

**Diseño de una campaña promocional para la unión de crédito empresarial de Cuauhtémoc, S.A. de C.V.**

Design of a Promotional Campaign for the Business Credit Union of Cuauhtémoc, S.A. de C.V

**Nancy Loya-González<sup>1</sup>**, José Eduardo Magaña-Magaña<sup>2✉</sup>, Víctor Hugo Villarreal-Ramírez<sup>3</sup>, Bertha Alicia Rivas-Lucero<sup>4</sup> y Hugo Armando Morales-Morales<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Alumna de la Maestría en Agronegocios-PNPC de la Universidad Autónoma de Chihuahua-Facultad de Ciencias Agrícolas y Forestales

<sup>2</sup>Responsable de la publicación Profesor de la Universidad Autónoma de Chihuahua-Facultad de Ciencias Agrícolas y Forestales. Km 2 ½ carretera Delicias-Rosales C.P. 33000,

<sup>3,4,5</sup>Profesores de la Universidad Autónoma de Chihuahua-Facultad de Ciencias Agrícolas y Forestales.  
E-mail: [emagana@uach.mx](mailto:emagana@uach.mx) ✉ Autor para correspondencia

**Recibido: 23/06/2014**

**Aceptado: 26/11/2014**

**RESUMEN**

El presente trabajo se realizó para la Unión de Crédito Empresarial de Cuauhtémoc, S.A. de C.V. (UCECSA) ubicada en Cd. Cuauhtémoc, Chihuahua. La metodología empleada fue el de diseñar un proceso de promoción estratégica participativa. Para lo cual se llevó a cabo un panel de socios, empleados y expertos en octubre de 2013. Se condujo un análisis FODA, donde se cómo una de sus debilidades, la ausencia de una campaña promocional permanente proporcional al crecimiento de operaciones de la Unión. Como resultado, se diseñó una campaña promocional, la cual contribuirá a la Unión de Crédito a proyectar mejor su imagen y posicionamiento, particularmente ante sus Socios y la sociedad en general. Se elaboraron y presentaron un video promocional, una página web, trípticos y carteles para su implementación.

**Palabras claves:** Unión de Crédito, Campaña Promocional, Anuncios, Trípticos, Posicionamiento.

## ABSTRACT

The present work was conducted to the Unión de Crédito Empresarial de Cuauhtémoc, S.A. of C.V. (UCECSA) located in CD. Cuauhtémoc, Chihuahua. The methodology used was the process to design a strategic promotion campaign. A panel of six membership, four employees and two experts were joined in October, 2013. The results of FODA analysis demonstrated as its principal weakness, the absence of a permanent promotional campaign proportional to the growth of operations the Union. As a result, a promotional campaign was designed, which it will help the Credit Union to improve the image and positioning it particularly before its Partners and the society in general. They were elaborated a promotional video, a Web page, brochures and posters to be implemented.

**Key words:** Credit Union, Promotional Campaign, Ads, Brochures, Positioning.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente el mercado mundial está cambiando, las transacciones comerciales implican un gran número de países involucrados. Las empresas buscan nuevos mercados nacionales e internacionales con el fin de seguir la tendencia hacia la globalización. Esto crea una competencia constante, y la necesidad de renovar sus productos y servicios, pero también las técnicas de promoción y ventas para no quedar rezagados. Aquí es donde entra la importancia del marketing, ya que es por medio de este, y de una adecuada mezcla de mercadotecnia (las 4 P's: producto, plaza, precio y promoción), es que las empresas pueden competir eficientemente entre sí, ya sea en el mercado local, nacional o internacional (Kotler, 1984).

De las herramientas del marketing la "promoción" es utilizada por las empresas como vía de comunicación para atraer y conservar la lealtad de los consumidores actuales y potenciales. En esta herramienta se incluye la publicidad, cuyas campañas son la tarjeta de presentación del producto o servicio de una empresa a su mercado meta (Kotler, 1984). De hecho, la promoción es indispensable para sobrevivir en el mercado para cualquier tipo de empresa, sea grande, mediana o pequeña. Por lo general, las grandes

organizaciones tienen uno o más departamentos de marketing, otras simplemente contratan agencias especializadas en el ramo para promocionar los productos o servicios que brindan.

