



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN**

**LAS ESTACIONES AFILIADAS A RADIO FÓRMULA: UN MANUAL
PARA EL EQUIPO DE VENTAS**

**TRABAJO PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**PRESENTA
VÍCTOR MANUEL MENDOZA GONZÁLEZ**

**ASESOR:
MTRA. MARÍA LUISA MORALES MARTÍNEZ**

CDMX, 2022



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIA

A Dios, por estar a mi lado en todo momento, por darme la posibilidad de culminar este sueño, por permitirme verlo reflejado en la paciencia y dedicación de mis profesores y en la nobleza de muchos de mis compañeros.

A mi madre, Natividad González, por ser la primera en apoyarme en la decisión de seguir estudiando, por creer y confiar en mí; por desprenderse de lo poco que tenía, para que yo pudiera seguir mis estudios y por estar siempre a mi lado en la parte emocional. ¡Te amo de corazón!

En memoria de mi padre, José Filemón Mendoza López, por enseñarme con el ejemplo a ser responsable y trabajador, por apoyarme a seguir estudiando y pagarme mis gastos, aunque seguramente las decepciones del pasado reflejaran que no lo merecía... Hasta siempre, mi querido viejo.

A mis hermanos, hermanas y sobrinos, que se fueron sumando poco a poco en este sueño de estudiar en la máxima casa de estudios, por sus consejos, su ayuda que nunca olvidaré y por escucharme siempre. Son sin duda la inspiración que me daba fuerzas para mejorar.

A mi asesora, la Maestra María Luisa Morales, por mostrarme siempre una sonrisa, un buen consejo para mejorar, pero también una exigencia profesional. Muchas gracias, porque muchas veces esa sonrisa y respeto nos motiva como estudiantes, para tener días más alegres.

A todos los profesores que me dieron clases y que se entregaron para que, como estudiante, pudiera tener más armas, para salir a competir en el ámbito laboral. A todos los echo de menos y los valoro.

A mis compañeros con los que compartí el aula, con los que pude formar equipos de trabajo, debatir sobre temas en los que opinábamos diferente, pero que siempre me dieron una mano para estudiar juntos, para resolver alguna duda y para motivarme a llegar hasta el final.

Introducción

Los equipos de ventas en una empresa juegan un papel muy importante, ya que son los encargados de mantener con vida a cualquier compañía. En los medios de comunicación, como la radio, existen equipos encargados de ofrecer y vender los cortes comerciales a las empresas, para que tengan una mayor difusión, aumenten sus ventas y lleguen a un público más amplio. De esta manera, la radio subsiste y es rentable, gracias a los clientes que invierten en la misma.

La radio sigue viva y a pesar de tener competidores como las redes sociales, sigue siendo un medio necesario para los anunciantes, ya que su costo es accesible, se necesita de la creatividad del sonido y la imaginación, además de la repetición de la marca que se está publicitando, para permanecer en la mente del público consumidor.

Por otra parte, los radioescuchas permanecen fieles a los programas de su interés, y es la radio quien los acompaña en los trayectos de un lado a otro, ya sea en coche propio o transporte público y aunque no es comparable con las audiencias que puede tener la Tv, la radio sigue viva y se escucha mucho en horas pico de entrada o salida del trabajo.

El presente trabajo está ligado a las ventas en radio y comenzó por una aparente casualidad, en cuanto me ofrecieron laborar en *Radio Fórmula*, encargándome de las estaciones afiliadas del grupo.

Desde el inicio de las labores, escuché sobre la importancia de vender los espacios comerciales y de poder establecer alianzas comerciales con estaciones de radio de provincia, para venderles a los clientes de *Radio Fórmula* las estaciones propias de la empresa, pero también, las estaciones que estaban afiliadas.

Es importante señalar que desde hace muchos años, los grupos de radio que se encuentran en la Ciudad de México (*Radio Fórmula, Acir, MVS*, etc), han buscado expandir su cobertura a lo largo y ancho de la república, para llegar a más radioescuchas, y así incrementar sus ventas. Esta actividad se ha hecho, primero comprando estaciones de radio en provincia; y cuando ya no se tienen los recursos suficientes para comprar, o simplemente ya no hay frecuencias disponibles en el espectro radioeléctrico, buscan establecer alianzas comerciales con estaciones locales de provincia, para ganar ambas partes.

A estas estaciones antes mencionadas, se les conoce como estaciones afiliadas (a un grupo de radio) y retransmiten el contenido de los grupos o de las personalidades conocidas a nivel nacional, y mantienen el formato de la empresa con la que se están afiliando. Todo esto parte de un modelo de negocio, previamente establecido, que haga ganar dinero a ambas partes.

Radio Fórmula ha tenido falta de ventas a emisoras afiliadas y este hecho ha sido causado, entre otras cosas, porque los equipos de ventas desconocen el funcionamiento de las estaciones afiliadas, con los que se puede realizar una venta en la que ambas partes ganen de la venta total a un cliente.

Es por eso que decidí elaborar un manual de estaciones afiliadas, para que los equipos de ventas conozcan y tengan una sinopsis de cada estación afiliada, los lugares de cobertura que cubren, la programación que transmiten y las tarifas comerciales que tienen.

Esta información no se había tenido antes, y para que un equipo de ventas pueda ofrecer los servicios de una estación afiliada, es necesario que la conozca, y que tenga la información básica para su comercialización. Es por eso que toda esta información se difundirá con todas las áreas de ventas del grupo, para incrementar la venta y así obtener mayores ingresos.

El presente trabajo se divide en cuatro capítulos y el primero de ellos habla de los orígenes de la radio y posteriormente, en una entrevista que me dio Don Rogerio Azcárraga Madero, menciona cómo fue la creación de Radio Fórmula, desde sus inicios con la primer frecuencia en la CDMX, hasta las estaciones que se compraron en el interior de la república, para ampliar su cobertura. Además de la creación de un área encargada de atender a las estaciones afiliadas.

El segundo capítulo está dedicado a las ventas. Se explica la importancia de la búsqueda de clientes y el aumento de los ingresos en la radio, para posteriormente diferenciar los equipos de ventas de *Radio Fórmula*, que tienen la encomienda de hacer rentable y de mantener con vida a la empresa.

El tercer capítulo contiene la conformación de los grupos de radio, la importancia que tiene el establecer alianzas comerciales con otras radiodifusoras y la explicación de los beneficios que tienen las estaciones afiliadas con un grupo consolidado y viceversa.

El capítulo cuarto contiene la problemática que existe actualmente en Radio Fórmula, ante la falta de ventas a las estaciones afiliadas, y lo que repercute para el grupo y para la sana relación que se estableció previamente con la estación afiliada. Lo cual puede significar una baja en ingresos y además que la estación opte por irse con la competencia.

Finalmente para el capítulo quinto estará el manual de estaciones afiliadas, que servirá para que un vendedor de *Radio Fórmula* conozca qué es una estación afiliada, en qué localidades hay estaciones afiliadas y cómo podemos ofrecerlas a los clientes, para obtener una ganancia de la venta total.

INDICE

Capítulo 1. Radio Fórmula

1.1 Antecedentes	1
1.2 Creación de Radio Fórmula Afiliados	8
1.3 Objetivo del área	9
1.4 Misión, visión, valores.	10
1.5 Organigrama	12
1.6 Recursos técnicos, comerciales, legales.	14

Capítulo 2. Equipo de ventas de Radio Fórmula

2.1 Importancia del proceso de ventas	16
2.2 Ventas de clientes directos	18
2.3 Ventas por agencias	19
2.4 Ventas nacionales	20
2.5 Asociados externos (locutores)	20
2.6 Radio Fórmula Estados	21
2.7 Ventas de Gobierno	22

Capítulo 3. Operación comercial de radio.

3.1 Conformación de grupos radiofónicos en el interior de la república.	24
3.2 Alianzas comerciales de los grupos radiofónicos en el interior de la república.	30
3.3 Beneficios que obtiene una estación al afiliarse a Radio Fórmula	32
3.4 Beneficios que obtiene Radio Fórmula al afiliar una estación de la república.	33

Capítulo 4. La disminución de estaciones afiliadas a Radio Fórmula.

4.1 El bajo número de ventas a las emisoras afiliadas, y la repercusión que tiene en las distintas áreas comerciales de Grupo Fórmula.	37
4.2 Pagos	40

Capítulo 5. Manual de actualización y capacitación de Radio Fórmula Afiliados.

43

¿Qué tipo de emisoras de radio son viables para afiliar?

Presentación de nuestra barra de programación.

Tarifas mínimas a pagar a las emisoras afiliadas.

Carpeta de información en físico y digital (sinopsis de la emisora, siglas, frecuencia, cobertura y programación local)

Conclusión **138**

Fuentes de consulta **139**

CAPÍTULO 1 RADIO FÓRMULA

1.1 ANTECEDENTES

La radio en México

El concepto de comunicación ha sido definido de diferentes formas, según diversos autores y escuelas de conocimiento. Antes de entrar al campo de las definiciones especializadas, es conveniente señalar que esta voz proviene del latín “comunicare”, que significa: puesto en común.

Desde el punto de vista sociológico, la fuente citada se encuentra en una definición del concepto que se especializa ya en una forma particular de comunicación: la comunicación de masas, que se define como “el conjunto de técnicas que permiten la difusión de mensajes escritos o audiovisuales a una audiencia numerosa y heterogénea”.

En los inicios del mandato de Álvaro Obregón, de acuerdo con la historiadora Fátima Fernández, fue en la Ciudad de México, el 27 de septiembre de 1921, cuando el doctor Adolfo Enrique Gómez Fernández realiza la primera emisión radiofónica (Fernández, 1982). Esta emisión sólo se escuchó en el Teatro Nacional (hoy Palacio de las Bellas Artes), donde se había dispuesto una planta receptora para tal fin. El equipo de transmisión había sido incautado a un buque estadounidense como requisa, en un puerto mexicano.

Simultáneamente a estos hechos, dos empleados de la Dirección General de Telégrafos Nacionales, los señores Agustín Flores y José Valdovinos, habían hecho posible una comunicación radiotelefónica. Para ello, fue instalado un aparato en el Castillo de Chapultepec y otro en el Palacio Legislativo (Gálvez, 1984).

Por otra parte, la ciudad de Monterrey, en el estado de Nuevo León, representa la segunda ciudad mexicana en donde se realizaron las primeras transmisiones radiofónicas. Unos días después de los acontecimientos en la capital del país, el 9 de octubre de 1921, el ingeniero Constantino de Tárnava, desde su propia casa, empezó a transmitir, en inglés y en español a través de un transmisor armado por él mismo al que le adaptó micrófonos *Ericsson* de teléfono. De acuerdo con fuentes (1987), aquella transmisión tuvo una potencia de 50 watts y pudo ser escuchada en varios países sudamericanos. El ingeniero de Tárnava estaba

sentando las bases de la radiodifusión comercial, pues con el fin de poder llevar a cabo sus transmisiones, comenzó la venta, entre sus conocidos, de tiempo de aire para anunciar productos y servicios de la época.

En 1923, la planta del ingeniero de Tárnava obtuvo una licencia para operar comercialmente con las siglas 24-AO como identificación.

Para ese mismo año fue fundada la *CYB (El Buen Tono)* que después adoptaría las siglas *XEB*. *El Buen Tono* era propiedad de una casa cigarrera financiada desde París. La estación promocionaba sus propios productos y para ganar radioescuchas y simpatizantes, solía regalar aparatos de radio entre sus clientes.

El año de 1923 es, en definitiva, el despegue de la radiodifusión mexicana. En febrero sale al aire la emisora experimental *1-J* y el 19 de marzo la *JH*, construida por José de la Herrán, fue adquirida por la Secretaría de Guerra y Marina y se considera la primera emisora formal y oficial del país. Se retiró del aire nueve meses después. A pesar de que la *JH* estaba transmitiendo, el director de Telégrafos Nacionales, al inaugurar la emisora *CYL* de *El Universal Ilustrado* y *La Casa del Radio*, propiedad de Raúl Azcárraga Vidaurreta, el 8 de mayo, declaró que era "la primera estación transmisora de radiotelefonía de la República Mexicana".

La efervescencia por la radio estaba en su apogeo. La Liga Central Mexicana de Radio presentó al Presidente de la República un proyecto para reglamentar la radio. En junio, la Liga organizó la Feria del Radio, en donde se expusieron equipos de transmisión, aparatos receptores; se llevó a cabo el primer control remoto, realizado por la *JH*; se vendieron refrescos marca *Radio* y se regalaron cajetillas de cigarros, con ese nombre, de la compañía cigarrera *El Buen Tono* para anunciar su emisora *CYB*, que sería inaugurada el 15 de septiembre.

Desde entonces, la *CYB* estuvo al aire, ahora como *XEB*, operada por el Instituto Mexicano de la Radio, después de haber pasado por otras manos, constituida como una emisora cuidadosa de las tradiciones musicales de México y con una presencia muy distinguida, sobre todo en la década de los veinte y, posteriormente, como fuerte competencia de las poderosas estaciones establecidas a partir de 1930. "*La B Grande de México*", como se le había conocido, es en consecuencia la estación más antigua en el país.

El periódico *El Mundo* montó también una estación, que junto con las ya instaladas y la de Monterrey, ya autorizada, sumaban cinco al final de 1923. La radiodifusión estaba establecida en México y se había optado por una estructura comercial de la misma, ya que sólo se autorizó a empresas, que copiaban el modelo norteamericano de operar, que combinaban la emisión de música, conferencias e informaciones del periódico con anuncios comerciales, principalmente de aparatos receptores. De hecho, la emisora *JH* se había considerado sólo como un experimento que pronto terminó.

El periódico *Excélsior* instaló también una estación, poco después, de que la mayoría de las emisoras tenían ligas con empresas periodísticas, emulando lo que ocurría en el país del Norte.

De cualquier manera, el Estado comenzaba a tomar conciencia de que el nuevo medio tenía fuerza y que habría que pensar en reglamentarlo. En agosto de 1923, se crea el Departamento de Radio, dependiente de la Dirección General de Telégrafos de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP). A principios de 1924 el candidato a la presidencia de la República, Plutarco Elías Calles, utiliza los micrófonos de la emisora de *El Universal Ilustrado - La Casa del Radio*, para su campaña. La protesta como presidente de México fue transmitida el 30 de noviembre de ese año por la *CYE* —más tarde *CZE* y ahora *XEEP*— de la Secretaría de Educación Pública, en su inauguración.

El 6 de mayo de 1926, el *Diario Oficial* de la Federación publicó la Ley de Comunicaciones Eléctricas expedida por el presidente Calles "en la que dejó claramente asentado que el espacio aéreo del país quedaba, de manera indiscutible, bajo el dominio directo de la nación", cuando ya operaban en el territorio nacional alrededor de 16 estaciones.

Al finalizar la década, se había pasado de la imitación de otras formas de expresión a una utilización más planeada de los recursos auditivos (voces, música y efectos sonoros), a una codificación propia y a elaborar formas expresivas radiofónicas.

Se había descubierto la fuerza y la importancia de la música y se le había escogido como materia prima. La *XEB* era la estación líder; su alta potencia y el todavía poco congestionado éter permitían que, mucho más allá del Valle de México se escucharan los programas musicales y los radioteatros que ahí iniciaron.

Comenzó la década de los treinta con el surgimiento de la estación más influyente que ha surcado el espacio mexicano: La *XEW*, que sale al aire el 18 de septiembre de 1930, con lo que se inicia la etapa del *radio espectáculo*. Su propietario, Emilio Azcárraga Vidaurreta, hermano de aquel que instaló la *CYL*, sería, como su emisora, el personaje más activo y emprendedor de la historia de la radio en México. Como veremos enseguida, su influencia abarcó la creación de la Cámara Nacional de la Radio en 1941, la red de emisoras más extendida en el país, la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión favorable sólo para los concesionarios y el establecimiento de la televisión.

La *XEW*, desde sus inicios, se ligó a la *NBC* norteamericana y estableció una programación bien estructurada y planeada, para abarcar todos los estratos sociales y todos los niveles de edad. Se constituyó como trampolín de lanzamiento de artistas, músicos y actores y una escuela para hacer publicidad por radio. El modelo norteamericano de radiodifusión tuvo en la *XEW* el mejor reflejo y su influencia pudo hacerse extensiva a la mayor parte de las estaciones en el país, que en esta década se inauguraban en la mayoría de las poblaciones importantes. Si bien el modelo limita la participación social, aporta como beneficio un desarrollo inusitado de la música popular, principalmente la ranchera y romántica, y el surgimiento de algunos buenos actores y actrices que triunfarían también en otros medios.

Orígenes de Grupo Fórmula

La historia de *Radio Fórmula* inicia el 15 de octubre de 1931, cuando se autoriza el inicio de las transmisiones en la frecuencia 970 AM, gracias a un hombre visionario, Rogerio Azcárraga Vidaurreta, padre del actual presidente, Rogerio Azcárraga Madero. Las emisiones comenzaron con la grabación de los grandes artistas del cine mexicano y de la época de oro de la música, como: Pedro Infante, Jorge Negrete, Lola Beltrán, Pedro Vargas y Miguel Aceves Mejía, entre otros.

Discos *Orfeón*, fundada en 1958, fue un trampolín muy importante para que la operación de la radio continuara, ya que el motivo para que las estaciones de radio subsistieran fue la introducción del rock and roll en México, un género musical que comenzaba a consumirse con mucha rapidez. Temas como: *El Rock de la cárcel*, *Bule Bule*, y *Es Lupe*, fueron los temas más sonados en la radio y que ponían a bailar a la gente. Es por eso que en 1968 se crea *Radio Distrito Federal*, con programas musicales en tres diferentes frecuencias 970 AM, 1500 AM Y 1470 AM.

“Durante muchos años manejamos el negocio de los discos, de *Orfeón* y las editoras musicales, en ese entonces las estaciones las teníamos musicales. Pero después de una convención de la radio en Estados Unidos, en el año de 1987, el presidente de *ABC Radio*, una de las grandes cadenas, me dijo: ¿Tienes radio hablada o musical? y le contesté que radio musical, y de inmediato me respondió que me cambiara a radio hablada, porque todo iba a cambiar con el internet y la nueva tecnología”, aseguró don Rogerio Azcárraga Madero.

A su regreso a México, don Rogerio cambió primero la emisora 103.3 FM junto con la 970 AM, del formato musical al hablado, con la transmisión de noticiarios conducidos por grandes personalidades. Esta decisión tuvo aceptación entre los radioescuchas y *Radio Distrito Federal* continuó con el formato hablado en dichas emisoras.

El terremoto de 1985 fue una fecha que marcó la vida de todo México, y para la industria de la radio también. Fueron tiempos en los que don Rogerio Azcárraga Madero tuvo que enfrentar grandes retos, ya que el sismo que sacudió al país, parecía que terminaría con 50 años de esfuerzo, porque se derrumbaron las instalaciones, ubicadas en la Avenida Dr. río de la loza.

El 19 de septiembre de 1985, el conductor de noticias de *Radio Fórmula*, Pedro Ferriz de Con dijo al aire: “Estamos transmitiendo, todas las cabinas se rompieron, se cayeron y se fueron hasta el suelo; yo con ello, y junto con ello *Radio Cañón*, en el 103.3. Mi operador con los ojos me decía: vámonos ¿no? y yo le decía: Margarito, vamos a tranquilizar a la población”.

Don Rogerio Azcárraga mencionó que después del terremoto del 85, se cambiaron a Polanco, a un edificio rentado, y los estudios de *Orfeón* que estaban en Av. Universidad y Coyoacán, los fueron convirtiendo poco a poco, de estudios de grabación de discos, a estudios de radio y televisión.

Tras levantarse de aquel desastre natural, en 1989 se forma la barra femenina, gracias al éxito que estaban teniendo los noticiarios. Dicha barra la encabezó la conductora Maxine Woodside y su programa “*Todo para la mujer*”. Pero es el año de 1998 en el que *Radio Distrito Federal* desaparece, para dar paso a *Radio Fórmula*, con el slogan “*Su contacto con las grandes personalidades*”.

“Para el año de 1994 hubo mucho crecimiento en la empresa y compré treinta estaciones en todo México, y en aquel tiempo no existían los combos todavía (emisora de AM con repetición en FM), pero comenzamos con radio hablada en Mérida, Acapulco, León, y el negocio comenzó a funcionar con el formato hablado”, mencionó con gran alegría Don Rogerio.

Radio Fórmula se ha diversificado al comprar catálogos musicales de España y Argentina, contando a la fecha con más de 80 mil grabaciones en estéreo digital. La aceptación de los radioescuchas ante la programación de *Radio Distrito Federal* fue tan grande, que dio pie a la realización de un proyecto especial: la creación de una organización que se encargara de la transmisión a nivel nacional, surgiendo así RAMSA (ahora Radio Fórmula Estados) en el año de 1994.

Con el avance de internet, en el año 2000 se crea *Fórmula Online*, plataforma digital en la que los radioescuchas podían tener contacto con la empresa, a través de sus sistemas de cómputo. Ese mismo año inicia transmisiones *Telefórmula*, un canal por televisión de paga, encargado de dar imagen a los contenidos.

En 2003 nace *Radio Fórmula Network*, incursionando en los mercados de habla hispana, en los Estados Unidos. Y en 2009 se crea *PM On Street*, empresa dedicada a la publicidad en mobiliario urbano y mupis para centros comerciales.

¿Quiénes somos?

Somos una empresa dedicada a la comercialización de los medios de comunicación.

Operamos por medio de *Radio Fórmula*, con 40 estaciones concesionadas; con *Telefórmula*, un canal de televisión restringida; con *Fórmula Online*, la plataforma digital; y con *PM On Street*, mobiliario urbano en exteriores.

Con los distintos brazos comerciales, logramos tener presencia como *Grupo Fórmula*, en más del 90% del país, lo que nos permite tener como ventaja, la mejor cobertura, por encima de cualquiera de nuestros competidores.

Misión.

Ser la mejor opción como medio de comunicación, logrando el liderazgo constante.

Visión.

Ser la empresa líder en servicios de comunicación y mercadotecnia en México, reforzando su experiencia en la creación de audiencias y comunidades fieles a nuestros contenidos, al tiempo que ofrecemos resultados tangibles para nuestros anunciantes.

Filosofía.

Crear relaciones basadas en la congruencia de nuestros actos y cimentadas en nuestros valores, para que trasciendan en el tiempo.

Valores.

Pasión, Lealtad, Innovación, Pluralidad, Trabajo en equipo, Libertad de expresión, Espíritu de servicio, Diversión, Confianza.

1.2 Creación de Radio Fórmula Afiliados

Antecedentes.

La práctica de afiliar estaciones de radio, ha sido una constante desde hace muchos años en la industria. Los objetivos principales se han basado en dos vías: afiliar por contenido, o afiliar comercialmente.

El primer punto tiene que ver con buscar estaciones de radio en la república, para que transmitan algún programa que se genera desde la Ciudad de México. El segundo punto tiene que ver con ser representantes comerciales de una emisora local de provincia, para llevar las cuentas comerciales de los clientes y corporativos que se encuentran en la Ciudad de México.

En el mes de diciembre de 2013, el periodista Mario Ávila Roque, recibió el nombramiento como Director de *RAMSA*, la cadena de radio en el interior de la república. Desde que llegó a operar el área, tuvo la intención de cambiar el nombre, para que los radiodifusores supieran que la entonces *RAMSA*, era en realidad el contenido de *Radio Fórmula* en la república, y es así como crea *Radio Fórmula Estados*.

Para la práctica de la afiliación de estaciones, unificó los esquemas de contenido y comercial y dotó de autonomía una nueva área denominada: *Radio Fórmula Afiliados*.

El análisis de esa nueva área de afiliación arrojó los siguientes puntos:

Había una baja del 50% en el número de emisoras afiliadas, lo cual obligó a una reflexión y plan de acción sobre las condiciones actuales en la relación con estas emisoras.

Atención: Faltaba mejorar las relaciones públicas y de contacto permanente con los radiodifusores de provincia (información del corporativo de *Grupo Fórmula*, horarios exactos de los cortes comerciales, cambios de programación, etc.)

Ventas: Falta de volúmenes comerciales atractivos, por parte de *Grupo Fórmula*, hacia las emisoras afiliadas de provincia.

Equipamiento: No se contaba con una relación precisa del número de estaciones con equipo de recepción satelital y, además, no se contaba con una carta de comodato o responsiva de recepción del equipo de parte de los afiliados. Muchos

de ellos transmitían a partir de la señal de internet, lo que da por resultado una señal de calidad pobre.

Pagos: Se tenía un rezago en pagos considerable, a partir de procedimientos internos y una política basada en liquidarles a los radiodifusores afiliados, cuando pagaran los clientes.

1.3 Objetivo del área

“Radio Fórmula Afiliados es la entidad de Grupo Fórmula cuya vocación es, la búsqueda y establecimiento de alianzas comerciales con radiodifusoras independientes y de otros grupos, con el fin de incrementar la presencia, cobertura y distribución de contenidos propios, para su venta y explotación comercial”.
(Mario Ávila Roque)

Propuesta:

- ▶ Se dotará de un presupuesto anual para su operación.
- ▶ Se fijarán indicadores de desempeño tales como: número de emisoras afiliadas, número de programas colocados, índice de mantenimiento de la cadena, crecimiento en ventas.
- ▶ Adicionalmente, con el apoyo de la nueva estructura de *Radio Fórmula Estados*, se intensificará la atención y relación con las emisoras afiliadas a lo largo y ancho del territorio nacional, a través de los Directores Regionales.
- ▶ Se diseñarán nuevos contratos con políticas y condiciones de alianza comercial estandarizadas que den certeza a *Grupo Fórmula* en esta labor.
- ▶ Se trabajará en una presentación comercial B2B (Business to Business) que contenga toda la información y programación para fines de afiliación. Este documento estará disponible en todos los formatos: video, impreso, on line, tabletas.
- ▶ Se creará una página de internet que proporcione información actualizada sobre: programación de las cadenas, descripción de los programas, semblanza de los talentos, tarifas comerciales, directorio, audio en streaming de alta calidad, materiales de diseño gráfico autorizados (download) para esfuerzos publicitarios, noticias de la industria, reloj programático, buzón de atención.
- ▶ Equipamiento: Se levantará un censo para conocer el estado de receptores y antenas parabólicas.

- ▶ Se realizará un video de capacitación para colocarlo en línea y que los ingenieros de las emisoras afiliadas se capaciten en los requerimientos para bajar nuestra señal.
- ▶ Se revisarán las diferentes opciones y las modalidades para establecer la nueva relación comercial. Una vez aprobada se realizará un contrato modelo para ordenar y estandarizar estas alianzas.

A continuación se presentan los lineamientos para el nuevo esquema de Afiliación:

- ▶ En todos los casos *Radio Fórmula Afiliados* dotará del equipo de recepción satelital para las emisoras. (Costo aproximado 3 mil Dlls.)
- ▶ Actualmente *Radio Fórmula Estados* carece de estaciones en FM en algunas de las principales ciudades del País, por ello se propone un modelo de negocio para afiliar emisoras con programas determinados, en donde *Radio Fórmula Estados* no tenga presencia.

1.4 Identidad de Radio Fórmula Afiliados

Misión: Buscar y establecer alianzas comerciales con radiodifusores independientes, y de otros grupos, con el fin de incrementar la presencia, cobertura, y distribución de contenidos propios para su venta y explotación comercial, así como mantener de manera eficiente la red de afiliación actual con la que se cuenta.

Visión: Consolidarnos como el grupo radiofónico líder en toda la república mexicana, siendo capaces de cubrir satisfactoriamente las exigencias y necesidades de la audiencia en sus distintos tipos y clases.

