



UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CLAVE 8793-24

**“CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA REFORZAR EL
POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO LOCAL DE CELAYA, GTO.,
DE LA EMPRESA FERRE BAZTÁN, S.A. DE C.V.”**

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

DIANA ALICIA GUTIÉRREZ MORENO

ASESORA:

L.C.C. ELBA EUGENIA NAVARRO AGUILAR

CELAYA, GTO.

ENERO 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a mis profesores, por haber compartido su sabiduría y enseñanzas al Lic. Guillermo García y Elba Navarro por el impulso y aliento en el desarrollo de mi Tesina colaborando en el logro de conclusión de esta etapa.

A Lic. Erika Mandujano por su apoyo y colaboración en la conclusión de esta etapa.

A Lic. Amparo Zingüenza.

A la Universidad Lasallista Benavente

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.	1
1.1 Misión.	4
1.2 Visión.	4
1.3 Valores.	5
1.4 Estructura de la empresa y funciones de cada departamento por sucursal.	5
1.5 Programa de incentivos para que la productividad crezca.	6
1.6 Variedad de productos comercializados y transformados.	6
1.7 Proceso de búsqueda de clientes y su perfil.	9
CAPÍTULO II. ESTRATEGIA BÁSICA DE MEDIOS.	10
2.1 Posicionamiento.	10
2.2 Plan de medios.	15
CAPÍTULO III. PROPUESTA MERCADO LOCAL DE CELAYA, GTO.	46
3.1. Propuesta de medios.	46

CONCLUSIÓN.

BIBLIOGRAFÍA.

INTRODUCCIÓN

Los antecedentes de la empresa Ferre Baztán son la base del desarrollo de un plan de medios atendiendo al giro de la comercialización del acero en el mercado local de Celaya, Gto., orientada a las necesidades del mercado ofreciendo una variedad de productos en la matriz y dos sucursales.

En el capítulo II, abarca la estrategia básica de medios partiendo del posicionamiento de la empresa con el Slogan “FERRE BAZTÁN, S.A. DE C.V. EN ACERO ES PRIMERO”: Dentro de su organigrama no cuenta un departamento dedicado a la mercadotecnia. Sin embargo parte de los factores claves del éxito de FERRE BAZTÁN son: La constancia y decisión; Satisfacer las necesidades del cliente quién es la razón de la existencia del negocio; Actuar con rectitud, congruencia y calidad; entre otros.

El plan de medios tiene por objetivo que la empresa continúe posicionada en el mercado local de Celaya, Gto. Para el caso del presente estudio, este se abocará al objetivo general, que es establecer un plan de medios que le permita a la empresa FERRE BAZTÁN, S.A. de C.V. continuar posicionada; satisfaciendo las necesidades de los profesionales en el ramo de la Construcción en el mercado de Celaya, Gto., lograr incrementar el número de prospectos y por consiguiente de ventas. Es importante enfocarse a objetivos específicos, medibles y alcanzables de mercadotecnia como de publicidad. La propuesta de presupuesto asignado en este rubro será bajo, considerando los medios únicamente indispensables para iniciar en el medio de la publicidad. Se muestra un análisis de las características de los prospectos como son Arquitectos, Herreros, Ingenieros, Estructuristas, familiares de los empleados y toda persona que requiera de sus productos para la construcción. Análisis del alcance, la frecuencia, y la continuidad.

Para el desarrollo de la propuesta de medios, usa un método de estructuras básicas; que comienzan con el medio más eficiente, después agregan al siguiente medio mejor al proyecto y así sucesivamente.

Se considera una propuesta de campaña selectiva para llegar sólo a personas con intereses especiales.

En el capítulo III abarcara la propuesta en si, abarcando solo al mercado local de Celaya, Gto., folleto especializado, periódico, Email, Radio, televisión, portal de internet, red social profesional LinkedIn.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA FERRE BAZTÁN.¹

El nombre denominado FERRE viene por el tipo de productos que ofrecen y BAZTÁN, porque los socios fundadores son originarios del Valle de Baztán Elizondo en Navarra, España.

Ferre Baztán se crea en 1985, atendiendo al espíritu emprendedor de una familia celayense originaria del citado País y preocupada por brindar productos que ayudaran a la población de entonces y así evitar se desplazaran a otras ciudades para adquirir la variedad de productos para la construcción de vivienda, ubicados en el domicilio prolongación Allende No. 224, calle que ahora lleva el nombre de avenida Lázaro Cárdenas del Río No. 224 C.P. 38090 de esta ciudad de Celaya, Gto. Iniciando actividades con un equipo de trabajo conformado de tres empleados ofreciendo aproximadamente 100 productos diferentes.



¹ Gerente de la empresa Ferre Baztán, S.A. de C.V. Entrevista del día 16 de julio y 6 de agosto de 2013.

Posteriormente el 2 de mayo de 1990, se abre la segunda sucursal ubicada en carretera Panamericana Km. 284 en esta misma ciudad de Celaya ahora Matriz.



En el año 2004 se abre la tercera sucursal de Celaya, Gto. en Avenida México Japón No. 413, Ciudad Industrial.



Actualmente es una empresa dedicada a la comercialización y transformación de productos de acero que se encuentra posicionada en el mercado de Celaya,

Gto. por sobre su competencia; ofrece una diversidad de productos para la construcción a base de acero y servicios de maquila, Torno CNC de Alta Tecnología, Dobladoras, Pantógrafos; así como servicios de apoyo de Grúa viajera y almacenamiento, para disponer y facilitar a todos sus clientes como son arquitectos, Herreros, Ingenieros, Estructuristas, familiares de los empleados y toda persona que requiera de sus productos para la construcción tales como Ángulo, Solera, Canal, Vigüeta IPS, Vigüeta IPR, PTR, Tubo Tubular, Tubular Zintro, Lámina Negra, Lámina Galvanizada, Lámina para techar, Placa, Monten, Perfil HSS, Metal desplegado, Varilla y Alambrón entre otros.



Cuenta con un certificado ISO 9001: 2008; con número de registro 74 700 1009 que ha establecido y aplica un sistema de gestión ambiental para Manufactura de tablero para herrería y proceso de maquinado en general. Lo anterior mediante auditoria realizada, con reporte: 1009 probando que los requerimientos de la norma NMX-CC-9001-IMNC-2008 están cubiertos.

Además cuenta con una basta flotilla de 30 vehículos para brindar el servicio a domicilio y entregar así a la hora programada el producto de calidad solicitado.

Con más de veintisiete años de experiencia, constancia y decisión, hacen la diferencia para estar posicionados en el mercado de Celaya.



La filosofía de la empresa Ferre Baztán es:

“Creciendo Juntos; no esperes que las cosas mejoren para empezar empieza ahora.

Ten muy en cuenta: Nada en el mundo sustituye a la constancia, El talento no la sustituye, pues nada es tan corriente como los inteligentes frustrados. El genio tampoco, ya que resulta ser tópico el caso de los genios ignorados. Ni siquiera la educación sustituye a la constancia, pues el mundo está lleno de fracasados bien educados. Solamente la Constancia y la decisión consiguen todo.”

1.1 MISIÓN.

Somos una empresa orientada a las necesidades del mercado, nuestra medición es la satisfacción del cliente y la participación en la industria del acero.

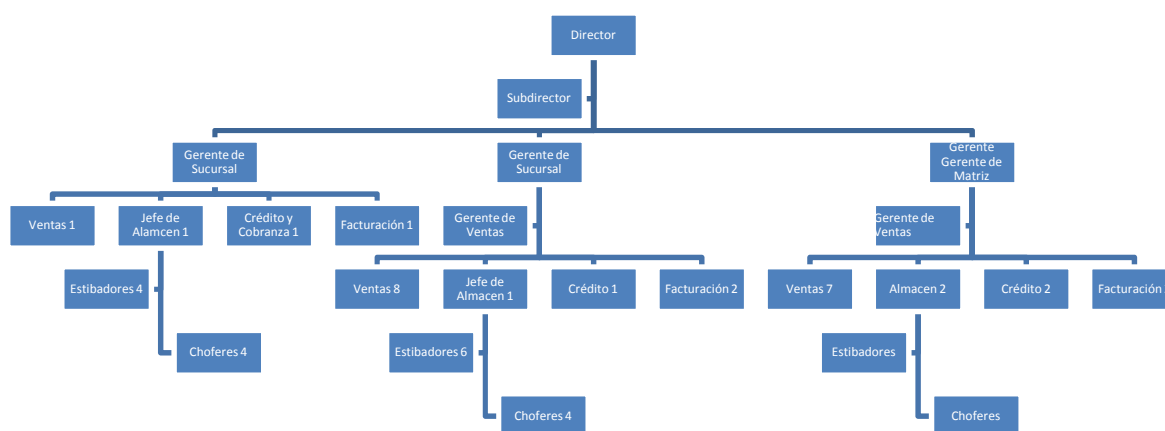
1.2 VISIÓN.

Ser la primera opción de compra en la mente del cliente en cuanto a venta y servicios de productos de acero.

1.3 VALORES.

- a) Integridad: Actuamos con rectitud.
- b) Actitud de servicio. El cliente es la razón de la existencia de nuestro negocio.
- c) Congruencia: Hacemos lo que decimos.
- d) Trabajo en equipo: Estamos comprometidos con el éxito.
- e) Calidad: Lo hacemos bien...siempre.²

1.4 ESTRUCTURA DE LA EMPRESA Y FUNCIONES DE CADA DEPARTAMENTO POR SUCURSAL.



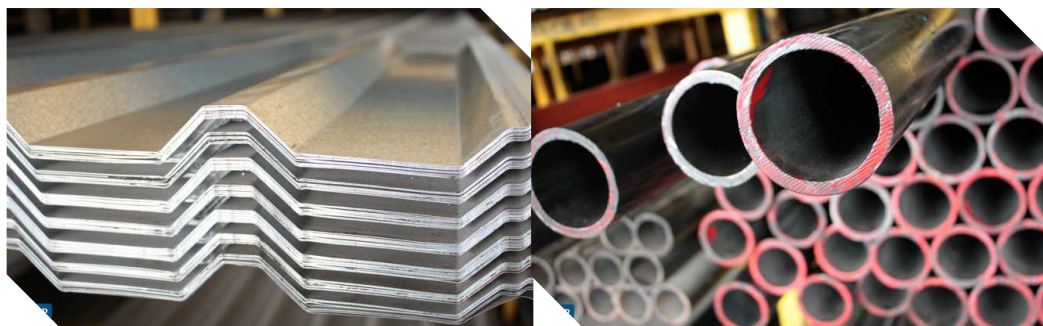
Ver Anexo 1

²Higgins, Denis. EL ARTE DE ESCRIBIR PUBLICIDAD. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A. DE C.V. Primera Edición. México. 1991. Pp. 60

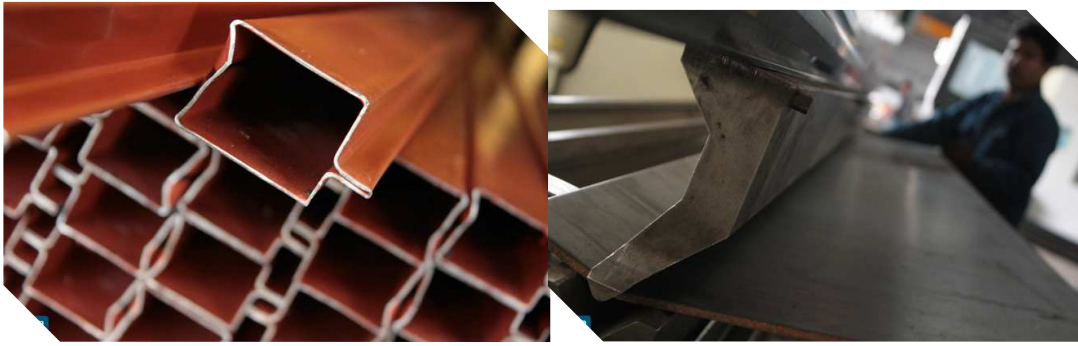
1.5 PROGRAMA DE INCENTIVOS PARA QUE LA PRODUCTIVIDAD CREZCA.

La empresa Ferre Baztán cuenta con un programa de incentivos económicos basado en el establecimiento de objetivos y metas mensuales y anuales que deben cumplir el equipo de trabajadores que integran la Matriz ubicada en carretera Panamericana km.284 C.P. 38060; y Sucursales, Bodega Cd. Industrial con domicilio en Av. México Japón 413, Cd. Industrial; Bodega Lázaro Cárdenas 224 C.P. 38090, mismos que son distintos para cada uno de estas.

1.6 VARIEDAD DE PRODUCTOS COMERCIALIZADOS Y TRANSFORMADOS.³



³<https://docs.google.com/viewer?url=http%3A%2F%2Fferrebaztan.com%2Fcatalogo.pdf> (02/08/2013)



Aceros	
1	Ángulos, Redondos y cuadrados lisos
2	Vigas
3	Varilla Corrugada
4	Varilla 6000
5	Canal
6	Canal monten
7	Galva Teja
8	Acrylit
9	Poliacryl
10	Due-Lamitec
11	Lámina Galvanizada
12	Pintro Lisa
13	Mosqui Red

14	Lámina Negra
15	Lámina Antiderrapante
16	Malla Soldada
17	Losacero Galvanizada
18	Lámina para techar
19	Medidas Vigas
20	Reja de Acero
21	Rejilla Irving
22	Soleras
23	Tubería Cédula (30, 40)
24	Tubo industrial
25	Metal Desplegado
26	Tabla (Reja de Acero)
27	Placa
28	Perfil estructural HSS
29	Perfil Estructural PTR
30	Perfiles Tubulares



Puertas Metálicas	
1	Cortafuegos
2	Acorazadas
3	Seguridad
4	Multiusos
5	Blindada nivel 3
6	Blindada nivel 5
7	Blindada nivel 8
8	Esclusa Unipersonal

Mallas (Cercas)	
1	Mallas Ciclónicas PVC
2	Mallas Ciclónicas Galvanizadas
3	Mallas Graduadas
4	Mallas graduadas triple nudo
5	Postes Ganaderos
6	Alambre de Púas Comercial

1.7 PROCESO DE BÚSQUEDA DE CLIENTES Y SU PERFIL.

Por medio del directorio telefónico y personalmente como son arquitectos, Herreros, Ingenieros, Estructuristas, familiares de los empleados y toda persona que requiera de sus productos para la construcción.

CAPÍTULO II

ESTRATEGIA BÁSICA DE MEDIOS.

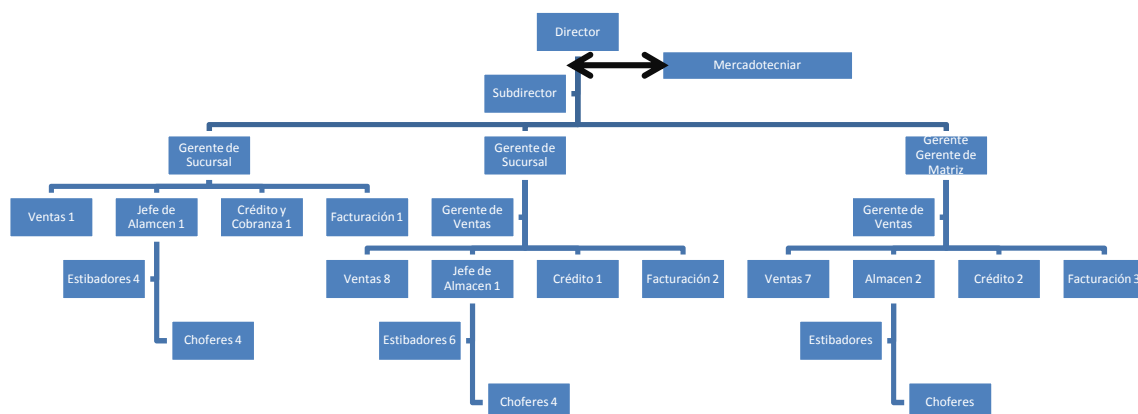
2.1 POSICIONAMIENTO.

El presente estudio parte de la base de que la empresa FERRE BAZTÁN actualmente se encuentra posicionada en el mercado de Celaya, Gto., con el Slogan “FERRE BAZTÁN, S.A. de C.V. EN ACERO ES PRIMERO” por lo que se propone un plan de medios para reforzar su posicionamiento de comercialización de acero en la localidad, en razón de las situaciones que puedan llegar a afectar a la empresa, como lo es que la competencia pueda crear mala imagen en los prospectos como es: sus precios son altos. Siendo que el casi 95% de sus productos comercializados corresponde a proveedores directamente de fábrica.

Razón social de empresas en comercialización de aceros.	Domicilio.
FERRETERÍA Y ACEROS CELAYA	ADOLFO LÓPEZ MATEOS 1556, HIDALGO, C.P. 38020, CELAYA, GTO.
PRODUCTOS METÁLICOS DE CELAYA	PRESA RAUDALES 213, ALFREDO VÁZQUEZ BONFIL, C.P.38010 CELAYA, GTO.
DE ACERO	CARR. CELAYA-SALAMANCA, KM.9 CENTRO, C.P. 38000, CELAYA, GTO.
ESTIRADORA MEXICANA DE ALAMBRE SAMI	CARR. ALTERNA CELAYA-VILLAGRÁN, KM. 4.2, C.P. 38000, CELAYA, GTO.
HARSCO METALS DE MEXICO	CARR. PANAMERICANA S/N LT-64, CELAYA CENTRO, C.P. 38000, CELAYA, GTO.