En el presente estudio gran parte de investigación se orientan a la promoción, la cual se define como la forma explícita y activa de la comunicación persuasiva que se lleva a cabo con el marketing y va dirigida a un mercado meta (Kotler, 1984). Es a través de la promoción que se presenta la imagen de un producto o servicio al mercado que se está dirigiendo.

Según Boucher (2003), para promocionar un producto o servicio hay que seleccionar a los medios de comunicación que se va a utilizar para la promoción. Entre esos medios se encuentran la T.V., la radio, el periódico, los carteles, trípticos, etc. Así como otras técnicas de tele marketing y publicidad de boca a boca. El objetivo es obviamente incitar a que los consumidores comprendan el producto o adquieran el servicio, influyendo en su hábito de compra, así como obtener una mayor eficiencia y actividad de los canales de distribución, con el fin de aumentar las ventas y mantener o mejorar la buena imagen.

En síntesis, la mercadotecnia es lo que le da vida a la empresa, porque la orienta, la dirige y le permite seguir creciendo y ganando participación en el mercado, lo que se refleja en mayores ventas y por lo tanto, en utilidades cuando la aplicación de su mezcla es exitosa.

Para la UCECSA es importante la realización de la campaña promocional debido a que en la actualidad se tiene que estar a la vanguardia y existen muchas empresas competitivas en el ramo. Según Fonseca, (2002), una campaña publicitaria es un plan extenso para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico.

*Descripción y giro de la empresa:* La Unión de Crédito Empresarial de Cuauhtémoc, S.A. de C.V. es una organización mexicana, legalmente establecida que tiene por objetivo ser intermediario financiero con sus propios socios.

Recibir préstamos exclusivamente de sus socios, de instituciones de crédito, de seguros y de fianzas del país o de entidades financieras del exterior así como de sus proveedores.

Practicar con sus socios operaciones de descuento, préstamo y crédito de toda clase. Recibir de sus socios depósitos de dinero para el exclusivo objeto de prestar servicios de caja, cuyos saldos podrá depositar la unión en instituciones de crédito o invertirlos en valores gubernamentales. Adquirir acciones, obligaciones y otros títulos semejantes y aun mantenerlos en cartera. Promover la organización y administrar empresas industriales o comerciales para lo cual podrán asociarse con terceras personas. Encargarse de la compra y venta de los frutos o productos obtenidos o elaborados por sus socios o por terceros. Comprar, vender y comercializar insumos, materias primas, mercancías y artículos diversos así como alquilar bienes de capital necesarios para la explotación

agropecuaria o industrial, por cuenta de sus socios o de terceros.

La Unión, actualmente opera en 9 municipios; Cuauhtémoc, Cusiuhiriachi, Chihuahua, Carichi, Guerrero, Matachi, Temosachi, Namiquipa y Bachiniva en su mayoría ubicados en el Noroeste del Estado de Chihuahua, proyectando ampliar su campo de acción a los municipios de Riva Palacio, Gómez Farías, y Madera. Los productos que se oferta son para socios con potencial de crecimiento y desarrollo, apoyándolos en sus diferentes actividades productivas.

**Definición del problema:** Es importante destacar que las Uniones de Crédito no proporcionan servicios al público en general ya que solo están autorizadas para realizar operaciones con sus socios por lo tanto dentro de la unión no se cuenta con un diseño de promoción específico para hacer publicidad de la misma.

**Justificación:** La Unión de Crédito empresarial de Cuauhtémoc, está en proceso de desarrollo y es muy importante contemplar un buen plan de MKT ya que hoy en día la mercadotecnia tiene una importancia vital.