Valores:

Respeto.- Cada radiodifusor o persona que atendemos, ya sea telefónica o físicamente, merece un trato digno, cortés, cordial, y tolerante.

Integridad.- Colaborar en conjunto con las distintas áreas de nuestro grupo para sumar esfuerzos y así multiplicar los logros; mismos que obtendremos de la confianza y credibilidad que ganamos.

Liderazgo.- Promover valores y principios que inicien desde el ejemplo personal, para después fomentar las conductas que generen una cultura ética en el servicio grupal.

Profesionalismo.- Somos creadores de programas radiofónicos de la más alta calidad, buscamos la excelencia en el servicio, fomentamos la creatividad y la innovación.

1.5 Organigrama



Director: Lic. Mario Ávila Roque. Es el encargado de autorizar la entrada de cada radiodifusor afiliado, de dotar de presupuesto al área, de informar a los dueños de la empresa acerca de la cobertura que se está alcanzando en la república, de autorizar los pagos que se requieran para que las facturas de los radiodifusores sean liquidadas.

Coordinador: Manuel Mendoza. Se encarga de buscar a los radiodifusores afiliados, dependiendo la ciudad o estado en el que no se tenga presencia con emisoras propiedad de *Grupo Fórmula*; negociar la cantidad de programas que se transmitirán; definir las tarifas a pagarles en caso de mandarles publicidad; atender las solicitudes del radiodifusor como: envío de programación de *Radio Fórmula* actualizada, horario de cortes comerciales, etc; actualizar la página de internet; enviar al equipo de ventas de *Grupo Fórmula*, por mail, la relación de las estaciones en las que se tiene cobertura.

Gerencia Jurídica: Lic. Florentino Barrita. Se encarga de firmar y autorizar los contratos de afiliación, y verificar que lo estipulado por escrito se esté cumpliendo en tiempo y forma.

Continuidad: Griselda Juárez. Se encarga de enviar las pautas de publicidad que el equipo de ventas tiene para los radiodifusores afiliados, comprueba que el afiliado reciba bien los comerciales, y se encarga de recibir las facturas de los radiodifusores afiliados, así como la programación de sus pagos.

Ingeniería: Ing. Héctor Aguilar. Se encarga de apoyar a los Ingenieros de las plazas de la república, para que puedan transmitir de manera correcta los programas de *Radio Fórmula* que se mandan por satélite, da mantenimiento a los equipos receptores, con la finalidad de que se encuentren operando en óptimas condiciones; y realiza la solicitud de compra del equipo técnico necesario, para surtir a los nuevos radiodifusores afiliados que van llegando.

Página web: Roberto Hernández. Se encarga de mantener el correcto funcionamiento de la página web, así como de la señal de radio por streaming; asesora a los Ingenieros de sistemas de las plazas locales, para que tengan los datos necesarios para transmitir nuestra señal de respaldo de la página.

Equipo de ventas. Lo componen los vendedores de todas las áreas de *Grupo Fórmula*, que buscan anunciarse por medio de las diversas plataformas. Se encargan de buscar clientes, ofrecerles que se anuncien en *Grupo Fórmula*, y de generar que las dependencias gubernamentales, así como la iniciativa privada, compren tiempos en radio, ya que de esta manera, les llegan ventas a las radiodifusoras afiliadas. Son el enlace fundamental para que la empresa subsista, por medio de finanzas sanas.

1.6 Recursos técnicos, comerciales, legales

Para que alguna estación de radio de provincia sea considerada como una estación afiliada a *Radio Fórmula*, y pueda transmitir correctamente sus contenidos, se deben de considerar tres aspectos importantes:

1.- Para el recurso legal es indispensable llenar y firmar un contrato de afiliación en el que el radiodifusor se compromete a transmitir en los horarios originales el contenido de *Radio Fórmula*, no mutilar ni cambiar los programas, sin previo aviso, etc.

Para que pueda proceder la autorización de la señal, es necesario que el departamento jurídico de *Radio Fórmula Estados* revise, firme y apruebe el contrato antes mencionado.

Es muy importante cuidar que todos los puntos del contrato se respeten por ambas partes, ya que puede darse el caso de que alguna emisora afiliada se ostente ante alguna dependencia local, como representante de *Radio Fórmula*, y así verse beneficiada con la firma de algún contrato de publicidad, sin que el corporativo de *Grupo Fórmula* esté enterado.

Es necesario que el coordinador de *Radio Fórmula Afiliados* esté pendiente de que las campañas de publicidad que se le han mandado al radiodifusor, le sean pagadas, de acuerdo a lo estipulado en el contrato, para evitar una penalización para la empresa.

2.- Los recursos técnicos para la correcta recepción de los programas de *Radio Fórmula* son: las instalaciones del radiodifusor deben contar con una antena de 3m de diámetro (mínimo de malla o sólida), un LNB tipo PLL, cable coaxial tipo RG-6, además de que se recomienda sistema UPS para evitar variaciones de voltaje. Después de contar con los elementos mencionados, deben orientar horizontalmente su antena al satélite *Satmex 8*, y transmitir en banda "C".

Por su parte, *Radio Fórmula* les enviará un equipo receptor satelital *Pico Digital* para que lo pueda conectar a su antena. Asimismo, se le hará llegar una clave de usuario y contraseña para que el radiodifusor pueda acceder a la página www.radioformulaafiliados.com, donde encontrarán: los horarios exactos de los cortes comerciales de *Radio Fórmula*; imágenes descargables de todos los

conductores, para su promoción; la señal de radio de las tres cadenas, en calidad broadcast; noticias de la industria de la radio; y un centro de avisos importantes.

Este punto número 2 es clave para que las operaciones entre ambas partes sigan adelante, ya que es responsabilidad de *Radio Fórmula*, garantizar que los programas que envíe a la república, se escuchen con la calidad óptima para su transmisión local, que no se corten o se escuchen viciados con algún ruido. Ya que de esto depende que los radioescuchas sigan escuchando el programa, no cambien de estación, y escuchen los comerciales.

3.- Recursos comerciales: Para que el equipo de ventas de *Radio Fórmula* pueda enviarle campañas de publicidad al radiodifusor afiliado, es necesario que éste mande una carpeta visual, que contenga la información de la emisora (logotipo, sinopsis de la estación, cobertura, y programación). Además se estipulará una tarifa preferencial para *Radio Fórmula*, y así saber a qué tarifa se podrán vender los cortes comerciales de la emisora local.

Por su parte, todo el equipo de ventas de *Radio Fórmula*, recibirá un mail por parte del coordinador de *Radio Fórmula Afiliados*, para informarles de la incorporación de una emisora afiliada nueva, así como de la carpeta electrónica para que puedan considerarla y ofrecerla a sus clientes, al momento de visitarlos.

Para cualquier radiodifusor de la república, es de suma importancia contar con un representante de ventas nacionales, que se encuentre en la Ciudad de México, ya que regularmente en algunas localidades no cuentan con grandes corporativos a los cuales venderles tiempos de radio.

Esta labor de las ventas nacionales la llevan a cabo los grupos radiofónicos consolidados, y que se encuentran en la Ciudad de México, ya que es aquí donde se encuentran gran parte de los corporativos comerciales de iniciativa privada, o dependencias gubernamentales, que buscan anunciarse en alguna parte de la república.

Las aperturas de tiendas departamentales en alguna entidad de la república, los descuentos que tiene algún supermercado local, o los avisos de mensajes gubernamentales, son los comerciales que predominan en las ventas que se envían desde la Ciudad de México, para alguna emisora afiliada.

Capítulo 2. Equipo de ventas de Radio Fórmula

2.1 Importancia del proceso de ventas

Prospección de ventas: *Radio Fórmula* tiene diversos equipos de ventas, los cuales deben realizar la labor de prospectar clientes. Este término significa: buscar sistemática y ordenadamente clientes de un negocio o empresa determinado, para que anuncien su producto en las diversas plataformas de nuestro corporativo.

La labor de prospección es el inicio del ciclo de ventas, y el más importante, ya que son los anunciantes los que dan sustentabilidad a todo *Grupo Fórmula*, a través de sus inversiones en campañas de publicidad. De ahí el lema: “*Si no hay clientes, no hay empresa*”.

Proyección de ventas: es la realización de una estimación de ventas para un periodo de tiempo determinado. Este proceso es necesario y obligatorio para poder establecer los presupuestos de las diversas áreas de la empresa, calcular los ingresos mensuales, los costos de producción y el flujo de efectivo, para mantener finanzas sanas.

La correcta elaboración de la proyección de ventas permite a la empresa calcular los gastos que se llevarán a cabo durante el mes, y el año; así como los ingresos que se obtendrán, para así dotar de un presupuesto a las distintas áreas del corporativo.

Para la elaboración de una proyección es importante conocer el medio de comunicación que se ofrece, el público al que va dirigido, la competencia del medio, las fortalezas de anunciarse en *Radio Fórmula*, la efectividad que tiene en los consumidores, el tipo de anuncio que se requiere para impactar a la audiencia, etc.

Las estadísticas cuentan de manera significativa en el área de ventas, ya que el vendedor, debe estudiar si ha habido crecimiento mes con mes, para calcular su siguiente proyección; conocer las temporadas fuertes de ventas, las épocas en las que los clientes no son constantes, así como las fechas en las que los clientes, corporativos y agencias, definen sus presupuestos anuales y brindan a los medios la cantidad que invertirán por año o por mes.

El proceso de ventas

Un ejecutivo de ventas visita al cliente, corporativo o agencia de publicidad, para ofrecer que se anuncien en *Radio Fórmula*. Escucha las necesidades del comprador, para que el público consumidor adquiera su producto, y con base en eso, le brinda sugerencias de los tipos de publicidad que hay (spots, menciones en vivo, entrevistas, patrocinios de sección). Además le ofrece el programa de radio adecuado, que va de acuerdo con su producto.

Cuando el cliente está interesado en anunciarse en *Radio Fórmula*, se negocia el costo unitario de la publicidad y éste puede variar de acuerdo a la cantidad de impactos al día, semana y mes. El ejecutivo de ventas puede ofrecer paquetes, de acuerdo a lo que el cliente requiera, y entre mayor sea la inversión económica, menor puede ser el costo de cada comercial.

Propuesta de ventas: Es la sugerencia que le hace un ejecutivo de ventas al cliente, donde le indica el tipo de comerciales, la cantidad a programar, los espacios en los que se escucharán, y el término de la campaña. Esta propuesta se lleva a cabo cuando el cliente indica el presupuesto que tiene para invertir y el impacto que busca causar en la audiencia.

Pauta de radio: Es una tabla calendarizada en la que se muestran los días en los que un cliente se anunciará, los programas de *Radio Fórmula* en los que tendrá efecto la publicidad, los horarios sugeridos por el cliente, las versiones de comerciales que se programarán, y el término de la campaña.

Cuando el cliente define la tarifa con el ejecutivo, y acepta anunciarse en *Radio Fórmula*, se especifica una fecha de inicio de la campaña. El ejecutivo elabora una pauta de publicidad, la cual manda al departamento de Continuidad de *Radio Fórmula*, para que la registren en el sistema y la programen, de acuerdo a las fechas indicadas en la pauta. Además se ingresa el material que se transmitirá.

2.2 Ventas de clientes directos

Surge de la necesidad de un medio de comunicación para tener entre sus anunciantes, a las mejores empresas. Resulta primordial en cualquier medio de comunicación, que los equipos de ventas realicen una labor constante y eficaz, para que las compañías de iniciativa privada inviertan en ellos.

Es una actividad entre un ejecutivo de ventas, y un cliente que no tiene intermediarios para contratar publicidad. Sin embargo, no es necesario que sea una empresa consolidada, ya que, resulta común que una empresa nueva quiera que el público al que va dirigido su producto, los conozca; si ya es una empresa reconocida ante el público, buscan que conozcan su nuevo producto, o las promociones que tienen en alguna temporada.

Existen muchas empresas que ya están en el pensamiento del público y que lo único que pretenden es seguir estando vigentes en los consumidores, para que las nuevas compañías competidoras no les quiten clientes.

Este proceso de ventas a un cliente directo no nace necesariamente del cliente, ya que es el ejecutivo de ventas el que debe estar pendiente de todas las empresas que están en el mercado, las nuevas que salen a competir, y así poder acercarse a ellos para ofrecerles que se anuncien en *Radio Fórmula*.

Es importante que un ejecutivo de ventas sea empático, tenga fluidez al expresarse, refleje una buena imagen, y en ningún momento desespere al cliente, ya que lo que se busca, es que estimule al cliente para convencerlo de que es necesario que su producto tenga presencia entre el público consumidor, y así incrementen sus ventas por anunciarse en *Radio Fórmula*.

Para que el proceso de ventas se complete, debe de contener los siguientes pasos:

- Definir la tarifa a la que el cliente pagará su publicidad, así como la duración de la campaña.
- Registrar al cliente ante el corporativo de *Grupo Fórmula*, para que exista un orden de que el ejecutivo "X" lleva la cuenta del cliente "Y", y de esta manera, nadie más pueda duplicar una labor de ventas con dicho cliente o empresa.
- Una vez terminada la campaña de publicidad, es necesario emitir una factura al cliente, para que pague lo que ha contratado.
- Es labor del ejecutivo, verificar que dichos pagos se realicen, y así poder dejar en números sanos que lo que se contrató, se pagó.
- Finalmente, el ejecutivo recibe una comisión, de acuerdo a la venta que logró consolidar.

2.3 Ventas por agencias

Una venta por agencia consiste en la negociación entre un ejecutivo de *Radio Fórmula* y una agencia de publicidad, la cual tiene toda la confianza de una marca o empresa, para que lleve las campañas que requiere. Esta actividad se debe a que el cliente no tiene mucha experiencia en el mercado de la publicidad y es por eso que contrata los servicios de una agencia.

Esta empresa de publicidad es una organización contratada por un cliente, la cual se encarga de ser intermediaria entre este y un medio de comunicación, para planificar y realizar las campañas de publicidad adecuadas, de acuerdo a lo que la compañía requiere. En esta actividad, el ejecutivo de ventas se acerca a la agencia para ofrecerle los servicios, y no con el cliente directamente.

En la actualidad, las empresas se acercan a las agencias de publicidad a que les ayuden a realizar estudios de mercados para acomodar su producto e incrementar sus ventas, a dejar en sus manos las campañas de publicidad que vayan a realizar, o a solicitar que monitoreen que lo que contratan se transmita en tiempo y forma.

La agencia de publicidad es experta en el manejo de los medios, y al tener trato con varios de ellos, conoce el mercado en el que encajará perfectamente un producto. Aunque su forma de cobrar puede tener pequeñas variaciones, lo común es que cobren un porcentaje de la venta que consolide la agencia con el medio de comunicación.

Para que en *Grupo Fórmula* no haya dos ejecutivos viendo al mismo cliente o a la misma agencia, se dividen los equipos de ventas, y los ejecutivos de clientes directos no pueden ver agencias o viceversa. Y para que a un ejecutivo de ventas le permitan ver a un cliente, debe solicitar una autorización, para que verifiquen que nadie más lo esté viendo y así no duplicar labores.

La venta a través de una agencia de publicidad resulta más laboriosa que la directa, porque las agencias solicitan que se les manden los horarios que les han asignado para que pasen los comerciales, y así poder monitorear que pasen en el espacio indicado; al finalizar la campaña solicitan los horarios reales, para darse cuenta si un comercial salió fuera de horario o tuvo alguna modificación; y finalmente solicitan audios testigos, donde se escuchen que el comercial sí se transmitió.

2.4 Ventas nacionales

El departamento de ventas nacionales es aquel que negocia con clientes directos y con agencias, pero ofrece principalmente las emisoras del interior de la república, también conocidas como: “repetidoras”. La diferencia entre este departamento y los dos anteriores es que los clientes directos y por agencias, concentran toda su actividad en la Ciudad de México, y las contrataciones también se quedan para pautar publicidad en las emisoras de radio locales, las cuales se encuentran en el 103.3 FM, 970 AM; 104.1 FM, 1500 AM, y 1470 AM.

El equipo de ventas nacionales ofrece primordialmente las emisoras del interior de la república, y las agencias de publicidad o los clientes directos a los que se acerca, son aquellos corporativos que tienen franquicias o sucursales en provincia. De esta manera se puede contratar publicidad desde la Ciudad de México para una tienda que se encuentre en algún estado de la república.

Los paquetes que ofrece el equipo de ventas nacionales abarcan muchas Ciudades o Estados de la república, y depende del cliente que se aprueben las contrataciones, que se incrementen o disminuyan los montos, y que se soliciten horarios de transmisión, audios testigos y bitácoras de transmisión reales.

2.5 Asociados externos (locutores)

Este departamento se refiere a la negociación entre un cliente y el locutor de un programa. Dicha actividad se lleva a cabo cuando es el cliente directamente el que busca a un conductor para solicitarle que anuncie su producto, que los entreviste o que haga mención del mismo.

Siempre queda a consideración del locutor si acepta la solicitud de la marca, o lo canaliza con el equipo de ventas. Regularmente los programas de noticias de *Radio Fórmula* no realizan menciones ni entrevistas de ningún producto, y son los contenidos de entretenimiento o de deportes, los que dan visto bueno para realizar esta actividad, ya sea porque se acercaron directamente con ellos, o porque es una propuesta de un departamento de ventas de *Grupo Fórmula*.

En caso de que un locutor acepte mencionar un producto, se le asigna dicho cliente, y se le otorga la comisión correspondiente, convirtiéndose así en un ejecutivo de cuenta.

Es importante señalar, que la política de *Radio Fórmula* es que cualquier producto que se anuncie en un corte comercial, o que lo mencionen en vivo en cualquier programa, debe hacerse porque el cliente pagó el comercial o la mención, y así evitar a toda costa que un cliente de una compensación a alguien porque lo mencionen al aire.

2.6 Radio Fórmula Estados

A esta área la componen 18 emisoras de radio, ubicadas en distintos estados de la república, las cuales se encargan de mantener la emisora con un flujo de efectivo sano, que permita que haya más ventas que gastos, y así poder mantenerlas como emisoras rentables.

La emisora de un estado de la república, busca clientes locales para que se anuncien en su estación. Se realiza un estudio de mercado local, para saber los clientes que existen, se monitorea a los medios competidores para saber a quién anuncian en sus espacios, y se realizan estudios de rating para conocer el rango de aceptación que tienen entre la emisora de radio local y la gente que la prefiere.

Cada una de las emisoras de *Radio Fórmula Estados* ofrece sus mejores espacios locales, para que los clientes se anuncien, y al ser emisoras repetidoras de la programación que se manda desde la Ciudad de México, realizan una labor de convencimiento para que el cliente prefiera anunciarse en un corte comercial de un locutor reconocido a nivel nacional, que en un corte comercial de la competencia, que no tiene el mismo impacto ni la misma escucha que lo que ofrece *Radio Fórmula*.

Uno de los argumentos para poder vender, que tienen los directores de cada plaza de *Radio Fórmula Estados*, así como de su equipo de ventas, son que nuestros contenidos son reconocidos y escuchados a nivel nacional e internacional. Que el entretenimiento de Javier Poza, René Franco, o Maxine Woodside, no lo tiene el locutor local, y que es más escuchado nuestro programa porque va a nivel nacional que lo que ofrece la competencia.

Uno de los puntos a destacar que ocupan los distintos equipos de ventas, es que la música se puede escuchar en muchas estaciones de radio, pero escuchar a Joaquín López Dóriga, a Ciro Gómez Leyva, o a Pepe Cárdenas, sólo se puede hacer a través de *Radio Fórmula*.

Una emisora de *Radio Fórmula Estados* ofrece espacios de publicidad a los clientes locales, pero no solamente tiene facultad para ofrecer su estación local, sino tiene la posibilidad de venderle a un consorcio regional alguna otra estación de las 18 que componen el área, y así obtener una venta en varias emisoras, lo que representa un paquete más amplio para el cliente.

Además de esto, hay casos en los que el cliente local quiere anunciarse en la Ciudad de México, para que visiten el estado y compren sus productos, para promover un destino turístico, para dar a conocer la apertura de una nueva tienda departamental, para vender en línea sus productos, para algún evento en específico que se desarrolle en su estado, etc.

A la actividad que consiste en la venta de espacios de publicidad de una emisora de radio a otra, del mismo grupo radiofónico, se le conoce como: “venta interplaza”, y se lleva a cabo debido a la solicitud de un cliente para transmitir publicidad en alguna otra estación. Esta actividad es muy común entre los grupos radiofónicos y es una acción recurrente en las ventas, donde lo que se requiere es cubrir todas las zonas territoriales posibles, para que así el cliente se sienta satisfecho

Actualmente, *Radio Fórmula* tiene registrados 55 clientes de iniciativa privada, y trabaja con 20 agencias de publicidad, entre las que destacan: *Starcom, Havas Media, Initiative Media, Placomed*, entre otras.

2.7 Ventas de gobierno

Radio Fórmula depende en gran parte de sus ingresos, de la venta e inversión que hacen las dependencias gubernamentales. A diferencia de una venta de iniciativa privada, para el ejercicio de una venta a gobierno es necesario registrar las tarifas ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

La cantidad que se registra ante la SHCP se le conoce como “tarifa publicada” y aparece en los registros de la dependencia, para su correcta aplicación en el momento de ser negociada. Cada emisora de radio local, debe tener su tarifa publicada registrada y es necesario que se especifiquen las diversas modalidades de publicidad, como son: spots de 20, 30 y 60 segundos, entrevistas en vivo, menciones por parte de un locutor, controles remotos, etc.

Para *Radio Fórmula*, las ventas que se realizan a cualquier dependencia gubernamental, no son comisionables para ningún ejecutivo, ya que los montos que ingresan son elevados, y debido a eso se estableció la política de que ese capital se queda al 100% en la empresa.

Las dependencias que más invierten en *Radio Fórmula* son: las gubernaturas de los estados de la república, Lotería Nacional, Comisión Federal de Electricidad (CFE), Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE), Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), Instituto del Fondo Nacional de Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT), Gobierno de la Ciudad de México (GCDMX), Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT), Petróleos Mexicanos (PEMEX), Secretaría de Gobernación (SEGOB), Comisión Nacional del Deporte (CONADE), Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA), entre otros.

La venta a una dependencia gubernamental es más laboriosa que a la iniciativa privada, debido a que la primera, solicita firmas de contratos más detallados,

penalizaciones en el caso de que no salga su publicidad en tiempo y forma, reuniones con los representantes legales de la estación de radio, envío de sus horarios de publicidad, para que monitoreen al medio de comunicación contratado, audios testigos para que verifiquen todos los detalles, y al final de la campaña el envío de las bitácoras por escrito, en varios juegos.

Aunque el ingreso primordial de *Radio Fórmula* depende de lo que invierte el gobierno, es importante señalar que desde el año 2014, todas las dependencias disminuyeron su inversión en un 40%, argumentando falta de presupuesto por parte del Gobierno Federal.

Capítulo 3. Operación comercial de radio

Para poder entender la importancia del proceso de afiliación de estaciones de radio, es indispensable conocer y mencionar la conformación de los grupos radiofónicos, tanto de la Ciudad de México, como del interior de la república, ya que, de esta manera, podremos identificar que los grupos radiofónicos nacionales, y las estaciones de radio de provincia, constantemente trabajan en conjunto para poder obtener mayores ingresos, por parte de sus clientes.

Es por eso que un grupo radiofónico nacional busca que sus locutores lleguen a un mayor número de estaciones, para así poder vender sus espacios a una tarifa más cara. Y por otra parte, el radiodifusor afiliado de provincia acepta transmitir un programa nacional para poder vendérselo a sus clientes de la localidad, pero también para que el grupo de radio nacional, lo apoye mandándole ventas a su plaza.

3.1 Conformación de grupos radiofónicos en el interior de la república

Radiatorama

El 9 de diciembre de 1970 se dio vida jurídica a la empresa *Radiatorama*; la idea de este nacimiento fue de sus dos principales y promotores y futuros accionistas, Javier Pérez de Anda y Adrián Pereda López, quienes se habían conocido trabajando como ejecutivos del grupo radiofónico *Organización Radio Centro* (ORC), de Francisco Aguirre Jiménez.

Entre las actividades que realizaron destaca el ser cofundadores de la cadena de provincia de ORC, hoy conocida como *Organización Impulsora de Radio* (OIR). Con esta experiencia, visión y sensibilidad adquiridas en su trabajo previo, dieron forma a su cadena nacional de representación comercial, cuyas primeras oficinas se situaron en Avenida Durango 247. Allí iniciaron la promoción de afiliación de estaciones y la venta de publicidad, apoyados en esta última actividad por José Luis Chavero Reséndiz.

Asociación de Radiodifusores del Valle de México, A.C. Una historia que sí suena 1973-1998, (México 1998) p.261

Radiatorama tuvo que competir por la confianza de los radiodifusores del interior de la república, para representarlos comercial y jurídicamente, y otorgarles asesoría en programación, ingeniería, y planeación financiera. No era, por supuesto, la primera cadena de radio, la competencia que existía en el momento de iniciar operaciones era cerrada y con un alto grado de desventaja frente a las grandes empresas de comercialización, que a lo largo de varias décadas habían operado en el país, prestando el mismo servicio y de manera profesional.

Uno de los primeros radiodifusores representados por *Radiatorama* fue Alfonso Sanabria Esparza, de Tampico, Tamaulipas, quien al mismo tiempo se convirtió en testigo del servicio que recibió del grupo. Su radiodifusora, XETO, se convirtió en uno de los principales sustentos de *Radiatorama* que poco a poco fue extendiendo su cobertura de representación a Ciudad Juárez, Chihuahua, con la estación XEPZ; a Mexicali, Baja California, con las radiodifusoras XEAO, XERM, XEAA; hacia el sureste, con la tradicional XEON de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y la XEMS de Matamoros, Tamaulipas.

Asesorías legales, técnicas, de programación, de derecho autoral y financieras, eran las necesidades básicas de la gente de plaza, *Radiatorama* ofreció eso además de la gestoría de trámites en la Ciudad de México, ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de Gobernación y, por supuesto, la venta de publicidad a los grandes anunciantes.

En suma, *Radiatorama* ofrecía la experiencia de sus fundadores, un proyecto ambicioso con servicios de calidad, excelente programación, investigaciones de mercado, honestidad y tenacidad; capitalización de audiencia, mejoramiento técnico a las estaciones de radiodifusores que se afiliaban, proyectos mercadológicos, promocionales y el crecimiento de los ingresos.

Asociación de Radiodifusores del Valle de México, A.C. Una historia que sí suena 1973-1998, (México 1998) p.262-265

Grupo Radio Centro

Tiene sus orígenes en la Ciudad de México. Nace en 1952, con el nombre original de *Organización Radio Centro* (ORC). Su fundador, Francisco Aguirre Jiménez, había iniciado su actividad en la radiodifusión en 1946, trabajando en la estación XEFO.

Al iniciar operaciones, conformada en ese momento por dos estaciones, *Radio Centro* XEQR, 1030 AM y *Radio Éxitos*, XERC, 790 AM, ORC pone en práctica un concepto que hace posible al pequeño anunciante acceder publicitariamente a la radio: la contratación de spots de unos cuantos segundos, cuyo costo es mucho menor que el patrocinio completo de un programa, fórmula que tuvo aceptación permanente.

En años siguientes, otras estaciones de amplitud modulada se incorporan a ORC: en noviembre de 1958, XEJP *Radio Variedades*, 1150 Khz; en octubre de 1960, XELZ, *Radio LZ*, 1440 Khz, y en mayo de 1962, XEAI, *Radio AI*, ubicada en los 1320 kilohertz.

