAS

EFE

Sector	:	
Expositor	:	EFE
Persona de contacto	:	Lola García Paz Pérez, Jefe de RR.PP. Francisco Villanueva, Jefe Sec. Autonomica y Madrid
Dirección	:	Espronceda, 32 - 28003 Madrid
Tel.	:	91-346 71 00 / 346 74 00
Fax	:	91-346 75 03 / 441 66 18 / 441 09 05
Producto	:	
Novedad	:	

EUROPA PRESS

Sector	:	
Expositor	:	EUROPA PRESS
Persona de contacto	:	Gerardo Andreu Merelles, Jefe Sec. Autonómica
Dirección	:	Pº de la Castellana, 210 - 28046 Madrid

Tel.	:	91-359 26 00
Fax	:	91 - 350 32 51 / 350 32 52
Producto	:	
Novedad	:	

2. DIARIOS

2.1. Información General

ABC

Sector	:	
Expositor	:	ABC
Persona de contacto	:	Luis Mª Ansón, Director
Dirección	:	Juan Ignacio Luca de Tena, 7
Tel.	:	91-339 90 00
Fax	:	91-320 36 20 / 320 35 55
Producto	:	
Novedad	:	

DIARIO 16

Sector	:	
Expositor	:	DIARIO 16
Persona de contacto	:	Francisco Pérez Abellán, Subdirector Sec. Madrid
Dirección	:	Basauri, 17 - 28037 Madrid
Tel.	:	91-558 98 00
Fax	:	91-558 98 96 / 558 98 97
Producto	:	
Novedad	:	

EL MUNDO DEL SIGLO XXI

Sector	:	
Expositor	:	EL MUNDO DEL SIGLO XXI
Persona de contacto	:	Sr. Montañés
Dirección	:	Pradillo, 42 - 28002 Madrid
Tel.	:	91-586 48 00 / 586 47 00
Fax	:	91-586 48 48
Producto	:	
Novedad	:	

LA INFORMACION DE MADRID

Sector	:	
Expositor	:	LA INFORMACION DE MADRID
Persona de contacto	:	Director
Dirección	:	Francisco Sancha, 4 - 28034 Madrid
Tel.	:	91-334 61 00
Fax	:	91-334 61 48
Producto	:	
Novedad	:	

2.2. Información Económica

CINCO DIAS

Sector	:	
Expositor	:	CINCO DIAS
Persona de contacto	:	Fernando González Urbaneja, Director
Dirección	:	Gran Vía, 32 - 28013 Madrid
Tel.	:	91-538 61 00
Fax	:	91-523 11 28 / 523 10 68
Producto	:	
Novedad	:	

GRUPO NEGOCIOS
(LA GACETA DE LOS NEGOCIOS, DINERO, RADIO INTERECONOMIA)

Sector	:	
Expositor	:	GRUPO NEGOCIOS - LA GACETA DE LOS NEGOCIOS - DINERO - RADIO INTERECONOMIA
Persona de contacto	:	Ana Marchesi, Dpto. de Marketing
Dirección	:	O'Donnell, 12 - 28009 Madrid
Tel.	:	91-586 33 00 / 432 76 41 (directo)
Fax	:	91-586 33 89 / 432 76 39 (directo)
Producto	:	
Novedad	:	

RECOLETOS COMPAÑIA EDITORIAL, S.A.
(ACTUALIDAD ECONOMICA, EXPANSION, MARCA, DIARIO MEDICO)

Sector	:	
Expositor	:	RECOLETOS COMPAÑIA EDITORIAL, S.A.: ACTUALIDAD ECONOMICA, EXPANSION, MARCA, DIARIO MEDICO
Persona de contacto	:	Eduadro Ferreira
Dirección	:	Pº de Recoletos, 1 - 28001 Madrid
Tel.	:	91-337 32 20
Fax	:	91-576 81 50
Producto	:	
Novedad	:	

3. SEMANARIOS

SEGUNDA MANO

Sector	:	
Expositor	:	SEGUNDA MANO
Persona de contacto	:	Carlos Mayer, Director

Dirección	:	Acacias, 3 - 2º Piso - 28005 Madrid
Tel.	:	91-517 17 98
Fax	:	91-517 20 19
Producto	:	
Novedad	:	

GUIA DEL OCIO DE MADRID

Sector	:	
Expositor	:	GUIA DEL OCIO DE MADRID
Persona de contacto	:	Pedro Jabaloyes Cutillas, Director
Dirección	:	Alcalá, 106 - 28009 Madrid
Tel.	:	91-431 60 90
Fax	:	91-576 93 07
Producto	:	
Novedad	:	

4. REVISTAS

4.1. Comunicación y Marketing

CAMPAÑA

Sector	:	
Expositor	:	CAMPAÑA
Persona de contacto	:	Antonio Villegas, Director Daniel Campos, Redactor Jefe José Avila, Sección Imagen
Dirección	:	Rey Francisco, 27 - 28008 Madrid
Tel.	:	91-541 42 00
Fax	:	91-541 75 03
Producto	:	
Novedad	:	

CONTROL

Sector	:	
Expositor	:	CONTROL, Documentación
Persona de contacto	:	Enrique Nebot, Director
Dirección	:	Ferraz, 11 - 28008 Madrid
Tel.	:	91-547 30 00
Fax	:	91-248 11 23
Producto	:	
Novedad	:	

ANUNCIOS/NOTICIAS DE LA COMUNICACION

Sector	:	
Expositor	:	ANUNCIOS/NOTICIAS DE LA COMUNICACION
Persona de contacto	:	Javier Castro, Director Luis Muñiz, Editor
Dirección	:	Duque de Sesto, 17 - 28009 Madrid
Tel.	:	91-431 66 24
Fax	:	91-576 67 29
Producto	:	
Novedad	:	

GRUPO IP

Sector	:	
Expositor	:	GRUPO IP : NUEVA EMPRESA, DISTRIBUCION DE ACTUALIDAD, IPMARK
Persona de contacto	:	Miguel de Haro, Director
Dirección	:	Enrique Larrera, 7-7º A - 28036 Madrid
Tel.	:	91-733 91 14
Fax	:	91-733 10 39
Producto	:	
Novedad	:	

MADRID Y SUS SERVICIOS

Sector	:	
Expositor	:	MADRID Y SUS SERVICIOS
Persona de contacto	:	Felipe Enrique
Dirección	:	
Tel.	:	91-526 25 46
Fax	:	91-526 27 47
Producto	:	
Novedad	:	

MK - MARKETING+VENTAS

Sector	:	
Expositor	:	MK-MARKETING + VENTAS
Persona de contacto	:	Begoña de Miguel
Dirección	:	Orense, 39 - 28020 Madrid
Tel.	:	91-556 64 11
Fax	:	91-555 41 18
Producto	:	
Novedad	:	

REVISTA INTERNACIONAL DE RELACIONES PUBLICAS

Sector	:	
Expositor	:	REVISTA INTERNACIONAL DE RELACIONES PUBLICAS
Persona de contacto	:	Fernando Lozano
Dirección	:	Ortega y Gasset, 50 - 28006 Madrid
Tel.	:	91-402 26 14 / 309 19 54
Fax	:	91-402 26 14
Producto	:	
Novedad	:	

4.2. Información General y Económica

FUTURO

Sector	:	Revista
Expositor	:	EDICION ESPAÑOLA, S.L.
Persona de contacto	:	José Antonio Revilla, Director Comercial y Marketing
Dirección	:	Marqués de Cubas, 21 - 2º - 28014 Madrid
Tel.	:	91-429 24 13 /25 34
Fax	:	91-420 36 64
Producto	:	
Novedad	:	

CELEBRIDADES

Sector	:	Revista
Expositor	:	CELEBRIDADES
Persona de contacto	:	Rosario Ros, Directora
Dirección	:	Cardenal Herrera Oria, 3 - 28034 Madrid
Tel.	:	91-358 11 22
Fax	:	91-358 27 07
Producto	:	
Novedad	:	

4.3. Especializadas

GRUPO MAJ COMUNICACION

Sector	:	Revistas
Expositor	:	IDEAS Y NEGOCIOS/RANKING/ ECOLOGIA/GRANDES VIAJES
Persona de contacto	:	Ana Aragón, Director Internacional
Dirección	:	Julián Camarillo, 29 - 28037 Madrid

Tel.	:	91-327 25 26 / 448 68 38
Fax	:	91-754 16 83
Producto	:	
Novedad	:	

OKAINA

Sector	:	Revista
Expositor	:	OKAINA
Persona de contacto	:	Matilde Caballero de Alba, Promotora de Publicidad en Madrid Marqués de Lozoya, 25 II A - 28007 Madrid - Tel. y Fax: (91) 574 53 76 Madeleine Munera, Directora Gerente Caroline Sancho, Directora Nathalie Sancho, Directora Adjunta José Manuel Marco, Dpto. de Marketing
Dirección	:	c/ Balmes, 306 - 5º - 2ª - 08006 Barcelona
Tel.	:	91-574 53 76
Fax	:	91-574 53 76
Producto	:	
Novedad	:	

5. ANUARIOS

AGENDA DE LA COMUNICACION

Sector	:	
Expositor	:	AGENCIA DE LA COMUNICACION
Persona de contacto	:	Ramón Espinar
Dirección	:	
Tel.	:	91-580 34 87
Fax	:	91-580 34 19
Producto	:	
Novedad	:	

6. MEDIOS AUDIOVISUALES

6.1. RADIO

ONDA CERO

Sector	:	Radio
Expositor	:	ONDA CERO
Persona de contacto	:	Director de RRPP
Dirección	:	Pintor Rosales, 76 - 28008 Madrid
Tel.	:	91-538 63 00
Fax	:	91-576 42 64 / 538 63 23
Producto	:	
Novedad	:	

COPE

Sector	:	Radio
Expositor	:	COPE
Persona de contacto	:	Director de RRPP
Dirección	:	Alfonso XI, 4 - 3º
Tel.	:	91-309 00 34
Fax	:	91-309 02 48
Producto	:	
Novedad	:	

RADIO INTERECONOMIA

Sector	:	Radio
Expositor	:	RADIO INTERECONOMIA (GRUPO NEGOCIOS)
Persona de contacto	:	Carlos Rodríguez
Dirección	:	Fernando El Santo, 15 - 28003 Madrid
Tel.	:	91-308 02 80
Fax	:	91-319 16 82
Producto	:	
Novedad	:	

RADIO VOZ

Sector	:	Radio
Expositor	:	RADIO VOZ
Persona de contacto	:	Joaquín Urquijo
Dirección	:	Bolivia, 31 - 28016 Madrid
Tel.	:	91-343 43 00
Fax	:	91-345 61 29
Producto	:	
Novedad	:	

CADENA SER

Sector	:	Radio
Expositor	:	CADENA SER
Persona de contacto	:	Conchita Migolla
Dirección	:	Gran Vía, 32 - 28013 Madrid
Tel.	:	91-532 80 00 / 347 07 00
Fax	:	91-347 07 09
Producto	:	
Novedad	:	

6.2. TELEVISION

ANTENA 3 TELEVISION

Sector	:	Televisión
Expositor	:	ANTENA 3 TELEVISION
Persona de contacto	:	Dolores Friedmann, Directora de RRPP
Dirección	:	Avda. Isla Graciosa, s/n - 28700 SS. de los Reyes
Tel.	:	91-623 05 00
Fax	:	91-623 06 95
Producto	:	
Novedad	:	

CANAL PLUS

Sector	:	Televisión
Expositor	:	CANAL PLUS
Persona de contacto	:	Director de RRPP
Dirección	:	Pza. Pablo Ruiz Picasso, s/n. Torre Picasso - Madrid
Tel.	:	91-396 55 00
Fax	:	91-396 56 21
Producto	:	
Novedad	:	

TELECINCO

Sector	:	Televisión
Expositor	:	TELECINCO
Persona de contacto	:	Director de RRPP
Dirección	:	Ctra. de Irún, Km. 11,700 - 28049 Madrid
Tel.	:	91-396 61 00
Fax	:	91-396 64 56
Producto	:	
Novedad	:	

TELEMADRID

Sector	:	Televisión
Expositor	:	TELEMADRID
Persona de contacto	:	Director de RRPP
Dirección	:	Espronceda, 32 - 28003 Madrid
Tel.	:	91-592 41 01
Fax	:	91-592 41 85
Producto	:	
Novedad	:	

VII. CATERING

RESTCAHON, S.A. (Servicio de Restaurante a Domicilio)

Sector	:	Restauración
Expositor	:	RESTCAHON, S.A.
Persona de contacto	:	Casiano Díaz Serrano
Dirección	:	Urgel, 3 - 28019 Madrid
Tel.	:	91-472 95 14 / 49
Fax	:	91-472 95 14
Producto	:	
Novedad	:	

ANEJO VI

PATROCINADORES

PATROCINADORES

Mención especial merecen los patrocinadores que desde el nacimiento de la idea creyeron en la viabilidad de EXPOINTE'95 ya que gracias a su colaboración desinteresada la I Feria de la Comunicación Social, organizada íntegramente por alumnos, ha podido materializarse con un éxito espectacular. A todos ellos mi más sincero agradecimiento porque sin su apoyo este Proyecto nunca se hubiera hecho realidad.

Relación de patrocinadores y aportaciones realizadas:

ADVANCED SIGNS (Señalización)

Rotulación interior y exterior de EXPOINTE'95

ALFIL ARTES GRAFICAS Y GRAFICAS ARIES (Artes Gráficas)

Papel y edición de todas las piezas impresas: programa, cartel, periódico e invitaciones varias.

ANTONIO TABERNERO (FOTOGRAFO)

Ilustraciones gráficas para la Ambientación general.

ANDRES LASANTA JIMENO (ESCULTOR)

Escultura conmemorativa de EXPOINTE'95 (en bronce).

AJE-ASOCIACION DE JOVENES EMPRESARIOS

Participación de expositores varios pertenecientes a la Asociación.

CAMILLE (CERAMISTAS)

Escultura para Premios "Al mejor cartel" y "Al mejor stand" de EXPOINTE'95 (en cerámica)

C & CH (Dulces)

Caramelos promocionales

CORBALAN DECORACION

Expositores, paneles, mesas y mobiliario

CPV

Producciones Audiovisuales

CYBERMUNDI

Información de EXPOINTE'95 en Internet

INTER GLOBO

Globos para Ambientación general

GRUPO NEGOCIOS (Medios de Comunicación Social)

Difusión informativa en la revista Dinero y la Gaceta de los Negocios. Retransmisiones en directo desde la Feria en Radio Intereconomía.

HALCON TOLDOS, S.A.

Carpa exterior y globo aerostático de EXPOINTE'95

LETTERFACE

Sello promocional de EXPOINTE'95

LSK PRESENTATION PERFECT

Equipamiento técnico en Salón de Actos

PAR FOTOMECANICA

Fotomecánica de las piezas impresas de EXPOINTE'95

PUBLICHAP (Artículos promocionales)

Chapas promocionales en 2 formatos de EXPOINTE'95

RESTCAHON, S.A. (Restauración)

Cocktail en Acto de inauguración y cafetería de EXPOINTE'95.

SIMM (Agencia de Documentación)

Seguimiento de la difusión en los Medios

VIVEROS LOZANO VERA

Plantas y jardineras para Ambientación general

SISTEMAS VIRTUALES

Telemarketing para "dar a conocer" EXPOINTE'95 y confirmación de asistencia al Acto inaugural.

INDEX

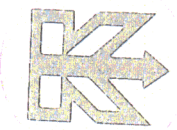
Aportación gratuita del banco de imagenes de la diapositiva del cartel de EXPOINTE'95

IMAGEN CORPORATIVA

DE LOS PATROCINADORES

ANTONIO TABERNERO

ANDRES LASANTA JIMENO



COLUMBIA TRISTAR FILMS DE ESPAÑA, S.A.

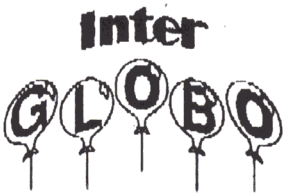
CONSEJO GENERAL DE
ASOCIACIONES DE PROFESIONALES
DE RELACIONES PUBLICAS

CONFEDERACION INTERAMERICANA DE RELACIONES PUBLICAS
CONFEDERAÇÃO INTERAMERICANA DE RELAÇÕES PUBLICAS
INTERAMERICAN CONFEDERATION OF PUBLIC RELATIONS
Organismo Asesor no Gubernamental de OEA, ONU y ALADI

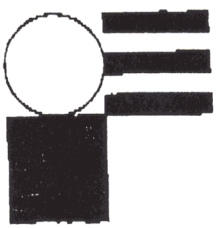
EDUARDO MATURANA

ESTUDIO COLLADO

Futuro



GRUPO NEGOCIOS
Gaceta de los NEGOCIOS, DINERO, INTERECONOMIA



INTERECONOMIA

HALCON ®

TOLDOS S.A.

INTE INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

index

Letterface ©
PHOTOSTAMP, S.L.
APARTADO DE CORREO 56184
28080 MADRID, ESPAÑA
TEL & FAX +341 326 04 11
LETTERFACE

LSK
IBERICA S. L.

GRUPO maj

Ideas & Negocios

manuel garcés, s.l.
diseño gráfico

MAR TAILLEFER - FOTOGRAFIA

MENSAJES

MERCK
AgVet Division

Natacha Martínez

OEC

ORGANIZACION DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS, S. A.

okaina

• OKAINA MAGAZINE • YOUNG PRESS S.L.

FOTOMECANICA

POSTERING
Arte Publicitario

PREMIUM

P&CO
PUBLIC & COMMUNICATION

PUBLICHAP

LAS CERuentos
para gente original

Restcahon, S.A.
SERVICIO DE RESTAURANTES A DOMICILIO

AGENCIA DE DOCUMENTACION
SIMM

Revista Internacional de Relaciones Públicas

VIVEROS
LOZANO VERA

servicom
La Autopista de la Información

URZAIZ & URZAIZ Asociados
Comunicación Social Integral

3CIT
COMUNICACION INTEGRAL

SISTEMAS VIRTUALES
FULL MARKETING

Sánchez Vega
Promociones y artículos publicitarios

TELE TECHNICAL TM, S.L.

ANEJO VII

CORRESPONDENCIA

(Por su especial interés)

Carta dirigida a los miembros

del Comité de Honor

INTE INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

Madrid, 16 de Junio de 1995

Distinguido amigo:

Sólo el noble objetivo que nos mueve a profesores y alumnos del ***Instituto Internacional de Técnicas Especializadas, INTE****, hace que me atreva a molestar su atención con estas líneas y el ruego que contienen.*

Por primera vez, que nosotros sepamos, en un centro de enseñanza especializado se ha planteado como caso práctico del curso de Relaciones Públicas la concepción, creación y realización de una Feria de la Comunicación, que ya cuenta con 41 expositores (cuya relación me permito adjuntarle) y con el entusiasmo de todo el sector de la Comunicación Social que realmente nos hace pensar que hemos acertado con este planteamiento en el mundo educativo y formativo de los futuros profesionales de la Imagen Pública.

Los chicos y los profesores estamos muy ilusionados en conseguir también el apoyo moral que supondría la aceptación por parte de personalidades del mundo empresarial y de las Administraciones Públicas, que como Vd. ocupan puestos de responsabilidad en lo que mañana será el campo de acción y trabajo de éstos todavía hoy estudiantes y muy pronto profesionales preparados y productivos.

Nuestro ruego es pues, que tenga a bien aceptar ser miembro del ***Comité de Honor*** *de la* ***I Feria de la Comunicación Social - EXPOINTE'95****, que tendrá lugar en Madrid del 26 al 30 de Junio en el* ***INTE, Instituto Internacional de Técnicas Especializadas****, Paseo de la Habana, 43.*

Su aceptación es sólo la de un apoyo moral que nosotros estimamos muy valioso y que a Vd. no le va a molestar nada.

Quedo en espera de sus gratas noticias y con este motivo le saluda muy cordialmente,

Ana Baschwitz Gómez de las Bárcenas
Directora General Ejecutiva de ***EXPOINTE'95***

Paseo de la Habana, 43 - 28036 MADRID
Teléfs.: 344 05 05 / 344 12 23 - Fax 344 06 15
S.A.R. CIF. A-78509007

Contestaciones varias de los miembros del Comité de Honor

Avda. Séneca, 2
Ciudad Universitaria
28040 Madrid
Teléf. 394 36 00

Universidad Complutense

El Rector

21 de junio de 1995

Sra. Dña. Ana Baschwitz Gómez de las Bárcenas,
Directora General Ejecutiva de EXPOINTE'95.
Paseo de la Habana, 43.
28036 MADRID.

Querida amiga:

Recibida su carta del pasado día 16, con mucho gusto acepto formar parte del **Comité de Honor de la I Feria de la Comunicación Social, EXPOINTE'95** que están organizando, y que tendrá lugar durante los días del 26 al 30 del presente mes de junio.

Un cordial abrazo de tu buen amigo.

Villapalos

Gustavo Villapalos

Madrid, 21 de junio de 1995

Dña. Ana Basehwitz Gómez de la Bárcenas
Directora General Ejecutiva EXPOINTE'95
Paseo de la Habana, 43

FAX. 344.06.15

Estimada amiga:

Contesto su carta del pasado 5 de junio y le comunico que, dado el carácter de staff de esta unidad, con carácter general no solemos aceptar formar parte de los Comités de Honor de ninguna actividad, incluidas las más relacionadas con el ámbiro de competencia del Departamento. No obstante, y teniendo en cuenta que se trata de una práctica formativa sin dimensión pública, pueden contar con mi aceptación si lo estiman conveniente.

Deseándoles el mayor éxito en las actividades que realizan, reciba un atento saludo,

Miguel Herrero Lera

Ministerio de Educación y Ciencia
El Director del Gabinete del Ministro

Madrid, 13 de Junio de 1995

Sra. Dña. Ana Baschwitz Gómez de las Bárcenas
C/ Paseo de la Habana, 43
28036 MADRID

Estimada Sra. Baschwitz:

En relación con su fax en el que solicitaba la pertenencia del Excmo. Sr. Ministro como miembro del Comité de Honor de la I Feria de la Comunicación Social - EXPOINTE'95, me es grato comunicarle que el Excmo. Sr. Ministro acepta, con mucho gusto, su amable invitación.

En la esperanza de que la Feria resulte un rotundo éxito reciba un cordial saludo,

Javier Trueba Gutiérrez.

Algunas cartas de agradecimiento de los Expositores

PREMIUM

Sra. Dña. Ana BASCHWITZ
Directora General
URZAIZ & URZAIZ y Asociados
Núñez de Balboa, 30
28001 MADRID

Madrid, 12 de julio de 1995.

Distinguida Sra. BASCHWITZ:

Me dirijo a Ud. por la presente a fin de transmitirle nuestra más sincera felicitación por el éxito de la 1ª Feria de la Comunicación Social I.N.T.E. 95', de la que fue Coordinadora General.

El acontecimiento propició interesantes intercambios entre los propios expositores y éstos últimos con otras empresas. Ello, independientemente de que la Feria resultara estimulante para el alumnado de I.N.T.E. De hecho, dotada tanto sentido pedagógico como de visión de futuro empresarial, consiguió el difícil objetivo de aproximar las aulas a la compleja y dinámica realidad comunicacional.

Con el deseo de que siga cosechando éxitos, y en la confianza de poder tener el placer de contrastar puntos de vista con una profesional de su prestigio, se pone a su disposición y le saluda muy atentamente,

César Henao
Presidente

PREMIUM COMUNICACION, S.A. - Montalbán, 5. 2.º Izda. 28014 MADRID. - NIF: A/80309073 - Fax. 522 56 91 - Tel. 532 19 19

SERVICIOS de COMUNICACION en INTERNET.

C/ Oria, 25
28002 Madrid
Tlf: 562 26 37
Fax: 5614105
E-Mail: cybermun@ran.es

URZAIZ&URZAIZ Asociados.
Sra. Dña. Ana Baschwith Gómez de las Bárcenas
Directora General Adjunta
C/ Nuñez de Balboa nº 30
28001 Madrid

Madrid, 6 de Julio de 1.995

Querida Ana:

Lo primero es darte la enhorabuena por esta 1ª FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL que organizaste. Fue un éxito. Adjunto te envío una breve descripción de los servicios que vamos a ofrecer a través de LAS AUTOPISTAS DE LA INFORMACION (INTERNET), te la envío por que muy pronto la mayoría de las empresas querrán estar presentes en ella.

Sí quieres alguna información más, no dudes en ponerte en contacto conmigo, estaré encantado en ayudarte en todo.

Un abrazo,

Juan Alonso

Dr. Jorge Guerrero
Director General

MSD AgVet
MERCK SHARP & DOHME DE ESPAÑA, S. A.
Josefa Valcárcel, 38 · 28027 Madrid
Fax: 321 06 15 Tel: 321 06 39

MSD AGVET

Sr. Alvaro Marquina López
C/ Corazón de María, 23 8º E
28002 MADRID

Madrid, 4 Julio de 1995

Estimado Alvaro:

A través de esta carta quería presentarte el agradecimiento de MSD AGVET por los servicios que prestaste a nuestra compañía durante EXPOINTE '95.

Fué muy grato para mí encontrar un estudiante con tu voluntad de trabajo, responsabilidad e imaginación y que se haya convertido en casi un experto de nuestros productos en tan corto tiempo.

En el futuro, dependiendo de tus planes de estudio y de nuestras posibilidades será posible considerar recibirte como interno en el área de Marketing o Ventas como parte de tu entrenamiento profesional. Infelizmente en esta época no nos es posible ofrecer ninguna posición remunerada por motivos de congelación de plantilla, sin embargo espero que podamos mantenernos en contacto.

Una vez mas muchas gracias por tu interés y buena voluntad, en mi opinión INTE debe sentirse satisfecho de la calidad de entrenamiento impartida a sus estudiantes.

Atentamente,

Jorge Guerrero

cc: A. Baswichtz

Sánchez Vega
Promociones y artículos publicitarios

Tetuán, 26 1º
Teléf./ Fax.: 523 02 91
28013 MADRID

Telef. móvil: 908 80 40 65

Sr. D. Mariano G. Díaz Velasco
Director General de INTE
Pº de la Habana, 43
28036-Madrid.

Madrid, 3 de Julio de 1.995

Estimado amigo:

Por la presente quiero hacerle llegar mi mas sincera felicitación, a Ud. y a todas las personas que han intervenido en la organización por ese Centro, de la I Feria de la Comunicación Social, Expo-inte'95, y en especial a los alumnos del mismo, por su trabajo tanto en la organización como por su colaboración con los expositores.

Espero que esta grata experiencia, se vea reflejada el año próximo en la II Feria de la Comunicación Social, Expo-inte'96.

Con la reiteración de mi más sincera felicitación por el trabajo realizado , el orgullo de ser la primera experiencia en escuelas del sector y con mis más sincera gracias por las atenciones recibidas, le envió un afectuoso saludo,

Fdo.: Carlos Sánchez Vega
Director

ANEJO VIII

EXPOINTE' 95

EN

INTERNET

EXPOINTE'95

I FERIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

EXPOINTE'95 presta las claves, las herramientas y los caminos que le harán protagonista feliz en los años que le toquen en el próximo milenio, y hace realidad lo que vd. intuye y tal vez nunca ha visto de la Comunicación Social Apta para profesoniales y sus públicos objetivos.

CYBERMUNDI presta sus serivicios atraves de la red INTERNET en esta I Feria de la Comunicación Social. Tenemos un stand conectado a la RED, para hacer demostraciones y buscar direcciones que nos sugerais.

¡OS ESPERAMOS EN EXPOINTE!

Relación de empresas expositoras

ADVANCED SIGNS

ALFIL, COMPAÑIA GRAFICA

ANDRES LASANTA - ESCULTOR

ANTONIO TABERNERO - FOTOGRAFO

ASOCIACION DE JOVENES EMPRESARIOS DE MADRID

ATLAS COMUNICACION

CAMILLE CERAMISTAS

CAMPAÑA (REVISTA)

C & CH MULTICLIP, S.L.

CONSULTORES PARA EUROPA BERNARD KRIEF, S.A.

CORBALAN DECORACION

CYBERMUNDI, S.L.

CONFIARP - CONFEDERACION INTERAMERICANA DE RELACIONES PUBLICAS

CONSEJO GENERAL DE ASOCIACIONES DE PROFESIONALES DE RRPP

EDICIONES Y ESTUDIO (REVISTAS: IPMARK / DISTRIBUCION ACTUALIDAD)

EDUARDO MATURANA

ESTUDIO COLLADO

EXTENSION

FABULA

FOSTER'S HOLLYWOOD - RESTAURANTES

FUTURO (REVISTA)

GRAFICAS ARIES, S.A.

GRUPO INTERGLOBO

GRUPO NEGOCIOS (REVISTA: DINERO / DIARIO: LA GACETA DE LOS NEGOCIOS / RADIO INTERECONOMIA)

O.E.C, S.A. - ORGANIZACION DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS

OKAINA MAGAZINE

PAR FOTOMECANICA

P & C - PUBLIC & COMMUNICATION

POSTERING SERVICES, S.L.

PREMIUM COMUNICACION

PUBLICHAP

PUERTO LIBRO PERSONALIZADOS, S.L.

RESTCAHON, S.A. - CATERING

REVISTA INTERNACIONAL DE RRPP

SERVAL - SERVICIOS Y REDES INTERACTIVOS DE VALOR AÑADIDO, S.L.

SIMM - AGENCIA DE DOCUMENTACIÓN

SV "SACHEZ VEGA"

TAU - DISEÑO GRAFICO

TELEMARKETING SISTEMAS VIRTUALES, S.L.

TELE TECHNICAL TM, S.L.

TRESS

URZAIZ & URZAIZ ASOCIADOS - COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL, S.A.

VIVEROS LOZANO VERA, S.A.

HALCON TOLDOS, S.A.

IBERCAJA

INTE - .INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

LETTERFACE PHOTOSTAMPS, S.L.

LSK IBERICA, S.L.