**Objetivo General:** Diseñar una campaña promocional para la Unión de Crédito Empresarial de Cuauhtémoc Chihuahua.

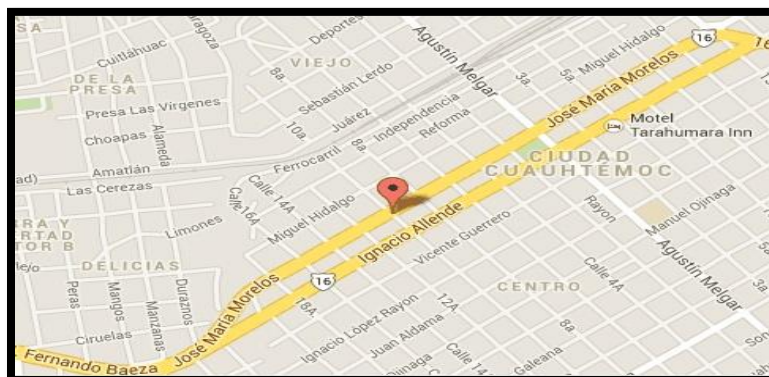
**Objetivos Específicos:** Conducir un panel de socios de UCECSA y empleados para realizar un análisis FODA y Diseñar una campaña promocional utilizando diversos medios: video, página web, poster, lona y trípticos.

## METODOLOGIA

Para alcanzar los objetivos planteados anteriormente se propone la siguiente metodología:

*Localización del Estudio:* El presente estudio de caso se localiza en Ave. Morelos y calle 21<sup>a</sup>.

Número 1986, Fracc. San Antonio, Cd. Cuauhtémoc, Chih. C.P. 31530 (Fig. 1).



**Figura 1.** Ubicación de UCECSA.

Análisis FODA a través de un taller de planeación participativa.

Estrategia de posicionamiento: por atributos de los servicios que ofrece la UCECSA.

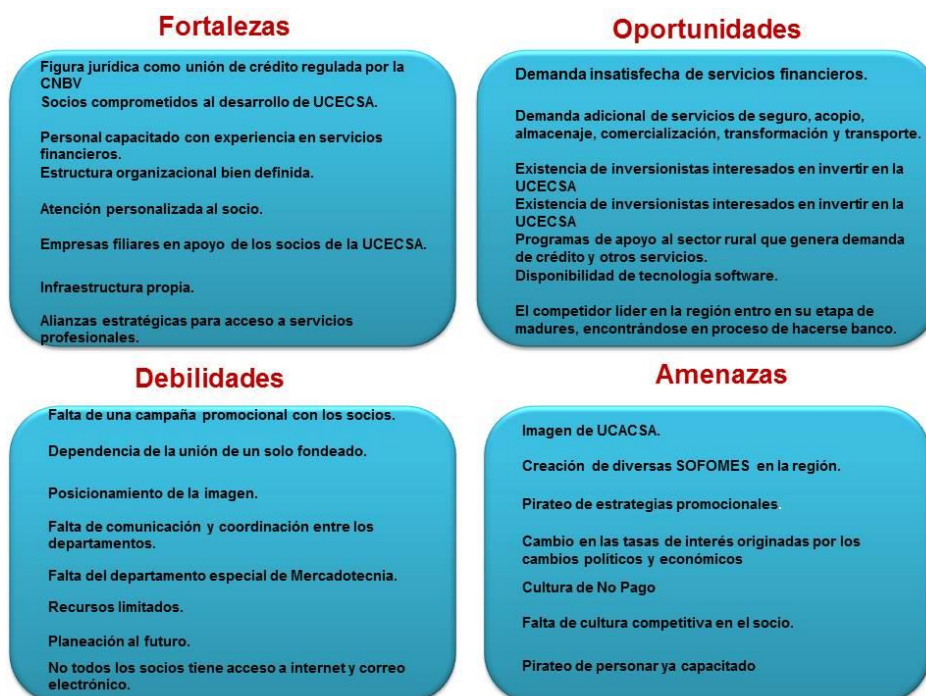
Diseño de una campaña promocional para la Unión considerando: Video promocional, página web, cartel y los trípticos.

Proceso de diseño de un video promocional de UCECSA según Magaña, 2013.

- a) Definir la audiencia
  - b) Elaborar el guion
  - c) Selección de música y fotografías.
  - e) Selección de un locutor
  - f) Edición con base al tiempo
  - g) Reproducción
- 3.4.2. Diseño de una página web.
- 3.4.3. Diseño de Poster y lona
- 3.4.4 Diseño de trípticos.

