

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se titula “Propuestas de estrategias de promoción y venta para la empresa **Celtron**”. Se presenta como un plan que permite abrir nuevos mercados para la empresa **Celtron**, la cual en los pocos años que tiene de haberse creado no ha tenido una estrategia de publicidad, para el servicio que ofrece de reproducción de mensajes publicitarios en la retención de llamadas; **Adline**.

En este trabajo se expone la problemática que tiene la empresa y se indican los pasos para enfrentarlos. Para lograr la búsqueda de nuevos clientes en la Republica Mexicana y consolidarse en la ciudad Hermosillo Sonora. Es importante la búsqueda de nuevos mercados, debido a que el número de empresas en Hermosillo que cuentan con un conmutador es limitado, ya que este ultimo es necesario para la instalación del equipo reproductor.

## TEMA DELIMITADO

Las estrategias de publicidad esta dirigida a aquellas empresas que cuentan con un conmutador y que tienen la capacidad económica para poder contratar el servicio de **Celtron**.

## JUSTIFICACIÓN

En un mundo donde la economía se ha globalizado, la micro y mediana empresa tiene que buscar nuevas estrategias de expansión hacia nuevos mercados y no ser absorbidos por las grandes empresas.

Primeramente se tiene que pensar si la empresa se encuentra preparada para cubrir las demandas y los costos que ésta generaría. Con una buena estrategia de publicidad y analizando cual es el mercado meta se podrá crecer como empresa. El Internet es una herramienta que cada vez es más utilizada para la compra y venta de productos y servicios en todo el mundo, la publicidad por este medio cada vez es más considerable para todas aquellas empresas que desean darse a conocer en el mundo.

En este trabajo se proponen varios puntos de promoción y venta para la empresa **Celtron**, ya que es una empresa nueva que ofrece el servicio de mensajes de “llamada en espera” para las compañías que contraten el servicio **Adline**. Por lo cual se pretende en este trabajo, dar una serie de propuestas para promocionar el servicio en la ciudad y en toda la Republica Mexicana.

## **OBJETIVO GENERAL**

El objetivo general es plantear una propuesta de estrategia publicitaria para atraer nuevos mercados para el crecimiento de la empresa **Celtron**, quien es la encargada del equipo **Adline** en el ámbito nacional e internacional a través de la Internet.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Presentar antecedentes de la empresa **Celtron** y del sistema **Adline**.
- Conocer el proceso de trabajo y dinámica de la empresa.
- Presentar propuesta de estrategias de venta promocional.
- Presentar una propuesta para dar a conocer el servicio de **Adline** a las empresas de la República Mexicana a través de Internet con la apertura de un sitio web.

## **METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

En el primer capítulo sobre los antecedentes de la empresa, se utilizó como instrumento de recolección de información la entrevista a los socios.

El segundo capítulo se realizó con base en la experiencia laboral de quien esto escribe, y a través de entrevistas realizadas a los socios de la

empresa y estadísticas recopiladas de los archivos, se evaluó si la empresa cuenta con la capacidad para cubrir la nueva demanda del mercado.

Con base en el diagnóstico en el que se encuentra la empresa, se procedió a las propuestas en donde se hizo una revisión de los buscadores más frecuentados en la red y en el caso del registro de la página y las técnicas de publicidad, con base en la experiencia que tengo en el área de la producción de spots.

## MARCO REFERENCIAL

La función de la publicidad es crear una imagen a determinado producto, es decir, construirle una nueva realidad. Hay que partir de dos ideas; imagen y publicidad.

El concepto de publicidad ha sido muy discutido a lo largo del siglo pasado, por ejemplo el Dr. Salvador Mercado concibe a la publicidad en *“...todas aquellas actividades dedicadas a informar e influir en los consumidores potenciales para comprar los productos o servicios ofrecidos al público por el publicitario”*.<sup>1</sup>

Francisco Javier de la Torre, dice que la difusión de los bienes y servicios puede ser *“... por conducto de los medios de comunicación masiva como el cine, la radio, la televisión y la prensa ...”*. También dice que el *“conjunto de medios y técnicas utilizadas por alguna empresa permita abarcar otros mercados y con esto acrecentar el número de clientes”*.<sup>2</sup>

La publicidad se encarga de informar acerca de productos o servicios, haciendo pública su existencia y sus características, que en este caso la propuesta es de utilizar a la radio, la televisión local y el internet como medios para publicitar el servicio que ofrece **Celtron** .

“La imagen es la sustitución de una realidad por otra, por ejemplo una fotografía sustituye a la realidad fotografiada, la imagen social de una

---

1.- Mercado H Salvador. Publicidad estratégica. Mex. 1994. pag. 69.

2.- De la Torre Zermeño, De la Torre Hernández. Taller de análisis de la comunicación 2. Mex. 1995. pag. 20.

empresa o institución, personaje o producto, es también una nueva realidad que se elabora y que reemplaza a la original o cualquier otra cosa que se haya formado la sociedad de ellas”.<sup>3</sup>

Estas consideraciones son muy importantes porque una de las funciones de la publicidad es, formar la imagen del producto es decir, construir su nueva realidad.

Para la definición de estrategia nos quedaremos con el concepto del Marketing Publishing Center, Inc. el cual señala que hay una relación entre objetivos y estrategias; en mercadotecnia, los objetivos nos indican hacia donde debemos de dirigirnos mientras que las estrategias son como hemos de alcanzar ese objetivo deseado. Se entenderá por estrategia como *“La selección, definición y aceptación de un curso de acción futuro que permita, a partir de los objetivos previamente establecidos para cada producto, optimizar el uso de los recursos en el proceso de logro de los mismos”*.<sup>4</sup> Dentro de los medios que se utilizan para la publicidad son; la radio, televisión, folletos, prensa, ventas directas, el internet, entre otros. En este trabajo se enfocará principalmente a tres medios que son la radio, televisión y el internet.