MAJ COMUNICACION (REVISTAS: RANKING / ECOLOGIA INTERNACIONAL /

IDEAS & NEGOCIOS / GRANDES VIAJES)

MANUEL GARCES, S.L. - DISEÑO GRAFICO

MAR TAILLEFER - FOTOGRAFIA

MENSAJES

MERCK, AGVET DIVISION

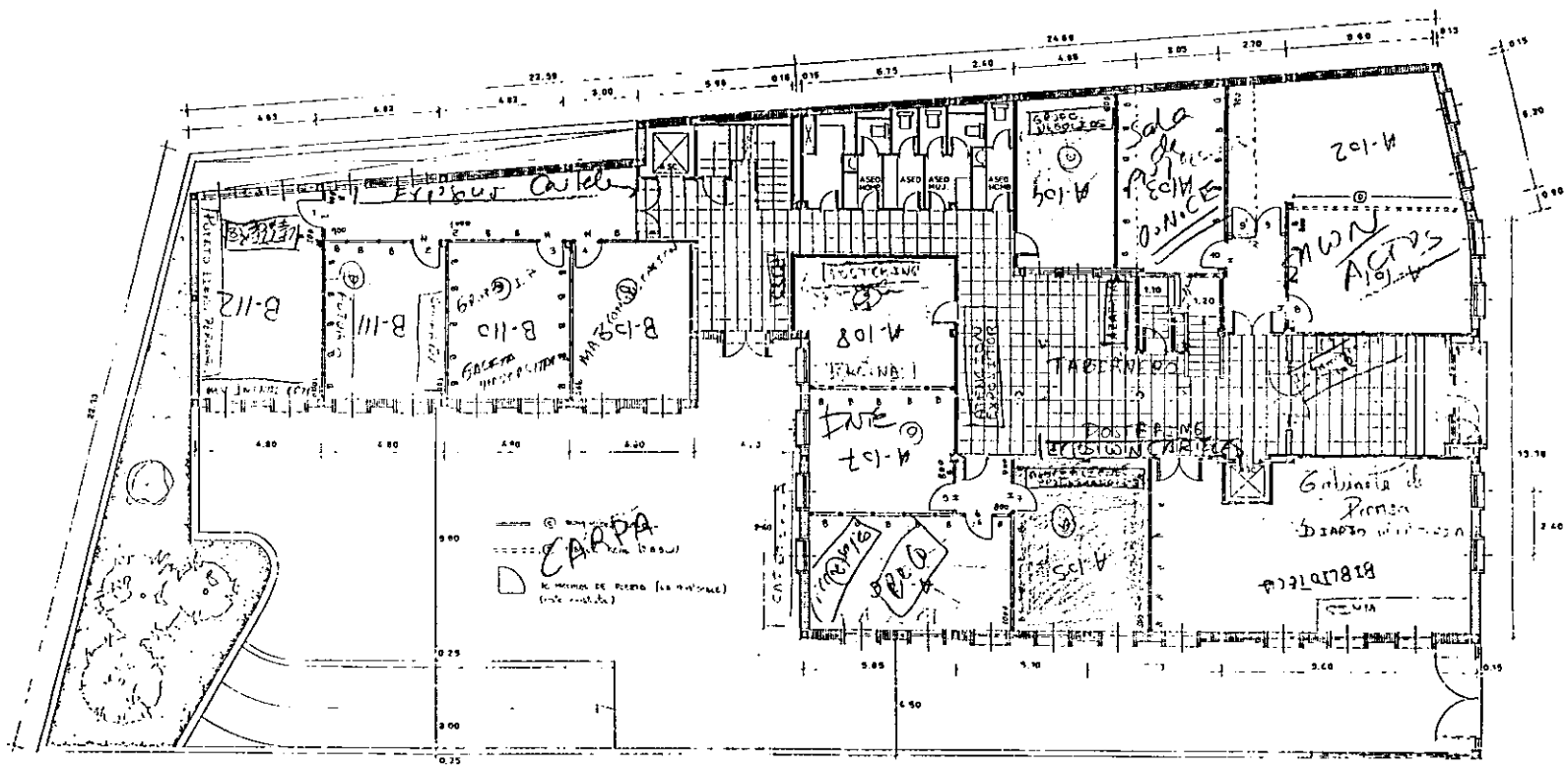
"NATACHA" FOTOGRAFIA

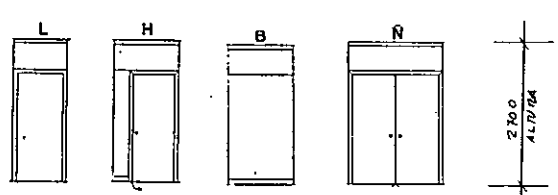
NUEVA EMPRESA (REVISTA)

ANEJO IX

PLANOS DEL RECINTO FERIAL

DE EXPOINTE'95 Y DIRECTORIO





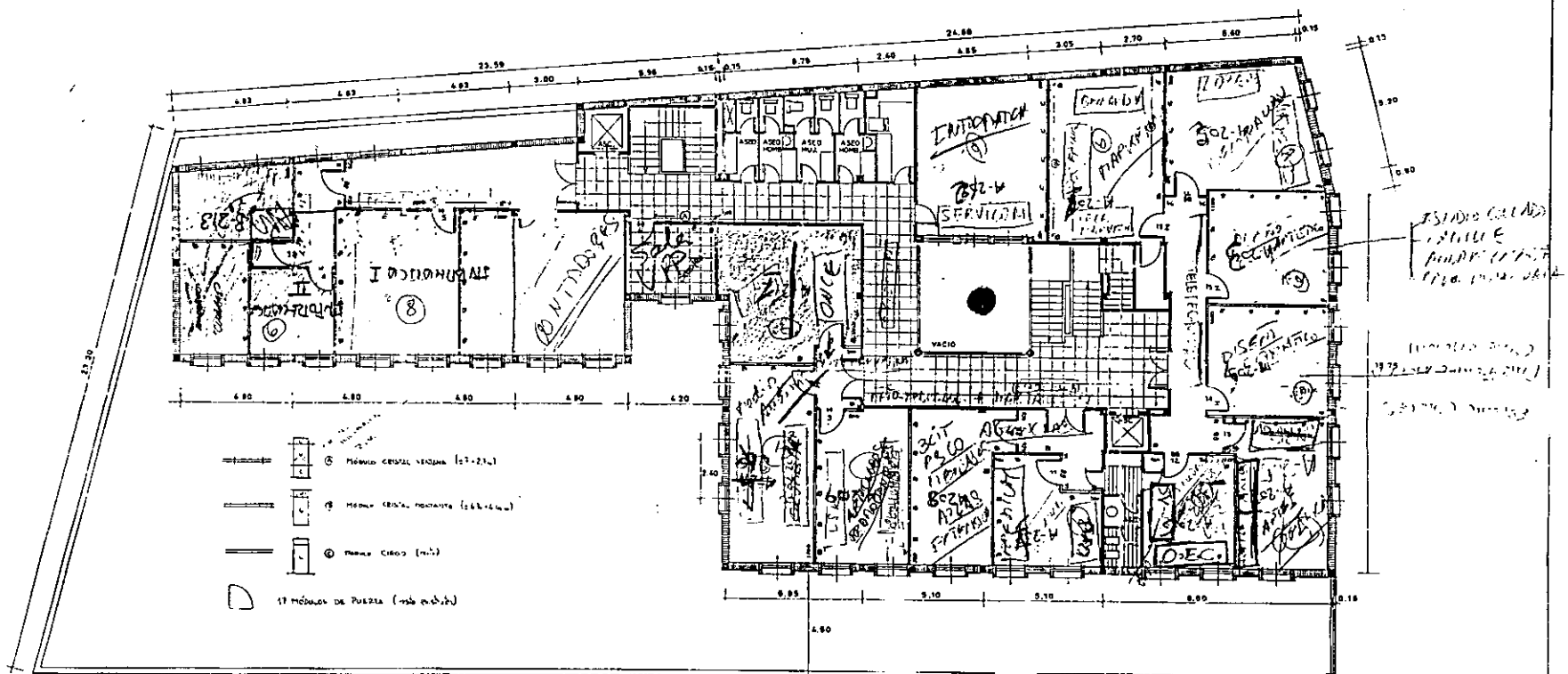
ALZADO MAMPARA

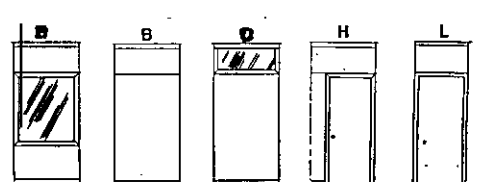
PROYECTO DE REHABILITACION CON REESTRUCTURACION PARCIAL DEL EDIFICIO Nº 43 DEL PASEO DE LA HABANA

PROPIETARIO: PROMOCIONES GARCIA DOMINGUEZ S. A

PLANO DE: PLANTA BAJA

Nº DE PLANO	ESCALA	CONFORME	ARQUITECTOS
4	FECHA JULIO 91	LA PROPIEDAD	IGNACIO CRISTOS AYALA JERARO CRISTOS AYALA





PROYECTO DE REHABILITACION CON REESTRUCTURACION PARCIAL DEL EDIFICIO Nº 43 DEL PASEO DE LA HABANA

PROPIETARIO: PROMOCIONES GARCIA DOMINGUEZ S. A

PLANO DE: PLANTA PRIMERA

Nº DE PLANO	ESCALA	CONFORME	ARQUITECTOS
5	1 / 100	LA PROPIEDAD	IGNACIO CRISTOS AYALA JERARDO CRISTOS AYALA
	FECHA: JULIO 91		

DIRECTORIO

PLANTA BAJA

SECTORES

SECTOR AMARILLO

MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

* GRUPO NEGOCIOS
  . DINERO (revista)
  . LA GACETA DE LOS NEGOCIOS (diario)
  . INTERECONOMIA (radio)

* GRUPO IP
  . DISTRIBUCION ACTUALIDAD (revista)
  . IPMARK (revista)
  . NUEVA EMPRESA (revista)

* MAJ COMUNICACION
  . RANKING
  . IDEAS & NEGOCIOS
  . ECOLOGIA INTERNACIONAL
  . GRANDES VIAJES

* GACETA UNIVERSITARIA

* FUTURO (revista)

* OKAINA MAGAZINE

* REVISTA INTERNACIONAL DE RELACIONES PUBLICAS

* CAMPAÑA (revista)

EDICIONES ESPECIALES

* PUERTO LIBRO PERSONALIZADOS, S.L.

* LETTERFACE PHOTOSTAMPS, S.L.

SECTOR NARANJA

ASOCIACIONES PROFESIONALES

* CONFIARP

* CONSEJO GENERAL DE ASOCIACIONES DE PROFESIONALES DE RR.PP. DE ESPAÑA

* AJE-ASOCIACION DE JOVENES EMPRESARIOS DE MADRID

* CLUB DE DIRIGENTES DE MARKETING

SECTOR VERDE

EMPRESAS ESPECIALIZADAS

* INVESTIGACION DE MERCADOS

  . SIMM Agencia de Documentación

* AGENCIAS DE COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL (Relaciones Públicas)

. MENSAJES
. P & CO.
. 3 CIT

* PUBLICIDAD EXTERIOR

. INTERGLOBO
. HALCON TOLDOS, S.A.

* ARTICULOS PROMOCIONALES

. C & CH-MULTICLIP, S.L.

SECTOR GRIS

CENTROS DE EDUCACION

* INTE - INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

SERVICIOS DE LA FERIA

* INFORMACION Y CONTROL
* ATENCION AL EXPOSITOR
* GABINETE DE PRENSA
* DIARIO DE LA FERIA
* AZAFATAS
* CAFETERIA
* SALON DE ACTOS
* SALA DE PROYECCIONES

EXPOSICIONES FERIA

* EXPOSICION DE FOTOGRAFIA DE ANTONIO TABERNERO

* EXPOSICION DE CARTELES DE PUBLICIDAD: "POSTERING: ARTE PUBLICITARIO"

DIRECTORIO

PLANTA PRIMERA

SECTORES

SECTOR ROJO

DEPARTAMENTOS DE MARKETING

* ONCE
* MSD-AGVET

SECTOR VERDE

* AGENCIAS DE COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL (Relaciones Públicas) Y PUBLICIDAD

  . ATLAS COMUNICACION
  . EXTENSION
  . URZAIZ & URZAIZ ASOCIADOS DE COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL
  . PREMIUM COMUNICACION

* EXPOSICIONES, CONGRESOS Y CONVENCIONES

  . O.E.C., S.A.
  . SV - "SANCHEZ-VEGA"

* ARTES GRAFICAS

  . ADVANCED SIGNS
  . GRAFICAS ARIES, S.A.
  . TELE TECHNICAL TM, S.L.

* MEDIOS AUDIOVISUALES

. LSK IBERICA, S.L.
. COLUMBIA TRISTAR FILMS DE ESPAÑA, S.A.

* DISEÑO ARTISTICO

. ESTUDIO COLLADO
. "CAMILLE" CERAMISTAS
. ANDRES LASANTA
. EDUARDO MATURANA
. CORBALAN DECORACION
. VIVEROS LOZANO VERA, S.A.

* INFORMATICA

. SERVAL-SERVICOM

* ARTICULOS PROMOCIONALES

. PUBLICHAP

* MARKETING

. CONSULTORES PARA EUROPA BERNARD KRIEF, S.A.
. POSTERING SERVICES, S.L.
. TELEMARKETING SISTEMAS VIRTUALES, S.L.

* DISEÑO GRAFICO

. MANUAL GARCES, S.L.
. PAR FOTOMECANICA
. CYBERMUNDI, S.L.

SERVICIOS DE LA FERIA

* SALA VIP
* MEDIOS AUDIOVISUALES
* DEPARTAMENTO DE ESTADISTICA
* ALMACEN

EXPOSICIONES

* EXPOSICION DE FOTOGRAFIA DE "NATACHA"
* EXPOSICION DE FOTOGRAFIA DE MAR TAILLEFER (Alumna)

ANEJO X

LISTADOS:

Club Vip EXPOINTE'95

Invitados especiales para el Acto inaugural

CLUB VIP EXPOINTE'95

Agencias de Relaciones Públicas o Comunicación Social

BURSON MARSTELLER, S.A.
CREDIMAGEN
EDELMAN
HILL & KNOWOLTON
INSTITUTO DE LA COMUNICACION PUBLICA, S.A.
MEDIATIQUE
TORMO & ASOCIADOS
ULLED & ASOCIADOS
URZAIZ & URZAIZ Y ASOCIADOS

Agencias de Información General

COLPISA
EFE
EUROPA PRESS
FAX PRESS
IBERIA PRESS
IBERPRESS
MULTIPRESS, S.A.
SERVIMEDIA

Investigación de Medios

CONTEXTO, S.A.
EGM
EUROCOFIN,S.L.
OJD
SOFRES

Televisiones

ANTENA 3 TV
CANAL PLUS
TELEMADRID
TELE 5
TVE

Radio

COPE
ONDA CERO
RADIO INTERECONOMIA
RADIO INTERCONTINENTAL
RNE
SER

Agencias de Publicidad

AM & ASOCIADOS
BASSAT, OGILVY & MATHER
BOZEL ESPAÑA
CASADEVALL, PEREÑO & PRG
CLARIN
CONTRAPUNTO
DELVICO BATES
GREY
BRUPO BARRO
LINTAS
MC. CANN ERICKSON
OGILVY & MATHER DIRECT
RUIZ NICOLI
SAATCHI & SAATCHI ADVERTISING
SOLUCION BDDP
TANDEM DDB NEEDHAM
TIEMPO BBDO
VITRUVIO LEO BURNETT
YOUNG & RUBICAM

Promociones

MOLINER CREACH

Prensa-Revistas

Diarios de Información General

ABC
INFORMACION DE MADRID
EL MUNDO
EL PAIS
LA VANGUARDIA
YA

Diarios Económicos

CINCO DIAS
EXPANSION
LA GACETA DE LOS NEGOCIOS

Revistas de información general y de economía

ACTUALIDAD ECONOMICA
CAMBIO 16
DINERO
EL ECONOMISTA
EJECUTIVOS
EPOCA
FUTURO
TIEMPO
TRIBUNA DE ACTUALIDAD
RANKING

Revistas especializadas

ANUNCIOS
CAMPAÑA
CONTROL
ESTRATEGIAS DE COMUNICACION Y MARKETING
INTERNACIONAL DE RR.PP.
IP-MARK
MARKETING Y VENTAS
NOTICIAS DE LA COMUNICACION

Comité de Honor

Presidente
Excmo. Sr. Gustavo Suárez Pertierra
Ministro de Educación y Ciencia

Vocales

D. Gustavo Villapalos
Rector de la Universidad Complutense de Madrid

D. Javier Fernández del Moral
Decano de la Facultad de Ciencias de la Información

D. Jaime de Urzáiz y Fernández del Castillo
Presidente del Consejo General de Asociaciones de Profesionales de Relaciones Públicas de España

D. Miguel Garrido de la Cierva
Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid

D. Miguel Herrero Lera
Director del Gabinete de la Ministra de Cultura

Comité Organizador

Presidente
D. Mariano G.Díaz Velasco
Director General de INTE

Vicepresidenta 1ª
Dª María de los Angeles González Tojeiro
Directora Técnica de INTE

Vicepresidenta 2ª
Dª Olga Martínez
Coordinadora de la Escuela de Comunicación de INTE

Directora General Ejecutiva
Dª Ana Baschwitz Gómez de las Bárcenas

Coordinadora
Dª Carmen Alfonso

Vocales
D. José Luis Acón
Dª Belén Huertas
Dª Rocío Basagoiti
Dª Ana Belén González
Dª Elena Gutiérrez
Dª Belén López
Dª Rosy Martínez Burgos
D. Juan Martínez
D. Alfonso Martínez
Dª Isabel Uriarte
Dª Mónica Uruñuela

Invitados especiales para el Acto inaugural

1. Alfonso Sobrado
   AGENCIA EFE

2. Francisco Martín
   EUROPA PRESS

3. Josefa García
   IBERPRESS

4. José María Casero
   EGM

5. Juan Pavía Gil
   OJD

6. Francis Huss
   SOFRES

7. José María Morillo
   COLPISA

8. José Ramón Alonso
   IBERIA PRESS

9. Manuel Leguineche
   FAX PRESS

10. Alfonso Vidal Bohigas
    MULTIPRESS, S.A.

11. José Julián Barriga Bravo
    SERVIMEDIA

12. Antonio Asensio Pizarro
    ANTENA 3 TV

13. Marcos San Agüero
    TELEMADRID

14. Miguel Durán Campos
    TELE 5

15. Carlos Abad
    SOCIEDAD DE TELEVISION CANAL +

16. Alicia Fernández Cobos
T.V.E.

17. José Manuel Diego Carcedo
RADIO NACIONAL DE ESPAÑA, R.N.E.

18. Salvador Sánchez
Terán Hernández
C.O.P.E.

19. Antonio Garríguez y Díaz-Cañabate
S.E.R.

20. Eduardo García Serrano
RADIO INTERCONTINENTAL

21. Jesús Manuel Gasulla del Pilar
RADIO INTERECONOMIA

22. Víctor Arribas Vega
ONDA CERO RADIO

23. Charo Chozas
EDELMAN

24. José Antonio Llorente
BURSON - MARSTELLER, S.A.

25. Fernando Martínez
TECOP (Técnicos Europeos en Comunicación)

26. Ninardo Cuadrado
HILL & KNOWLTON

27. Juan Manuel Marzo
INSTITUTO DE LA COMUNICACION PUBLICA, S.A. (I.C.P.)

28. Miguel Angel Ximenez de Embún
José María Rodríguez
EUROCOFIN, S.L.

29. Manuel Fernández
CONTEXTO, S.A. (Investigación Imagen y Comunicación)

30. José Luis Sanchís
MEDIATIQUE

31. Jesús Ulled Murrieta
ULLED & ASOCIADOS

32. Eduardo A. Torno
TORNO Y ASOCIADOS

33. Juan Carlos Fierro
CREDIMAGEN

34. Manuel Ramiro Rogueira
LINTAS

35. Luis Bassat Coen
José Luis Oyarzon
OGILVY & MATHER DIRECT

36. Luis Casadevall
CASADEVALL PEREÑO & PRG

37. Tomás Corominas
Rosa Carminal
CONTRAPUNTO

38. Luis Platón
SAATCHI & SAATCHI ADVERTISING

39. Francisco Torres
Rolando Sainz de la Peña
TANDEM DDB NEEDHAM

40. Miguel Angel Furones
VITRUVIO LEO BURNETT

41. Alfredo García-Valdés
CLARIN

42. Antonio Martínez
Javier Manzano
AM & ASOCIADOS

43. Juan Sánchez Cuenca
BOZELL ESPAÑA

44. Stanley Bendelac
DELVICO BAFES

45. Francisco José González
GREY

46. Fernando Nieto
GRUPO BARRO

47. Pedro Ruiz Nicoli
RUIZ NICOLI

48. Florencio Barranco
SOLUCION BDDP

49. Xavier Oliver Conti
TIEMPO BBDO

50. Pedro Sempere
YOUNG & RUBICAM

51. Raimundo Viera
McCANN ERICKSON

52. José Tomás Moliner
MOLINER CREAGH

53. Sebastián Ortiz
LETTERFACE PHOTOSTAMPS, S.L.

54. Jesús Ceberio
EL PAIS

55. Pedro J. Ramírez
EL MUNDO

56. Guillermo Luca de Tena
Luis Mª Ansón
ABC

57. Manuel Marlasca
INFORMACION DE MADRID

58. José María Brunet
LA VANGUARDIA

59. Rogelio Rodríguez Blanco
YA

60. Javier Castro
ANUNCIOS

61. Antonio Villegas
CAMPAÑA

62. Jaime Campmany y Díez de Revenga
EPOCA

63. Antonio Asensio Pizarro
TIEMPO

64. Vicente Montiel
TRIBUNA

65. Miguel de Haro
IPMARK

66. Manuel G. Carbajo
IPMARK

67. Begoña de Miguel
MARKETING & VENTAS

68. Wanda Hajduka
FUTURO

69. Enrique Nebot
CONTROL

70. Enrique R. Monge
EJECUTIVOS

71. Andrés Martínez Parra
RANKING

72. Luis Muñiz
NOTICIAS DE LA COMUNICACION

73. Román Orozco
CAMBIO 16

74. Ignacio de la Rica
ACTUALIDAD ECONOMICA

75. Jesús Martínez Vázquez
EXPANSION

76. Carlos E. Rodríguez
LA GACETA DE LOS NEGOCIOS

77. Fernando González Urbaneja
CINCO DIAS

78. Rafael Navas
DINERO

79. Valentín González
EL ECONOMISTA

80. David Torrejón
ESTRATEGIAS DE COMUNICACION Y MARKETING

81. Fernando Lozano
REVISTA INTERNACIONAL DE RRPP

82. Fernando Ceballos
ADVANCED SIGNS

83. Jaime Asúa
ADVANCED SIGNS

84. Antonio Martín
ALFIL, Compañía Gráfica

85. Andrés Lasanta
ESCULTOR

86. Antonio Tabernero
FOTOGRAFO

87. Miguel Garrido
ASOCIACION DE JOVENES EMPRESARIOS DE MADRID

88. Juan Manuel Pérez
ASOCIACION DE JOVENES EMPRESARIOS DE MADRID

89. José Luis Acón
ATLAS COMUNICACION

90. Elena Gutiérrez
ATLAS COMUNICACION

91. Mar Alonso
"CAMILLE" CERAMISTAS

92. Nuria Magaña
" CAMILLE" CERAMISTAS

93. Julián Escolano
C & CH MULTICLIP, S.L.

94. Juan Manuel Riego
C & CH MULTICLIP, S.L.

95. Rafael Palmero
COLUMBIA TRISTAR FILMS DE ESPAÑA, S.A.

96. Bernardo Rabassa
CONSULTORES PARA EUROPA BERNARD KRIEF, S.A.

97. Ginés Corbalán
CORBALAN DECORACION

98. Juan Alonso
CYBERMUNDI, S.L.

99. Jaime de Urzáiz
CONSEJO GENERAL DE ASOCIACIONES DE PROFESIONALES DE RRPP

100. Eduardo Maturana
EDUARDO MATURANA - DISEÑO ARTISTICO

101. Pepe Collado
ESTUDIO COLLADO

102. Belén Huertas
EXTENSION

103. Belén López
EXTENSION

104. Juan Acero-Riesgo
FOSTER'S HOLLYWOOD

105. José Luis Sánchez
GACETA UNIVERSITARIA

106. Antonio Martín
GRAFICAS ARIES, S.A.

107. Pedro González
GRUPO INTERGLOBO

108. Ana Marchesi
GRUPO NEGOCIOS

109. Amador López
HALCON TOLDOS, S.A.

110. Angel M. Núñez
LSK IBERICA, S.L.

111. Ana Aragón
MAJ COMUNICACION

112. Manuel Garcés
MANUEL GARCES, S.L.

113. Estefania Garcés
MANUEL GARCES, S.L.

114. Mar Taillefer
FOTOGRAFO

115. Mónica Uruñuela
MENSAJES

116. Ana Belén González
MENSAJES

117. Jorge Guerrero
MERCK, AGVET DIVISION

118. Natacha Martínez
"NATACHA" FOTOGRAFIA

119. Hélène de Medem
O.E.C. - ORGANIZACION DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS, S.A.

120. Madeleine Munera
OKAINA MAGAZINE

121. Matilde Caballero
OKAINA MAGAZINE

122. Ramón Alonso
PAR FOTOMECANICA

123. Alfonso Martínez
P&CO - PUBLIC & COMMUNICATION

124. Juan Martínez
P&CO - PUBLIC & COMMUNICATION

125. Tomás Marcos
POSTERING SERVICES, S.L.

126. Luis Esteban
POSTERING SERVICES, S.L.

127. César Henao
PREMIUM COMUNICACION

128. Raúl Henao
PREMIUM COMUNICACION

129. Carlos José Gómez
PUBLICHAP

130. José Mª Neira
PUERTO LIBRO PERSONALIZADOS, S.L.

131. Casiano Díaz
RESTCAHON, S.A.

132. Manuel Coronado
SERVICOM

133. Félix Lázaro
SIMM - Agencia de Documentación

134. Carlos Sánchez Vega
SV - "SANCHEZ-VEGA"

135. Juan Lozano
VIVEROS LOZANO VERA

136. María Blanco Martín
TELEMARKETING SISTEMAS VIRTUALES, S.L.

137. José L. Aguado
TELE TECHNICAL TM, S.L.

138. Rocío Basagoiti
3 CIT COMUNICACION SOCIAL

139. Isabel Uriarte
3 CIT COMUNICACION SOCIAL

140. Ana Baschwtiz
URZAIZ & URZAIZ ASOCIADOS

141. Luis Arranz
IFEMA

142. Rosina Gómez Baeza
IFEMA

143. Manuel Sarti
IFEMA

144. Francisco J. Monge
IFEMA

145. Javier Fdez. del Moral
DECANO DE LA FACULTAD DE CC DE LA INFORMACION

146. Gustavo Suárez Pertierra
MINISTRO DE EDUCACION Y CIENCIA

147. Miguel Herrero
DIRECTOR DEL GABINETE DE LA MINISTRA DE CULTURA

148. Gustavo Villapalos
RECTOR DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

149. Mariano G. Díaz
INTE

150. Mª Angeles González
INTE

151. Jorge Rodríguez
INTE

152. Antonio Lacasa
INTE

153. Carmen Alfonso
INTE

154. Olga Martínez
INTE

155. Enrique Feijoo
INTE

156. Rosy Mtnez. Burgos
EDITORIAL FORMENTERA

157. Andrés López
CIA DE SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.

158. Antonio Sánchez
INEFISA, S.A.

159. Luis Angel Sanz de la Tajada
CATEDRATICO FACULTAD CC DE LA INFORMACION

160. Amando de Miguel
SOCIOLOGO

161. Antonella Broglia
DMB&B

162. Fernando Herrero
TIEMPO B.B.D.O., S.A.P.

163. José Briz
DIRECTOR DE CINE

164. José Antonio Revilla
FUTURO

165. Enrique Sanz
FUNDACION ONCE

166. Jaime Noguera
FUNDACION ONCE

167. Roberto Herreros
EOI

168. Gerardo Saez
CLUB DE DIRIGENTES DE MARKETING

169. Enrique Feijoo y Feijoo
INTE

ANEJO XI

HERRAMIENTAS COMUNICATIVAS:

INVITACIONES Y PIEZAS PROMOCIONALES DE

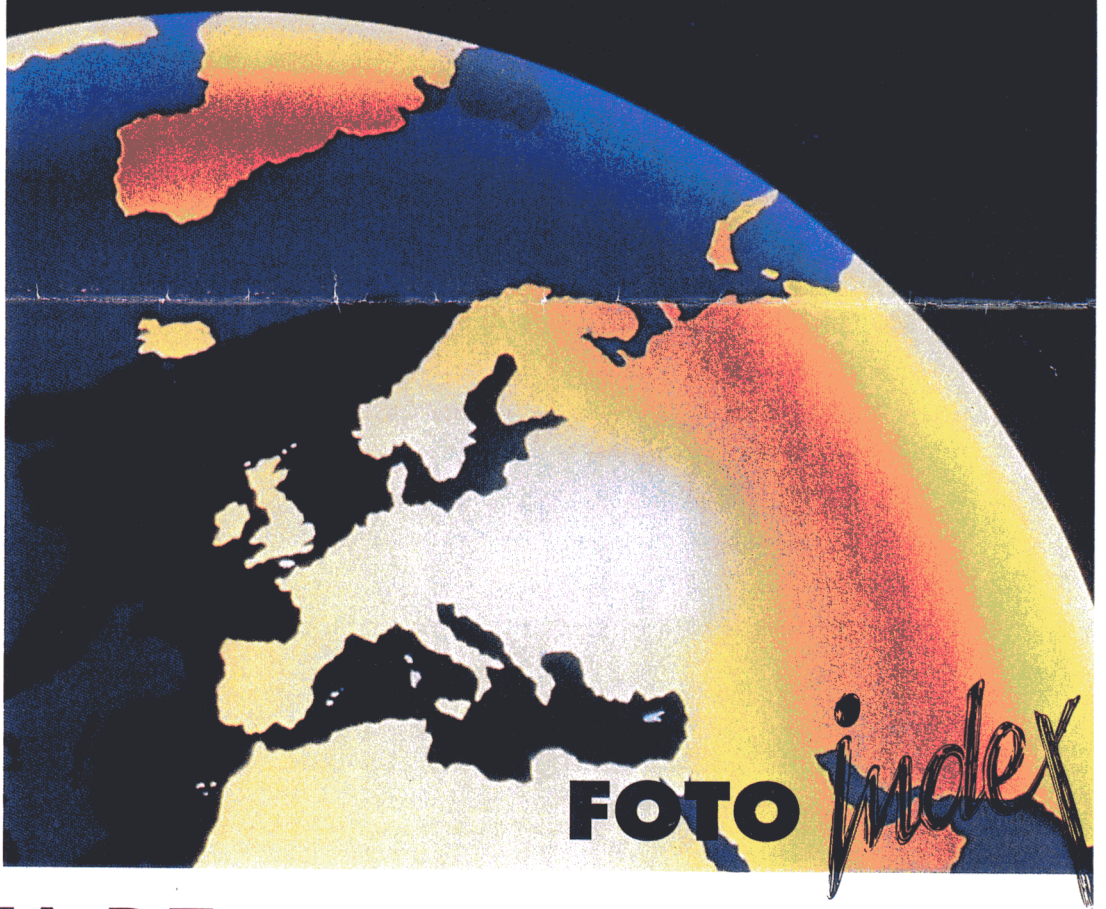
EXPOINTE'95

CARTEL PROMOCIONAL EXPOINTE'95

(Edición de 1.000 Uds.)

EXPOINTE'95

mira
oye
habla
comunícate



FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

INTE INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

26-30 JUNIO

PASEO DE LA HABANA 43, MADRID

Sol García Vidal

FOLLETO INFORMATIVO EXPOINTE'95

Formato: Tríptico (15x21 -cerrado-)

Impresión: 4/4

(Edición de 6.000 uds.)

EXPO INTE '95

mira
oye
habla
comunícate

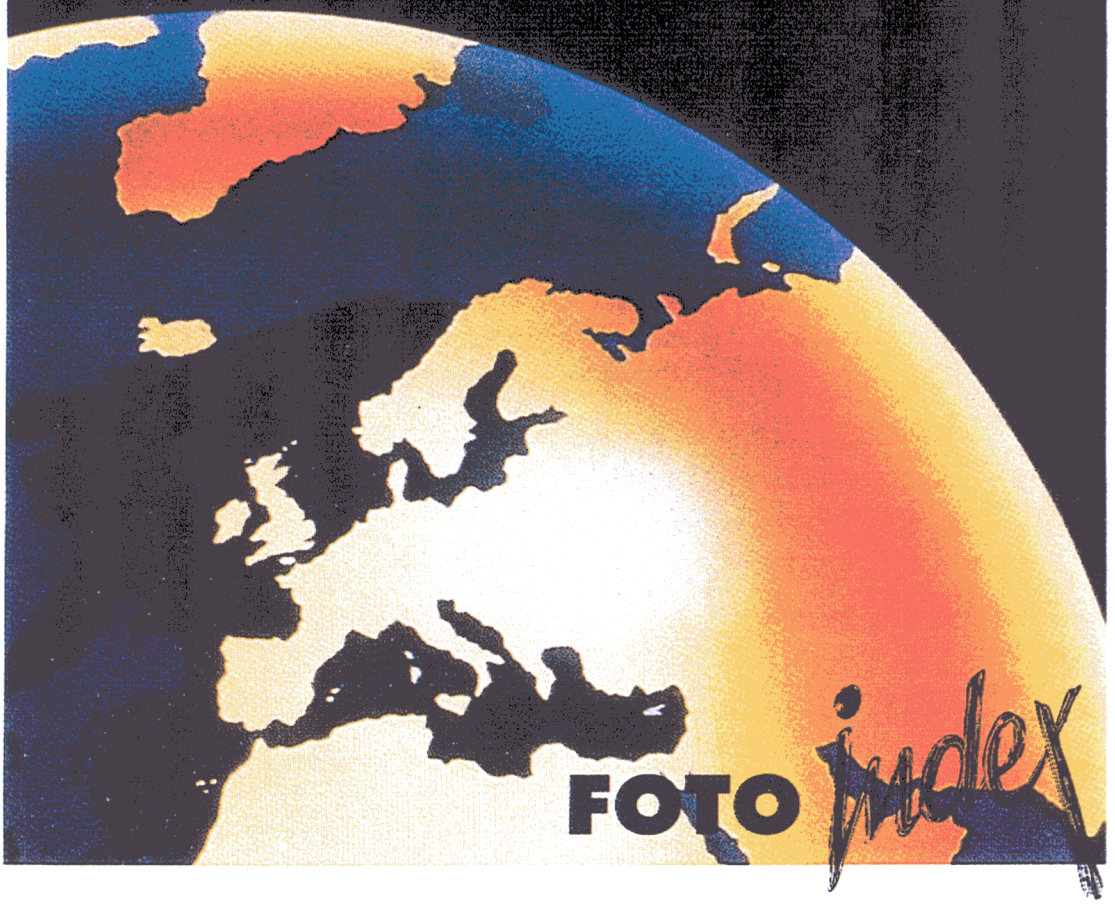


FOTO index

FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

INTE INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

26-30 JUNIO

PASEO DE LA HABANA 43, MADRID

Sol García Vidal

EXPOINTE'95

I Feria de la Comunicación Social
del 26 al 30 de junio
en el INTE, Pº de la Habana, 43.

Quien no sea capaz de comunicar no podrá sobrevivir en el próximo siglo.

EXPOINTE'95

Presenta las claves, las herramientas y los caminos que le harán protagonista feliz en los años que le toquen en el próximo milenio.

EXPOINTE'95 hace realidad lo que vd. intuye y tal vez nunca ha visto de la Comunicación Social. Apta para profesionales y sus públicos objetivos.

EXPOINTE'95

PROGRAMA DE ACTIVIDADES

DIA 26 LUNES

12:00 H. INAUGURACION OFICIAL
Presidida por el Ilustrísimo Sr. **D. Javier Fernández del Moral**, Decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y por **D. Mariano G. Díaz Velasco,** Director General del Instituto Internacional de Técnicas Especializadas.

PRESENTACION DE **EXPOINTE'95**
A cargo de Rocío Basagoiti, alumna de 3º de Técnicos de Comunicación, en representación del resto de los alumnos.

PROYECCION DEL VIDEO **"EXPOINTE'95"**
ENTREGA de ESCULTURA SIMBOLO conmemorativo de la Feria **"EXPOINTE'95"**

12:30 H. RUEDA DE PRENSA con los medios de comunicación social asistentes a la inauguración.

13:00 H. COCKTAIL de inauguración de la I Feria de la Comunicación Social **"EXPOINTE'95"**

19:00 H. CONFERENCIA: "**Las autopistas de la información"**, a cargo de **Manuel Coronado Salvador,** Presidente de Servicom. Esta conferencia será ilustrada con la proyección de un vídeo sobre el tema.

DIA 27 MARTES

12:00 H. CONFERENCIA: **"La Comunicación de A.J.E. Madrid y casos de Comunicación de Jóvenes Empresarios"**. Ponente: **Manuel Balsera**, Director de Comunicación de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid, Director de Servicios de Comunicación de EC&P-Ruiz Nicoli.

13:00 H. CONFERENCIA: **"Herramientas Financieras para el Desarrollo del Marketing"**. Ponentes: **Andrés López Mora,** Subdirector General de Fianzas y Crédito - Cía. de Seguros y Reaseguros, S.A. y **Antonio Sánchez Gómez,** Director General de Inefisa, S.A.

17:30 H. MESA REDONDA y DEBATE, con la PROYECCION de la película **"Juan Nadie"** y la PARTICIPACION DE: **Luis Angel Sanz de la Tajada,** Catedrático de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid; **José Antonio Revilla,** Director Comercial y de Marketing de la Revista

EXPOINTE'95

Futuro; **Jorge Rodríguez**, Profesor de "Análisis y Dirección de Campañas" de INTE; **José Briz,** Director de Cine, Crítico y miembro de Adizcain y **Amando de Miguel**, Sociólogo y Consejero de RTVE.

DIA 28 MIERCOLES

10:30 H. CONFERENCIA: **"Nuevos retos del Marketing y el Merchandising ante el 2000"**. Ponente: **Enrique Feijoo y Feijoo**, Licenciado en C.C. de la Información, Publicidad y RRPP, Profesor de la Escuela de Comunicación de INTE.

12:00 H. CONFERENCIA: **"Postering: Una nueva alternativa de comunicación"** con la presencia de **Tomás Marcos** y **Luis Esteban,** Directores de Postering Services, S.L. y Creadores del concepto "Postering".

19:00 H. CONFERENCIA: "**La Agencia de Comunicación Social Integral"**, impartida por **Jaime de Urzáiz y Fernández del Castillo,** Presidente del Grupo Urzáiz & Urzáiz Asociados de Comunicación Social Integral, S.A.

DIA 29 JUEVES

13:00 H. CONFERENCIA:**"A la conquista del anunciante"** por **Antonella Broglia,** Business Development Director de DMB&B(D'Arcy Masius Benton & Bowles), Agencia de Publicidad Internacional.

17:00 H. CONFERENCIA: **"Bellow the Line"**, por **Bernardo Rabassa,** Presidente de Consultores para Europa BERNARD KRIEF, S.A.

19:00 H. CONFERENCIA: **"Hacia dónde va la publicidad"** por **Fernando Herrero Pérez,** Director General y Consejero de Tiempo B.B.D.O., S.A.P.

DIA 30 VIERNES

10:00 H. FALLO DEL CONCURSO **"Mejor Stand EXPOINTE'95",** entre todos los expositores participantes en la Feria.