## RESULTADOS

Se realizó el análisis FODAS para la Unión de Crédito Empresarial, a través de un panel, considerando seis socios de UCECSA y 4 empleados, donde se destacó lo siguiente:



**Análisis FODAS:** La estrategia de posicionamiento se realizó destacando los productos y servicios que ofrece la Unión de Crédito Empresarial, elaborando el documento, “Productos y Servicios de UCECSA 2014”,

donde se describen los productos y servicios que se ofrecen, mismos que serán promocionados en los trípticos, cartel y pagina web. Lo cual se muestra en el cuadro 1.

**Cuadro 1.** Productos y servicios de UCECSA.

Productos y servicios	Destino
<b>Crédito Refaccionario</b>	Para la Adquisición de activos fijos, construcción o adaptación de inmuebles, instalación de equipo, obras de infraestructura, equipamiento y otros activos o conceptos destinados a la capitalización de las unidades económicas.
<b>Crédito de Habilitación o Avío</b>	De acuerdo con el Art. 321 de la Ley General de Título y Operaciones de Crédito (LGTOC). En virtud del contrato de crédito de habilitación o avío, el acreditado queda obligado a invertir el importe del crédito, precisamente en la adquisición de las materias primas y materiales y en el pago de los jornales, salarios y gastos directos de la explotación, indispensables para los fines de su empresa.
<b>Crédito en Cuenta Corriente</b>	Para financiar operaciones de compra-venta y capital de trabajo, permitiendo varias disposiciones y restituyendo la línea en forma resolvente.

<b>Crédito Simple</b>	Para financiar operaciones de compra-venta y capital de trabajo, enfocadas a la producción de bienes, prestación de servicios y comercialización, así como la adquisición de activos fijos o bienes de capital.
<b>Inversiones Diario</b>	a Servicio otorgado a los socios como fomento de ahorro e inversión dentro de la institución.
<b>Inversiones plazos</b>	a Para fondo de Préstamos de Socios de la Unión de Crédito dependiendo del plazo pactado.

**Campaña promocional:** Se realizó un video promocional y fue proyectado a los Socios de la Unión de Crédito en su XXI Asamblea General de Accionistas Ordinaria el día 11 de Abril del 2014.

El contenido del video consideró: con respecto a socios y capital.

El ingreso de nuevos socios para el ejercicio 2013 se hizo de manera selectiva, porque para la Unión lo más importante es el socio, por lo que la respuesta siempre ha sido

positiva en el uso de los servicios especialmente en su experiencia crediticia.

Nuestra Unión de Crédito, a diciembre de 2013 cuenta con 234 socios, de éstos 34 son personas morales y el resto personas físicas con actividad empresarial, dedicados al comercio, fruticultura, agroindustria, agricultura, ganadería, construcción, servicios, comunicación, entre otras, reportando un incremento del 7.80 %, respecto del año 2012 (Fig. 3).



**Figura 3.** Socios de UCECSA al 2013.

El capital social autorizado es de 50 millones de pesos, de los cuales 46 millones son de capital fijo y 4 millones de capital

variable estando actualmente pagado al 31 de diciembre de 2013 un total de 26.8 millones de

pesos correspondiente a capital fijo suscrito y pagado (Fig. 4).

Nuestro capital contable asciende a 35.4 millones de pesos, en donde se tuvo un

crecimiento del 8.67% respecto al año anterior, el cual se integra por aportaciones de los socios más los resultados esperados.



Figura 4. Capital Social de UCECSA.

Con relación a la operación crediticia. Esta se incrementó durante el año 2013, en un 29.16 % respecto del ciclo 2012, pues el saldo colocado pasó de 168 mdp, a 217 mdp respectivamente.

La cartera total de las uniones de crédito a nivel nacional que reporta la CNBV en el 2013 es de 33,340.0 mdp.

En el ciclo 2013 se otorgaron 110 nuevos créditos, los cuales se componen de créditos de avío, créditos refaccionarios, créditos en cuenta corriente, créditos simples y préstamos Quirografarios para actividades cíclicas como la operación con Fideicomiso Rural durante cultivos, ganadería bovino carne y comercialización de insumos agrícolas y maquinaria.



Figura 5. Operación de Créditos por municipios.