Este desarrollo se vio acompañado de la creación, en 1965, de *Organización Impulsora de Radio* (OIR), división dedicada a la representación comercial de estaciones afiliadas del interior del país, ofreciéndoles además servicios de programación, producción, asesoría técnica y jurídica.

En 1973, ORC incrementa sus actividades al incursionar en la frecuencia modulada con tres estaciones: *Radio Universal*, XEQR-FM, 107.3 Mhz; *Radio Hits* XERC-FM, 97.7 Mhz; y *Radio Joya*, XEJP-FM, 93.7 Mhz.

Como parte de ese desarrollo, OIR transmite, desde 1986, su señal vía satélite, ahora por el *solidaridad I*, que le permite llevar a sus afiliados la señal de producciones importantes con tecnología digital. De esta manera esas estaciones transmiten a los radioescuchas del resto de la república mexicana programas musicales, noticiosos y culturales por red nacional.

Asociación de Radiodifusores del Valle de México, A.C. Una historia que sí suena 1973-1998, (México 1998) p. 93

Grupo Radio Centro tuvo un definitivo movimiento de progreso el 9 de enero de 1996, cuando adquirió las acciones de *Radiodifusión Red*, empresa integrada en ese momento por las estaciones *Alfa Radio XHFAJ-FM* 91.3 Mhz; *Radio Red*, XHRED-FM 88.1 Mhz y *Radio Red XERED* 1110 Khz, esta última con repetidoras en Guadalajara y Monterrey.

Grupo Radio Centro está conformado por tres unidades de negocios: *Organización Radio Centro* (ORC), que agrupa a nueve emisoras (cuatro AM y cinco en FM) dedicadas a la radiodifusión de entretenimiento con música de prácticamente todos los géneros y programas informativos y de orientación humana; *Organización Impulsora de Radio* (OIR), dedicada a proporcionar servicios de representación técnicos y jurídicos, así como de producción y programación a más de 100 radiodifusoras afiliadas en 35 plazas del país; y *Radiodifusión Red* (RED), especializada en información noticiosa y programas de análisis y de contenido.

(ARVM 1998, 93)

Grupo ACIR

Grupo ACIR es la consolidación de un proyecto que concibe e inicia Francisco Ibarra López hace más de treinta años, cuyo objetivo básico era crear un grupo nacional de emisoras que integrara todos los servicios requeridos por la industria de la radio y la televisión. Funda, entonces, el grupo radiofónico que en la actualidad es el de mayor penetración a nivel nacional y el que ocupa los primeros lugares de preferencia en las ciudades donde tiene presencia. Esto ha sido posible gracias al extraordinario empuje, visión y liderazgo del señor Francisco Ibarra López, quien ha logrado transmitir con el ejemplo una mística de trabajo, basada en una constante superación y vocación de servicio a sus ejecutivos y trabajadores, partiendo siempre de la base de respetar profundamente la dignidad del ser humano.

En los años sesenta existían cadenas que representaban a las emisoras de provincia exclusivamente para ventas nacionales y envío de novedades musicales. Francisco Ibarra López tuvo la idea de crear un grupo que sirviera a las radiodifusoras de manera integral, dando además de los servicios de ventas a nivel nacional, servicios de ingeniería, contables, legales, de mercadotecnia y publicidad, promociones tanto locales como nacionales, es decir, un servicio total para estaciones de radio.

Asociación de Radiodifusores del Valle de México, A.C. Una historia que sí suena 1973-1998, (México 1998) p. 55

El concepto de *Grupo ACIR* (Asociación de Concesionarios Independientes de Radio) inicia operaciones el 8 de junio de 1965 con cuatro radiodifusoras, la XEDQ, *Radio Alegría*, en San Andrés Tuxtla, Veracruz, primera estación del grupo; la XEOM, de Coatzacoalcos; la XEMM de Morelia y la XEMIA, de Guadalajara. Poco después se unieron al nuevo grupo tres emisoras en el Distrito Federal: XEL, *Radio Capital*, XEFR, *Radio Felicidad* y XEVOZ, *Radio Voz*.

El manejo de estaciones de radio en el interior de la república mexicana se da bajo cuatro modalidades legales y comerciales: estaciones propias, estaciones administradas con participación accionaria, estaciones administradas y estaciones afiliadas.

(ARVM 1998, 55-62)

Sociedad Mexicana de Radio (SOMER)

En 1966, año en que los adelantos tecnológicos permiten la producción masiva del cassette de audio, nace *Sociedad Mexicana de Radio (SOMER)*, empresa de representación y asesoría, cuyos objetivos básicos son mejorar el servicio a la comunidad, asesorar y orientar a los radiodifusores en cuanto a la producción de programas y campañas publicitarias, y difundir y alentar entre sus representados la incorporación de las nuevas tecnologías de comunicación radiofónica.

Los socios de esta iniciativa son, en un principio, Jesús de González, Adrián Ojeda, Francisco A. González, Héctor García Pereira y Edilberto Huesca Perrotín.

Las ideas básicas de este grupo fueron mejorar la calidad de los productos programáticos de las estaciones afiliadas, a través de la profesionalización del trabajo y los colaboradores, incrementar sus niveles de audiencia y ofrecer a anunciantes y publicistas, para satisfacer sus necesidades de comunicación comercial, un grupo amplio y segmentado de radioescuchas, en distintas regiones del país.

Las primeras empresas en y estaciones que se afiliaron a SOMER para ser representadas fueron el *Grupo Multimedios Estrella de Oro*, de Monterrey, Nuevo León; *Radio Chapultepec*, XEOC AM, del Distrito Federal, perteneciente en ese entonces a Federico Obregón Ruiz; la XESM, llamada primero "*Heraldo del Chocolate Abuelita*" y después *Radio Fiesta*, y otras emisoras de Teófilo Bicharra, en Monterrey y de Alberto Jaubert de Saltillo, Coahuila.

(ARVM 1998, 303)

Con el paso de los años, otras emisoras y grupos se unieron a *Sociedad Mexicana de Radio*, de ellos destacan *Súper Stéreo* y *Stéreo 100*, en Guadalajara; *Stéreo Nova*, en Cuernavaca; *Stéreo Armonía*, en Cuautla; la XEPP en Orizaba; XHICA FM, en Iguala y *Súper Stéreo 93 FM*, en Taxco. También, *Grupo Radio Alegría*, en Nuevo León (9 emisoras); *Núcleo Radio Guadalajara*, en Jalisco (3 emisoras); *Grupo FM*, en Veracruz (3 emisoras); *Grupo Rivas*, en Yucatán (6 emisoras); XEBK, en Nuevo Laredo; XEAZ, en Tijuana; XEWO, de Chetumal; XERB de Cozumel, Quintana Roo y XERV de Villahermosa, Tabasco.

El crecimiento de *SOMER* se originó por la confianza que generó su trabajo entre publicistas y anunciantes, y se consolidó hasta alcanzar la suma de 40 estaciones afiliadas, ubicadas principalmente en las grandes ciudades capitales del país. *SOMER* dio énfasis al trabajo desempeñado en Guadalajara, pues fue un mercado muy importante para su desarrollo.

En febrero de 1995, visualizando la consolidación de su trabajo, la estación capitalina de *SOMER*, *Stéreo Cien*, se une a *Núcleo Radio Mil* (NRM) a través de un intercambio de acciones entre los socios de ambas corporaciones. Desde ese momento, Edilberto Huesca Perrotín asume la dirección general asociada de *NRM*.

3.2 Alianzas comerciales de los grupos radiofónicos

El dueño de una estación de radio tiene como objetivo que sus finanzas sean siempre sanas. Que el costo por la concesión de la emisora que le otorgaron, sea recuperado poco a poco, y que los gastos que vaya generando mes con mes, sean menores de lo que ingresa por la venta de comerciales.

Es por eso que desde el inicio se busca tener una programación que permita que el público local los escuche, y así comenzar con la prospección de anunciantes, para que inviertan en la emisora. Esta programación puede ser local, es decir que se contrate a un locutor local, que lleve la titularidad del programa, o buscar un grupo radiofónico consolidado que lo dote de su señal nacional para transmitir en la localidad, lo que origina menores costos a los de una producción local.

Al respecto, Carlos Velázquez, Director General de *Grupo Cadena*, en Tijuana aseguro que: “analizamos las opciones nacionales que existían en su momento y encontramos en *Radio Fórmula* la mejor opción, ya que la combinación de contenido de noticias, deportes y espectáculos era una oferta atractiva e integral, así como los titulares de dichas emisiones eran perfiles jóvenes y bien posicionados, combinación que nos hizo elegir afiliarnos al *Grupo Formula*”, aseguró.

Cuando un empresario radiofónico no tiene muchos clientes que busquen anunciarse en su emisora de radio, busca hacer una negociación con los grupos ya consolidados, quienes tienen una relación muy importante con empresas de diversos giros, y así se convierte el grupo nacional en un representante comercial de una emisora de provincia. En dicha negociación, ambas partes se llevan un porcentaje de la inversión de los clientes. “El modelo comercial de *Radio Fórmula* no es agresivo y permite un ganar – ganar, entre afiliado y *Grupo Formula*, haciendo un modelo rentable y sostenible del producto al aire”, argumentó el radiodifusor de Tijuana, Carlos Velázquez.

Es importante señalar que, la mayoría de los concesionarios de estaciones de provincia, buscan a un representante de ventas nacional para que los apoye con la comercialización, ya que no todos tienen la infraestructura necesaria para pagarle a un ejecutivo de ventas, para que viaje a visitar a un cliente de otra localidad. Es ahí cuando comienzan las relaciones entre radiodifusores independientes y grupos radiofónicos consolidados.

Para refrendar el punto anterior, el Licenciado Raúl Molina, quien tiene a su cargo la emisora 88.9 FM en Xalapa, Veracruz, aseguró que: “para las estaciones locales que no pertenecen a ningún grupo radiofónico consolidado, es muy difícil venir a los grandes corporativos de la Ciudad de México. Tenemos qué batallar mucho para tocar las puertas de los consorcios y a ver si nos reciben. Por eso preferimos acercarnos con ustedes (*Radio Fórmula*) y que nos ayuden a incluir nuestras emisoras en las visitas que tienen con dichos clientes”, puntualizó.

Cabe destacar que al establecerse una alianza comercial entre dos estaciones de radio, el grupo nacional que representa a la estación afiliada de provincia, puede elegir comprometerse a venderle a la estación una cantidad fija por mes o por año, y la emisora local define una comisión para su representante comercial. De esta manera se lleva a cabo la ganancia entre ambas partes, en la que el grupo nacional promociona la emisora afiliada con todos sus clientes y trabaja como un intermediario entre emisora de provincia y cliente.

La importancia de que un radiodifusor de provincia tenga a un representante nacional de ventas, es alta, y es por eso que El Lic. Iván Job Sánchez, radiodifusor de Chetumal, Quintana Roo aseguró que: “Algo importante para nosotros los radiodifusores, es el equipo de ventas, por lo que resulta de gran ayuda para los radiodifusores de provincia, el tener como representante para la comercialización nacional a la cadena *Radio Fórmula*, ya que garantiza la calidad de los programas y el éxito en las respectivas audiencias” puntualizó.

Por otra parte, las dependencias gubernamentales tienen un papel fundamental en los ingresos que las estaciones de radio reciben. Gobierno Federal, Presidencias Municipales, Dependencias Locales, etc, son las que tienen mayor demanda por parte de los medios de comunicación.

Los partidos políticos eran quienes llenaban muchos espacios comerciales, para anunciar sus acciones o planes, pero desde que se aprobó la ley de medios, en 2014, ahora algunos espacios se deben de transmitir sin costo alguno. Este hecho ha mermado los ingresos de las estaciones locales y de los grupos nacionales consolidados, y los obliga a buscar clientes de iniciativa privada para que se anuncien en su medio.

El Licenciado Fernando Quiroz, quien actualmente es el Director de cuentas nacionales de *Radio Fórmula*, mencionó que el tema del sector oficial en los tres

niveles de gobierno, como son el Municipal, el Estatal y el Federal afectó a los medios de comunicación porque dejó de invertir en medios tradicionales y eso ha obligado a venderle más a la iniciativa privada.

Finalmente, es importante mencionar que a un grupo radiofónico de la CDMX le conviene que estaciones de radio en provincia se afilien, ya que con esto, llegan ante los clientes importantes para ofrecerles una baraja más amplia de la cobertura a la que les pueden vender, y tienen mayores posibilidades de que les inviertan en sus emisoras propias, en alguna afiliada, o en ambas.

Por su parte a las emisoras locales les conviene tener un programa nacional por varias razones: porque ya es un producto posicionado, porque no les cuesta contratar a ningún locutor local, porque pueden vestir su emisora con un programa exitoso, y porque los clientes locales se anuncian en los espacios locales, pero también se pueden anunciar en un nacional.

3.3 Beneficios de la afiliación con Radio Fórmula

Una emisora de radio se afilia a *Radio Fórmula* por dos razones principalmente: la primera es para que la representen comercialmente y así tenga mejores ingresos, ya que es en este medio de la Ciudad de México donde se concentran gran parte de los corporativos más importantes, que invierten tanto local como nacional. La segunda es por contenido, lo cual quiere decir que buscan ahorrar gastos de programas locales y prefieren conectarse a la señal nacional de *Radio Fórmula* y/o buscan vestir a su emisora para que los radioescuchas y los clientes identifiquen que tienen programas que se escuchan de manera local, pero que también hay otros programas de *Radio Fórmula*, que conducen personalidades reconocidas nacional e internacionalmente.

Para el Lic. Iván Job Sánchez, *Radio Fórmula* es una de las cadenas radiofónicas más importantes y de mayor credibilidad en el área informativa, “ya que cuenta entre sus filas con los líderes de opinión más importantes del país como: José Cárdenas, Joaquín López Dóriga, y Carlos Loret de Mola, entre otros”, aseveró.

El que una estación de la república transmita un programa consolidado, también lo beneficia en el área comercial cuando sus vendedores negocian con los clientes, ya que pueden argumentar que los comerciales se pueden escuchar con un destacado periodista, o un analista reconocido de espectáculos o deportes.

Otro beneficio que tiene una emisora local es que no paga a *Radio Fórmula* por transmitir ningún programa, y al hacer un balance de sus finanzas, como lo son: la nómina de su personal, los pagos de luz, teléfono, agua, etc. Pueden ahorrar y no contratar un locutor, o producción local, y mejor optan por transmitir un programa desde la Ciudad de México que no les representará gasto alguno.

No todas las emisoras afiliadas reciben el mismo ingreso económico por las ventas que le manda *Radio Fórmula*, ya que influye mucho el estado de la república donde se encuentre la estación, la ciudad, el perfil de la emisora y el rating.

3.4 Beneficios de tener estaciones afiliadas

Los beneficios que obtiene *Radio Fórmula* al afiliar estaciones de radio en el interior de la república, también tiene dos principales razones: la cuestión comercial y la de contenido.

En cuanto a lo comercial, se refiere a que hay clientes, tanto de iniciativa privada, como dependencias de gobierno, que preguntan por estados de la república en los cuales buscan anunciarse, y confían en que *Radio Fórmula*, al ser un medio muy posicionado, tendrá estaciones de radio en dicha localidad, desconociendo si se tratan de emisoras propias o afiliadas. Este hecho representa para cualquier vendedor de *Grupo Fórmula*, una oportunidad para fungir como un intermediario que puede hacer una venta y llevarse una comisión.

El Licenciado Mario Ávila es el actual Director General de *Radio Fórmula Estados* y tiene a su cargo las 36 emisoras de la república, así como de las afiliadas y asegura que aquellas estaciones que se encuentran fuera de la Ciudad de México, por el centralismo que se da en nuestro país, hace que las contrataciones de clientes como *Ford* o *Coca Cola*, se dé en la Ciudad de México.

“Para una estación de Monclova, Mazatlán o Tijuana, es muy oneroso venir y pagar un boleto de avión, cuando estos grandes consorcios tienden a recibir primero a aquellos grupos que tienen una oferta muy grande. Si los va a visitar *Grupo Fórmula*, les ofrece sus 40 estaciones propias, pero además un determinado número de estaciones afiliadas, con las cuales puede vender a nombre de ellas, y al consorcio le interesa tener un solo frente para comprar el mayor número de cobertura” aseguró.

Es por eso que *Radio Fórmula* busca afiliar estaciones de radio en todos los estados de la república donde actualmente no se tenga presencia, para así poder llegar con una baraja más completa ante los grandes corporativos y poder venderles cualquier localidad que requieran, realizando una venta verdaderamente nacional.

“Hay un interés para que la penetración de *Grupo Fórmula* sea cada vez mayor, el cual se centra en lógicas y modelos de economía de escala. Si yo produzco un noticiario, ese programa tiene un costo de producción, y si yo lo replico en varias ciudades, el costo sigue siendo el mismo; sin embargo, si yo vendo mi noticiario para una ciudad de 100 mil habitantes, puedo asignar una tarifa, pero si ese noticiario lo oyen 20 millones, 5 millones, o 2 millones de personas, la tarifa evidentemente va a ser mayor, cuando el costo del programa es el mismo”, aseveró el Director de *Radio Fórmula Estados*.

En la cuestión del contenido, le interesa a *Radio Fórmula* afiliar estaciones de radio, para que el conductor de un programa se dé cuenta que se está escuchando en más estaciones de la república, y que se está posicionando en el gusto de la gente. De esta manera se le da vida a un programa en específico y no cae en rating, ya que eso obligaría a que no lo escuchan, no se vendan los comerciales de la hora de su programa, y tenga que salir del aire.

“El modelo de afiliación representa tener una mayor cobertura, para buscar un mejor rendimiento de mi inversión en mis programas, y en mis talentos. Este modelo no es único en la industria de la radio, ya que este modelo también aplica, por ejemplo, en el caso de los columnistas, ya que el escritor puede vender su columna a un solo medio que le pague, pero también tienen libertad de que esa misma columna sea replicada en otro medio, ya sea impreso o digital, cuando al periodista le costó sólo una vez el realizarla”, finalizó el Licenciado Mario Ávila.

Cualquiera de los dos escenarios mantienen a *Radio Fórmula* como una cadena líder en el mercado, que cuenta con emisoras en la mayoría de los estados de la república, con programas bien posicionados, que tienen en sus radiodifusores a directivos contentos por los contenidos y por los ingresos con los que los apoyan al vender desde la Ciudad de México, sus estaciones locales, a las que difícilmente les pudiera convenir mandar ejecutivos de ventas hasta la capital del país.

Capítulo 4. La disminución de estaciones afiliadas a *Radio Fórmula*

El año 2011 es un periodo significativo en el área de Afiliados de *Grupo Fórmula*, ya que hasta ese entonces se continuaba con la política de afiliar estaciones de radio para que transmitieran programas de radio (por contenido) o afiliar estaciones a las que se les podían subcontratar comerciales (por cuestiones comerciales). A finales del 2011 dejó de laborar en el corporativo de este grupo radiofónico el Licenciado Joaquín Pasquel, quien era el Director de todas las estaciones de radio de la república, tanto propias como afiliadas, y con este movimiento se incorporó un nuevo director, quien se enfocó en atender únicamente a las estaciones propias de la empresa, dejando desatendidas a las estaciones afiliadas.

En ese año 2011, la empresa contaba con 66 estaciones afiliadas, en el interior de la república, y eran atendidas por dos diferentes directores comerciales, ya que eran dos los equipos de ventas que tenían relación con clientes interesados en anunciarse en la república, y varias de esas estaciones eran afiliadas.

Las estaciones afiliadas registradas en 2011 eran:

Num	Ciudad / Estado	Frecuencia
1	Aguascalientes, Aguascalientes	1170 AM y 90.5 FM
2	Aguascalientes, Aguascalientes	105.3 FM
3	Baja California, Ensenada	92.9 FM
4	Baja California, Mexicali	940 AM
5	Baja California, Tecate	1390 AM
6	Baja California, Tijuana	1420 AM
7	Baja California, Tijuana	94.5 FM
8	Campeche, Campeche	1430 AM
9	Campeche, Ciudad del Carmen	950 AM
10	Campeche, Ciudad del Carmen	1070 AM y 99.7 FM
11	Chiapas, Tuxtla Gutiérrez	920 AM
12	Chiapas, Tuxtla Gutiérrez	710 AM
13	Chihuahua, Chihuahua	106.1 FM
14	Chihuahua, Hidalgo de Parral	1000 AM
15	Coahuila, Cd. Acuña	92.9 FM
16	Coahuila, Piedras Negras	830 AM
17	Coahuila, Piedras Negras	1240 AM
18	Coahuila, Piedras Negras	107.1 FM
19	Colima, Manzanillo	860 AM
20	Guerrero, Chilpancingo	650 AM y 97.1 FM
21	Guerrero, Zihuatanejo	1410 AM
22	Hidalgo, Tulancingo	1340 AM
23	Jalisco, Cd. Guzmán	96.7 FM

24	Jalisco, Puerto Vallarta	590 AM
25	Michoacán, Coalcomán	95.5 FM
26	Michoacán, Lázaro Cárdenas	1400 AM
27	Michoacán, Zitácuaro	600 AM
28	Nayarit, Tepic	890 AM
29	Oaxaca, Huajuapán de León	1020 AM
30	Oaxaca, Oaxaca	1080 AM
31	Oaxaca, Puerto Ángel	650 AM
32	Oaxaca, Puerto Escondido	870 AM
33	Oaxaca, Putla de Guerrero	890 AM
34	Oaxaca, Tuxtepec	1320 AM
35	Puebla, Atlixco	101.3 FM
36	Puebla, Huauchinango	870 AM
37	Puebla, Puebla	1120 AM
38	Puebla, Puebla	1090 AM
39	Puebla, Puebla	1210 AM
40	Puebla, Puebla	89.3 FM
41	Puebla, Puebla	94.1 FM
42	Puebla, San Martín Texmelucan	98.1 FM
43	Puebla, Teziutlán	680 AM
44	Puebla, Tehuacán	1420
45	Puebla, Tehuacán	1140
46	Querétaro, Querétaro	1090 AM y 92.7 FM
47	San Luis Potosí, S.L.P.	820 AM y 105.7 FM
48	Sonora, Agua Prieta	99.9 FM
49	Sonora, Cd. Obregón	1070 AM
50	Sonora, Hermosillo	93.9 FM
51	Tamaulipas, Matamoros	1420 AM
52	Tamaulipas, Matamoros	970 AM
53	Tamaulipas, Matamoros	1130 AM
54	Tamaulipas, Nuevo Laredo	91.3 FM
55	Tamaulipas, Reynosa	1110 AM
56	Tamaulipas, Reynosa	1390 AM
57	Tlaxcala, Apizaco	100.3 FM
58	Tlaxcala, Huamantla	96.5 FM
59	Veracruz, Xalapa	88.9 FM
60	Veracruz, Xalapa	104.1 FM
61	Veracruz, Minatitlán	1450 AM
62	Veracruz, Orizaba	97.3 FM
63	Veracruz, Orizaba	101.3 FM
64	Veracruz, Tuxpan	96.7 FM
65	Zacatecas, Fresnillo	90.3 FM
66	Zacatecas, Zacatecas	89.9 FM

Durante el año 2012, el director en turno de las estaciones de radio de provincia – área conocida como “RAMSA”- Salvador Pérez Habib, decidió verificar que las 66 estaciones afiliadas transmitieran programas de *Radio Fórmula*, para saber si se les podía mandar publicidad, en caso de que algún cliente estuviera interesado en su emisora.

Con el apoyo de dos becarias, se comprobó que 35 estaciones de radio ya no estaban transmitiendo los programas de *Radio Fórmula*, y ya estaban siendo representadas comercialmente, por otro grupo radiofónico.

Al respecto de la disminución de estaciones afiliadas, Consuelo Vera, quien era asistente del Lic. Joaquín Pasquel en el momento que había 66 estaciones de radio afiliadas a *Grupo Fórmula* comentó que: “la verdad es que muchos radiodifusores tenían una amistad muy estrecha con Joaquín Pasquel, entonces al saber que se iba de la empresa y que llegaba Salvador, se van, porque no congeniaban con él. De hecho yo hablé con muchos radiodifusores, porque yo era su contacto también, y me dijeron que si ya no iba a estar Joaquín, ellos no querían tratar nada con el nuevo director Pérez Habib”, aseveró.

4.1 El bajo número de ventas a las emisoras afiliadas, y la repercusión que tiene en las distintas áreas comerciales de Grupo Fórmula.

Uno de los principales motivos que se detectaron - cuando se llamó a las 66 estaciones que se tenían registradas -, para que dejarán de transmitir los programas de *Radio Fórmula*, fue que se les dejó de mandar publicidad por parte de los corporativos comerciales que se encuentran en la Ciudad de México. Este motivo obedeció a diferentes factores:

1.- Hasta el 2012, las dependencias gubernamentales que invertían en *Radio Fórmula*, eran visitadas con las tarifas de publicidad registradas, tanto de emisoras propias, como de afiliadas. Y era el área de gobierno, quien decidía el presupuesto que invertiría, y en qué estados de la república se quería anunciar.

Pero para el año 2013, con la nueva dirección comercial que llegó, se decidió que no era negocio llevar ante gobierno las tarifas de las emisoras afiliadas, ya que el presupuesto no se quedaba por completo en *Radio Fórmula*. Es decir, si una dependencia invertía \$1,000,000 (un millón de pesos), pero en esa inversión se

encontraban estaciones afiliadas, *Radio Fórmula* debía pagarles a esas estaciones con la tarifa registrada, y ya no se quedaba el 100% de la inversión en la empresa.

Para el Lic. Fernando Quiroz, Director Comercial Nacional de *Radio Fórmula*, las inversiones de gobierno en la actualidad, en sus tres órdenes, han disminuido considerablemente y con esto se hace más obligado el vender a la iniciativa privada.

2.- Clientes directos, agencias de publicidad, y dependencias de gobierno, perdieron el interés en anunciarse en radio, por considerarlo un medio que ya no era tan impactante, y preferían invertir en las redes sociales. “Ahora cuando salgo a una entrevista con una agencia de publicidad, me recibe un muchacho muy joven, y me pregunta si tenemos estadísticas de nuestras redes sociales, porque en radio sólo nos contratan campañas muy pequeñas de 5 mil o 10 mil pesos, cuando antes eran contrataciones en radio de 50 o 100 mil pesos, y ahora todos quieren redes sociales”, afirmó el Lic. Fernando Quiroz, Director Comercial de *Radio Fórmula Estados*.

3.- En 2012 algunas de las emisoras propiedad de *Grupo Fórmula*, estaban rentadas por grupos de radio regionales y esos grupos tenían más estaciones en las que transmitían la programación de *Radio Fórmula*, lo que las convertía en emisoras afiliadas.

Al respecto el Lic. Fernando Quiroz comentó que: “hubo una etapa de transición, donde *Radio Fórmula* perdió estaciones afiliadas al terminar los convenios de arrendamiento con los grupos regionales que nos operaban algunas estaciones. Por ejemplo *Radionet* en Cd. Juárez, con Francisco Ibarra, quien nos rentaba *Radio Fórmula Juárez* y en su emisora local nos transmitía programas como estación afiliada; el caso de Gerardo López con *Radio Lobo* en Chihuahua fue similar; *Mi Radio* en Tampico también nos rentaba *Radio Fórmula Tampico* y en su estación local nos bajaba programas como afiliado. Este fue un problema, porque hubo un momento en el que el Director nuevo que llegó aquí a *Radio Fórmula*, decidió quitarles esa facultad a los antiguos operadores, y decidió que las íbamos a administrar nosotros, mandando un gerente que estuviera pagado por *Fórmula*, y que todo el equipo de trabajo estuviera a nuestro cargo. Y con esa decisión, nuestros antiguos arrendatarios decidieron quitarnos de sus emisoras locales donde estaban como afiliados, porque no les dieron tiempo de negociar, sino que simplemente les avisaron que ya no la queríamos rentar y que se las teníamos que quitar para operarla nosotros” aseguró.