11:00 H. ENTREGA DEL PREMIO **"Cartel de EXPOINTE'95"**, al mejor cartel anunciador de la Feria.

12:00 H. CERTAMEN DE VIDEO **"Muestra de Spots de Publicidad"**, realizados por los alumnos de 3º de la Escuela de Comunicación de INTE, con la colaboración de **Antonio Lacasa,** Consultor de Comunicación y Profesor de Medios Audiovisuales de INTE.

13:00 H. ACTO DE CLAUSURA de la **I Feria de Comunicación Social "EXPOINTE'95"**

14:00 H. FIESTA DEL CAVA Y SORPRESA de despedida.

EXPOINTE'95

COMITE DE HONOR DE "EXPOINTE´95"

PRESIDENTE

Excmo. Sr. Gustavo Suárez Pertierra
Ministro de Educación y Ciencia

VOCALES

D. Gustavo Villapalos
Rector de la Universidad Complutense de Madrid

D. Javier Fernández del Moral
Decano de la Facultad de Ciencias de la Información

D. Jaime de Urzáiz y Fernández del Castillo
Presidente del Consejo General de Asociaciones de Profesionales de RRPP de España

D. Miguel Garrido de la Cierva
Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid

D. Miguel Herrero Lera
Director del Gabinete de la Ministra de Cultura

COMITE ORGANIZADOR

PRESIDENTE

D. Mariano G. Díaz Velasco
Director General de INTE

VICEPRESIDENTA 1ª

Dª María de los Angeles González Tojeiro
Directora Técnica de INTE

VICEPRESIDENTA 2ª

Dª Olga Martínez
Coordinadora de la Escuela de Comunicación de INTE

DIRECTORA GENERAL EJECUTIVA

Dª Ana Baschwitz Gómez de las Bárcenas

COORDINADORA

Dª Carmen Alfonso

VOCALES

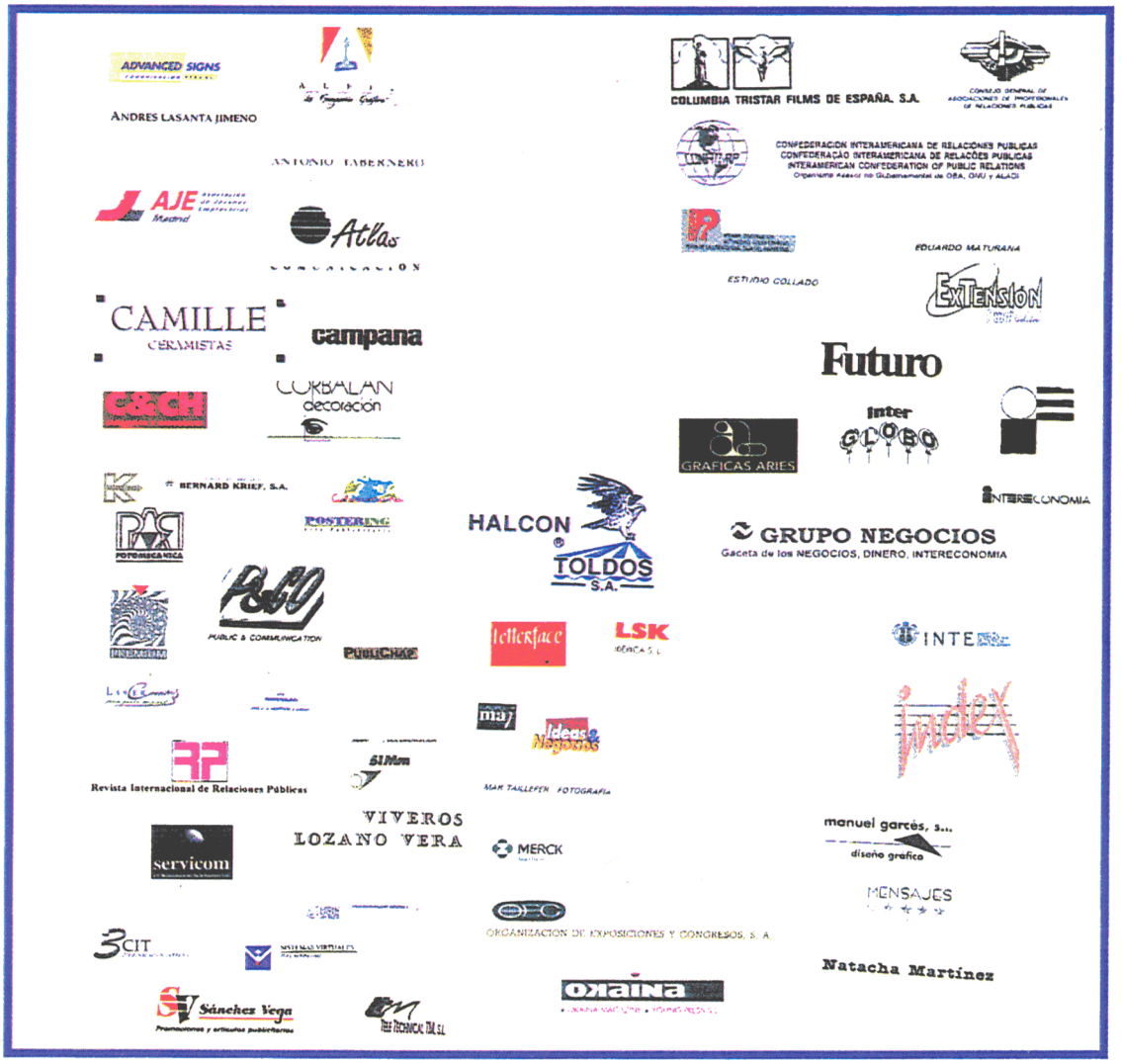
D. José Luis Acón, Dª Belén Huertas, Dª Rocío Basagoiti, Dª Ana Belén González, Dª Elena Gutiérrez, Dª Belén López, Dª Rosy Martínez Burgos, D. Juan Martínez, D. Alfonso Martínez, Dª Isabel Uriarte, Dª Mónica Uruñuela

Algunos Medios de Comunicación presentes en la Feria

EXPOINTE'95

INSTUTUTO
INTERNACIONAL
DE TECNICAS
ESPECIALIZADAS

Paseo de la Habana, 43
28036 MADRID
Tel.: (91) 344 05 05
Fax. (91) 344 06 15



SECTORES REPRESENTADOS

- Agencias de Comunicación Social Integral (Relaciones Públicas)
- Agencias de Publicidad
- Artes Gráficas
- Artículos Promocionales
- Asociaciones Profesionales
- Catering
- Centros de Educación
- Decoración
- Departamentos de Marketing
- Diseño Artístico
- Diseño Gráfico
- Editoriales
- Escultura
- Exposiciones, Congresos y Convenciones
- Arte Floral
- Fotografía
- Fotomecánica
- Informática
- Investigación de mercados
- Marketing
- Medios Audiovisuales
- Medios de Comunicación Social:
  - Agencias de Noticias
  - Diarios
  - Semanarios
  - Revistas
  - Radio
  - Televisión
- Postering
- Publicidad Exterior

EXPOINTE'95

FOTOSELLO PROMOCIONAL EXPOINTE'95

(Edición de 5.000 uds.)

Cust#: WEXPO Cop: 2 Date: 06/01/95 Time: 03:06 pm

EXPO INTE '95
Feria de la Comunicación Social
26 - 30 JUNIO 1995
INTE
Paseo de la Habana 43
MADRID

Fler likadana märken med samma motiv? Spara och uppge bara beställningsnumret (överst till vänster på arket) vid nästa order.

Letterface™
PAT. PEND. 9203 494-1
Box 2167
S-103 14 STOCKHOLM
SWEDEN
Tel: +46-(8)-240620
Fax: +46-(8)-241620

INVITACION PARA ACTO INAUGURAL EXPOINTE'95

E INVITACION GENERAL PARA VISITAR LA FERIA

EXPOINTE'95

EL DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO INTERNACIONAL
DE TÉCNICAS ESPECIALIZADAS, INTE

Y EN SU NOMBRE
EL COMITÉ ORGANIZADOR DE EXPOINTE'95

SE COMPLACE EN INVITARLE AL ACTO DE INAUGURACIÓN DE LA I FERIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
QUE TENDRÁ LUGAR EN MADRID, EN LA SEDE DEL INSTITUTO INTERNACIONAL DE TÉCNICAS
ESPECIALIZADAS, INTE (Pº, DE LA HABANA, 43),
EL 26 DE JUNIO A LAS 12,00 HORAS.

EXPOINTE'95 ABRIRÁ SUS PUERTAS A LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL,
Y PÚBLICO EN GENERAL DEL 26 AL 30 DE JUNIO
DE 10,00 A 14,00 Y DE 17,00 A 20,00 HORAS.

MODELOS DE CHAPAS PROMOCIONALES

EXPOINTE'95

EXPO
INTE
'95

EXPO
INTE
'95

PERIODICO EXPO-INTE'95

(Edición de 4.000 ejemplares)

EXPOINTE'95
FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

Edita Instituto Internacional de Técnicas Especializadas — Madrid, Junio 1995

Foro para el encuentro, intecambio y proyección del área de las comunicaciones

Comunicación abierta

Un reto apasionante

MARIANO G. DÍAZ VELASCO
Director General de INTE

"Cuando a comienzos de curso me fue propuesta como práctica de los alumnos de tercer curso de la Escuela de Comunicación del Instituto la organización de una Feria de la Comunicación, me pareció un reto apasionante. En INTE, desde su creación, la aplicación práctica de los conocimientos teóricos adquiridos por los alumnos ha venido siendo una constante de nuestro quehacer docente. La preocupación del equipo rector ante este proyecto fue la de combinar los estudios de las materias del curso con las Campañas de Publicidad y de Relaciones Públicas -trabajos, ambos, de fin de carrera- que se exhiben en EXPOINTE'95, y la responsabilidad adicional que echábamos a las espaldas de los alumnos al organizar este evento.

Mariano G. Díaz Velasco.

Hoy, me congratula comprobar que EXPOINTE'95 es una magnífica realidad que confirma la profesionalidad alcanzada a lo largo de tres años de intensos estudios por unos jóvenes que, frente al pesimismo que los circunda, son capaces de organizar esta 1ª Feria de la Comunicación.

Es, sin duda, el entusiasmo de estos jóvenes el que ha movido a más de sesenta entidades públicas y empresas privadas, presentes como expositores, y a un buen número de profesionales de todos los sectores que actúan dentro de este trascendental fenómeno que es la Comunicación y que tanta influencia tiene en la sociedad actual.

A todos cuantos han colaborado en EXPOINTE'95 nuestro más sincero agradecimiento, muy especialmente a las personalidades que han aceptado formar parte del Comité de Honor. También quiero agradecer desde estas páginas la generosa profesionalidad de Dña. Ana Baschwitz, Directora General de Urzáiz & Urzáiz y profesora, este año, de prácticas de Relaciones Públicas del tercer curso de la Escuela de comunicación de INTE, y Dña. Carmen Alfonso, profesora de Relaciones Públicas de INTE. Con su inestimable impulso han hecho posible dar vida a esta Feria.

Por último, envío desde aquí un cordial saludo a cuantos nos visiten estos días, deseándoles una feliz estancia entre nosotros".

Medios de Comunicación presentes en EXPOINTE '95

EXPO INTE '95

PUBLICACIÓN DE LA
I FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

CONSEJO DE REDACCION
MARIANO G. DÍAZ
MARÍA ANGELES GONZÁLEZ
JOSÉ LUIS ACÓN
CARMEN ALFONSO
ROCÍO BASAGOITI
ANA BELÉN GONZÁLEZ
ELENA GUTIÉRREZ
OLGA MARTÍNEZ
JUAN MARTÍNEZ
ALFONSO MARTÍNEZ
ISABEL URIARTE
MÓNICA URUÑUELA

COLABORADORES
FERNANDO MINGUELA LÓPEZ
ANA BELÉN LÓPEZ PEREZ
ALMUDENA CARRERA DEL CURA
FERNANDO MATEOS GUTIÉRREZ
SONIA CID CERVIGÓN
JOSÉ IGNACIO GARCÍA-MUÑOZ RODRÍGUEZ BARBERO
EVA FERNÁNDEZ GASCÓN
GABRIEL ESTEBAN GONZALO LAFUENTE
DIEGO PROVENZA GARCÍA-SUÁREZ
RAQUEL BAENA MARTÍN
JUAN CARLOS CORTÉS LUCENA
ROSA MAR MAYORAL PARRAS
BELÉN HUERTA FLEITAS
ROSA MARÍA RAMOS SORIANO
ANGEL ESCRIBANO GAMIR
JULIO SÁNCHEZ LÓPEZ
ISABEL LAURENZ CARBAJO
ENRIQUE STUYCK EGUINOA
MARGARITA OTERO GONZÁLEZ
CAROLINA AGÜERO CHONG
ROSARIO DE GREGORIO ABELLÓ
DELIA FERNÁNDEZ BERMÚDEZ

DIRECTORA
ANA BASCHWITZ

REDACTOR JEFE
JUAN PEDRO MOLINA

SECRETARIA DE REDACCION
REGINA GUERRERO
HORTENSIA LASANTA

PUBLICIDAD
GABINETE DE PROMOCIÓN

EDITA
INTE, INSTITUTO INTERNACIONAL DE TÉCNICAS ESPECIALIZADAS
Pº DE LA HABANA, 43
28036 MADRID

MAQUETACION
LUIS CARRILLO

DISEÑO
URZÁIZ & URZÁIZ ASOCIADOS DE COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL, S.A.
NÚÑEZ DE BALBOA, 30 - 5º B
28001 MADRID

IMPRIME
ALFIL - COMPAÑÍA GRÁFICA
C/ EMBAJADORES, 262
28045 MADRID

PREIMPRESION
COIMOFF, S.A
C/ ACERO, 1. POL. IND. FINANZAUTO
28500 ARGANDA DEL REY (MADRID)

JAVIER FERNÁNDEZ DEL MORAL

Decano de la Facultad de CC. de la Información Universidad Complutense de Madrid

"No quiero formar comunicólogos; quiero formar profesionales"

Nació en 1947, es un hombre jovial, amable, inteligente y hábil. Su principal tema de interés gira en torno al desarrollo de la comunicación como ciencia, de cara al futuro. La comunicación es más que la prensa, radio y televisión: es una herramienta que está aún por desarrollar en el área de la gestión de empresas, los recursos humanos, y la política. Este es su gran reto como decano, mandato que repite por segunda vez, al haber sido elegido por alumnos y profesores.

Javier Fernández del Moral.

—Después de haber finalizado Ciencias Químicas, ¿qué le impulsó a realizar una segunda carrera, esta vez de comunicación?

—Siempre tuve cierta vocación por la humanidades. Por ciertas necesidades familiares tuve que estudiar una carrera más corta y elegí la más humanista dentro de las ciencias.

Ya estudiando cuarto de Químicos empecé a interesarme por la Teoría General de Sistemas, por la multidisciplinariedad como método, por cosas que tenían que ver con la comunicación.

En ese momento yo empecé a plantear una investigación en temas relacionados con la comunicación, cuando estaba terminando la carrera de Químicas, y me planteé una tesis doctoral orientada claramente a resolver problemas de comunicación dentro de la ciencia.

La tesis doctoral la orienté sobre medios de comunicación científicos aplicando teoría general de sistemas.

—¿Podría hablar un poco más de su tesis?

—La verdad es que planteó exactamente el embrión de lo que luego fue la asignatura que se comenzó a dar en la Facultad, que es la "Información Periodística Especializada" y cómo los conocimientos especializados pueden llegar al gran público. El conocimiento especializado siempre ha sido un arcano, un reducto de los especialistas y, lamentablemente, las apariciones en medios de comunicación siempre han ido sólo de la mano de expertos a quienes dejan escribir un día. El periodista ha sido muy poco especialista. En el año 75 me encargaron la asignatura, y fue el primer año en que se empezó a dar en quinto curso.

—Al igual que usted plantea la comunicación especializada formando a los expertos en comunicación, ¿no sería interesante que también otras carreras Políticas, Empresariales, Medicina, tuvieran una asignatura de comunicación que les preparara en este campo? ¿Podría ser también un reto en su decanato?

—Lo hemos asumido, y además, en este momento, en los nuevos planes de estudio de la Complutense se está notando lo que se llama "libre configuración", que son aquellos créditos que se pueden hacer fuera de las Facultades. Está cambiando el signo de la Facultad. La Facultad de Ciencias de la Información, cuando nació estaba bastante colonizada por otras carreras porque no había corpus científico específico en comunicación. Había, simplemente, tradiciones de las escuelas; eran tradiciones muy empíricas. Aquí se nos obliga a hacer una síntesis entre la teoría y la práctica.

Es fundamental que en otros saberes haya una referencia a la comunicación; pero esa aportación que pueda hacer la comunicación como complemento a esas otras actividades de alguna manera debe favorecer el ámbito de la fuente. Ya se está viendo la necesidad de desdoblar la fuente primaria, los expertos, especialistas, y la fuente secundaria, los profesionales de la comunicación, unida a ese ámbito de la comunicación por medio de gabinetes de prensa, etcétera.

> ***"Estoy convencido de que en Comunicación hay que profesionalizar mucho más en todas las facetas, que significa respetar lo que otros profesionales hacen".***

La fuente primaria no tiene rudimentos de comunicación, porque no se los ha dado el bachillerato, y sería muy conveniente que algunas de estas Facultades tradicionales pudieran hacer algunos créditos de libre configuración para completar su formación. Por ejemplo, un médico que se vaya a dedicar a la Salud Pública tiene un componente de comunicación importantísimo.

Teniendo en cuenta que eso no debe ser una pseudoprofesionalización, sino que en una sociedad como la que nos viene, una sociedad compleja, hay que ir definiendo y especializando profesionales de la comunicación.

—Usted fue director de comunicación del Ministerio de Seguridad Social en la época de la transición.

—En la etapa en la que comenzó la transición democrática en España había una presión brutal por lo que era la oposición socialista, que lógicamente tenía que hacerlo; pero ahora mismo he oído manifestaciones de socialistas famosos e ilustrísimos quienes reconocen un cierto grado de libertad, transparencia, de aceptación del juego democrático, lo que es una referencia positiva. Yo creo que eso se percibe en todo el país, incluso los propios socialistas, ya digo, lo han percibido. En aquel momento es verdad que los que tuvimos alguna responsabilidad en el campo de la comunicación, nos creímos con una extraordinaria fuerza lo de la responsabilidad informativa, y eso lo ejercimos con un criterio bastante generoso.

Los medios de comunicación también lo reconocieron, quizá a posteriori, cuando las políticas informativas no respondían a las expectativas de estos profesionales. Yo he tenido, ya digo, algunas reflexiones personales de periodistas conocidos en este país que han reconocido una cierta ventaja en la etapa de la UCD en esta materia.

—¿Qué le sobra y qué le falta concretamente a la enseñanza privada de comunicación comparativamente con la facultad, y a ésta en relación con la privada?

—De los modelos que conozco en este momento, en primer lugar a las privadas les quitaría digamos un perfil excesivamente marketiniano de las enseñanzas, injustificado; no es lícito engañar a los estudiantes con las prácticas, aparatos y con las posibilidades de hacer grupos muy reducidos, eso no da claridad de enseñanza en comunicación: eso tiene que ser un valor añadido, necesario, pero sobre un planteamiento mucho más sustancioso en lo que se refiere a la estructura intelectual y científica de esos estudios.

En la pública, falta justamente lo que la privada en este momento aporta, que des grupos más reducidos, más atención al estudiante, mayores horas de tutoría, más prácticas, más laboratorios, más oferta tecnológica.

Creo que hay que intentar compatibilizar y equilibrar los modelos, porque hay mercados para todos, siempre que caminen en una trayectoria similar para encontrar ese equilibrio.

—¿No cree usted que en la Facultad existen normalmente catedráticos que no ejercen y eso les lleva a cierta desconexión, mientras que en la privada son profesionales que involucran la enseñanza en el contexto empresarial?

—Claro, cuando yo digo que el hallazgo de las Facultades de Ciencias de la Comunicación es unir teoría a la práctica, me estoy refiriendo a la necesidad de seguir ese modelo. entonces es verdad que hay personas extremadamente válidas intelectualmente como profesores numerarios de la Universidad Pública que tendrían que complementarse con una visión mucho más realista, más práctica de lo que es el mercado o de lo que son las innovaciones, de las empresas.

Eso está obligándonos de alguna manera a un modelo teórico práctico, yo no quiero que esta Facultad sea especulativa o teórica. Yo no quiero formar comunicólogos; quiero formar profesionales que cumplan una función. Por supuesto, las mejores cabezas que se quieran dedicar a la investigación o a la docencia o lo mejor se pueden considerar los teóricos del futuro que continúen con los trabajos de investigación más pura. Pero la gran mayoría de los alumnos tienen que salir a ejercer la profesión.

Por eso he intentado que los profesionales del periodismo reconozcan en esta Facultad, su Facultad, y que nosotros reconozcamos en los periodistas una profesión a la que estamos abocados.

—¿Dónde cree usted que está el problema de la empresa de comunicación española, y dónde estará su proyección de cara al futuro?

—Tengo una teoría que comparto con personas de relieve profesional. Estoy convencido de que en comuncación hay que profesionalizar mucho más en todas las facetas, que significa respetar lo que otros profesionales hacen.

Creo que en el ámbito de la empresa hay demasiada politización en cuanto al gobierno. La titularidad de las empresas no debería suponer ninguna amenaza para el control de los contenidos informativos, y eso es absolutamente necesario.

Entrevista a Dña. Olga Martínez, Coordinadora de la Escuela de Comunicación de INTE

INTE, la respuesta al reto de la enseñanza en el mundo de la comunicación

Hoy entrevistamos a Dña. Olga Martínez, profesora de INTE y Coordinadora de la Escuela de Comunicación del Instituto. La vemos todos los días durante el curso, contándonos cosas de la Publicidad y haciéndonos trabajar, "sudamos tinta", en sus clases de Redacción. Al fin hemos podido sentarla un rato y cambiando los papeles vamos a examinarla... Esperamos que apruebe, porque le hemos preparado unas preguntas que harán historia. (Con la Historia de la Publicidad es como empezamos a conocerla y ningún alumno de INTE podrá ya olvidarla...)

—Una pregunta ya clásica, ¿cómo y por qué nace la Escuela de Comunicación en INTE?

—Cuando en 1987 inicia su andadura nuestro Instituto, la Dirección tiene muy clara la filosofía de esta Escuela, desde una formación humanística había que traer aires nuevos a las enseñanzas de Comunicación que se habían ido quedando un tanto desfasadas con respecto a lo que demandaba el cambiante mundo de la Comunicación, el de la Publicidad y el de las Relaciones Públicas; había que integrar la teoría y la práctica de forma tal que los alumnos de INTE pudieran enfrentar su vida profesional muy bien preparados, capaces de responder como verdaderos profesionales al reto del sistema empresarial, agencias y anunciante, cada vez más exigentes.

—Cuándo empieza su relación con INTE?

—En sus primeros tiempos. Nuestro Director General, D. Mariano, me llamó para contarme el proyecto INTE, y me entusiamó. Me entusiasmó, de verdad. Yo venía de pasar por diferentes puestos en Agencias de Publicidad: había empezado en la Creatividad, había sido Directora de Cuentas y en aquel momento era Directora Creativa en otra Agencia; sabía, por lo tanto, las carencias con las que se encontraban los chicos y chicas que venían a incorporarse, o pretendían incorporarse, al mundo del trabajo, y encontré en INTE la respuesta a esa formación integradora de teoría y práctica necesaria y fundamental. Por otra parte la enseñanza no me era ajena,

Olga Martínez.

cuando terminé de estudiar, ya incorporada a una Agencia, impartí clases en una Escuela de Publicidad y posteriormente en la Facultad de Ciencias de la Información.

—Así es que está en INTE prácticamente desde su fundación, a través de estos años impartió clases y además es Coordinadora de la Escuela de Comunicación, ¿respondió INTE a sus expectativas?

—Absolutamente sí. Por nuestras aulas han pasado alumnos que hoy, nos cabe este orgullo, son brillantes profesionales que ocupan puestos de responsabilidad en Agencias y Anunciantes, y ello a pesar de la profunda crisis que ha atravesado el sector. Pero además, y esto es verdaderamente gratificante, para los que día a día trabajamos con el alumnado, nuestra Dirección y el competente profesorado de INTE, reconocer que su edificio profesional se ha cimentado en el sistema de enseñanza de nuestro Instituto.

—En la Escuela de Comunicación, ¿siempre se ha contemplado la teoría y la práctica?

—Siempre. De hecho, ya lo sabéis, los alumnos deben hacer como fin de carrera su "campaña" de Publicidad o Relaciones Públicas que es sometida a un Jurado de profesionales, elegidos entre los más importantes de cada área y que, esto es de gran interés, suelen verse gratamente sorprendidos por el alto nivel de los trabajos.

Además, durante sus estudios hacen prácticas continuadas..., es digno de mención que el conjunto de estas prácticas ha abierto las puertas a algún alumno para su primer trabajo. Porque no es lo mismo llegar diciendo "he estudiado esto" a decir "soy capaz de hacer esto" y que se pueda ver.

—¿Qué opina de EXPOINTE?

—Es una idea muy bonita que vosotros estáis haciendo realidad. Esta idea se estaba gestando desde hace tiempo en la mente de la Dirección, sin nombre todavía, pero era largo tiempo acariciada. Yo misma con D. Mariano y Dña. Mª Angeles, nuestro Director y Directora Técnica, habíamos tenido largas conversaciones y se buscaba el momento adecuado para lanzarla. Una de las causas que finalmente la ha hecho posible es el nuevo edificio y, desde luego, el empuje de vuestras profesoras de Relaciones Públicas.

—¿Cree que EXPOINTE podría servir de plataforma para que se conozca más a los alumnos de INTE?

—Creo que sí. Tendréis la oportunidad de conocer a profesionales de la comunicación y que ellos os conozcan a vosotros. Además siempre es de valorar que algunos alumnos hayan sido capaces de montar una cosa así, porque vosotros sois los artífices de EXPOINTE..., aunque algunos de nosotros hayamos puesto nuestro granito de arena.

ANA BASCHWITZ

Directora General Ejecutiva de EXPOINTE'95
Directora General de Urzáiz & Urzáiz y Asociados

"Mi mayor preocupación es la motivación de los alumnos"

Ana Baschwitz es una profesional con una larga trayectoria en la Comunicación Social. Desde hace quince años presta sus servicios en la Agencia Urzáiz & Urzáiz y Asociados, en donde actualmente ocupa el cargo de Directora General. La imagen pública de la Presidencia del Gobierno de Colombia, del Patronato de Turismo de Gran Canaria, o de la cadena de restaurantes Foster's Hollywood son, entre otras, responsabilidad de esta profesional de la Comunicación Social Integral. En esta entrevista, Ana Baschwitz, como Directora General Ejecutiva de EXPOINTE'95 y profesora de INTE, nos habla de los logros que supone para el personal docente y alumnado del centro, la creación y desarrollo de una Feria de envergadura profesional.

—¿Cómo nace el proyecto de EXPOINTE'95?

—La asignatura de "La práctica de las RRPP" impartida en INTE, Instituto Internacional de Técnicas Especializadas, en la Escuela de Comunicación, ha sido introducida por primera vez en el Programa de Estudios 1994-1995, siendo pionera en su género y una auténtica revolución en los sistemas de enseñanza actuales.

Mi mayor preocupación al aceptar la responsabilidad de diseñar esta asignatura era la motivación de los alumnos. Encontrar una fórmula "especial" para poder llevar a la práctica un ejercicio real y que los alumnos pudiesen demostrar públicamente su preparación profesional y de esta manera llenar el vacío que existe entre el mundo académico y el mundo del trabajo.

—¿Qué es "EXPOINTE'95"?

—Es una Feria de la Comunicación Social, organizada por alumnos de cinco grupos del 3er curso, de la Escuela de Comunicación de INTE, que parte de un programa de ejercicio práctico en el que en primer lugar hemos llevado a cabo la creación, desarrollo y funcionamiento de cinco Empresas de Comunicación Social Integral que, competitivamente, han diseñado y planificado este proyecto.

—¿Qué fórmula de trabajo se ha utilizado con los alumnos?

—Al estructurar el desarrollo del curso en un ejercicio de un trabajo práctico realizado por distintos grupos de alumnos se pretendía obtener los siguientes resultados:

Ana Baschwitz.

- Concienciación de la importancia del trabajo en equipo.
- Responsabilidad y entrenamiento en un caso práctico.
- Desarrollo de las capacidades de análisis, creatividad y materialización de ideas.
- Utilización simultánea a intercomunicada de las distintas técnicas y herramientas de la Comunicación Social.
- Hábito al planteamiento y propuesta de ideas, enfrentamiento a problemas y búsqueda de soluciones.
- Contactos reales con Empresas.
- Y, por último, la puesta en práctica y realización de EXPOINTE'95.

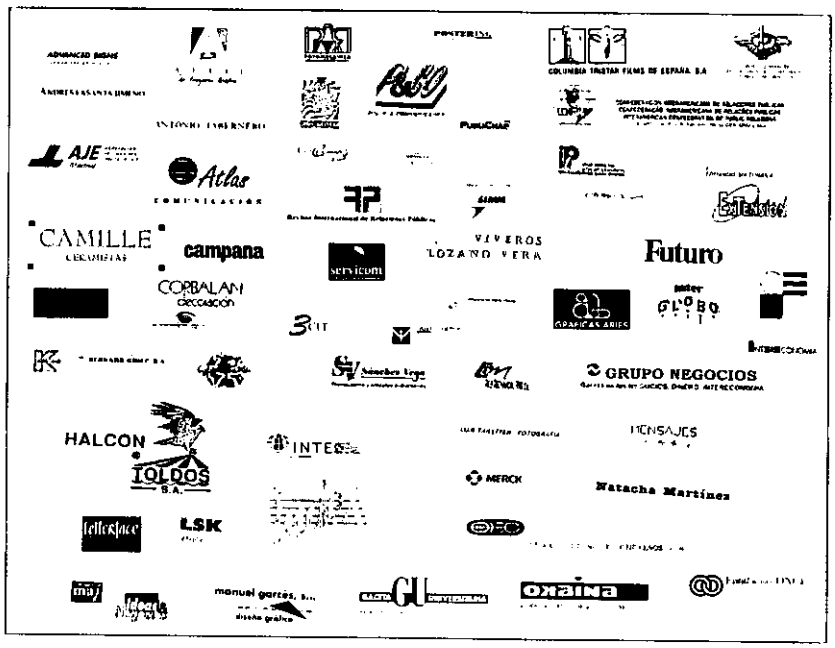
—¿Cuál ha sido el volumen de inversión para la organización de "EXPOINTE'95"?

—Al no disponer de un presupuesto real, los alumnos han tenido que suplir con su esfuerzo e imaginación los costos de tiempo personal y material necesarios para ejecutar el proyecto.

—¿Qué metodología se ha utilizado en la organización de "EXPOINTE'95"?

—El trabajo se ha desarrollado en equipo por grupos con distribución de funciones y responsabilidades en subgrupos, con un calendario de acciones a desarrollar y bajo la supervisión directa por parte de la Dirección de INTE y de la profesora para coordinar y dirigir "invisiblemente" el desarrollo práctico de los trabajos.

Al coincidir en mi persona la Dirección General de Urzáiz & Urzáiz Asociados de Comunicación Social Integral, hemos podido contar en todo momento, con el respaldo y la experiencia de más de 15 años de esta empresa. ●



Relación de expositores por sectores

Nº STANDS	
	I. ASOCIACIONES PROFESIONALES
001	CONFIARP
002	CONSEJO GENERAL DE ASOCIACIONES PROFESIONALES DE RRPP DE ESPAÑA
003	ASOCIACION DE JOVENES EMPRESARIOS DE MADRID
004	CLUB DE DIRIGENTES DE MARKETING
	II. CENTROS DE EDUCACION
005	INTE, INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS
	III. EMPRESAS ESPECIALIZADAS
	1. AGENCIAS DE COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL (RELACIONES PUBLICAS) Y PUBLICIDAD
006	3 CIT COMUNICACION SOCIAL
007	P&CO - PUBLIC & COMMUNICATION
008	MENSAJES
009	ATLAS COMUNICACION
010	EXTENSION
011	URZAIZ & URZAIZ ASOCIADOS DE COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL
012	PREMIUM COMUNICACION
	2. EXPOSICIONES, CONGRESOS Y CONVENCIONES
013	O.E.C., S.A.
014	SV - "SANCHEZ-VEGA"
	3. ARTES GRAFICAS
015	ADVANCED SIGNS
016	TELE TECHNICAL TM, S.L.
017	ALFIL - COMPAÑIA GRAFICA
018	GRAFICAS ARIES, S.A.
	4. DISEÑO ARTISTICO
019	ESTUDIO COLLADO
020	"CAMILLE" CERAMISTAS
021	ANDRES LASANTA - ESCULTOR
022	EDUARDO MATURANA
023	CORBALAN DECORACION
024	VIVEROS LOZANO VERA, S.A.
	5. INFORMATICA
025	SERVICOM
	6. EDICIONES ESPECIALES
026	PUERTO LIBRO PERSONALIZADOS, S.L.
027	LETTERFACE PHOTOSTAMPS, S.L.

Nº STANDS	
	7. PUBLICIDAD EXTERIOR
028	GRUPO INTERGLOBO
029	HALCON TOLDOS, S.A.
	8. ARTICULOS PROMOCIONALES
030	PUBLICHAP
031	C & CH - MULTICLIP, S.L.
	9. MARKETING
032	CONSULTORES PARA EUROPA
	BERNARD KRIEF, S.A.
033	POSTERING SERVICES S.L.
034	TELEMARKETING SISTEMAS VIRTUALES, S.L.
	10. INVESTIGACION DE MERCADOS
035	SIMM Agencia de Documentación
	11. MEDIOS AUDIOVISUALES
036	LSK IBERICA, S.L.
037	COLUMBIA TRISTAR FILMS DE ESPAÑA, S.A.
	12. DISEÑO GRAFICO
038	MANUEL GARCES, S.L.
039	PAR FOTOMECANICA
040	CYBERMUNDI, S.L.
	13. FOTOGRAFIA
041	ANTONIO TABERNERO
042	MAR TAILLEFER
043	"NATACHA"
	14. CATERING
044	RESTCAHON, S.A.
	IV. DEPARTAMENTOS DE MARKETING
045	FUNDACION ONCE
046	MERCK, AGVET DIVISION
	V. MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
	15. REVISTAS
047	GRUPO NEGOCIOS (Dinero / La Gaceta de los Negocios/ Radio Intereconomía)
048	GRUPO IP (Distribución Actualidad / Nueva Empresa / IPMARK)
049	MAJ COMUNICACION (Ranking / Ideas & Negocios / Ecologia Internacional / Grandes Viajes)
050	FUTURO
051	OKAINA MAGAZINE
052.	REVISTA INTERNACIONAL DE RELACIONES PUBLICAS
053	CAMPAÑA
054	GACETA UNIVERSITARIA

PROGRAMA DE ACTIVIDADES

DIA 26 — LUNES

12:00 H. INAUGURACION OFICIAL
Presidido por el Ilustrísimo Sr. **D. Javier Fernández del Moral**, Decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y por **D. Mariano G. Díaz Velasco**, Director General del Instituto Internacional de Técnicas Especializadas.
PRESENTACION DE **EXPOINTE'95**
A cargo de Rocío Basagoiti, alumna de 3º de Técnicos de Comunicación, en representación del resto de los alumnos.
PROYECCION DEL VIDEO **"EXPOINTE'95"**
ENTREGA de ESCULTURA SIMBOLO conmemorativo de la Feria **"EXPOINTE'95"**

12:30 H. RUEDA DE PRENSA con los medios de comunicación social asistentes a la inauguración.