Hay que establecer una definición de Internet que es *“un conjunto de ordenadores conectados entre sí para compartir información y recursos. Desde su diseño inicial con fines militares y su posterior uso como medio de comunicación entre centros educativos, ha evolucionado hasta interconectar a millones de personas”*.<sup>5</sup>

Otro concepto para complementar al anterior sobre internet *“... es un recurso global compartido de información y conocimiento, así como un medio de cooperación y comunicación entre personas y comunidades”*.<sup>6</sup> Podemos decir que la internet es un recurso para difundir información. Se tiene contemplado el usar un sitio web en donde se de a conocer el servicio de “llamadas en espera” que **Celtron** ofrece.

---

3.- <http://www.jmc-yr.com/miradas/a-terenzani.htm>

4.- Biblioteca de Manuales Básicos. La estrategia básica de marketing. Pag. Ed. Díaz de Santos. España 1990. Pag. 2-7.

5.- <http://www.abreak-e.com/jargon.htm>

6.- <http://www.soho.com.mx/>

Un sitio web es un conjunto de páginas HTML (Hyper Text Markup Language) visibles permanentemente en internet. Cada sitio web se identifica mediante una dirección URL (Uniform Resource Locator), que es la página principal o portada. Una página web es cada uno de los distintos apartados en que se clasifica un Sitio web y que dispone de una Dirección URL independiente.

El Hyper Text Markup Language (HTML) es una herramienta utilizada para crear archivos de texto vinculados para la investigación realizada por los visualizadores de World Wide Web.<sup>7</sup>

Estos hipertextos permiten ir saltando de un lugar a otro en una página mediante algún enlace; estos enlaces se caracterizan por tener palabras de un color distinto o sobresalen entre los demás. El ir de una página a otra es lo que se conoce con el nombre de “Navegar por la Red”.<sup>8</sup>

Dentro del sitio web se incluirá hipertextos en donde mandarían al “navegante” a otras paginas con la información que desean ver, también vendrán enlaces para escuchar algunas demostraciones de producciones de audio hechas a algunos de los clientes, estos archivos de audio se encontrarían en el formato mp3.

El mp3 (Mpeg1 Layer3) es una de las nuevas formas de escuchar música grabada en una computadora, a la vez de que ocupa un espacio mínimo. Es un archivo de sonido que está comprimido, es decir que se eliminan todas aquellas frecuencias que no percibe el oído, pero a la vez conservando la calidad de sonido comparado al CD. Al eliminarse ciertas frecuencias hace que ocupe el archivo poco espacio en el disco duro de la computadora.<sup>9</sup>

En este caso millones de personas en cualquier parte del mundo podrán ver el sitio web de **Adline** y conocer el servicio que ofrece de la llamada en espera. Habrá un intercambio de información en donde podrán mandar las empresas que contraten el servicio, información que desean dar a conocer a sus clientes o proveedores para la realización del mensaje. Esta información se enviaría a través de una cuenta de correo o e-mail, que permite intercambiar mensajes electrónicos en segundos, texto, archivos de sonido en formato mp3, etc.

---

7.- Fahey Tom. Diccionario de internet. Editado por Ruffin Prevost. Pretice-Hall Hispanoamericana. Mex. 1995. pag. 91.

8.- Lopezcano George. Diccionario de internet. Tomo 5. Ediciones Euroméxico. Colombia. pag. 80.

9.- <http://www.angelfire.com/co/mp3Colombia/quemp3.html>

## SUJETOS Y CONTEXTO

La empresa actualmente esta conformada por un consejo administrativo y áreas:

En el consejo administrativo se encuentran los socios de la empresa que son los encargados de la toma decisiones de las acciones a realizar dentro de la empresa. Este consejo esta formado por 4 personas.

Dentro de la empresa se encuentra las siguientes áreas:

- 1.- Área de administración.- Que esta conformado por el director, el gerente, el contador, la asistente del gerente y la secretaria.
- 2.- Área de producción de mensajes.- Cuenta con un productor, el redactor de texto, y los locutores.
- 3.- Área de fabricación del equipo.- Una persona es la encargada del armado del equipo reproductor de mensajes y también la encargada de la instalación del mismo.
- 4.- Área de ventas.- Que esta conformado por los vendedores.

Los sujetos a incluir en el diagnóstico mediante la aplicación de entrevistas son los socios de la empresa **Celtron**.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **MARCO REFERENCIAL**

- 1.- Mercado H Salvador. Publicidad estratégica. Mex. 1994. pag. 69.
- 2.- De la Torre Zermeño, De la Torre Hernández. Taller de análisis de la comunicación 2. Mex. 1995. pag. 20.
- 3.- <http://www.jmc-yr.com/miradas/a-terenzani.htm>
- 4.- Biblioteca de Manuales Básicos. La estrategia básica de marketing. Pag. Ed. Díaz de Santos. España 1990. Pag. 2-7.
- 5.- <http://www.abreak-e.com/jargon.html>
- 6.- <http://www.soho.com.mx/>
- 7.- Fahey Tom. Diccionario de internet. Editado por Ruffin Prevost. Prentice-Hall Hispanoamericana. Mex. 1995. pag. 91.
- 8.- Lopezcano George. Diccionario de internet. Tomo 5. Ediciones Euroméxico. Colombia. pag. 80.
- 9.- <http://www.angelfire.com/co/mp3Colombia/quemp3.html>