El hecho de que se hayan ido las 35 estaciones afiliadas, tuvo repercusiones en los ingresos de *Radio Fórmula*. Esto porque las cifras del año 2013 reflejaron que los clientes invirtieron en las estaciones afiliadas de Radio Fórmula, un total de \$10,000,000 (diez millones de pesos), de los cuales se les pagaron a las estaciones afiliadas un total de \$6,000,000 (seis millones de pesos), y *Radio Fórmula* obtuvo ingresos por \$4,000,000 (cuatro millones de pesos) en el área de afiliados.

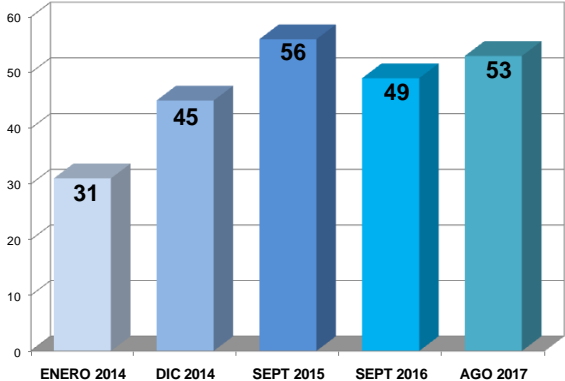
Para el año 2014 se pagaron \$4,000,000 a estaciones afiliadas, y para el 2013 \$2,000,000. Esta baja en las cifras disminuyó de manera significativa, en dos años, y afectó los ingresos de proyecciones de ventas del área de *Radio Fórmula Estados*.

En el mes de noviembre del 2013, dejó de laborar en Radio Fórmula el Lic. Salvador Pérez Habib, quien tenía poco de ocupar el puesto. En su lugar se designó al Lic. Mario Ávila Roque, quien hasta ese entonces era el conductor de un noticiero sabatino en *Telefórmula*, pero quien ya tenía conocimientos en el manejo de estaciones de radio de provincia con el grupo de radio *MVS*.

Para enero de 2014, el Lic. Mario Ávila decidió unificar al área de afiliación y nombró a Manuel Mendoza como el Coordinador de las estaciones, con la finalidad de que *Radio Fórmula Estados* tuviera ingresos que lo llevaran a cumplir con las proyecciones de ventas que hubo en periodos anteriores.

Para esto fue necesario atender de manera personalizada a todas las 31 estaciones que se tenían, buscar nuevas estaciones donde no se tuviera presencia, y promocionar las estaciones afiliadas con los diversos equipos de ventas de *Radio Fórmula*, para que el área tuviera de nuevo ingresos considerables.

Estaciones afiliadas por año



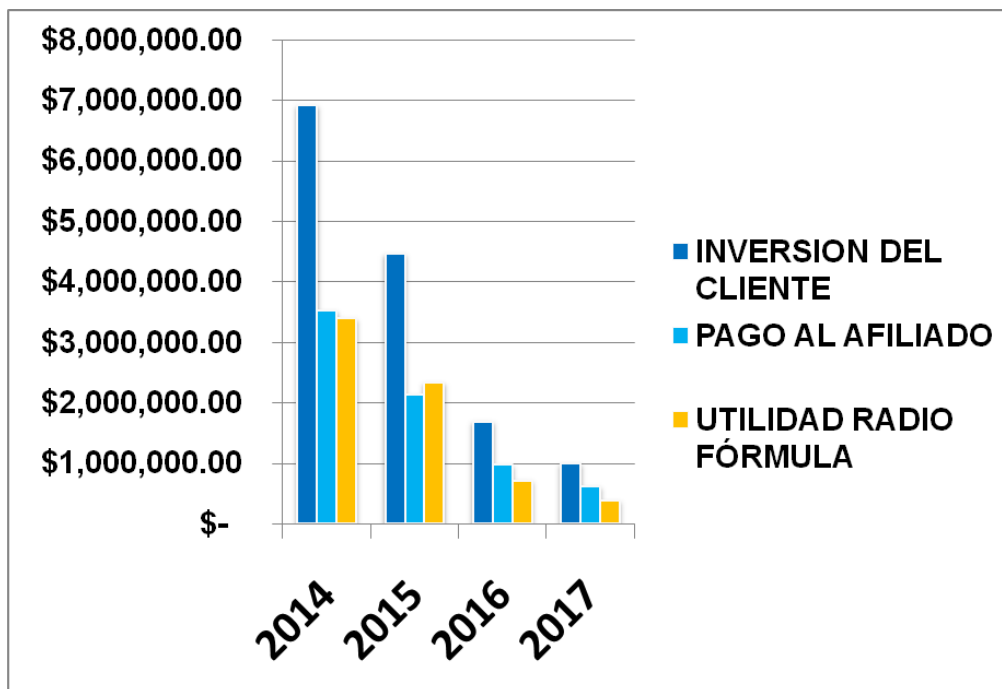
4.2 Pagos

Al tener comunicación directa con cada una de las 31 estaciones que se encontraban afiliadas en enero de 2014, se comprobó que al 30% de ellos no se les habían pagado campañas de publicidad que les mandó *Radio Fórmula*, porque la política de la empresa era que no se les liquidarían facturas hasta que los clientes le pagaran a *Radio Fórmula*. Esa política se desechó en dos meses y el Lic. Mario Ávila autorizó que se les pudiera pagar máximo a los 60 días de recibida su factura, lo cual dio mayor confianza a los radiodifusores.

De igual manera, se recopilaron todas las facturas anteriores de los radiodifusores para que se les pagaran los adeudos en una sola exhibición y así no tener ningún adeudo con los afiliados. Esta decisión originó buenos comentarios de los radiodifusores, como por ejemplo de la emisora 93.7 FM de Oaxaca y la 97.3 FM de Campeche, quienes tenían facturas pendientes de pago, desde dos años atrás. “A mí me debían facturas muy atrasadas de cantidades grandes, y se me comenzaron a pagar cuando llegó la nueva administración a *Radio Fórmula*. Eso me dio mayor confianza para seguir trabajando con ustedes, y para recomendar el trabajo que hay entre ambas empresas, sin embargo no es suficiente que te paguen lo que te deben, sino que te sigan vendiendo, para seguir generando ingresos”, comentó el Licenciado Carlos Márquez, Gerente de la emisora afiliada Radio Fórmula Oaxaca.

Por otra parte, el Licenciado Jesús Jáquez, Gerente General de la emisora de radio *Sonido Estrella* 89.9 de Zacatecas, Zac. comentó: “Yo estuve trabajando en algún momento con Radio Fórmula, pero decidí salirme porque localmente ya no podía vender comerciales en el programa nacional que tenía. Y aparte de esto, *Radio Fórmula* me debía facturas de muchos meses atrás, y eso me impedía tener los ingresos sanos que yo quería. Ya después me las pagaron pero les tuve que dar las gracias. Ya para el año 2017 me volvieron a buscar y se comprometieron a pagarme a no más de 60 días y a mandarme campañas de publicidad desde México, por eso acepté volver a afiliarme a *Radio Fórmula*”, comentó

Sin embargo, la regularización de los adeudos que tenía *Radio Fórmula* sólo ayudó a conservar a las estaciones afiliadas con las que se trabajaba constantemente, y a incrementar el número de estaciones por año, pero hacía falta que *Radio Fórmula* les siguiera mandando campañas nuevas de publicidad.



En el comparativo anterior se muestra que en el año 2014 los ingresos que los clientes tenían en estaciones afiliadas eran de casi \$7,000,000 (siete millones) donde se les pagó a dichas emisoras \$3,500,000 (tres millones quinientos mil) y *Radio Fórmula* se quedó con \$3,300,000.00 (tres millones, trescientos mil). Y para los siguientes años las inversiones disminuyeron casi en un 50% por año.

Este tema repercute directamente en el área de *Radio Fórmula Estados*, porque ya no tiene las ganancias de otros años, y por consiguiente, no llega a su cuota de ventas general por año.

Una causa considerable para que ya no se les vendan comerciales a las estaciones afiliadas a *Radio Fórmula*, es que los ejecutivos de ventas, en sus diferentes grados: desde ejecutivos de cuenta, directores comerciales y gerentes de plaza, desconocen qué es una emisora afiliada y la ventaja que se tiene al ser intermediarios para ofrecer las estaciones, ya que de la venta de estas emisoras, *Radio Fórmula* se queda un porcentaje, y sin ocupar sus espacios comerciales. “Los Directores de las diferentes estaciones de *Radio Fórmula* en la república no están haciendo su trabajo de vender, es por eso que necesitamos dotarlos de todas las herramientas para que no sólo ofrezcan *Radio Fórmula Acapulco* o *Radio Fórmula Monterrey*, sino que les ofrezcan a sus clientes las 53 estaciones afiliadas que tenemos, y así tener una venta mucho más amplia, que nos permita ganar un porcentaje, para mandarle dinero también a las emisoras afiliadas,

porque los clientes nos pagan a nosotros, y a su vez, somos nosotros los que les mandamos el dinero a los afiliados”, comentó el Lic. Mario Ávila, actual Director de *Radio Fórmula Estados*.

También aseguró que: “La baja en el número de estaciones afiliadas, y la poca venta que les mandamos desde aquí, nos está perjudicando mucho, porque necesitamos a los afiliados. Hace poco necesitábamos que le realizaran una entrevista a un cliente en Oaxaca, y nosotros no tenemos una estación propia ahí, pero sí tenemos una estación afiliada que transmite nuestros programas, y fueron ellos quienes nos apoyaron a realizar la entrevista”, puntualizó el Lic. Ávila.

Por otra parte, Fernando Quiroz, quien es gerente comercial nacional de *Radio Fórmula* mencionó: “Al radiodifusor afiliado lo que le interesa principalmente, es que les mandes ventas de clientes, y también que le ofrezcas que transmita un buen programa de radio, que ellos puedan comercializar localmente, pero sabemos que lo más importante son los apoyos de las ventas, y si nosotros no les mandamos ninguna campaña de publicidad en meses, se nos van a ir a otro grupo de radio y al rato van a estar afiliados a *Imagen* o a *MVS*”, puntualizó.

Es por eso que se considera de mucha importancia que los directores de las emisoras de *Radio Fórmula* en provincia, y los diferentes equipos de ventas que tiene la empresa en la Ciudad de México, conozcan qué es una estación afiliada, la importancia de mandarles campañas de publicidad, que cada gerente comercial tenga la información actualizada de cuántas emisoras afiliadas hay, los programas que transmiten y la ubicación con cobertura de las mismas.

Para ello, se elaboró un manual de estaciones afiliadas que permita conocer la importancia de que Radio Fórmula tenga estaciones afiliadas, que los equipos de ventas sepan dónde se encuentran esas estaciones, cuál es su programación, y sobre todo, que sepan que esas estaciones las pueden ofrecer a sus clientes y que obtendrán un margen de ganancia de la venta total al cliente.

Fueron aproximadamente 4 meses los que me llevó terminarlo, ya que el principal problema fue que las estaciones afiliadas me compartieron sus presentaciones locales, y tuve que transcribir su información, a un diseño corporativo único, para que se pudiera consultar por los equipos de ventas y para que tuvieran una presentación por emisora, en caso de que sus clientes se las pidieran.

Este diseño único resultó muy importante, ya que algunos vendedores me manifestaron que la importancia de hacer la presentación de las estaciones con nuestro diseño, facilitaba que se vieran como estaciones nuestras, que el cliente no se confundiría y que no llevaba los teléfonos de la estación afiliada, y de esa

manera los clientes no buscarían comprarle directamente a las estaciones, actividad que algunas veces buscan los clientes, con la finalidad de comprar a precios más bajos.

Finalmente, pensé en utilizar solamente la información más importante que requieren consultar los clientes, y es por eso que decidí que lo que se buscaba era: una sinopsis de la estación, el target al que va dirigido, los lugares de cobertura, y la programación que tiene la estación. No me basé en alguna otra presentación en particular, sino que busqué hacerlo de manera breve y con un diseño propio de Radio Fórmula.

El manual fue aprobado en 2019 por mi Director, el Licenciado Mario Ávila y desde noviembre de ese año se encuentra en operación y se les comparte por mail a los directores y gerentes comerciales del corporativo en la CDMX y también a los directores de las estaciones de provincia.

A continuación se muestra el manual que contiene: una diapositiva de cada estación afiliada con la sinopsis de la emisora, una segunda diapositiva con los lugares de cobertura que tiene, y una tercer lámina con la programación general de la estación.

5.- Manual de Estaciones Afiliadas, dirigido a todas las áreas de ventas de Grupo Fórmula

- ❑ El presente manual se realiza para que los vendedores de *Radio Fórmula* conozcan qué es una estación afiliada, dónde hay cobertura con estas estaciones, cuáles programas transmiten y lo más importante, que sepan que la venta a una estación afiliada, genera una ganancia para la empresa.
- ❑ De igual manera es importante hacerles saber que las tarifas que cada estación afiliada le asigna a *Radio Fórmula*, no son las tarifas finales que aceptan en una negociación comercial, sino que las estaciones se han protegido de alguna manera, para no recibir lo mínimo, pero que al argumentarles que será una campaña de mucho volumen o que es un cliente frecuente, aceptan tarifas más bajas, con tal de no perderse esa venta.
- ❑ Finalmente, todo el equipo de ventas de *Grupo Fórmula* necesita conocer cuando una emisora afiliada deja de transmitir los programas, cuando se termina la relación comercial, o bien, cuando entra una emisora nueva con algún programa. Todo esto para tener la información actualizada en el momento en el que sale a ofrecer los servicios de radio con sus clientes.



Radio**Fórmula**
AFILIADOS

Objetivo del Manual

El siguiente manual del área de **Radio Fórmula Afiliados** tiene la finalidad de que todo el equipo de ventas de Grupo Fórmula:

- 1.- Conozca la importancia de tener estaciones afiliadas.
- 2.- Cuente con la tarifa a pagar a la estación afiliada y la tarifa a la que puede venderle a sus clientes (ganancia del Grupo).
- 3.- Tenga una presentación de cada emisora que contenga: nombre de la emisora, cobertura, y programación.
- 4.- Ofrezca los espacios comerciales de las estaciones afiliadas con sus clientes.
- 5.- Conozca los procedimientos internos del grupo, en caso de que un cliente esté interesado en contratar publicidad en estaciones afiliadas (elaboración de pauta de publicidad, negociación de ajuste en tarifa, solicitud de horarios o audios testigo, etc).
- 6.- Incremente las ventas del grupo al vender estaciones afiliadas.

Definición del área

Radio Fórmula Afiliados es la entidad de Grupo Fórmula cuya vocación es: la búsqueda y establecimiento de alianzas comerciales con radiodifusoras independientes y de otros grupos, con el fin de incrementar la presencia, cobertura y distribución de contenidos propios, para su venta y explotación comercial.

Proceso de afiliación

Se buscan emisoras independientes, en las ciudades y estados de la república que no cubrimos con emisoras propiedad de Grupo Fórmula, para ofrecerles que transmitan nuestros programas.

No hay pago monetario de ninguna de las partes por la transmisión de nuestros contenidos.

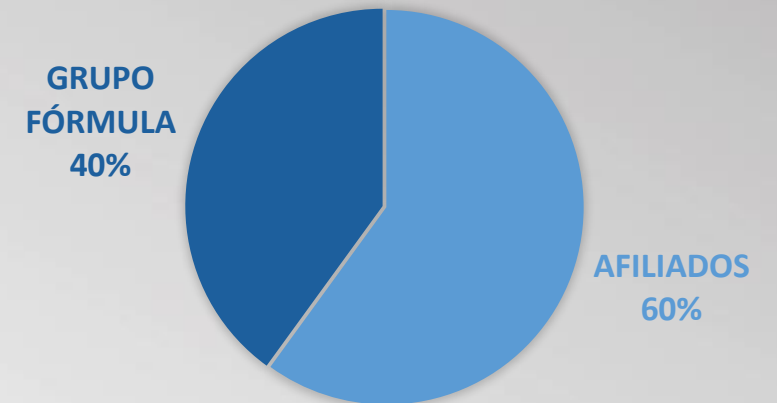
La ganancia de Radio Fórmula Afiliados, es que: puede vender desde la CDMX un corte comercial (al minuto 42 o al 35) por hora, dentro del programa que le retransmita la estación afiliada, y ésta se compromete a dejar libre siempre ese corte.

Instrucciones del Manual

La importancia de tener estaciones afiliadas, consiste en que, como Grupo, se cubren lugares a los que no se llegan con estaciones propias, y se gana un porcentaje de la venta desde la CDMX, ya que en lo general, Grupo Fórmula es un intermediario entre un cliente y una estación afiliada que se encuentra en el interior de la república.

Cuando las emisoras afiliadas dejan libre el corte nacional (corte comercial al minuto 42 de cada hora en la programación de la primer cadena, o al minuto 35 de cada hora en programación de la segunda cadena), se puede incrementar el costo de la publicidad en ese bloque (tarifa de spot a nivel nacional), ya que, por ejemplo, si un programa se transmite en 6 ciudades cuesta cierta cantidad, pero si el mismo programa se transmite en 20 o más ciudades, el costo se incrementa, porque el alcance es mayor.

Porcentaje de ganancia en una venta a estaciones afiliadas



Instrucciones del Manual

El área de Radio Fórmula Afiliados enviará una lista de las emisoras afiliadas actuales (misma que se visualiza páginas abajo), que incluye:

Las ciudades y estados de las emisoras afiliadas

Programas que transmiten

Tarifas (una con la tarifa para clientes y otra con la que se le debe de pagar a la estación afiliada).

La lista sólo incluirá el costo de **spots de 20 segundos**, al ser esta la modalidad más frecuente de contratación, pero en caso de necesitar tarifa de una mención en vivo, entrevista, o control remoto, se deberá solicitar con el área de Radio Fórmula Afiliados.

El precio a pagar al afiliado, que está en la lista, no es el precio final, ya que en caso de que haya una campaña constante o de mucho volumen, se puede negociar que acepten pagarles menos. Esta actividad se realiza consultándolo con el área de **Radio Fórmula Afiliados** para que se hable con el dueño de la estación afiliada y preguntar si para alguna campaña en especial acepta una tarifa menor a la que asignó en la lista.

Una vez que el cliente de algún miembro del equipo de ventas de Grupo Fórmula se interese en alguna estación afiliada, el gerente de la cuenta deberá contactar al área de Afiliados para consultar que la emisora afiliada no lo tenga al aire. Esta labor es necesaria para no duplicar campañas y debido a que en ocasiones los clientes buscan conseguir precios mínimos directamente con la estación afiliada o por medio de **Grupo Fórmula**.

En caso de que la emisora afiliada acepte la campaña, el gerente de la cuenta deberá enviar una orden de transmisión al departamento de continuidad de **Grupo Fórmula** y especificar el monto de la inversión del cliente, así como la tarifa a pagar a la estación afiliada. También, en caso de solicitar horarios reales o cintas testigo de las campañas, se solicitarán por medio del departamento de continuidad, ya que es el área encargada de dar certeza del tráfico y control de cada campaña de publicidad.

Este manual contiene la lista de estaciones afiliadas con **tarifas**, así como una plantilla de cada emisora afiliada, con su descripción, cobertura y programación.

El manual está disponible en formato pdf y en caso de requerir la plantilla de alguna emisora en específico, se deberá solicitar al área de Radio Fórmula Afiliados.

AFILIADOS ENERO DE 2022

	ESTADO	EMISORA	BANDA	FRECUENCIA	PROGRAMAS	TARIFA DE 20 SEG A PAGAR AL AFILIADO	TARIFA A VENDER A LOS CLIENTES
1	AGUACALIENTES, AGUASCALIENTES	XHUZ	FM	105.3	OSCAR MARIO BETETA	\$ 150.00	\$ 250.00
2	AGUASCALIENTES, AGUASCALIENTES	XHAC	FM	106.9	CIRO GÓMEZ LEYVA, CHUMEL TORRES, JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA Y PEPE CÁRDENAS	\$ 90.00	\$ 150.00
3	BAJA CALIFORNIA, TIJUANA	XESPN	AM	800	CIRO, JAVIER POZA, LA TAQUILLA, DENISSE MAERKER, ESPN RADIO F, CONTRA ATAQUE DEP., JAIME NUÑEZ, AZUCENA URESTI, LEONARDO CURZIO, FÓMULA AUTOMOTRIZ , ESTILO DE VIDA, ENCUENTRO CON TU ÁNGEL	\$ 100.00	\$ 160.00
4	BAJA CALIFORNIA, TECATE	XEKT XHKT	AM y FM	1390 y 88.5	BETETA, Y PEPE CÁRDENAS	\$ 90.00	\$ 150.00
5	CAMPECHE, CAMPECHE.	XHRAC	FM	97.3	CIRO (9 A 10), JAVIER POZA, LA TAQUILLA, L. DÓRIGA, CONTRA ATAQUE DEPORTIVO, PEPE CÁRDENAS	\$ 90.00	\$ 150.00
6	CHIAPAS, TAPACHULA	XHHTS	FM	90.7	PEPE CÁRDENAS	\$ 120.00	\$ 200.00
7	CHIAPAS, TUXTLA GTZ.	XHVV	FM	101.7	LÓPEZ DÓRIGA, PEPE CÁRDENAS	\$ 80.00	\$ 135.00
8	COAHUILA, CD. ACUÑA	XHRCG	FM	105.1	MAXINE, LÓPEZ DÓRIGA, CONTRA ATAQUE DEPORTIVO, PEPE CÁRDENAS	\$ 55.00	\$ 90.00
9	COAHUILA, CD. ACUÑA	XHKD	FM	103.1	CHUMEL TORRES, AZUCENA URESTI	\$ 60.00	\$ 100.00
10	COAHUILA, MONCLOVA	XHMS	FM	99.5	CIRO GÓMEZ LEYVA	\$ 50.00	\$ 85.00
11	COAHUILA, MONCLOVA	XEGIK Y XHGK	AM Y FM	560 Y 88.1	BETETA (8 A 9), CHUMEL TORRES, CONTRA ATAQUE DEPORTIVO	\$ 60.00	\$ 100.00
12	COAHUILA, SALTILLO	XHAJ	FM	88.9	CIRO Y JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA	\$ 90.00	\$ 150.00
13	COLIMA, MANZANILLO.	XEAL , XHAL	AM y FM	860 Y 97.7	BETETA, L. DÓRIGA, RUIZ HEALY ORVAÑANOS, F. FINANCIERA	\$ 90.00	\$ 150.00
14	EDO. DE MEX, TOLUCA	XHNX	FM	98.9	CIRO Y PEPE CÁRDENAS	\$ 220.00	\$ 380.00
15	EDO. DE MEX, ATLACOMULCO	XERKL XHRKL	AM y FM	1170 Y 104.7	CIRO, ORVAÑANOS, RUIZ HEALY, Y PEPE CÁRDENAS	\$ 96.00	\$ 160.00
16	EDO. DE MEX, VALLE DE BRAVO	XEVAB y XHVAB	AM y FM	1580 y 98.5	CIRO, ORVAÑANOS, PEPE CÁRDENAS	\$ 96.00	\$ 160.00
17	GUERRERO, IGUALA.	XHIG	FM	108.5	LÓPEZ DÓRIGA, CONTRA ATAQUE DEPORTIVO.	\$ 96.00	\$ 160.00
18	GUERRERO, ZIHUATANEJO	XHUQ	FM	101.9	PEPE CÁRDENAS	\$ 55.00	\$ 90.00
19	HIDALGO, TULANCINGO.	XEQB y XHQB	AM FM	1340 y 97.1	LÓPEZ DÓRIGA, PEPE CÁRDENAS. DOMINGOS: FÓRMULA TAURINA	\$ 96.00	\$ 160.00
20	JALISCO, CIUDAD GUZMÁN	XHPZ	FM	96.7	LA MANO PELUDA L-V 22:00 A 00:00	\$ 220.00	\$ 380.00
21	MICHOACÁN, COALCOMÁN	XHCMM	FM	95.5	PEPE CÁRDENAS	\$ 55.00	\$ 90.00
22	OAXACA, HUATULCO	XHSPP	FM	102.3	CIRO GÓMEZ LEYVA (8 A 10)	\$ 200.00	\$ 300.00
23	OAXACA, PUERTO ÁNGEL.	XEPX y XHPX	AM Y FM	650 Y 99.9	PEPE CÁRDENAS, CONTRA ATAQUE DEPORTIVO	\$ 90.00	\$ 150.00
24	OAXACA, OAXACA.	XEAX XHAX	AM FM	1080 Y 93.7	CIRO G. LEYVA, CONTRA ATAQUE, LÓPEZ DÓRIGA, PEPE CÁRDENAS	\$ 90.00	\$ 150.00
25	OAXACA, PUERTO ESCONDIDO.	XEACC y XHACC	AM y FM	870 y 93.3	PEPE CÁRDENAS	\$ 90.00	\$ 150.00

26	PUEBLA, PUEBLA.	XEPOP	AM	1120	RICARDO ROCHA, CIRO G. LEYVA, JAVIER POZA, RENÉ FRANCO, CHUMEL TORRES, LÓPEZ DÓRIGA, EDUARDO RUIZ HEALY, ORVAÑANOS, PEPE CÁRDENAS, FÓRMULA FINANCIERA, PEI GARZA Y ESTILO DE VIDA	\$ 220.00	\$ 380.00
27	SONORA, SAN LUIS RÍO COLORADO	XEEH	AM	1520	CIRO y RUIZ HEALY	\$ 96.00	\$ 160.00
28	SINALOA, LOS MOCHIS.	XETNT Y XHTNT	AM Y FM	650 Y 106.5	LÓPEZ DÓRIGA, PEPE CÁRDENAS	\$ 150.00	\$ 250.00
29	TAMAULIPAS, CD. MIGUEL ALEMÁN	XEWD Y XHWDY	AM Y FM	1430 Y 95.9	CIRO (8 A 10), LÓPEZ DÓRIGA, CONTRA ATAQUE DEP., PEPE CÁRDENAS	\$ 84.00	\$ 140.00
30	TAMAULIPAS, CD. VICTORIA	XHGW	FM	99.3	RICARDO ROCHA, CIRO G. LEYVA, PAOLA ROJAS, MAXINE W, LÓPEZ DÓRIGA, CONTRA ATAQUE DEPORTIVO, JAIME NUÑEZ, PEPE CÁRDENAS, FÓRMULA FINANCIERA.	\$ 120.00	\$ 180.00
31	TAMAULIPAS, NUEVO LAREDO	KOTX	FM	104.1	CIRO , DENISSE MAERKER, CHUMEL (DIFERIDO DE 15 A 15:30), AZUCENA URESTI	\$ 90.00	\$ 150.00
32	TAMAULIPAS, NUEVO LAREDO	XHNOE	FM	91.3	PAOLA ROJAS Y PEPE CÁRDENAS	\$ 102.00	\$ 170.00
33	TAMAULIPAS, MATAMOROS	XEEW	AM	1420	CIRO (8 A 10), DENISSE MAERKER, AZUCENA URESTI, LEONARDO CURZIO (1 HR)	\$ 90.00	\$ 150.00
34	TAMAULIPAS, MATAMOROS	XEO XHO	AM Y FM	970 Y 93.5	CIRO , DENISSE MAERKER, CHUMEL (DIFERIDO DE 15 A 15:30), AZUCENA URESTI	\$ 84.00	\$ 140.00
35	TAMAULIPAS, REYNOSA	XEOQ Y XHOQ	FM	91.7 FM	CIRO , DENISSE MAERKER, CHUMEL (DIFERIDO DE 15 A 15:30), AZUCENA URESTI	\$ 84.00	\$ 140.00
36	TAMAULIPAS, REYNOSA	XEOR	AM	1390	ATANDO CABOS, CONTRA ATAQUE DEPORTIVO	\$ 84.00	\$ 140.00
37	VERACRUZ, TUXPAN	XEBY XHBY	AM FM	890 Y 96.7	CONTRA ATAQUE DEPORTIVO	\$ 90.00	\$ 150.00
38	VERACRUZ, MINATITLÁN.	XEKM y XHKM	AM y FM	1450 y 95.3	CONTRA ATAQUE DEPORTIVO	\$ 120.00	\$ 200.00
39	VERACRUZ, SAN ANDRÉS TUXTLA.	XHSAV	FM	92.7	ESPN RADIO FÓRMULA	\$ 100.00	\$ 165.00
40	VERACRUZ, SAN ANDRÉS TUXTLA.	XHPTLA	FM	104.7	JAIME NUÑEZ Y CONTRA ATAQUE DEPORTIVO	\$ 60.00	\$ 100.00
41	VERACRUZ, XALAPA	XHBE	FM	88.9	DENISSE MAERKER	\$ 80.00	\$ 140.00
42	ZACATECAS, FRESNILLO.	XEQS XHQS	AM Y FM	930 Y 90.3	LÓPEZ DÓRIGA	\$ 96.00	\$ 160.00
43	ZACATECAS, ZACATECAS	XHEPC	FM	89.9	CIRO GÓMEZ LEYVA , J. LÓPEZ DÓRIGA Y CONTRA ATAQUE DEPORTIVO	\$ 80.00	\$ 130.00
44	GUATEMALA, HUEHUETENANGO	TGZF	FM	104.5	MAXINE, CHUMEL TORRES Y JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA	\$40	\$ 80.00



Radio**Fórmula**
AFILIADOS

Aguascalientes, Aguascalientes

“AZUL FM 106.9” Es un concepto en Aguascalientes, que nace de la fusión entre Radio Universal & Radio Fórmula, dando como resultado una estación de información y compañía, con lo más actual del acontecer en México y el mundo, así como con la opinión de los líderes nacionales en la radio hablada.