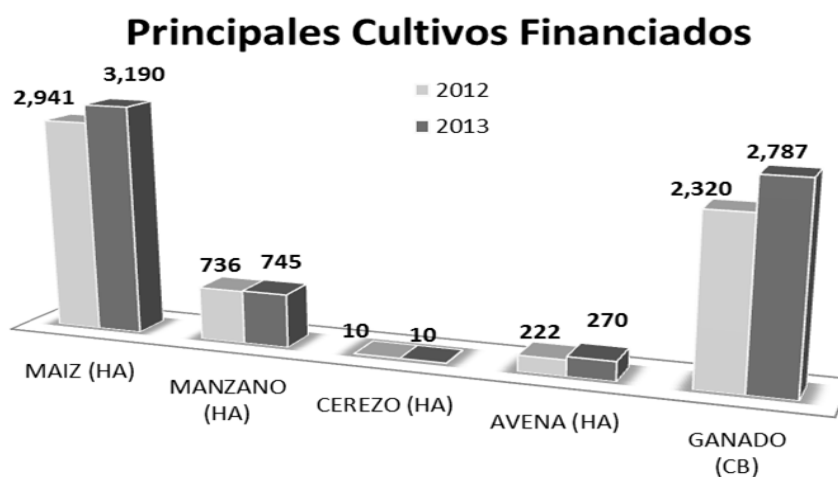


Figura 6. Principales Cultivos Financiados.

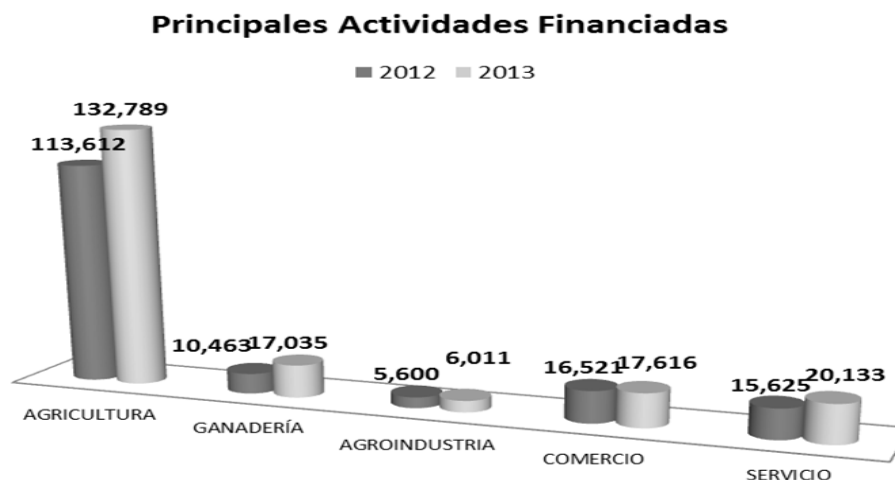


Figura 7. Principales Actividades Financiadas



Recursos Humanos. La planta de personal cuenta con la capacitación necesaria ya que como personas, como equipo de trabajo y como Institución satisfacen las necesidades de nuestros socios, es importante mencionar que en el ejercicio 2013 finalizamos con el proceso educativo de clases a socios y funcionarios en la Maestría en Ciencias en Agronegocios, impartida por la Facultad de Ciencias Agrícolas y Forestales Campus Delicias, de la Universidad Autónoma de Chihuahua, todos en proceso de titulación. Es importante, que la Unión de Crédito prosiga con las relaciones ante otras instituciones y agrupaciones empresariales, con clientes y proveedores de nuestra red de servicios y productos, que dan origen algunas actividades extraordinarias: foro de Con-Unión a nivel nacional, Acerca, Consejo Estatal Agropecuario, Coparmex, foro Pyme, foro del agua y maíz (expo-agro).

#### Presupuesto de Ingresos y Egresos 2014

El programa de trabajo para el año 2014, se fundamenta en la existencia del flujo de efectivo; necesario para mantener y crear la operación en los productos y servicios, que mejoren nuestra imagen y situación económica ante y para los socios, para que éstos obtengan una educación y organización crediticia para el aprovechamiento de sus recursos. Es importante apegarnos a las regulaciones que nos marca nuestra ley reformada en noviembre del año

2013, que entro en vigor a partir de su publicación en el diario oficial de la federación el 10 de enero del año 2014, por lo que debemos realizar cambios en la administración y operación de nuestra organización, como son adecuar el consejo de administración y modificar la base de socios como lo manifiesta la ley mencionada.