PERFIL MEX DEL CENTRO S.A.	CARR. CELAYA-SALVATIERRA KM. 8, SANTA MARÍA I, FICTICIO, C.P. 38140, GTO.
O.D.P.O. S.A. DE C.V.	SALVADOR ORTEGA 507, ZONA DE ORO I, C.P. 38017, CELAYA, GTO.

Sin embargo de acuerdo a lo ya citado, se sugiere que la empresa pueda considerar dentro de su estructura organizacional un departamento de mercadotecnia en línea staff; como se muestra en el organigrama actual principalmente con funciones de apoyo para facilitar el cumplimiento de sus metas y objetivos mensuales y anuales así como también la propia imagen de la empresa.



Es de señalar que actualmente los competidores en el mercado de acero en Celaya, Gto. Tras la consulta por internet en la sección amarilla acerca de la comercialización y venta en Acero y material relacionado de esta ciudad, se encuentran registrados los siguientes:

Razon social de empresas en comercialización de aceros	Domicilio	Telefono
FERRETERIA Y ACEROS DE CELAYA	ADOLFO LOPEZ MATEOS 1556, HIDALGO, CELAYA, C.P 38020, GTO	
PRODUCTOS METALICOS DE CELAYA	PRESA RAUDALES 213, ALFREDO VAZQUEZ BONFIL, CELAYA, C.P 38010, GTO	(461)611-6638
DE ACERO	CARR CELAYA SALAMANCA KM 9, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	(461) 611 0158
DE ACERO	CARR CELAYA SALAMANCA KM 9 INT 1, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	(461) 611 0189
DE ACERO	CARR PANAMERICANA KM 64.8, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	(461) 598 5940
ESTIRADORA MEXICANA DE ALAMBRE SAMI	CARR ALTERNA CELAYA VILLAGRAN KM 4.2, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	(461) 611 1263
ESTIRADORA MEXICANA DE ALAMBRE SAMI	CARR ALTERNA CELAYA VILLAGRAN KM 4.2, HACIENDA DEL SOL, CELAYA, C.P 38013, GTO	(461) 611 0455
ESTIRADORA MEXICANA DE ALAMBRE SAMI	CARR ALTERNA CELAYA VILLAGRAN KM 4.2, DEGOLLADO SANTOS, FICTICIO, C.P 38117, GTO	(461) 611 1262
HARSCO METALS DE MEXICO	CARR PANAMERICANA S/N LT-64, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	(461) 611 0558
PERFIL MEX DEL CENTRO SA DE CV	CARR CELAYA SALVATIERRA KM 8, SANTA MARIA I, FICTICIO, C.P 38140, GTO	(461) 614 3498
PERFILMEX DEL CENTRO SA DE CV	CARR CELAYA SALVATIERRA 8, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	(461) 614 8004
VBT INDUSTRIAL SA DE CV	EL VERGEL 16, PASEO FLORESTA, CELAYA, C.P 38078, GTO	(461) 611 0631
O.D.P.O. SA DE CV	SALVADOR ORTEGA 507, ZONA DE ORO I, CELAYA, C.P 38017, GTO	(461)615-1811

4

⁴ <http://www.seccionamarilla.com.mx/resultados/comercializacion-de-acero/guanajuato/celaya/1> consulta 16 de agosto de 2013

Razon social de empresas dedicadas a la venta de acero	Domicilio	Telefono	Categoria
FERRETERIA Y ACEROS DE CELAYA	ADOLFO LOPEZ MATEOS 1556, HIDALGO, CELAYA, C.P 38020, GTO	TEL: (461)615-5546	Categoria: Acero
SAABSA	CARR CELAYA-SALAMANCA KM 4.7, CRESPO, CELAYA, C.P 38110, GT	TEL: (461)611-0770	Categoria: Acero
PRODUCTOS METALICOS DE CELAYA	PRESA RAUDALES 213, ALFREDO VAZQUEZ BONFIL, CELAYA, C.P 380	TEL: (461)611-6638	Categoria: Acero
ACEROS Y PERFILES IRUÑA	CARR CELAYA-SALVATIERRA KM 8, SANTA MARIAD EL REFUGIO, CEL	TEL: (461)618-4100	Categoria: Acero
O.D.P.O. SA DE CV	SALVADOR ORTEGA 507, ZONA DE ORO I, CELAYA, C.P 38017, GTO	TEL: (461)615-1811	Categoria: Acero
CANO GONZALEZ MA CONCEPCION	TECNOLOGICO 721, QUINTA SANTA MARIA, CELAYA, C.P 38010, GT	(461) 611 5063	Categoria: Acero
DE ACERO	CARR CELAYA SALAMANCA KM 9, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38	(461) 611 0158	Categoria: Acero
ESTIRADORA MEXICANA DE ALAMBRE SAMI	CARR ALTERNA CELAYA VILLAGRAN KM 4.2, CELAYA CENTRO, CELA	(461) 611 1263	Categoria: Acero
FERRE BAZTAN	IGNACIO ALLENDE 224, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	(461) 613 8050	Categoria: Acero
GUERRERO ZAMUDIO ERIKA ITZEL	BLV ADOLFO LOPEZ MATEOS 1007 INT 503, CELAYA CENTRO, CELAY	(461) 613 0862	Categoria: Acero
HARSCO METALS DE MEXICO	CARR PANAMERICANA S/N LT-64, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38	(461) 611 0558	Categoria: Acero
PERFILMEX DEL CENTRO SA DE CV	CARR CELAYA SALVATIERRA 8, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000	(461) 614 8004	Categoria: Acero
VBT INDUSTRIAL SA DE CV	EL VERGEL 16, PASEO FLORESTA, CELAYA, C.P 38078, GTO	(461) 611 0631	Categoria: Acero
TUYPER	HERIBERTO JARA 464, EMILIANO ZAPATA, CELAYA, C.P 38030, GTO	(461)611-5632	Categoria: Hierro y Acero
CONSTRUCCIONES METALICAS DEL BAJO SA	HIDALGO 1403, LAS FUENTES, CELAYA, C.P 38040, GTO	(461)614-6500	Categoria: Estructuras de Acero
TUBOS ROM SA	TORRES LANDA 10, DELICIAS, CELAYA, C.P 38080, GTO	(462)613-5307	Categoria: Tubos de Acero, Hierro y Plomo
ACEROS Y CORRUGADOS SA DE CV	ALTERNA CELAYA VILLAGRAN KM 6.5, MONTE DE CAMARGO, CELA	TEL: (461)158-9091	Categoria: Materiales para Construcción
ALAMBRADOS PROFESIONALES DE CELAYA	PRIV. 16 DE SEPTIEMBRE 106, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000,	(461)616-2446	Categoria: Cercas de Alambre
FERRE BAZTAN SA DE CV	PANAMERICANA KM 284, CRESPO, CELAYA, C.P 38110, GTO	(461)611-0256	Categoria: Puertas de Seguridad
YORNA SA DE CV	TLALOC 7 A, CUMBRES DE CONIN, QUERETARO, C.P 76209, QRO	(442)277-4575	Categoria: Empaques en General
PROYECTOS DE INGENIERIA APLICADA SA DE	CENZONTLES 316, LA BEGOÑA, CELAYA, C.P 38017, GTO	(461)598-3462	Categoria: Construcciones en General
ACEROS Y CERCADOS	CAMICHIN 110 NO. S/N, LOS LAURELES 2DA SECC, CELAYA, C.P 380	(461)614-9339	Categoria: Cercas de Alambre
HERRERIA AGUILON	PRESA SOLIS 31-A, RECURSOS HIDRAULICOS, CELAYA, C.P 38030, G	(461)612-5457	Categoria: Herrerías
ALAMO HERRERIA		18001225266	Categoria: Puertas Automáticas en General
FERRETERIA MODELO DEL BAJO SA DE CV	ADOLFO LOPEZ MATEOS 1236 ORIENTE, OBRERO MUNDIAL, CELAY	(461)613-9724	Categoria: Ferreterías
ERIE DE MEXICO SA DE CV	ALAMO 34, TABLA HONDA, TLALNEPANTLA DE BAZ, C.P 54126, MEX	(55)1858-0109	Categoria: Sellos de Seguridad para Valores
DISTRIBUIDORA ELECTRICA CELAYA SA DE CV	MEXICO JAPON 316 D, CD. INDUSTRIAL, CELAYA, C.P 38010, GTO	(461)159-0155	Categoria: Material Eléctrico
COMPRISA	AV TECNOLOGICO 649, CD INDUSTRIAL, CELAYA, C.P 38010, GTO	(461)611-5777	Categoria: Puertas de Madera
PUERTAS ELECTRICAS DE CELAYA	TRES GUERRAS 72 A, RIVERAS DEL CAMPESTRE, CELAYA, C.P 38080,	(461)613-7403	Categoria: Puertas Automáticas en General
VILLALPANDO VALDEZ DAVID OLIVER	ANDRES QUINTANA ROO 1022, ZONA DE ORO, CELAYA, C.P 38023,	(461) 614 7878	Categoria: Aceros
CINDU	ARRAYANES LOTE 1 MZA 3, INDUSTRIAL BRUNO PAGLIAI, VERACRU	018006143702 Llam	Categoria: Lámina de Acero
ACEROS FEBARE INTERNACIONAL	RECURSOS METALURGICOS 27, LA LOMA, TLALNEPANTLA DE BAZ, G	(55)2169-0550	Categoria: Acero Acabado en Frío-Barras de
COMPRISA	AV TECNOLOGICO 649, CD INDUSTRIAL, CELAYA, C.P 38010, GTO		Categoria: Lámina de Acero
CONSTRUCCIONES METALICAS DEL BAJO SA	HIDALGO 1403, LAS FUENTES, CELAYA, C.P 38040, GTO	(461)614-6500	Categoria: Estructuras de Acero
CERCAS Y ALAMBRADOS PIRAMIDE	C.HACIENDA DE TEPETONGO 6, LOMAS DE LA HACIENDA, ATIZAPA	018008419039 Llam	Categoria: Cercas de Alambre
ERIE DE MEXICO SA DE CV	ALAMO 34, TABLA HONDA, TLALNEPANTLA DE BAZ, C.P 54126, MEX	(55)1858-0109 Llam	Categoria: Sellos de Seguridad para Valores
PROYECTOS DE INGENIERIA APLICADA SA DE	CENZONTLES 316, LA BEGOÑA, CELAYA, C.P 38017, GTO	(461)598-3462 Llam	Categoria: Construcciones en General
ALAMBRADOS PROFESIONALES DE CELAYA	PRIV. 16 DE SEPTIEMBRE 106, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000,	(461)616-2446	Categoria: Cercas de Alambre
ACEROS Y GALVANIZADOS DE CELAYA S.A. D	CARR CELAYA SALVATIERRA KM 2,RANCHO SECO, CELAYA, C.P 3814	(442)189-4921 Llam	Categoria: Lámina de Acero
HERRERIA Y CORTINAS ESPAÑA	PROL. AGAPITO ARAUJO 102, TIERRA BLANCA, CELAYA, C.P 38090,	(461)229-1858 Llam	Categoria: Cortinas de Acero
IDEA ESTRUCTURAS	ORIENTE 3 107, CIUDAD INDUSTRIAL, CELAYA, C.P 38010, GTO	(461)161-3540 Llam	Categoria: Estructuras de Acero
PUERTAS ELECTRICAS DE CELAYA	TRES GUERRAS 72 A, RIVERAS DEL CAMPESTRE, CELAYA, C.P 38080,	(461)613-7403	Categoria: Puertas Automáticas en General
HERRERIA ESTRELLA	BENITO JUAREZ 518, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	(461)612-0248	Categoria: Herrerías
DONOSTI	TECNOLOGICO 705, REAL DE CELAYA, CELAYA, C.P 38010, GTO	(461)598-6400	Categoria: Materiales para Construcción
GALO CONEXIONES INOXIDABLES SA DE CV	OYAMEL 115, LAURELES, CELAYA, C.P 38010, GTO	(461)614-9224	Categoria: Acero Inoxidable
EQUINOCEL	AMBROSIO FIGUEROA 100 S/N, AMPL EMILIANO ZAPATA, CELAYA,	(461)611-3173	Categoria: Acero Inoxidable
CORTINAS DE ACERO ESPAÑA	JESUS GOMEZ DE LA CORTINA 203, HIDALGO, CELAYA, C.P 38020, G	(461)612-3532	Categoria: Cortinas de Acero
ACEROS MONTOYA	CARR CEALYA-SALAMANCA KM 1.5, S/COLOMIA, CELAYA, C.P 38020	(461)615-2618	Categoria: Hierro y Acero
HERRERIA ESPAÑA	AGAPITO ARAUJO 9, EMETERIA VALENCIA, CELAYA, C.P 38070, GTO	(461)612-3349	Categoria: Cortinas de Acero
GARGOTECHOS DEL BAJO	PLAN DE GUADALUPE 414, REAL DE CELAYA, CELAYA, C.P 38010, GT	(461)611-7912	Categoria: Estructuras de Acero
SANILOCK	KERAMOS 118, DEL PRADO, MONTERREY, C.P 64410, NL	(81)8228-8300 Llam	Categoria: Mamparas
COPACSA GEOTECNIA		(81)8360-0125 Llam	Categoria: Ingenieros en Mecánica de Suelos
CORECIP SA DE CV	A SAN MIGUEL OCTOPAN 814, LA TRINIDAD, CELAYA, C.P 38111, GT	(461)166-8085 Llam	Categoria: Servicios Profesionales e Industriales
DIMACEL	CAMINO A LA LAJA 300, SAN ISIDRO TROJES, CELAYA, C.P 38130, GT	(461)613-9998 Llam	Categoria: Materiales para Construcción
MUEBLES PARA COMERCIO MC	CELAYA A PASEO EL GRANDE KM 6.3, RANCHONUEVO, SALVATIERR	(461)159-5204 Llam	Categoria: Estantería en General
PAILERIA RAMIREZ	CARRERA PANAMERICANA KM. 287.5, LA FORTALEZA, CORTAZA	(461)611-1229 Llam	Categoria: Pailería-Talleres de
CERCAS Y MALLAS MIRANDA	CIRCUITO DEL ARCE ROJO 169 A, PASEO DEL CAMPESTRE, CELAYA,	(461)175-3089 Llam	Categoria: Cercas de Alambre
DISEÑO EN ALUMINIO Y HERRERIA	CIRCUITO TAHI 165, FRACCIONAMIENTO TAHI, CELAYA, C.P 38010,	(461)221-0316 Llam	Categoria: Herrerías
EQUINOCEL	AMBROSIO FIGUEROA 100 S/N, AMPL EMILIANO ZAPATA, CELAYA,	(461)611-3173	Categoria: Acero Inoxidable
MONTELLANO ESTRUCTURAS Y CONSTRUCC	GERANIO 47, VALLÉ HERMOSO, CELAYA, C.P 38010, GTO	(461)611-7375	Categoria: Estructuras de Acero
CORTINAS DE ACERO ESPAÑA	JESUS GOMEZ DE LA CORTINA 203, HIDALGO, CELAYA, C.P 38020, G	(461)612-3532	Categoria: Cortinas de Acero
GALO CONEXIONES INOXIDABLES SA DE CV	OYAMEL 115, LAURELES, CELAYA, C.P 38010, GTO	(461)614-9224	Categoria: Acero Inoxidable
TUYPER	HERIBERTO JARA 464, EMILIANO ZAPATA, CELAYA, C.P 38030, GTO	(461)611-5632	Categoria: Hierro y Acero
VICA MANUFACTURAS METALICAS, HIDRAU	PLAN DE CUERNAVACA 145, REAL DE CELAYA, CELAYA, C.P 38010, G	(461)157-0010	Categoria: Estructuras de Acero
ACEROS Y CORRUGADOS SA DE CV	ALTERNA CELAYA VILLAGRAN KM 6.5, MONTE DE CAMARGO, CELA	(461)158-9091	Categoria: Materiales para Construcción
DE ACERO	CARR CELAYA SALAMANCA 9, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000,	(461) 611 0123	Categoria: Acero Inoxidable
ANGULOS PERFILES Y BAÑOS DEL BAJO	CRR PANAMERICANA 263 5, RIVERAS DEL CAMPESTRE, CELAYA, C.H	(461) 159 6201	Categoria: Aceros Especiales
BIRCE	GUILLERMO PRIETO 207, VILLA DE LOS REYES, CELAYA, C.P 38050, G	(461) 608 0267	Categoria: Construcción de Estructuras de Acero
CASIQUE PATIÑO JORGE LUIS	MARIANO ABASOLO S/N, MONTE DE CAMARGO, CELAYA, C.P 3803	(461) 613 5749	Categoria: Acero Inoxidable
DAVID OJEDA A	MARIANO ABASOLO 316, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	(461) 615 0296	Categoria: Hierro y Acero
DIAZ RAMOS JUAN ANTONIO	NARDO 1003, TIERRA BLANCA, CELAYA, C.P 38090, GTO	(461) 616 7732	Categoria: Tubería de Acero Inoxidable
DIAZ SOLIS JOSE ALFREDO	PONIENTE 4 NO 131, QUINTA SANTA MARIA, CELAYA, C.P 38010, G	(461) 611 8592	Categoria: Tubos de Acero, Hierro y Plomo-
EQUINOX	PONIENTE 4 NO 133, QUINTA SANTA MARIA, CELAYA, C.P 38010, G	(461) 611 7980	Categoria: Maquillas de Láminas de Acero
ESTRUCTURAS INDUSTRIALES DEL BAJO	EMILIANO ZAPATA 18, OBRERO MUNDIAL, CELAYA, C.P 38080, GTO	(461) 613 5618	Categoria: Estructuras de Acero
FERRE BAZTAN	CLL PANAMERICANA S/N, VALLE RESIDENCIAL, CELAYA, C.P 38020,	(461) 611 0239	Categoria: Hierro y Acero-
FRANCISCO BALDERAS RAMIREZ	ANDRES QUINTANA ROO 649, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000	(461) 615 0093	Categoria: Maquillas de Láminas de Acero
GALO CONEXIONES INOXIDABLES SA DE CV	CLL OYAMEL 115, VALLE RESIDENCIAL, CELAYA, C.P 38020, GTO	(461) 614 0538	Categoria: Conexiones de Acero Inoxidable

