



Mercado

La penetración de la Sección Amarilla en el mercado publicitario mexicano es cada día más importante, pues en ella se anuncian más de una cuarta parte de los negocios formales a nivel nacional, lo que la convierte en un medio con presencia cotidiana en cualquier actividad comercial.

Los directorios de Sección Amarilla son la solución para encontrar cualquier producto: Llega a 96 de cada 100 hogares que cuentan con teléfono y 8 de cada 10 personas que la consultan concretan la compra de un bien o la contratación de un servicio.

Es el medio líder en publicidad direccional, por lo que se puede dar por hecho que se encuentra presente en todos los hogares y negocios de México que cuentan con teléfono.

Su base de clientes está compuesta por un universo de cientos de miles de anunciantes que compran publicidad en alguno de sus 135 directorios. Sus páginas son consultadas por todo tipo de consumidores que buscan una gran diversidad de productos y servicios.

Logros

Quienes utilizan la Sección Amarilla saben que cuentan con el respaldo de una empresa sólida, donde trabajan más de 1,700 empleados, distribuidos en oficinas que se encuentran a todo lo largo y ancho del territorio nacional.

Hoy la relación de la empresa con sus usuarios y clientes es dinámica y se encuentra en constante cambio, ya que almacena la información de sus socios comerciales en bases de datos completas, clasificadas para un uso más sencillo y eficaz.

La Sección Amarilla ofrece información comercial, social y de interés general de una forma entretenida; sus guías turísticas, sección de teléfonos de emergencia y mapas con sitios culturales y recreativos son una buena muestra de ello.

Sus libros son atractivos a la vista porque en ellos se han invertido importantes recursos en lo referente a diseño e impresión. En la actualidad, sus páginas son de lectura fácil, pues se elaboran con sistemas especializados en la edición y producción de directorios de calidad mundial.

La modernización alcanzada permite que los procesos de diseño y formación sean 100% electrónicos, sin que sea necesario el uso de papel, pero para la Sección Amarilla eso no basta, por lo que continúa trabajando para seguir a la vanguardia, impulsando la creación de productos más útiles y novedosos, siempre enfocados en mejorar el servicio a sus clientes.

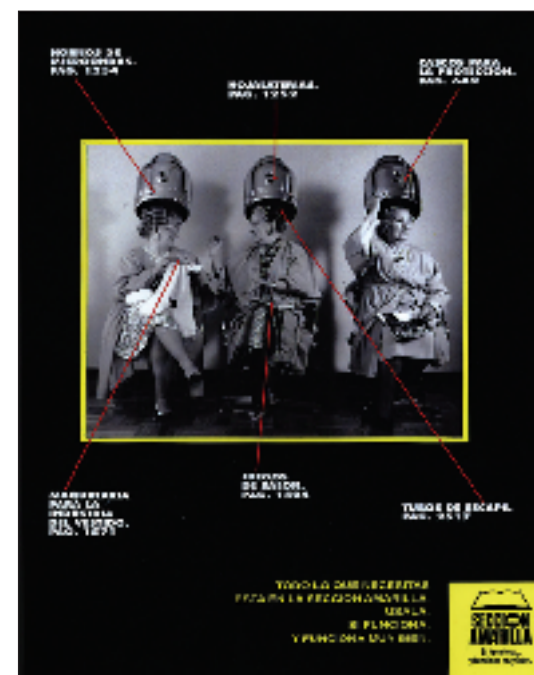
Historia

La Compañía Telefónica Mexicana se constituyó en 1882, en sociedad con la Western Electric Telephone Company, y 9 años después, en noviembre de 1891, apareció la Lista Número 1 de suscriptores de la Compañía Telefónica Mexicana, a la que en 1897 se agregó la primera sección clasificada de anunciantes.

Estos directorios, de hasta 100 páginas, iniciaron la cultura de consulta en el país y fueron el antecedente de lo que hoy es la Sección Amarilla.

Pasaron casi 40 años después de la Revolución Mexicana para que el país iniciara el camino hacia la industrialización... En 1946 se fusionaron la Compañía Telefónica y Telegráfica Mexicana y Ericsson, y para el 2 de diciembre de 1947 se creó una nueva empresa: Teléfonos de México, S.A. (Telmex), la cual comenzó operaciones el día 10 de enero de 1948. La Sección Amarilla era subsidiaria de Telmex y se constituyó como la empresa de directorios telefónicos encargada de su comercialización, edición, publicación y distribución.

En 1991 Grupo Carso compró la compañía y la Sección Amarilla evolucionó con la implementación de tecnología de punta y una mejor estructura de trabajo. Esta adquisición ha marcado desde entonces un rumbo modernizador que dio inicio con fuertes inversiones destinadas a la adquisición de *software* diseñado exclusivamente para la produc-



ción de directorios, así como a la capacitación del personal a cargo de su operación y mantenimiento.

Desde entonces se establecieron nuevos sistemas de comercialización, con los cuales se han superado las expectativas de propios y extraños. Las mejoras realizadas han ido incrementando el uso de los libros.