Como se sabe los resultados de la operación de la Unión sirve para mejorar el índice de capitalización y diversificar nuestro riesgo crediticio, acrecentando nuestros servicios y productos.

Para el ejercicio 2014, se espera tener una operación de cartera de \$171.0 mdp, con recursos propios, de financiera rural y Banamex, para llegar a tener una operación total de hasta 290.0 mdp.

La página web fue diseñada pensando en los socios de la Unión de Crédito Empresarial de Cuauhtémoc, S.A. de C.V. con la finalidad de informar sobre todos los avances y acontecimientos de la Organización.

Para el diseño de la página web se contrató un despacho experto en diseño de páginas web, al cual se le entrego toda la información para su realización trabajando en conjunto para el logro de su realización. El trabajo se basó en seis etapas para la culminación de la página.



**Figura 8.** Etapas del Diseño de la página web.

El resultado de la gestión fue la página web que se puede visualizar en el

sitio [www.ucecsa.com](http://www.ucecsa.com), en la figura 13 podemos ver la presentación del portal.



**Figura 9.** Portal UCECSA

**Cartel y lona:** El cartel es un buen comunicador ya que permanece en un sitio específico y ayuda a dar a conocer la información de la empresa, dentro de UCECSA el cartel se encuentra en el tablero de la recepción, este lugar se seleccionó debido a que

cuando los socios acuden a la Unión a realizar algún trámite es ahí donde esperan mientras las recepcionista lo canaliza al departamento correspondiente. Se diseñó una lona con el logotipo de la unión misma que es utilizada para los eventos sociales con los socios y para

las convenciones a las que la Unión de Crédito es invitada.



**AVENIDA MORELOS Y CALLE 21ª. NUM 1986**  
**FRACC. SAN ANTONIO, CD. CUAUHTEMOC, CHIH.**  
**RFC: UCE941006BA9**  
**C.P. 31530**

---

**CORREO ELECTRONICO : ucecsa@prodigy.net.mx TELEFONOS Y FAX: ( 625 ) 58 1 42 35 Y (625) 58 1 42 36**



**QUIENES SOMOS?**  
 •Somos una empresa 100% Mexicana, constituida legalmente desde el 6 de Octubre de 1994.  
 Dedicada a ser intermediario financiero en el Sector Rural.

**NUESTRAS SIGLAS:**  
**UCECSA**

## PRODUCTOS Y SERVICIOS

**CREDITO REFACCIONARIO:**  
 Financiamiento para adquisición de activos fijos, construcción o adaptación de inmuebles, instalación de equipo, obras de infraestructura, equipamiento y otros activos o conceptos destinados a la capitalización de las unidades económicas.

**CREDITO DE AVIO:**  
 Financiamiento para adquisición de materias primas y materiales, para pago de los jornales, salarios, gastos directos y de explotación indispensables para los fines de su empresa.

**CREDITO CUENTA CORRIENTE:**  
 Financiamiento de operaciones de compra -venta y capital de trabajo, permitiendo varias disposiciones y restituyendo la línea de forma revolverte.







## INVERSIONES

La unión de Crédito (UCECSA) solo puede efectuar operaciones con sus socios, mismos que deben tener como mínimo el equivalente a 2,500 UDIS (Unidades de Inversión) en el monto total accionario, para ser socios inversionistas.

**Préstamos de socios:**

UCECSA recibe préstamos de socios en moneda nacional o dólares, con inversiones:

**A Diario.**- El socio tiene la disponibilidad de su dinero a diario, mismo que es reinvertido al final del día, (capital+intereses) si éste no es retirado.

**Corto Plazo.**- El socio pacta el plazo de inversión que más se adapte a sus necesidades desde 3, 6 o 9 meses.

**Largo Plazo.**- El socio realiza su inversión a más de un año.

UCECSA, en los diferentes tipos de inversión que maneja, ofrece atractivas tasas de interés competitivas en el mercado.