Estación:
Perfil Aguascalientes A, B, C, D
Éxitos, clásicos catálogo en Español
Adulto contemporáneo

Aguascalientes, Aguascalientes

Transmisión de los tres noticieros más importantes a nivel nacional

programación de géneros:

Hablada Español

Éxitos clásicos

Cobertura a toda la capital del estado de Aguascalientes y:
Villa de Arriaga, Calvillo, Jalpa, Villanueva, Nochistlán
Salinas de Hidalgo, San Juan de Los Lagos Jal., Tlaltenango
de Sánchez Roma, Juchipila, y Ojuelos de Jalisco

Aguascalientes, Aguascalientes

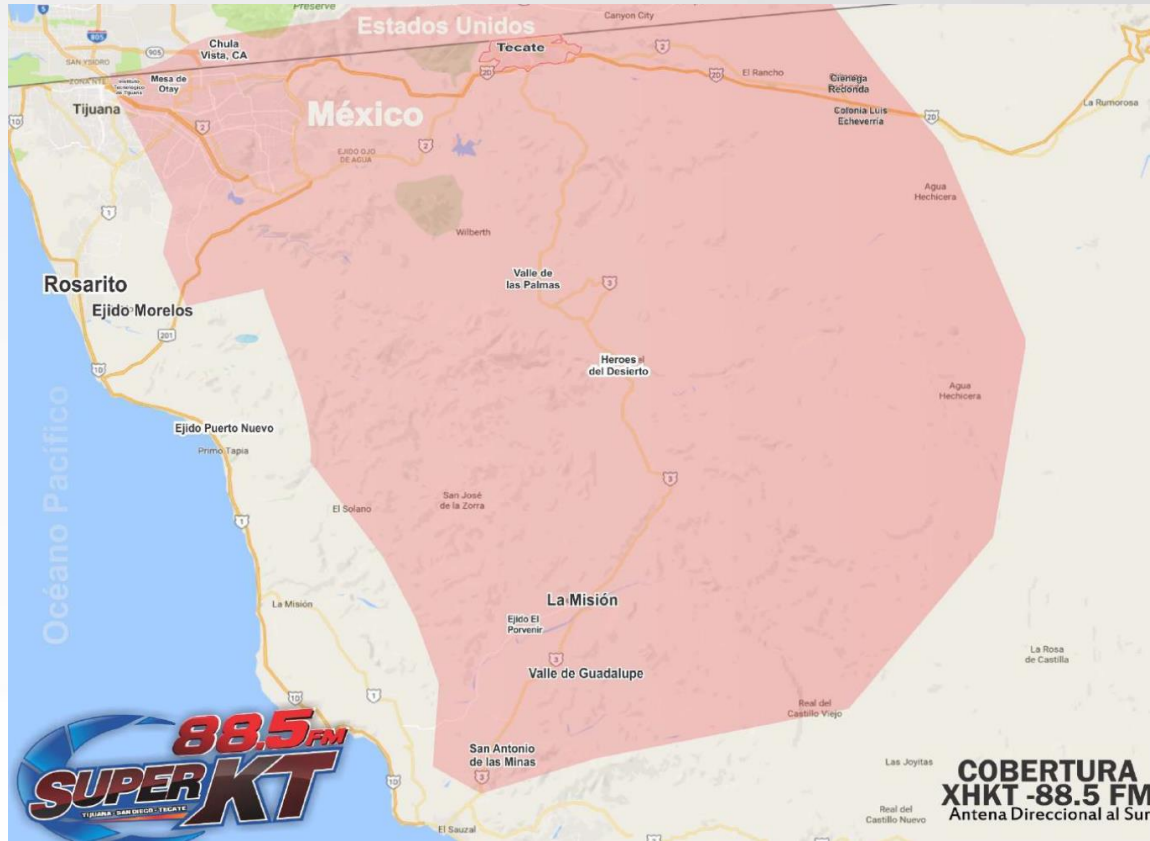
Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
06:00	08:00	PROGRAMACION MUSICAL	
08:00	10:00	POR LAS MAÑANAS	CIRO GÓMEZ LEYVA
10:00	12:00	TOÑO Y MARCO	ANTONIO NAVARRO Y MARCO SEGURA
12:00	13:00	# MEMORIA	SANDRA REYES
13:00	13:30	LA RADIO DE LA REPÚBLICA	CHUMEL TORRES
13:30	15:30	LÓPEZ DÓRIGA	JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA
15:30	16:00	6 CANCIONES CONTÍNUAS	SIN LOCUTOR
16:00	17:00	SANDRA Y GABBO	SANDRA REYES Y GABBO GARZA
18:00	20:00	JOSÉ CÁRDENAS INFORMA	PEPE CÁRDENAS
20:00	06:00	PROGRAMACIÓN MUSICAL	

Tecate, Baja California

“*Kt La Súper Estación*” es la radiodifusora más antigua de la ciudad de Tecate, debidamente establecida desde el año 1954 y reconocida por sus habitantes como una estación 100% Tecatense. “*KT La Súper Estación*” transmite bajo las siglas XHKT-88.5 F.M., se destaca por el alto nivel informativo que manejamos, es la única radio hablada de nuestra ciudad que cuenta con 2 noticieros locales diarios 100% informativos, donde en todos sus programas locales mantenemos línea telefónica abierta para que nuestros radioescuchas expongan sus inquietudes o preguntas. ¿Por qué decimos radio hablada? porque nuestra programación consta de programas donde constantemente estamos dando información de interés de acuerdo al auditorio que nos sintoniza en el momento.





Tecate, Baja California

Cobertura: La Rumorosa, Tecate, Valle de Guadalupe, La Misión, Valle de las Palmas, San Antonio de las Minas, Ensenada Zona Oeste.

En el condado de San Diego, California: Chula Vista y La Mesa de Otay

Tecate, Baja California

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
03:00	07:00	EN LOS TIEMPOS DE LA RADIO	OSCAR MARIO BETETA
07:00	09:00	NOTICIERO "BUENOS DIAS TECATE"	FRANCISCO JAVIER FIMBRES DURAZO
09:00	16:00	PROGRAMACION MUSICAL	VARIOS
16:00	18:00	JOSÉ CÁRDENAS INFORMA	JOSÉ CÁRDENAS
18:00	19:00	"LAS NOTICIAS"	JOSÉ JIMENEZ DIAZ
19:00	20:00	MAQUINA DEPORTIVA	JUAN ZARATE HERNANDEZ
20:00	03:00	PROGRAMACION MUSICAL	VARIOS

Campeche, Campeche

“Radio Fórmula Campeche” es una emisora debidamente establecida en la Ciudad de Campeche desde 1963, es la empresa líder de noticias en la Ciudad, ya que contamos con un equipo de profesionales en la comunicación, que desarrolla en nuestras transmisiones un concepto moderno y vanguardista, aunado a que tenemos el mejor noticiero en el estado. Logrando ser un enlace perfecto entre nuestros clientes y el auditorio. En esta emisora ofrecemos los elementos necesarios para el desarrollo de campañas publicitarias, al ofrecer servicios de producción, post-producción, transmisión de spots, entrevistas, controles remotos y transmisión de programas especiales.



Campeche, Campeche

Resúmenes noticiosos cada hora y noticieros en vivo.

Cobertura: Nuestra señal en toda la Capital del Estado y algunas poblaciones aledañas.

COBERTURA: Lerma, Tenabo, Hechelchakan, Pomuch, Dzitbalchen, Becal, Hopelchen, Sihochac, Seybaplaya, Villa Madero, Champotón, Nilchi, Tinún, Hool, Halacho, Maxcanú, Alfredo Bonfil, La Joya, la Ciudad y Puerto de Campeche, pueblos y ejidos circunvecinos.

Campeche, Campeche

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
06:00	07:30	EN LOS TIEMPOS DE LA RADIO	OSCAR MARIO BETETA
07:30	08:00	NOTICIERO MATUTINO NCS	ROBERTO OROPEZA
08:00	09:00	PROGRAMAS LOCALES VARIOS	VARIOS
09:00	10:00	POR LAS MAÑANAS	CIRO GÓMEZ LEYVA
10:00	11:30	JAVIER POZA EN FÓRMULA	JAVIER POZA
11:30	13:00	LA TAQUILLA	RENÉ FRANCO
13:00	14:00	NCS NOTICIAS DE LA TARDE	ANA ROSA MORALES
14:00	15:30	LÓPEZ DÓRIGA	JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA
15:30	16:00	MÚSICA POP ESPAÑOL E INGLÉS	WILLIAM AGUILAR
16:00	17:00	CONTRA ATAQUE DEPORTIVO	LUIS GARCÍA, MARTINOLLI, ROSIQUE Y RODOLFO VARGAS
17:00	18:00	PROGRAMAS LOCALES VARIOS	VARIOS
18:00	20:00	JOSÉ CÁRDENAS INFORMA	PEPE CÁRDENAS
20:00	22:00	MÚSICA POP EN ESPAÑOL E INGLÉS	JUAN MARCOS SÁNCHEZ Y SARAÍ GARCÍA
22:00	23:00	TENDENCIAS	PEI GARZA
23:00	24:00	MÚSICA POP EN ESPAÑOL E INGLÉS	SARAÍ GARCÍA

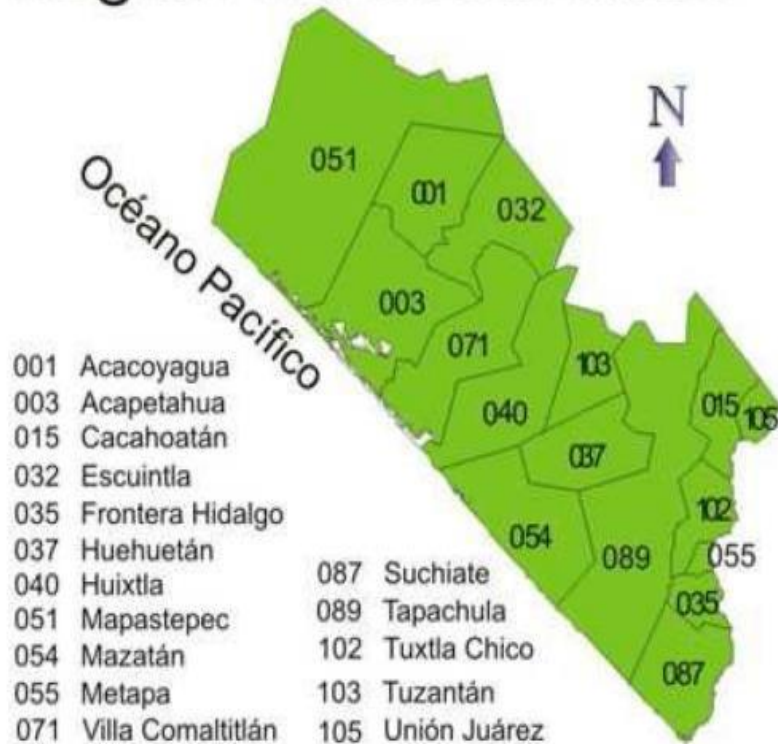
Tapachula, Chiapas

“Extremo Retro Hit’s” es una estación que transmite las 24 horas con una cobertura de Suchiate a Mapastepec, así como gran parte de Guatemala, llegando a una población de más de 900,000 habitantes.

Nuestro target primario es clase B y secundario C Y D entre 25 a 60 años de edad. Personas con gran capacidad y decisión de compra, su perfil musical retro es Español e Inglés, cuenta con programas en vivo de un alto rating.



Región VIII. Soconusco



Tapachula, Chiapas

Cobertura:

Acacoyagua, Acapetahua, Escuintla, Frontera Hidalgo, Huehuetán, Huixtla, Mapastepec, Mazatán, Metapa, Villa Comatitlán, Suchiate, Tapachula, Tuxtla Chico, Tuzantán y Unión Juárez.

Tapachula, Chiapas

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
06:00	06:30	VIVIR MEJOR	
06:30	07:00	NOTICIERO TAPACHULA	GUSTAVO LÓPEZ
07:00	07:30	EL DESPERTADOR	MARIO BLAS
07:30	08:30	NOTINÚCLEO 1ª EMISIÓN	
8:30	9:00	BARRA MUSICAL	
9:00	10:00	LA CHORCHA	ARTURO CANCINO Y FABO DE LEÓN
10:00	10:30	BARRA MUSICAL	
10:30	11:30	RETROACTIVO	EDDY RAMOS
11:30	12:00	BARRA MUSICAL	
12:00	13:00	NUESTRA CIUDAD	LILIA SORCIA, OMAR KIM Y ARTURO C.
13:00	14:30	LA PACHANGA	SUPER MAGNOLIA FABO
14:30	15:30	NOTINUCLEO 2ª EMISIÓN	
15:30	16:00	BARRA MUSICAL	
16:00	17:00	FARANDULEANDO	MARIO BLAS
17:00	18:00	BARRA MUSICAL	
18:00	20:00	JOSÉ CÁRDENAS INFORMA	PEPE CÁRDENAS
20:00	21:00	LA RULETA	IRAM NAVA
21:00	23:00	NOCHES RETRO	EDDY RAMOS
23:00	06:00	BARRA MUSICAL	

Manzanillo, Colima

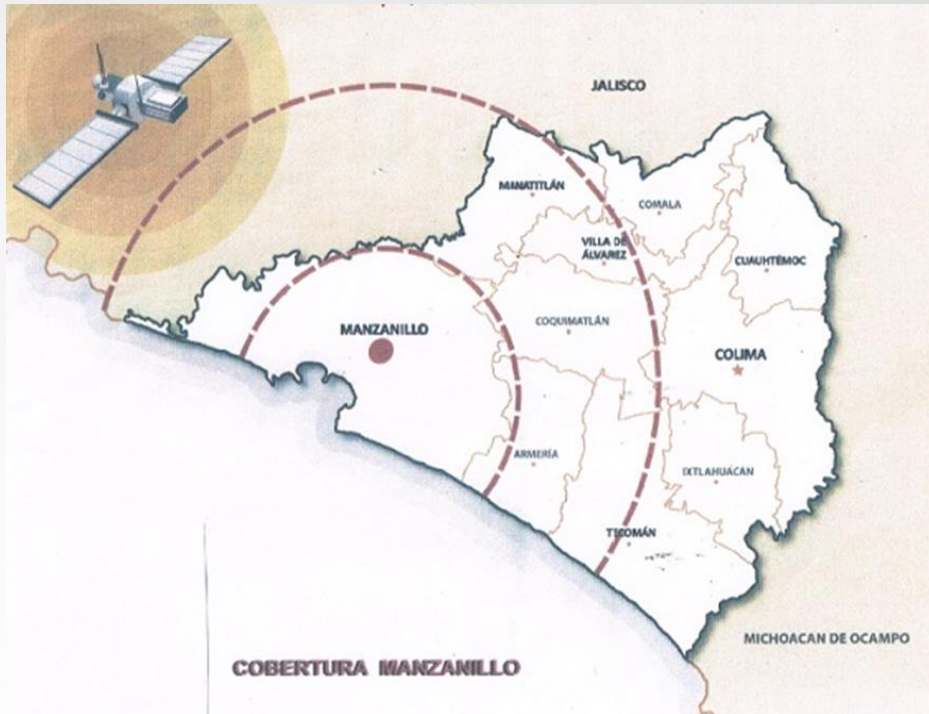
“Fórmula Manzanillo” 97.7 FM, fue establecida desde Junio 1 de 1957.

Trasmite de 6.00 a 24.00 horas enlaces vía satélite con Radio Fórmula Cd. De México, noticias, deportes, espectáculos, música pop en Inglés de todos los tiempos.

Transmitimos con 10,000 watts de potencia y somos una emisora líder y confiable del estado.



Fórmula
Manzanillo



Manzanillo, Colima

FRECUENCIA, POTENCIA:

FM 97.7 MHz. 25,000 Watts

NUESTRA COBERTURA:

- Manzanillo y Costa Alegre. (Costa Alegre: Melaque, Barra de Navidad, Tenacatita, Careyes, La Manzanilla.)
- Colima: Armería, Tecomán.

Manzanillo, Colima

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
06:00	10:00	EN LOS TIEMPOS DE LA RADIO	OSCAR MARIO BETETA
10:00	11:00	FORMULA MUSICAL	
11:00	11:30	COSMO FORMULA	EFRAIN DIAZ GUTIERREZ
11:30	13:00	FORMULA MUSICAL	
13:00	13:30	MANZANILLO NEWS NOW NOTICIERO ESPANOL-INGLES	GABRIELA FLORES CHAVEZ
13:30	15:30	LÓPEZ DÓRIGA	JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA
15:30	17:00	FORMULA MUSICAL	
17:00	18:00	LA FORMUA ES...	RAUL ORVANANOS
18:00	20:00	FORMULA MUSICAL	
20:00	21:00	FORMULA FINANCIERA	MARI CARMEN CORTES Y COLABORADORES
21:00	22:00	FORMULA MUSICAL	
22:00	24:00	LA MANO PELUDA INVESTIGACION	GEORGINA AVILÉS E IGNACIO MUÑOZ

Monclova, Coahuila

Desde mayo de 1966, Don Melchor Sánchez Dovalina funda la primera estación de radio en la banda de Frecuencia Modulada, con las siglas XHMS FM 99.5 MHz, en la Ciudad de Monclova, Coahuila, México.

Durante los primeros años, su programación fue principalmente de música clásica e instrumental, con grandes orquestas, boleros y tríos de la época.



Monclova, Coahuila

En el año de 1976 comienza una nueva época de la FM, bajo la dirección de la hija mayor del fundador, Lic. Irasema Sánchez de la Fuente y su esposo Ing. Jesús Efraín Rodríguez Salazar; quienes modifican la programación introduciendo los éxitos juveniles del momento nacionales e internacionales.

Fue a principios de los 80 cuando la estación tomó el nombre de ***“Súper FM 99.5”*** .

En la actualidad somos una empresa radiofónica con mas de 50 años de experiencia en nuestra ciudad.

¡Somos "La Familia *Súper FM*"!



Monclova, Coahuila

Noticiero “Por la mañana” con **Ciro Gómez Leyva** de 8 a 10 a.m. de Lunes a Viernes en cadena nacional con Radio Fórmula.

Cobertura: Nuestra señal se escucha en la región centro del estado de Coahuila: **Monclova, Frontera, Castaños, San Buena Ventura, Nadadores, Sacramento, La Madrid, Cuatrociénegas, Ocampo, Progreso, Abasolo y Candela**, Coahuila.

Monclova, Coahuila

Programación de lunes a viernes

HORARIO	PROGRAMA	GENERO	TITULAR
6:00 A 7:00	MUSICA	POP ESPAÑOL	DIEGO GALARZA
7:00 A 8:00	HABLEMOS	COMENTARIOS Y ENTREVISTAS	LIC. PABLO A. ROMO
8:00 A 10:00	POR LA MAÑANA	NOTICIAS NACIONALES	CIRO GOMEZ LEYVA
10:00 A 10:45	AÑORANZAS	ROMANTICO ESPAÑOL	DIEGO GALARZA
10:45 A 11:30	LATINO HITS	POP ESPAÑOL	SHANTI BRISEÑO
11:30 A 12:15	RETRO MUSIC	POP ESPAÑOL 80'S Y 90'S	IRASEMA RODRIGUEZ
12:15 A 12:30	UNOS MINUTOS CONTIGO	REFLEXIONES Y ENTREVISTAS	LIC. IRASEMA SANCHEZ
12:30 A 13:30	MEXICANISIMO	MUSICA MEXICANA Y ENTREVISTAS	LIC. IRASEMA SANCHEZ
13:30 A 14:00	PLACERES	MUSICA TROVA	SHANTI BRISEÑO
14:00 A 15:00	RADIO MEDIOS NOTICIAS	NOTICIAS	LIC. FATIMA GAONA

Monclova, Coahuila

Programación de lunes a viernes

HORARIO	PROGRAMA	GENERO	TITULAR
15:00 A 17:00	PROGRAMACION MUSICAL	HITS ESPAÑOL INGLES	DIEGO GALARZA
17:00 A 18:00	RED 99	TENDENCIAS TECNOLOGICAS	DIEGO GALARZA
18:00 A 18:30	INFORMATIVO 99	NOTICIAS EN BREVE	LIC. IRASEMA SANCHEZ
18:30 A 19:00	PROGRAMA EXCLUSIVO	HITS Y TENDENCIAS DE LA MODA	SHANTI BRISEÑO
19:00 A 20:00	GALERIAS	MUSICA Y COMENTARIOS	SHANTI BRISEÑO
20:00 A 22:00	PROGRAMACION MUSICAL	HITS INGLES	DANIEL MONTEMAYOR "DJ GOKU"
22:00 A 24:00	BEAT 99	MUSICA MEZCLADA	DANIEL MONTEMAYOR "DJ GOKU"
24:00 A 06:00	FLASH BACK	MUSICA EN INGLES 70'S, 80'S Y 90'S	SECUENCIADOR DIGITAL

Saltillo, Coahuila

“La Primera 88.9” Somos la emisora líder en Saltillo, pues contamos con los mejores contenidos locales, además de contar con noticieros nacionales, lo que nos caracteriza como una emisora que garantiza alta efectividad comercial.

Cubrimos los niveles A, B y C



LaPrimera
XHAJ 88.9FM
Unificando criterios



Saltillo, Coahuila

En *“La Primera 88.9”* cubrimos: Saltillo, Galeana, Arteaga, General Cepeda, Los Lirios, Concepción del Oro Zacatecas, Ramos Arizpe, Parras de la Fuente, San Roberto.

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
05:40	07:00	LA CIUDAD AL DESPERTAR	SAMANTHA ESCOBEDO
07:00	09:00	CIRO POR LA MAÑANA	CIRO GÓMEZ LEYVA
09:00	10:00	INFORME 88.9	JAVIER HERNANDEZ
10:00	11:00	NUESTRO MUNDO	JOSE TORRES
11:00	12:30	TRIBUNA DE COAHUILA	LIC. FRANCISCO TREVIÑO GRANDOS
12:30	13:00	LA CIUDAD POR LA TARDE	JOSE A GONZALEZ
13:00	13:30	VIDA SALUDABLE	DRA. LOALY PEREZ
13:30	15:30	LÓPEZ DÓRIGA	JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA
15:30	16:00	CRITERIOS	RODOLFO PAMANES
16:00	17:00	ZONA DE NEGOCIOS	JAVIER MEDINA PASTEN
17:00	17:30	MÚSICA	
17:30	18:00	ENCUENTRO CON LOS DEPORTES	JOSE LUIS DAVILA
18:00	19:00	PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO (UNO DIFERENTE CADA DÍA)	
19:00	21:00	NADA PERSONAL	JOSE A . GONZALEZ
21:00	22:00	PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO (UNO DIFERENTE CADA DÍA)	

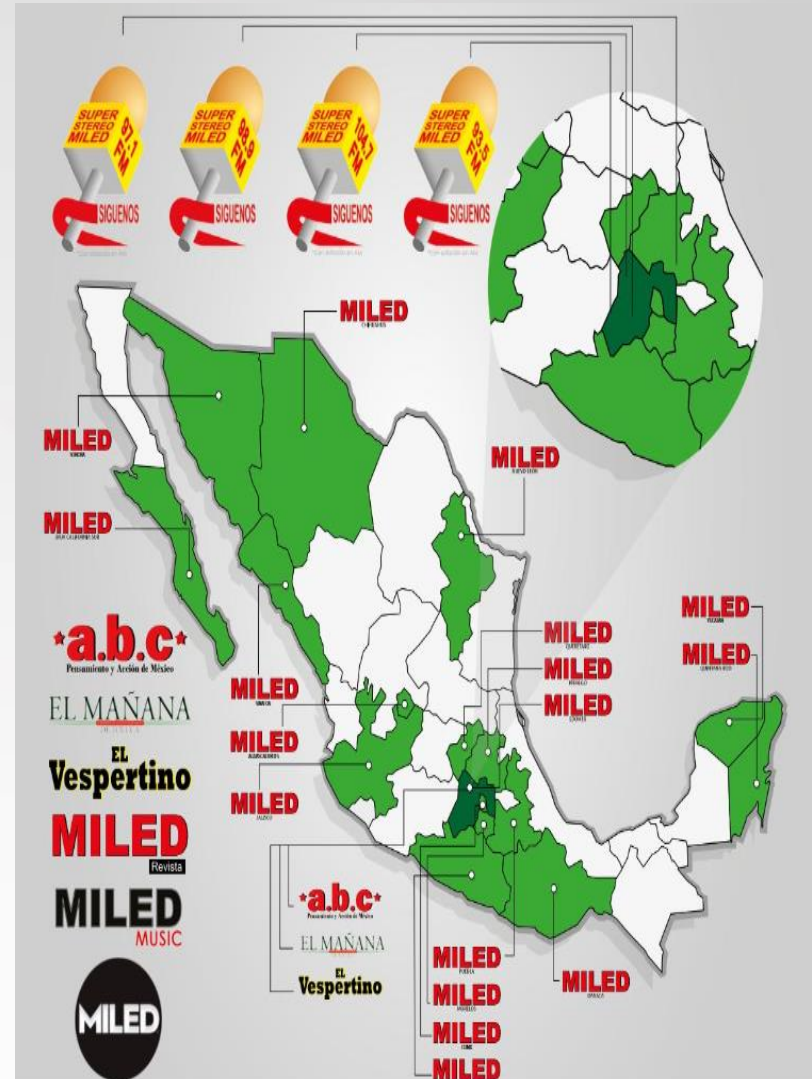
Toluca, Estado de México

“*Súper Stereo Miled*” es un grupo de radiodifusoras líderes en las ciudades de Toluca, Atlacomulco, Valle de Bravo en el Estado de México y Tulancingo, Hidalgo. Somos un equipo de profesionales en la comunicación, que desarrolla en nuestras transmisiones un concepto moderno y vanguardista. Logrando ser un enlace perfecto entre nuestros clientes y auditorio. En *Súper Stereo Miled* ofrecemos los elementos necesarios para el desarrollo de campañas publicitarias, al ofrecer servicios de producción, post-producción, transmisión de spots, controles remotos y patrocinio de programas especiales.