TUYPER	HERIBERTO JARA 464, EMILIANO ZAPATA, CELAYA, C.P 38030, GTO	(461)611-5632	Categoría: Hierro y Acero
VICA MANUFACTURAS METALICAS, HIDRAU	PLAN DE CUERNAVACA 145, REAL DE CELAYA, CELAYA, C.P 38010, G	(461)157-0010	Categoría: Estructuras de Acero
ACEROS Y CORRUGADOS SA DE CV	ALTERNA CELAYA VILLAGRAN KM 6.5, MONTE DE CAMARGO, CELA	(461)158-9091	Categoría: Materiales para Construcción
DE ACERO	CARR CELAYA SALAMANCA 9, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000,	(461) 611 0123	Categoría: Acero Inoxidable
ANGULOS PERFILES Y BAÑOS DEL BAJIO	CRR PANAMERICANA 263 5, RIVERAS DEL CAMPESTRE, CELAYA, C.P	(461) 159 6201	Categoría: Aceros Especiales
BIRCE	GUILLERMO PRIETO 207, VILLA DE LOS REYES, CELAYA, C.P 38050, G	(461) 608 0267	Categoría: Construcción de Estructuras de Acero
CASIQUE PATIÑO JORGE LUIS	MARIANO ABASOLO S/N, MONTE DE CAMARGO, CELAYA, C.P 3803	(461) 613 5749	Categoría: Acero Inoxidable
DAVID OJEDA A	MARIANO ABASOLO 316, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	(461) 615 0296	Categoría: Hierro y Acero-
DIAZ RAMOS JUAN ANTONIO	NARDO 1003, TIERRA BLANCA, CELAYA, C.P 38090,GTO	(461) 616 7732	Categoría: Tubería de Acero Inoxidable
DIAZ SOLIS JOSE ALFREDO	PONIENTE 4 NO 131, QUINTA SANTA MARIA, CELAYA, C.P 38010, G	(461) 611 8592	Categoría: Tubos de Acero, Hierro y Plomo-
EQUINOX	PONIENTE 4 NO 133, QUINTA SANTA MARIA, CELAYA, C.P 38010, G	(461) 611 7980	Categoría: Maquilas de Láminas de Acero
ESTRUCTURAS INDUSTRIALES DEL BAJIO	EMILIANO ZAPATA 18, OBRERO MUNDIAL, CELAYA, C.P 38080, GTO	(461) 613 5618	Categoría: Estructuras de Acero
FERRE BAZTAN	CLL PANAMERICANA S/N, VALLE RESIDENCIAL, CELAYA, C.P 38020,	(461) 611 0239	Categoría: Hierro y Acero-
FRANCISCO BALDERAS RAMIREZ	ANDRES QUINTANA ROO 649, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000	(461) 615 0093	Categoría: Maquilas de Láminas de Acero
GALO CONEXIONES INOXIDABLES SA DE CV	CLL OYAMEL 115, VALLE RESIDENCIAL, CELAYA, C.P 38020, GTO	(461) 614 0538	Categoría: Conexiones de Acero Inoxidable
LAGUNA MENDOZA MARTIN ALBERTO	PRL HERIBERTO JARA 464, EMILIANO ZAPATA, CELAYA, C.P 38030, G	(461) 608 8734	Categoría: Hierro y Acero-
MARTINEZ CABALLERO ISIDRO	SANTOS DEGOLLADO 116, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GT	(461) 612 3343	Categoría: Acero Inoxidable
MONTELLANO ESTRUCTURAS Y CONSTRUC	CLL ROSA 64, REAL DE CELAYA, CELAYA, C.P 38010, GTO	(461) 611 7275	Categoría: Estructuras de Acero
PEREZ SANCHEZ PEDRO ALBERTO	CLL PRESA DEL INFIERNILLO 926, ALFREDO VAZQUEZ BONFIL, CELA	(461) 613 5259	Categoría: Tubos de Acero, Hierro y Plomo-
PRODUCTOS METALICOS STEELE SA DE CV	PANAMERICANA 103, OBRERO MUNDIAL, CELAYA, C.P 38080, GTO	(461) 611 6490	Categoría: Muebles de Acero-
PRODUCTOS METALICOS SUAREZ SA DE CV	ANTONIO PLAZA 118, LA AURORA, CELAYA, C.P 38079, GTO	(461) 612 9211	Categoría: Muebles de Acero-
TORRE IBARRA ALEJANDRO	PIPILA 134, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000,GTO	(461) 612 1110	Categoría: Hierro y Acero-
TUBOS ROM SA	JUAN JOSE TORRES LANDA 10, LAS DELICIAS, CELAYA, C.P 38080, G	(461) 617 2514	Categoría: Tubos de Acero, Hierro y Plomo-
ALAMO HERRERIA		18001225266	Categoría: Puertas Automáticas en General
DONOSTI	TECNOLOGICO 705, REAL DE CELAYA, CELAYA, C.P 38010, GTO	(461)598-6400	Categoría: Materiales para Construcción
HERRERIA CENTRAL	OCAMPO 421, VALLE HERMOSO, CELAYA, C.P 38010, GTO	(461)611-7257	Categoría: Herrerías
FERRETERIA MODELO DEL BAJIO SA DE CV	ADOLFO LOPEZ MATEOS 1236 ORIENTE, OBRERO MUNDIAL, CELAYA	(461)613-9724	Categoría: Ferreterías
HERRERIA AGUILLON	PRESA SOLIS 31-A, RECURSOS HIDRAULICOS, CELAYA, C.P 38030, G	(461)612-5457	Categoría: Herrerías
HERRERIA ESTRELLA	BENITO JUAREZ 518, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	(461)612-0248	Categoría: Herrerías
PUERTAS ELECTRICAS DE CELAYA	TRES GUERRAS 72 A, RIVERAS DEL CAMPESTRE, CELAYA, C.P 38080,	(461)613-7403	Categoría: Puertas Automáticas en General
ACEROS Y CORRUGADOS	ALTERNA CELAYA VILLAGRAN KM 5.8, DEGOLLADO SANTOS, FICTIC	(461) 158 9093	Categoría: Materiales para Construcción
FERRETERIA Y ACEROS DE CELAYA DE CV	ADOLFO LOPEZ MATEOS 1556, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000	(461) 615 5546	Categoría: Ferreterías
SAABSA ACEROS SA DE CV	CARR CELAYA-SALAMANCA KM 4.7, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P	(461) 611 0190 y (46	Categoría: Alambre-Fábricas y Depósitos
SURTIDORA DE ALAMBRE Y ACEROS DEL BAJ	CARR CELAYA - SALAMANCA KM 4.7, GASCA 1, FICTICIO, C.P 38110	(461) 611 0990	Categoría: Alambre-Fábricas y Depósitos

FERRE BAZTÁN entrega a sus clientes los materiales que piden y estos son entregados en tiempo y forma con las especificaciones solicitadas.

Parte de los factores claves del éxito de FERRE BAZTÁN son:

La constancia y decisión.

Satisfacer las necesidades del cliente quién es la razón de la existencia del negocio.

Actuar con rectitud, congruencia y calidad; hacerlo bien siempre.

Desarrollo del personal comprometido por el trabajo en equipo.

Permanecer posicionado en el mercado.

Cumplimiento de las obligaciones fiscales.

Las Ventas.

Rendimiento sobre la inversión.

2.2 PLAN DE MEDIOS.

“La estrategia de los medios implica el desarrollo de un plan general de medios para instrumentar la estrategia de mercadotecnia de una compañía. El plan de medios es el primer paso para traducir las metas de mercadotecnia en tácticas de publicidad. El planificador de medios en la década de 1980 confronta muchísimas alternativas publicitarias. Las elecciones tradicionales de medios como televisión, radio, revistas y periódicos se ha ampliado con híbridos como las cadenas de TV por cable, la TV pagada, las cadenas de radio por satélite, revistas de especialidades, y una gran cantidad de medios fuera del hogar. Otra cosa importante es que el planificador de medios debe considerar la manera de cómo la tecnología nueva, las computadoras personales, los videojuegos y las videograbadoras compiten por el tiempo del consumidor. Para encontrar sentido en este caos de los medios se necesita un plan.

El desarrollo de un plan de medios representa un compuesto de numerosos factores, incluyendo las respuestas a las preguntas siguientes: ¿Cómo hacer una distinción entre metas de mercadotecnia y metas de publicidad?

El personal de mercadotecnia establece las metas u objetivos de mercadotecnia. Este departamento decide la asignación de recursos a diversas tareas, incluyendo la publicidad. También determina la manera de cómo estos recursos se distribuirán a mercados meta específicos, y qué objetivos de ventas pueden esperarse con el tiempo y la geografía.”⁵

Para el caso del presente estudio, este se abocará al objetivo general, que es establecer un plan de medios que le permita a la empresa FERRE BAZTÁN, S.A. de C.V. continuar posicionada satisfaciendo las necesidades de los profesionales en el ramo de la Construcción en el mercado de Celaya, Gto. de enero a diciembre 2014 e incrementar la cartera de clientes respecto del

⁵ KLEPPNER’S, Otto. **PUBLICIDAD**. PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA, S.A. Novena Edición. México. 1988. Pp. 136,137.

comparativo del mes y año anterior en un porcentaje de entre el 15 y 20 anual; es decir, únicamente se proyectará que a través de una propuesta de utilización de medios proyectada, le permita continuar posicionado en el mercado de esta ciudad e incrementé el número de prospectos y por consiguiente se dé el incremento de ventas, sin embargo este último punto no se considerará con el propósito de no tratar cifras confidenciales sobre el comparativo de ventas de la citada empresa.

“Las metas de publicidad son objetivos de la comunicación diseñados para llegar a la audiencia meta con el mensaje apropiado. Las metas de la publicidad (objetivos de los medios y objetivos de comunicación) se basan en los objetivos de mercadotecnia, pero no son iguales.

Los objetivos de la publicidad podrían incluir estos:

1. Acrecentar la recordación de la marca del 20 al 30 por ciento entre las mujeres de 18 a 34 años en el plazo de un año.
2. Acrecentar la recordación de la publicidad de marca en un 10 por ciento durante los próximos tres meses.
3. Acrecentar las actitudes favorables al producto en un 10 por ciento en el próximo año.

Un punto importante es que tanto los objetivos de mercadotecnia como los de publicidad deberían ser específicos, medibles y alcanzables. Antes de que se adopte un objetivo de cualquier tipo, debe plantearse esta pregunta: “¿Tengo la habilidad para medir el logro satisfactorio de esta meta?”⁶

El objeto del presente estudio es mantener posicionada a la empresa Ferre Baztán en el mercado de Celaya, Gto., e Incrementar la cartera de clientes (prospectos) respecto del comparativo del mes de enero 2014 a diciembre 2014 en un 15 ó 20% anual, como a continuación se indica:

⁶ IBÍDEM P. 137,138

Comparativo			
MES	AÑO	MES	AÑO
Enero	2013	Enero	2014
Febrero	2013	Febrero	2014
Marzo	2013	Marzo	2014
Abril	2013	Abril	2014
Mayo	2013	Mayo	2014
Junio	2013	Junio	2014
Julio	2013	Julio	2014
Agosto	2013	Agosto	2014
Septiembre	2013	Septiembre	2014
Octubre	2013	Octubre	2014
Noviembre	2013	Noviembre	2014
Diciembre	2013	Diciembre	2014

“¿Cuál es la Naturaleza del Texto?

En el pasado, una crítica principal que se hacía del proceso de la publicidad era que las funciones creativas y de medios no se habían coordinado lo suficientemente bien. El resultado, según estas críticas, ha sido una publicidad que no utiliza a fondo los poderes de la comunicación de los diversos vehículos de los medios. Por fortuna, la separación entre creatividad y medios parece haber disminuido a últimas fechas...”.⁷

Para que la publicidad sea eficaz, tratándose del personal que desarrolle esta nueva función de la empresa en estudio, debe estar sumamente coordinado y mantener una comunicación estrecha a fin de evitar se separen las funciones de creatividad y de medios para lograr el impacto deseado.

⁷ IBÍDEM Pp.138

“¿De cuánto dinero se dispone?”

La compra de tiempo y espacio es el principal desembolso en la mayoría de los programas de publicidad, y a menudo representa el 90 por ciento o más del presupuesto total. Debido al aumento en el costo de los medios, se ha impuesto la necesidad de eficiencia y de ingenio para el planificador de los medios. Durante la década de 1970, los costos de publicidad se elevaron a una tasa que reflejaba la inflación general de este periodo....

Cuanto más pequeño sea el presupuesto, mayor será la necesidad de ingenio. Un anunciante pequeño busca medios que los productos competitivos no usen comúnmente. Otro busca unidades de espacio especial. Otro hace compras intensivas de spots de radio o televisión fuera del tiempo de mayor audiencia. Ese ingenio es bueno a cualquier nivel; pero es particularmente necesario para el anunciante pequeño. (El término anunciante pequeño significa pequeño en comparación con otros en su campo.) Mientras más grande sea el presupuesto, mayor será el riesgo al tomar decisiones que abarquen grandes inversiones, y no hay escape del día del arreglo de cuentas financieras. Por lo tanto, el primer juicio que debe hacerse en conexión con un presupuesto es el de verificar si su tamaño permite que pensemos en términos de los medios más costosos (por ejemplo, cadenas de televisión y páginas a colores de revistas), de presuponer que se quisiera considerarlos. El anunciante también debe ser consciente de que mientras más pequeña sea la audiencia de un medio, más elevado será el costo proporcional...”⁸

La empresa citada, no cuenta con un plan de medios establecido, ni cuenta con un departamento de mercadotecnia que le permita llevar el seguimiento a las metas de mercadotecnia y de publicidad, únicamente durante el mes de diciembre, distribuyen entre sus clientes catalogo de productos, calendarios y

⁸ IBÍDEM p.138,139

agendas, cuentan con una página Web en internet www.ferrebaztan.com de acuerdo con las siguientes imágenes:



FERREBAZTAN
S.A. DE C.V.

En Acero Es Primero

- Nosotros
- Ubicación
- Acero Comercial
- Puertas de Seguridad
- Maquinados / Corte y Doble
- Contáctanos

Movil

Bienvenidos

Ferre Baztan S.A. de C.V., con sucursales en Celaya y Querétaro, es realmente una empresa líder en el mercado de comercialización y transformación de productos de Acero, incluyendo Corte y Doble de Lámina, contando con más de 20 años de experiencia.

POLITICA DE CALIDAD
Estamos comprometidos con nuestros clientes en satisfacer sus requerimientos de servicios y productos a través de una cultura de mejora continua.

VISION
Somos una empresa orientada a las necesidades del mercado, nuestra medición es la satisfacción de cliente y la participación en la industria del acero.

VISION
Ser la primera opción de compra en la mente del cliente en cuanto a la venta y servicios de productos de acero.

VALORES
Integridad: Actuamos con rectitud.
Actitud de servicio: El cliente es la razón de la existencia de nuestro negocio.
Congruencia: Hacemos lo que decimos.
Trabajo en equipo: Estamos comprometidos con el éxito.
Calidad: Lo hacemos bien siempre.

Chat en vivo (Conectada)

TÜV Rheinland
Premio Right
Empresa Certificada
No. de Certificado: 74 700 1000
ISO 9001:2008

FERREBAZTAN SERVICIOS PRODUCCIÓN TABLERO Y MAQUINADOS CERTIFICACIÓN

SÍGUENOS EN:

IMPRIME NUESTRO CATALOGO

03:47 p.m. 24/10/2013

FERREBAZTAN
S.A. DE C.V.

En Acero Es Primero

- Nosotros
- Ubicación
- Acero Comercial
- Puertas de Seguridad
- Maquinados / Corte y Doble
- Contáctanos

Movil

Bienvenidos

Ferre Baztan S.A. de C.V., con sucursales en Celaya y Querétaro, es realmente una empresa líder en el mercado de comercialización y transformación de productos de Acero, incluyendo Corte y Doble de Lámina, contando con más de 20 años de experiencia.