Los préstamos de socios se destinan para otorgar créditos a corto plazo a los accionistas de la Unión o bien para invertirlos en valores gubernamentales y otros instrumentos autorizados de inversión.

Figura 10. Cartel.



**Figura 11.** Lona Promocional.

**Los trípticos:** Los trípticos se diseñaron en el programa Microsoft Publisher para promocionar los principales productos y servicios que ofrece la Unión, así mismo se da a conocer los contactos de UCECSA para futuros socios interesados en utilizar los servicios.

Como estrategia se anexa un tríptico a cada carpeta que se le entrega al socio cuando este viene a la unión y realiza un trámite como pago de crédito, retiro de inversiones, adquisición de crédito o inversión en la organización.



<p><b>Créditos:</b></p> <p><b>Matrícula Ato:</b> Financiamiento para adquisición de maquinas, otras y materias, para pago de los impuestos, gastos directos y de explotación indispensables para la fines de su empresa.</p> <p><b>Refinanciamiento:</b> Financiamiento para adquisición de activos fijos, construcción o adaptación de inmuebles, instalación de equipos, obras de infraestructura, equipamiento y otros activos o conceptos destinados a la capitalización de las unidades económicas.</p> <p><b>Cuenta Corriente:</b> Financiamiento de operación de compraventa y capital de trabajo permitiendo varias disposiciones y restituyendo la línea de forma automática.</p> <p><b>Crédito simple:</b> Financiamiento para operaciones de compraventa y capital de trabajo, enfocadas a la producción de bienes, prestación de servicios y comercialización, así como la adquisición de activos fijos o bienes de capital.</p> <p><b>Crédito Fideicomiso:</b> Apoyar la liquidez de las unidades económicas de los socios y su proceso de comercialización, mediante el otorgamiento de un crédito cuyo monto estará determinado por el valor decretado por la calificación de depósito.</p> 	  <p>Avenida Morelos y 21° No. 1986 Fraccionamiento Agrícola San Antonio, Cd. Cuauhtémoc, Chihuahua</p> <p>Teléfono: 625 581 42 35 Fax: 625 581 1 42 36 Correo: ueccsa@prodigy.net</p> <p>Contáctanos para mayor información</p>	<p>Unión de Crédito Empresarial de Cuauhtémoc S.A. de C.V.</p>  <p>Unión de Crédito Empresarial de Cuauhtémoc S.A. de C.V.</p> <p>LA MEJOR OPCION EN SERVICIOS FINANCIEROS EN EL NOROESTE DEL ESTADO DE CHIHUAHUA</p>  <p>Tel.: (625) 581 42 35 Fax.: (625) 581 42 36</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Figura 12. Tríptico UCECSA.