TOLUCA | 98.9 FM Penetración en niveles B, C y D • Música en Ingles Pop
Resúmenes noticiosos cada hora y Noticieros en VIVO

Cobertura: Nuestra señal cubre el Estado de México en lugares como: - Almoloya de Juárez



- Atizapan de Zaragoza
- Calimaya
- Capulhac
- Huixquilucan
- Lerma
- Malinalco
- Metepec
- Mexicalcingo
- Naucalpan de Juárez
- Ocoyoacac
- Xonacatlan
- Tenancingo
- Tenango
- Temoaya

Toluca, Estado de México

Programación de lunes a viernes

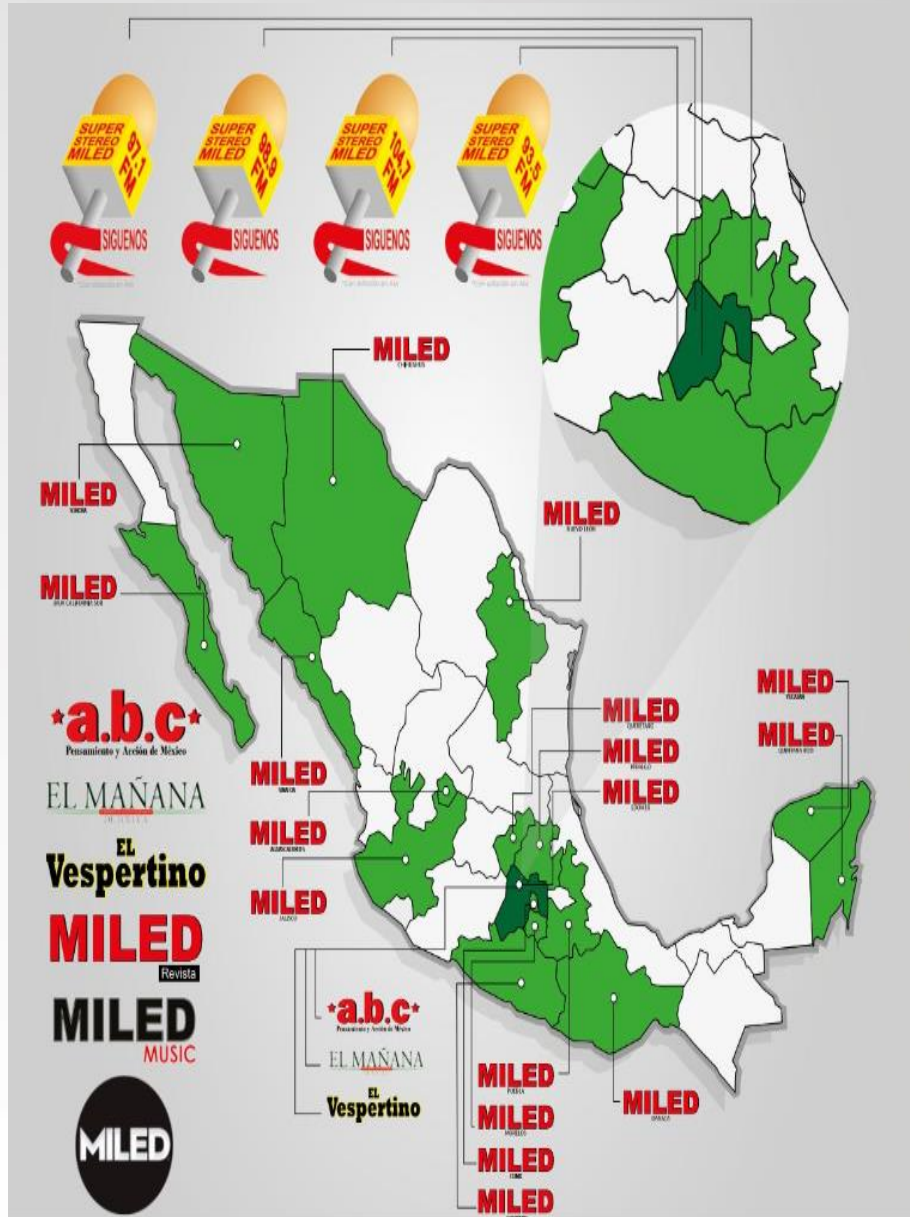
HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
06:00	07:00	PROGRAMACION MUSICAL EN ESPAÑOL POP	
07:0	09:00	NOTICIERO MATUTINO CON CIRO GOMEZ LEYVA	CIRO GOMEZ LEYVA
09:00	10:00	PROGRAMA DE MEDICINA NATURAL (ROSHER)	FLORENTINO ROSAS HERNANDEZ
10:00	11:00	PROGRAMACIÓN DE MEDICINA NATURAL	KEVIN AVILA ESTEVEZ
11:00	12:00	PROGRAMA MEDICINA NATURAL (BIORENOVA)	ROBERTO CHIAHUANTITLA
12:00	16:00	PROGRAMA INFORMATIVO LINEA EN ALTA TENSION	CHRISTIAN MOLINA MARTINEZ
16:00	18:00	PROGRAMA MUSICAL LOS ESPECIALES DE SUPER STEREO MILED	
18:00	20:00	NOTICIERO INFORMATIVO CON PEPE CARDENAS	PEPE CARDENAS
20:30	21:00	NOTICIERO LINEA EN ALTA TENSION	CHRISTIAN MOLINA MARTINEZ
21:00	06:00	PROGRAMACION MUSICA TROPICAL Y GRUPERO	

Atacomulco, Estado de México

“*Súper Stereo Miled*” es un grupo de radiodifusoras líderes en las ciudades de Toluca, Atacomulco, Valle de Bravo en el Estado de México y Tulancingo, Hidalgo. Somos un equipo de profesionales en la comunicación, que desarrolla en nuestras transmisiones un concepto moderno y vanguardista, logrando ser un enlace perfecto entre nuestros clientes y auditorio. En *Súper Stereo Miled* ofrecemos los elementos necesarios para el desarrollo de campañas publicitarias, al ofrecer servicios de producción, post-producción, transmisión de spots, controles remotos y patrocinio de programas especiales.



Atacomulco | 104.7 FM Penetración en niveles B, C y D • Música en Inglés y pop
Resúmenes noticiosos cada hora y noticieros en vivo



Resúmenes noticiosos cada hora y noticieros en vivo.

Cobertura: Nuestra señal cubre el centro de la republica mexicana, siendo así el único grupo radiofónico del Estado de México e Hidalgo en tener una cobertura total.

Atlacomulco, Estado de México

Programación de lunes a viernes

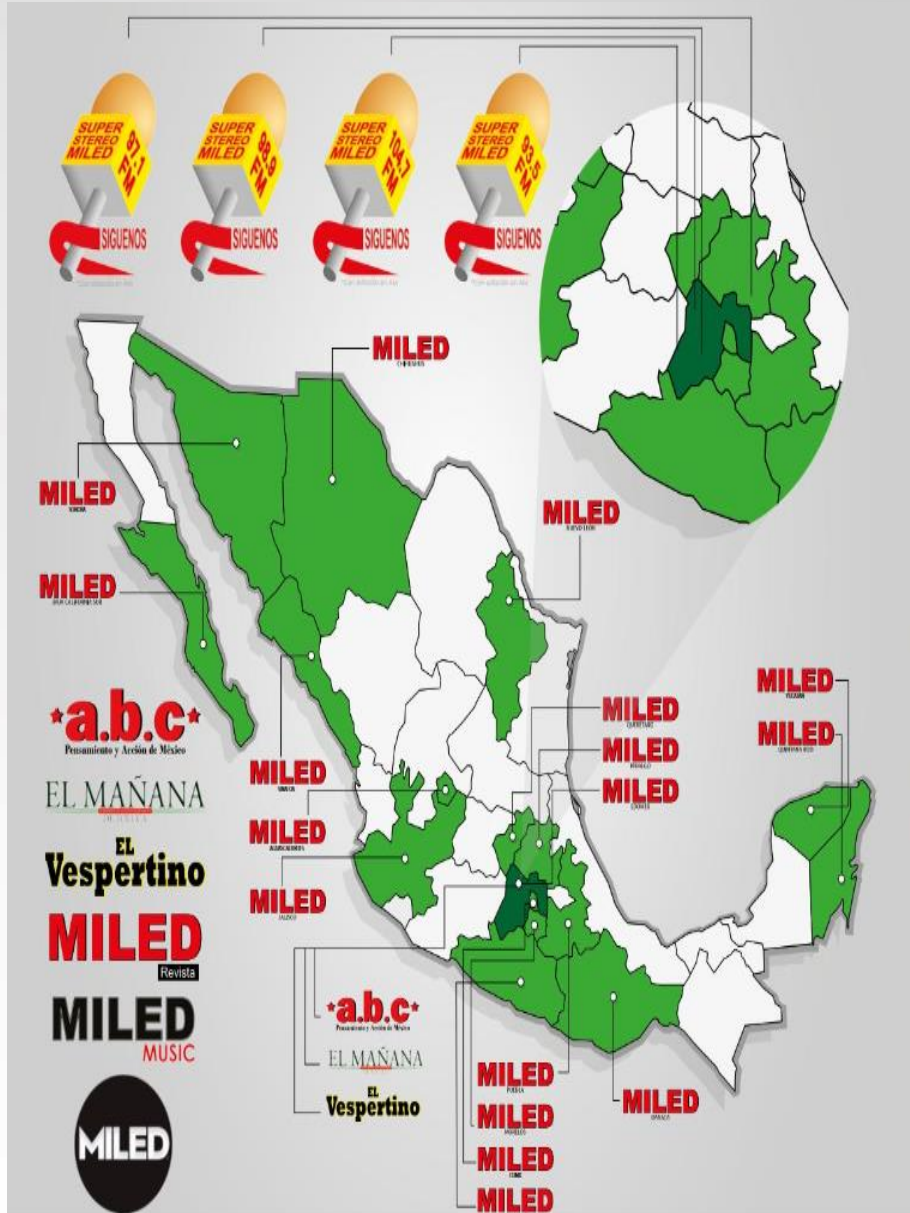
HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
06:00	07:00	PROGRAMACION MUSICAL EN ESPAÑOL POP	
07:0	09:00	NOTICIERO MATUTINO CON CIRO GOMEZ LEYVA	CIRO GOMEZ LEYVA
09:00	10:00	PROGRAMA DE MEDICINA NATURAL (ROSHER)	FLORENTINO ROSAS HERNANDEZ
10:00	11:00	PROGRAMACIÓN DE MEDICINA NATURAL	KEVIN AVILA ESTEVEZ
11:00	12:00	PROGRAMA MEDICINA NATURAL (BIORENOVA)	ROBERTO CHIAHUANTITLA
12:00	16:00	PROGRAMA INFORMATIVO LINEA EN ALTA TENSION	CHRISTIAN MOLINA MARTINEZ
16:00	18:00	PROGRAMA MUSICAL LOS ESPECIALES DE SUPER STEREO MILED	
18:00	20:00	NOTICIERO INFORMATIVO CON PEPE CARDENAS	PEPE CARDENAS
20:30	21:00	NOTICIERO LINEA EN ALTA TENSION	CHRISTIAN MOLINA MARTINEZ
21:00	06:00	PROGRAMACION MUSICA TROPICAL Y GRUPERO	

Valle de Bravo, Estado de México

“*Súper Stereo Miled*” es un grupo de radiodifusoras líderes en las ciudades de Toluca, Atlacomulco, Valle de Bravo en el Estado de México y Tulancingo, Hidalgo. Somos un equipo de profesionales en la comunicación, que desarrolla en nuestras transmisiones un concepto moderno y vanguardista. Logrando ser un enlace perfecto entre nuestros clientes y auditorio. En Súper Stereo Miled ofrecemos los elementos necesarios para el desarrollo de campañas publicitarias, al ofrecer servicios de producción, post-producción, transmisión de spots, controles remotos y patrocinio de programas especiales.



Valle de Bravo | 93.5 FM penetración en niveles B, C y D • música en Inglés y pop
Resúmenes noticiosos cada hora y noticieros en vivo



Resúmenes noticiosos cada hora y noticieros en vivo.

Cobertura: Nuestra señal cubre el centro de la republica mexicana, siendo así el único grupo radiofónico del Estado de México e Hidalgo en tener una cobertura total.

Valle de Bravo, Estado de México

Programación de lunes a viernes

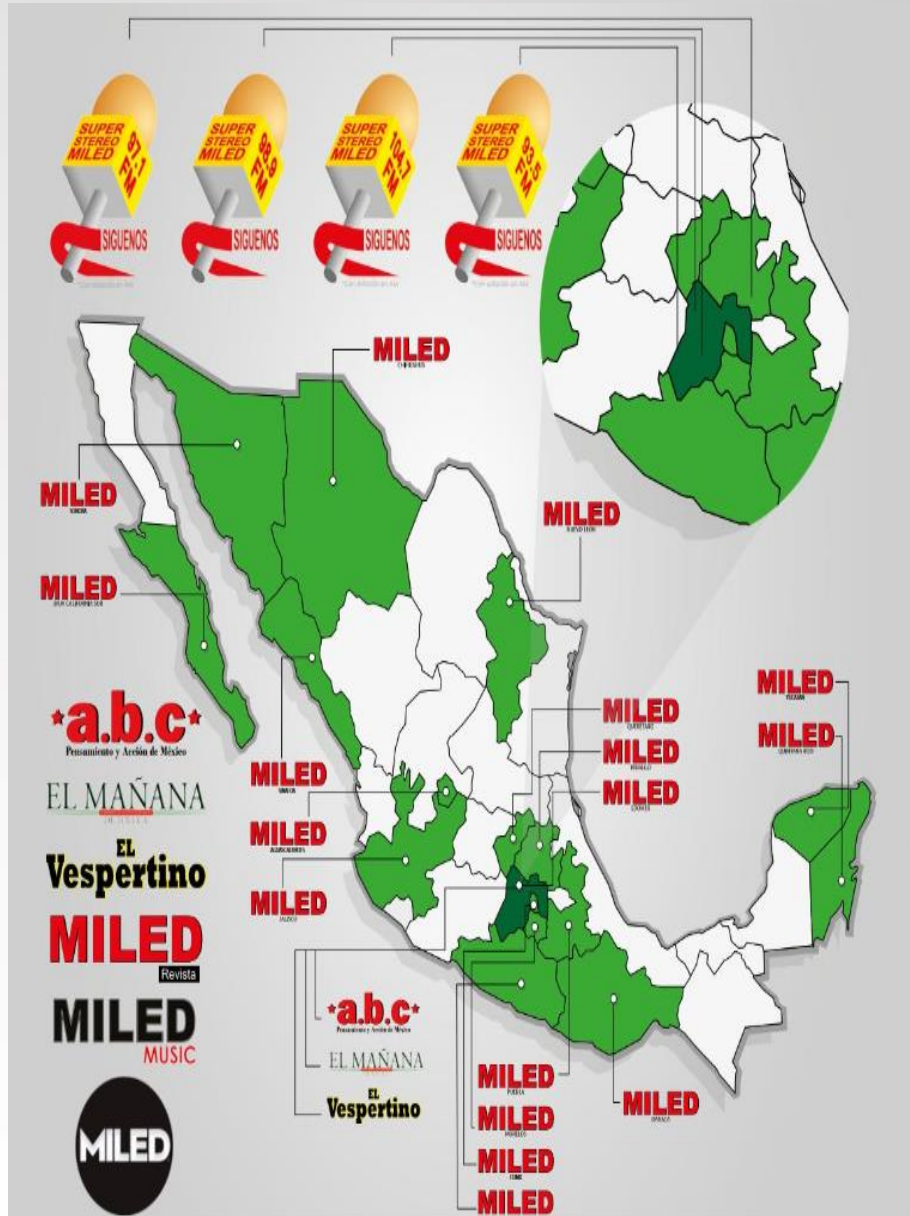
HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
06:00	07:00	PROGRAMACION MUSICAL EN ESPAÑOL POP	
07:0	09:00	NOTICIERO MATUTINO CON CIRO GOMEZ LEYVA	CIRO GOMEZ LEYVA
09:00	10:00	PROGRAMA DE MEDICINA NATURAL (ROSHER)	FLORENTINO ROSAS HERNANDEZ
10:00	11:00	PROGRAMACIÓN DE MEDICINA NATURAL	KEVIN AVILA ESTEVEZ
11:00	12:00	PROGRAMA MEDICINA NATURAL (BIORENOVA)	ROBERTO CHIAHUANTITLA
12:00	16:00	PROGRAMA INFORMATIVO LINEA EN ALTA TENSION	CHRISTIAN MOLINA MARTINEZ
16:00	18:00	PROGRAMA MUSICAL LOS ESPECIALES DE SUPER STEREO MILED	
18:00	20:00	NOTICIERO INFORMATIVO CON PEPE CARDENAS	PEPE CARDENAS
20:30	21:00	NOTICIERO LINEA EN ALTA TENSION	CHRISTIAN MOLINA MARTINEZ
21:00	06:00	PROGRAMACION MUSICA TROPICAL Y GRUPERO	

Tulancingo, Hidalgo.

“*Súper Stereo Miled*” es un grupo de radiodifusoras líderes en las ciudades de Toluca, Atlacomulco, Valle de Bravo en el Estado de México y Tulancingo, Hidalgo. Somos un equipo de profesionales en la comunicación, que desarrolla en nuestras transmisiones un concepto moderno y vanguardista. Logrando ser un enlace perfecto entre nuestros clientes y auditorio. En *Súper Stereo Miled* ofrecemos los elementos necesarios para el desarrollo de campañas publicitarias, al ofrecer servicios de producción, post-producción, transmisión de spots, controles remotos y patrocinio de programas especiales.



Tulancingo | 97.1 FM penetración en niveles B, C y D • música en Inglés pop
resúmenes noticiosos cada hora y noticieros en vivo



Resúmenes noticiosos cada hora y noticieros en vivo.

Cobertura: Nuestra señal cubre el centro de la republica mexicana, siendo así el único grupo radiofónico del Estado de México e Hidalgo en tener una cobertura total.

Tulancingo, Hidalgo

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
06:00	07:00	PROGRAMACION MUSICAL EN ESPAÑOL POP	
07:0	09:00	NOTICIERO MATUTINO CON CIRO GOMEZ LEYVA	CIRO GOMEZ LEYVA
09:00	10:00	PROGRAMA DE MEDICINA NATURAL (ROSHER)	FLORENTINO ROSAS HERNANDEZ
10:00	11:00	PROGRAMACIÓN DE MEDICINA NATURAL	KEVIN AVILA ESTEVEZ
11:00	12:00	PROGRAMA MEDICINA NATURAL (BIORENOVA)	ROBERTO CHIAHUANTITLA
12:00	16:00	PROGRAMA INFORMATIVO LINEA EN ALTA TENSION	CHRISTIAN MOLINA MARTINEZ
16:00	18:00	PROGRAMA MUSICAL LOS ESPECIALES DE SUPER STEREO MILED	
18:00	20:00	NOTICIERO INFORMATIVO CON PEPE CARDENAS	PEPE CARDENAS
20:30	21:00	NOTICIERO LINEA EN ALTA TENSION	CHRISTIAN MOLINA MARTINEZ
21:00	06:00	PROGRAMACION MUSICA TROPICAL Y GRUPERO	

Puerto Vallarta, Jalisco

“La Explosiva”: somos la primera opción como medio de comunicación en la región, para nuestros radio escuchas y clientes. Desarrollamos productos que permiten la participación ciudadana, con la firme convicción de ofrecer una excelente programación, transmitiendo los mejores noticieros regionales y nacionales. Tenemos originales programas de entretenimiento y una gran selección musical que se adecua a todos los gustos y las edades.





Puerto Vallarta, Jalisco, Baja California
Cobertura

Puerto Vallarta, Jalisco

Programación de lunes a viernes

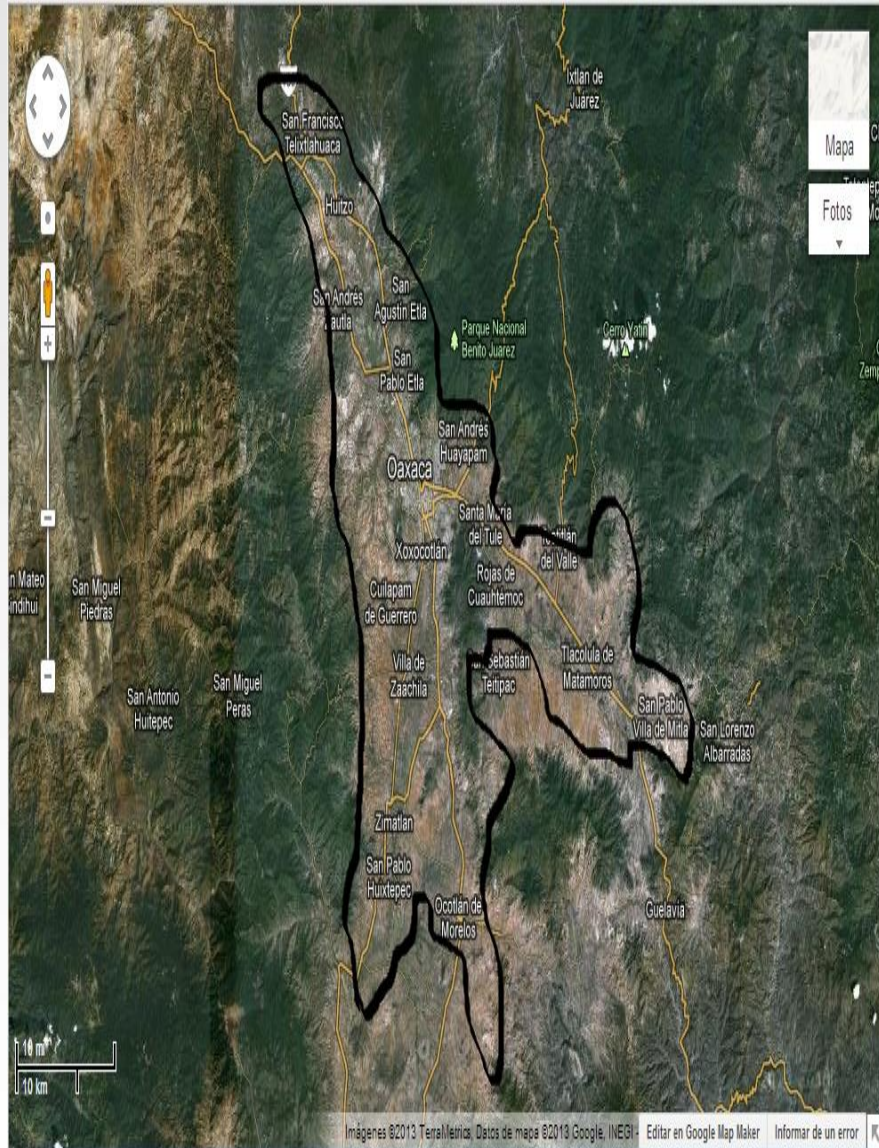
HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
06:00	07:00	MÚSICA “ACTÍVATE”	
07:00	10:00	NOTICIAS EL FARO	
10:00	12:00	MÚSICA	RICHARD & EL BIBI
12:00	13:30	MÚSICA	MIRNA NAVARRO
13:30	15:30	MÚSICA	
15:30	17:00	MÚSICA CONTINUA	
17:00	18:00	MÚSICA	LA WERA PACHANGUERA
18:00	20:00	JOSÉ CÁRDENAS INFORMA	PEPE CÁRDENAS
20:00	24:00	MÚSICA	CHANO ESPARZA

Oaxaca, Oaxaca

Transmitiendo de 6:00 a 24:00 hrs. Con 25,000 watts de potencia en FM, abarcando toda la ciudad de Oaxaca y área metropolitana, así como las poblaciones de: Ixtlán, El Punto, Villa Alta, Sola de Vega, Cuicatlán, Tlaxiaco, Miahuatlán, Tlacolula, Ejutla, Zimatlán de Álvarez, San Pablo Huixtepec y poblaciones circunvecinas. Nuestra programación es de noticias, así como música balada pop en español de los años 70'S, 80'S y 90'S.



Perfil Oaxaca • penetración dirigida a las clases a b y c+ (clase alta y media) adecuada para todas las edades.



Transmitiendo de 6:00 a 24:00 hrs. Con 25,000 watts de potencia en FM, abarcando toda la ciudad de Oaxaca y área metropolitana, así como las poblaciones de: Ixtlán, El Punto, Villa Alta, Sola de Vega, Cuicatlán, Tlaxiaco, Miahuatlán, Tlacolula, Ejutla, Zimatlán de Álvarez, San Pablo Huixtepec y poblaciones circunvecinas; nuestra programación es noticias y balada pop en español de los años 70'S, 80'S y 90'S.