13:00 H. COCKTAIL de inauguración de la I Feria de la Comunicación Social **"EXPOINTE'95"**

19:00 H. CONFERENCIA: **"Las autopistas de la información"**, a cargo de **Manuel Coronado Salvador**, Presidente de Servicom. Esta conferencia será ilustrada con la proyección de un vídeo sobre el tema.

DIA 27 — MARTES

12:00 H. CONFERENCIA: **"La Comunicación de A.J.E. Madrid y casos de Comunicación de Jóvenes Empresarios"**. Ponente: **Manuel Balsera**, Director de Comunicación de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid, Director de Servicios de Comunicación de EC&P-Ruiz Nicoli.

13:00 H. CONFERENCIA: **"Herramientas Financieras para el Desarrollo del Marketing"**. Ponentes: **Andrés López Mora**, Subdirector General de Fianzas y Crédito - Cía. de Seguros y Reaseguros, S.A. y **Antonio Sánchez Gómez**, Director General de Inefisa, S.A.

17:30 H. MESA REDONDA y DEBATE, con la PROYECCION de la película **"Juan Nadie"** y la PARTICIPACION DE: **Luis Angel Sanz de la Tajada**, Catedrático de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid; **José Antonio Revilla**, Director Comercial y de Marketing de la Revista Futuro; **Jorge Rodríguez**, Profesor de "Análisis y Dirección de Campañas" de INTE; **José Briz**, Director de Cine, Crítico y miembro de Adizcain y **Amando de Miguel**, Sociólogo y Consejero de RTVE.

DIA 28 — MIERCOLES

10:30 H. CONFERENCIA: **"Nuevos retos del Marketing ante el 2000"**. Ponente: **Enrique Feijoo y Feijoo**, Licenciado en C.C. de la Información, Publicidad y RRPP, Profesor de la Escuela de Comunicación de INTE.

12:00 H. CONFERENCIA: **"Postering: Una nueva alternativa de comunicación"** con la presencia de **Tomás Marcos y Luis Esteban**, Directores de Postering Services, S.L. y Creadores del concepto "Postering"

19:00 H. CONFERENCIA: **"La Agencia de Comunicación Social Integral"**, impartida por **Jaime de Urzáiz y Fernández del Castillo**, Presidente del Grupo Urzáiz & Urzáiz Asociados de Comunicación Social Integral, S.A.

DIA 29 — JUEVES

13:00 H. CONFERENCIA: **"A la conquista del anunciante"** por **Antonella Broglia**, Business Development Director de DMB&B(D'Arcy Masius Benton & Bowles), Agencia de Publicidad Internacional.

17:00 H. CONFERENCIA: **"Bellow the Line"**, por **Bernardo Rabassa**, Presidente de Consultores para Europa BERNARD KRIEF, S.A.

19:00 H. CONFERENCIA: **"Hacia dónde va la publicidad"** por **Fernando Herrero Pérez**, Director General y Consejero de Tiempo B.B.D.O., S.A.P.

DIA 30 — VIERNES

10:00 H. FALLO DEL CONCURSO **"Mejor Stand EXPOINTE'95"**, entre todos los expositores participantes en la Feria.

11:00 H. ENTREGA DEL PREMIO **"Cartel de EXPOINTE'95"**, al mejor cartel anunciador de la Feria.

12:00 H. CERTAMEN DE VIDEO **"Muestra de Spots de Publicidad"**, realizados por los alumnos de 3º de la Escuela de Comunicación de INTE, con la colaboración de **Antonio Lacasa**, Consultor de Comunicación y Profesor de Medios Audiovisuales de INTE.

13:00 H. ACTO DE CLAUSURA de la **I Feria de Comunicación Social "EXPOINTE'95"**

14:00 H. FIESTA DEL CAVA Y SORPRESA de despedida.

Comité de Honor

Presidente

Excmo. Sr. Gustavo Suárez Pertierra
Ministro de Educación y Ciencia

Vocales

D. Gustavo Villapalos
Rector de la Universidad Complutense de Madrid

D. Miguel Herrero Lera
Director General del Gabinete de la Ministra de Cultura

D. Javier Fernández del Moral
Decano de la Facultad de CC. de la Información

D. Jaime de Urzáiz y Fernández del Castillo
Presidente del Consejo General de Asociaciones de Profesionales de RRPP de España

D. Miguel Garrido de la Cierva
Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid

Comité Organizador

Presidente

D. Mariano G. Díaz Velasco
Director General de INTE

Vicepresidenta 1ª

Dª María de los Angeles González Tojeiro
Directora Técnica de INTE

Vicepresidenta 2ª

Dª Olga Martínez
Coordinadora de la Escuela de Comunicación de INTE

Directora General Ejecutiva

Dª Ana Baschwitz Gómez de las Bárcenas

Coordinadora

Dª Carmen Alfonso

Vocales

D. José Luis Acón
Dª Belén Huertas
Dª Rocío Basagoiti
Dª Ana B. González
D. Alfonso Martínez
Dª Mónica Uruñuela
Dª Elena Gutiérrez
Dª Belén López
Dª Rosy Martínez Burgos
D Juan Martínez
Dª Isabel Uriarte

EXPOINTE '95
Organizado por la VI Promoción de la Escuela de Comunicación de INTE

Concurso al mejor stand EXPOINTE'95

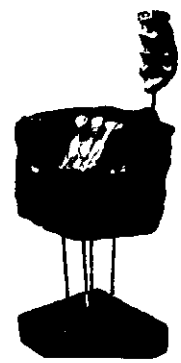
Los stands son la tarjeta de presentación de una Feria, de ahí que su presentación sea importante a la hora de vender un producto o un servicio.

Los visitantes de EXPOINTE'95 podrán elegir por concurso el mejor stand de la Feria gracias a unas bases que se les entregará a la entrada del recinto.

El día 30 de junio, fecha de clausura, se hará público el fallo de dicho concurso antes de la entrega del Premio "Cartel EXPOINTE'95".

Una escultura para una Feria

ANDRÉS LASANTA



"La vida del hombre se fundamenta en la necesidad de relacionarse con el mundo y con los demás. El hombre establece vínculos o puentes que determinan esta relación y el grado de compromiso con el "exterior" (función de la base).

De este grado de compromiso, de su relación con el mundo y con los demás, viene imbuida la capacidad del hombre para comunicarse de una manera efectiva con el entorno (canales comunicativos que vienen representados por las varillas que unen los dos volúmenes mayores).

El progreso tan revolucionario en la evolución del hombre viene dado, fundamentalmente, por dos procesos simultáneos e inherentes a él: la capacidad de comunicarse, legando así a sus descendientes sus conocimientos adquiridos, y la capacidad de transformar el medio, fruto de su desarrollo intelectual y cognoscitivo, pero que se ha de traducir de manera material en la utilización de su herramienta más primaria: sus manos (¿sería igual nuestro mundo sin estos apéndices?).

Toda comunicación se realiza a través de un soporte físico que manipulamos (la hoja de papel del libro, periódico, las cuerdas vocales, la lengua, el lienzo, la arcilla.....), que modulamos para componer signos, letras, símbolos, gestos, volúmenes, y que en secuencias inteligibles forman un mensaje. Si éste es recibido por alguien se establece la comunicación (el volumen mayor es el soporte físico, el menor es la parte manipulada y modulada del soporte que se convierte en el mensaje emitido, cuando alguien lo "agarre" adecuadamente la comunicación se habrá realizado".

Entrega del Premio "cartel EXPOINTE '95"

Sol García Vidal, alumna de 2º curso de la Escuela de comunicación de INTE, es la creadora del cartel oficial de EXPOINTE'95.

Como reconocimiento a su trabajo, se le entregará el día 30, a las 11.00 horas, el Premio "Cartel EXPOINTE'95".

El cartel está compuesto por una imagen del mundo en colores que remite a la idea de comunicación global. Según la propia autora, este cartel es de tipo abstracto y publicitario y cumple una clara función motivadora: la de invitar a la Feria.

SOL GARCÍA VIDAL

Creadora del Cartel EXPOINTE'95
Alumna 2º curso de la Escuela de Comunicación de INTE

"Todo cartel, aparte de informar, pretende decorar y ser atractivo, seducir al público"

"El cartel está compuesto por una imagen del mundo en colores que remite a la idea de comunicación que se quiere transmitir. Las letras del *slogan* se han sobreimpresionado en blanco para conseguir mayor visibilidad.

El resto del cartel lo conforman figuras geométricas con los colores azul y rojo del logotipo de EXPOINTE'95 y el gris corporativo de INTE. La flecha azul que atraviesa el cartel indica la dirección a seguir por todo el que lo lea: primero, la fotografía acompañada del *slogan*; a continuación el nombre de la Feria; después, las señas de identidad del certamen: Iª Feria de la Comunicación Social. En la base del cartel aparece la fecha y el lugar en donde se celebrará la Feria. Por último, la flecha termina con el nombre de INTE y su escudo.

El jugar con un círculo gris al principio de "Iª Feria de la Comunicación Social" no tiene ningún significado específico. Simplemente he utilizado dicho círculo corporativo para romper la rectangularidad del cartel.

Este cartel es del tipo *abstracto y publicitario*. Abstracto porque, aunque al leer el texto se entiende el significado de la fotografía, en un principio el grado de iconicidad no es muy elevado. El texto es necesario para saber de qué trata el cartel. Es también publicitario, porque tiene una función comunicativa comercial. A pesar de no tener mucho texto, es informativo y está hecho para la acción: invita a asistir a la exposición.

A su vez este cartel cumple varias funciones: la de *comunicación*, la *estética*, y la *motivadora*. La de comunicación, porque la imagen es polisémica pero imprecisa: necesitamos el texto para concretar la imagen y para comprender el cartel. La estética no es su función primordial, pero también la cumple. Todo cartel, aparte de informar, pretende decorar y ser atractivo, pretende seducir al público. Por último, también cumple la función motivadora, básica: conseguir la asistencia del público a la Feria".

Andrés Lasanta, escultor personal

Andrés Lasanta (Soria, 1960) es el realizador de la escultura conmemorativa de EXPOINTE'95.

Ha realizado los estudios de Bellas Artes en la Universidad Complutense de Madrid en la especialidad de Diseño.

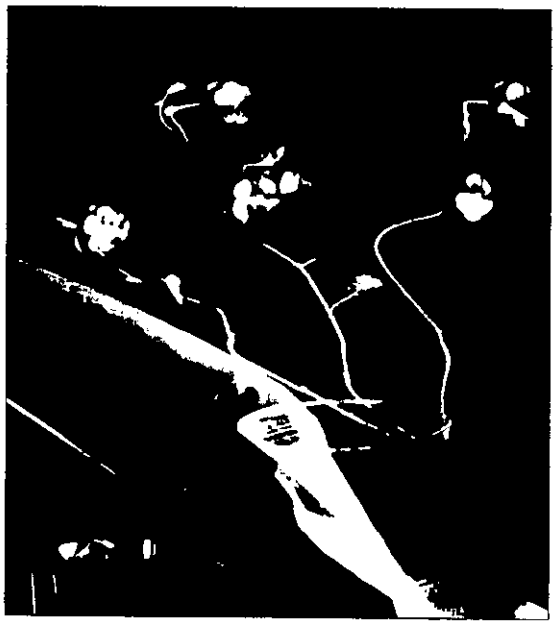
Su realización artística se inició en el mundo del Cartel, donde consiguió varios premios, el primero en 1986 convocado por UNICEF, al que siguieron premios del Ministerio de Industria, Ayuntamiento de Madrid y Ayuntamiento de Soria.

Pero, por encima de todo, su obra se centra en la escultura, en todas sus dimensiones posibles. Dentro de la escultura de investigación, en la rama de la Paleontología, y más concretamente de los "Dinosaurios", ha realizado reproducciones de estos animales que se encuentran en el Museo Nacional de Ciencias Naturales de Madrid, y en los que sigue trabajando.

También trabaja en la escultura de "reconocimiento" destinada a valorar la dedicación de algunos de nuestros ilustres científicos. Esto le ha llevado a realizar varios monumentos promovidos por la Asociación de Amigos de la Cultura Científica, presidida por Francisco González de Posadas.

Por último, también se ha adentrado en la escultura deportiva. Andrés Lasanta esculpió en bronce el Trofeo de la Carrera Internacional de Canillejas. Dicha escultura fue adquirida por la Comunidad Autónoma de Madrid con objeto de entregarla al Comité Olímpico Internacional, COI.

Tabernero / Taillefer / Martínez : Tres formas distintas de vivir la fotografía



"Japónica 1994", fotograma color sobre papel cromógeno. Tamaño 50 x 60 cm.

Antonio Tabernero, profesional de un millar de dimensiones

Antonio Tabernero (Madrid, 1952) es un tipo singular: basta conversar con él unos minutos para comprobar que este fotógrafo de raza igual conoce en profundidad la filosofía china, que el periodismo español, o la siempre cambiante publicidad.

Antonio Tabernero es, en definitiva, un hombre renacentista, de un millar de dimensiones, abierto de mente. Y eso queda reflejado en su trabajo. Sólo una persona con su intuición, experiencia y voluntad, puede mantenerse en el difícil mundo de la fotografía profesional, "tocando todos los hilos para trabajar", como asegura él mismo.

El mismo se define como autodidacta. Desde sus primeros pasos en la fotografía fue consciente de la falta de estructuras en la actividad fotográfica nacional, y comenzó a participar en actividades relacionadas con la difusión del propio medio: jornadas, festivales, debates y enseñanza de la fotografía.

Actualmente trabaja como fotógrafo independiente en el mundo de la publicidad y continúa su labor de enseñanza de la fotografía en España y Francia.

Su currículum habla por sí mismo. De 1976 a 1980 expone en la Real Sociedad Fotográfica de Madrid, lugar al que acudirá de nuevo en 1982. En 1983, expone en la Fotogalería Visor, de Valencia. Tras su paso por otras galerías de Madrid, en 1987 presenta su trabajo en la Galería Le Rèvèrvere, de Lyon, y en la Maison des Jeunes et Culture de Annecy, en Francia. En 1994, expuso en Foto Angle Forum de Montpellier, en el Museo de Brougiere, en la galería Rebervere de Lyon, entre otras.

Ha colaborado también en exposiciones colectivas nacionales y extrajeras.

Otro dato a tener en cuenta de Tabernero es el gran número de Instituciones que han adquirido sus fotografías: desde la Biblioteca Nacional de París y el Museo Español de Arte Contemporáneo hasta la Biblioteca Municipal de Lyon o la Galería Chateau d'eau en Toulouse, Francia.

"Sólo una persona con su intuición, experiencia y voluntad, puede mantenerse en la fotografía profesional".

MARÍA DEL MAR TAILLEFER

Fotógrafo

"Pretendo ir más allá de la realidad"

María del Mar Taillefer (Málaga, 1973) se inició desde temprana edad en la fotografía. Primer Premio del Concurso Nacional de Fotografía patrocinado por la firma Passport Scoth en 1992, ha plasmado con el objetivo de su cámara desde los más bellos modelos hasta los más anónimos transeúntes de la India, Nepal, Thailandia y Singapur. También ha trabajado en Londres, e imágenes suyas han visto la luz en revistas italianas de moda. En esta entrevista, María del Mar Taillefer nos habla de las señas de identidad de su fotografía y de sus planes de futuro.

"Para la fotografía artística hay que tener mucha paciencia".

—Usted trabaja en la fotografía artística, ¿ha pensado en dedicarse al periodismo gráfico?

—En absoluto. Es un campo que no me interesa para nada. Prefiero trabajar en la publicidad o en el arte. El periodismo sólo se ciñe a la realidad, y yo con la fotografía quiero ir mucho más allá.

—Sin embargo se dedica ahora a un tipo de fotografía muy personalizada, de temática familiar.

—Sí, pero son reportajes clásicos, muy artísticos, muy especiales, y que les gustan al público. Con ellos obtengo dinero, simplemente.

—¿Este rechazo al periodismo gráfico se debe a la excesiva competitividad entre profesionales de este sector?

—En cierto modo, sí. Respecto a la competitividad en la fotografía, conozco todo tipo de experiencias, tanto buenas como malas. Cuando trabajé en Londres, al principio, los otros fotógrafos se mostraban reacios a confesar sus trucos, a ayudarme. Luego, por suerte, todo eso cambió y sí que pude aprender a su lado.

—Ha trabajado en Londres y ha realizado reportajes fotográficos de la India, Nepal, Thailandia, Singapur. ¿Siente que ya ha madurado como profesional?

—No. Nunca se termina de madurar. Quizá, con los años, la técnica pueda mejorar; pero mi imaginación y creatividad es la misma ahora que hace diez años.

—Trabaja casi siempre en blanco y negro, ¿por qué?

—Con el blanco y negro se reflejan mejor sensaciones como la soledad, la tristeza. Con el color esto apenas se consigue, y yo quiero transmitir, ante todo, sensaciones.

—¿Cuida el detalle?

—Por supuesto, hasta tal punto de repetir una fotografía una y otra vez hasta que salga bien. Para la fotografía artística hay que tener mucha paciencia.

—¿Cuáles son sus proyectos de futuro?

—Vivir de la fotografía y ser alguien dentro de este mundillo.

—¿Cuál es la fotografía que no ha hecho y que le gustaría hacer?

—La que reflejara algo duro e impactante.

La sinceridad de Natacha Martínez

La obra gráfica de esta artista granadina se caracteriza por su sinceridad. El conjunto de instantáneas dedicadas a los niños, principalmente, transmiten calor y afecto: sus fotografías tienen vida.

Imaginamos entonces a una profesional comprometida con su obra, marcado por un sello muy personal. Y sólo un artista que sienta verdadero cariño por lo que capta su objetivo puede seducir y emocionar con, por ejemplo, la mirada de un niño que sonríe con desparpajo a la cámara.

La carrera profesional de Natacha Martínez se ha desarrollado en el periodismo como cámara de televisión.

Servicios de la Feria

- Atención al expositor
- Azafatas
- Cafetería
- Departamento de Estadística
- Diario de la Feria
- Gabinete de Prensa
- Información y Control
- Medios Audiovisuales
- Megafonía
- Sala de Proyecciones
- Sala VIP
- Salón de Actos

MANUEL CORONADO
Presidente de SERVICOM

"La demanda nos obliga a todos a conocer qué son las autopistas de la información"

Manuel Coronado es presidente de Servicom, empresa española con ambición internacional y multilingüe, líder en el suministro de información "on line". Coronado nos acerca en esta entrevista al mundo de las "autopistas de la información", herramienta básica para gestionar las empresas del futuro más cercano.

—¿Qué son las autopistas de la información?

—Hoy en día es un concepto muy discutido, aunque no muy conocido, por ser nuevo. No son algo tangible, pero son un camino para transitar y, básicamente, unir dos ordenadores a través del medio que sea, y este medio es la autopista. Esa conexión se hace por satélite aunque acaba siempre por llegar a través de una línea telefónica.

En el momento en que hubo ordenadores y teléfono, sin existir se dio en potencia, cuando a alguien se le ocurrió hace ya muchos años, conectar los dos primeros ordenadores a través de una línea telefónica. En ese momento existió el primer camino de lo que años después se llamaría, primero por el señor Clinton y después por todos nosotros, las autopistas de la información. Este término ha sido adoptado por todos los idiomas.

Por lo tanto es la comunicación entre ordenadores, que potencialmente unen al mundo entero, incluyendo un barco en alta mar o un avión en vuelo.

Esta maravilla ofrece la posibilidad de tener en la pantalla del ordenador en su casa una comunicación en tiempo prácticamente real. El camino entre esos dos ordenadores, o esos más de treinta millones de ordenadores conectados hoy ya a Internet, son las tales autopistas.

Esto va a cambiar de forma notoria la vida de los seres humanos, debido a esa posibilidad de comunicarse con constancia, por escrito, con acompañamiento de imágenes por el mismo conducto.

Es un asunto que conjuga por primera vez, y satisfactoriamente, telecomunicaciones e informática. La diferencia que existiría con respecto al fax, que también tuvo gran importancia, sería que un mensaje transmitido por fax lo puede leer cualquiera que esté junto a él. Sin embargo cuando la comunicación es enviada por ordenador y llega a éste -aunque esté apagado-, el transmisor tiene acuse de recibo de que ya está dentro de ese ordenador. Cuando el destinatario conecta con su ordenador y accede con su clave, única en el mundo, la persona que envió el mensaje recibe el acuse de recibo de que el destinatario, y sólo él, lo ha leído. Esta ya es una gran diferencia sobre el fax.

Cuando el dueño de la clave imprime el mensaje, porque por ejemplo es muy extenso, el emisor recibe de nuevo un acuse de recibo de que eso ha sido impreso. De modo que tres acuses de recibo contra ninguno del fax. Tanto es así que a través de los mismos autopistas se envían faxes, de modo que también los que estamos en ello nos encanta que existan los faxes, los utilizamos para aquellos que no tienen ordenador.

Manuel Coronado.

> ***"Las autopistas de la información van a cambiar de forma notoria la vida de los seres humanos".***

Después tenemos la combinación con la videoconferencia. A través de las autopistas de la información se ve la cara de la otra persona, y tenemos la posibilidad de ver cómo nos está viendo la otra persona. Hablamos con el ordenador como si fuera un teléfono.

Todo esto hace que en la gestión, sobre todo de la dirección de las empresas, estén muy integradas las sucursales con la central a través de las autopistas.

—¿Qué sector cree que es el más beneficiado con las autopistas de la información?

—No cabe decir un sector u otro: la enseñanza, la gestión en general, la formación permanente, reciclaje constante, la banca, la publicidad. No cabe pensar en ningún sector.

—¿Qué representan las autopistas de la información para el mundo de la publicidad?

—Abordándolo por una de las muchas vertientes, la comunicación permanente con el cliente, evitando demoras que a veces son perjudiciales o que crean verdaderas crisis en las agencias. Para llegar a tiempo a presentar cosas por la pantalla al responsable de la empresa, constantemente se le pueden transmitir las variaciones que se puedan producir en imagen o textos, ganando tiempo en la presentación, y cuando llega ese momento, está todo definido.

También sirve para la comunicación con clientes, para coordinar con proveedores -porque no todo se hace en la agencia-, comunicación con los propios medios. Todo esto en tiempo real se puede ver en la pantalla del proveedor, del cliente, de la agencia, en este caso intermediaria.

—¿En qué lugar se sitúa España, hoy en día, en relación con otros países en cuanto al desarrollo de las autopistas de información?

—Aún no está "muy en la onda", con otro nivel de desarrollo en ese campo. Seguramente a un alto porcentaje a los que se los hablara de los servicios "on line" en este momento les parecería una cosa de ciencia ficción.

Hace unos meses se decía que en cuatro años habría cien millones de ordenadores conectados a Internet. Hoy se dice que esa cifra se alcanzará en el año 1996, por lo que nos obliga a todos a conocer, a saber de qué va, probarlo, y no quedarse desconectado.

—¿Qué es Servicom?

—Servicom es una empresa que ofrece un proceso largo y serio desarrollo en nuestro país que ofrece los servicios "en línea".

Servicom es una empresa española, la primera con ambición internacional y multilingüe. Ha nacido con una tecnología, aprovechando los aciertos y fallos de seis grandes empresas americanas.

Es importantísimo que se produzca al precio de la llamada local; comunicamos con sonido, con imagen y con datos a un número al precio de la llamada local -en España 130 pesetas la hora, la hora más cara, y con esa llamada de un ordenador al nodo, al centro de comunicaciones de Servicom en su ciudad ya a cargo de Servicom puede comunicarse con el mundo entero.

MÓNICA URUÑUELA HERNÁNDEZ
Creadora del logotipo-anagrama EXPOINTE'95
Técnico en Publicidad y Relaciones Públicas
Escuela de Comunicación de INTE

"Nuestro logotipo-anagrama transmite fuerza, impacto, dinamismo y atracción"

"El diseño del logotipo-anagrama intenta facilitar en el emisor del mensaje una fácil lectura y recordatorio inmediato. Los colores corporativos seleccionados buscan su inmediata identificación.

El logotipo-anagrama de EXPOINTE'95 transmite connotaciones de fuerza, impacto, dinamismo y atracción. El grafismo se ha desarrollado y ha utilizado una tipografía novedosa, llamativa y original".

EXPOINTE95

POSTERING

I Exposición de Postering: Arte Publicitario

Postering es un nuevo concepto de comunicación.

A través de una revista de Posters de Publicidad, Postering pone en relación a la Marca con su público objetivo.

La revista es una muestra del arte publicitario actual y permite adquirir esas piezas en exclusiva, y por primera vez en formato poster.

Simultáneamente con la 1ª Feria de la Comunicación Social, EXPOINTE'95, presenta su Primera Exposición "Postering: Arte Publicitario".

En dicha exposición se muestran piezas de reconocido prestigio, como Jack Daniel's, Schweppes, y Lucky Strike, entre otras.

Postering recibió el Primer Premio de Publicidad al *Medio más Innovador y Eficaz* del Colegio Universitario de Segovia, 1995.

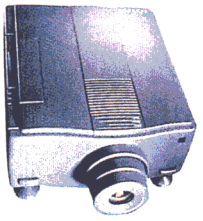
Paralelamente a la exposición, los creadores de Postering, Luis Esteban y Tomás Marcos, explicarán el concepto en una conferencia denominada "Postering: una nueva alternativa de comunicación", que tendrá lugar el 28 de junio a las 12:00 horas.

La Flexibilidad Multimedia

PARA COMUNICAR CON EXITO

La gama más amplia de sistemas de presentación

DV-Magic II
Pantalla LCD. Datos y Vídeo



Lite Pro 580
Proyector. Datos y Vídeo

LSK IBERICA

Presentation Perfect

Buscamos distribuidores. Para más información llamar a:
LSK Ibérica, S. L. C/. Rosa de Silva, 5 1°C E-28020 MADRID Télf.: 91-5700433 Télf./Fax: 91-5720886

TARJETA CLUB VIP

EXPOINTE'95

EXPOINTE'95

CLUB VIP

FERIA DE
LA COMUNICACION SOCIAL

26-30
JUNIO

ANA BASCHWITZ

MODELO DE CUESTIONARIO PARA VOTACION AL "MEJOR STAND EXPOINTE'95" Y OPINION GENERAL SOBRE LA FERIA

EXPOINTE'95

I FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

26 - 30 JUNIO

APELLIDOS :_____

NOMBRE :_____

OCUPACIÓN :_____

EDAD :14-19 ☐ 20-25 ☐ 26-31 ☐ 32-37 ☐ 38-43 ☐ 40 O MÁS ☐

DIRECCIÓN :_____

PROVINCIA :_____ CÓDIGO POSTAL :_____

TELÉFONO :_____ FAX :_____

¿CUÁL ES EN SU OPINIÓN EL MEJOR STAND? _____

¿QUÉ ASPECTOS DE EXPOINTE'95 LE HAN PARECIDO MÁS RELEVANTES?

_____

_____

_____

ANEJO XII

MODELO DE CARPETA DE DOCUMENTACION PARA PRENSA

mira
oye
habla
comunícate
EXPO INTE'95
FOTO
1a
FERIA DE
LA COMUNICACION SOCIAL
INTE
INSTITUTO
INTERNACIONAL
DE TECNICAS
ESPECIALIZADAS
26-30
JUNIO
PASEO DE LA HABANA 43 MADRID

EXPOINTE'95

COMITE DE HONOR DE "EXPOINTE'95"

PRESIDENTE

Excmo. Sr. Gustavo Suárez Pertierra
Ministro de Educación y Ciencia

VOCALES

D. Gustavo Villapalos
Rector de la Universidad Complutense de Madrid

D. Javier Fernández del Moral
Decano de la Facultad de Ciencias de la Información

D. Jaime de Urzáiz y Fernández del Castillo
Presidente del Consejo General de Asociaciones de Profesionales de RRPP de España

D. Miguel Garrido de la Cierva
Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid

D. Miguel Herrero Lera
Director del Gabinete de la Ministra de Cultura

COMITE ORGANIZADOR

PRESIDENTE
D. Mariano G. Díaz Velasco
Director General de INTE

VICEPRESIDENTA 1ª
Dª María de los Angeles González Tojeiro
Directora Técnica de INTE

VICEPRESIDENTA 2ª
Dª Olga Martínez
Coordinadora de la Escuela de Comunicación de INTE

DIRECTORA GENERAL EJECUTIVA
Dª Ana Baschwitz Gómez de las Bárcenas

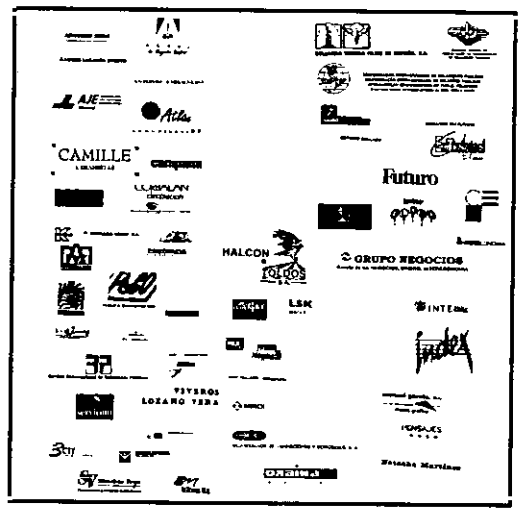
COORDINADORA
Dª Carmen Alfonso

VOCALES
D. José Luis Acón, Dª Belén Huertas, Dª Rocío Basagoiti, Dª Ana Belén González, Dª Elena Gutiérrez, Dª Belén López, Dª Rosy Martínez Burgos, D. Juan Martínez, D. Alfonso Martínez, Dª Isabel Uriarte, Dª Mónica Uruñuela

Algunos Medios de Comunicación presentes en la Feria

INSTUTUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

Paseo de la Habana, 43
28036 MADRID
Tel.: (91) 344 05 05
Fax. (91) 344 06 15



SECTORES REPRESENTADOS

- Agencias de Comunicación Social (incluye Relaciones Públicas)
- Agencias de Publicidad
- Artes Gráficas
- Artículos Promocionales
- Asociaciones Profesionales
- Catering
- Centros de Educación
- Decoración
- Departamentos de Marketing
- Diseño Arquitectónico
- Diseño Gráfico
- Empresas
- Escuela
- Exposiciones, Congresos y Convenciones
- Arte Floral
- Fotografía
- Fotomecánica
- Informática
- Investigación de mercados
- Marketing
- Medios Audiovisuales
- Medios de Comunicación Social:
  - Agencias de Noticias
  - Diarios
  - Semanarios
  - Revistas
  - Radio
  - Televisión
- Posterng
- Publicidad Exterior

EXPOINTE'95

FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

INTE INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

26-30 JUNIO

PASEO DE LA HABANA 43. MADRID

INTE INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

COMUNICADO DE PRENSA
Madrid, 26 de Junio de 1995

Con el Ministro de Educación y Ciencia como Presidente de Honor

EXPOINTE'95, I FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

Del 26 al 30 de Junio de 1995 se celebrará EXPOINTE'95, I Feria de la Comunicación Social, que dará a conocer las nuevas tendencias y tecnologías de la comunicación. Dicho evento tendrá lugar en el Instituto Internacional de Técnicas Especializadas (INTE), sito en el Paseo de la Habana, 43.

Más de sesenta expositores participan en EXPOINTE'95, conscientes de la importacia que representa hoy día la Comunicación Social en la Imagen Pública de la empresa moderna. Estarán representados los sectores de artes gráficas, editoriales, agencias de Comunicación Social Integral (Relaciones Públicas) y Publicidad, marketing, productoras, medios audiovisuales, informática, diseño artístico y gráfico, anunciantes, publicidad exterior, empresas organizadoras de exposiciones, congresos y convenciones, centros de educación, medios de comunicación social y asociaciones profesionales.

Los tres mil metros cuadrados del INTE albergarán también, y con motivo de dicha Feria, exposiciones de carteles y fotografías. Se celebrarán conferencias y mesas redondas, con intervenciones que correrán a cargo de profesionales de la Comunicación Social, de reconocido prestigio, y se abordarán, entre otros temas, "El futuro de las Autopistas de la Información", el "Postering", "La agencia de Comunicación Social Integral" o los nuevos caminos de la Publicidad.

Presencia oficial

EXPOINTE'95 tiene el privilegio de contar en su Presidencia de Honor con Gustavo Suárez Pertierra, Ministro de Educación y Ciencia, como vocales de dicho Comité de Honor figuran: Miguel Herrero Lera, Director General del Gabinete de la Ministra de Cultura; Gustavo Villapalos, Rector de la Universidad Complutense de Madrid; Javier Fernández del Moral, Decano de la Facultad de CC. de la Información de la Universidad Complutense de Madrid; Jaime de Urzáiz y Fernández del Castillo, Presidente del Consejo General de Asociaciones de Profesionales de RRPP; Miguel Garrido de la Cierva, Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid.

Su presencia pone de manifiesto la importancia de la Comunicación Social Integral en la gestión de las empresas del futuro más cercano, así como tema de estudio en los diferentes Centros de Formación y Universidades españolas dedicadas a la Comunicación.

Para más información:
Ana Baschwitz
Juan Pedro Molina
Tel.: (91) 435 48 85 Fax: (91) 577 46 03

INTE INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

EXPOINTE95

Un reto apasionante

Mariano G. Díaz Velasco
Director General de INTE

"Cuando a comienzos de curso me fue propuesta como práctica de los alumnos de tercer curso de la Escuela de Comunicación del Instituto la organización de una Feria de la Comunicación, me pareció un reto apasionante. En INTE, desde su creación, la aplicación práctica de los conocimientos teóricos adquiridos por los alumnos ha venido siendo una constante de nuestro quehacer docente. La preocupación del equipo rector ante este proyecto fue la de combinar los estudios de las materias del curso con las Campañas de Publicidad y de Relaciones Públicas -trabajos, ambos, de fin de carrera- que se exhiben en EXPOINTE'95, y la responsabilidad adicional que echábamos a las espaldas de los alumnos al organizar este evento.