POLITICA DE CALIDAD
Estamos comprometidos con nuestros clientes en satisfacer sus requerimientos de servicios y productos a través de una cultura de mejora continua.

VISION
Somos una empresa orientada a las necesidades del mercado, nuestra medición es la satisfacción de cliente y la participación en la industria del acero.

VISION
Ser la primera opción de compra en la mente del cliente en cuanto a la venta y servicios de productos de acero.

VALORES
Integridad: Actuamos con rectitud.
Actitud de servicio: El cliente es la razón de la existencia de nuestro negocio.
Congruencia: Hacemos lo que decimos.
Trabajo en equipo: Estamos comprometidos con el éxito.
Calidad: Lo hacemos bien siempre.

Chat en vivo (Conectada)

TÜV Rheinland
Premio Right
Empresa Certificada
No. de Certificado: 74 700 1000
ISO 9001:2008

FERREBAZTAN SERVICIOS PRODUCCIÓN TABLERO Y MAQUINADOS CERTIFICACIÓN

SÍGUENOS EN:

IMPRIME NUESTRO CATALOGO

04:56 p.m. 24/10/2013

Michael's playlist - Groc x FERREBAZTAN | EN ACERO x
www.ferrebaztan.com

FERREBAZTAN
S.A DE C.V.

**En Acero
Es Primero**

- Nosotros
- Ubicación
- Acero Comercial
- Puertas de Seguridad
- Maquinados / Corte y Doblez
- Contáctanos

Movil

Chat en vivo (Conectada)

TÜV Rheinland
Prüfungsbüro
Empresa Certificada
No. de Certificado: 74 700 1000
ISO 9001:2008

FERREBAZTAN SERVICIOS
PRODUCCIÓN TABLERO Y
MAQUINADOS
CERTIFICACIÓN

SÍGUENOS EN:

IMPRIME NUESTRO
CATÁLOGO

04:57 p.m.
24/10/2013

Michael's playlist - Groc x FERREBAZTAN | EN ACERO x
www.ferrebaztan.com

FERREBAZTAN
S.A DE C.V.

**En Acero
Es Primero**

- Nosotros
- Ubicación
- Acero Comercial
- Puertas de Seguridad
- Maquinados / Corte y Doblez
- Contáctanos

Movil

Chat en vivo (Conectada)

TÜV Rheinland
Prüfungsbüro
Empresa Certificada
No. de Certificado: 74 700 1000
ISO 9001:2008

FERREBAZTAN SERVICIOS
PRODUCCIÓN TABLERO Y
MAQUINADOS
CERTIFICACIÓN

SÍGUENOS EN:

IMPRIME NUESTRO
CATÁLOGO

04:58 p.m.
24/10/2013

MichaelD's playlist - Groc x FERREBAZTAN | EN ACERO x
www.ferrebaztan.com

FERREBAZTAN
S.A. DE C.V.

En Acero Es Primero

- Nosotros
- Ubicación
- Acero Comercial
- Puertas de Seguridad
- Maquinados / Corte y Doble
- Contáctanos

Movil

Chat en vivo (Conectada)

TÜV Rheinland
Prüfungsbüro
Empresa Certificada
No. de Certificado: 74 700 1009
ISO 9001:2008

FERREBAZTAN SERVICIOS
PRODUCCIÓN TABLERO Y
MAQUINADOS
CERTIFICACIÓN

SIGUENOS EN:
f
t
IMPRIME NUESTRO
CATALOGO

04:59 p.m.
24/10/2013

MichaelD's playlist - Groc x FERREBAZTAN | EN ACERO x
www.ferrebaztan.com

FERREBAZTAN
S.A. DE C.V.

En Acero Es Primero

- Nosotros
- Ubicación
- Acero Comercial
- Puertas de Seguridad
- Maquinados / Corte y Doble
- Contáctanos

Movil

Chat en vivo (Conectada)

TÜV Rheinland
Prüfungsbüro
Empresa Certificada
No. de Certificado: 74 700 1009
ISO 9001:2008

FERREBAZTAN SERVICIOS
PRODUCCIÓN TABLERO Y
MAQUINADOS
CERTIFICACIÓN

SIGUENOS EN:
f
t
IMPRIME NUESTRO
CATALOGO

Ubicación

MATRIZ
Carretera Panamericana Km. 284
C. P. 38060,
Celaya, Guanajuato, México
Tel: (461)611-0302

Av. Lázaro Cárdenas No. 224
Celaya, Gto.
Tel: (461) 6134060 y 6138080

Av. México - Japón No. 413
Cd. Industrial Celaya, Gto.
Tel: (461) 6177897 y 6177898

Guanajuato No. 201
Apaseo el Alto, Gto.
Tel: (413) 1662736

Priv. Concordia No. 6
Querétaro, Qro.
Tel: (442) 2171000

05:00 p.m.
24/10/2013

Michael's playlist - Goo... x FERREBAZTAN | EN ACERO x
ferrebaztan.com/acero/acero.html

FERREBAZTAN
S.A. DE C.V.

- Alambres y mallas
- Lámina p/techar
- Perfil Comercial
- Perfil Carrocero
- Perfil Estructural
- Perfil Tubular
- Más productos

Chat en vivo (Conectada)

REGRESAR A LA PÁGINA PRINCIPAL

VER CATÁLOGO EN LÍNEA
IMPRIME NUESTRO CATÁLOGO

05:00 p.m. 24/10/2013

Michael's playlist - Goo... x FERREBAZTAN | EN ACERO x
ferrebaztan.com/acero/acero.html

FERREBAZTAN
S.A. DE C.V.

- Alambres y mallas
- Lámina p/techar
- Perfil Comercial
- Perfil Carrocero
- Perfil Estructural
- Perfil Tubular
- Más productos

Chat en vivo (Conectada)

REGRESAR A LA PÁGINA PRINCIPAL

VER CATÁLOGO EN LÍNEA
IMPRIME NUESTRO CATÁLOGO

05:01 p.m. 24/10/2013

Michael's playlist - Groo x FERREBAZTAN | EN ACERO x
ferrebaztan.com/acero/acero.html

FERREBAZTAN
S.A DE C.V.

- Alambres y mallas
- Lámina p/techar
- Perfil Comercial
- Perfil Carrocero
- Perfil Estructural
- Perfil Tubular
- Más productos

Chat en vivo (Conectada)

REGRESAR A LA PÁGINA PRINCIPAL

VER CATÁLOGO EN LÍNEA
IMPRIME NUESTRO CATÁLOGO

05:01 p.m. 24/10/2013

Michael's playlist - Groo x FERREBAZTAN | EN ACERO x
ferrebaztan.com/acero/acero.html

FERREBAZTAN
S.A DE C.V.

- Alambres y mallas
- Lámina p/techar
- Perfil Comercial
- Perfil Carrocero
- Perfil Estructural
- Perfil Tubular
- Más productos

Chat en vivo (Conectada)

REGRESAR A LA PÁGINA PRINCIPAL

VER CATÁLOGO EN LÍNEA
IMPRIME NUESTRO CATÁLOGO

05:02 p.m. 24/10/2013

Michael's playlist - Goo... x FERREBAZTAN | EN ACERO x
ferrebazan.com/acero/acero.html

FERREBAZTAN
S.A. DE C.V.

- Alambres y mallas
- Lámina p/techar
- Perfil Comercial
- Perfil Carrocero
- Perfil Estructural
- Perfil Tubular
- Más productos

Chat en vivo (Conectada)

REGRESAR A LA PÁGINA PRINCIPAL

VER CATÁLOGO EN LÍNEA
IMPRIME NUESTRO CATÁLOGO

05:03 p.m.
24/10/2013

Michael's playlist - Goo... x FERREBAZTAN | EN ACERO x
ferrebazan.com/seguridad/seguridad.html

FERREBAZTAN
S.A. DE C.V.

En Acero Es Primero

- Puertas Alta Seguridad
- Puertas Cortafuego
- Puertas Multiusos
- puertas blindadas
- puertas blindadas

Chat en vivo (Conectada)

Corazón de acero

REGRESAR A LA PÁGINA PRINCIPAL

VER CATÁLOGO EN LÍNEA
IMPRIME NUESTRO CATÁLOGO

05:04 p.m.
24/10/2013

Michael's playlist - Groo x FERREBAZTAN | EN ACERO x
ferrebaztan.com/seguridad/seguridad.html

FERREBAZTAN
S.A DE C.V.

**En Acero
Es Primero**

- Puertas Alta Seguridad
- Puertas Cortafuego
- Puertas Multiusos
- puertas blindadas
- puertas blindadas

|| stop

Chat en vivo (Conectada)

REGRESAR A LA PÁGINA PRINCIPAL

VER CATÁLOGO EN LÍNEA
IMPRIME NUESTRO CATÁLOGO

ES 05:05 p.m. 24/10/2013

Michael's playlist - Groo x FERREBAZTAN | EN ACERO x
ferrebaztan.com/seguridad/seguridad.html

FERREBAZTAN
S.A DE C.V.

**En Acero
Es Primero**

- Puertas Alta Seguridad
- Puertas Cortafuego
- Puertas Multiusos
- puertas blindadas
- puertas blindadas

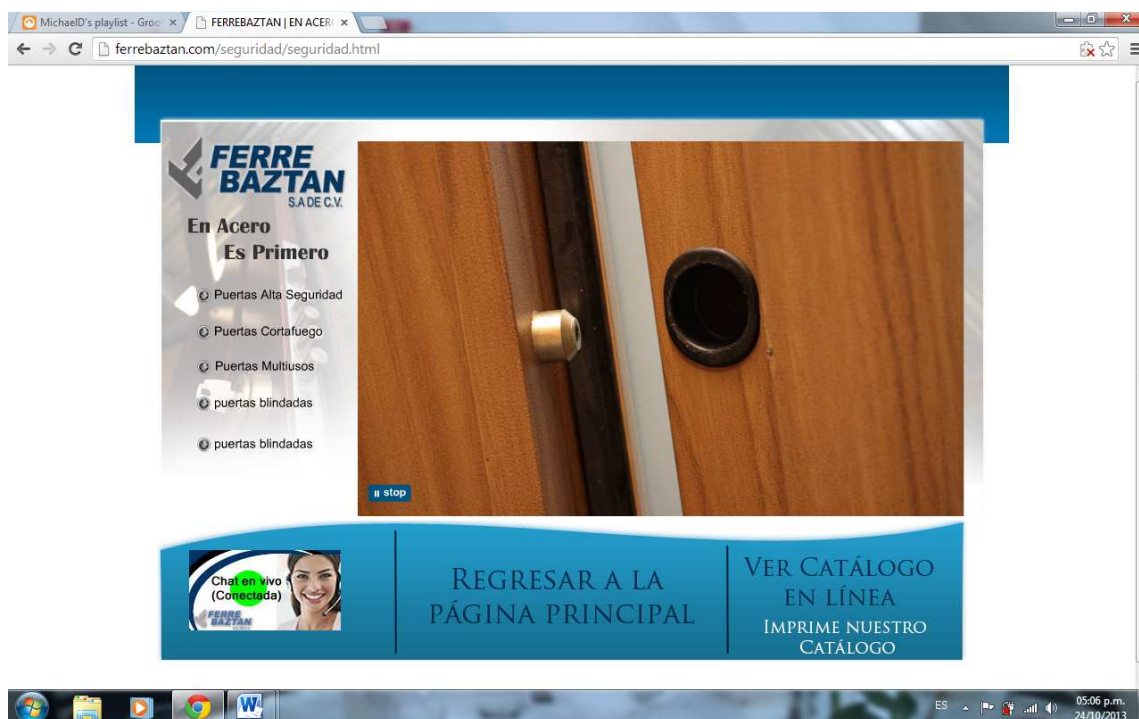
|| stop

Chat en vivo (Conectada)

REGRESAR A LA PÁGINA PRINCIPAL

VER CATÁLOGO EN LÍNEA
IMPRIME NUESTRO CATÁLOGO

ES 05:05 p.m. 24/10/2013



Además incluye el catálogo de productos con descripción y características técnicas, consta de 26 páginas. **Ver anexos.**

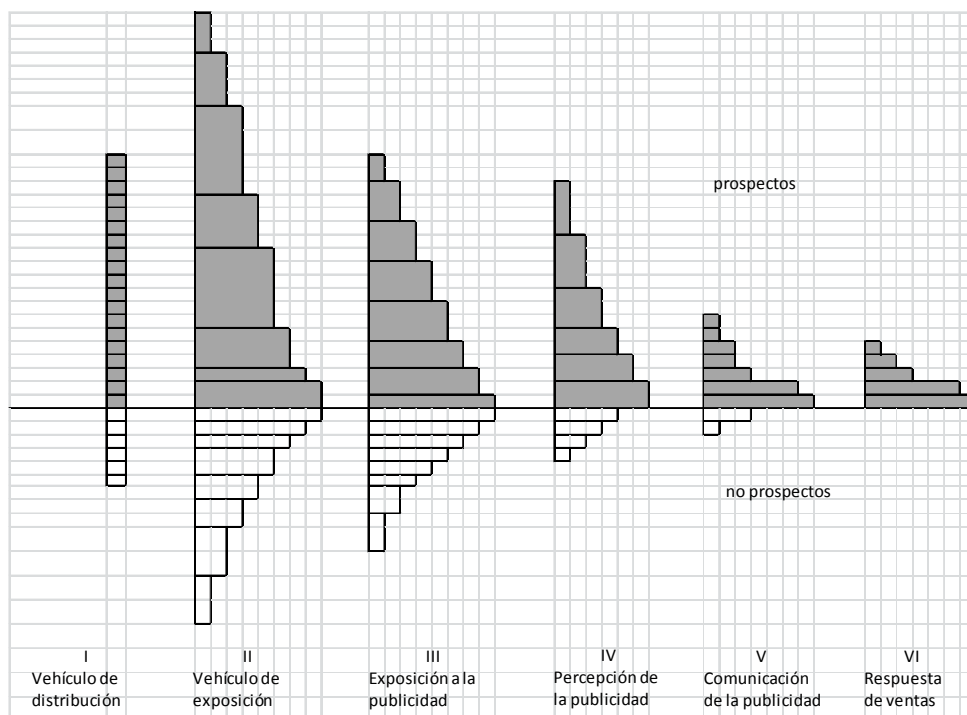
La propuesta se basará en un presupuesto pequeño, que permita crear la confianza en los directivos y socios de esta empresa en el uso de medios para fortalecer el posicionamiento de la empresa en el mercado meta.

“¿Cuáles son las características principales de los miembros del mercado meta?”

Los planificadores de los medios no tratan con personas ni audiencias, sino con prospectos. En el anexo 2 se muestran los diversos niveles de distribución y comunicación de los medios y la relación que guardan con los prospectos.”⁹

Evaluación de medios

⁹ IBÍDEM P. 139



Ver anexo 2

“El primer paso en el modelo es la distribución física del medio. En la prensa, esta sería la circulación pagada de un periódico o una revista; en radio y televisión, las familias que poseen un receptor de radio o TV. En el paso siguiente, se agregan los lectores posteriores de un mismo ejemplar, y múltiples televidentes o radioescuchas para un mismo receptor. Después se mide el número de los que ven el anuncio o comercial. Los pasos cuarto y quinto tratan sobre la comunicación del anuncio.

Naturalmente, es mucho más probable que los prospectos reparen en un anuncio (percepción de la publicidad) o que tengan algún interés profundo, como el de recordar información específica del anuncio (comunicación de la publicidad). El paso final son las ventas, que constituyen la meta última de todos los elementos en la combinación de mercadotecnia.

