

INFORME N° GD- 013- 01-2016 AGROBANCO

ASUNTO : Publicidad en Radio a Nivel Nacional
FECHA : 08 de Enero 2016

I. OBJETO

Solicita al Directorio de Agrobanco la exoneración del proceso de selección a la emisora radial a nivel nacional Radio Programas del Perú (RPP), para su contratación. Dicha radioemisora será utilizada dentro de las actividades del Plan Anual de Comunicaciones.

II. ANTECEDENTES:

- 2.1 Con fecha 27 de Noviembre del 2015 en sesión de Directorio N° 350, se presentó el Plan de Comunicaciones, que incluye entre otros una Campaña de Ventas – Difusión de Oferta crediticia integral, la cual fue presentada a través del MEMORANDUM GD N° 730-11-2015. Dicho plan fue aprobado mediante Acuerdo de Directorio N° 3270-11-2015.
- 2.2 Dentro de esta Campaña de ventas – Difusión de Oferta Crediticia Integral, se ha considerado la difusión radial a través del auspicio la hora en RPP el mismo que tiene una inversión total de S/168,750.000. (Ver detalle de propuesta en ANEXO 1).

III. ANÁLISIS:

- 3.1 RPP inicio sus actividades en 1963, desde entonces se ha desarrollado positivamente, construyendo gran prestigio y consolidando una plataforma de medios noticiosos mediante Grupo RPP que incluye: Radio (am/fm) canal de televisión (cable/UHF) y portal web. RPP es actualmente la emisora radial con mejor reputación en el país.
- 3.2 RPP es considerada la emisora radial líder debido a que posee la mayor cobertura geográfica, el mayor alcance en zonas rurales, y cuenta con nuevas secuencias, programas preparados para impactar a diversos tipos de oyentes.
- 3.3 El estudio especializado en audiencias radiales: CPI, muestra que RPP es la emisora líder en audiencia a nivel nacional considerado una muestra de la audiencia total de hombres y mujeres en todas las edades incluyendo zonas rurales, distritos y pueblos más alejados de las ciudades. En dicho estudio RPP presenta el 30.9% de la audiencia, lo que significa un total de 3,912.5 oyentes semanalmente de un universo de 12,665.5 de personas.(Ver detalle Anexo 2)
- 3.4 Así mismo, el estudio CPI, muestra que en a nivel nacional, RPP es la radio con mayor audiencia (1.7 de Rating) en el ámbito nacional (Ver detalle Anexo 3).



- 3.5 RPP tiene la mayor cobertura radial, nacional, urbana y rural en 897 distritos, 116 provincias y 88 frecuencias.
- 3.6 De la revisión de las propuestas de las 2 emisoras con mayor audiencia: Radio la Karibeña y RPP, se concluye que debido a su nivel de eficiencia y cobertura la propuesta del grupo RPP de S./ 168,750.000 por 3 meses es la mejor alternativa.
- 3.7 Finalmente el grupo RPP capta anualmente el mayor volumen de inversión publicitaria según el análisis de las principales Centrales de Medios del Perú.

IV. CONCLUSIÓN:

Siendo que el objetivo de las campañas de comunicación 2016 es lograr el mayor impacto posible a nivel nacional, se concluye que la emisora radial RPP es la única capaz de garantizar un alcance de más del 25% de la audiencia objetivo de Agrobanco (según se demuestra en el Anexo 2). Por lo tanto, solicita la exoneración de el proceso de selección a este proveedor, según lo establecido en el manual de adquisiciones y contrataciones (Se adjunta informe legal N° AJ-02-01-2016).

V. RECOMENDACIÓN:

Se recomienda la contratación de RPP mediante la exoneración de concurso para la contratación del servicio de difusión de Spot radial a Nivel Nacional por un monto de S./ 168,750.000 por 3 meses.

