Referencia: Marcaciones para México.  
Responsable: Carlos Jorge Pallares Urieles  
Fecha: 24/09/2021

**MARCACIÓN COMPLETA DEL AFICHE (QUE SE VEAN LOS 4 LADOS, ESQUINAS):** al realizar la marcación de material POP debe visualizarse todos los límites de este. El siguiente ejemplo muestra dos imágenes, una imagen que no debe ser aceptada ya que la marcación no puede realizarse de forma completa, y una que si tiene todos sus bordes visibles:

|  |  |
| --- | --- |
| Imagen para rechazar | Imagen para aceptar |
|  |  |

El aceptar imágenes como la de la izquierda, que no se ven los limites del afiche incide en la detección del material POP, lo que repercute en la clasificación de este. La imagen de la derecha es propicia para incluir en el entrenamiento ya que expresa bien en términos de dimensiones a un afiche.

**MARCACIÓN AFICHE DOBLES EN ADELANTE, MARCANDO LOS BOUND BOXES QUE APLIQUE (LOS INDIVIDUALES): l**a marcación para afiches multiples debe realizarse como se plantea en el siguiente ejemplo:

Imagen que contiene Calendario

Descripción generada automáticamente

Lo anterior es un afiche triple y cada promoción se etiqueta de forma independiente siguiendo el primer inciso de este documento. Para incluir todos los lados del afiche, debe robarse una porción del afiche siguiente, el posterior o de ambos para poder incluir los limites inferiores, superiores o ambos limites respectivamente. Se harán tantas marcaciones como promociones en cuadriculadas aparezcan. Solicitar ayuda para aclarar dudas en casos donde las diferentes promociones sean confusas y no sean tan independientes como en la imagen ya expuesta.

Imágenes como la siguiente se marcan con un solo label ya que no hay independencia entre las botellas, ya que comparten el titulo y la barra de precios:



**ENCAJE DE LAS IMAGENES PARA MARCACIÓN EN LA PLATAFORMA**: existen imágenes que son demasiado grandes y no pueden ser marcadas por completo ya que al iniciar el rectángulo para asignar un label debe hacerse scroll hacia abajo, momento en el que se pierde el recuadro porque la imagen no entra la pantalla de quien realiza la marcación. Con la anterior se evidencia marcaciones que no abarcan todo el POP, dicha marcación también alimenta la detección del modelo y si entrenamos con recuadros que no abarcaron correctamente lo necesitado entonces la detección tratará de entrenarse con imágenes completas e incompletas, enviando fotos a la carpeta de ignorados o al detector.

Se recomienda ajustar el visualizador de imágenes utilizado en marcaciones para que encaje en una pestaña del motor de búsqueda sin necesidad de realizar scroll para seguir viéndola.

**MARCACIÓN DE AFICHES ESPECIALES (SILUETAS):** Para material POP que no sea afiches también realizar la marcación donde se observen todo el contorno del mismo. Para el siguiente caso se tomó una imagen incorrecta, ya que no se aprecia el borde superior:

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

Todo el material POP a marcar debe tener todos su bordes visibles sin interrupciones

**CORRECIÓN LABELING PROMO\_TOKYO:** todo material POP que corresponda a PROM\_TOKYO se debe empezar a marcar solo el título de los afiches como se realiza en PROMO\_A\_LA\_BANDERA ya que la variación constante de las promociones llegan a confundir el modelo si se marca todo el afiche y solo es de nuestro interés el título. Un ejemplo es adjuntando a continuación:

Imagen que contiene botella, refrigerador, foto, diferente

Descripción generada automáticamente

Solo se marca el título del afiche, ya que existen demasiadas variaciones y un solo label, por lo cual su distintivo es el título “PROMOS CON TOKYO” y será suficiente para detectarlo y clasificar. La marcación del primer inciso no aplica para esta tarea.

Puntos pendientes para desarrollar e investigar:

* **Definición de marcación para LABEL ELECTRO\_VERTICAL Y ELECTRO\_INDIVIDUAL MX/KA**
* **Entrenar con mas datos y validar con menos (luego de implementación de requerimiento técnico)**