

GRUPO



CENTRO F.M.
INTERNACIONAL

NOTIHOY



CENTRO
MUEVE TU VIDA

INFORME DE GERENCIA CORRESPONDIENTE AL AÑO 2016

El 2016 fue particularmente un año muy complicado para la radiodifusión que vio como sus ventas se contraían en niveles del 22%.

Por lo tanto, en un mercado significativamente más pequeño, la competencia por conseguir clientes desató una agresiva oferta comercial entre todas las radioemisoras.

El mercado publicitario, referente de la actividad comercial y económica del país reportó una caída del 25% con respecto al 2015. La contracción acumulada de la publicidad en el Ecuador en los dos últimos años, '15 y '16, es del 34% según el detalle que se muestra a continuación:

		TOTAL	TV	PRENSA	RADIO	REVISTAS
	ENE-DIC 14	425.000.000				
	ENE-DIC 15	375.798.454	241.173.732	69.945.677	53.036.798	11.642.247
	ENE-DIC 16	281.649.310	175.001.562	54.862.475	41.372.938	10.412.334
2015 vs 2014	Var. %	-25%	-27%	-22%	-22%	-11%
2015 vs 2014	Var. Absoluta	-94.148.145	-66.172.169	-15.083.202	-11.663.860	-1.229.912
2016 vs 2014	Var. %	-34%				
2016 vs 2014	Var. Absoluta	-143.350.690				

Fuente: INFOMEDIA

Se estima que en promedio las compañías destinan un 4% de sus ventas para actividades de publicidad y promoción, por lo que se puede desprender que la caída de las ventas en las diferentes industrias guardaría proporción con la reducción de la inversión en publicidad.

Varios clientes de la radio que mantienen anuncios publicitarios en los diferentes programas de la emisora han reducido el número de cuñas y otros han resuelto no promocionar en ningún medio, de lo que obviamente se desprende una facturación considerablemente menor para la empresa. En otros casos las radios han aceptado canjes, cosa que en nuestro caso no ha sucedido puesto que no conviene para los intereses de la compañía.

Para tratar de incentivar a los clientes y a pesar del año difícil la radio invirtió importantes recursos en la compra de una nueva tecnología digital denominada AVRA en donde tanto la audiencia como los clientes pueden recibir la señal en audio y video, vía internet y telefonía móvil.

Paralelamente se lanzaron nuevos canales de comunicación con nuestras audiencias vía redes sociales: WhatsApp, Facebook, YouTube y Twitter. Se implementó una página WEB con todas las novedades de la moda, noticias, farándula, deportes, etc.

Con el fin de vender más se armaron paquetes atractivos y a precios muy convenientes de manera que podamos captar un gran número de clientes que por costos han suspendido la publicidad.

Para poder aplicar esta nueva tecnología se ha creado un departamento nuevo de producción, ya que se debe colocar al audio el correspondiente video. Para el efecto se instalaron cámaras de alta definición en cada una de las cabinas que a su vez debieron ser acondicionadas.

Para finales del año los programas, contenidos y cuñas publicitarias cuentan con emisión en audio y video.

Todos los cambios, adecuaciones, entrenamiento fueron realizados hasta el mes de diciembre con el fin de salir al aire con toda la programación en perfectas condiciones. Los operadores debieron someterse a muchas horas de entrenamiento.

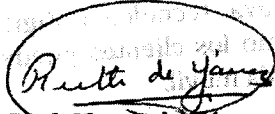
Sin embargo, vemos con preocupación el inicio del 2017 porque se prevé un recorte apreciable en la inversión publicitaria comercial debido a la presencia de publicidad política mientras dure la campaña electoral.

Se percibe en nuestros clientes un clima de excecpticismo frente a una eventual recuperación económica. Las decisiones sobre los negocios están detenidas esperando los resultados electorales del año entrante.

En cifras, las ventas en el año 2016 sufrieron una disminución de aproximadamente el 18% en comparación al 2015, que si bien es una contracción importante es menor que la caída del mercado que fue del 22%. Mirándolo en retrospectiva, si la compañía no se hubiera preparado con la nueva tecnología y nuevas ofertas, hubiera sido muchísimo más grave el problema.

Para el año 2017 estamos haciendo varios ajustes en gastos y gestiones para reforzar el departamento de ventas tanto en Quito como en Guayaquil, se ha elaborado compromisos de comisiones extra para las agencias que se interesen en esta nueva forma de comercializar, así como la preventiva de espacios con las empresas que estén interesadas en invertir poco y sacar más provecho de los espacios publicitarios.

Atentamente



Ruth Vasco de Yáñez
Gerente y Representante Legal