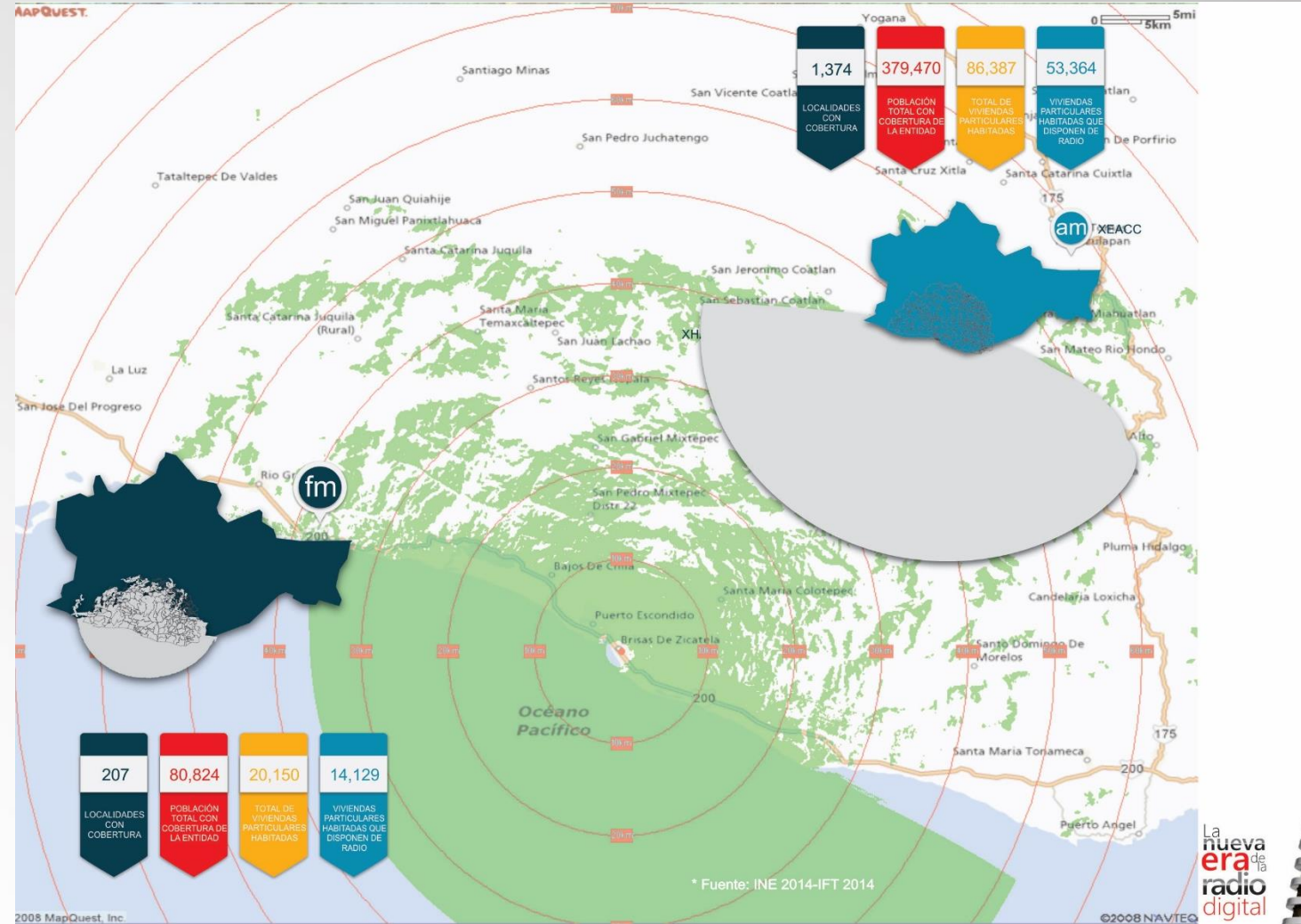
Oaxaca, Oaxaca

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
06:00	07:00	MÚSICA “ACTÍVATE”	
07:00	10:00	NOTICIAS EL FARO	
10:00	12:00	MÚSICA	RICHARD & EL BIBI
12:00	13:30	MÚSICA	MIRNA NAVARRO
13:30	15:30	MÚSICA	
15:30	17:00	MÚSICA CONTINUA	
17:00	18:00	MÚSICA	LA WERA PACHANGUERA
18:00	20:00	JOSÉ CÁRDENAS INFORMA	PEPE CÁRDENAS
20:00	24:00	MÚSICA	CHANO ESPARZA



Puerto Escondido, Oax



Puerto Escondido, Oaxaca

Programación		
LUNES A VIERNES	HORARIO	LOCUTOR
MADRUGON 93-TRES	00:00 a 05:00	OPERADOR
CON EL PIE DERECHO	05:00 a 09:00	MELECIO ARROYO
BUENOS DIAS 93-TRES... CON MARLA	09:0 a 11:00	MARLA JUAREZ
LA TUYA & LA MIA	11:00 a 13:00	MELECIO ARROYO
MD NOTICIA RADIO	13:00 a 15:00	MAURICIO D' RIOS REYNOSO
BUENA TARDE 93-TRES	15:00 a 18:00	JESSY RODRIGUEZ Y LEVY HERNANDEZ
JOSÉ CARDENAS INFORMA	18:00 a 20:00	JOSÉ CARDENAS (RADIO FORMULA)
ACUSTICA 93-TRES	20:00 a 22:00	GABY HERNANDEZ
CLASICOS DE AZUL CRISTAL FM	22:00 a 24:00	MARLENE BURGOS
SÁBADO	HORARIO	LOCUTOR
MADRUGON 93-TRES	00:00 a 05:00	OPERADOR
GUATZAPEADA 93-TRES	05:00 a 07:00	OPERADOR
LA TUYA & LA MIA	11:00 a 12:00	MELECIO ARROYO
BEACH 93 TRES	12:00 a 14:00	GABY HERNANDEZ
EL SHOW DEL DIABLO	14:00 a 16:00	VICENTE GARCIA
LOS AMANTES DEL PLAN/NETA	16:00 a 18:00	LIZ COVARRUBIAS
NOCHES DE ANTRO	18:00 a 24:00	BLADIMIR BARRITA
DOMINGO	HORA INICIO	LOCUTOR
DE TRES EN TRES	00:00 A 10:00	MAXIMO CANSECO
ESPECIALDES DEL 93.TRES	10:00 A 12:00	BLADIMIR BARRITA
CONCIERTO DE MEDIO DÍA	12:00 A 14:00	MAXIMO CANSECO
ESPECIALDES DEL 93.TRES	14:00 A 16:00	BLADIMIR BARRITA
ENTRE CUENTOS Y MARAVILLAS	16:00 A 17:00	ROBERTO MUÑIZ
ESPECIALDES DEL 93.TRES	17:00 A 22:00	BLADIMIR BARRITA
LA HORA NACIONAL	22:00 A 23:00	RTC
ESPECIALDES DEL 93.TRES	22:00 A 23:00	BLADIMIR BARRITA
MADRUGON 93-TRES	23:00 A 05:00	OPERADOR





Puebla, Puebla

Cinco radio es el grupo radiofónico más importante de la región de Puebla y Tlaxcala. Sus emisoras permiten llegar al target deseado. Cada barra programática está diseñada para captar la audiencia de mayor poder adquisitivo y cuenta con asesores publicitarios expertos en el mercado, capaces de desarrollar un planning eficaz.

En Puebla, **“Fórmula 1120”** es la única estación en la ciudad que transmite un exitoso formato de radio hablada, que por su riqueza en contenidos y oportunidad en la noticia, ha despertado el interés de todo el país. *Fórmula 1120*, una emisora con audiencia comprobada en el segmento A/B.



Resúmenes informativos cada hora en la hora.

Cobertura: Principales municipios y poblaciones en el estado de Puebla: Puebla, Villa Vicente Guerrero, Amozoc, Tepeaca, Cuautinchan, Tlaxcalancingo, Metepec, Atlixco, Coronango, Cholula, Huejotzingo, Chiautzingo, San Martín Texmelucan y San Salvador el Verde.

Cobertura principales municipios y poblaciones en el estado de Tlaxcala: Nativitas, Zacatelco y Papalotla.

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
01:00	05:30	MÚSICA DE CATÁLOGO	
05:30	07:00	FÓRMULA DETRÁS DE LA NOTICIA	RICARDO ROCHA
07:00	10:00	POR LAS MAÑANAS	CIRO GÓMEZ LEYVA
10:00	11:30	JAVIER POZA EN FÓRMULA	JAVIER POZA
11:30	13:00	LA TAQUILLA	RENÉ FRANCO
13:00	13:30	LA UNA	VARIOS COLABORADORES
13:30	15:30	LÓPEZ DÓRIGA	JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA
15:30	17:00	RUIZ HEALY	EDUARDO RUIZ HEALY
17:00	18:00	LA FÓRMULA ES...	RAUL ORVAÑANOS
18:00	20:00	JOSÉ CÁRDENAS INFORMA	PEPE CÁRDENAS
20:00	22:00	FÓRMULA FINANCIERA	MARICARMEN CORTES, JOSÉ YUSTE, MARCO A. MARES
22:00	23:00	TENDENCIAS	PEI GARZA
23:00	01:00	ESTILO DE VIDA	GERARDO MEDINA

HORARIOS	SABADO
00:00 a 06:00	PROGRAMACION MUSICAL MUSICA DE CATALOGO
06:00 a 07:00	ESTILO DE VIDA GERARDO MEDINA
07:00 a 09:00	FORMULA NOTICIAS JAIME NUÑEZ
09:00 a 10:00	LA MUJER ACTUAL JANETT ARCEO
10:00 a 12:00	SALUD Y BELLEZA ALFREDO PALACIOS
12:00 a 14:00	TODO PARA LA MUJER MAXINE WOODSIDE
14:00 a 15:00	FORMULA NOTICIAS MANUEL FERERGRINO
15:00 a 16:00	LOPEZ - DORIGA JOAQUIN LOPEZ DORIGA
16:00 a 17:00	LA HISTORIA QUE QUIERO VIVIR JOSE MANUEL VILLALPANDO
17:00 a 18:00	MUJERES MEJORANDO EL MUNDO IRENE MORENO MARIA TERESA AVIÑA
18:00 a 20:00	JOSE CARDENAS INFORMA JOSE CARDENAS
20:00 a 21:00	FRENTE A FRENTE LOLITA DE LA VEGA
21:00 a 22:00	FUEGO CRUZADO EDUARDO RUIZ HEALY
22:00 a 22:30	CIELO Y MOVIMIENTO ANDREA VALERIA
22:30 a 24:00	ESTILO DE VIDA GERARDO MEDINA

HORARIOS	DOMINGO
00:00 a 06:00	PROGRAMACION MUSICAL MUSICA DE CATALOGO
06:00 a 07:00	ESTILO DE VIDA GERARDO MEDINA
07:00 a 09:00	FORMULA NOTICIAS JAIME NUÑEZ
09:00 a 10:00	LA MUJER ACTUAL JANETT ARCEO
10:00 a 12:00	SALUD Y BELLEZA ALFREDO PALACIOS
12:00 a 14:00	TODO PARA LA MUJER MAXINE WOODSIDE
14:00 a 15:00	FORMULA NOTICIAS JUAN FRANCISCO ROCHA
15:00 a 16:00	LOPEZ - DORIGA JOAQUIN LOPEZ DORIGA
16:00 a 17:00	FORMULA FIN DE SEMANA MANUEL FERERGRINO
17:00 a 18:00	LA FORMULA ES... RAUL ORVAÑANOS
18:00 a 20:00	INFORMA CON JUAN FRANCISCO ROCHA JUAN FRANCISCO ROCHA
20:00 a 21:00	MARU ROJAS EN FORMULA MARU ROJAS
21:00 a 22:00	FORMULA TAURINA HERIBERTO MURRIETA
22:00 a 23:00	HORA NACIONAL RTC
23:00 a 24:00	ESTILO DE VIDA GERARDO MEDINA

Puebla, Puebla

Programación Sábados y Domingos

Querétaro, Querétaro

Estación de música en Inglés con éxitos desde la década de los 70's hasta música actual. Cuenta con dos espacios noticiarios, uno en la mañana con **Ciro Gómez Leyva** y uno en la tarde con **Denise Maerker**, así como una barra nocturna de contenidos diversos. La selección de música está cuidadosamente programada para el estilo de vida de nuestros radioescuchas.

Programación de 19:00 a 20:00hrs



Kiss FM va dirigida a nivel A, B, C + representando el 35% de la población de la ciudad de Querétaro











“Kiss FM” se escucha en el estado de Querétaro y sus alrededores.

San Miguel de Allende, Comonfort, Celaya, Cortázar, Salvatierra, Apaseo el Grande, Apaseo el Alto, Zamorano Colón, Bernal, Cadereyta, Ezequiel Montes, Tequisquiapan, San Juan del Río, Huichapan, Pedro Escobedo, Villa Corregidora



Querétaro, Querétaro

Programación de lunes a domingo

HORA	LUNES	MARTES	MIE	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	
06:00 - 07:00			MÚSICA					
07:00 - 10:00	* CIRO GÓMEZ LEYVA			Ciro Gómez Leyva por la mañana			MÚSICA 	
10:00 - 11:00			MÚSICA					
11:00 - 13:00		GOOD life		con Pilar Quiroga				
13:00 - 15:00	* DENISE MAERKER			Atando cabos con Denise Maerker		MÚSICA 	Diok Bartley's Classie Hit! (12 - 3 pm)	
15:00 - 17:00			MÚSICA					
17:00 - 19:00		Urban 92.7		con Everardo Camacho				
19:00 - 20:00	QRO. BUSINESS NEWS	MENTES CON INICIATIVA	PESOS Y CENTAVOS	RADIO SPORTIVA	EN POSITIVO		MÚSICA 	
20:00 - 21:00		THE CLASSIC COUNTDOWN						
21:00 - 22:00		MÚSICA						
22:00 - 24:00		KISS NIGHT					HORA NACIONAL (22:00 - 22:30pm)	
24:00 - 6:00			MÚSICA					MÚSICA 



San Luis Río Colorado, Sonora

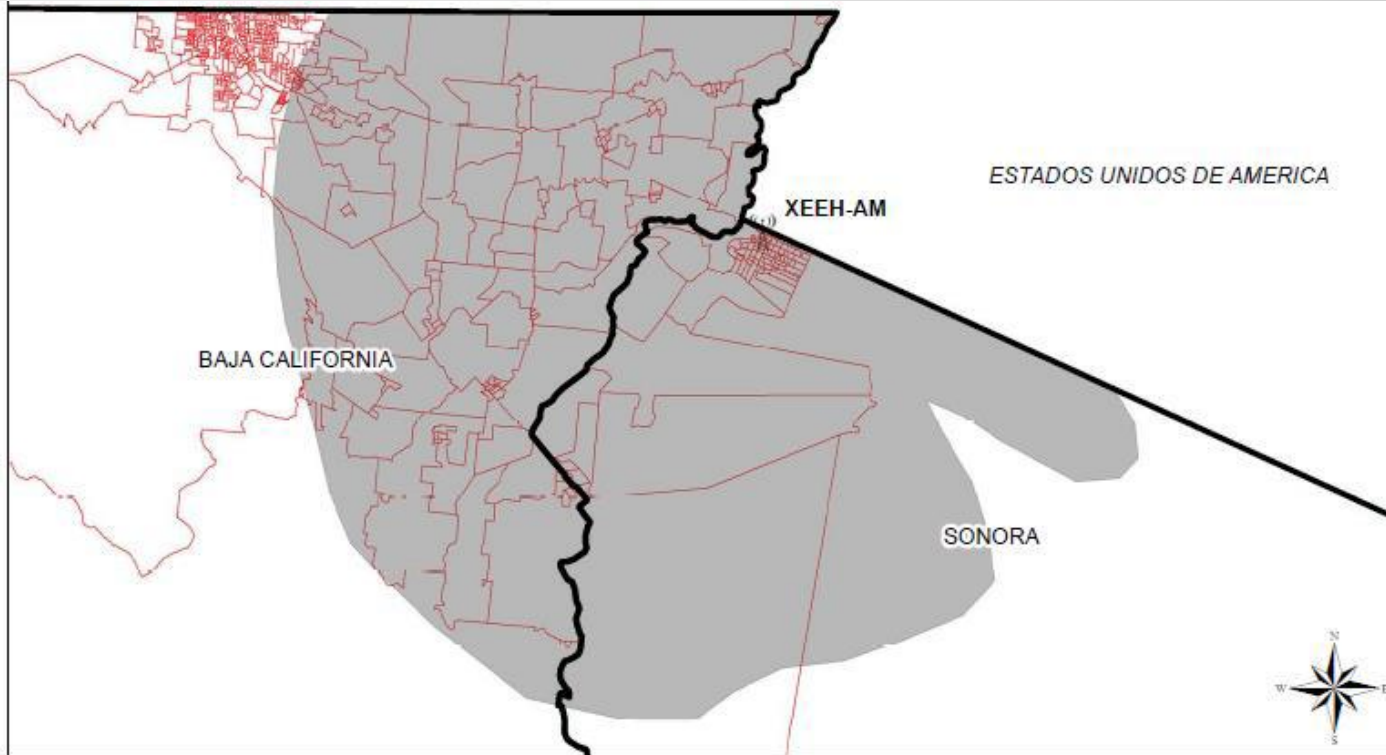
Una radio renovada desde ahora y de la mano de su producto, negocio o marca **“La Primera 1520 AM”**, ya está presente en San Luis Río Colorado y la región para brindarle el servicio y la calidad radial que usted y su negocio merecen.

Nuestros más de 40 años de experiencia en el mercado y el redimensionamiento de nuestra estación de radio, le brindan la confianza y solidez para que juntos obtengamos el éxito que su negocio o producto necesita.

Hoy, con una nueva actitud, asumida por la actual dirección de *CYYMA Radio y La Primera 1520 AM*, proponemos una nueva opción con un estilo diferente de hacer radio.





CYYMA
RADIO / COMUNICACIÓN / PUBLICIDAD




Entidad Origen	Siglas	Entidades con Cobertura	Secciones Cubiertas	Secciones de la Entidad	Porcentaje de Secciones	Padrón	Lista Nominal
Sonora	XEEH-AM	Sonora	240	90	37.50	146,200	130,318
Sonora	XEEH-AM	Baja California	240	150	62.50	238,118	216,904

Simbología

 ANTENA EMISORA

 COBERTURAAM

 SECCIÓN

La primera 1520 transmisión: 24 horas

Noticias nacionales:
Ciro Gómez Leyva / 06:00 - 08:00 am
Noticias locales:
despierta san luis / 08:00 - 09:00 am

Áreas de influencia:
(Sonora, Baja California, California y Arizona)

- San Luis Río Colorado, Sonora (frontera)
- San Luis, Arizona
 - Somerton, Arizona
 - Yuma, Arizona y Condado
 - Los Algodones Baja California
 - Cd. Morelos Baja California
 - Algodones Baja California (frontera)
 - Valles de San Luis y Mexicali

San Luis Río Colorado, Sonora

Programación de lunes a viernes Horario Local

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
00:00	06:00	PROGRAMACION MUSICAL	MUSICAL
06:00	08:00	CIRO POR LA MAÑANA	CIRO GÓMEZ LEYVA
08:00	09:00	DESPIERTA SAN LUIS	MARTIN ADRIAN SANDOVAL
09:00	13:00	PROGRAMACIÓN MUSICAL	ELVIA ARMIDA ENCINAS
13:00	14:00	NOTICIERO EN PUNTO	JOSE BRACAMONTES DUARTE
14:00	19:30	PROGRAMACIÓN MUSICAL	MARTIN ADRIAN SANDOVAL
17:30	23:00	BASEBOL / CONTROL REMOTO	ALVARO COLOSIO Y JUAN TORRES
23:00	24:00	PROGRAMACION MUSICAL	MUSICAL

Los Mochis, Sinaloa

Grupo Chávez Radio es un grupo de radiodifusoras líderes en el norte de Sinaloa con plazas en Los Mochis, Guasave y Guamúchil; con un equipo de profesionales en la comunicación, que desarrolla en nuestras transmisiones un concepto moderno y vanguardista. Logrando ser un enlace perfecto entre nuestros clientes y el auditorio.

 **GRUPO CHAVEZ**
R A D I O



En *Grupo Chávez Radio* ofrecemos los elementos necesarios para el desarrollo de campañas publicitarias, al ofrecer servicios de producción, post-producción, transmisión de spots, controles remotos y patrocinio de programas especiales.



Cobertura interestatal con: todo el norte de Sinaloa, Baja California Sur, de Mazatlán a Guaymas, sierra de Chihuahua y Durango.

Perfil de la estación xhtnt – radio 65 / 106.5 fm

Penetración en niveles b, c y d.

100% radio hablada

Noticieros en vivo y resúmenes noticiosos cada hora.

Sábados con música de catálogo del género grupero, norteña y banda.

Domingos programas sociales y religiosos.

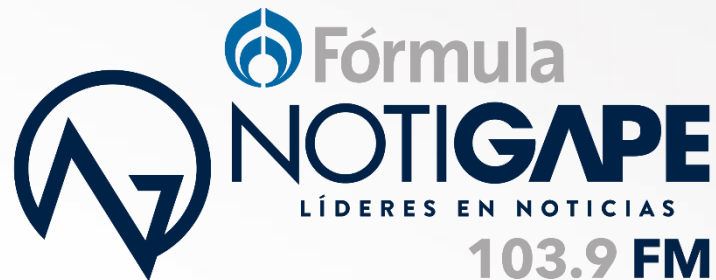
Los Mochis, Sinaloa

Programación de lunes a viernes Horario Local

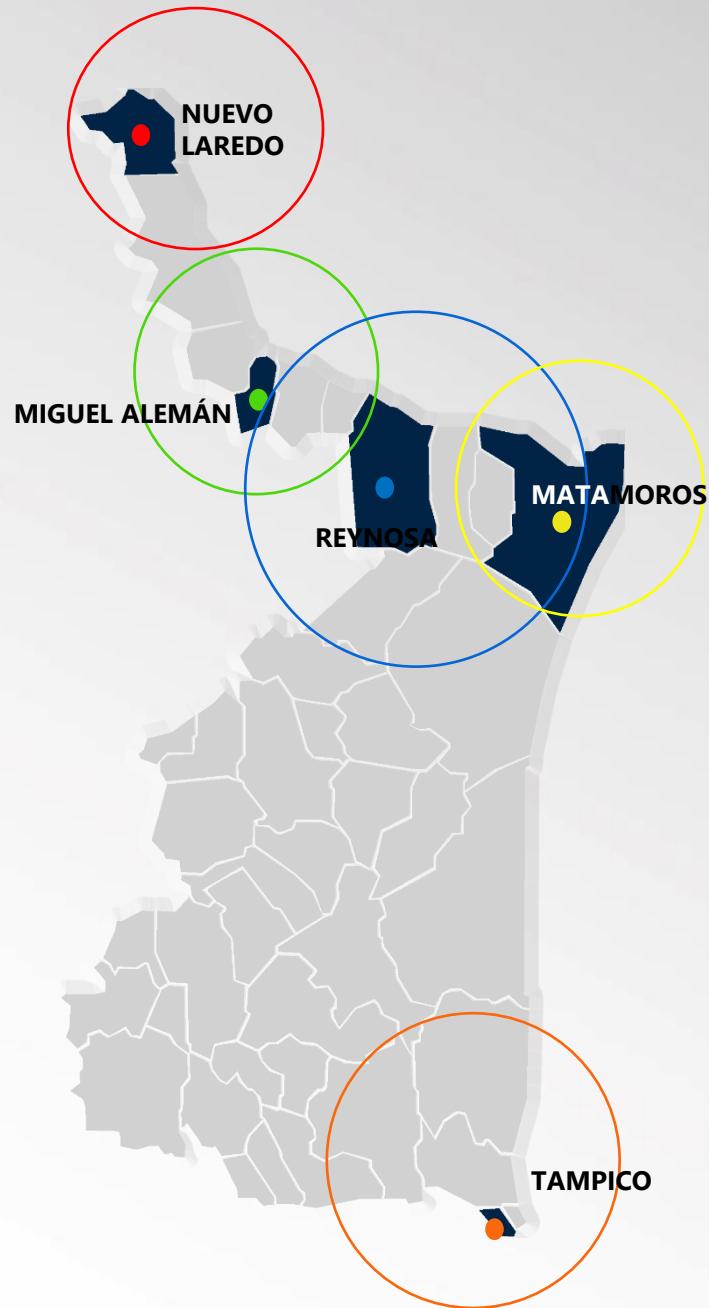
HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
04:00	06:00	BUENOS DÍAS YARDEROS	ALBERTO GUERREO "EL FOGATERO"
06:00	09:00	NOTICIERO ALTAVOZ	CARLOS COTA
09:00	11:00	EL RINCÓN NORTEÑO	ALBERTO GUERRERO
11:00	12:00	LA VOZ DEL RADIOESCUCHA	MANUEL HERNÁNDEZ
12:00	13:00	GENEROSIDAD EN RADIO	FLOR TRASVIÑA Y EVELIA GÁLVEZ
13:00	14:00	NOTICIERO ALTAVOZ 2ª EMISIÓN	
14:00	16:00	LÓPEZ DÓRIGA	JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA
16:00	17:00	DE CARNE Y HUESO	DULCINA PARRA Y ERICKA RUELAS
17:00	19:00	JOSÉ CÁRDENAS INFORMA	PEPE CÁRDENAS
19:00	22:00	GUARDIANES DE LA NOCHE	CARLOS COTA Y MANUEL HERNÁNDEZ
22:00	23:00	JOYAS VIVAS (MÚSICA DEL RECUERDO)	EMANUEL MALDONADO
23:00	04:00	¡HUEMAC AL AIRE!	

Tamaulipas

Corporadio Gape de Tamaulipas Somos una empresa que nos hemos dedicado, a través de 40 años, a estar comprometidos con un periodismo serio y de excelencia, dando a nuestros radioescuchas alternativas de comunicación efectivas y de alta calidad, por medio de contenidos de interés que los tiempos actuales exigen. *Corporadio Gape de Tamaulipas*, siempre a la vanguardia de la información, produciendo campañas publicitarias en nuestros canales y plazas: Mass media, social branding y marketing 2.0.



Actualmente tenemos presencia en Mcallen Tx., Brownsville Tx., Reynosa, Matamoros, Miguel Alemán, Nuevo Laredo y Tampico. Perfil penetración en niveles a y b • música en español e inglés.



Noticieros locales y nacionales en vivo.

Cobertura: nuestra señal abarca gran parte de la frontera tamaulipeca y la zona concurvada de Tampico, Madero y Altamira.

Cobertura: Nuevo Laredo, Miguel Alemán, Mier, Guerrero, Camargo, Díaz Ordaz, Reynosa, San Fernando, Río Bravo, Valle Hermoso, Matamoros, Méndez, Tampico, Cd. Madero, Altamira, González, Cd. Mante, Aldama, Pánuco, Ozuluama, Tantoyuca, El Higo, Tampico Alto, Cd. Valles, Ébano, Huejutla; y Gran Parte Del Valle Del Sur De Texas.