La función de planeación de los medios se ha concentrado en elevar al máximo la exposición de la audiencia meta. Los medios de publicidad cobran por el número de personas alcanzadas, independientemente de si una persona tiene el más remoto interés por el producto de usted o no. Al escoger estos vehículos que elevan al máximo la exposición de la audiencia meta, el planificador de los medios reduce al mínimo la circulación de desperdicio....”¹⁰

“Los anunciantes han reconocido en los últimos años que la identificación apropiada de los prospectos demanda del uso de algunas variables”.¹¹

Impostación estimada en 1980				Puntuaciones ZEP ¹² previas, con valor estadístico				
LETRA	Porcentaje de viviendas U.S.A.		Porcentaje de la población U.S.A.		Grupos		Conjuntos	
	Grupos	Conjuntos	Grupos	Conjuntos	Grupos	Conjuntos	Grupos	Conjuntos
FAM CG WC S-U 202 1		0.7		2.1				0.3
FAM CG WC S-U 202 2		2.85		1.02				75
FAM CG WC S-U 202 4		1.61		1.61				76
FAM CG WC S-U 202 6	9.08	1.91	9.27	3.93	71			75
FIS CG WC M-U 202 1		1.36		1.11				75
FIS CG WC M-U 202 7	4.20	2.84	1.97	2.86	69			65
FAM CG WC S-U 202 8		6.07		6.07				64
FAM CG WC S-U 202 10		2.42		2.49				58
FAM SC BW S-U 202 11		4.59		4.86				77
FAM SC BW S-U 202 19	18.40	4.79	19.15	4.79	37			48
SGL CG WC M-U 202 5		1.8		2.4				67
SGL CG WC M-U 202 13		1.62		1.12				34
SGL CG WC M-U 202 14	4.79	2.9	3.94	3.8	56			33
FAM HS BW S-U 202 9		3.90		4.18				58
FAM HS BC S-U 202 15		3.98		4.09				50
FAM HS BC S-U 202 20	9.14	1.48	9.83	1.56	53			47
FAM SC WC M-U 202 12		4.58		4.32				57
FAM HS WC M-U 202 18		1.50		1.42				52
FAM HS BW 2-4 202 16		2.42		2.34				51
FAM HS BC 2-4 202 18		1.1		1.1				49
FAM HS BC 2-4 202 27	9.99	.99	9.11	.89	53			42
FAM HS BC 2-4 202 31		3.11		3.06				46
FAM ES BW S-U 202 22		4.19		4.03				45
FAM HS BC S-U 202 28		2.22		2.28				41
FAM ES BW S-U 202 30		2.97		3.00				40
FAM ES BC S-U 202 33	14.52	1.98	14.40	2.01	42			36
FAM HS BC S-U 202 35		3.79		3.89				47
FAM HS BC S-U 202 38		2.27		2.42				41
FAM HS BF S-U 202 31		2.32		2.33				40
FAM HS BF S-U 202 32	10.31	1.81	10.57	1.94	41			32
FAM HS BC 2-4 202 24		.45		.43				43
FIS HS BC 2-4 202 25		2.08		1.86				43
FAM HS BC M-U 202 26		1.90		1.87				42
FIS HS BC M-U 202 34		1.08		1.09				36
FIS HS BC M-U 202 36	6.38	2.07	7.65	2.00	29			37
FAM HS BC S-U 202 32		3.17		3.10				38
FAM ES BC S-U 202 38		2.14		2.22				35
FAM ES BC S-U 202 39		2.86		2.89				38
FAM ES BC S-U 202 39		1.21		1.36				30
FAM ES BF S-U 202 40		1.21		1.28				33
Total U.S.	100.00	100.00	100.00	100.00	52			50

Los diez grupos de conjunto			Los 40 conjuntos de mercado ZEP		
Códigos	Títulos descriptivos	Números	Apellidos		Votos
3.1	Educado, rico, familias blancas de élite en suburbios suburbanos propios y con jardín	28	Estados de sangre azul	A	50.00
		3	Piel y rubio	A	50.00
		25	Dos peñaflores más	A	50.00
		7	Piel y rubio	A	50.00
3.2	Educado, rico, semiurbano, soltero y universitario	8	Dinero y cordón	A	50.00
		20	Jóvenes con influencia	A	50.00
7.1	Médico, clase media alta, familias que crecen en suburbios nuevos y ciudades urbanas	1	País de Dios	B	50.00
		27	Ciudad Levi, U.S.A.	B	50.00
		17	Jóvenes progresistas de casas	C	50.00
U.1	Solteros educados en áreas progresistas con elementos universitarios, artísticos y de escala descendente	21	Costa de Oro urbano	A	50.00
		31	Solteros del exterior del sol	B	50.00
		37	Combinación de solteros	B	50.00
3.3	Clase media, blancos, oficinistas, familias en periferias urbanas industriales	10	Bienes de pique	B	50.00
		40	Cuadrera de obreros	C	50.00
U.2	Combinación de clase media, extranjeros y minorías, en áreas urbanas densamente pobladas	1	Barrios de buker	B	50.00
		2	Antigua crisis de raza	B	50.00
		36	Oficinistas católicos	B	50.00
		2	Europeos del este	C	50.00
		4	Industria general	C	50.00
7.2	Ciudades industriales de clase media baja con obreros educados y acomodados	16	Antiguos fabricantes de ladrillo	C	50.00
		13	Bien educados de clase baja	C	50.00
		22	Mina y mineros	C	50.00
		12	Pequeño pequeño estanco	C	50.00
		13	Norma Rae	C	50.00
8.1	Pequeñas ciudades y pueblos entre granjas y ranchos en las zonas rurales de los Estados Unidos	28	Ciudades de carbón y maíz	C	50.00
		19	Escopetas y camiones	C	50.00
		14	Agro-empresarios	C	50.00
		35	Cantinas del grano	D	50.00
U.3	Combinación de negros, hispanos y extranjeros en áreas cercas del centro de las ciudades	8	Combinación de hispanos	C	50.00
		6	Casas pobres	C	50.00
		14	Minorías emergentes	C	50.00
		11	Inquilinos entre Dios	D	50.00
		12	Renovación urbana	D	50.00
8.2	Blancos, negros, hispanos e indios no especializados en pueblos y granjas pobres	39	País Marlboro	D	50.00
		10	Previsores	D	50.00
		18	Laboradores a distancia	D	50.00
		11	Consumidores de la masa del tabaco	D	50.00
		6	Scrabble alíctico	D	50.00

Ver anexo 3 y 4

La selección de los medios de publicidad para captar prospectos para la comercialización de material de fierro para la construcción es necesario segmentar el mercado meta que lo es en Celaya, Gto. Con la especialidad de

¹⁰ IBÍDEM P.140

¹¹ IBÍDEM P. 140 Y 141

Arquitectos, Herreros, Ingenieros, Estructuristas, familiares de los empleados y toda persona que requiera de sus productos para la construcción:

- a) Arquitectos, a los cuales a través del colegio de arquitectos con un total de 107 miembros activos (ver anexos 5, 6, 7 y 8) difundir mediante la distribución de un boletín informativo y correo electrónico la página web con el propósito de lograr cubrir el citado segmento.¹²

Padrón de Arquitectos Colegiados	
Nombre	E-mail
ABOYTES DE LA GARZA IGNACIO	arqaboytes46@prodigy.net.mx
AGUILAR JUAREZ ISMAEL	orbit.dc@hotmail.com
AGUILAR PADILLA FRANCISCO JAVIER	aguipadi@hotmail.com
AGUILERA GONZALEZ ASSAEL DAVID	a_daves2000@hotmail.com
AIZCORBE CABEZA DE VACA FERNANDO JOSE	fernandoaizcorbe@gmail.com
AIZCORBE CABEZA DE VACA JOSE FERNANDO	josefernando_aizcorbe@hotmail.com
AMADOR GASCA ERIC	eric_amador25@hotmail.com
ARREDONDO GUTIERREZ RAFAEL	arredondo43@hotmail.com
ARREDONDO OLIVEROS J. EUGENIO	osmoclarawat@hotmail.com
ARROYO FRANCO RICARDO	arroyor@prodigy.net.mx
ARZATE CERVANTES JAVIER HECTOR	ardiconst@prodigy.net.mx
AZUARA ARNAUD NANCY	nancyarnaud@gmail.com
BAEZ VEGA LUIS GUSTAVO	urbanus@prodigy.net.mx
BANDA VAZQUEZ RICARDO	arqricardobanda@gmail.com
CABALLERO MARTINEZ JORGE	contrupisos2000@prodigy.net.mx
CAÑADA LADINO PEDRO	canadapedro@hotmail.com
CARACHEO JAIR NARA JORGE	construcciones_harb@hotmail.com
CARDENAS POZOS RAFAEL ANTONIO	racarpo@prodigy.net.mx
CARRANZA LOZANO ARMIRO EMILIO	armirolive.com.mx
CARREÑO CAMARGO LUIS EDUARDO	luigiecarreno@live.com.mx
CASTILLO RIVERA ANDREA IRMA	
CERQUEDA GONZALEZ JOSE ALFONSO	arq_cerqueda@hotmail.com

Ver anexo 5

¹²http://www.colegiodearquitectosdecelaya.org/index.php?option=com_qcontacts&view=category&catid=36&Itemid=62 consulta vía internet del 31 de agosto de 2013

Padrón de Arquitectos Colegiados		Padrón de Arquitectos Colegiados	
Nombre	E-mail	Nombre	E-mail
CRUZ BORRAS JOSE RICARDO	argjrcb@hotmail.com	MONROY BEAR CARLOS	monroybear@yahoo.com.mx
DELGADO HERNANDEZ ANA CRISTINA	arq.acdelgado@yahoo.com.mx	MORALES KOELLIKER MITZI JOCELYN	
DELGADO SOTO GUSTAVO ADOLFO		MUÑOZ LEDO RABAGO MARCELO	
ESCOBAR SEPULVEDA GILBERTO	ciasa@ciasa.com	MURILLO FRANCO VIRGILIO	suzvir@prodigy.net.mx
FLORES ARRIAGA ALEJANDRO ENRIQUE		OVIEDO SILVA MAURICIO	maovsi@hotmail.com
FLORES PAREDES MARTHA	maciasyflores@yahoo.com.mx	PALLARES DIAZ JORGE	jpallares38@hotmail.com
FRANCO BARBOSA HUMBERTO	urbanus_franco@prodigy.net.mx	PALOALTO CASTILLO JOSE ANTONIO	anes68@gmail.com
FRANCO CACIQUE FRANCISCO	frfcfo@prodigy.net.mx	PEREZ CERVANTES LUIS ENRIQUE	
FRANCO SOLORZANO ELENA CATALINA	catyfs@yahoo.com	PEREZ CRUZ MA. DEL CARMEN	arqarmen_pc@hotmail.com
FUNES TORRES MARIA ELENA	malefunes@hotmail.com	PEREZ MELESIO SANDRA VERONICA	plurbana@hotmail.com
GONZALEZ GARCIA JUAN CARLOS	arqjcg@yahoo.com.mx	PESQUERA SAN ROMAN JOSE	arquitectopesquera@yahoo.com.mx
GUTIERREZ MEDRANO JAQUELINE	arq_jackgutie@yahoo.com.mx	PESQUERA SAN ROMAN JUAN LUIS	contacto@diversamexico.com
HERNANDEZ ARIAS JESUS MANUEL	jmha0662@hotmail.com	PUENTE GUTIERREZ ARTURO	arqapuente@hotmail.com
HERNANDEZ HERNANDEZ MARCO ANTONIO	arq_marcohh@hotmail.com	RAMIREZ ARREGUIN MIGUEL ANGEL	arquima3@hotmail.com
HERNANDEZ HERNANDEZ MARTHA NORMA	arqmnh2@prodigy.net.mx	RAMIREZ SAMANO JAVIER	jrsmmano@hotmail.com
HERNANDEZ LOPEZ DE LA FUENTE JUAN JOSE	hldelaf_56@hotmail.com	REBOLLEDO MUÑOZ LEDO FELIPE BENJAMIN	
HERNANDEZ MARIQUEZ LEONARDO	lehema@prodigy.net.mx	REBOLLEDO ORTIZ JOSE ALFREDO	arquirebo@hotmail.com
HERNANDEZ RODRIGUEZ GUSTAVO	ghr.arquitecto@gmail.com	RIVAS AGUILAR CARLOS	c_rivas@hotmail.com
IBARRA PEREZ JUAN GERARDO	gdin73@hotmail.com	RIVERA RANERO RICARDO	vanguardista@prodigy.net.mx
JARAMILLO AGUILAR FELIPE	gjarco@prodigy.net.mx	RIVERA RAYON JAVIER	arq_rivera@hotmail.com
JARAMILLO URREA FELIPE	felipe_ja@yahoo.com	RODRIGUEZ ARROYO RAFAEL	arqrodriguezarrroyounam76@hotmail.com
JOO TRUJILLO JUAN CARLOS	juanjoo97@hotmail.com	RODRIGUEZ CASTAÑEDA OSWALDO	roco741008@hotmail.com
LEDESMA CABALLERO LUIS RAUL	raul.ledesma@prelosa.com	RODRIGUEZ CUELLAR BEATRIZ EUGENIA	ambe_ro@hotmail.com
LEDESMA GONZALEZ MA. GUADALUPE		RODRIGUEZ RAMIREZ MA. GUADALUPE	rodmag_6@hotmail.com
LEDESMA MALDONADO GUSTAVO	luzaurora74@hotmail.com	RODRIGUEZ RODRIGUEZ ALFONSO	vvvelrod@prodigy.net.mx
LLAMAS PEREZ BERNARDO RUBEN	plurbana@hotmail.com	ROJAS AGUILAR ROBERTO	arqrojas@msn.com
LOPEZ DE LA FUENTE DUFAY MA. ELENA	dufau59@prodigy.net.mx	ROJAS CHAVEZ HECTOR ARNALDO	rojasconstr@hotmail.com
LOPEZ GUERRERO LUIS ALBERTO	luigolopez@hotmail.com	RUIZ PEREZ GERARDO	gerardoruz_colore@hotmail.com
LOUSTALOT LACLETTE TORRES ANA PAULINA	laclett@prodigy.net.mx	SALINAS HERRERA GUILLERMO	creasalin@live.com
MACIAS MARTINEZ LUIS GERARDO		SAMAYOA PEÑA GRACIELA	arcons39@gmail.com
MACIAS JAUREGUI LORENA	arqav@prodigy.net.mx	SANCHEZ VEGA MANUEL MOISES	dypsa_clientes@prodigy.net.mx
MARIN BARROSO ROGELIO	rogercjs8@hotmail.com	SEGURA MONTES RODOLFO	rodolfo@consegura.com.mx
MARTINEZ MARTINEZ RODOLFO	rodomt3@yahoo.com.mx	SERVIN MANRIQUEZ MANUEL	manuelservin2001@yahoo.com.mx
MATEOS CHAVOLLA CARLOS NICOLAS	carmatcha@yahoo.com.mx	SIL RODRIGUEZ JOSE LUIS	joseluis_sil@arquired.com.mx
MEDINA PEREZ JOSE GERARDO	cya_gto@yahoo.es	TENIENTE GASCA ELIZABETH VANESSA	lizteniente@hotmail.com
MERINO ZARATE FRANCISCO	francisco.merino@csmconstrucciones.com	TREJO ZUÑIGA ROGELIO	rogeiotrejo67@hotmail.com
MEZA MARTINEZ VALDEMAR JAIME	jaimevezam@hotmail.com	VAZQUEZ ESQUIVEL ARTURO ADAN	avazquez@gasnaturalindustrial.com.mx
MEZA MIRANDA RAUL JAIME	jordy19702003@yahoo.com.mx	VAZQUEZ FLORES PEDRO ADRIAN	arqpedrov@edificacionesvazquez.com

Ver anexo 6

Ver anexo 7

Padrón de Arquitectos Colegiados	
Nombre	E-mail
VAZQUEZ MARTINEZ PEDRO FRANCISCO	edificacionesvasquez@prodigy.net.mx
VEGA BAYLON CARLOS	
VELAZQUEZ SERRANO ANTONIO	vesada@prodigy.net.mx
VERA CONTRERAS EBER SAUL	
VILLANUEVA GARZA ELIUD	
VILLALOBOS HERMOSILLO MA. CRISTINA	buprocosa@yahoo.com.mx
ZAMARRONI LERMA RAFAEL GUILLERMO	zamarq@prodigy.net.mx
ZARATE FLORES FRANCISCO JAVIER	conectivo@hotmail.com
ZARATE PONCE EDUARDO	laloza13@hotmail.com

Ver anexo 8

- b) Ingenieros civiles, a través del Consejo directivo difundir la distribución de un boletín informativo¹³:

El XIII consejo directivo de ingenieros civiles de Celaya, está integrado por:
. Presidente Raúl Llamas Jáuregui
. Secretario Juan José Cuéllar Ornelas
. Tesorero Óscar Huerta
. Vocal Fernando Rodríguez Cuéllar
. Vocal secretario Luis Ramón Almanza Vega
. Vocal tesorero Alfonso Rodríguez Cuéllar

Ver anexo 9

- c) Empresas constructoras (personas físicas y/o morales), a efecto de cotizar el material requerido para la construcción mejor costo respecto de la competencia para el programa de construcción del ejercicio 2014.

