



Mercado

Sus más de cien años de experiencia consolidan a la Sección Amarilla como el medio de publicidad más grande del país. Su penetración 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.

La Sección Amarilla es la guía comercial más completa y actualizada que circula en nuestro país. La solidez que ha adquirido en los últimos años y sus innovaciones, permiten ofrecerle al público una empresa multimedios con extensas posibilidades para difundir sus marcas.

Los directorios de la Sección Amarilla son la solución para encontrar cualquier producto: Llega al 92% de los hogares que cuentan con teléfono y el 75% de las personas que la consultan concretan la compra de un bien o la contratación de un servicio.

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

La Sección Amarilla se mantiene en constante evolución, la cual se refleja en los 135 libros con los que cuenta actualmente. De ese total se imprimen veinte millones de ejemplares al año, para cubrir ocho de cada diez hogares y siete de cada diez oficinas o empresas en la República Mexicana.

Los directorios están presentes en prácticamente todas las ciudades en donde existe una actividad económica que requiera uno para difundir los negocios y servicios del sitio. Además, la Sección Amarilla es la mejor y más grande base de datos y foro comercial más importante de México.

Quiénes utilizan la Sección Amarilla desde cualquiera de sus medios: impreso (libro tradicional y móvil), Internet, 25 800 (teléfono celular) o GPS (búsqueda satelital), saben que cuentan con el respaldo de una empresa sólida, donde trabajan más de 1,700 empleados, distribuidos en oficinas, que se encuentran a lo largo y ancho del territorio nacional.



Anuncios Espectaculares | Pág. 243



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: ha dejado de ser sólo un medio para convertirse en un servicio multimedios, el cual brinda muchas opciones a la vez. Y continúa trabajando para mantenerse a la vanguardia, impulsando la creación de productos más útiles y novedosos, siempre enfocados a mejorar el servicio a sus clientes.

Historia

La Sección Amarilla se creó a la par de la fundación de la Compañía Telefónica Mexicana, en el año de 1882, en sociedad con Western Electric Telephone Company, y nueve años después lanzó al mercado

la lista número uno de suscriptores de la empresa de telefonía.

Fue en 1887 cuando se agregó la primera sección clasificada de anunciantes en aquellos directorios de hasta cien páginas, que generaron la cultura de consulta en el país y fueron los antecesores de la Sección Amarilla actual.

Para el año de 1946, después de la revolución industrial en México, se realizó la fusión de la Compañía Telefónica y Telegráfica con Ericsson, que originó la ahora conocida empresa Teléfonos de México, S.A. (TELMEX), la cual se constituyó como la empresa de directorios telefónicos encargada de su comercialización, edición, publicación y distribución.

Y en 1991 Grupo Carso compró la compañía administradora del directorio, para que éste evolucionara hasta convertirse en lo que hoy se conoce como la Sección Amarilla.

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

Con cada una de sus estrategias, la Sección Amarilla se esfuerza por mantener su liderazgo en el rubro de la publicidad direccional, y reafirmarse como el mayor y mejor foro de negocios del país, así como ser la mejor empresa de multimedios y mantenerse a la cabeza en el rubro de la publicidad bidireccional, además de contribuir al desarrollo económico y social del mismo, ya que son un vínculo entre compradores de bienes y servicios y los proveedores.

La Sección Amarilla ofrece el mejor retorno de inversión con relación al costo-beneficio de los demás medios. Tiene, también, el costo por millar más bajo del mercado, que se adapta a las necesidades del cliente al integrar los anuncios a la medida que requieren y



cuenta con más de tres mil 600 clasificados para anunciarse. En el caso del libro tradicional, su *pass along* se encuentra directamente relacionado con el número de ocasiones que la gente utiliza los libros cuando tiene necesidad de compra, lo cual significa que los negocios emplean 10.3 veces al mes la Sección Amarilla, mientras que en los hogares se consulta 4.5 veces.



Por otro lado, la Sección Amarilla 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).

Desarrollos Recientes

El país, al igual que el resto del mundo, está teniendo una transformación fuerte respecto al uso y las aplicaciones de la tecnología y la transmisión de información con el empleo de sus nuevas herramientas.

La Sección Amarilla se caracteriza, entre otras cosas, por proveer de información a cuantos se acerquen a ella para realizar alguna consulta, sin importar en dónde se encuentren.

Con la intención de aprovechar al máximo el constante crecimiento de los sistemas electrónicos, decidió poner al



alcance de las comunidades virtuales sus 135 libros a través de su portal en Internet: seccionamarilla.com. Para otorgar un excelente servicio, calidad en la búsqueda y rapidez en la presentación de los resultados de la consulta, se renovó el motor de búsqueda, caracterizado por su gran potencia, que hace honor a su nombre coloquial: inteligencia artificial.

No hace más de dos meses que se realizó el lanzamiento de, quizá, el servicio más novedoso y de mayor impacto entre los sistemas de información en México en los últimos años: la consulta de la Sección Amarilla vía móvil, la cual es soportada por Telcel. Así, la extensa base de datos se podrá vaciar a través del celular por medio del "25 800 sí funciona" (SMS o mensaje de dos vías). El procedimiento es sencillo de utilizar, basta con ingresar el nombre del negocio o el servicio, la ciudad donde éste se encuentra, la colonia y enviarlo al 25800 (número de Sección Amarilla): la información requerida será enviada al móvil en cuestión de segundos o escasos minutos.

Pero el alcance, la creatividad y la innovación de sus técnicas de difusión no se limitan a esto, ya que,



apegados al avance tecnológico, ofrecen información de sus libros a través del sistema de localización de rutas vía satélite GPS. Así, si una persona desea saber la ubicación de la estación de gasolina más cercana, el salón de belleza que le fue recomendado, la juguetería, el restaurante o el supermercado de su preferencia, y



en general cada uno de los centros de servicio, tiendas departamentales, lugares de consumo y entretenimiento, entre otros, podrá obtener la información al ingresar a su GPS y recibir los datos gracias al servicio de la Sección Amarilla y TELMEX.



Promoción

"Sí funciona, y funciona muy bien", "Mucho. Más. Rápido.", "Donde te encuentres, encuentras" y "25 800 sí funciona", 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 o desde dispositivos móviles, 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 y estar en casi todos los hogares con teléfono, además de 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.

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 una ocasión, la Sección Amarilla publicó el número telefónico de una distribuidora de refrescos con un error: El que apareció pertenecía al domicilio de una señora mayor, quien se quejó por recibir tantas llamadas de esa empresa. Durante ese año, la refresquera tuvo que pagarle una comisión a la señora por tomar los pedidos en su casa, y como le fue tan bien, al año siguiente decidió convertirse en distribuidora local de la refresquera, y contrató su propio anuncio en la Sección Amarilla.
- Los productos electrónicos de la Sección Amarilla han resuelto complicaciones cotidianas, como el ejemplo de un señor que dejó su boleto de avión en un taxi de sitio: Ya en el aeropuerto, envió un mensaje de texto, desde su celular, al "25 800 sí funciona" para solicitar el número del sitio de taxi, y así logró recuperar su boleto extraviado.