Hoy, me congratula comprobar que EXPOINTE'95 es una magnífica realidad que confirma la profesionalidad alcanzada a lo largo de tres años de intensos estudios por unos jóvenes que, frente al pesimismo que los circunda, son capaces de organizar esta Iª Feria de la Comunicación.

Es, sin duda, el entusiasmo de estos jóvenes el que ha movido a más de sesenta entidades públicas y empresas privadas, presentes como expositores, y a un buen número de profesionales de todos los sectores que actúan dentro de este trascendental fenómeno que es la Comunicación y que tanta influencia tiene en la sociedad actual.

A todos cuantos han colaborado en EXPOINTE'95 nuestro más sincero agradecimiento, muy especialmente a las personalidades que han aceptado formar parte del Comité de Honor. También quiero agradecer desde estas páginas la generosa profesionalidad de Dña. Ana Baschwitz, Directora General de Urzáiz & Urzáiz y profesora, este año, de prácticas de Relaciones Públicas del tercer curso de la Escuela de comunicación de INTE, y Dña. Carmen Alfonso, profesora de Relaciones Públicas de INTE. Con su inestimable impulso han hecho posible dar vida a esta Feria.

Por último, envío desde aquí un cordial saludo a cuantos nos visiten estos días, deseándoles una feliz estancia entre nosotros".

Paseo de la Habana, 43 - 28036 MADRID
Teléfs.: 344 05 05 / 344 12 23 - Fax 344 06 15
S.A.R. CIF. A-78509007

COMITE DE HONOR DE "EXPOINTE'95"

Presidente

Excmo. Sr. Gustavo Suárez Pertierra
Ministro de Educación y Ciencia

Vocales

D. Miguel Herrero Lera
Director del Gabinete de la Ministra de Cultura

D. Gustavo Villapalos
Rector de la Universidad Complutense de Madrid

D. Javier Fernández del Moral
Decano de la Facultad de CC. de la Información

D. Jaime de Urzáiz y Fernández del Castillo
Presidente del Consejo General de Asociaciones de Profesionales de RRPP

D. Miguel Garrido de la Cierva
Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid

COMITE ORGANIZADOR DE "EXPOINTE'95"

Presidente

D. Mariano G. Díaz Velasco
Director General de INTE

Vicepresidenta 1ª

Dª María de los Angeles González Tojeiro
Directora Técnica de INTE

Vicepresidenta 2ª

Dª Olga Martínez
Coordinadora de la Escuela de Comunicación de INTE

Directora General Ejecutiva

Dª Ana Baschwitz Gómez de las Bárcenas

Coordinadora

Dª Carmen Alfonso

Vocales

D. José Luis Acón
Dª Rocío Basagoiti
Dª Ana Belén González
Dª Elena Gutiérrez
Dª Rosy Martínez Burgos
D. Juan Martínez
D. Alfonso Martínez
Dª Isabel Uriarte
Dª Mónica Uruñuela
Dª Belén López
Dª Belén Huertas

EXPOINTE'95

Organizado por la VI Promoción de la Escuela de Comunicación de **INTE**

SEDE: **INSTITUTO INTERNACIONAL**
DE TECNICAS ESPECIALIZADAS, INTE
PASEO DE LA HABANA, 43
28036 MADRID
TEL.: (91) 344 05 05
FAX : (91) 344 06 15

SECRETARIA: **INTE**
PASEO DE LA HABANA, 43
28036 MADRID

TEL.: (91) 344 05 05
FAX : (91) 344 06 15

EXPOINTE95

I FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL
MADRID
DEL 26 AL 30 DE JUNIO 1995

PROGRAMA DE ACTIVIDADES

DIA 26

12:00 H. INAUGURACION OFICIAL
PRESIDIDA POR EL ILUSTRÍSIMO SR. D. JAVIER FERNÁNDEZ DEL MORAL, DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID Y POR D. MARIANO G. DÍAZ VELASCO, DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO INTERNACIONAL DE TÉCNICAS ESPECIALIZADAS.
PRESENTACION DE EXPOINTE'95
A CARGO DE ROCÍO BASAGOITI, ALUMNA DE 3° DE TÉCNICOS DE COMUNICACIÓN, EN REPRESENTACIÓN DEL RESTO DE LOS ALUMNOS.
PROYECCION DEL VIDEO "EXPOINTE'95".
ENTREGA DE ESCULTURA SÍMBOLO CONMEMORATIVO DE LA FERIA "EXPOINTE'95"

12:30 H. RUEDA DE PRENSA CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL ASISTENTES A LA INAUGURACIÓN.

13:00 H. COCKTAIL DE INAUGURACIÓN DE LA I FERIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL "EXPOINTE'95"

19:00 H. CONFERENCIA: "LAS AUTOPISTAS DE LA INFORMACIÓN", A CARGO DE MANUEL CORONADO SALVADOR, PRESIDENTE DE SERVAL.

DIA 27

12:00 H CONFERENCIA: "LA COMUNICACIÓN DE A.J.E. MADRID Y CASOS DE COMUNICACIÓN DE JÓVENES EMPRESARIOS". PONENTES: MIGUEL GARRIDO DE LA CIERVA, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE JÓVENES EMPRESARIOS DE MADRID Y MANUEL BALSERA, DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN Y DIRECTOR DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN DE EC&P-RUIZ NICOLI

13.00 H CONFERENCIA: "HERRAMIENTAS FINANCIERAS PARA EL DESARROLLO DEL MARKETING". PONENTES: ANDRÉS LÓPEZ MORA, SUBDIRECTOR GENERAL DE FIANZAS Y CRÉDITO - CÍA. DE SEGUROS Y REASEGUROS, S.A. Y ANTONIO SÁNCHEZ GÓMEZ, DIRECTOR GENERAL DE INEFISA, S.A.

17:30 H MESA REDONDA Y DEBATE, CON LA PROYECCION DE LA PELÍCULA "JUAN NADIE" Y LA PARTICIPACION DE: LUIS ANGEL SANZ DE LA TAJADA , CATEDRÁTICO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID; JOSÉ ANTONIO REVILLA, DIRECTOR COMERCIAL Y DE MARKETING DE LA REVISTA FUTURO; JORGE RODRÍGUEZ, PROFESOR DE "ANÁLISIS Y DIRECCIÓN DE CAMPAÑAS" DE INTE; JOSÉ BRIZ, DIRECTOR DE CINE, CRÍTICO Y MIEMBRO DE ADIZCAIN Y AMANDO DE MIGUEL, SOCIÓLOGO Y CONSEJERO DE RTVE.

DIA 28

10:30 H CONFERENCIA: "NUEVOS RETOS DEL MARKETING Y EL MERCHANDISING ANTE EL 2000". PONENTE: ENRIQUE FEIJOO Y FEIJOO, LICENCIADO EN CC. DE LA INFORMACIÓN, PUBLICIDAD Y RRPP, PROFESOR DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN DE INTE.

12:00 H CONFERENCIA: "POSTERING: UNA NUEVA ALTERNATIVA DE COMUNICACIÓN" CON LA PRESENCIA DE TOMÁS MARCOS Y LUIS ESTEBAN, DIRECTORES DE POSTERING SERVICES, S.L. Y CREADORES DEL CONCEPTO "POSTERING"

19:00 H CONFERENCIA: "LA AGENCIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL INTEGRAL", IMPARTIDA POR JAIME DE URZÁIZ Y FERNÁNDEZ DEL CASTILLO, PRESIDENTE DEL GRUPO URZÁIZ & URZÁIZ ASOCIADOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL INTEGRAL, S.A.

DIA 29

13:00 H CONFERENCIA: "A LA CONQUISTA DEL ANUNCIANTE" POR ANTONELLA BROGLIA, BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR DE DMB&B (D'ARCY MASIUS BENTON & BOWLES), AGENCIA DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL.

17:00 H CONFERENCIA: "BELOW THE LINE", POR BERNARDO RABASSA, PRESIDENTE DE CONSULTORES PARA EUROPA BERNARD KRIEF, S.A.

19:00 H CONFERENCIA: "HACIA DÓNDE VA LA PUBLICIDAD", POR FERNANDO HERRERO PÉREZ, DIRECTOR GENERAL Y CONSEJERO DE TIEMPO B.B.D.O., S.A.P.

DIA 30

10:00 H FALLO DEL CONCURSO "MEJOR STAND EXPOINTE'95", ENTRE TODOS LOS EXPOSITORES PARTICIPANTES EN LA FERIA.

11:00 H ENTREGA DEL PREMIO "CARTEL DE EXPOINTE'95", AL MEJOR CARTEL ANUNCIADOR DE LA FERIA.

12:00 H CERTAMEN DE VIDEO "MUESTRA DE SPOTS DE PUBLICIDAD", REALIZADOS POR LOS ALUMNOS DE 3° DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN DE INTE, CON LA COLABORACIÓN DE ANTONIO LACASA, CONSULTOR DE COMUNICACIÓN Y PROFESOR DE MEDIOS AUDIOVISUALES DE INTE.

13:00 H ACTO DE CLAUSURA DE LA I FERIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL "EXPOINTE'95".

14:00 H FIESTA DEL CAVA Y SORPRESA DE DESPEDIDA.

EXPOINTE95

I FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

26 - 30 JUNIO

SECTORES REPRESENTADOS

- Agencias de Comunicación Social Integral (Relaciones Públicas) y Publicidad
- Artes Gráficas
- Artículos Promocionales
- Asociaciones Profesionales
- Catering
- Centros de Educación
- Decoración
- Departamentos de Marketing
- Diseño Artístico
- Diseño Gráfico
- Editoriales
- Escultura
- Exposiciones, Congresos y Convenciones
- Arte Floral
- Fotografía
- Fotomecánica
- Informática
- Investigación de mercados
- Marketing
- Medios Audiovisuales
- Medios de Comunicación Social:
  - Agencias de Noticias
  - Diarios
  - Semanarios
  - Revistas
  - Radio
  - Televisión
- Postering
- Publicidad Exterior
- Regalos de Empresa
- Rotulación

EXPOINTE95

I FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

26 - 30 DE JUNIO

RELACIÓN DE EMPRESAS EXPOSITORAS

ADVANCED SIGNS
ALFIL, COMPAÑIA GRAFICA
ANDRES LASANTA - ESCULTOR
ANTONIO TABERNERO - FOTOGRAFO
ASOCIACION DE JOVENES EMPRESARIOS DE MADRID
ATLAS COMUNICACION
"CAMILLE" CERAMISTAS
CAMPAÑA (REVISTA)
C & CH MULTICLIP, S.L.
CLUB DE DIRIGENTES DE MARKETING
COLUMBIA TRISTAR FILMS DE ESPAÑA, S.A.
CONSULTORES PARA EUROPA BERNARD KRIEF, S.A.
CORBALAN DECORACION
CYBERMUNDI, S.L.
CONFIARP - CONFEDERACION INTERAMERICANA DE RELACIONES PUBLICAS
CONSEJO GENERAL DE ASOCIACIONES DE PROFESIONALES DE RRPP
EDUARDO MATURANA
ESTUDIO COLLADO
EXTENSION
FUNDACION ONCE
FUTURO (REVISTA)
GACETA UNIVERSITARIA
GRAFICAS ARIES, S.A.
GRUPO INTERGLOBO
GRUPO IP (REVISTAS: IPMARK/ DISTRIBUCION ACTUALIDAD /NUEVA EMPRESA)
GRUPO NEGOCIOS (REVISTA: DINERO / DIARIO: LA GACETA DE LOS NEGOCIOS / RADIO INTERECONOMIA)
HALCON TOLDOS, S.A.
INTE - INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS
LETTERFACE PHOTOSTAMPS, S.L.
LSK IBERICA, S.L.
MAJ COMUNICACION (REVISTAS: RANKING / ECOLOGIA INTERNACIONAL / IDEAS & NEGOCIOS / GRANDES VIAJES)
MANUEL GARCES, S.L. - DISEÑO GRAFICO
MAR TAILLEFER - FOTOGRAFIA
MENSAJES
MERCK, AGVET DIVISION
"NATACHA" FOTOGRAFIA
O.E.C., S.A. - ORGANIZACION DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS
OKAINA MAGAZINE
PAR FOTOMECANICA
P&CO - PUBLIC & COMMUNICATION
POSTERING SERVICES, S.L.
PREMIUM COMUNICACION
PUBLICHAP
PUERTO LIBRO PERSONALIZADOS, S.L.
RESTCAHON, S.A. - CATERING
REVISTA INTERNACIONAL DE RRPP
SERVICOM
SIMM - AGENCIA DE DOCUMENTACION
SV "SANCHEZ-VEGA"
TELEMARKETING SISTEMAS VIRTUALES, S.L.
TELE TECHNICAL TM, S.L.
3 CIT COMUNICACION SOCIAL
URZAIZ & URZAIZ ASOCIADOS DE COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL, S.A.
VIVEROS LOZANO VERA, S.A.

EXPO INTE 95

la FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

INTE INSTITUTO INTERNACIONAL DE TECNICAS ESPECIALIZADAS

26-30 JUNIO

PASEO DE LA HABANA 43, MADRID

ANEJO XIII

DIFUSION DE EXPOINTE'95 EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

Periodo: Abril-Julio 1995

MODELOS VARIOS DE COMUNICADOS DE PRENSA PARA "DAR A CONOCER" EXPOINTE'95

URZAIZ & URZAIZ Asociados

COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL
NUÑEZ DE BALBOA, 30 - 28001 MADRID
Tels. 435 48 85/435 48 12/435 51 31/435 52 65 - Fax 577 46 03

COMUNICADO DE PRENSA

Madrid, 11 de Mayo de 1995

Por primera vez en España

EXPO-INTE'95 FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

En Madrid, del 26 al 30 de Junio de 1995 va a tener lugar la primera Feria de la Comunicación Social, **EXPO-INTE'95**, en la sede del **Instituto Internacional de Técnicas Especializadas** sito en el Paseo de la Habana, 43.

Participarán las principales empresas nacionales e internacionales de los sectores: banca, artes gráficas, editoriales, agencias de publicidad y de relaciones públicas, centrales de compras, informática, marketing, productoras, anunciantes, medios de comunicación social (agencias de información, prensa, revistas, radio y televiones) y asociaciones profesionales.

Durante los cinco días se desarrollarán actividades paralelas, abiertas al público en general, en las que intervendrán profesionales relevantes y expertos en la materia.

EXPO-INTE'95 se convierte en la primera Feria anual de la Comunicación Social con carácter nacional y cita obligada para los profesionales del sector, que podrán conocer las nuevas tendencias y tecnologías del mundo de la Comunicación Social.

Para más información:

Ana Baschwitz - Tel.: (91) 435 48 85
Mª Angeles González - **INTE** - Tel: 344 05 05/ 344 12 23

C.I.F. A-28787620

Socio Propietario de
European Communication Partners

URZAIZ & URZAIZ Asociados
COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL
NUÑEZ DE BALBOA, 30 - 28001 MADRID
Tels. 435 48 85/435 48 12/435 51 31/435 52 65 - Fax 577 46 03

ESTE FAX TIENE UN TOTAL DE PAGINAS: INCLUIDA ESTA PAGINA

PARA:

DE:

SI VD. NO RECIBE TODAS LAS PAGINAS MENCIONADAS, POR FAVOR LLAME POR TELEFONO O FAX INMEDIATAMENTE. GRACIAS.

COMUNICADO DE PRENSA
Madrid, 16 de junio de 1995

Exposiciones

EXPOINTE'95, Iª FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

Del 26 al 30 de junio de 1995 se celebrará EXPOINTE'95, Iª Feria de la Comunicación Social, que tiene por objeto dar a conocer las nuevas tendencias y tecnologías del área de la Comunicación Social. Dicho evento tendrá lugar en el Instituto Internacional de Ténicas Especializadas (INTE), sito el Paseo de la Habana, 43.

EXPOINTE'95 abrirá puertas a los profesionales de la Comunicación Social y al público en general los días 26, 27, 28 y 29, de 10.00 a 14.00 y de 17.00 a 20.00 horas, y el día 30 de 10.00 a 14.00 horas.

En esta Iª Feria de la Comunicación Social estarán represantados los sectores de banca, artes gráficas, editoriales, centros de educación, agencias de Comunicación Social Integral (Relaciones públicas), marketing, medios audiovisuales, informática, diseño artístico y diseño gráfico, publicidad, productoras, anunciantes, publicidad exterior; empresas organizadoras de exposiciones, congresos y convenciones; medios de comunicación social, asociaciones profesionales.
En total, 60 empresas en 3.000 metros cuadrados.

Para más información:
Ana Baschwitz
Juan Pedro Molina
Tel.: (91) 435 48 85 Fax: (91) 577 46 03

Socio Propietario de
European Communication Partners

LISTADO EN ETIQUETAS DE MEDIOS

DE COMUNICACION SOCIAL

EFE
Dª Lola García Pérez
Jefa de RR.PP.
Espronceda, 32
28003 MADRID

EFE
D. Jóse Prieto
Temas Periodismo
Espronceda, 32
28003 MADRID

COLPISA
D. J. Luis Alvarez
Responsable Información Local
Padre Damián, 43
28036 MADRID

COLPISA
Dª Mercedes Rodríguez
Temas Periodismo
Padre Damián, 43
28036 MADRID

EUROPA PRESS
D. Gerardo Andreu Merelles
Jefe Sec. Autonómica
28046 MADRID

FAX PRESS
D. Fernando Lusson Tejero
Jefe Sección Local
Anunciación, 8-10
28009 MADRID

IBER PRESS - Ag. de Prensa
D. Adrián Gómez del Prado
Información Local
Conde de Xiquena, 15
28004 MADRID

MENCHETA
D. Arturo Mármol Peris-Mencheta
Director
Cea Bermúdez, 24
28003 MADRID

OTR/PRESS
D. Agustín Valladolid
Director
O'Donnell, 12
28009 MADRID

SERVIMEDIA
D.Anselmo Lucio Saiz
Sebastián Herrera, 15
28012 MADRID

ARES, S.A.
D.Andrés García Martín
Director
Isla Graciosa, 4
28034 MADRID

CONTI-FOTO
D. Giovani Ferrari Fiorentino
Director
Fernán González, 57
28009 MADRID

CORDON PRESS
D. Juan Carlos Cordón Rotger
Director
Martínez Izquierdo, 17
28028 MADRID

COVER
D. Miguel González Navarro
Director
Isaac Jiménez, 5
28037 MADRID

FLASH PRESS INT. AGENCY
Dª Margarita Gascón Ibáñez
General Yagüe, 11
28020 MADRID

KEYSTONE NEMES, S.A.
Dª Ana Neufeld Aragón
Avda. de los Toreros, 26
28028 MADRID

STAFF
D. Cristian Moreno Benedicto
Jefe de Información Local
Pez, 26
28004 MADRID

THE IMAGE BANK
D.Manuel Montes Guzmán
Director de Inforamción
Manuel Silvela, 7
28010 MADRID

ABC
D. César de Navascues
Redactor Jefe Madrid
Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 MADRID

ABC
D. Agustín Degrado
Temas Periodismo
Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 MADRID

ABC - NUEVOS TRABAJOS
Sec. Comunicación y Periodismo
Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 MADRID

BLANCO Y NEGRO
D. Juan Ignacio García Garzón
Redactor Jefe
Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 MADRID

DIARIO 16
D.Daniel Lozano González
Jefe Sec. Madrid
Basauri, 17
28037 MADRID

DIARIO 16
D. Antonio Sugar
Basauri, 17
28037 MADRID

DIARIO 16
NUEVOS TRABAJOS
Sec. Comun. y Periodismo
Basauri, 17
28037 MADRID

EL FIGARO
D.Enrique Gómez del Prado
Redactor Jefe
Basauri, 17
28037 MADRID

EL MUNDO DEL SIGLO XXI
D.Pedro Blasco
Redactor Jefe Madrid
Pradillo, 42
28002 MADRID

EL MUNDO DEL SIGLO XXI - NUEVOS TRABAJOS
Sec. Comun. y Periodismo
Pradillo, 42
28002 MADRID

MAGAZINE
D. Miguel Angel Mellado
Redactor Jefe
Pradillo, 42
28002 MADRID

EL PAIS
D. Alex Grijelmo García
Redactor Jefe Madrid
Miguel Yuste, 40
28037 MADRID

EL PAIS
D. Joaquín Prieto
Miguel Yuste, 40
28037 MADRID

EL PAIS - NUEVOS TRABAJOS
Sección Comunicación y Periodismo
Miguel Yuste, 40
28037 MADRID

EL PAIS SEMANAL
D.Alex Martínez Roig
Redactor Jefe
Miguel Yuste, 40
28037 MADRID

YA
D. Miguel Bautista

Valportillo Primera, 11
28100 ALCOBENDAS(MADRID)

YA - NUEVOS TRABAJOS
Sección Comunicación y Periodismo
Valportillo Primera, 11
28100 ALCOBENDAS(MADRID)

DIARIO DE ALCALA
D. José Manuel Serrano Alvarez
Director
Diego Torres, 3
28801 ALCALA DE HENARES

LA INFORMACION DE MADRID
D. José Antonio Contreras
Redactor Temas Comunicación
Francisco Sancha, 4
28034 MADRID

CINCO DIAS
D. Fernando González Urbaneja
Director
Gran Vía, 32
28013 MADRID

EXPANSION
D.Jesús Martínez Vázquez
Director
Recoletos, 1
28001 MADRID

LA GACETA DE LOS NEGOCIOS
D.Carlos E. Rodríguez López
O'Donnell, 12
28009 MADRID

ACTUALIDAD ECONOMICA
D. Eliseo Soria
Dtor. Gral. de Publicidad
Recoletos, 1
28001 MADRID

DINERO
Sr. D. Rafael Navas
Director
O'Donnell, 10
28009 MADRID

ALTA DIRECCION
D. Jorge Pérez Albaladejo
Roble, 24 - Puerta 5
28020 MADRID

DIRIGENTES
D. Arturo Hernansanz
Jefe de Publicidad
Basílica, 15 - 9°
28020 MADRID

ECONOMIA Y FINANZAS
D. Miguel Riñón
Dtor. Publicidad
Lagasca, 21 -1°
28001 MADRID

EJECUTIVOS
Dª Purificación Morcillo
Dtra. RR Exteriores
General Aranaz, 60-chalet 4
28027 MADRID

EL ECONOMISTA
D. Valentín González
Director
Conde de Aranda, 8
28001 MADRID

EL EMPRESARIO
D. Luis Carrillo
Diego de León, 50
28006 MADRID

EL MUNDO FINANCIERO
D. José Luis Barceló Mezquita
Director-Editor
Hermosilla, 93 - 1° Izda
28001 MADRID

EL NUEVO LUNES
Dª Rosario del Río
Pza. de España,18
Torre de Madrid - Plta.7-of.3
28008 MADRID

ELITES
D. Fernando Ruiz-Ogarrio
Editor-Director
P° de la Castellana, 210 - 4°
28046 MADRID

MERCADO
Dª Carmen Azúa
Subdirectora
Valentín San Narciso, 14
28018 MADRID

NUEVA EMPRESA
D. Miguel del Haro
Director
Núñez Morgado, 9 - 1°
28036 MADRID

NUEVO CADUCEO MAGAZINE
D. Emilio Riñón Ramírez
San Francisco de Sales, 17 - 3°
28003 MADRID

RANKING
D. Andrés Martínez Parra
Santa Leonor, 57
Edif. Diapasón, 1 - 4ª Plta
28037 MADRID

CAMBIO 16
D.Román Orozco
Director
Hermanos García Noblejas, 41
28037 MADRID

EPOCA
D.Jaime Campmany
Director
Mesena, 83
28033 MADRID

EL SIGLO
D. José García Abad
Director
Pza. de España, 18 - Plta. 3
28008 MADRID

INTERVIU
D. José Cavero
Director
O'Donnell, 12
28009 MADRID

TIEMPO
D. José Oneto
Director
O'Donnell, 12
28009 MADRID

TRIBUNA DE ACTUALIDAD
~~Dª Mª Eugenia Yagüe~~
Redactora
Eladio López Vilches, 18
28033 MADRID

FUTURO
Dª Wanda Hajduka
Directora
Marqués de Cubas, 21 - 2°
28014 MADRID

CONTROL
Sr. D. Enrique Nebot
Director
C/ Ferraz, 11
28008 MADRID

NOTICIAS DE LA COMUNICACION
Sr. D. Luis Muñiz
Director
Duque de Sesto, 17
28009 MADRID

CAMPAÑA
Sr. D. Daniel Campo
C/ Sagasta, 30
28004 MADRID

ANUNCIOS
Dª Rocío Hernández
Príncipe de Vergara, 15
28001 MADRID

MK-MARKETIN Y VENTAS
Dª Begoña de Miguel
Orense, 39
28020 MADRID

GUIA DEL OCIO DE MADRID
Pedro Jabaloyes Cutillas
Redactor Jefe
Alcalá, 106
28009 MADRID

MADRID - 30 DIAS
D. Javier Colmenares
Ctra. Canillas, 138 - 2ª Plta. Of. 25 C
28043 MADRID

GUIA MADRID (DIARIO 16)
D. Diego García Aranda
Basauri, 17
28023 MADRID

METROPOLI (El Mundo del Siglo XXI)
Dª Milagros Martín-Lunas Gorriti
Pradillo, 42
28002 MADRID

EL PAIS DE LAS TENTACIONES (EL PAIS)
D. Vicente Jiménez
Miguel Yuste, 40
28037 MADRID

SUPERVALLECAS: GUIA DEL OCIO (VALLECAS)
D. Carlos Artieda de Mingo
Sierra de Meira, 57
28038 MADRID

GACETA UNIVERSITARIA
D. José Luis Sánchez Izquierdo
Castelló, 95
28006 MADRID

PERIODICO AUTONOMICO ESTUDIANTES 17
Dª Tránsito Roldán Alvaro
Timón, 18
28223 POZUELO DE ALARCON

ENTE PUBLICO RTVE - 1ª Cadena
Responsable Relaciones Públicas e Imagen
O'Donnell, 77
28007 MADRID

ENTE PUBLICO RTVE - 2ª Cadena
Responsable Relaciones Públicas e Imagen
O'Donnell, 77
28007 MADRID

CENTRO TERRITORIAL TVE, S.A.
Responsable Relaciones Públicas e Imagen
O'Donnell, 77
28007 MADRID

TELECINCO
D. José Antonio Ovies Alvarez
Director de Comunicación
Pza. Pablo Ruiz Picasso, s/n-
Torre Picasso - 28020 Madrid

TELECINCO - Informativos
D. Luis Mariñas
Estudios Telecinco. Ctra. de Irún
Km. 11,700
28049 MADRID

TELEMADRID
Responsable de Relaciones Públicas e Imagen
Espronceda, 32
28003 MADRID

ANTENA 3 TELEVISION
D. Martí Perarnau Grau
Dtor. Com. y Relaciones Externas
Avda. Isla Graciosa, s/n
28700 SAN SEBASTIAN DE LOS REYES (MADRID)

ANTENA 3 - Informativos
D. Jorge del Corral Díez del Corral
Director
Avda. Isla Graciosa, s/n
28700 SAN SEBASTIAN DE LOS REYES (MADRID)

CANAL PLUS
Responsable de Relaciones Públicas e Imagen
Gran Vía, 32
28013 MADRID

CANAL PLUS
Dª Mª Eugenia de Cimas Ollero
Jefa de Prensa
Gran Vía, 32
28013 MADRID

CANAL PLUS - Informativos
D. José María Izquierdo Rodríguez
Director
Pza. Pablo Ruiz Picasso, s/n
Torre Picasso
28020 MADRID

CADENA DE ONDAS POPULARES
Dª Alicia Ayala Sanz
Alfonso XI, 4 - 3º
28014 MADRID

CADENA 100
Responsable Información Local

Valenzuela, 1
28014 MADRID

RADIO ESPAÑA
D. Jacinto Aramendi
Dtor. de Información Local
Manuel Silvela, 9
28010 MADRID

CADENA SER, SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSION S.A.
D. Carmelo Encinas Campa
Jefe de Información Local
Gran Vía, 32
28013 MADRID

CADENA DIAL
Responsable Información Local

Gran Vía, 32
28013 MADRID

RADIO M80 SERIE ORO
Responsable de Información Local
Gran Vía, 32
28013 MADRID

RADIO INTERCONTINENTAL
Responsable de Información Local
Modesto Lafuente, 42
28003 MADRID

RADIO INTERCONTINENTAL
D. Emilio Gómez Plaza
Dtor. Magazine "La Consulta"
Modesto Lafuente, 42
28003 MADRID

RADIO INTERECONOMIA
Responsable de Información Local
Pº de la Castellana, 36 - 38 - 10ª Plta.
28046 MADRID

ONDA CERO RADIO
D. Victor Arribas Vega
Coordinador de Información Local
Pintor Rosales, 76
28008 MADRID

ONDA MINI
Responsable de Información Local
Gran Vía, 31 - 9°
28013 MADRID

RADIO VOZ
Responsable de Información Local
Bolivia, 31
28036 MADRID

RADIO AUTONOMIA MADRID, S.A. "ONDA MADRID"
D. José Ferrero
García de Paredes, 65
28010 MADRID

BARRIO DE CHAMARTIN
D. José Luis Sánchez Izquierdo
Director
Paseo de Recoletos, 14 - 4°Plt.
28001 MADRID

COMUNIDAD MADRILEÑA
D. José Sobrino Herrero
El Carmen, 8
28013 MADRID

BOLETIN DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID
Sacramento, 1
28005 MADRID

CEIM
D. Alberto Delgado
Director
Diego de León, 50
28006 MADRID

CRITICA
Dª Marisa Rodríguez
Directora
Vizconde de Matamala, 3 Bajo
28028 MADRID

DOWNTOWN
D. Daniel Medvene
Director General
Serrano, 82 - 3 Int.
28006 MADRID

EL EUROPEO
D. Juan Antonio Myro
Director General
Serrano, 6 - 2°
28001 MADRID

EL RINCON
D. José Carlos de Santiago
Director - Editor
Pintor Juan Gris, 5
28020 MADRID

GACETA INTERNACIONAL
D. Armando Retrepo
Director
Alonso Cano, 66 1 B
28003 MADRID

LA NACION
D. Félix Martialay
Director-Editor
Florestán Aguilar, 1 Bajo Dcha.
28028 MADRID

LA VENTANA DE MADRID
D. Javier Cuesta
Director
San Raimundo, 4 bajo A
28039 MADRID

MENSAJE
D. Luis Ezquerecocha
Director
Avda. de los Poblados, 6
28080 MADRID

NUESTRO TIEMPO
D. Rafael Guijarro
Director
Edif. Bibliotecas. Universidad de Navarra - 31080 Pamplona

PRIMERA LINEA
D. Julián Poveda
Director
O'Donnell, 10
28009 MADRID

TIEMPO
D. Francisco Cabello
O'Donnell, 12 - 4ª Plta.
28009 MADRID

TIME (Edición para España e Internacional)
International Services Agency S.A.
Director
Infanta Mª Teresa, 4
28016 MADRID

ANIGP
D. José Antonio Peral
Director
Espronceda, 32 - 6°
28003 MADRID

ANTENA DE RADIO Y TELEVISION
D. Eugenio García Toledano
Director
Evaristo San Miguel, 8 - 1°
28008 MADRID

CAPITAL HUMANO
D. Roberto Carballado
Director
Orense, 39
28020 MADRID

CONTROL EXPRESS
D. Francisco Javier San Román
Director-Editor
Ferraz, 11
28008 MADRID

ESTRATEGIAS DE COMUNICACION Y MARKETING
D. David Torrejón
Ferraz, 11
28008 MADRID

GUIA DE LOS MEDIOS
D. César de la Mota
Director
Avda. de Alfonso XIII, 15
28002 MADRID

INTERMEDIOS DE LA COMUNICACION
D. Luis Palacio
Director
Fernando VI, 11 - 4° -7
28004 MADRID

INTERNACIONAL DE RELACIONES PUBLICAS
D.Fernando Lozano
José Ortega y Gasset, 50
28006 MADRID

JOINER
Director
Torrelaguna, 65 - 3° A
28027 MADRID

KIOSKO
D. Raúl Herranz
Director
Sánchez Barcaiztegui, 38 1°
jarding 4 y 5 - 28007 MADRID

LARRA
Hosanna Abela
Silva, 22 - 3°
28004 MADRID

NUEVA PUBLICIDAD
Director
Jardin de San Federico, 5 - 6°
28009 MADRID

PROMOCION DE IMAGEN
D.José Luis Santaolaya
Director-Editor
Juan de Austria, 6
28010 MADRID

RADIO 2000
D. Luis Palacio
Director
Velázquez, 109 - 3° Izda
28006 MADRID

VISUAL
Director
Ferraz, 11
28008 MADRID

ACTUALIDAD DOCENTE
Dª Marisol Moreda
Directora
Españoleto, 19
28010 MADRID

COMUNIDAD ESCOLAR
Director
Alcalá, 34
28071 MADRID

EL MAGISTERIO ESPAÑOL
Dª Mercedes Equibar
Directora
López de Hoyos, 5 - 2° Izda
28006 MADRID

EDUCAR HOY
Directores
Maestro Alonso, 21
28028 MADRID

ENTRE ESTUDIANTES
Dª Julia Benavides
Directora
Alcalá, 87 - 3° Dcha
28009 MADRID

ESCUELA ESPAÑOLA
Dª Julia Solana
Directora
Mayor, 4 - 1°
28013 MADRID

GACETA UNIVERSITARIA DE MADRID
D. José Luis Sánchez Izquierdo
Director
Pº de Recoletos, 14, 4°
28001 MADRID

LA PRENSA EN EL AULA
Director
Pza. Conde Valle de Suchill, 7
28015 MADRID

PRIMERAS NOTICIAS DE COMUNICACION Y PEDAGOGIA
D. José Aliaga Serrano
Cerdeña, 259
08013 BARCELONA

PROFESIONES Y EMPRESAS
Director
Gran Vía, 38 - 9° -1
28013 MADRID

UNIVERSITARIOS HOY
Asoc. IUVE
D. Humberto Martínez Fresneda
Director
San Bernardo, 117 Esc. B - Entplta.
28015 MADRID

MUNDO FERIAL/FERIAS/CONGRESOS
D. David Carlos Gall
Director-Editor
Avda.Marqués de la Valdavia,44 Bajo
28100 ALCOBENDAS (MADRID)

CONGRESOS,CONVENCIONES E INCENTIVOS
D. J.L. González Salgado
Princesa, 1
28008 MADRID

ENFOQUE
D. Juan Ignacio Peña Espina
Director
Marbella, 60
28034 MADRID

NUEVA REV. DE POLITICA, CULTURA Y ARTE
D. Antonio Fontán
Director
Capitán Haya, 23 esc. 2 -9° 1
28020 MADRID

RAZON Y FE
D. Rafael de Andrés
Director
Pablo Aranda, 3
28006 MADRID

GRAFICAS
D. Felipe de Pablo Cereceda
Director y Jefe de Publicidad
Blasco de Garay, 76 1° F
28015 MADRID

GREM
Dª Ana Isabel Corchuelo
Villalar, 6 - 1° Izda
28001 MADRID

IMPREMPRES
D. Josep Harris Juncosa
Director
María Auxiliadora, 5
28040 MADRID

LA GACETA DEL IMPRESOR
D. Joaquín García Blázquez
Director
Blasco de Garay, 76 - 1° F
28015 MADRID

LA PRENSA DE LA INDUSTRIA GRAFICA
Dª Dolores Fernández
Peñascales, 43 dpl. bajo
28028 MADRID

PRESS/GRAPH
Director
Mallorca, 219 - 5° - 2°
08008 BARCELONA

DIFUSION EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

RADIOS

COBERTURA EN RADIOS:

. ONDA CERO

. SER

. RADIO INTERECONOMIA

. INFORMATIVOS VARIOS EN CADENAS NACIONALES Y LOCALES.