Producto

La Sección Amarilla nació a raíz de la necesidad de comunicación entre proveedores de bienes o servicios y clientes. En sus inicios era apenas un libro de consulta, pero al transcurrir de los años ha cambiado hasta convertirse en uno de los medios publicitarios más efectivos.

Actualmente es el directorio más consultado de México y forma parte importante de la economía formal del país, al facilitar el intercambio comercial que contribuye al desarrollo y crecimiento de la nación.

Ha obtenido el reconocimiento internacional como miembro de la Asociación de Editoriales de Páginas Amarillas (YPA, por sus siglas en inglés), gracias a lo cual es la única empresa de directorios no estadounidense o canadiense que opera como CMR (Representante Certificado de Marketing).

Hace cinco años la Sección Amarilla inició otra aventura al dar forma a su sitio en Internet, el cual ha destacado de manera por demás exitosa en el competitivo mercado electrónico mundial, proporcionando una opción adicional de consulta y compra en la red.

Desarrollos Recientes

Desde la aparición de las primeras listas de suscriptores, Anuncios en Directorios ha hecho patente su deseo constante de ofrecer productos cada vez más innovadores.



Durante los últimos 15 años sus libros se han vuelto más estéticos y funcionales; los más de 100 años de experiencia de la compañía han culminado con variados formatos editoriales, especialmente diseñados para una impresión más limpia, una encuadernación más sólida y robusta y una distribución más rápida y efectiva.

Desde 1994 se han incorporado al directorio una serie de cambios, siempre pensando en el beneficio de los anunciantes y usuarios, que dieron como resultado



índices y clasificaciones en inglés, una guía médica, índice de poblaciones y las secciones: blanca de teléfonos residenciales, informativa, de cupones de descuento y Lada 800, entre otras.

Con la llegada del año 2000 surgió el sitio www.seccionamarilla.com.mx, y desde entonces esta nueva forma de poner en contacto a proveedores y clientes se ha vuelto indispensable, a tal punto que su crecimiento en tan sólo el último año fue superior al 100%. Actualmente el sitio es visitado por aproximadamente 15 millones de compradores potenciales cada año.

En ese mismo año, la Sección Amarilla fue pionera, a nivel nacional, en ofrecer la impresión de anuncios en siete colores y fondo blanco, y 2 años más tarde se incorporaron a los anuncios fotografías a todo color (process color), ofreciendo así una amplia gama de impactantes productos.

La Sección Amarilla cultiva una filosofía de mejora continua que no se detiene, sino que, por el contrario, se fortalece hoy más que nunca. De este modo, desde el año 2004 trabaja en conjunto con Amdocs, compañía líder a nivel mundial, en la implementación de un sistema desarrollado en ambiente web, con el que continúa a la vanguardia tecnológica.

Esto ha traído un beneficio notorio para sus anunciantes: Las consultas a sus bases de datos son más exactas y rápidas, con lo que se logra un mejor almacenamiento de datos y elementos gráficos, además de un acceso más fácil a ellos, todo lo cual ha contribuido a la optimización del proceso de producción.

Promoción

“Si funciona, y funciona muy bien” y “Mucho. Más. Rápido.”, son los lemas de la Sección Amarilla. La idea es bastante simple: buscar en la Sección Amarilla funciona mejor que nada para hallar lo que sea, y en

Internet se encuentra más rápido.

Y no se trata sólo de frases publicitarias; para la Sección Amarilla significan el compromiso de generar a sus clientes el mayor valor y retorno por cada peso que invierten en publicidad. Este compromiso se traduce en velocidad, eficiencia y la certidumbre que proporciona el entregar los directorios en casi todos los hogares con teléfono y estar disponibles en la red mundial las 24 horas de los 365 días del año.

Valores de Marca

Por más de 100 años, la Sección Amarilla ha publicado y distribuido los mejores directorios en el país, demostrando ser una marca comprometida con la calidad de sus productos y servicios. Cada anuncio, desde el más pequeño hasta el más grande, tiene grabado su sello distintivo.



La Sección Amarilla ha acompañado por más de un siglo el crecimiento de innumerables pequeñas empresas familiares, que al paso de las décadas se han convertido en verdaderos emporios comerciales: Por eso puede afirmarse que detrás del éxito de la Sección Amarilla está la confianza que por décadas los anunciantes han depositado en la publicidad que les proporciona esta empresa, pues han comprobado que “la Sección Amarilla sí funciona... y funciona muy bien”.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Sección Amarilla

- En la década de los 60 una empresa le proveía llantas a los vehículos utilitarios de la Sección Amarilla a cambio de la publicación de sus anuncios.
- La Sección Amarilla ha acompañado el crecimiento de muchos de sus anunciantes, como en el caso de una persona dedicada a la cañería que contrató su primer anuncio sin contar siquiera con una línea telefónica en la que se pudieran aplicar los cobros mensuales; hoy es un exitoso empresario que cuenta con flotillas completas de camiones para prestar sus servicios.
- En el año 2004 la Sección Amarilla imprimió más de 18 millones de ejemplares, los cuales fueron distribuidos a nivel nacional.