¹³<http://zonafranca.mx/toman-protesta-integrantes-del-consejo-directivo-de-ingenieros-civiles-de-celaya/> consulta vía internet del 31 de agosto de 2013

Empresas Constructoras en Celaya, Gto.
CONSTRUCCIONES VILLVER, S.A. DE C.V. Estado GUANAJUATO Municipio CELAYA Domicilio MANUEL OROZCO Y BERRA No. 1014 Colonia RESIDENCIAL TECNOLOGICO C.P. 38010 Telefono (461)1765045 Fax Correo construcciones_villver@yahoo.com.mx Giro CONSTRUCCION
VEGA ESQUIVEL GUILLERMO ING Estado GUANAJUATO Municipio CELAYA Domicilio ALDAMA No. 409 Colonia CELAYA CENTRO C.P. 38000 Telefono (461)1179399 Fax gveesq@gmail.com Correo s/n Giro CONSTRUCCION
MATABUENA DORADO JAVIER ARQ. Estado GUANAJUATO Municipio CELAYA Domicilio GUADALUPE No. 225 Colonia CELAYA CENTRO C.P. 38000 Telefono (461)1296300 Fax 6123026 Correo s/n Giro CONSTRUCCION
RODRIGUEZ VALDEZ LETICIA Estado GUANAJUATO Municipio CELAYA Domicilio PIRULES No. 710 Colonia JARDINES DE CELAYA 2A SECC C.P. 38080 Telefono (461)1596343 Fax 1596343 Correo lenodva12@prodigy.net.mx Giro CONSTRUCCION
CONSTRUCTORA Y URBANIZADORA DE PAVIMENTOS, S.A. DE C.V. Estado GUANAJUATO Municipio CELAYA Domicilio GABRIEL RAMOS MILLAN No. 162 Colonia LA CAPILLA C.P. 38040 Telefono (461)6155962 Fax 6155962 Correo cupsa@live.com.mx Giro CONSTRUCCION
PEREZ SERRANO Y CONSTRUCTORES, S.A. DE C.V. Estado GUANAJUATO Municipio CELAYA Domicilio ARBOL DE LA ALEGRIA No. 109 Colonia EL CAMPESTRE C.P. 38080 Telefono (461)6133158 Fax Correo lizbeth2001@prodigy.net.mx Giro CONSTRUCCION
MAYA MORALES KATIA ERIKA Estado GUANAJUATO Municipio CELAYA Domicilio ERNESTO MARTINEZ No. 205 Colonia LA FAVORITA C.P. 38033 Telefono (461)6129473 Fax 6129473 Correo katy_eri@hotmail.com Giro CONSTRUCCION
CONSTRUCTORA VANGUARDISTA, S.C. Estado GUANAJUATO Municipio CELAYA Domicilio CAMPESTRE No. 107 Colonia EL CAMPESTRE C.P. 38080 Telefono (461)1236608 Fax 1594771 Correo vanguardista@prodigy.net.mx Giro CONSTRUCCION
ARQUITECTURA CONSTRUTIVA MADAI, S.A. DE C.V. Estado GUANAJUATO Municipio CELAYA Domicilio ESTANO No. 111 Colonia BUGAMBILIAS C.P. 38020 Telefono (461)6156432 Fax 6156439 Correo s/n Giro CNSTRUCCION
MAYA MORALES KATIA ERIKA Estado GUANAJUATO Municipio CELAYA Domicilio ERNESTO MARTINEZ No. 205 Colonia LA FAVORITA C.P. 38033 Telefono (461)6129473 Fax 6129473 Correo katy_eri@hotmail.com Giro CONSTRUCCION

14

Anexo 10

- d) Personas físicas y morales que trabajan la herrería (veintiséis) de acuerdo con la información obtenida por internet en la sección amarilla,

¹⁴ Consulta de la página de internet <http://directoriodeconstructoras.com/tag/celaya/> del día 12 de octubre de 2013

para su distribución de un boletín informativo de la gama de productos que ofrece la empresa Ferre Baztán.¹⁵

Razon social de empresas dedicadas al trabajo de herreria	Domicilio	Teléfono	Categoría
DISEÑO EN ALUMINIO Y HERRERIA	CIRCUITO TAHI 165, FRACCIONAMIENTO TAHI, CELAYA, C.P 38010, GTO	TEL: (461)221-0316 Uama gratis	Categoría: Herrerías
HERRERIA CENTRAL	OCAMPO 421, VALLE HERMOSO, CELAYA, C.P 38010, GTO	TEL: (461)611-7257	Categoría: Herrerías
ESTRUCTURAS METALICAS Y HERRERIA EN GENERAL TONY	JUAN M. BANDERAS SUR 100, AMPLIACION EMILIANO ZAPATA, CELAYA, C.P 38030, GTO	TEL: (461)608-7738	Categoría: Herrerías
HERRERIA AGUILLON	PRESA SOLIS 31-A, RECURSOS HIDRAULICOS, CELAYA, C.P 38030, GTO	TEL: (461)612-5457	Categoría: Herrerías
HERRERIA ESTRELLA	BENITO JUAREZ 518, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	TEL: (461)612-0248	Categoría: Herrerías
HERRERIA GASCA	MANUEL PALAFOX 100, EMILIANO ZAPATA, CELAYA, C.P 38030, GTO	TEL: (461)613-0238	Categoría: Herrerías
MANTENIMIENTO INDUSTRIAL VAN-GAL	SEVERO CASTILLO 406, GOBERNADORES, CELAYA, C.P 38035, GTO	TEL: (461)608-8112	Categoría: Herrerías
CONSTRUCCIONES RIBER	PRESA TEPUXTEPEC 4, MONTE DE CAMARGO, CELAYA, C.P 38030, GTO	TEL: (461) 613 1733	Categoría: Herrerías
ESCOGIDO RODRIGUEZ JUAN CARLOS	PRL MARIANO ABASOLO 100, AMERICAS DEL BAJIO, CELAYA, C.P 38014, GTO	TEL: (461) 612 1051	Categoría: Herrerías
INGENIERIA INDUSTRIAL HERNANDEZ	CLL MELCHOR OCAMPO 506, SAN ANTONIO, CELAYA, C.P 38010, GTO	TEL: (461) 611 6917	Categoría: Herrerías
MA ENRIQUEZ CORDOVA	AVE TRESGUERRAS 707, JARDINES DEL CENTRO, CELAYA, C.P 38070, GTO	TEL: (461) 617 2299	Categoría: Herrerías
SANCEN VERA GILBERTO	CAM A JOFRE 1005, SANTA MARIA, CELAYA, C.P 38090, GTO	TEL: (461) 614 7941	Categoría: Herrerías
SEGURA CANO SAMUEL	CLL MANUEL DOBLADO 436, REAL DE ARBOLEDAS, CELAYA, C.P 38060, GTO	TEL: (461) 612 9397	Categoría: Herrerías
SOSA PUGA MA GUADALUPE	CLL PUEBLA 4, RINCONADA SAN JORGE, CELAYA, C.P 38090, GTO	TEL: (461) 616 5164	Categoría: Herrerías
MGB MANTENIMIENTO GLOBAL DEL BAJIO SA DE CV	ORIENTE 7 166, INDUSTRIALES, CELAYA, C.P 38010, GTO	TEL: (461)614-8938 Uama gratis	Categoría: mantenimiento industrial
ANDAMIOX	DE CELAYA 701, JARDINES DE CELAYA 2A SECC, CELAYA, C.P 38080, GTO	TEL: (461)219-8935 Uama gratis	Categoría: Andamios en General-Renta y Venta de
APOYO INDUSTRIAL	PLAN DE CUERNAVACA 145, LAZARO CARDENAS, CELAYA, C.P 38017, GTO	TEL: (461)118-2874	Categoría: Estructuras Metálicas
HERRERIA Y CORTINAS ESPAÑA	PROL. AGAPITO ARAUJO 102, TIERRA BLANCA, CELAYA, C.P 38090, GTO	TEL: (461)229-1858 Uama gratis	Categoría: Cortinas de Acero
PAILERIA RAMIREZ	CARRETERA PANAMERICANA KM. 287.5, LA FORTALEZA, CORTAZAR, C.P 38480, MEX	TEL: (461)611-1229 Uama gratis	Categoría: Paileria-Talleres de
CASA VIZCAINO	MIGUEL HIDALGO 408, CELAYA CENTRO, CELAYA, C.P 38000, GTO	TEL: (461)612-2490	Categoría: Antigüedades
MGB MANTENIMIENTO GLOBAL DEL BAJIO SA DE CV	ORIENTE 7 166, INDUSTRIALES, CELAYA, C.P 38010, GTO	TEL: (461)614-8938	Categoría: Mantenimiento Industrial
APOYO INDUSTRIAL	PLAN DE CUERNAVACA 145, LAZARO CARDENAS, CELAYA, C.P 38017, GTO	TEL: (461)118-2874	Categoría: Estructuras Metálicas
ACABADOS NATURALES.	TECNOLOGICO 170, LINDAVISTA, CELAYA, C.P 38010, GTO	TEL: (461)157-7700	Categoría: Marmolerías
PUERTAS AUTOMATICAS AGUILLON	PRESA SOLIS 31 A, RECURSOS HIDRAULICOS, CELAYA, C.P 38030, GTO	TEL: (461)612-5457	Categoría: Puertas Automáticas en General
ANDAMIOS DE CELAYA	PASEO DE CELAYA 301, JARDINES DE CELAYA, CELAYA, C.P 38080, GTO	TEL: (461)123-3726	Categoría: Andamios en General-Renta y Venta de
ALAMO HERRERIA	TEL: 018001225266		Categoría: Puertas Automáticas en General

Ver anexo 10

e) Personal que trabaja en Ferre Baztán y familiares de los mismos distribuir boletín informativo.

“¿En dónde se distribuye el producto?”

Aunque el interés principal de los planificadores de medios consiste en identificar a los prospectos principales, también deben tener presente la ubicación geográfica de estos prospectos. Deben examinar el área geográfica

¹⁵<http://www.seccionamarilla.com.mx/resultados/herrerias/guanajuato/celaya/1> consulta vía internet del 04 de septiembre de 2013.

en la cual se vende el producto y la concentración de prospectos en esas áreas.”¹⁶

Para el presente trabajo se delimitará a nivel local, sólo a la ciudad de Celaya, Gto., de acuerdo a la concentración mayor de prospectos potenciales, para la cual se invertirá un presupuesto mayor para llegar a ese mercado meta. Como puede ser por email, revista especializada, periódico, radio esto será de acuerdo al resultado del análisis para llegar a los prospectos.

“¿Debería recalcarse el alcance, la frecuencia, o la continuidad?”

El alcance se refiere al número total de personas a las cuales se dirige un mensaje; la frecuencia se refiere al número de veces que ese mensaje se entrega dentro de un lapso dado (que usualmente se calcula en una base semanal para facilitar la planeación); y la continuidad se refiere al periodo de tiempo en que corre un programa. Solo los anunciantes más grandes pueden recalcar los tres factores al mismo tiempo, e incluso buscan extender su dinero en la forma más eficiente.

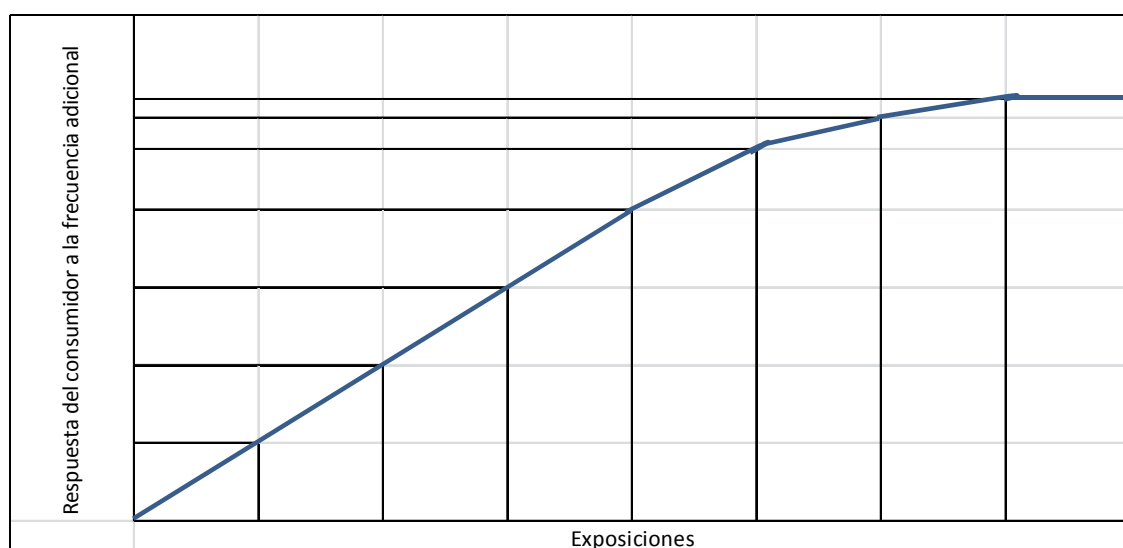
La ventaja de recurrir al alcance como meta principal es que se presenta un mensaje al mayor número de personas. Una desventaja es que tal vez no exponga su mensaje a los consumidores potenciales el número suficiente de veces para transmitirles todo lo necesario.

En los últimos años, la mayoría de los compradores de medios han empezado con la frecuencia como la primera piedra en un plan de medios. La esperanza es que, al estimar el número de veces que cada prospecto será expuesto a la publicidad, se podrá evaluar el valor de comunicación de su plan de medios.

¹⁶ KLEPPNER'S, Otto. **PUBLICIDAD**. PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA, S.A. Novena Edición. México. 1988. Pp. 141 y 144

Es de gran importancia que la frecuencia se considere en términos del periodo durante el cual ocurre la exposición. Diez exposiciones en diez días obviamente tienen más impacto que diez exposiciones en seis meses. Muchos anunciantes se refieren a las exposiciones dentro de un ciclo de compras. Es decir, ¿cuántas veces se alcanzará a una persona entre las compras de un producto? Independientemente de cómo se mida la frecuencia, debe estar relacionada con un lapso de tiempo para que tenga significado...”

“...1. ¿Cuál es la frecuencia óptima? La mayoría de los estudios indican que la frecuencia adicional dará lugar a incrementos en la respuesta del consumidor (recordación, reconocimiento, ventas, etc.) durante tantas como veinte exposiciones. Sin embargo, después de tres a cinco exposiciones, el incremento adicional de la respuesta tiende a disminuir a una tasa rápida.”¹⁷



Anexo 11

¹⁷ KLEPPNER'S, Otto. **PUBLICIDAD**. PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA, S.A. Novena Edición. México. 1988. Pp. 145 y 146

El plan de medios de la empresa Ferre Baztán se sugiere iniciar con la frecuencia de tres exposiciones considerando los ciclos de compras de diciembre, enero, marzo, junio una semana antes de que inicie el ciclo y una semana durante el ciclo.

“2. ¿Cuál es el nivel de alcance y frecuencia para un plan de medios específico? Un Cálculo de la frecuencia óptima no nos permite necesariamente determinar el alcance o la colocación más eficiente de nuestra publicidad en un plan de medios.”¹⁸

Para el caso del presente proyecto dado que se abarcará solo el mercado meta de Celaya, Gto., con un presupuesto bajo para crear confianza en los Empresarios de Ferre Baztán, se pretende realizar una selección de un mercado o vehículo de medios en donde la competencia no sea fuerte y lo que la competencia no utilice.

“...Los criterios para evaluar el alcance, la frecuencia y la continuidad en una situación dada. En una serie de estudios recientes se sacaron las siguientes conclusiones:

1. Una exposición de un anuncio a un consumidor de un grupo meta dentro de un ciclo de compras tiene poco o ningún efecto más que en una minoría de circunstancias.
2. Como una exposición suele ser ineficaz, la meta central de la planeación productiva de los medios deberá ser la de hacer hincapié en acrecentar la frecuencia más que en el alcance.
3. El peso de la evidencia sugiere fuertemente que una frecuencia de exposición de dos en un ciclo de compras es un nivel eficaz.
4. Por lo general, la frecuencia de expedición óptima parece ser al menos de tres exposiciones dentro de un ciclo de compras.

¹⁸ Idem

5. Tras tres exposiciones dentro de un ciclo de compras, o dentro de un periodo de cuatro o incluso ocho semanas, la frecuencia creciente continúa creando eficiencia publicitaria a una tasa decreciente, pero sin muestras de declinación.”¹⁹

Para el presente caso como ya se citó anteriormente, se sugiere seleccionar el punto cuatro con una frecuencia de tres exposiciones antes; para despertar el interés en destinar recursos para trabajos de mantenimiento y/o construcción y en el ciclo de compras para que Arquitectos, Ingenieros, Herreros e interesados en el giro acudan a Ferre Baztán a surtir el material necesario.

“¿Cuál es el mejor momento para el proyecto de publicidad?

Una de las interrogantes más cruciales y complicadas a las que se enfrenta el planificador de medios es cuándo gastar el presupuesto de publicidad. No hay una respuesta correcta para todos los casos, pero algunos patrones típicos del mejor momento podrían ser instructivos:

Programa por estación.

Las ventas de algunos productos tienen fluctuaciones por estación: gotas para el resfriado en el invierno, bronceadores en el verano y relojes de pulsera en la época de graduaciones o en navidad. En tales casos, la publicidad se programa para reflejar los picos de la estación o temporada, y aparece en dosis concentradas antes de que empiece la temporada de compras, cuando las personas podrían empezar a pensar en tales productos.

¹⁹ Ídem y Ferrer R., Eulalio. EL LENGUAJE DE LA PUBLICIDAD EN MÉXICO. EDITORIAL EUFESA. México. 1982. Pp. 88

Programa constante.

Cuando la venta de un producto es uniforme durante todo el año (pasta de dientes, por ejemplo), la publicidad podría mantenerse de modo constante. Sin embargo, con frecuencia las compañías deciden concentrar su publicidad. Algunas veces un proyecto constante tendría que ser demasiado ligero para que durase doce meses, y la publicidad más impresionante puede concentrarse en lapsos más cortos. A veces se necesita dinero para confrontar los esfuerzos promocionales competitivos o para realizar campañas locales especiales. Durante el verano, se incrementa el número de lectores y de televidentes, y aumenta el número de radioescuchas; por lo tanto, muchos anunciantes de cadenas de tv hacen un hiato o cambian su publicidad al radio hasta el otoño.

Pulsación.