PRENSA-REVISTAS

Madrid 30 días

julio 95 / nº14 NOTICIAS y ANUNCIOS CHAMARTÍN/CIUDAD LINEAL NORTE/HORTALEZA

Sportsman
Lugar de encuentros con música en vivo

Madrid sigue sorprendiéndome, había paseado muchas veces por ese tramo de la calle Alcalá que comienza en la Plaza de la Independencia, hasta Cibeles, teminando en el Palacio de Linares. Esta tarde esperando la apertura de los comercios decidí entrar en "Sportsman" un pub inglés, un lugar cómodo y sugerente. Pedí un café con hielo, situándome en la barra, así tenía mejor perspectiva.

Al fondo una chimenea de mármol verde, asemejaba estar encendida. Sus cortinas y tapicerías en rojo escarlata, las paredes atestadas de fotos de famosos personajes del cine, de las letras y de la aristocracia española. Destaca especialmente la divina Ava Gadner, como perpetuándose en el tiempo. El barman solícito me pone el café.

Del ambiente destaca su tranquilidad e intimismo, y un piano de cola al fondo del salón, y unos caballeros entraditos en años conversan con sobrias formas. Pregunto al metre si dan cenas, me dice que sí, también almuerzos de empresas. Me comenta que a partir de las 12 de la noche todos los jueves, viernes y sábados tienen conciertos de piano, está abierto hasta las 2:30 de la madrugada.

Destacar especialmente su amplio surtido de Whiskys, naturalmente ingleses y escoceses. Los precios moderadamente sugerentes. Si deseas disfrutar de un pub típicamente inglés, te sorprenderá gratamente "Sportsman", está al ladito de la Puerta de Alcalá, sin necesidad de coger el avión e irte a Londres.

Sportsman, Pub British (Piano-Bar)
C/ Alcalá, 65

Amparo Crespo

Puzzles

Los adictos a los puzzles están de suerte. A partir de este mes, la librería NOTAS (c/ Caleruega, 39), cuenta con un extenso surtido de rompecabezas de la casa EDUCA, de muchos tipos. Desde puzzles de dos piezas, para bebés, hasta 8.000, para los más exigentes. Pueden encontrarlos también de madera, cartón, seda y fluorescentes. Para todos los gustos y edades. Y para los que no tienen problemas de vista...

Primer Centenario del Cine en Jayri

Este verano puede aprovecharse de promociones especiales en este Videoclub.

Jayri celebra el primer centenario del Cine con sus clientes y por la compra de un bono de diez películas le obsequia con una cinta virgen de vídeo.

Vida de Este chico; Antes de la Lluvia, Misión Explosiva, Cánticos en Paradise, Contra el Muro, La Pasión

noticias de empresas

Nueva Sala de Arte MARMAR en Pinar de Chamartín

Recientemente ha sido inaugurada una nueva sala de arte en el Pinar de Chamartín en la calle Jazmín, 42.

Esta nueva galería es regentada por dos socias que se llaman María Rosa y María Rosa.

La Galería de Arte, Marmar abre sus puertas con talleres de verano de pintura y manualidades, después de diversas exposiciones realizadas en los dos primeros meses.

La duración de los cursos es de septiembre a junio. Llos meses de julio, agosto y septiembre se llevaran a cabo las actividades en grupos con elección previa de fechas y horarios.

En Marmar se imparten clases de Pintura, Acuarela, Dibujo y Manualidades por profesores titulados en Bellas Artes.

Para más información llamar al teléfono 383.18.46

I Feria de la Comunicación Social, Expointe' 95.

El pasado 26 y hasta el 30 de junio tuvo lugar en el Instituto Internacional de Técnicas Especializadas, INTE, un encuentro con los Medios de Comunicación Social con el fin de dar a conocer el papel esencial de la Comunicación en la Imagen de la empresa española.

Los temas objeto del encuentro versaron entre otros sobre las "Autopistas de la Información", las "Herramientas Financieras para el Desarrollo del Marketing", "la Agencia de Comunicación Social Integral", nuevas tendencias de la publicidad y búsqueda del anunciante.

La Feria de la Comunicación social en su primera edición incluía en su Comité de Honor la presencia de Gustavo Suárez Pertierra, Ministro de Educación y Ciencia. Otros grandes nombres se dieron cita, la inauguración fue presidida por el Ilmo. Sr. D. Javier Fernández del Moral, Decano de la Facultad de C.C. de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y por D. Mariano G. Díaz Velasco, Director General del INTE.

Se llevó a cabo un concurso "Mejor Stand Expointe'95" entre los más de sesenta expositores que acudieron a la Feria, donde quedaron representados un vasto conjunto de sectores como Asociaciones Profesionales, Centros de Educación, Editoriales, Medios Audiovisuales, Medios de Comunicación Social, Banca, Fotografía, etc.

Servicios y Equipos de Tecnología Avanzada SETA S.A.

Entre otras actividades, esta empresa asesora y ofrece soluciones para reducir el coste de la energía eléctrica consumida en las grandes instalaciones de Aire Acondicionado, mediante la acumulación de la energía en forma de hielo, haciendo trabajar a los grupos frigoríficos también durante las horas valle (noche), con tarifa eléctrica reducida, y pudiendo así mismo reducir el término de potencia contratado.

SETA, nos recuerda que debemos concienciarnos de la escasez de los recursos y que por ello es imprescindible estudiar las técnicas que permiten disponer más racionalmente de los mismos.

Teléfonos de la C.E.C.U.

364 02 76
364 05 22

Reclame sus Derechos Como Consumidor

La Confederación Estatal de consumidores y usuarios de Madrid ha recibido un total de 26.499 consultas y reclamaciones a lo largo del pasado año.

Casi un 35% de las consultas hacían referencia a temas relacionados con la vivienda y los arrendamientos, algo más de un 10% eran referidas a Agencias de Viaje. En cuanto a las reclamaciones casi el 15% fueron sobre los Transportes Públicos, a continuación la Vivienda en Propiedad Horizontal y las Farmacias.

La CECU recomienda a sus consumidores comparar los precios, solicitar las facturas, fijarse en las fechas de caducidad, consultar la posibilidad de cambiar los artículos, requerir las garantías de los productos, algo que no debe olvidar ningún consumidor.

A su vez se debe tener en cuenta que en caso de considerar vulnerado alguno de sus derechos como tal, u observar algún tipo de irregularidad puede acudir a su asociación de consumidores donde será debidamente informado, y en caso de ser preciso llevar a cabo la reclamación correspondiente.

(Fuente: Revista Consumerismo)

ADRIANA cocina italiana, de cuarta generación

En el Pinar de Chamartín, en Arturo Soria 321, el restaurante Adriana le ofrece cocina italiana, de alta calidad, calidad de una cuarta generación de cocineros. Es una alternativa a las reuniones de negocios, reuniones de empresa, comidas familiares o de amigos. Una grata sobremesa depende mucho de la calidad de la comida. Adriana es la cocinera, Emilio el hombre de atención a los clientes. Le ofrecen un menú del día para aquellos que quieren variar día a día, a un precio muy asequible 1.100 pts. Y a la carta para los que quieren elegir., sin que su bolsillo se resquebraje (entre las 1.900 y las 3.900 pts.). Al degustar un plato de spaghetti no pudimos vencer la tentación de pedirle un buen consejo. Adriana ... para nuestros lectores... ¿cómo hay que cocinar la pasta?

Es muy fácil, pero hay que hacerlo madamente 100 a 150 gramos por persona. Para cuatro personas, habría que poner un recipiente de agua con tres o cuatro litro y dejarlo cocer unos 7 minutos. Esto para las pastas duras como los macarroni, lazos, rigatoni, spaghetti... La pasta blanda como los fettuchini, paglia y fieno (paja y heno), raviolli, tortellini, capellini solo necesitan de 3 a 4 minutos. Una vez retirada la pasta del fuego, llevarla a un recipiente untado con aceite de girasol y poner unas gotas de aceite sobre la pasta, removerla con un tenedor para que se cubra de aceite y evitar que se pegue. Nunca someterla a un baño de agua fría, costumbre muy española, pero que la estropea, rompe la pasta, se pierde el almidón, se hace después mal la digestión y pierde parte de su sabor. Añádale la salsa que guste.

Los factores del fracaso escolar

La ausencia de comprensión familiar y la presión son dos de las principales razones

Llegadas estas fechas, con los exámenes de Selectividad a la vuelta de la esquina, el fantasma del fracaso escolar planea sobre la cabeza de muchos estudiantes. El suspenso puede suponer, para muchos, un serio trauma y, para otros, un cambio radical en su vida.

Sin embargo, según la psicóloga Susana Carro, "el fra- [illegible] escolar no es más que [illegible] del iceberg que esconde otros muchos problemas que no salen a la luz".

Entre los factores que señala Susana Carro, destaca sobre todo *la sordera familiar*..."Los padres no suelen escuchar a sus hijos o no son capaces de saber qué les ocurre. Vivimos en una sociedad en la que ambos cónyuges trabajan y existe poco contacto con la problemática del adolescente", señala.

Otro factor que puede llevar al fracaso escolar es la presión psicológica que recibe el estudiante, sobre todo al llegar a la selectividad, en que tiene que elegir una carrera. "El adolescente siente que esta decisión puede marcar su vida; además, en muchas ocasiones, la presión obliga a elegir un carrera que tenga unas garantías de trabajo, aunque no sea del agrado del estudiante. Esto, tarde o temprano, le causará un trauma", señala Susana Carro.

Proyección

Además, hay que tener en cuenta que, en esta fase de la vida, el joven se está proyectando y está empezando a formar su vida de relación, su identidad sexual y su comportamiento. "En estas situaciones, el núcleo familiar es fundamental. El joven debe abrirse al mundo, pues tampoco es bueno que se vuelque únicamente en el estudio; en estos casos, los padres deben darse cuenta de que algo no marcha bien y que existe un nivel de carencias que llevan al estudiante a refugiarse en los libros exigiéndose un alto nivel de perfeccionamiento", explica la psicóloga.

Otro factor es el alto nivel de exigencia que hay en algunos institutos. Esto se debe a que los profesores de las materias son especialistas y dan las clases como si los alumnos se dedicasen únicamente a esa materia. Si sumamos este esfuerzo en cada una de las asignaturas, comprobamos que el estudiante no puede abarcar todo a un nivel óptimo.

En cuanto a los síntomas más habituales del fracaso escolar, destacan las apatías, las depresiones, la falta de apetito y las adicciones.

Atención a los trastornos de los jóvenes

Susana Carro es, junto con Ariadna Marino, codirectora del Centro de Psicoterapia del Adolescente y el Joven (CEPAJ), un gabinete psicopedagógico que se dedica, básicamente, a los trastornos derivados del fracaso escolar.

A los jóvenes que acuden en busca de ayuda se les entrevista, se habla con los padres y, si los factores son sólo psicológicos, se realizan psicoterapias breves *de abordaje* sólo sobre el problema que afecta al chaval. Las entrevistas suelen ser semanales y, según Susana Carro, "una persona con este tipo de problemas lo único que necesita, algunas veces, es ser escuchado, porque pueden hablar de lo que les pasa tranquilamente".

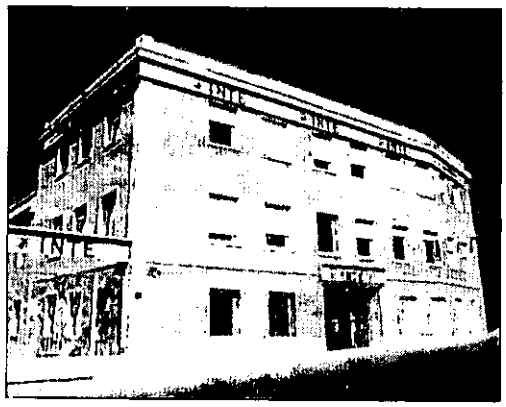
También se realizan entrevistas de *diagnóstico*, de orientación y, a veces, preventivas.

Además de psicólogos, el centro también cuenta con un psiquiatra, que atiende aquellos casos que requieren otro tipo de tratamiento.

Aun así, los pacientes con trastornos más graves son desviados a otros servicios médicos, pues se dan casos que poco tienen que ver con el fracaso escolar y más con esquizofrenias o trastornos de la personalidad.

CEPAJ
☎555 98 10/533 39 51

CURSOS DE IDIOMAS EN PLENA NATURALEZA
A TAN SOLO 70 km DE MADRID
EN EL ALBERGUE SIETE ESTRELLAS
DE GARGANTA DE LOS MONTES
LA MEJOR OPORTUNIDAD PARA SUS HIJOS
CURSOS INTENSIVOS DE INGLES PARA ALUMNOS INTERNOS Y EXTERNOS
EDADES DE 8 A 14 AÑOS
PROFESORES NATIVOS
PERIODOS QUINCENALES EN LOS MESES DE JULIO, AGOSTO Y SEPTIEMBRE
CONFORTABLES INSTALACIONES
AMPLIO PROGRAMA DE ACTIVIDADES ECOLOGICAS, DEPORTIVAS Y CULTURALES
INFORMACION Y RESERVAS • TELS. 350 21 32 / 350 23 09 - FAX: 350 24 99 • JUAN HURTADO DE MENDOZA, 19 - 1.º • 28036 MADRID



ExpoInte'95 se celebra en el número 45 del paseo de la Habana.

ExpoInte'95: aprender a comunicar en el siglo XXI

La I Feria de la Comunicación Social tiene lugar en el paseo de la Habana hasta el 30

El pasado lunes tuvo lugar la inauguración oficial de la *I Feria de la Comunicación Social* que, organizada por el Instituto Internacional de Técnica Especializadas (INTE), tendrá lugar en su sede hasta el próximo viernes.

Aparte de los puestos que los diversos sectores presentes —medios y agencias de comunicación, de publicidad, editoriales, etcétera—, han instalado, *ExpoInte'95* acoge durante esta semana diversas conferencias.

Hoy, destaca la que imparte, a las 19.00 horas, Jaime Urzáiz sobre *La agencia de comunicación social integral*. Mañana, a las 13.00, Antonella Broglia desvelará las tácticas para captar al anunciante. EL viernes tendrá lugar la entrega de premios al mejor *stand* y cartel de *ExpoInte'95*.

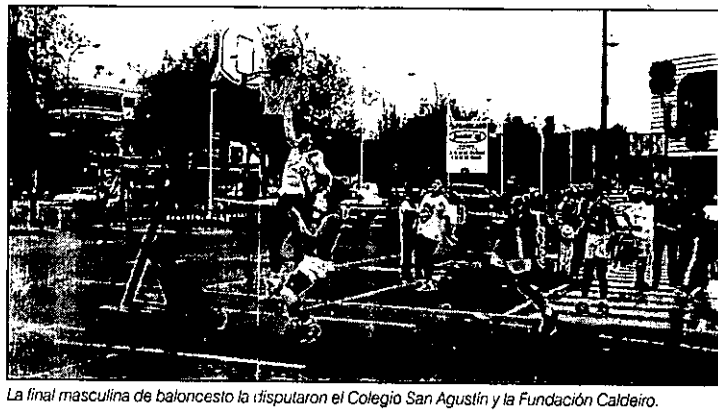
EXPOINTE'95
Paseo de la Habana, 43. De 10.00 a 14.00 horas y de 17.00 a 20.00. ☎ 344 05 05.

Durante la semana pasada, mediante concursos y competiciones deportivas

'Jumbo' celebró su 20º cumpleaños

Con motivo de su vigésimo aniversario, el hipermercado *Jumbo*, de la avenida de Pío XII, celebró la pasada semana diversos concursos y competiciones deportivas.

El Colegio San Agustín se proclamó campeón del torneo masculino de baloncesto al vencer en la final a la Fundación Caldeiro. En categoría femenina, el Inmaculada Concepción se impuso al Patrocinio San José. A la entrega de trofeos acudió Miguel Cantos, ex concejal de Chamartín.



La final masculina de baloncesto la disputaron el Colegio San Agustín y la Fundación Caldeiro.

Miguel Cantos, ex concejal de Chamartín, entrega el primer premio.

El Colegio Inmaculada Concepción venció en categoría femenina.

BARLOVENTO RESTAURANTE

Verduras de temporada y Escabeches Especiales. Carnes Rojas y Pescados Frescos y nuestros Guisos y Postres de siempre *como en casa.*

Servicio de Catering
Abierto domingos y festivos al mediodía

c/ Paseo de la Habana, 84
Reservas: Tel. 458 64 04 / 344 14 79

Memphis Belle RESTAURANTE
c/ Doctor Fleming, 23
RESERVAS:
Tel. 345 62 67
359 81 80

LE OBSEQUIAMOS EL RIOJA DE LA CASA AL PRESENTAR ESTE ANUNCIO

DEGUSTACION DE ARROCES CON BEBIDAS Y POSTRES,
• De martes a jueves noche: 1.650 Ptas.

• Doce variedades de arroces desde 1.100 Ptas.
Destacamos "EL MEMPHIS"
con carabineros, cigalas, gambas, langostinos, etc.: 1.600 Ptas.

AMPLIA CARTA DE TEMPORADA, CARNES ROJAS Y PESCADOS

Cerrado Lunes y Domingos tarde

Restaurante "LA TRAIÑA

Deguste nuestra Exquisita
"CENA DE VERANO

Precio por persona 3.700 ptas. IVA incluid
Postre, vino blanco o tinto de la casa, café, incluidos

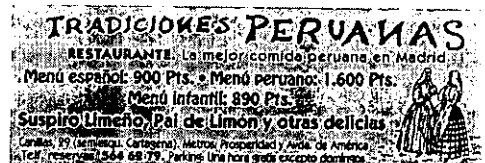
Salones Privados • Servicio de Aparcacoches

Pº de la Castellana, 166
(Pza. Cuzco) Reservas 345 20 85

DAR & GRILL
La Casa de las Costillas

LAS MEJORES COSTILLAS DE MADRID
Aforo 400 personas
C/ Sto. Domingo de Silos, 6 • (Junto Bernabéu) • TLF. 564 21 31

RESTAURANTE · PIZZERIA
Adriano
Continuamos atendiendo a nuestros clientes en
Arturo Soria, 321 Reservas: 576 37 91 - 766 33 18


TRADICIONES PERUANAS
RESTAURANTE. La mejor comida peruana en Madrid
Menú español: 900 Pts. • Menú peruano: 1.600 Pts.
Menú infantil: 890 Pts.
Suspiro Limeño, Pai de Limón y otras delicias
Canillas, 99 (semiesqu. Cartagena). Metros: Prosperidad y Avda. de América
Telf. reservas: 564 68 79. Parking: Una hora gratis excepto domingos

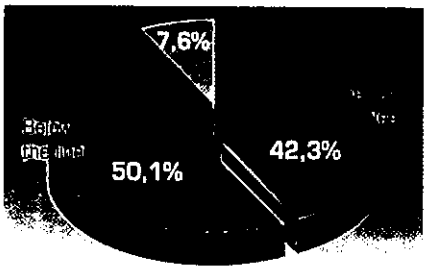
IPMARK

Núm. 450 / 1-15 junio 1995/1.000 PTAS.

INFORMACION DE LA PUBLICIDAD Y EL MARKETING

La inversión publicitaria creció un 1% en 1994

A casi un billón 339.800 millones de pesetas ascendió en España la inversión publicitaria en medios durante 1994. La cifra supone un crecimiento de un modesto 1% sobre el año anterior, según ha podido saber IPMARK.



Poco más del 42% de la inversión total correspondería a los medios tradicionales, incluidas revistas técnicas, mientras que cerca del 58% se habría canalizado hacia otros medios, entre los que figuran los específicos del *below the line*.

Si las fuentes son exactas, los diarios habrían experimentado el 5% de aumento. El cine y la televisión habrían superado el 3%, mientras que la radio no llegó a alcanzar este porcentaje.

Entre los soportes convencionales hubo descensos espectaculares como el de las revistas técnicas, que bajaron un 18%, a la vez que crecimientos igualmente espectaculares como el de la publicidad en mobiliario urbano, que subió algo más del 20%.

Cabe destacar que en el capítulo otros medios las partidas que pueden considerarse estríctamente de *below the line* suman unos 671.700 millones de pesetas (en torno al 50% de la inversión publicitaria global), superando los casi 567.200 millones que totalizan los medios denominados convencionales.

El conjunto de medios convencionales habría experimentado un aumento de la inversión del 1,3% en relación con 1993. En cambio, en el capítulo otros medios el crecimiento fue del 1%, prácticamente igual que el conseguido por el conjunto de los distintos soportes y actividades *below the line*, que se encuentran comprendidas en el mismo apartado.

Dando por buenas las cifras anteriores y aplicándoles el 4,3% del IPC registrado en pasado año, el crecimiento real de la inversión publicitaria en España durante 1994 habría sido negativo en 3,3 puntos. Aunque mejoró sensiblemente sobre la de 1993, que experimentó un descenso del 9,5% en pesetas constantes. ■

IPMARK, testigo del 'antimarketing' de Philip Morris

Marlboro Country fue el escenario, a finales del mes de mayo, de una de las campañas más espectaculares y costosas de *antimarketing*. Philip Morris retiró del mercado 400 millones de paquetes de cigarrillos, con una *inversión* de 25.000 millones de pesetas.

Nuestro enviado especial a Richmond, EEUU, Luis Mármol, fue testigo directo de esta cara operación.

Por otro lado, la agencia estadounidense NW Ayer cambió una directora ejecutiva por otra. Dimitió Steve Dworin y ocupó su puesto otra mujer, Mary Lou Quinlan, mientras Ayer Europa intentaba asociarse con la alemana Springer & Jacoby. *(Pág. 27)* ■

PRENSA DEPORTIVA

Cada vez más joven

El crecimiento del producto prensa deportiva viene por los lectores menores de 35 años, según revela el EGM. (Pág. 46)

Cannes 95 calienta motores

El 42 Festival Internacional de la Publicidad calienta motores. Ya ha empezado la cuenta atrás. La cita es del 19 al 24 de junio en la famosa villa de La Riviera francesa. Este año concurren al certamen 4.211 películas y 4.338 obras gráficas de medio centenar de países. España, que durante los últimos años viene ocupando el tercer lugar en el palmarés, presenta 242 películas y 363 piezas gráficas. ¿Qué le espera en esta edición? Suerte para todos y ¡qué gane el mejor! *(Pág. 13)*.

Aldi, la máquina de vender

En Aldi saben todo de comprar y de vender. Con fama de secretismo, de pagar (y exigir) a sus empleados más que nadie y de manejar también mejor que nadie los márgenes, las rotaciones y la logísti-

ca, son líderes en Alemania, su país de origen. Su entrada en los países del centro europeo, con sus agresivos *hard discounts*, ha convertido la industria y la distribución en un polvorín. *(Pág. 51)* ■

Además

4 **AL CIERRE**
1.000 millones de Calvo para Lowe RZR.

7 **AGENCIAS**
Tabacalera adjudica su cuenta de medios a Media Planning.
Seis agencias finalistas para la cuenta de Airtel.

28 **INTERNACIONAL**
Gran Bretaña entra en la venta por ordenador.

36 **PERFIL**
Ferran Fontal: Marketing a todo motor.

41 **PUBLICIDAD EXTERIOR**
Ante un nuevo reto.

Expo-Inte '95, primera Feria de la Comunicación Social

En Madrid, del 26 al 30 de junio, va a tener lugar la primera Feria de la Comunicación Social, Expo-Inte '95, en la sede del Instituto Internacional de Técnicas Especializadas (INTE), en el paseo de La Habana, 43.

La participación está abierta a los sectores de artes gráficas, editoriales, agencias de publicidad, centrales de compras, informática, marketing, productoras, anunciantes, medios de comunicación social y asociaciones profesionales.

Durante los cinco días se desarrollarán actividades paralelas, abiertas al público en general, en las que intervendrán profesionales relevantes y expertos en la materia.

Para más información: Ana Baschwitz; tel.: (91) 435 48 85.

BREVES

✔ **LLeó-Marqués** ha comenzado a trabajar para Laboratorios Leo tras conseguir la cuenta de Ginseng Leo en concurso. La primera campaña, con un presupuesto de 15 millones, aparece en prensa y revistas. Asimismo, la agencia ha conseguido la publicidad de Lienzo de los Gazules, franquicia de ropa de hogar. La campaña se desarrollará en revistas del sector decoración.

✔ **Delvico Bates Barcelona** inició el pasado 22 de abril una campaña en prensa para promocionar la planificación publicitaria de TV3 fuera de Cataluña, por parte de agencias y anunciantes. Se trata de la segunda fase de una campaña que ya dio comienzo el pasado año.

✔ **Eikona**, agencia de comunicación y relaciones públicas, ha empezado a trabajar recientemente para Producciones Movierecord, TEAM, Iber Address/Leader Systems y Norgren Martonair. Asimismo, la agencia tiene su nueva dirección en la calle Mallorca, 306, 2º. 08037-Barcelona. Tel. (93) 457 13 00 Fax. (93) 457 26 09.

Nombres

- **Gloria García Campamá**, de 28 años, se acaba de incorporar a Solución como planificadora de medios, procedente de Media Planning. Anteriormente, ha trabajado para cuentas como Starlux, Comercial Gallo, Vileda, Larios, Puleva, Frudesa, entre otras.
- **Rosa Camón** y **Mònica Llach** han constituido en Barcelona la agencia de comunicación y relaciones públicas Singulars. Tiene su dirección en la calle Ravella, 10, 1ª 2ª. 08021-Barcelona. Tel. (93) 202 16 21. Fax. (93) 280 37 29.
- **Fernando Cerro** se ha incorporado como director de arte a Vitruvio Leo Burnett. Trabajará fundamentalmente para las cuentas de McDonald's, Unites Airlines y González Byass. Anteriormente ha trabajado en Bozell España, Clarín e ICF.
- **Javier de Inocencio** ha empezado a trabajar en Creativos de Publicidad como director de arte, formando equipo con Begoña de la Cruz. Se ocupará de las cuentas de Ediciones Condé Nast, Ayuntamiento de Madrid, Baty Ram y Siemens Nixdorf. Anteriormente prestó sus servicios en Grupo Barro, GGK, Contrapunto, Publinsa y Artika.
- **Equipo Tres** ha reforzado sus áreas creativa y de cuentas con nuevos profesionales. Estas incorporaciones son Fernando Marugán (redactor), Julio Torreblanca (director de arte), Oyer Corazón (redactor), Amparo Martín Dorado (supervisora), María Martínez-Fresneda (supervisora) y Javier Milans del Bosch (ejecutivo).

TAQUIPSIQUIA

José Viana

César presidente. Creo que hay que felicitar a la AEA por haber tenido el acierto de elegir como nuevo presidente a César Vacchiano. Sin demérito alguno para sus antecesores, pienso que es un hombre adecuado para los momentos actuales y que puede aportar un aire nuevo y refrescante.

César es un gran profesional, conoce la agencia y el anunciante, es un técnico que ha demostrado su sentido práctico en cargos muy importantes y tiene un olfato especial para manejar la realidad del mercado. Además, es una persona entrañable.

Por otra parte, estoy seguro de que va a formar un tándem estupendo con David Torrejón. La AEA tiene un futuro prometedor y César lo va a demostrar a poca ayuda que tenga. Lo veréis.

Tabaco y Alcóhol. El grupo parlamentario Popular en el Senado ha instado al Gobierno para que, a la mayor brevedad posible, proceda a la regulación de las normas que deben regir en la admisión y emisión de publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco en radio y medios de comunicación escritos.

Lo que se advierte para conocimiento de quienes creen que una llegada al poder de los populares puede mejorar la actitud de la Administración con respecto a la publicidad. Enteradillos estáis, tíos.

Demóstenes. El Director general del Ente Público Radio Televisión Madrid explica en la Asamblea Regional el cumplimiento de sus previsiones económicas para 1994, y lo hace así: "Es más que probable, o prácticamente seguro, que a lo largo de 1994 se va a producir un relativo decremento de los ingresos previstos, y para ajustarnos a ese relativo decremento vamos a llevar a cabo un igual, parecido, incluso probablemente ligeramente mayor decremento de los gastos". La gallina.

Economía para no economistas. La Fundación Argentaria ha iniciado la publicación de una serie de monografías que abarcan el amplio espectro de problemas englobados dentro del ámbito de la economía moderna. La primera de ellas, muy interesante, se titula *Los ciclos económicos en la economía moderna* y es un excelente trabajo del profesor Emilio Fontela Montes. Procurar conseguirla.

México lindo. Entre la multitud de ferias, congresos, exposiciones y actos de carácter cultural que han coincidido en Madrid en los meses de mayo y junio, quiero destacar la exposición *México pictórico y artesano* que se puede ver en el antiguo museo de arte contemporáneo. Está patrocinada por Pulsar Internacional de Monterrey y el Ministerio de Cultura español y constituye una muestra de costumbres, tradiciones y valores pictóricos mexicanos, que ya se han exhibido en Estados Unidos, Canadá, Holanda y otros países, gracias al sentido de mecenazgo de Alfonso Romo Garza, presidente de Pulsar Internacional y el cuidado proyecto de Mateo Mazal.

Si traigo aquí esta referencia es porque hay una aportación publicitaria española muy importante en el catálogo de la muestra. La coordinación general se ha encargado a Gregorio Puente Carbajo y la pre impresión a Afán Gráfico y Torreángulo.

El catálogo es una joya bibliográfica, de 150 páginas, con 100 reproducciones magníficas de objetos tradicionales y cuadros de autores mexicanos como Herrán, Goitia, Diego Rivera, Chavez, Anguiano, Frida Kahlo, etc.

La exposición estará abierta hasta el 16 de julio y el catálogo se regala... mientras queden ejemplares., así que 'dense prisa, mis cuaques'.

Empleo juvenil. Comprendo muy bien la preocupación de la familia por buscar un trabajo al muchacho. Dos carreras, varios idiomas, un *master* en Estados Unidos, la mili terminada y en el paro. Ahora aprovechará el verano para trabajar en Palma de Mallorca porque hay que ayudar en casa. Aunque los padres tienen buenas amistades, la cosa está difícil y yo le voy a incluir en la bolsa de trabjo de la AGEP, por si sale algo.

No se preocupe, Majestad, que ya le encontraremos un acomodo al chico.

Lowe RZR brindará con burbujas estas navidades

Codorníu ha seleccionado a Lowe RZR como la agencia que realizará su campaña navideña. Casadevall Pedreño PRG fue la autora de las dos anteriores campañas navideñas de esta marca.

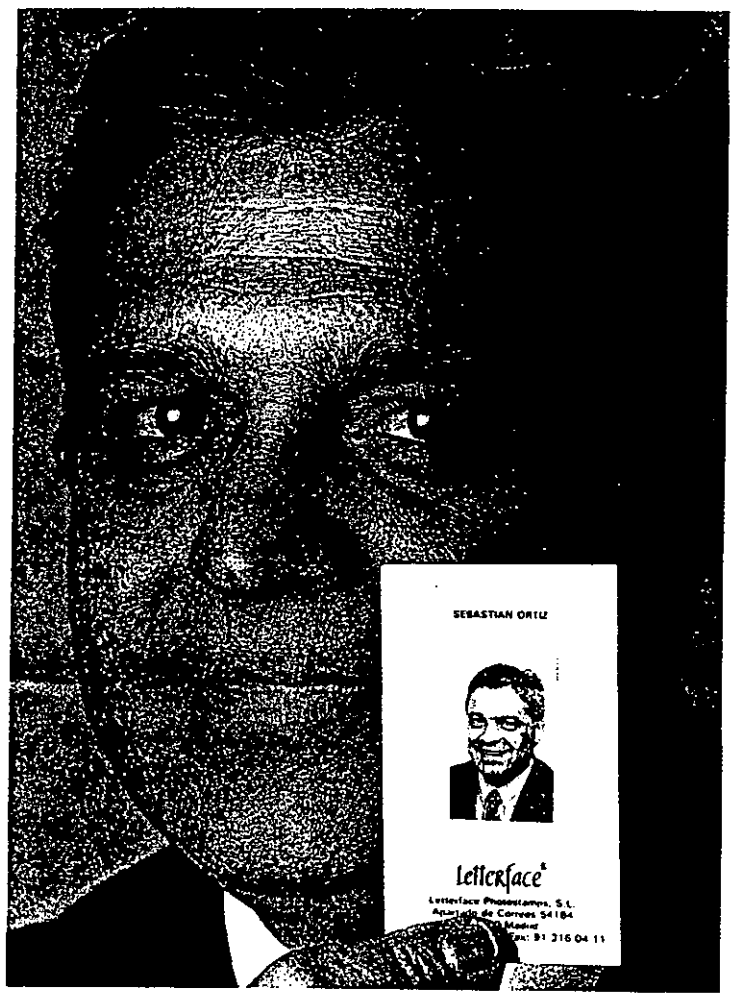
Círculo de Comunicación, por su parte, se encargará de la publicidad de Rondel y Delapierre. Esta última cuenta era manejada anteriormente por Lorente Grupo de Comunicación.

Codorníu ha asignado su publicidad tras un concurso en que han intervenido varias agencias cuya identidad no ha sido desvelada por el anunciante. Carat seguirá manejando su cuenta de medios.

La compañía no tiene decidido todavía el presupuesto publicitario para el próximo ejercicio fiscal (1 de julio al 30 de junio). Codorníu invirtió el pasado año en la publicidad para el conjunto de sus marcas unos 800 millones de pesetas.

Letterface Photostamps, S.L.

Sellos personalizados



En más de una ocasión hemos querido dar un toque personal a algo nuestro y no hemos encontrado nada que satisfaciera la ilusión creada. Y, sin embargo, ese símbolo podría ser, por qué no, algo tan sencillo como un sello. Pero no un timbre de los que habitualmente venden los estancos, sino un sello personalizado.

¿Y qué es? Se trata de un producto que posee las mismas características que los sellos de Correos pero con dos claras diferencias: la imagen puede ser, por ejemplo, la de un hijo recién nacido o cualquier otra que deseemos; y no tiene valor postal.

