



... nuestro estilo no es el silencio

INFORME DE GERENCIA

RADIO PRODUCCIONES LA LUNA RAVIMUS CÍA. LTDA.

PERÍODO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2009.

El período 2009 se caracterizó por una repetición del cuadro del período anterior sin embargo se nota una marcada reducción de anunciantes de las empresas grandes, manteniéndose únicamente como anunciante el Gobierno. La búsqueda de mercados alternativos resultó muy valiosa, por la cantidad de anunciantes de empresas pequeñas. Mientras los anunciantes tradicionales se han mantenido al igual que el público habitué. La competencia es significativa, pero podemos asegurar que por la programación del medio, la sintonía ha ido creciendo sustancialmente.

Los mercados alternativos de anunciantes de radio han sido los grupos de empresas medianos y pequeños y la intensidad de anuncios vía radio han sido mas bien a plazo largo y sostenido.

Para este período del 2009 se consolidó el establecimiento de un mercado alternativo de pequeñas empresas y medianas empresas, en especial aquellas que tienen que ver con productos alimentarios y de consumo masivo.

La pauta publicitaria se ha marcado equilibrada y sostenida. Esta presencia se ha caracterizado por ser constante pero en diferentes momentos.

Algunas reflexiones que podemos hacer sobre la presencia de los anunciantes tiene pueden expresarse de la siguiente manera.





99.3 FM

... nuestro estilo no es el silencio

Cuadro

Empresas que han anunciado en el medio

Censo total de anunciantes. 42 empresas = 100%

(Porcentaje en referencia a cantidad de anuncios radiales)

Empresas grandes (1)	2	5%
Empresas medianas (2)	8	9%
Empresas pequeñas	25	70%
Personas individuales / Eventos	7	16%

(2) Consideramos empresas grandes a grupos financieros, importadores, exportadoras, Gobierno.



Lo que nos dicen las cifras:

- Los anuncios de las empresas medianas no son sostenidas y más bien son esporádicas.
- La interacción con empresas pequeñas es muy significativa, se expresa en el 70%, esto significa que las empresas pequeñas valoran el alcance de la señal de la radio y el acceso en sectores mas amplios de la población, las empresas pequeñas se caracterizan por promocionar productos de mayor alcance de los sectores de menor



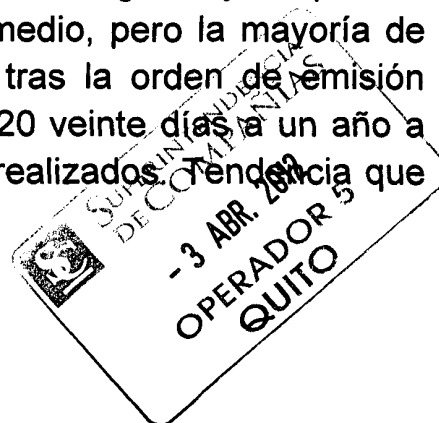


99.3 FM

... nuestro estilo no es el silencio

ingreso. Sin embargo, estas empresas anuncian en momentos puntuales del año como día de la madre, día del padre, matrículas, verano y fiestas de fin de año.

- Los anuncios de empresas grandes, medianas y pequeñas, muchas veces se someten a una práctica de canje publicitario. Esto es que las empresas demanda publicidad a cambio de productos o participaciones de cualquier tipo o canje por entradas a eventos y espectáculos. Esto se hace vía acuerdo o convenio entre las partes e igual es facturado.
- La cartera vencida e incobrable suele llegar hasta el 25% al 30% anual.
- La interacción con grandes empresas se expresa en el 5%, lo cual es un ingreso significativo pero limitado.
-
- Como gran empresa esta considerado los anuncios ordenados por el gobierno que suele ser un rubro anual muy significativo.
- El papel de las Agencias de Publicidad es gran ayuda para la negociación de publicidad para el medio, pero la mayoría de veces las agencias de publicidad, tras la orden de emisión enviada al medio se tardan entre 120 veinte días a un año a pagar por los servicios de difusión realizados. Tendencia que repite año a año



Ataulfo Tobar Bonilla
GERENTE