<p><b>Constitución, objeto social y bases de presentación</b></p>  <p>La Unión de Crédito Empresarial de Cuauhtémoc S.A. de C.V. fue constituida el día 06 de Octubre de 1994, conforme a la Ley General de Sociedades Mercantiles y a la Ley de Uniones de Crédito, la cual se hace formar parte integrante del Sistema Financiero Mexicano.</p> <p>Regularmente uno de los puntos importantes dentro del proceso productivo es la disponibilidad de recursos financieros suficientes y oportunos tanto como para llevar a cabo la producción como la comercialización misma. Sin embargo en el caso particular de la Unión de Crédito esta situación no representa mayor problema debido a que la organización cuenta con un organismo financiero con seriedad y que ha través del tiempo ha demostrado su capacidad no solo en el manejo y uso correcto de los recursos crediticios que La Banca de Desarrollo y La Banca Comercial ha otorgado mediante las líneas de crédito, si no también en la recuperación de la cartera contando con un buen historial de cartera.</p>	<p><b>Comercializadora Empresarial de Cuauhtémoc S.A. de C.V.</b></p> <p>Para la Comercializadora Empresarial de Cuauhtémoc S.A. de C.V. La comercialización del maíz es la actividad que le ha dado fortaleza y en la que por supuesto se concentra la experiencia, conocimiento y esfuerzo del personal.</p> <p>A la fecha se continúa invirtiendo el mayor esfuerzo para que una vez más la Unión pueda cumplir en tiempo y forma con los compromisos establecidos tanto con los clientes como los proveedores que vienen siendo los socios productores de maíz de la región.</p> <p><b>Fondo de Aseguramiento Empresarial de Cuauhtémoc S.A. de C.V.</b></p> <p>El riesgo.</p> <p>Se define como la pérdida potencial inesperada en beneficio o bienestar de un individuo, ocasionada por un evento adverso. Este término tiene un significado negativo relacionado con el peligro o el daño, sin embargo es inevitable al realizar cualquier negocio.</p> 	<p>Los riesgos característicos del productor agropecuario son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Riesgo climatológicos.</li> <li>2) Riesgo biológicos.</li> <li>3) Riesgo tecnológicos.</li> <li>4) Riesgo de precio.</li> <li>5) Riesgo políticos e institucionales.</li> </ol> <p>Los riesgos comunes a todas las organizaciones son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Riesgo de mercado.</li> <li>2) Riesgo de liquidez.</li> <li>3) Riesgo de crédito.</li> <li>4) Riesgo legales.</li> <li>5) Riesgos humanos y de contratación.</li> <li>6) Riesgo físico a los activos.</li> <li>7) Riesgo operativo.</li> </ol>  <p>Nuestro fondo de aseguramiento se constituye legalmente en Diciembre del 2009, iniciando operaciones en el ciclo primavera - verano 2010.</p> <p>Y se encuentra ubicado en: Ave. Morelos y 21 No. 1986-B Fraccionamiento San Antonio, Cuauhtémoc, Chihuahua. Tel.: 625 582 71 65</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Figura 13. Tríptico UCECSA.

## CONCLUSIONES

A través del panel del análisis FODAS, se evidenciaron las necesidades que tiene UCECSA de realizar una buena promoción de la misma con los socios, por lo que se establecieron estrategias de productos y servicios, se realizó un video promocional, el cual se transmitió el 11 de abril del presente en la Asamblea General Ordinaria de Accionistas, en la Cd. de Cuauhtémoc.

Como estrategia promocional se diseñaron también trípticos, los cuales son entregados al socio al realizar algún trámite en la Unión.

A su vez, se generaron carteles promocionales e informativos, que fueron colocados estratégicamente en las instalaciones de UCECSA.

Con el diseño de la página web existe la pauta para seguir promoviendo a Unión de Crédito Empresarial de Cuauhtémoc, S.A. de C.V. ya que por medio del sitio se tienen proyectado la continuación y actualización de la misma, así como brindar a los socios la información necesaria que sea de su utilidad para el uso de los productos y servicios de UCECSA.

La Organización, quedo satisfecha con los resultados de la investigación, pues se cumplieron todos los objetivos, el material realizado, será empleado en el presente y en el futuro como parte de los promocionales de UCECSA, sirviendo de esta manera, como un punto de partida para la promoción dentro de su crecimiento empresarial.

## LITERATURA CITADA

- Boucher-Francois, D. 2003. Propuesta de una campaña publicitaria para la investigación contribuy...  
El presente trabajo de investigación contribuy...  
fútbol.
- Day, R. y Ness, T. 1962. Marketing in Action (3ra edición), Estados Unidos; Richard D. Irwin El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.
- Fonseca-Yerena, S., Herrera Z. M. C. 2002. Diseño de campañas persuasivas, México, Prentice Hall, p. 192.
- Holtj, F. 1981 Teorías y Problemas de Mercadotecnia. (Traducido de la primera edición de marketing) McGraw Hill.  
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mezcla-promocion-mix.html>
- Kotler, P. 1984. Fundamentos de Mercadotecnia. (Traducido de la quinta edición de “Principles of Marketing”) Prentice-Hall.
- Lipson, A., Darling, J. 1997. Fundamentos de mercadotecnia textos y casos. (Traducido del a primera edición de “marketing Fundamentals, textos and cases”) Limusa.
- Magaña, J. 2013. Apuntes de Mercadotecnia Facultad de Ciencias Agrícolas y Forestales, Cuauhtémoc, Chihuahua.
- Manual de Organización, 2010. Unión de Crédito Empresarial de Cuauhtémoc, S.A. de C.V.