La pulsación (llamada también “pelea”) es la técnica que consiste en tener arranques comparativamente cortos de publicidad en unos cuantos mercados de una sola vez, en lugar de correr un proyecto constante pero más débil de publicidad de modo simultáneo en muchos mercados. La pulsación intenta dejar al consumidor con la impresión de un nivel mucho más elevado de publicidad del que sería posible al programar equitativamente el mismo número de exposiciones durante algún período. La pulsación también permite desembolsos más fuertes durante los periodos con pico de ventas. Por ejemplo, las compañías llanteras gastan a un nivel mucho más elevado durante abril y mayo, cuando los consumidores se preparan para las vacaciones, y desde septiembre hasta noviembre, cuando los conductores preparan sus automóviles para el invierno. Durante otros meses, en particular de diciembre hasta marzo, la publicidad de llantas se recorta en gran medida. Veamos ahora algunas estrategias específicas de pulsación: en la radio, es posible comprar el doble de peso (exposiciones de publicidad) en un período de tres semanas en vez de

alargar el mismo peso total durante seis semanas. Este patrón podría seguirse durante todo el año. En las revistas, de suponer una lista lo suficientemente larga de publicaciones que se beneficien con la duplicación, todas las inserciones podrían agruparse dentro de un período de dos meses en vez de cuatro. Tres descargas podrían programarse entonces en puntos apropiados durante el año. En la publicidad exterior, una exhibición de 200 (exposiciones diarias de publicidad igual al doble de la población del mercado) podría programarse un mes sí y otro no durante un año en lugar de una exhibición de 100 para doce meses. De modo similar, en los periódicos puede correrse una serie de anuncios en días consecutivos para un efecto de “andanada” en vez de espaciar los anuncios durante un mes.”²⁰

El mejor momento para programar el proyecto de publicidad se sugiere basarse parte en el programa por estación atendiendo a que las lluvias afectan a los trabajos para la construcción deberán omitirse los meses de dicha temporada y pulsación para dejar al consumidor con la impresión de un nivel mucho más elevado de publicidad durante los periodos con pico de ventas por ejemplo en el mes de noviembre para el programa del buen fin y en diciembre el aguinaldo y bonos; julio reparto de utilidades (mes que para el presente proyecto no se abarcara como se señalo dado que es un mes de temporada de lluvias y baja la demanda de trabajos para la construcción y/o mantenimiento, en el mes de enero cuentan con presupuestos destinados para la construcción y mejora. En noviembre para preparar a los prospectos y del 16 al 20 de diciembre cuando están por recibir aguinaldos para ayudarlos a decidir en invertir su dinero en este concepto. Del 23 al 28 de febrero para despertar el interés y del 16 al 20 de marzo periodos en los que cotizan y comprometen su presupuesto a ejercer en este concepto.

²⁰IBIDEM p. 146, 147 y 148

“¿Qué hace la competencia?”

En la planeación de los medios, nos interesa mucho lo que la competencia hace, especialmente si los desembolsos de ella son más grandes que los nuestros (como usualmente parece ser). Una guía popular es no competir con ellos en medios que ya dominan. Lo recomendable sería escoger un medio en el cual uno pueda dominar o mantenerse firme en contra de la publicidad de productos similares. Hay numerosos medios en los cuales su anuncio no será opacado por otros en el campo. Sin embargo, si la campaña se basa en un original fuera de lo común que será único en cualquier medio, siga adelante y coloque su anuncio donde usted piense que será más efectivo, independientemente de la competencia.²¹

“¿Hay algunos planes especiales de comercialización en perspectiva?”

Con planes de comercialización queremos decir incentivos especiales que se le ofrecen al comprador: cupones de descuento, premios, concursos, o reducciones especiales de precio. Estos planes suelen ser campañas intensivas, con frecuencia en mercados especiales, diseñadas para compensar la presión competitiva, introducir productos nuevos o intensificar la demanda entre los consumidores actuales. En tales casos, se construirá un programa completo de publicidad en torno de la oferta de comercialización. Como los planes de comercialización suelen estar asociados directamente con la compra del producto, se les denomina también “promociones de ventas”.²²

Como parte de este proyecto de plan de medios no se considerarán promociones de ventas.

²¹ ÍBIDEM P.149

²² ÍBIDEM P. 149 y 151

“¿Cuál es la mejor combinación de medios?”

Varios medios pueden comunicar el mismo mensaje de distintas formas a diferentes prospectos. ¿Cómo podemos combinar los medios asequibles de la forma más eficaz?...

...La principal contribución de la computación a la planeación de los medios (incluso para quienes no la usan) es la necesidad que impone de pensar en términos exactos, plantear los problemas en forma precisa y basar las decisiones en información recabada de modo preciso.

Uso de la computadora. Básicamente la computadora coordina con gran rapidez, en forma significativa, un conjunto dado de datos a partir de un conjunto más grande de hechos. Por lo tanto, el primer requisito en el uso de la computadora para tomar decisiones de medios consiste en definir los “hechos” que se le introducen; una frase familiar en el mundo de las computadoras es “entra basura, sale basura”...

...La planeación de los medios, al igual que muchos aspectos de la publicidad, todavía es un arte más que una ciencia.

...la mayoría de los proyectos de medios usan un método de estructuras básicas. Es decir, comienzan con el medio más eficiente, después agregan al siguiente medio mejor al proyecto y así sucesivamente²³. Anexo 12

²³ ÍBIDEM P. 152, 153 y 154

Sumario de compra del tiempo en televisión			
Vehículo	Rating	Costo	Inserciones
60 minutos	16.4	\$104,300	3
general hosp	8.7	15,950	35
all my child	8.6	15,950	17
cbs news	9.9	39,200	4
Nivel de exposición		% de expuestos*	
0		0.349	
1		2.072	
2		6.049	
3		11.567	
4		16.297	
5		18.043	
6		16.343	
7		12.454	
8		8.147	
9		4.646	
10		2.338	
11		1.696	
Sumario de plan de TV			
Alcance (1+)	=	99.65%	
Frecuencia promedio	=	5.41	
Alcance efectivo (3-10)	=	89.83%*	
CPM/Mercado total	=	\$15.19	
CPM/Alcance efectivo	=	\$16.91	
Costo total del plan	=	\$1,299,100	

Anexo 12

Sumario de compra de espacio de revista			
Vehículo	Alcance %	Costo	Inserciones
bh & g	25.8	\$78,985	2
fam circle	25.1	67,350	1
good house	23.7	63,820	1
people	20.4	42,950	3
readers di	32.6	103,600	2
tv guide	28	77,400	6
Nivel de exposición		% de expuestos	
0		39.643	
1		11.670	
2		7.563	
3		5.794	
4		4.782	
5		4.116	
6		3.641	
7		3.283	
8		3.002	
9		2.777	
10		2.592	
11+		11.138	
Sumario de plan de revista			
Alcance (1+)	=	60.36%	
Frecuencia promedio	=	5.76	
Alcance efectivo (3-10)	=	29.99%	
CPM/Mercado total	=	\$12.74	
CPM/Alcance efectivo	=	\$42.50	
Costo total del programa	=	\$1,089,590	

Anexo 13

Sumario de compra combinada de TV y revista				
Vehículo	Rating	Alcance %	Costo	Inserciones
60 minnutes	0.164		104,300	3
general hosp	0.087		15,950	35
all my child	0.086		15,950	17
cbs news	0.099		39,200	4
bh & g		0.258	\$78,985	2
fam circle		0.251	67,350	1
good house		0.237	63,820	1
people		0.204	42,950	3
readers di		0.326	103,600	2
tv guide		0.28	77,400	6
Nivel de exposición		% expuesto		
	0			0.088
	1			0.578
	2			1.906
	3			4.208
	4			7.026
	5			9.529
	6			11.024
	7			11.300
	8			10.589
	9			9.312
	10			7.848
	11+			26.591
Sumario de plan combinado				
Alcance (1+)		=	99.91%	
Frecuencia promedio		=	70.84%	
Alcance efectivo (3-10)		=	8.46%	
CPM/Mercado total		=	\$27.94	
CPM/Alcance efectivo		=	\$39.44	
Costo total del plan		=	\$2,388,690	

Anexo 14

“UN DIRECTOR DE MEDIOS CONSIDERA LOS MEDIOS.

Cuando se enfrenta a un problema de planeación de medios para un producto nuevo, un director de medios tiene varios campos a los cuales recurrir:

Para una campaña local, como una prueba para correrse en diferentes mercados:

Periódicos locales.

Televisión local.

Radio local.

Televisión por cable local”...

...“Campaña selectiva para llegar sólo a personas con intereses especiales (como artesanos, tenis, fotografías o antigüedades):

Revistas dedicadas a esa especialidad.

Periódicos con secciones dedicadas a esa especialidad (tal vez sólo los domingos.)

Programas de Radio y televisión que atraigan a los interesados por ese tema.

Publicidad de respuesta directa²⁴

De acuerdo al análisis efectuado para el desarrollo del plan de medios para lograr llegar al mercado local de Celaya y obtener el impacto deseado respecto de donde se encuentran los prospectos para adquirir artículos varios de fierro, material para mantenimiento y la construcción dirigida a los profesionales como son Arquitectos, Ingenieros civiles, Herreros siendo estos los consejeros para el comprador dado que en la industria de la construcción las especificaciones de estos especialistas son importantes a través de publicaciones especializadas o por correo directo:

1. Periódicos Locales A.M. y el Sol del Bajío con secciones dedicadas a material para la construcción en domingo.
2. Programa local de Radio.
3. Televisión Local VIA.
4. Publicidad de respuesta directa.
5. Folleto especializado.
6. Email.
7. Página Web (portal de internet).
8. Google Apps for Busines.
9. LinkedIn.


Entre otros, los cuales se detallarán en el capítulo siguiente.

²⁴ Ibidem Pp. 153 y 154

CAPÍTULO III

PROPUESTA MERCADO LOCAL DE CELAYA, GTO.

3.1 PROPUESTA DE MEDIOS.

	No. 107	No. 6	N. 10	No. 26	
Medios	Arquitectos	Ingenieros civiles	Empresas constructoras	Personas fisicas y morales que trabajan la herreria	Familiares de los empleados de ferrebaztan
Folleto especializado	X	X	X	X	X
periodico	X	X	X	X	
Email	X	X	X		X
Radio	X	X	X	X	X
Television	X	X	X	X	X
Publicidad de respuesta directa					
Portal de internet					
					
	X	X	X		
linkedin	X	X	X		

Espectacular o Publicidad exterior.²⁵

Ventajas:

Fuerte presencia local que llama la atención al público.

Medio excelente de recordación, puede ser un complemento excelente de otros medios para mantener el nombre de la marca ante el público.

Altos niveles de exposición a bajo costo, para agregar alcance y frecuencia a una campaña.

La desventaja es que el texto esta limitado a un mensaje muy corto.

Si se ubicaran letreros en las obras en construcción por ejemplo un alusivo bote de basura laminado que promueve la ecología y a la vez se mantiene una publicidad constante.²⁶

Folleto especializado o de respuesta directa²⁷

Folleto especializado que a la fecha, la empresa Ferre Baztán viene manejando un catálogo extenso con toda la variedad de productos de Fierro para la construcción, que ofrece a sus clientes.

Este se propone continúe actualizándose y siga distribuyendo entre sus clientes y prospectos en el mes de Diciembre junto con calendarios y agendas que ya entrega año con año (no se integran costos de gastos para este concepto pues este ya se realiza.

²⁵ KLEPPNER'S, Otto. **PUBLICIDAD**. PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA, S.A. Novena Edición. México. 1988. Pp. 290, Pp. 291

²⁶ Ferrer R., Eulalio. COMUNICACIÓN Y COMUNICOLOGÍA. EDITORIAL EUFESA. México. 1982. Pp. 89

²⁷ KLEPPNER'S, Otto. **PUBLICIDAD**. PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA, S.A. Novena Edición. México. 1988. Pp. 323, 334



Email.

Envío a los clientes y prospectos identificados relacionados con la diversidad de productos y servicios que ofrece Ferre Baztán y promover el uso de la página web. El 11 enero, 23 de febrero, 16 de marzo, 12 de noviembre y 16 de diciembre.

Entre otros Google Apps for Busines para que la búsqueda de la web aparezca posicionada la empresa Ferre Baztán en los primeros que aparecen.

Así como también estar en las redes sociales como LinkedIn y ofrecer en este sus servicios.

Periódico a.m. de Celaya, Gto.

am Celaya

REGULAR: Martes, Miércoles, Jueves y Viernes \$194.00
 ESTELAR: Sábado, Domingo y Lunes \$201.00

LOCAL, VIVIR + SUPERdeportivo

Día a publicar	Martes
Color a publicar	Todo Color
Tarifa a aplicar	\$194.00
Módulos de alto	2
Módulos de ancho	1
Total Módulos	2
Sub-total	\$388.00
IVA	\$62.08
Total	\$450.08
Descuento	0%
Total a pagar	\$450.08

Proyecto de inversión de publicidad en el periódico a.m.		
Mes		
enero	6 al 11	\$1,366.48
febrero	23 al 28	\$1,366.48
marzo	16 al 21	\$1,366.48
noviembre	12 al 17	\$1,374.60
diciembre	16 al 21	\$1,366.48
		\$6,840.52

Periódico el Sol del Bajío se propone utilizar como medio de reforzamiento del plan de medios para los prospectos lectores de este periódico de acuerdo con lo siguiente:



El Sol del Bajío

El periódico más importante de la región

TARIFAS DE PUBLICIDAD 2013

Precio por día de publicación más 16% de los impuestos a pagar. Val. 01 de Enero de 2013

PRECIO CENTIMETRO/COLUMNA	DESPLIEGADO	Medida	Blanco y Negro	Un Color	Dos Colores	Todo Color
Blanco y Negro \$ 20.69	Una Plana	55 cms. x 8 cols.	\$ 8,772.55	\$ 10,968.88	\$ 13,165.96	\$ 15,353.04
*Un Color Primario 25.87	Media Plana	27 cms. x 8 cols.	4,489.04	5,587.92	6,704.64	7,821.36
*Dos Colores Primarios 31.04	Roboplana	36 cms. x 6 cols.	4,469.04	5,587.92	6,704.64	7,821.36
*Selección de Color 36.21	1/4 de Plana Vertical	48 cms. x 4 cols.	2,234.52	2,793.96	3,353.32	3,912.68
Desplegado no Comercial 41.38	1/4 de Plana Horizontal	27 cms. x 6 cols.	2,234.52	2,793.96	3,353.32	3,912.68
Edicto 14.08	1/8 de Plana Vertical	18 cms. x 3 cols.	1,117.26	1,396.98	1,676.16	1,955.34
Esquelas y Condolencias 20.69	1/8 de Plana Horizontal	13 cms. x 4 cols.	1,075.88	1,345.24	1,614.08	1,882.92
Oreja Secc. Política 22.22	1/16 de Plana Vertical	15 cms. x 2 cols.	537.94	672.62	807.24	977.67
Oreja Color Otras Secc. 20.69	1/16 de Plana Horizontal	9 cms. x 3 cols.	558.63	698.49	838.86	1,014.45
Oreja Pág. Intenciones 15.85	Cintillo 1/4 de Plana	13 cms. x 8 cols.	2,151.76	2,690.48	3,228.16	3,765.84
Gaceta Política 112.23	Cintillo 1/8 de Plana	7 cms. x 8 cols.	1,158.64	1,448.72	1,738.24	2,027.76
Posición Fija e Impar. +25%	Cintillo 1/16 de Plana	4 cms. x 8 cols.	662.08	827.64	993.28	1,158.72

AVISO CLASIFICADO

MAYÚSCULA.....	\$ 2.00
Minúscula.....	1.90
MAX. CON MARCO.....	2.25
Minúscula con marco.....	2.20
MAX. CON LOGO O FOTO.....	2.50
Min. Con logo o foto.....	2.25
MAX. NEGRITA.....	2.40
Min. Negrita.....	2.35

(*) Logo o Foto No Aplica en Sección de Empleo

ENCARTES

DE 8 A 8 HORAS	\$ 1,472.00 MIL. *R
DE 9 A 16 HORAS	\$ 1,744.00 MILLAR
MÁS DE 16 HORAS	PRECIO A TRATAR

SUSCRIPCIONES 3 MESES \$495.00 6 MESES \$990.00 UN AÑO \$1,980.00 NO GRAVANA

MUNICIPIOS DONDE CIRCULAMOS DIARIAMENTE

Coltaya, Dolores Hidalgo, San Miguel de Allende, Comonfort, Apaseo el Grande, Apaseo el Alto, Juventino Rosas, Villagrán, Cortazar, Tarampón, Salvatierra, Yuriria, Uriangato, Moroleón, Acámbaro, Jaral de Progreso, Coroneo, Santiago Maravatío, Jericuaró, Tarandacua.

En El Sol del Bajío contamos con la tecnología más avanzada para ofrecerte la información general, política, deportiva, social, cultural y política que usted requiere diariamente para estar bien informado.

Nuestro aviso clasificado es el más completo y eficaz de la región, que le garantiza los mejores resultados de su publicidad, ya que será visto por todos los segmentos sociales de los 20 municipios donde circulamos diariamente.

CONFIRMAN NUESTRO LIDERAZGO

Cia. Periodística del Sol de Coltaya, S.A. de C.V.
 Blvd. Adolfo López Mateos 1213 Pte. Col. Renacimiento, C.P. 38444, Coltaya, Gto.