La idea nació en Suecia gracias a la iniciativa de dos hermanas: **Eva y Tina Nilson.** Y la descubrieron porque una amiga les había mandado una carta en la que junto al sello había puesto una fotografía suya. A partir de ese momento se pusieron a trabajar en la casa de su madre haciendo sellos tras patentar el *software* que permite imprimir el producto con el mensaje que el cliente desee.

Sebastián Ortiz, un español afincado en Suiza, fue una de las personas que utilizó este tipo de sellos para mandar las invitaciones del bautizo de su hija. Y pensó: ¿Por qué no distribuirlo en España? Cogió la maleta, hizo un pequeño estudio de mercado, que resultó favorable, y en mayo del pasado año decidió lanzarse a la aventura. Para ello invirtió cerca de un millón de pesetas: 400.000 pesetas para pagar los derechos de exclusividad del producto, y el resto en escrituras y papeleo.

"La idea es que el cliente compre el sobre al distribuidor. Estamos intentando encontrar entre nuestros distribuidores tiendas de revelado rápido de fotografía porque la gente tiene en sus manos la foto y allí mismo puede elegir que imagen desea convertir en un fotosello. Pero puede ser cualquier tienda. Buena prueba de ello es que uno de los distribuidores tiene un establecimiento de fontanería. Lo que se vende es un sobre, en el cual el cliente introduce la foto con el mensaje a imprimir. Nos lo manda con el cheque o resguardo del giro o transferencia, y en un plazo de 10 a 15 días recibirá el fotosello", señala **Sebastián Ortiz.**

Una de las dudas que pueden surgir al comprador de estos sellos es si ponerlos junto a los habituales puede acarrear algún tipo de complicación. La respuesta es negativa, mientras que no se imprima ningún nombre de país y/o valor, además de imágenes que pudieran atentar contra la moral o el buen gusto. Sus lemas son: no solamente para el Rey, ponte al lado del Rey, y cambiamos la correspondencia para siempre.

Precio variable. La cantidad que se imprime son 72 fotosellos como mínimo, aunque está estudiando la posibilidad de reducirlo a la mitad, ya que en España se escribe poco. El precio depende de la tirada y de posibles ofertas. Si bien a nivel familiar es uno de los campos mayores a cubrir, la promoción de productos, o ser una nueva herramienta de marketing y publicidad, son aplicaciones que puede desempeñar.

Según **Sebastián Ortiz**, *"es un complemento perfecto para cualquier campaña de publicidad. Si vemos anunciado un producto en una valla o por televisión, y a la hora de mandar la correspondencia ponemos el fotosello con ese producto, rápidamente la persona se acordará de esa mercancía"*.

Seguros, hoteles, restaurantes, actos especiales, convenciones, empresas, asociaciones, etcétera pueden aprovecharse de esta nueva herramienta de marketing y publicidad. Incluso puede darse el caso, como en Suecia, de que la gente acabe coleccionando los fotosellos.

Letterface Photostamps, S.L. Apartado de Correos 54184. 28080 Madrid.
Tlf: (91) 316 04 11.

Premio para Postering

Postering, empresa dedicada a la venta directa de posters publicitarios, ha sido galardonada en los Primeros *Premios de Publicidad y Relaciones Públicas Juan Antonio González Martín*. En concreto, **Postering** recibió el primer premio de la categoría al "Medio o Soporte más Eficaz o Innovador". El premio ha sido otorgado por votación entre cerca de mil alumnos de la Facultad de Publicidad y RR.PP. del Colegio Universitario de Segovia. ■

EXPO-INTE'95

Feria de la Comunicación Social

En Madrid, del 26 al 30 de Junio de 1995 la primera Feria de la Comunicación Social, EXPO-INTE´95, en el Instituto Internacional de Técnicas Especializadas sito en el Paseo de la Habana, 43.

Participarán las principales empresas nacionales e internacionales de los sectores: banca, artes gráficas, editoriales, agencias de publicidad y de relaciones públicas, centrales de compras, informática, marketing, prensa, revista, radio y televisiones) y asociaciones profesionales.

Durante los cinco días se desarrollarán actividades paralelas, abiertas al público en general, en las que intervendrán profesionales relevantes y expertos en la materia.

EXPO-INTE´95 se convierte en la primera Feria anual de la Comunicación Social con carácter nacional y cita obligada para los profesionales del sector, que podrán conocer las nuevas tendencias y tecnologías del mundo de la Comunicación Social.

Más Información llamar al
Tlf: 435 48 85.

Jayri

El Video-Club de su Imaginación

JAYRI es un videoclub en el que encontrá un ámplio espacio para su fantasía e imaginación. Usted elige, nadie le impone nada, ni horario, ni publicidad. JAYRI lleva más de 10 años dedicándose al entretenimiento de los demás.

Su lema "la novedad y atención personalizada". Major que la cantidad la calidad, lo último, bien controlado.

Si quiere cambiar el programa de su pase por:
Jayri en la calle Jazmín, 12

Pelo Largo

El Salón Pelo Largo está integrado por un equipo de profesionales y estilistas altamente cualificados que le sorprenderán. Le aconsejarán el tratamiento capilar adecuado y, además, le sorprenderán con su línea de productos naturales y ecológicos.

Visítelos en Emiliano Barral,12
(Parque San Juan Bautista)

El Rincón Paniego y KOKE

Nuevos en el Pinar de Chamartín. Pan Recién hecho, de elaboración propia, bollería y repostería. No podemos decirle su calidad, no lo hemos probado, pero su presentación es muy grata. También le ofrecen una ámplia selección caramelos, golosinas, frutos secos, bombones, aceitunas, variantes, patas, snaks, helados, bebidas piñatas, juguetes, .. prensa los domingos.

Arturo Soria 334

noticias de empresas

Crear Empresa: Salida Profesional

Bajo el título "Crear Empresa: Salida Profesional" han tenido lugar en el Auditorio Mapfre Vida de Madrid, las XIX Jornadas Técnicas de Relaciones Públicas del Centro Español de Nuevas Profesiones.

En esta edición patrocinada por el ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) y la Comunidad de Madrid, se contó con la presencia de destacados profesionales dentro del sector empresarial como D. Miguel Garrido de la Cierva (Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios), D. Eduardo A. Tormo (Director General de Tormo y Asociados), etc., y la exposición de numerosos casos práticos como la trayectoria y evolución de las empresas Néctar Cosmetics España S.L. y MX ONDA.

Con motivo de este evento se hizo entrega del Premio Jornadas Técnicas a D. Nidardo Cuadrado (Presidente de HILL & KNOWLTON), en la cena de clausura que tuvo lugar en el Hotel Castellana Inter-Continental.

Del 6 al 8 de junio

Foro Iberoamericano de Relaciones Públicas

Convocado conjuntamente por el Consejo General de Asociaciones de Profesionales de Relaciones Públicas en España y por la Confederación Iberoamericana de Asociaciones de Relaciones Públicas (CONFIARP), se celebrará en Madrid, del 6 al 8 de junio, el I Foro Iberoamericano de Relaciones Públicas en la sede del Instituto Internacional de Técnicas Especializadas (INTE). Asistirán, como ponentes, eminentes especialistas iberoamericanos como son entre otros el Dr. Román Pérez Senac, Presidente de la CONFIARP; el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres de Lima Dr. Johan Leuridan Huys; el Decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid Dr. Javier Fernández del Moral; el Dr. Jaime de Urzáiz, Presidente Ejecutivo de Urzáiz & Urzáiz y Asociados de Comunicación Catedrático de la Universidad Autónoma de Barcelona y algunos más.

Es la primera vez que se celebra en España un Foro Iberoamericano de estas características cuya temática girará en torno a: "De las Relaciones Públicas a la Comunicación Social Integral y de la Universalidad de las Comunicaciones Sociales en el final y principio de Siglo".

Juan Pedro Molina

Patata OLE

Nueva tienda en el Pinar de Chamartín, en el local que ocupara Foto Pirámide. Se dedican a frutos secos, variantes y golosinas. Bollería al peso, bebidas, helados, etc...

También pueden prepararle bolsas para cumpleaños.

Arturo Soria,309

Cursos de Teatro Verano '95

El taller de teatro Asura organiza diversos cursos semanales del 26 de junio al 15 de julio, de distintas materias: "técnicas de interpretación", "técnica vocal", "improvisación teatral", "lucha escénica", "técnicas de clown", "presencia escénica".

Los profesores de los cursos son Pablo Pundik, Eduardo Simón y Pablo Menasanch.

Teléfono de información:519.69.4

HORIZONTES DE LA C.I.D.D.M.
Primer Seminario Ibero Americano sobre la Clasificación Internacional de Deficiencias, Discapacidades y Minusvalías

Entre el 11 y 12 de Mayo, en el Hotel EUROBUILDING, se celebró el Primer Seminario Iberoamericano sobre la aplicación de la Clasificación Internacional de Deficiencias, Discapacidades y Minusvalías (CIDDM), organizado por el Real Patronato de Prevención y Atención a Personas con Minusvalías dependiente del Ministerio de Asuntos Sociales en colaboración con el Centro DATO.

Allí se dieron cita especialistas, en actividades relacionadas con el diagnóstico, la valoración y la clasificación de la discapacidad en las personas pertenecientes a varios países y distintas autonomías del Estado Español.

La presentación del Seminario corrió a cargo del Secretario Ejecutivo del Real Patronato, el Ilmo. Sr. D. Demetrio Casado Pérez. Tras él, y en diferentes mesas redondas fueron exponiendo sus tesis el Dr. D. Pablo del Río, profesor de la Facultad de Ciencias de la Información (Universidad Complutense) y Representantes de las administraciones, institutos, sociedades profesionales y entidades asociativas relacionados con la clasificación, la valoración y el diagnóstico de las deficiencias (O.M.S. FUNDACIÓN MAPFRE MEDICINA, Grupo Latinoamericano de Rehabilitación Profesional, INSERSO, Dirección General de Bienestar Social, y Sociedad Española de Rehabilitación y Medicina Física.)

También aportaron sus experiencias, con la C.I.D.D.M., profesionales de diferentes áreas de tratamiento, que vienen utilizando desde hace años, que señalaron las posibles modificaciones futuras, teniendo en cuenta las lagunas que ellos se han encontrado con su utilización apuntando ideas al respecto. De manera similar representantes Iberoamericanos presentaron sus experiencias con la C.I.D.D.M.

El último día y a modo de conclusiones se informó que desde que se publicó la Clasificación (Mayo 1976), no han cesado de aparacer artículos, trabajos y experiencias que han ido poniendo de relieve las dificultades que su aplicación generalizada entraña. Algunas de estas dificultades tienen características comunes en todos los ámbitos lingüísticos y sociales, otras sin embargo, se relacionan estrechamente con las circunstacias de desarrollo y habla de cada país. En cualquier caso, merece la pena, en la medida de lo posible, explicarlas y sistematizarlas para intetar superarlas.

Clausuró el Seminario el Dr. D.M.C.Thuriaux (O.M.S.)

Angel López

La Murrina, excelentes ofertas en sofás de calidad

Mi nombre de ELISA y estoy al frente de la tienda de Sofás y Complementos LA MURRINA. Doy las gracias a los lectores de Madrid 30 días por su atención e invito a los que todavía no nos conocen a visitarnos.

En nuestra Tienda-Exposición pueden encontrar excelentes ofertas en sofás, lámparas y complementos procedentes de stocks y excedentes de fábricas internacioales (modelos prototipo, piezas discontinuadas de fabricación, modelos de Ferias y Fotografías) todo a precios muy interesantes.

Somos distribuidores de la prestigiosa Empresa Española GRASSOLER, lider en la fabricación de mueble tapizado moderno, siendo la más antigua en su ramo de España con 35 años de permanencia ininterrumpida en el mercado internacional.

Plenamente identificados con la filosofía de GRASSOLER "La calidad en un mueble tapizado la constituyen los elementos que no se ve apreciandose sólo a lo largo de los años" ofrecemos sus productos igualmente si en su casa ya tienen un GRASSOLER y desean restaurarlo o retapizarlo también pueden dirigirse a nosotros. Les garantizamos la comodidad para su hogar unido a la calidad contrastada de los productos GRASSOLER.

Esperamos su visita a LA MURRINA calle Gregorio Benitez 16 junto al Centro Comercial Arturo Soria Plaza. Tlf: 388 22 25.

Agenda

USTED PUEDE SER TESTIGO

22.15 Cine de Verano. Proyección de los filmes *Junior*, de Ivan Reitman y *Angie*, de Martha Coolidge. Dentro del Festival de Cine al Aire Libre-Fescinal 95. Tres sesiones diarias y cuatro los fines de semana. Programas dobles hasta el 3 de septiembre. Pantallas grande y pequeña. Precios: 450 pesetas. Tercera edad: 250 pesetas. Niños menores de 6 años: gratis. Parque de la Bombilla (junto a la iglesia de San Antonio de la Florida). Autobuses de la EMT: líneas 41, 46, 75 (entre otras). Metro y tren más próximos: estación de Príncipe Pío.

LA CAPITAL

ACTOS

Fiestas de Tetuán
18.00 Minimaratón de cine infantil con *Los Picapiedra* y *El peque se va de marcha* en el centro cultural; actuación de El Cuarto Protocolo, **20.30;** Actuación de SKA-P, **21.00;** actuación de La Huida, **22.00;** verbena con la orquesta Amadeus, **23.00.** Plaza de La Remonta. Bravo Murillo, 323.

Tertulia sobre Madrid
20.00 *Madrid y el circo.* Cervecería Hoffermann. Hortaleza, 7.

Ñu: 20 años de resistencia
21.00 Presentación del libro de José Carlos Molina, de Ñu. Pub Moby Dick. Paseo Santa María de la Cabeza, 63.

CINE

Los Aristogatos
18.00 Centro Cultural Entrevías. Conde Rodríguez San Pedro, 59.

La paloma azul
18.30 De Manuel del Valle. Centro Cultural Casa del Reloj. Paseo de la Chopera, 10.

El acto en cuestión
20.00 Presentación de la película de Alejandro Agresti. Casa de América. Paseo de Recoletos, 2.

CONFERENCIAS

Aprenda a utilizar el ordenador para obtener información de la Medicina Alternativa
19.00 Doctor De la Rosa y Ángel Ripoll. Ecocentro. Esquilache, 4.

Filosofía y arte
19.30 Juan García Yúdez. Ateneo de Madrid. Prado, 21.

El plan de vida
19.30 Por Montserrat Graell. Asociación en Defensa de la Atención a la Anorexia Nerviosa. Hospital del Niño Jesús. Avenida de Menéndez Pelayo número 65.

MÚSICA

Ballet
19.00 Escuela de Betty. Centro Cultural Bohemios. Bohemios, 1.

Música y bailes brasileños
19.30 Con Urano de Souza y el Carnaval de Brasil. Centro Cultural Alberto Sánchez. Calle del Risco de Peloche, número 14.

EXPOSICIONES

Expointe/95. I Feria de la Comunicación Social
Clausura. Están representados sectores de banca, artes gráficas, editoriales, centros de educación, medios audiovisuales, informática y muchos más. Instituto Internacional de Técnicas Especializadas (INTE). Paseo de la Habana, 43. De 10.00 a 14.00.

Exposición permanente y mutable de escultura al aire libre
Plaza Norte del Centro Cultural Conde Duque. Conde Duque, 11.

Carteles
Clausura. Michael Mathias Prechtl. Instituto Alemán. Zurbarán, 21. De 10.00 a 14.00 y 16.00 a 21.00

Contra vento e marea
Cuatro escultores gallegos: Silverio Rivas, Paco Pestaña, Xurxo Oro Claro y Manuel Patinha. Centro Cultural del Conde Duque. Conde Duque, 11.

Tàpies
Obra gráfica. Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos. Almagro, 42. De 11.00 a 14.00 y de 17.00 a 19.00.

La libertad de expresión en la prensa gráfica española de 1880
Láminas con caricaturas de la vida política de la época. Centro Comercial La Galería del Prado. Edificio Hotel Palace. Plaza de Neptuno. De 10.00 a 21.00.

Murcia Joven-94
Pinturas y esculturas de 11 artistas de la región de Murcia. Centro de Recursos Naturales. Avenida de América, 13.

MADRID 29 Junio 1995 Expansión

LAS EMPRESAS SE LANZAN A NAVEGAR POR LA 'RED DE REDES' EN ESPAÑA

Todos quieren engancharse a Internet. Empresas informáticas como IBM y firmas especializadas nacidas para atender la demanda de la *red de redes* como Servicom han abierto una competencia a la que se han sumado las operadoras de telecomunicaciones. Telefónica irrumpe en el mercado esta misma semana para no perder la oportunidad del negocio que supondrá dar servicio a los ochenta mil ordenadores que se conectarán en los próximos cuatro años a Internet en España, además de a las quinientas empresas que ya utilizan la red como vehículo para su actividad comercial.

La operadora comienza a competir con IBM y Servicom con la primera fase de servicios de conexión a la red

Telefónica se engancha a Internet

R.CASADO. **Madrid**

Telefónica ha dividido su entrada en el negocio en dos fases. En un primer periodo, que comienza ahora, la compañía pública facilitará sólo a empresas el acceso a Internet. La operadora conectará a las compañías interesadas en acceder al volumen de información que mueve la red, y también dará acceso a la red a las firmas proveedoras de contenidos: aquellas que vierten información a la red. La segunda fase comenzará unos meses más tarde, y en ella se generalizará el servicio a los particulares.

Una de las ventajas competitivas de Telefónica respecto a sus competidores es una infraestructura con un mayor número de nodos de conexión, lo que supone un abaratamiento de los costes telefónicos.

Para conectarse a Internet hay que realizar una llamada telefónica a uno de los nodos, desde el que se accede a la red. Con Telefónica, se podrán evitar las tarifas interprovinciales. IBM es la compañía que más nodos de conexión a Internet tiene hasta ahora en España, diecisiete.

Ingresos

Internet va a ofrecer a Telefónica una doble fuente de ingresos: la que obtiene como operadora de telefonía por las conexiones que se realizan a Internet y la que supondrá dar el servicio de acceso a los usuarios. Telefónica también participa en la creación de una autopista de la información europea.

En estos momentos, las empresas que prestan el servicio de conexión ingresan unos quinientos millones de pesetas. La facturación no es mayor porque el ochenta por ciento de los cuarenta mil ordenadores conectados lo son a través de la red Iris, que es gratuita y utilizada en el mundo académico y de investigación. Sin embargo, se prevé que la mayoría de los ochenta mil nuevos ordenadores que se conecten hasta 1999 lo serán a través de operadores.

Avisos para 'internautas'

La conexión del ordenador y el teléfono a través del módem es la base de conexión de Internet. Esta red conecta unos 3,5 millones de ordenadores en el mundo a través de las líneas telefónicas. El que quiera conectarse afronta los costes de las llamadas telefónicas y de las tarifas de las empresas que facilitan la conexión. Unas 2.500 redes distintas se interrelacionan en Internet. Este embrión de las autopistas de la información surgió por iniciativa del Pentágono –el organismo norteamericano de Defensa–, para dispersar su información y evitar el riesgo de que un ataque la destruyera en su totalidad. Centros de investigación y universidades empezaron a utilizar la red y a permitir el acceso a sus archivos y bases de datos. Poco a poco se añadieron más centros de I+D y esa información empezó a ser interesante para empresas y particulares. Hoy, los treinta millones de usuarios de Internet hacen interesante para todas las empresas volcar información a la red.

Los proveedores del servicio de conexión mueven 500 millones

La competencia por un trozo de cable

PEQUEÑAS empresas compiten con grandes corporaciones en el negocio de ofrecer el acceso a Internet. La firma española Servicom, cuyo consejero delegado es Eudald Doménech, ha sido una de las más agresivas, con inversiones de mil millones para poner en marcha y desarrollar su servicio. Otras firmas presentes son Goya Servicios Telemáticos (Eunet), Sarenet, Ran Internet, Off Campus... Estas sociedades compiten con Compuserve, compañía norteamericana nacida hace diez años para prestar servicios en Internet. IBM Global Network, filial del gigante informático, comenzó hace unos meses a prestar el servicio de conexión a la red en España. Ahora, la llegada de Telefónica al mercado puede representar una amenaza para las pequeñas empresas presentes. El mercado de servicios de conexión a Internet sólo mueve por ahora quinientos millones de pesetas, aunque el negocio reside en estar bien situado de cara al futuro. Se calcula que el ritmo de crecimiento de ordenadores conectados a la red va a ser de unas veinte mil nuevas máquinas anuales. Esto puede dar paso al comienzo de agresivas campañas publicitarias, aunque los usuarios particulares no son el núcleo del negoci por ahora.

Todas las empresas han establecido agresivas políticas de tarifas para ganarse al cliente. Compuserve, Bix o Ran Internet ofrecen gratis el alta del servicio. IBM mantiene esa oferta durante 1995. Las altas pueden llegar a las diez mil pesetas de Goya o a las 6.790 pesetas de Servicom.

La tarifa mensual está entre las mil pesetas y las dos mil pesetas, mientras que el precio por cada hora de conexión va de las 580 pesetas de IBM a las 1.800 pesetas de Goya. Algunas empresas no cobran el tiempo de conexión y otras regalan parte del tiempo.

Eudald Doménech.

UN PASEO POR LA RED

De una OPA a tomar una copa

Tomar una copa en un bar analizando la OPA de IBM sobre Lotus o revisando las ofertas de financiación de créditos del BCH ya es posible. La red Internet permite desde la mesa de una cafetería recibir la misma información que si estuviéramos al mismo tiempo en una biblioteca, en un concierto de los Rolling Stones, en una sucursal bancaria y en la bolsa. Y además, leyendo el periódico y viendo la televisión.

La *Ciberteca* –bar madrileño con varios ordenadores conectados a Internet– es un paso más en la extensión de la red en España. Las empresas están dispuestas a sacar partido comercial de la audencia de trescientos mil usuarios de Internet que hay en España.

IBM lanzó en Internet los datos de su oferta por Lotus

Papeles

Las empresas pueden desempeñar tres papeles en Internet: proveer información, dar el servicio de conexión y crear el software adecuado para los contenidos.

Empresas especializadas, informáticas y de telecomunicaciones copan estos dos últimos papeles. Pero el resto de sectores tiene el reto de lanzar contenidos a la red para atraer la atención de los treinta millones de personas que acceden a Internet cada día. Una nueva fórmula de publicidad y marketing está surgiendo. Pizza Hut, la filial de Pepsi de comida rápida, lanzó una campaña publicitaria a través de Internet que le permitió llevar sus ventas en Estados Unidos de cien millones de dólares a 115 millones de dólares en pocos meses, con una inversión de 250.000 dólares. Un competidor de Pepsi, Coca-Cola, tiene conectadas sus máquinas expendedoras de latas a la red. Cualquier persona puede saber a través de Internet el número de latas que quedan en una máquina o su temperatura.

Los bancos están liderando en España la guerra del marketing en Internet. El BCH ha anunciado su incorporación a Internet, para ofrecer las últimas noticias de la entidad y la información comercial sobre sus productos, servicios y banca directa. Antes, competidores del BCH como Banesto o Argentaria empezaron a servir información mediante la red. Las entidades financieras también se han mostrado especialmente activas en otros países.

El BCH se suma a la apuesta de los bancos por la red

First Union

El First Union, entidad norteamericana en la que el Banco Santander es el mayor accionista tras su fusión con el First Fidelity, es el más avanzado de Estados Unidos en información bancaria a través de Internet, con su servicio *First Access*.

La compra a través de Internet es otra posibilidad de la red. Internet acaparará en el año 2000 el 4% de las compras, y en el 2005 llegará al 11%, según datos de Price Waterhouse.

■ **La Ciberteca, Avda. Gral.Perón, 32. Madrid.**

Agenda

USTED PUEDE SER TESTIGO

19.30 Presentación del número especial de la revista *El Urogallo*, dedicado a la mujer brasileña. Con Nelida Piñón, Basilio Losada, Fernando Morán y Ángel Crespo. Casa de América. Paseo de Recoletos, 2.

9.00 Cualquier persona podrá visitar las consultas reumatológicas, en las que médicos especialistas le aconsejarán gratuitamente sobre su eventual dolencia. Última jornada. Semana del Reumatismo. Palacio de los Deportes. Felipe II, s/n.

LA CAPITAL

ACTOS

Don Juan
12.00 Comentarios sobre el libro de L. M. Ansón a cargo de Jorge del Corral Hermida. Centro Cultural de los Ejércitos. Gran Vía, 13.

Las utopías perdidas: nuevas utopías
19.30 Clausura del ciclo poético. Intervienen: Amparo Gastón de Celaya, Antonio Nieto Huerta, Ángel de Benito, José Luis Gómez Recio y Octavio Uña. Modera María Fraguas. Centro Cultural Nicolás Salmerón. Mantuano, 51.

Economía para entender
19.30 Presentación del libro de Antonio Pulido. Participarán: José Barea, Emilio Fontela, Gregorio Peces-Barba, Antonio Suárez de Miera y Guillermo de Toca. Moderador: Antonio Guirau. Centro Cultural de la Villa de Madrid. Jardines del Descubrimiento, sin número. Plaza de Colón.

Tertulia sobre Madrid
20.00 *La Rioja y Madrid.* Café Viena. Luisa Fernanda, 23.

Tertulias ecologistas de Aedenat
20.00 *¿Qué cooperación para qué desarrollo?* Café Barbieri. Ave María número 45.

CINE

Corina, Corina
19.00 Con Whoopi Goldber y Ray Liotta. Centro Cultural Alberto Sánchez. Risco de Peloche, 14.

CONFERENCIAS

La depresión: una mirada psicoanalítica
19.00 Paola Duchén. Consulta de Psicoanálisis Grupo Cero. Princesa, 3 D, apartamento 817.

Rinitis alérgica
20.00 Luis Fernández Fernández-Vega. Centro Asturiano. Farmacia, 2.

La localización de la actividad económica en España: una reflexión para Galicia
20.00 Juan Velarde Fuentes. Casa de Galicia. Casado del Alisal, 8.

EXPOSICIONES

Expointe'95. I Feria de la Comunicación Social
Están representados sectores de banca, artes gráficas, editoriales, centros de educación, medios audiovisuales, informática y muchos más. Instituto Internacional de Técnicas Especializadas (INTE). Paseo de la Habana, 43. De 10.00 a 14.00 y 17.00 a 20.00.

Alcobendas

MÚSICA

Luis Auserón
23.30 y **0.45** Nueva experiencia musical del ex bajista de Radio Futura. Centro Comercial el Centro de La Moraleja. Parque Empresarial. N-1. Salida 13 A.

Getafe

MÚSICA

II Encuentro World Music Getafe 1995
19.00 Presentación. Salón de actos de la Residencia de Estudiantes F. de los Ríos. Universidad Carlos III.

San Martín de Valdeiglesias

EXPOSICIÓN

La estación de primavera
Clausura. Exposición de alumnos Bellas Artes. Ayuntamiento.

MADRID · 29 Junio 1995 GACETA DE LOS NEGOCIOS

CONVOCATORIAS

Comunicación. La feria Expoin-te '95, que mañana se clausura, organiza la conferencia *Hacia dónde va la publicidad*, por Fernando Herrero, director general y consejero de Tiempo BBDO, hoy a las 19,00 horas, en el Instituto Internacional de Técnicas Especializadas. Paseo de la Habana 43, de Madrid.

Agenda

USTED PUEDE SER TESTIGO

19.30 Ciu Ping diserta sobre *La mujer en la China actual*, en un acto seguido de coloquio que se celebra en la sede de la Fundación Argentaria. Calle de Los Madrazo, número 36. Metro Sevilla.

17.30 Belén Espinosa de los Monteros pronunciará una conferencia que ha denominado *Poco a poco, los hijos se hacen mayores y después se van*, en la Junta Municipal de La Fortuna (Leganés). Habrá coloquio. Calle de San Amado, número 20.

LA CAPITAL

ACTOS

Las mujeres en un mundo cambiante
19.30 Presentación del libro. Intervienen Concha Vázquez, Margarita Pintos y Lucía Mazarrasa. Pub Clamores. Alburquerque, 14.

La nueva gestión de los recursos humanos
19.30 Presentación del libro y mesa redonda. Intervendrán Miguel Ordóñez, Manuel Fernández Ríos y Helena Thomas. Colegio Oficial de Psicólogos. Cuesta de San Vicente, 4, 5º.

Lectura de poemas
22.00 A cargo de Paloma Rueda, Joaquín Osorio, María Jesús López y José Luis de la Vega. La Taberna Encantada. Salitre, 2.

CINE

El Caribe: paisaje y cultura
19.30 Proyección comentada de diapositivas por Concepción Martínez y María F. Velázquez. Ateneo de Madrid. Prado, 21.

CONFERENCIAS

El convenio Andrés Bello: 25 años al servicio de la integración educativa, cultural y científica
19.30 Pedro Henríquez Guajardo. Casa de América. Recoletos, 2.

El hombre exterior o el hombre interior.
20.00 José Luis Álvarez Sala-Morís. Centro Asturiano. Farmacia, 2, 4º.

La nueva OTAN: la asociación para la paz
20.00 Guillermo Leira Rey. Sociedad de Estudios Internacionales. Hortaleza, 104, 2º izda.

MÚSICA

Concierto
20.00 Quinteto Atlántida. Interpretará obras de Pierné, Reicha, Debussy, Hindemith y Ligeti. Casa de Galicia. Casado del Alisal, 8.

EXPOSICIONES

Expointe'95. I Feria de la Comunicación Social
Instituto Internacional de Técnicas Especializadas (INTE). Paseo de la Habana, 43. De 10.00 a 14.00 y 17.00 a 20.00.

Exposición permanente y mutable de escultura al aire libre
Plaza Norte del Centro Cultural Conde Duque. Conde Duque, 11.

Carteles
Michael Mathias Prechtl. Instituto Alemán. Zurbarán, 21. De 10.00 a 14.00 y 16.00 a 21.00

Contra vento e marea
Cuatro escultores gallegos: Silverio Rivas, Paco Pestaña, Xurxo Oro Claro y Manuel Patinha. Centro Cultural del Conde Duque. Conde Duque, 11.

Cerámica creativa de Madrid
Sala de exposiciones de Artesanía de la Comunidad. Mercado Puerta de Toledo. Local 4161-4162. Ronda de Toledo, 1.

Tàpies
Obra gráfica. Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos. Almagro, 42. De 11.00 a 14.00 y de 17.00 a 19.00.

La libertad de expresión en la prensa gráfica española de 1880
Láminas con caricaturas de la vida política de la época. La Galería del Prado. Plaza de Neptuno.

URZAIZ
URZAIZ
&Asociados

COMUNICACION SOCIAL INTEGRAL
NUÑEZ DE BALBOA, 30 - 28001 MADRID
Tels. 435 48 85/435 48 12/435 51 31/435 52 65 - Fax 577 46 03

EL MUNDO

LUNES 26 DE JUNIO DE 1995

Comunicación. Hasta el 30 de junio se celebrará [redacted] la Feria de la Comunicación Social, que tiene por objeto dar a conocer las nuevas tendencias y tecnologías del área de la Comunicación Social. Horario: de 10:00 a 14:00 horas y de 17:00 a 20:00 horas. En el Instituto Internacional de Técnicas Especializadas. Paseo de la Habana, 43. Teléfono: 435 48 85.

Socio Propietario de
European Communication Partners

MADRID

26 Junio 1995

Diario16

HOY EN MADRID

EXPOSICIONES

Hoy se inaugura Expoinfo'95, la primera feria de la comunicación social.

Pretende dar a conocer las nuevas tendencias y tecnologías del área de la Comunicación Social. Estarán representados los sectores de la banca, artes gráficas, editoriales, centros de educación, agencias de relaciones públicas, marketing, medios audiovisuales, informática, diseño artístico y diseño gráfico, publicidad, productoras, anunciantes, publicidad exterior, empresas organizadoras de exposiciones, congresos y convenciones, medios de comunicación social y asociaciones profesionales. En total, 60 empresas en 3.000 metros cuadrados. Durante los cinco días que dura esta exposicióin se desarrollarán actividades paralelas, abiertas al público, en las que intervendrán profesionales relevantes y expertos en la materia. Hasta el 30 de junio, de 10:00 a 14:00 y de 17:00 a 20:00 horas en el Instituto Internacional de Técnicas Especializadas (INTE), en el Paseo de la Habana, 43.

EXPOINTE 95

La primera feria de comunicación social nace en Madrid

● Su objetivo prioritario es poner en contacto a la empresa y con la formación

NEGOCIOS / MADRID. Expointe 95 reunirá en Madrid, los días 26 al 30 de junio a un total de 60 empresas relacionadas con el mundo de la comunicación social. La muestra en esta primera edición tiene como objetivo provocar e impulsar el contacto entre receptores y emisores de formación y las empresas, ya que la organización ha corrido a cargo de los alumnos de la Escuela de Comunicación del Instituto Internacional de Técnicas Especializadas y la empresa Urzáiz & Urzáiz Asociados, comenta Ana Baschwitz, directora de la Feria. La primera edición tendrá representación de 27 sectores. Acuden agencias de comunicación social y de publicidad, empresas de artes gráficas, editoriales, medios audiovisuales, medios de comunicación social, entre los que se encuentra el Grupo NEGOCIOS.

Expointe cuenta con un programa de conferencias que abordará asuntos como las autopistas de la información.

Agenda

USTED PUEDE SER TESTIGO

19.30 Presentación del libro del coronel Prudencio García El drama de la autonomía militar: Argentina bajo las juntas militares. Ateneo de Madrid. Prado, 21.

19.00 Conferencia de Beatriz Garza Cuarón sobre el tema El conflicto lingüístico, social y cultural de Chiapas. Fundación José Ortega y Gasset. Calle de Fortuny, 53.

LA CAPITAL

ACTOS

Los gatos
19.30 Presentación del libro de poesía de Luis Jiménez-Clavería. Intervendrán, además del autor, Florencio Martínez Ruiz y Antonio J. Huerga. Biblioteca Nacional. Paseo de Recoletos, 20.

Lectura de poemas
20.30 De la poeta cubana Carlota Faulfield. Presentan Felipe Lázaro y Ángel Rodríguez Abad. Sunset Boulevard. Santa Teresa, 14.

CONFERENCIAS

La cooperación española: un compromiso con la solidaridad y el desarrollo
20.00 Antonio López Martínez. Sociedad de Estudios Internacionales-CSIC. Serrano, 117.

Marketing en seguridad vial
20.00 Enrique Carbonell. Colegio Oficial de Psicólogos. Cuesta de San Vicente, 4.

Introducción a la Kábala
20.30 Juan Fritman. Vótice. Velarde, 16.

MÚSICA

Raimundo Amador
19.00 Coloquio y miniactuación, presentando su disco *Gerundina*. Fórum de la FNAC. Preciados, 28.

Baile
20.00 Festival de baile español por alumnos del centro. Centro Cultural Rosales. Concepción de la Oliva, 17.

EXPOSICIONES

La libertad de expresión en la prensa gráfica española de 1880
Láminas con caricaturas políticas de la época. La Galería del Prado. Edificio Hotel Palace. Plaza de Neptuno.

