



... nuestro estilo no es el silencio

INFORME DE GERENCIA

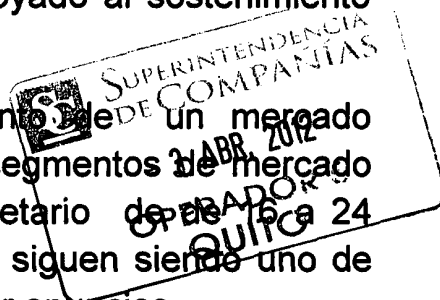
RADIO PRODUCCIONES LA LUNA RAVIMUS CÍA. LTDA.

PERÍODO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011.

2011 caracterizó a la empresa por establecer nuevas propuestas estratégicas para cooptar un mercado de anunciantes. Prácticamente el aporte de las grandes empresas desapareció únicamente se manejó con empresas medianas y pequeños. La búsqueda de mercados alternativos se mantuvo constante y sostenida, arrojando resultados que han apoyado al sostenimiento económico de los medios.

Se ha logrado consolidar el establecimiento de un mercado alternativo y se ha notado que uno de los segmentos de mercado valiosos es el grupo de jóvenes del grupo etario de 16 a 24 años. Los productos masivos y alimentarios siguen siendo uno de los más favoritos por las empresas para hacer anuncios.

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





99.3 FM

... nuestro estilo no es el silencio

Cuadro

Empresas que han anunciado en el medio

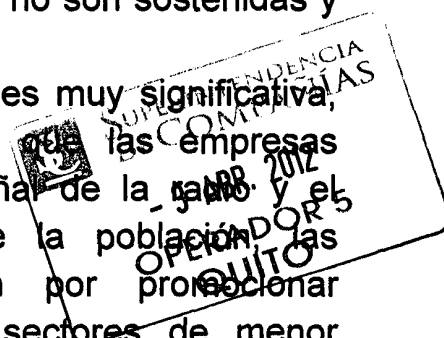
Censo total de anunciantes. 40 empresas = 100%

(Porcentaje en referencia a cantidad de anuncios radiales)

Empresas medianas (2)	10	25%
Empresas pequeñas	27	70%
Personas individuales / Eventos	3	5%

Algunas interpretaciones al cuadro:

- 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 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 medianas y pequeñas, muchas veces se someten a una práctica de canje publicitario. Esto es que las empresas demanda publicidad a cambio de productos

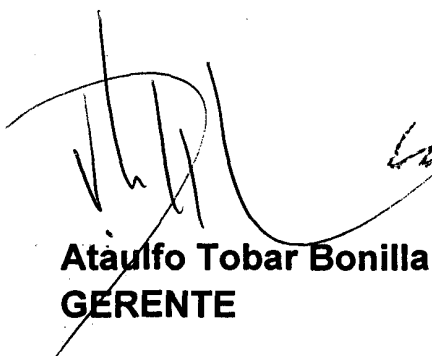




... nuestro estilo no es el silencio

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.
- 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