PUBLICIDAD TEL. (461) 598-53-00 y 08 FAX DIRECTO (461) 598 53 17 AVISO CLASIFICADO (461) 598 53 18
 e-mail: solpublicidad@prodigy.net.mx soldispub@prodigy.net.mx

Proyecto de inversión anual de publicidad en el periódico El Sol del Bajío		
Mes		
enero	13 y 15	\$1,075.88
febrero	24 y 26	\$1,075.88
marzo	17 y 19	\$1,075.88
noviembre	13 y 15	\$1,075.88
diciembre	17 y 19	\$1,075.88
		\$5,379.40



SPOTS EN PROGRAMACIÓN GENERAL

TARIFA SPOT DE 20"	SPOT CONTRATADOS	INVERSIÓN MENSUAL
150.00	20	3,000.00
150.00	25	3,750.00
150.00	30	4,500.00
150.00	40	6,000.00
150.00	50	7,500.00
150.00	60	9,000.00
150.00	70	10,500.00
150.00	80	12,000.00
150.00	90	13,500.00
150.00	100	15,000.00
150.00	110	16,500.00
150.00	120	18,000.00
150.00	150	22,500.00

OTRAS OPCIONES



Es un gusto poder saludarle y ofrecerle un plan publicitario en el medio de mayor penetración en la ciudad, VIA El Canal de Celaya le garantiza el éxito de su publicidad, contamos con un aproximado de **157,500** televidentes potenciales en la ciudad, mas nuestros seguidores vía internet en transmisión en vivo directa en pagina **www.vielcanal.tv**
 Estamos reconocidos como el medio de más audiencia en la ciudad de acuerdo a encuestas realizadas vía telefónica y estudios realizados por Universidades reconocidas de la Región, contamos con conductores reconocidos a nivel regional, tenemos una variedad de programas los cuales van dirigidos a su mercado meta por esto y más somos su **mejor opción**.

1 NOTA INFORMATIVA o PUBLICITARIA

La nota es pre-graba presentada en la 1ra. y 2da. Emisión de VIA Noticias o en algún otro programa como: Tardes de Café o Vale Saber (Dependiendo de la información o producto), su duración es de aprox. 2' se presenta como una nota de interés para la ciudadanía que quiere "ser beneficiada por su producto o servicio", un reportero muestra e informa acerca de lo que la empresa o institución quiera resaltar y su imagen comercial.

COSTO UNITARIO DE NOTA \$1,750.00 mas IVA

Costo Especial por 4 Notas \$6,000.00 más IVA

PUBLI-REPORTAJE

Grabación y edición de publi-reportaje (Una conductora y camarógrafo acuden al establecimiento o institución para la grabación de lo más relevante de su evento, producto o servicio, se realizan entrevistas y se toman las imágenes de mayor interés para el cliente). El publirreportaje es transmitido en los noticieros y en otro programa de su elección y cuenta con una duración aproximada de 3 a 4 minutos.

COSTO DE PUBLIREPORTAJE \$ 4,500.00 más IVA

Atentamente
Lic. Wendy Barroso Pérez
 Directora Comercial

E-mail: dywen_bape@yahoo.com.mx I.d 92*15*43560 / Nextel 2124560



ENTREVISTA

La entrevista es en programa en vivo, con imágenes de apoyo y cintillo (logotipo, dirección, teléfono o información solicitada por el cliente)

1. Tardes de Café desde Celaya, VIA Noticias Md o Vale Saber (Duración aproximada 6 minutos)
 - **1 Entrevista** 1,000.00
 - **Paquete 4 Entrevistas** 3,000.00

2. VIA Noticias con Pepe Báez (Duración aproximada 6 minutos)
 - **1 Entrevista** 1,500.00
 - **Paquete 4 Entrevistas** 5,000.00

3. **Protagonistas y Testigos** (Duración aproximada 30 minutos)
 - **1 Entrevista** 3,500.00
 - **Paquete 4 Entrevistas** 12,000.00

MENCIONES Y/O CINTILLOS

- **1 Mención en programa en vivo** 375.00
- **1 Cintillo con logo y datos** 250.00

Atentamente
Lic. Wendy Barroso Pérez
 Directora Comercial

E-mail: dywen_bape@yahoo.com.mx I.d 92*15*43560 / Nextel 2124560

La televisión a efecto de no generar una gran inversión en publicidad y como se mencionó que el presente plan de medios será considerando una inversión económica, se omitirá incluir este medio dentro del presente plan, sólo se integra como nota informativa, precisando que de contar con la disponibilidad

de mayores recursos para asignar a este proyecto la opción siguiente ayudaría a la empresa Ferre Bazán a continuar posicionado en el mercado de Celaya, como lo es:

PUBLI-REPORTAJE

Grabación y edición de publi-reportaje (Una conductora y camarógrafo acuden al establecimiento o institución para la grabación de lo más relevante de su evento, producto o servicio, se realizan entrevistas y se toman las imágenes de mayor interés para el cliente). El publireportaje es transmitido en los noticieros y en otro programa de su elección y cuenta con una duración aproximada de 3 a 4 minutos.

COSTO DE PUBLIREPORTAJE \$ 4,500.00 más IVA



El medio más confiable para vender productos y servicios.

Bvd. Adolfo López Mateos 1117 Ote. C.P. 38070 Col. Centro Celaya, Gto, México.
Tels. (461) 6134400 / 6134242 Fax: (461) 6121164
www.tvrcomunicaciones.com.mx

PERFIL

Hito 101.9

Nombre: Hit.
Siglas: XHEOF FM.
y XEOF AM.
Frecuencia: 101.9 FM.
740 AM.
Potencia: 6,000 watts.
Nivel Social: Medio-Alto.

PERFIL:
Transmite éxitos musicales del recuerdo. Posee el mejor catálogo en música 60% en inglés y 40% en español, de los años 70's, discoteca con más de 15 mil discos, ofreciendo así una gran variedad al radioescucha. Su cobertura es regional.

TARIFAS	10"	\$100.00
	20"	\$152.00
	30"	\$178.00
	40"	\$210.00
	50"	\$245.00
	60"	\$275.00

La Mejor 89.1

Nombre: La Mejor.
Siglas: XHEFG FM.
y XEFG AM.
Frecuencia: 89.1 FM.
840 AM.
Potencia: 6,000 watts.
Nivel Social: Medio-Alto.

PERFIL:
La Mejor 89.1 FM es un formato popular de MVS Racio siendo la cadena de radio más importante de Latinoamérica, abarcando también Estados Unidos. Transmite éxitos de Banda, Duranguense, Norteño, Balada Grupera, así como lo más romántico de este género, con un toque de música Ranchera.

TARIFAS	10"	\$100.00
	20"	\$152.00
	30"	\$178.00
	40"	\$210.00
	50"	\$245.00
	60"	\$275.00

Exa 104.5

Nombre: Exa.
Siglas: XHZN FM.
y XEZN AM.
Frecuencia: 104.5 FM.
780 AM.
Potencia: 10,000 watts.
Nivel Social: Medio-Alto.

PERFIL:
Es la estación preferida de los jóvenes y no tan jóvenes. Su gran variedad de programas y la música más moderna, la colocan entre los primeros lugares a nivel nacional e internacional.

TARIFAS	10"	\$100.00
	20"	\$152.00
	30"	\$178.00
	40"	\$210.00
	50"	\$245.00
	60"	\$275.00

** NOTA: Estos son los costos de las tarifas generales. En programas especiales, las tarifas pueden variar. Consulte la hoja de programas.
ESTOS COSTOS NO INCLUYEN I.V.A. VIGENCIA DEL 01 DE OCTUBRE DEL 2012 AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2013

MENCIONES EN VIVO

HIT 101.9 FM. Y 740 AM.
LA MEJOR 89.1 FM. Y 840 AM.
EXA 104.5 FM. Y 780 AM.

30"	\$215.00
40"	\$275.00
60"	\$310.00

CONTROL REMOTO

Nuestros precios incluyen: Tiempo de una sola estación, locutor en cabina, uno en el evento, técnico y uso de la unidad móvil. Grupo de promoción: jóvenes regalando calcomanías, CD'S, artículos promocionales, etc.

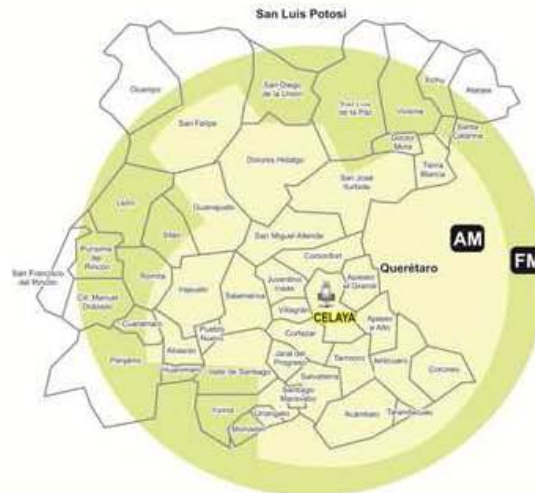
4 bloques de 5 minutos c/u. 30 Min. \$6,560.00
60 Min. \$11,500.00

COBERTURA

Amplia audiencia en AM y FM

- | | | |
|--------------------|-----------------------|-------------------|
| Abasolo | Juventino Rosas | Tarandacua |
| Acámbaro | León | Tanmore |
| Apaseo el Grande | Moroleón | Tierra Blanca |
| Apaseo el Alto | Pénjamo | Uriangato |
| Atarjea | Pueblo Nuevo | Valle de Santiago |
| Celaya | Romita | Victoria |
| Comonfort | Salamanca | Villa Doctor Mora |
| Coroneo | Salvatierra | Villagrán |
| Cortazar | Santa Catarina | Xichu |
| Cuerámbaro | San Diego de la Unión | Yuriria |
| Dolores Hidalgo | San Felipe | |
| Guanajuato | San José Iturbide | |
| Huanimaro | San Luis de la Paz | |
| Irapuato | San Miguel de Allende | |
| Jaral del Progreso | Santiago Maravatío | |
| Jerécuaro | Silao | |

Día a día queremos brindarle un mejor servicio.





Periodismo actual, veraz y de alta calidad.

NOTICIAS

entorno informativo

PERIODISMO ACTIVO

Entorno Informativo es la división de noticias de TVR COMUNICACIONES que produce espacios informativos con los que pretende contribuir al crecimiento, análisis y formación de opinión sobre hechos relevantes en la sociedad Celayense.

Entorno Informativo, difunde información veraz, actual y de alta calidad, con un enfoque crítico y propositivo, que promueve la convivencia armónica entre los individuos e instituciones y que ayuda al radioescucha a formar su propio criterio.

e Primera Emisión
6:00 a 8:00 am.
Transmitida por Exa 104.5 FM.
y La Mejor 89.1 FM.



e Segunda Emisión
1:00 a 2:00 pm.
Transmitida por Hit 101.9 FM
Exa 104.5 FM. y La Mejor 89.1 FM.

e Tercera Emisión
7:00 a 7:15 pm.
Transmitida por Hit 101.9 FM
Exa 104.5 FM. y La Mejor 89.1 FM.



TARIFAS	
Noticiero	
20"	\$200.00
30"	\$226.00
40"	\$252.00
Transmisión Noticiero en Vivo	\$9,600.00
Informe de Gobierno	\$11,470.00
COSTOS + I.V.A.	

TARIFAS	
Tiempos Politicos	
Hit 101.9 FM	
Sábados de 11 a 13 hrs.	
\$6,560.00	
COSTOS + I.V.A.	

VIGENCIA DEL 01 DE OCTUBRE DEL 2012
AL 30 DE SEPTIEMBRE DEL 2013

COBERTURA
Amplia audiencia en AM y FM

- | | | |
|--------------------|-----------------------|-------------------|
| Abasco | Juventino Rosas | Tarandacua |
| Acámbaro | León | Tarimoro |
| Apaseo el Grande | Moroleón | Tierra Blanca |
| Apaseo el Alto | Pénjamo | Uriangato |
| Atarjea | Pueblo Nuevo | Valle de Santiago |
| Celaya | Romita | Victoria |
| Comonfort | Salamanca | Villa Doctor Mora |
| Coroneo | Salvatierra | Villagrán |
| Cortazar | Santa Catarina | Xichú |
| Cuerámaro | San Diego de la Unión | Yuriña |
| Dolores Hidalgo | San Felipe | |
| Guanajuato | San José Iturbide | |
| Huanimaro | San Luis de la Paz | |
| Irapuato | San Miguel de Allende | |
| Jaral del Progreso | Santiago Maravatío | |
| Jerécuaro | Silao | |

Día a día queremos brindarle un mejor servicio.



Bldv. Adolfo López Mateos 1117 Ote. C.P. 38070 Col. Centro Celaya, Gto, México.
Tels. (461) 6134400 / 6134242 Fax: (461) 6121164
www.tvrcomunicaciones.com.mx

NOTICIERO CON CARMEN ARISTEGUI

Bld. Adolfo López Mateos 1117 Ote. C.P. 38070 Col. Centro Celaya, Gto. México.
Tels. (461) 6134242 / 6127103 / 6134188 / 6134400 Fax: (461) 612 11 64
www.tvrcomunicaciones.com.mx

LUNES A VIERNES
de 6 a 10 am a través de



**IMPACTAMOS
TUS OÍDOS
PARA GENERAR
TU PUNTO DE VISTA**

¿Por qué ser
PATROCINADOR?

TVR Comunicaciones y Hit 101.9 FM con el respaldo y la experiencia de MVS Noticias, presentan este espacio periodístico a cargo de la periodista que revolucionó el tratamiento de los temas polémicos de la vida política nacional en un formato que se está expandiendo en todo México.

En cada ciudad cuenta con un amplio número de radioescuchas, siendo este el medio perfecto para el posicionamiento de sus patrocinadores.



TARIFAS	
10 Seg.	\$110.00
20 Seg.	\$157.00
30 Seg.	\$190.00
40 Seg.	\$220.00
50 Seg.	\$257.00
60 Seg.	\$290.00

COSTOS + I.V.A

VIGENCIA DEL 01 DE OCTUBRE DEL 2012
AL 30 DE SEPTIEMBRE DEL 2013



Proyecto de inversión anual de publicidad en el noticiero con carmen aristegui co 30 seg. de lunes a viernes de 6 a 10 a.m.		
Mes		
enero	6 al 11	\$1,140.00
febrero	23 al 28	\$1,140.00
marzo	16 al 21	\$1,140.00
noviembre	12 al 17	\$1,140.00
diciembre	16 al 21	\$1,140.00
		\$5,700.00

Y además control remoto de 30 Min. \$6,560.00

CONTROL REMOTO

Nuestros precios incluyen: Tiempo de una sola estación, locutor en cabina, uno en el evento, técnico y uso de la unidad móvil. Grupo de promoción: jóvenes regalando calcomanías, CD'S, artículos promocionales, etc.

4 bloques de 5 minutos c/u.  30 Min. \$6,560.00
60 Min.  \$11,500.00

Plan de Medios 2014		
Radio	Control Remoto	\$6,560
	Noticiero con Carmen Aristegui	\$5,700
Periódico	El sol del Bajío	\$5,379.40
	a.m.	\$6,840.52
		\$24,480

CONCLUSIÓN

Celaya, Gto. Esta inmersa en un mundo globalizado con una competencia creciente en la comercialización de productos de acero. La empresa FERRE BAZTÁN, que aunque el presente proyecto parte de que esta se encuentra posicionada en el mercado local de Celaya con más de veintisiete años de experiencia ofreciendo derivados del acero, hacen énfasis en la constancia y decisión, que son lo que hace, entre otros; la diferencia para estar posicionados en el mercado. con el Slogan “FERRE BAZTÁN, S.A. de C.V. EN ACERO ES PRIMERO”.

De llevarse a acabo este proyecto de plan de medios fortalecerá su posicionamiento en el mercado local de acuerdo a las necesidades de los prospectos para el ejercicio 2014. Para ello se realizó una secuencia de pasos detallados para segmentar y determinar la selección de medios para llegar al mercado meta con una frecuencia de tres exposiciones dentro de un ciclo de compras, concluyendo con una propuesta de medios y una estrategia para medir su efectividad.

Para permitir continuar con esta nueva forma de trabajar se sugiere considerar dentro de su estructura organizacional un departamento de mercadotecnia en línea staff.

Dependiendo del dinero que se disponga para invertir en publicidad son los posibles resultados para incrementar la cartera de clientes.

BIBLIOGRAFÍA

Kleppner's, Otto. PUBLICIDAD. PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA, S.A. Novena Edición. México. 1988. Pp. 706

Ferrer R., Eulalio. EL LENGUAJE DE LA PUBLICIDAD EN MÉXICO. EDITORIAL EUFESA. México. 1966. Pp. 337

Ferrer R., Eulalio. COMUNICACIÓN Y COMUNICOLOGÍA. EDITORIAL EUFESA. México. 1982. Pp. 120

Fischer, Laura. MERCADOTECNIA. McGRAW-HILL. Segunda edición. México. 1992. Pp. 439
Sandhusen L., Richard. MERCADOTECNIA. PRIMERA EDICIÓN. Editorial Continental. México. 2002.

Higgins, Denis. EL ARTE DE ESCRIBIR PUBLICIDAD. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A. DE C.V. Primera Edición. México. 1991. Pp. 139