Expoinfo'95. I Feria de la Comunicación Social
Inauguración. Están representados sectores de banca, artes gráficas, editoriales, centros de educación, medios audiovisuales, informática y muchos más. Instituto Internacional de Técnicas Especializadas (INTE). Paseo de la Habana, 43. De 10.00 a 14.00 y 17.00 a 20.00.

Exposición permanente y mutable de escultura al aire libre
Plaza Norte del Centro Cultural Conde Duque. Conde Duque, 11.

Carteles
Michael Mathias Prechtl. Instituto Alemán. Zurbarán, 21. De 10.00 a 14.00 y 16.00 a 21.00.

Contra vento e marea
Cuatro escultores gallegos: Silverio Rivas, Paco Pestaña, Xurxo Oro Claro y Manuel Patinha. Centro Cultural del Conde Duque. Conde Duque, 11.

Cerámica creativa de Madrid
Sala de exposiciones de Artesanía de la Comunidad. Mercado Puerta de Toledo. Local 4161-4162. Ronda de Toledo, 1.

Tàpies
Obra gráfica. Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos. Almagro, 42. De 11.00 a 14.00 y de 17.00 a 19.00.

Taller y exposición de títeres
18.00 a 21.00 Inauguración. Centro Comercial Albufera (metro Portazgo).

Empowered images
Inauguración. Fotografía contemporánea de nueve artistas norteamericanos. Centro Cultural Conde Duque. Conde Duque, 11.

Fotografías
Liliana Oyaneder. Avenida Juan de Herrera, número 2. Ciudad Universitaria.

Laserbook ofereix als més petits de la casa i ara també a nens de 10 a 14 anys l'oportunitat de viure una aventura de veritat en la qual ells són els herois. Els contes d'aquesta editorial, de finalitat didàctica, fan que la fantasia dels nens augmenti en sentir-se vertaders protagonistes. Laserbook vol apropar-se a tots els nens d'Espanya i per això està obrint delegacions en molts llocs, entre ells Girona.

Laserbook dóna l'oportunitat als més petits de ser els protagonistes del seu propi conte

Els llibres es troben ja a Girona, a la llibreria Tat Paper, al carrer Juli Garreta

GEMMA VILA
Girona

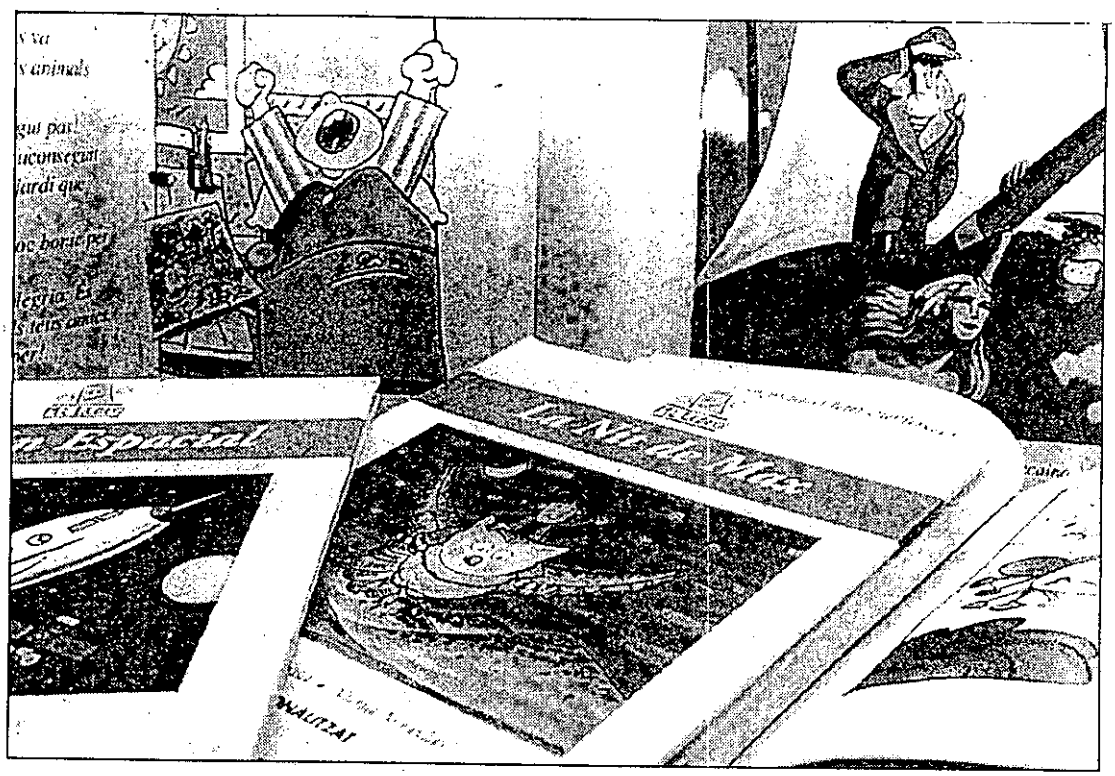
Ja és possible que els nens encarreguin els seus propis llibres. I és que gràcies a la iniciativa de Laserbook el lector pot comptar amb un llibre a la seva mesura. És tan senzill com trucar al (93) 419 68 64 o complimentar un formulari i enviar-lo al fax (91) 419 18 03. Val a dir que també és possible trobar-los ja a Girona, a la llibreria Tat Paper, al número 1 del carrer Juli Garreta.

«El meu llibre»

Es comença triant un conte i després, i aquí és on aquesta editorial és realment única, es dóna nom al protagonista principal i a dos dels seus personatges secundaris. Mitjançant aquesta fórmula s'obté un llibre personalitzat. És per això que aquesta col.lecció de contes s'anomena «El meu llibre»: l'obra és única i irrepetible.

«Així, com qui no vol la cosa, el nen pot crear la seva pròpia col.lecció de contes únics en la literatura infantil espanyola del segle XX —declara Tere Roura, delegada de l'editorial a Girona—. La condició és aficionar-se a la lectura. «El meu llibre» es converteix en el regal perfecte perquè, a més, és possible dedicar-lo a una persona concreta, per un motiu especial i en una data assenyalada».

Segons explica Roura, aquest sistema ha tingut un gran èxit als Estats Units on utilitzen els contes com a eina didàctica a les escoles. «Laserbook desperta la curiositat per saber i aprendre —prossegueix—. Els seus autors són locals i ofereixen un ampli ventall de contes amb els quals els lectors se senten ràpidament identificats».



JORDI RIBOT

Els llibres ofereixen il.lustracions de vius colors per cridar l'atenció del petit lector.

Finalitat didàctica

Els contes tenen sempre una «*moraleja*» amb finalitat didàctica. Cada pàgina de text va acompanyada d'una il.lustració de colors vius, plena de petits detalls «perquè el nen que encara no sap llegir pugui resseguir-ho amb el seu dit al compàs de la lectura de la seva mare». La lletra és gran i similar a la de las quartilles de lectura escolars. La presentació ha estat acuradament dissenyada. Les tapes són dures i té una mida de fàcil manipulació adaptat a les manetes dels nens. S'utilitza paper ecològic i s'han editat en versio castellana i catalana.

La col.lecció «El meu llibre» va iniciar-se un any enrere i ja comprèn set contes, pensats per a un públic de vuit i nou anys. «A més està previst que el proper Nadal surti al mercat un disquet de CD-Rom perquè els nens puguin treballar a casa», anuncia la delegada gironina.

Pensant en els més grans, nens i nenes de deu a catorze anys, s'han tret recentment quatre contes més, titulats: *Una cometa al vent*, *La balena esmeralda*, *El futbolista* i *La meva festa*.

MADRID 21 Junio 1995 ABC

• **I Feria de la Comunicación Social.** Del 26 al 30 de junio se celebrará en en el Instituto Internacional de Técnicas Especializadas la primera Feria de la Comunicación Social **Expointe 95**, que tiene por objeto dar a conocer las nuevas tendencias y tecnologías del área de la comunicación social.

21 Junio 1995

ABC Toledo

• **I Feria de la Comunicación Social.** Del 26 al 30 de junio se celebrará en en el Instituto Internacional de Técnicas Especializadas la primera Feria de la Comunicación Social **Expointe'95**, que tiene por objeto dar a conocer las nuevas tendencias y tecnologías del área de la comunicación social.

MADRID

19 Junio 1995

Dinero y negocios

Feria de la Comunicación Social en Madrid

Del 26 al 30 de junio tendrá lugar en el Instituto Internacional de Técnicas Especializadas, en el número 43 del Paseo de la Habana de Madrid, la primera Feria de la Comunicación Social. En la misma, que se convierte en la primera con carácter nacional en su género, participarán las principales empresas nacionales e internacionales de un amplio abanico de sectores que incluye desde banca a artes gráficas. Información en el telf.: (91) 435 48 85.

José María Neira, un joven cántabro que ha conseguido vivir del cuento

Su empresa, Láser Cuentos, vende cuentos personalizados en los que el cliente comparte protagonismo con el Rey León, Aladdin, Mickey...

FELIX VILLALBA ● DM

SANTANDER. «Nunca pensé que se pudiera vivir del cuento». José María Neira, un joven cántabro de 28 años, se lo propuso y lo ha conseguido. Este economista ha creado una empresa en Madrid, «Láser Cuentos» que vende historietas a niños y adultos, con un atractivo especial, el cliente es el protagonista del relato.

Gracias a Láser Cuentos, muchos niños han conseguido ser protagonistas de historias fantásticas junto a sus héroes favoritos, el Rey León, Aladdin, Minnie, Mickey Mouse, Blanca Nieves... La idea no es nueva. José María Neira la importó de Estados Unidos, de donde procedía un cuento que, para su sorpresa, estaba protagonizado por él y su familia. Era un regalo que su hermano le trajo unas Navidades de Nueva York. La ilusión del regalo fue más allá y le hizo concebir esperanzas de crear un negocio.

Tras viajar a Estados Unidos y conseguir convertirse en el distribuidor oficial de Best Personalized Books Inc., compañía norteamericana líder en el sector de cuentos personalizados, comenzó a experimentar el sabor del éxito de su iniciativa. Había trabajado anteriormente como «broker» en una agencia de valores y, a los 26 años, se había convertido en el gerente más joven de un centro comercial de toda Europa. Pero lo dejó todo para dedicarse a «vivir del cuento».

Su mayor éxito fue conseguir los derechos de Walt Disney para ofrecer a sus personajes en los cuentos personalizados. Ahora, el Rey León es con diferencia el líder de ventas.

El negocio, que Neira ofrece a cuantos estén interesados, es sencillo y no requiere una gran inversión. Se precisa un ordenador y una impresora láser. Láser Cuentos está buscando en la actualidad licenciatarios en toda España para que vendan sus cuentos personalizados. La empresa entrega al interesado un programa informático, las páginas con dibujos a todo color y las tapas duras. Con ese material, en sólo cuatro minutos se «fabrica» un cuento en el que el cliente comparte cartel con el Rey León, por ejemplo, y en el que aparecen reflejados sus amigos, su casa, sus compañeros de trabajo. Además, incluye una dedicatoria de la persona que se lo regala.

José María Neira es economista y fue «broker» y el gerente de un centro comercial más joven de Europa.

El impacto en el cliente es grande. Neira observa complacido como quienes abren los cuentos de Láser y se ven reflejados en ellos reciben la misma grata sorpresa que él tuvo cuando le trajeron el cuento de Nueva York. Láser Cuentos ofrece sus cuentos en doce idiomas.

> *En los cuentos aparece el cliente con apellidos, sus amigos, su domicilio*

La empresa acaba de iniciar la tarea de captar licenciatarios y cuenta ahora mismo con ocho en toda España, de los que uno está en Cantabria, en Castañeda concretamente. No hay límite para el número de licenciatarios y no hay ninguna restricción geográfica, ni zonas en exclusiva.

MOTIVACION A LA LECTURA

Además del atractivo que de por sí tiene la idea para el cliente, los cuentos personalizados cuentan con el apoyo de profesores y pedagogos, que recomiendan el producto como ayuda a la motivación de los escolares por la lectura. De hecho, la idea del cuento personalizado surgió hace 20 años en Estados Unidos cuando una profesora buscaba un método para incitar a sus alumnos a leer. Ahora, José María Neira ha hecho de ello su negocio y todo parece indicar que habrá un final feliz.

MADRID 7 Junio 1995 EL ECONOMISTA

EXPO-INTE'95 FERIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

En Madrid, del 26 al 30 de junio de 1995 va a tener lugar la primera Feria de la Comunicación Social, EXPO-INTE'95, en la sede del Instituto Internacional de Técnicas Especializadas sito en el Paseo de la Habana, 43. Participarán las principales empresas nacionales e internacionales de los sectores: banca, artes gráficas, editoriales, agencias de publicidad y de relaciones públicas, centrales de compras, informática, marketing, productoras, anunciantes, medios de comunicación social (agencias de información, prensa, revistas, radio y televisiones) y asociaciones profesionales.

CON SU PROPIO SELLO

Letterface imprime sellos cargados de valor sentimental con la imagen que el cliente desee

Un capricho numismático, un detalle de originalidad, un medio sencillo, barato e ideal que tiene el anfitrión de un evento social para impactar a sus invitados y quedar de cine. Un invento «made in Suecia», aunque parece más propio de EE.UU., que ya ha llegado a España de la mano de Sebastián Ortiz y su empresa, Letterface Photostamps, que brindan la oportunidad de plasmar en un sello, junto a una pareja real o un ídolo cualesquiera o en solitario, a unos novios, un recién nacido, un animal, un paisaje o cualquier otra imagen. Un sello sin valor postal, pero cargado de sentimiento

SEBASTIÁN ha vivido treinta y cuatro años fuera de España. La mayor parte de este tiempo, en Suiza, donde ha trabajado en diferentes empresas, en las que ha desempeñado diversas responsabilidades, desde jefe de exportación de ordenadores a vendedor de máquinas para el tratamiento del queso (las famosas lonchas que se colocan encima de las hamburguesas).

En éstas estaba cuando recibió, desde Suecia, una llamada telefónica que, a la postre, no sólo le iba a marcar su vida personal, sino también la profesional. Desde el otro lado del hilo telefónico fue informado de que iba a ser padre. Sebastián apenas dudó en tomar la decisión de abandonar su trabajo y marcharse al país nórdico para seguir de cerca el embarazo de su compañera y el nacimiento de su hija.

El bautizo de su hija

Y, precisamente, con motivo del bautizo de Gabriela, nombre que recibió su primogénita tras celebrarse el rito del primero de los sacramentos cristianos, empezó a ver la luz esta empresa. La madre quiso encargarse de todo. «Un día ella me dijo "¿qué te parecen estas invitaciones? Me quedé sorprendido. En el sobre había pegado un sello que en vez de tener las imágenes habituales, implantadas por Correos, aparecía, nada más y nada menos, que la fotografía de mi hija Gabriela. Mandamos más de sesenta invitaciones entre Suecia y Suiza. ¡No podía creerlo! Al cabo de una semana recibimos cincuenta llamadas de gente que quería saber dónde se compraban «esos sellos». Como soy una persona relacionada con el mundo de las ventas y del marketing enseguida caí en la cuenta de que podía ser el inicio de un buen negocio». Decidió ponerse en contacto con la empresa emisora de aquellos sellos, que aunque no tienen valor postal, ofrecen la originalidad y la simpatía de aparecer pegados en cualquier sobre, con la capacidad de sorprender a cualquier destinatario.

Las responsables de la idea son las hermanas Nilson, quienes crearon la empresa en Estocolmo. Ambas dieron a Sebastián Ortiz la oportunidad de desarrollar el negocio a Madrid. En aquel momento estaba libre, es decir, nadie estaba encargado de la venta del foto-sello en este país. Fui directamente a la Glorieta de Cuatro Caminos con mi muestrario. Allí paraba a todo el que pasaba por la calle para enseñarle el producto y conocer su opinión. Hablé con más de mil personas. También me puse en contacto con grandes empresas y les pareció una buena y útil idea. Volví a Suecia. Consulté el estudio de mercado y mi capital y decidí que el negocio era viable».

Con la decisión tomada, Sebastián volvió a España y, en octubre del año pasado, puso en marcha Letterface. «No he tenido grandes problemas en crear mi negocio porque no me ha supuesto ninguna inversión. El ordenador, la impresora y el fax me los traje de mi oficina de Suecia. Además, no tengo, por el momento, ninguna competencia. No obstante, quise tener las espaldas bien cubiertas, por lo que busqué un buen respaldo al cual poder consultar, y opté por hacerme socio de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE). Sin embargo los bancos deberían confiar más en las empresas que están empezando. El pago de los foto-sellos se hace por medio de cheques y, en un primer momento, las entidades bancarias me cobraban unos intereses tan altos que se quedaban con casi todo mi margen de beneficios. Ahora estoy en tratos con una banca de plazo para no cobrarme intereses».

Cada vez más gente conoce el foto-sello y quiere verse a sí mismo, o a un amigo, o a su perro estampado en uno de ellos.Lo único que hay que hacer para ello es enviar la foto a Letterface con un cheque. En un plazo de quince días, se puede disfrutar de 72 divertidas imágenes enmarcadas en el interior de un sello. Es el tiempo necesario para que Ortiz reciba el sobre con todos los datos, lo lleve a Correos con destino a Estocolmo, reciba el pedido en su oficina y, posteriormente, lo envíe al domicilio del destinatario.

«Los aparatos que realizan el proceso son muy caros. Sólo hay dos máquinas en el mundo que hacen foto-sellos, una en California y otra en Estocolmo. Si yo hubiese comprado todos los instrumentos necesarios más el software, hubiera tenido que invertir muchos millones de los que no disponía. De esta forma, se simplifica el proceso».

Cipriano Pastrano

«ORIGINARIAMENTE LA IDEA ESTABA DIRIGIDA A UN PÚBLICO ESPECÍFICO, PERO HAN SIDO LOS PUBLICITARIOS QUIENES HAN CONVERTIDO EL FOTO-SELLO EN UN SOPORTE MÁS QUE OFRECER A SUS ANUNCIANTES»

Nueva gama de productos

En un principio, la idea estaba dirigida a un público particular, pero han sido los publicitarios los que han encontrado en el foto-sello un espacio ideal como medio publicitario. «Los piden tanto las empresas que desean hacer un "mailing", y los pegan con la imagen del producto en el sobre, como una pareja de novios que estampan su foto-sello en las invitaciones de boda. Por otra parte, el producto puede verse beneficiado, por el mismo precio, con un texto no superior a veinte dígitos».

Sebastián Ortiz ya tiene preparada una nueva gama de productos que muy pronto estará en el mercado. Entre estos destacan las etiquetas adhesivas que se pueden colocar en cualquier remite con los datos de la dirección, u otro texto, y la foto. Pueden utilizarse también para marcar libros, compact disc, etc. Existe otro tipo de etiquetas que en toda su dimensión son una fotografía en la que va impreso el texto. También, destacan las típicas tarjetas de visita en las que aparece el foto-sello. De esta forma, se pueden asociar fácilmente a cualquier persona, de las muchas que uno puede conocer, por ejemplo, en una fiesta. Cualquier regalo, una cajita o un ramo de flores, también podrá llevar una pequeña tarjeta colgando con todos estos datos e imagen.

Hasta ahora, el pedido mínimo son dos hojas con treinta y seis sellos cada una. «Muchas personas no saben qué hacer con tantos. No se dan cuenta de las múltiples utilidades: se pueden pegar en los libros de texto, disquete de ordenador, carpetas, compact disc... De todas formas, a partir de junio vamos a ofrecer la posibilidad de pedir una sola hoja de treinta y seis sellos por 1.650 pesetas»

Ya no cabe la menor duda de que Letterface o «cara de carta» es todo un detalle.

Si Vd. ha sufrido un tratamiento de quimioterapia, padece una alopecia areata o su imagen se ve afectada por problemas de calvicie, le ofrecemos una solución natural y cómoda: las nuevas PELUCAS NATURALES de NHC. Si ha probado otras, notará la diferencia.

1 año de GARANTIA

- UNICA en el mercado.
- Sin PESO, sin CALOR.
- Hecha A MEDIDA.
- Con el pelo adecuado a su imagen.
- Sin PEGAMENTOS.
- Precios muy ASEQUIBLES.

NHC
NATURAL HAIR CENTER
CENTRO PARA EL CUIDADO DEL CABELLO

Solicite su cita hoy mismo llamando a los teléfonos:
309 15 95
401 27 26

Conde de Peñalver, 57 • 28006 MADRID

rtve

RadioTelevisión Española

Solicitud Pública de Ofertas para EXPEDIENTE N.º 6/95

«HOMOLOGACION DE PROVEEDORES Y DETERMINACION DE PRECIOS PARA EL SUMINISTRO DE CARBURANTES PARA CALEFACCION PARA RTVE Y SUS SOCIEDADES (TVE, S. A., Y RNE, S. A.) DURANTE EL AÑO 1995-1996»

Plazo de presentación de ofertas:

Hasta las 13 horas del día 18 de mayo de 1995 (en el Registro Oficial de RTVE, Dpcho. B/025 Edificio Prado del Rey. Centro de RTVE). 28223 POZUELO DE ALARCON (MADRID).

Apertura Pública de Ofertas:

11 horas del día 19 de mayo de 1995 (Salón de Actos del Edificio Prado del Rey).

Información y examen de documentación en:

Dirección de Compras y Servicios RTVE. Dpcho. 2/042.º Edificio Prado del Rey. 28223 POZUELO DE ALARCON (MADRID).

Teléfonos: 581 74 15 y 581 74 06

ANUNCIOS

Trazos

Optimedia y Multicompra se separan

Teniendo en cuenta la falta de plena coincidencia en los términos de su relación comercial, Optimedia y Multicompra han decidido interrumpir el acuerdo comercial que mantenían desde el 1 de enero de 1994. Por este acuerdo, Optimedia, cuyo director general es Adrián García, cursaba sus órdenes de publicidad a través de Multicompra. Con ello Optimedia vuelve a cursar directamente a los medios tal y como lo hacía con anterioridad a la formalización del citado acuerdo ahora suspendido y traslada su sede al mismo edificio donde se encuentran las oficinas de Publicis FCB Arge, agencia que participa en dicha central de medios. La facturación previsible para este año de Optimedia estará en torno a los catorce mil millones de pesetas.

Adrián García

Market Hole

La agencia de exclusivas Market Hole, presidida por Cecilia Canal, ha iniciado un nuevo proyecto para la comercialización publicitaria de las televisiones locales. Para este nuevo programa de trabajo destinará un equipo de acción integral.

Expo-Inte'95

Del 26 al 30 de junio se celebrará la primera Feria de la Comunicación Social Expo-Inte'95, que tendrá lugar en la nueva sede del Instituto Internacional de Técnicas Especializadas sito en el paseo de la Habana, 43, de Madrid. La temática de la Feria permite la participación de un variado-abanico de especialidades del mundo de la comunicación.

Urzáiz & Urzáiz Asociados

La presidencia del Gobierno de Colombia ha otorgado su cuenta publicitaria a la empresa de comunicación social integral Urzáiz & Urzáiz Asociados.

Artika

La agencia de publicidad Artika tiene previsto el lanzamiento de una campaña para su cliente Adidas, basada en la presencia de antiguos famosos del deporte como Cassius Clay y Emil Zatopek.

Pepsico-España

Dentro de la línea de innovación llevada a cabo por la compañía de bebidas Pepsico-España se encuentra la promoción de un nuevo producto denominado Pepsi Boom, una cola sin cafeína destinada al público infantil.

Hertz de España

La compañía, líder mundial en alquiler de coches, Hertz, cuenta en España con los servicios publicitarios de BBDP-Mancebo-Kaye. Tiene una flota de unos cuatrocientos veinte mil vehículos y cinco mil oficinas en más de ciento treinta países de todo el mundo. Hertz de España viene desarrollando una campaña publicitaria en la que ofrece sus productos de negocio, así como los de ocio, a través de algunos medios como Prensa y «marketing» directo.

La cobertura de la crisis ruandesa por Ap, premio Pulitzer 1995

Nueva York. Efe

La crisis ruandesa, la corrupción, el terremoto de Northridge (Los Angeles) y la lucha de una familia contra la pobreza y la droga son los asuntos de los principales premios Pulitzer 1995, concedidos ayer en la Universidad Columbia de Nueva York.

En periodismo internacional, el Pulitzer fue concedido a Mark Fritz, periodista de la agencia Associated Press, por su cobertura de la violencia étnica en Ruanda. El «Daily News» de St. Thomas, en las Islas Vírgenes, ganó el Pulitzer al servicio público de periodismo por sus reportajes de denuncia de la corrupción en el sistema judicial.

El periodico «Los Angeles Times» ganó el Pulitzer de información puntual por su cobertura del terremoto de Northridge, ocurrido en enero de 1994. El periodista David Shribman, de «The Boston Globe», ganó el Pulitzer de periodismo especializado desde Washington y en diversos lugares del mundo.

Los periodistas de «The Wall Street Journal» Tony Horwitz y Ron Susking obtuvieron los Pulitzers de información nacional y comentario, respectivamente. El tabloide «New York Newsday» obtuvo dos Pulitzers, uno de los cuales recayó en su columnista Jim Dwyer por sus trabajos y anécdotas sobre la vida en la ciudad de Nueva York.

El otro premio del New York Newsday fue para los periodistas Brian Donovan y Stephanie Saul por sus reportajes de investigación sobre los abusos de la policía en pensiones para minusválidos.

El Pulitzer al periodismo de análisis fue concedido al escritor Leon Dash y al fotógrafo Lucian Perkins, de «The Washington Post», por su reportaje sobre la lucha de una familia de Washington D.C. contra la pobreza, la ignorancia y la droga. En la categoría de crítica, el Pulitzer recayó en Margo Jefferson, de «The New York Times». El premio al mejor editorial fue otorgado a Jeffrey Good, del «St. Petersburg Times»; el de editorial de caricatura a Mike Luckovich, de «The Atlanta Constitution»; y el de fotografía de actualidad a Carol Guzy, de «The Washington Post».

En cuanto a las Artes, el Pulitzer de teatro recayó en la obra «The Young Man From Atlanta», de Horton Foote; el de ficción fue concedido a Carol Shields por su obra «The Stone Diaries»; el de poesía a Philip Levine por «The Simple Truth».

El Pulitzer a trabajos de historia fue concedido a Doris Kearns Goodwin por «No ordinary time: Franklin and Eleanor Roosevelt: The home front in World War II»; el de biografía a Joan D. Hedrick, por su obra «Harriet Beecher Stove: A Live»; y en no ficción a Jonathan Weiner por «The Beak of the finch: a Story of Evolution in our Time».

Por último, el Pulitzer a la música fue concedido a Morton Gould. Como es tradicional, los ganadores de los Premios Pulitzer fueron dados a conocer en una ceremonia sencilla en la Escuela de Graduados de Periodismo de la Universidad Columbia. Los premios fueron anunciados por George Rupp, presidente de la Universidad de Columbia, que administra y concede los prestigiosos premios de periodismo y artes.

• **«The Houston Post»** dejó ayer de existir, tras 111 años de publicación diaria, por problemas financieros. El veterano rotativo fue adquirido por el que fue su rival durante casi un siglo, el «Houston Chronicle», por 120 millones de dólares.

VI. CONCLUSION

VI. CONCLUSION

Yo creo que si Marshall Mc Luham escribiera ahora su magnífica "Galaxia Gutemberg" tendría que salirse del terreno y adentrarse en la caverna de Platón. Ni las sombras, ni las voces, ni los hombres son ya protagonistas. Ni la prensa, ni la radio, ni la televisión. Mc Luhan, mejor que cualquiera de nosotros diría que nos hallamos ante una realidad entramada de muchos campos.

No debemos caer en la persuasión afectiva, como propone Martineau para la Publicidad, ni en la persuasión subliminal, automática y profunda, casi mecánica, que es tanto como decir que nuestra voluntad no interviene, como sostiene Von Holzschuher sino situarnos en una zona intermedia entre la Comunicación afectiva y la subliminal ya que, de esta manera , mayores serán las posibilidades de lograr un efecto sugestivo por convencimiento racional. Si el emisor del mensaje "ve y entiende las actitudes del receptor" como dice Dichter y no trata de anular su capacidad de raciocinio, dejándole espacio para que pueda encajar la indudable agresión psicológica que cualquier mensaje comporta, entonces y sólo entonces, estaremos ante una auténtica Comunicación de Relaciones Públicas. Comunicación de Relaciones Públicas que comporta un contenido inteligente en el mensaje, un canal idóneo para transmitirlo, un receptor previamente estudiado y seleccionado y una expectativa alta de reacción positiva activa hacia la tesis de su planteamiento.

Es la Comunicación de Relaciones Públicas, la del hombre moderno, la del hombre que ha sabido superar el barro del presente y situarse ya, en adelantado, en la nueva Galaxia de la Comunicación Social de la potencia cognoscitiva racional del alma humana. Es la Comunicación Social Integral. Todas las técnicas intercomunicadas y simultáneamente utilizadas. Un mensaje que espera respuesta y que no se impone al receptor. Una coordinación espontánea en su aplicación y un sustancioso alivio en el presupuesto. Es, la moderna Comunicación social eficaz. Estamos ya en el siglo XXI.

VII.BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

- AMARAL, CAIO AUGUSTO DE, As Relaçoes Publicas e a dinamica social. Congreso Brasileiro de Relaçoes Publicas. Bahía, 1986

- CAHEN, ROGER, Tudo que seus gurus nao lho contaram sobre comunicaçao empresarial. Ed. Nova Cultura. Sao Paulo.

- CANFIELD, BERTRAND, Relaçoes Publicas. Ed. Sao Paulo

- CERIAN HERREROS, MARIANO, Fundamentos de la Teoría y Técnica de la Información Audiovisual. Editorial Mezquita. Madrid, 1983.

- Cómo crear una Empresa. Confederación Española de Organizaciones Empresariales. Madrid, 1986.

- DE WOOT, PHILIPPE A., La Naturaleza de la Empresa contemporánea y de su Dirección. Documento del Centro de Perfeccionamiento de la Dirección de Empresas de la Universidad de Lovaina. Cfr. 4-4-1960.

- ELIAS, JOAN, Organización Atenta. Ediciones Gestiones 2000, S.A. Barcelona, 1994.

- ELLIS, N. y BOWMAN, P., Manual de Relaciones Públicas. Sagitario, S.A. Barcelona, 1964.

- FERNÁNDEZ, GONZALO, La Empresa y la Comunicación Social. Editorial Dagur. Madrid, 1988.

- FERRER I FORNS, AUGUSTO, Relaciones Públicas, Empresa y Sociedad. La Llar del Libre, S.A. 1990

- FLIEGER, HEINZ, Public Relations Theorie and Praxis. Bibliographie der deutsch sprachigen PR- Literatur mit Annotationen- Band 13. Wiesbaden, 1983.

- FLIEGER, HEINZ, Public Relations Theorie and Praxis. Bibliographie der deutsch sprachigen PR- Literatur mit Annotationen- Band 31-
Annotationen Ergänzungsband 1. Wiesbaden, 1983.

- FOURGUS, R.H., Percepción. Ed. Trillas. México, 1972

- GELINIER, Le secret des structures competitives.

- I.R.P., "Guide and Practice". Londres

- 1° FORO IBEROAMERICANO DE RRPP, Ediciones Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de Psicología de la Universidad de San Martín de Porres. Lima- Perú, Junio 1996.

- IX Jornada "La Información del Año 2000: Nuevas Tecnologías y Nuevos Medios". Grupo Nuevo Lunes. Madrid, Junio 1996.

- LAMBIN, JEAN-JACQUES, Marketing Estratégico. Mc Graw- Hill. Madrid, 1995.

- Las Responsabilidades de la Publicidad. Instituto Nacional de la Publicidad. Madrid, 1973.

- LESLY, PHILIP, Nuevo Manual de Relaciones Públicas- Tomo I: Organización y Base de las Relaciones Públicas. Ediciones Martínez Roca, S.A. Barcelona, 1981.

- LESLY, PHILIP, Nuevo Manual de Relaciones Públicas- Tomo II: Análisis, Técnica y Práctica de las Relaciones Públicas. Ediciones Martínez Roca, S.A. Barcelona, 1981.

- LOUGOVOY, C. y LINON. M., Relaciones Públicas. Editorial Hispano Europea. Barcelona, 1972.

- MARÍN, CRISTOBAL, Elaboración del Mensaje Publicitario. Instituto Nacional de la Publicidad. Madrid, 1971.

- MAZARRASA, MIGUEL, Marketing y Calidad Total. Ediciones Gestión 2000, S.A. Barcelona, 1993.

- MARTÍN MARTÍN, FERNANDO, Comunicación en Empresas e Instituciones. Ediciones Universidad de Salamanca. Salamanca, 1995.

- MC GREGOR, DOUGLAS, El Aspecto Humano de las Empresas. Editorial Diana. México, Septiembre 1982.

- MC GREGOR, DOUGLAS, El Administrador Profesional. Editorial Diana. México, Septiembre 1878.

- NIELANDER, W.A. y MILLER, R.W., Relaciones Públicas. Editorial Hispano Europea. Barcelona, Diciembre 1967. 6ª edición.

- NOGUERO I GRAU, ANTONIO, Relaciones Públicas e Industria de la Persuasión. Editorial Universitaria de Barcelona. Barcelona, 1982.

- ORTEGA MARTÍNEZ, ENRIQUE, La Dirección Publicitaria. Ediciones ESIC. Madrid, 1987.

- PACKARD, VANCE, Hidden Persuaders. Penguin Books. Middlesex (England), 1981.

- PARRA, EDUARDO, Diccionario de Publicidad y Marketing. Eresma Ediciones/ Tres Culturas. Madrid, Mayo 1991.

- POSTEL, GUY, Dirección por Objetivos y Participación. Editorial Index. Madrid, 1971.

- RAPP, STAN y COLLINS, TOM, Maximarketing. Mc Graw- Hill. Madrid, Diciembre 1990.

- Relaciones Públicas: Herramienta Básica para la Gestión Empresarial. Moderna Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres. Lima- Perú, Febrero 1995.

- RUCH, RICHARD, S. y GOODMAN, RONALD, Imagen en la Cima: Crisis y Renacimiento en el Liderazgo Empresarial. Compañía Editorial Continental, S.A. Madrid, 1986.

- Tratado General de Relaciones Públicas- Tomo I: Concepto y Naturaleza. Fundación Universidad- Empresa. Madrid, 1986.

- TRIANDIS, HARRY C., Actitudes y Cambio de Actitudes. Ediciones Toray, S.A. Barcelona, 1974.

- UGEUX, WILLIAM, Las Relaciones Públicas. Biblioteca Técnica Comercial Seix Barral. Barcelona, 1976.

- URZÁIZ, JAIME, Ordenación de las Relaciones Públicas. Instituto Nacional de la Publicidad- Serie: Tesis Doctorales. Madrid, 1977.

- URZÁIZ, JAIME, Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas. San Martín. Madrid, 1970.