Nuevo Laredo, Tamaulipas 104.1 AM

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
00:00	07:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
08:00	10:00	POR LA MAÑANA	CIRO GÓMEZ LEYVA
09:00	10:00	NOTIGAPE ESTATAL 1ERA. EMISIÓN	MARTÍN SIFUENTES
10:00	11:00	LAS NOTICIAS CON...	GISELA DE HOYOS
11:00	12:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
12:00	13:00	LA TAQUILLA	RENÉ FRANCO
13:00	15:00	ATANDO CABOS	DENISE MAERKER
15:00	15:30	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
15:30	16:00	NOTIGAPE ESTATAL 2DA. EMISIÓN	ALCIDES MONTAÑO
16:00	17:00	CONTRA ATAQUE DEPORTIVO	RODOLFO VARGAS, LUIS GARCÍA, CHRISTIAN MARTINOLLI Y RAFAEL AYALA
17:00	20:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
20:00	21:00	MIENTRAS TANTO	HÉCTOR LEAL
21:00	22:00	LA MALDITA HORA	CALLO DE HACHA

Miguel Alemán, Tamaulipas 1430AM

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
22:00	06:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
06:00	08:00	NOTICIAS MVS	LUIS CÁRDENAS
08:00	10:00	POR LA MAÑANA	CIRO GÓMEZ LEYVA
10:00	11:00	NOTIGAPE ESTATAL 1ERA. EMISIÓN	MARTÍN SIFUENTES
11:00	13:00	¡QUÉ TAL FERNANDA!	FERNANDA FAMILIAR
13:00	13:30	LA UNA	VARIOS COLABORADORES
13:30	15:30	LÓPEZ DORIGA	JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA
15:30	16:00	NOTIGAPE ESTATAL 2DA. EMISIÓN	ALCIDES MONTAÑO
16:00	17:00	CONTRA ATAQUE DEPORTIVO	RODOLFO VARGAS, LUIS GARCÍA, CHRISTIAN MARTINOLLI Y RAFAEL AYALA
17:00	18:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
18:00	20:00	JOSÉ CÁRDENAS INFORMA	JOSÉ CÁRDENAS
20:00	21:00	EN FIRME	DAVID PARAMO
21:00	22:00	LA MALDITA HORA	CALLO DE HACHA

Reynosa, Tamaulipas 91.7FM

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
00:00	06:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
06:00	07:00	NOTICIAS MVS	LUIS CÁRDENAS
07:00	09:00	POR LA MAÑANA	CIRO GÓMEZ LEYVA
09:00	10:00	NOTIGAPE ESTATAL 1ERA. EMISIÓN	MARTÍN SIFUENTES
10:00	11:00	DE CERCA CON...	NIDIA ALANÍS
11:00	12:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
12:00	13:00	¡QUÉ TAL FERNANDA!	FERNANDA FAMILIAR
13:00	13:30	LA UNA	VARIOS COLABORADORES
13:30	15:30	LÓPEZ DORIGA	JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA
15:30	16:00	NOTIGAPE ESTATAL 2DA. EMISIÓN	ALCIDES MONTAÑO
16:00	18:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
18:00	20:00	JOSÉ CÁRDENAS INFORMA	JOSÉ CÁRDENAS
20:00	21:00	MIENTRAS TANTO	HÉCTOR LEAL
21:00	22:00	LA MALDITA HORA	CALLO DE HACHA
22:00	00:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA

Reynosa, Tamaulipas 1390AM

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
00:00	06:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
06:00	07:00	NOTICIAS MVS	LUIS CÁRDENAS
07:00	09:00	IMAGEN INFORMATIVA	PASCAL BELTRÁN DEL RÍO
09:00	10:00	NOTIGAPE ESTATAL 1ERA. EMISIÓN	MARTÍN SIFUENTES
10:00	11:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
11:00	12:00	REPORTE GAPE	HUGO REYNA
12:00	13:00	VISIÓN DE NOTICIAS	JAIME AGUIRRE Y COLABORADORES
13:00	15:00	ATANDO CABOS CON...	DENISE MAERKER
15:00	15:30	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
15:30	16:00	NOTIGAPE ESTATAL 2DA. EMISIÓN	ALCIDES MONTAÑO
16:00	17:00	CONTRA ATAQUE DEPORTIVO	LUIS GARCÍA, CHRISTIAN MARTINOLI, ANTONIO ROSIQUE Y RODOLFO VARGAS
17:00	18:00	MUNDO DEPORTIVO	ALBERTO GAMBOA Y FELIPE GALVÁN
18:00	18:30	TRASFONDO	JUAN SANTIAGO PEÑA
18:30	19:00	IMAGEN INFORMATIVA 3ERA. EMISIÓN	ESTEBAN ARCE
19:00	20:00	REPORTEROS EN LA MESA (LUNES)	LUIS ALONSO VÁZQUEZ Y MARTHA ISABEL ALVARADO
20:00	21:00	MIENTRAS TANTO	HÉCTOR LEAL
21:00	00:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA

Matamoros, Tamaulipas 93.5FM / 970AM

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
00:00	06:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
06:00	07:00	NOTICIAS MVS	LUIS CÁRDENAS
07:00	09:00	POR LA MAÑANA	CIRO GÓMEZ LEYVA
09:00	10:00	NOTIGAPE ESTATAL 1ERA. EMISIÓN	MARTÍN SIFUENTES
10:00	11:00	LAS NOTICIAS CON...	MARIANA MONDRAGÓN
11:00	12:00	¡QUÉ TAL FERNANDA!	FERNANDA FAMILIAR
12:00	13:00	ENREDA2	MÓNICA SOTO Y QUIQUE ROSAS
13:00	13:30	LA UNA	VARIOS COLABORADORES
13:30	15:30	LÓPEZ DORIGA	JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA
15:30	16:00	NOTIGAPE ESTATAL 2DA. EMISIÓN	ALCIDES MONTAÑO
16:00	17:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA
17:00	18:00	TENDENCIAS 2.0	DANY RESENDIZ
18:00	20:00	JOSÉ CÁRDENAS INFORMA	JOSÉ CÁRDENAS
20:00	21:00	MIENTRAS TANTO	HÉCTOR LEAL
21:00	22:00	LA MALDITA HORA	CALLO DE HACHA
22:00	00:00	MÚSICA CONTINUA	MÚSICA CONTINUA

Matamoros, Tamaulipas

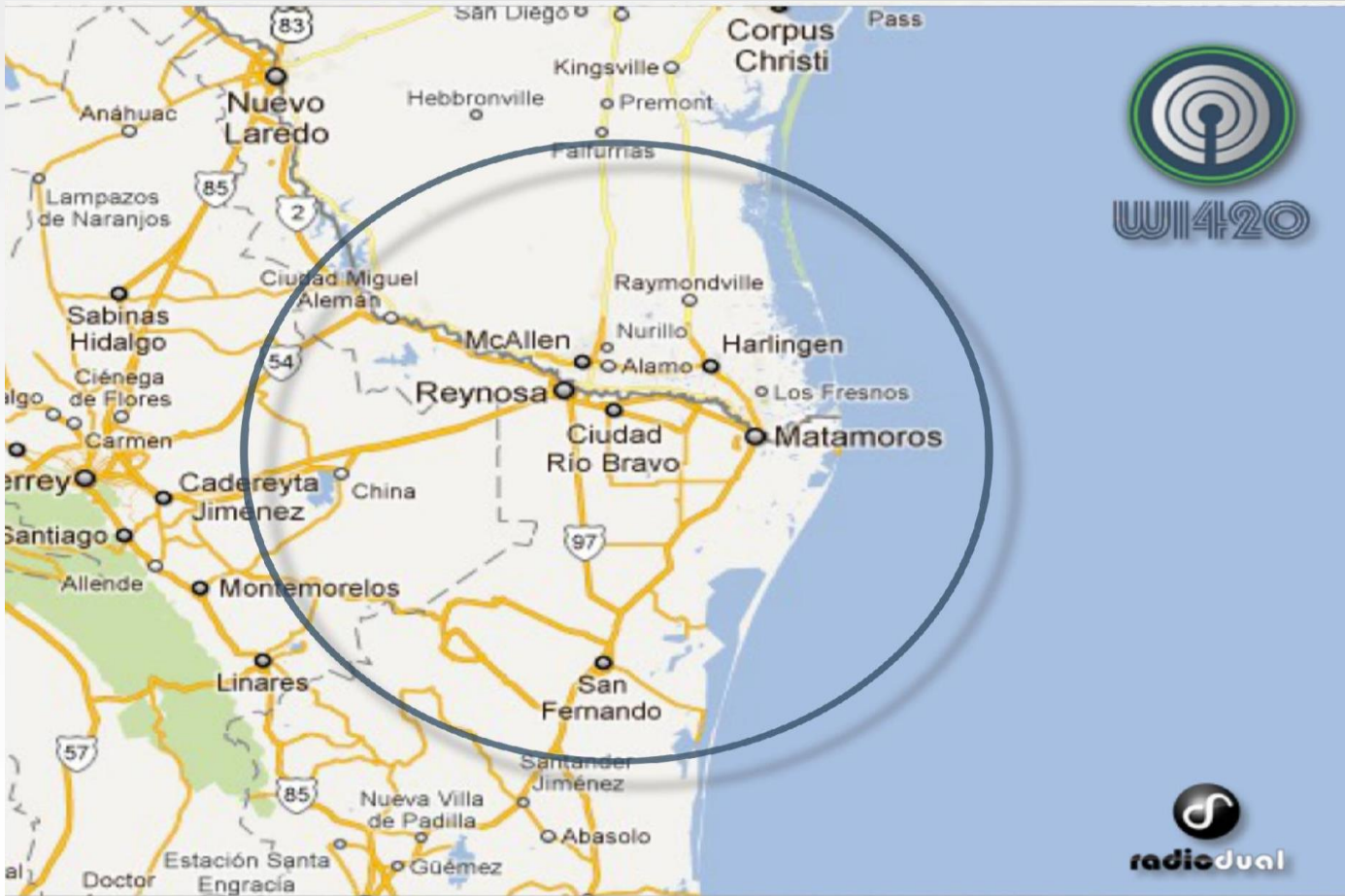
“Radiodual” es una estación de radio hablada con noticias locales, estatales, nacionales e internacionales, además con programas de entretenimiento y deportes. Contamos con un equipo de profesionales en la comunicación, que desarrolla en nuestras transmisiones un concepto moderno y vanguardista.

En *Radiodual* ofrecemos los elementos necesarios en campañas publicitarias, al ofrecer servicios de producción, post-producción, transmisión de spots, entrevistas, controles remotos y transmisión de programas especiales.

Perfil W1420 nivel socioeconómico b, c y d hombres y mujeres de 28 años en adelante Música de catálogo en español.



W1420



Cobertura: Nuestra señal está en el norte de Tamaulipas y Sur del Valle de Texas.

Cobertura: Matamoros, Valle Hermoso, El Mezquital, San Fernando, Rio Bravo, Reynosa.

Brownsville, Los Fresnos, San Benito, Harlingen, Weslaco, Mcallen.

Nuestro contenido: Noticieros en vivo, programas de opinión y análisis, atención a denuncias ciudadanas.

INFORMANDO CON LA PASIÓN DE LA VERDAD.



LUNES A VIERNES

NOTICIAS W PRIMERA EDICIÓN 6:00 am.
CON FRANCISCO XAVIER CASTELLANOS

POR LA MAÑANA 8:00 am.
CON CIRO GÓMEZ LEYVA

EL ORIGEN 10:00 am.
CON MARIO HERNÁNDEZ Y ANA RETA

DÍGALO USTED MISMO 11:00 am.
CON HERMINIO DÍAZ CORTÉS

NOTICIAS W SEGUNDA EDICIÓN 12:00 pm.
CON ESTEBAN MARTÍNEZ

ATANDO CABOS 1:00 pm.
CON DENISE MAERKER

LAS HISTORIAS QUE NOS RODEAN 3:00 pm.
CON FRANCISCO XAVIER CASTELLANOS

A LAS 5 5:00 pm.
CON ENRIQUE CHÁVEZ

EN FÓRMULA 6:00 pm.
CON AZUCENA URESTI

EN FÓRMULA 7:00 pm.
CON LEONARDO CURZIO

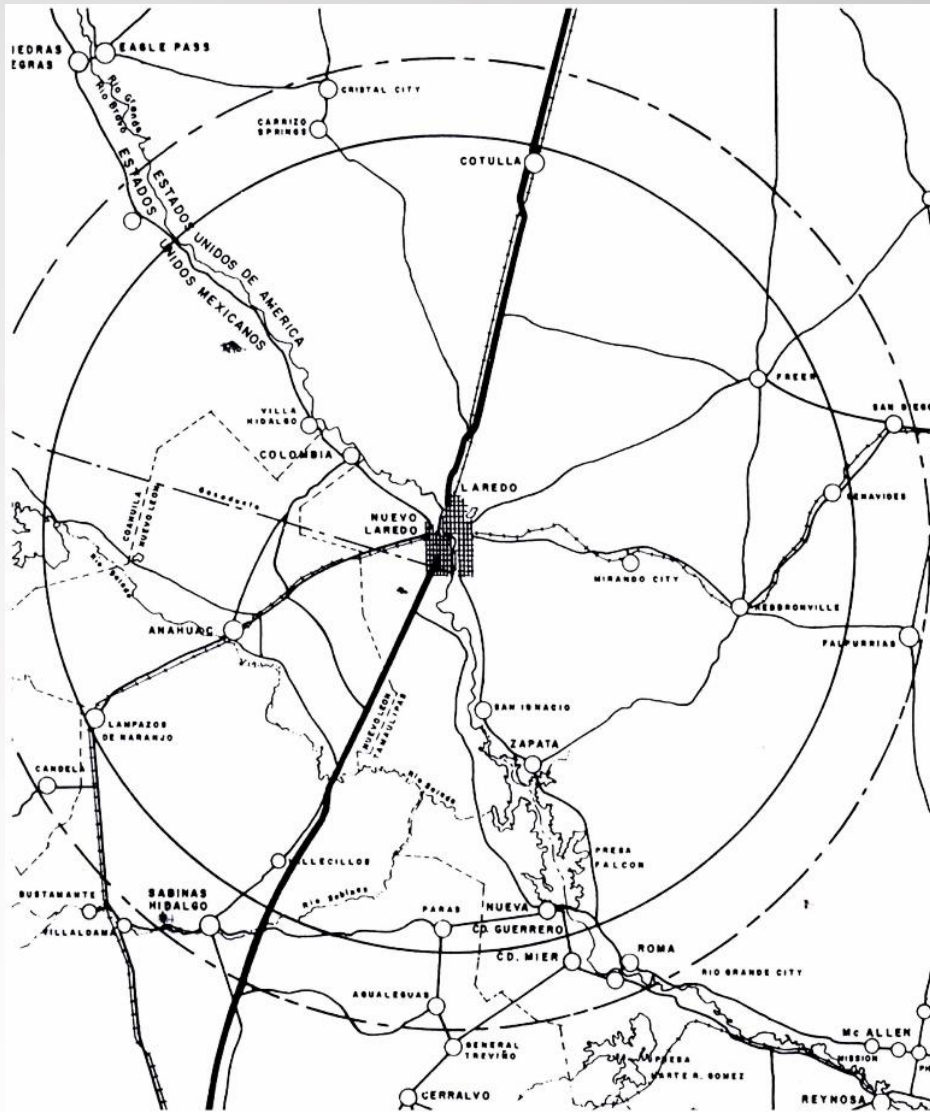
SERENATA A LOS EJIDOS 8:00 pm.
CON FELO LEAL

Nuevo Laredo, Tamaulipas

“Stereo 91”, Una Buena Costumbre En Radio. Fundada En 1967, Es la primer estación de FM en la frontera norte de México. Líder en noticias con los comunicadores más respetados y con los mas altos índices de credibilidad en esta región. Programas deportivos, culturales, musicales y de entretenimiento. Sirviendo a la región fronteriza más dinámica y económicamente activa entre México y los Estados Unidos.



Perfil Nuevo Laredo penetración en niveles a-b, c y d
55% mujeres / 45% hombre. Edades 35-65 años.



Distintivo: XHNOE-FM

Potencia Radiada: 50.000 KW

Frecuencia: 91.3 MHZ

Ciudad: Nuevo Laredo, Tamps. México.

El sistema de noticias más confiable de la radio.

Cobertura: nuestra señal cubre la región de los 2 Laredos. Frontera económicamente activa entre Tamaulipas y Texas (E.U.A.)

Cobertura Tamaulipas: Nuevo Laredo, Nueva Cd. Guerrero, Mier, Miguel Alemán.

Cobertura Nuevo Laredo: Colombia, Sabina Hidalgo, Lampazos.

Cobertura Coah: Hidalgo, Anáhuac.

Cobertura Texas: Laredo, Encinal, Mirando, Zapata, Hebbronville Tx., Cotulla.

Nuevo Laredo, Tamaulipas

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
06:00	09:30	PRIMERA EDICION	ROBERTO GALVEZ MARTINEZ
09:30	13:00	ESTELARES DE SIEMPRE	JAPHET ALCARAZ
13:00	14:00	TESOROS MUSICALES	JESUS FRANCO GARCIA
14:00	16:00	EN EL PUNTO DE LA NOTICIA	JORGE GAITANOS CHAPA
16:00	17:00	DEPORTES 91	JORGE GAITANOS CHAPA JESUS FRANCO GARCIA MARIO ALEJANDRO
17:00	18:00	PAOLA ROJAS...EN FORMULA	PAOLA ROJAS
18:00	20:00	JOSÉ CÁRDENAS INFORMA	PEPE CÁRDENAS
20:00	23:00	LA RADIO DE NOCHE	ARTURO CASTRO
23:00	24:00	MÚSICA DE CATALOGO EN ESPAÑOL	

San Andrés Tuxtla, Veracruz

“FM-92 La Primerísima” 24 horas continuas de transmisión, los 365 días del año.

Programación musical totalmente variada en español, mexicana, balada romántica y juvenil, sin descuidar el corte tropical.

Noticiero matutino local *“A tiempo”* con noticias internacionales, nacionales, regionales y locales; cápsulas informativas cada hora e información meteorológica.



Estudios equipados con audio digital para ofrecer la más alta calidad en sonido. Transmisión de eventos especiales, culturales, políticos y deportivos, principalmente regionales, con nuestra unidad de control remoto.

Cobertura de audiencia clase a, b, c. Auditorio en el área primaria de cobertura: 3, 518,176 habitantes.



RadioFórmula
AFILIADOS

COBERTURA REGIONAL DE XHSAV-FM 92.7 SAN ANDRES TUXTLA, VER.



RESUMEN DISTRITAL

ACATZINGO.
ACAYUCAN.
ACULÁ
AGUA DULCE
ALVARADO.
AMATITLÁN.
AMOZOC.
APIZACO.
ATLIXCO.
CARDENAS.
CARLOS A CARRILLO.
CATEMACO.

CD. ISLA
CD. MENDOZA.
CD. SERDÁN.
COATEPEC.
COATZACOALCOS.
COMACALCO.
CORDOBA.
COSAMALOAPAN.
COSCOMATEPEC.
COSOLECAQUE.
COZOLAPA.
CUACTOTOLAPA.

CHACALTIANGUIS.
CHOLULA.
FORTÍN.
HUATUSCO.
HUEYAPAN DE OCAMPO.
IZUCAR DE MATAMOROS.
JALAPA DE DIAZ.
JESÚS CARRANZA.
JUAN RODRIGUEZ CLARA.
LAS CHOAPAS.
Lerdo de Tejada.
LOMA BONITA.

MATIAS ROMERO.
MINATITLÁN.
NAOLINCO.
ORIZABA.
OTATITLÁN.
PEROTE.
PIEDRAS NEGRAS.
PLAYA VICENTE.
SANTILAGO TUXTLA.
SAYULA DE ALEMAN.
SOTEAPAN.
TEHUACÁN.

TIERRA BLANCA.
TLACOTALPÁN.
TRES VALLES.
TUXTEPEC.
TUXTILLA.
VALLE NACIONAL.
VERACRUZ.
VILLA AZUETA.
VILLA JUANITA.
XALAPA.
XICO.
ZONGOLICA.

San Andrés Tuxtla, Veracruz

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
05:00	06:00	AMANE CER CAMPIRANO	
06:00	08:00	NOTICIAS MVS	
08:00	09:30	NOTICIARIO "A TIEMPO"	MARIO MALPICA MALVERDE
09:30	10:00	ESPACIO MUSICAL	
10:00	12:00	VERSUS	
12:00	13:00	SHOW TROPICAL	PERFECTO USCANGA
13:00	14:00	ESPACIO MUSICAL	
14:00	15:00	NOTICIARIO "A TIEMPO" 2A EDIC	
15:00	16:00	ESPN RADIO FÓRMULA	HERIBERTO MURRIETA, CIRO PROCUNA, BARAK FERVER, ÁLVARO MORALES
16:00	18:00	ESPACIO MUSICAL	LUIS SANTIAGO
18:00	19:00	COMPLACENCIAS	NADIA EDITH LARA
19:00	20:00	NOTICIARIO "A TIEMPO" 3A EDIC	
20:00	21:00	ESPACIO MUSICAL SALSA	NADIA EDITH LARA
21:00	22:00	LOS DUELOS	
22:00	24:00	NOCHE ROMÁNTICA	LUIS SANTIAGO

San Andrés Tuxtla, Veracruz

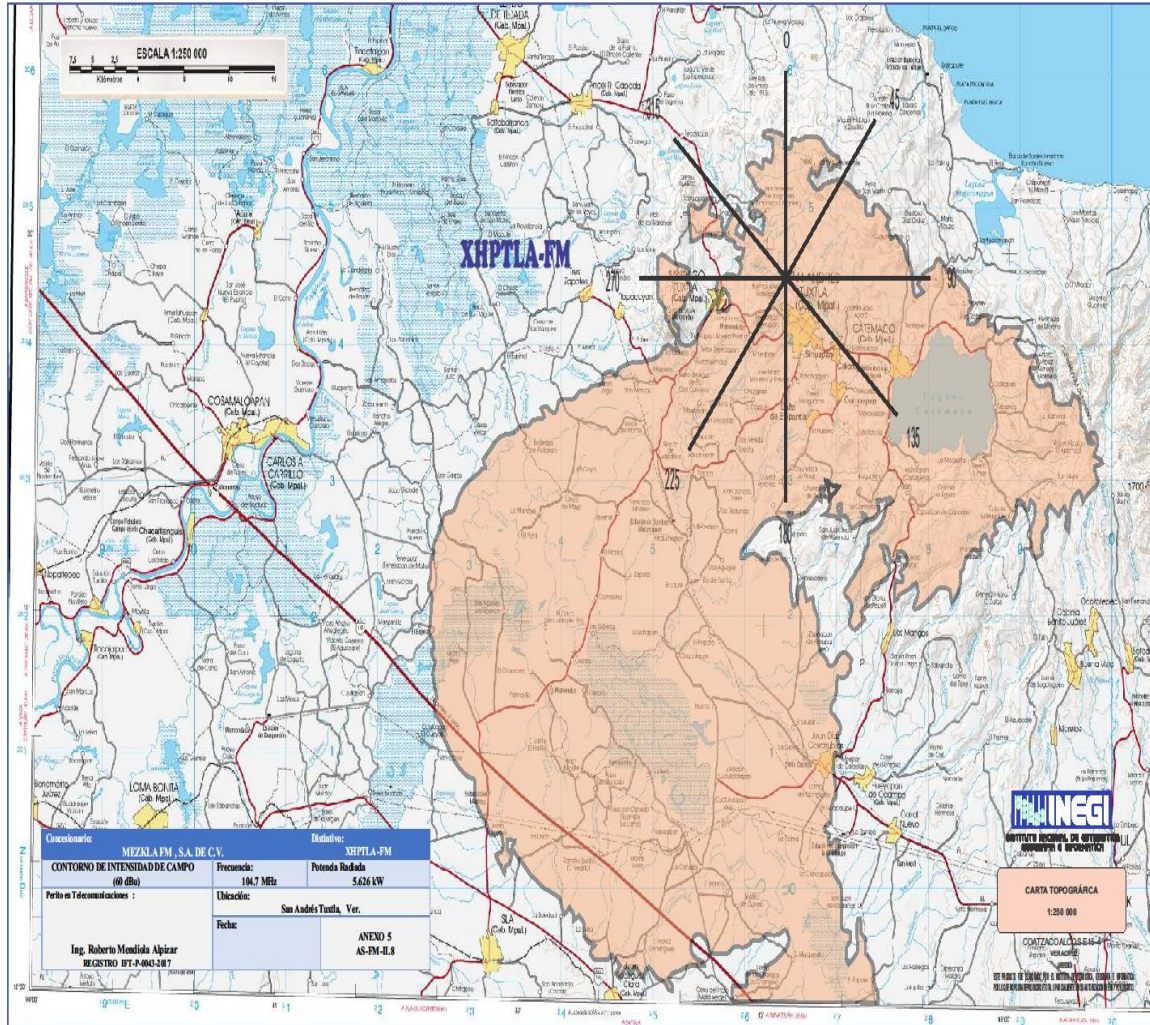
Con el objetivo de ser una opción más en el cuadrante radiofónico de la región de Los tuxtlas, y para mantener a la sociedad informada y entretenida nace “**Mezcla FM 104.7**” con la finalidad de trabajar con compromiso y responsabilidad y para contribuir al desarrollo social.



Nuestra misión es ser la mejor opción de información y entretenimiento con contenidos de calidad, oportunos pero sobretodo basado en el respeto a la audiencia. La visión que tiene la empresa es ser una emisora líder que tenga impacto positivo. Esto basado en la capacitación de su personal lo que nos permitirá estar a la vanguardia ante la aparición de nuevas tecnologías de comunicación e información.

Ofertamos creación de campañas publicitarias, producción y post producción de audio y video. Transmisión de spots, activaciones, entrevistas, reportajes y cobertura de eventos especiales.

Somos una estación de radio aa con una cobertura de 28 kms y nuestra programación es de catálogo en español, inglés y éxitos.



Transmisión de noticias con **“Mezcla Informativa”**.

Nuevos días es un programa de análisis y entrevista.

“Mezcla Deportiva” resalta las actividades realizadas en la región en las distintas disciplinas.

Nuestra cobertura abarca:

San Andrés Tuxtla, Santiago Tuxtla y Catemaco.

Tanto las cabeceras municipales como las comunidades.

San Andrés Tuxtla, Veracruz

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
05:00	06:00	AMANE CER CAMPIRANO	
06:00	08:00	NOTICIAS MVS	
08:00	09:30	NOTICIARIO "A TIEMPO"	MARIO MALPICA MALVERDE
09:30	10:00	ESPACIO MUSICAL	
10:00	12:00	VERSUS	
12:00	13:00	SHOW TROPICAL	PERFECTO USCANGA
13:00	14:00	ESPACIO MUSICAL	
14:00	15:00	NOTICIARIO "A TIEMPO" 2A EDIC	
15:00	16:00	ESPN RADIO FÓRMULA	HERIBERTO MURRIETA, CIRO PROCUNA, BARAK FERVER, ÁLVARO MORALES
16:00	18:00	ESPACIO MUSICAL	LUIS SANTIAGO
18:00	19:00	COMPLACENCIAS	NADIA EDITH LARA
19:00	20:00	NOTICIARIO "A TIEMPO" 3A EDIC	
20:00	21:00	ESPACIO MUSICAL SALSA	NADIA EDITH LARA
21:00	22:00	LOS DUELOS	
22:00	24:00	NOCHE ROMÁNTICA	LUIS SANTIAGO

Fresnillo, Zacatecas

“Romántica 90.3 FM” es una estación de radio romántica por excelencia, que transmite con tecnología digital las 24 horas del día, baladas de ayer y hoy, para jóvenes y adultos de ambos sexos. Con 10,000 watts de potencia en el 90.3 de FM es la emisora líder en noticieros nacionales y locales. Somos un equipo de profesionales en la comunicación, que desarrolla en nuestras transmisiones un concepto moderno y vanguardista. Logrando ser un enlace perfecto entre nuestros clientes y auditorio. En *Romántica 90.3 FM* ofrecemos los elementos necesarios para el desarrollo de campañas publicitarias, al ofrecer servicios de producción, post-producción, transmisión de spots, controles remotos y patrocinio de programas especiales.



Penetración en niveles a,b, y c
música de catálogo en español y éxitos románticos Xhqs 90.3 FM
www.B15.Com.Mx



Cobertura: nuestra señal cubre el centro de la república mexicana, con una potencia de 10,000 watts y tiene una cobertura en los siguientes municipios del estado de Zacatecas:

Zacatecas, Guadalupe, Jerez, Rio Grande, Sombrerete, Chalchihuites, Enrique Estrada, Calera De Victor Rosales, Momax, Luis Moya, Juan Aldama, Villanueva, Loreto, Cañitas de Felipe Pescador, Nieves, Jalpa, Juchipila, Tayahua, Vetagrande, Moyahua, Teul de Gonzalez Oartega, Taltenango, Miguel Auza, Villa de Cos, Tabasco, Fresnillo, Ojo Caliente, Sain Alto.
Con Cobertura en parte de los estados de: Aguascalientes, San Luis Potosí Jalisco.

Fresnillo, Zacatecas

Programación de lunes a viernes

HORARIO		PROGRAMACIÓN	CONDUCTOR
06:00	09:00	PROGRAMA INFORMATIVO	ALEJANDRO CACHO E IÑAKI MANERO
09:00	10:00	PROGRAMACION MUSICAL	
10:00	12:00	MÚSICA ROMÁNTICA	HERIBERTO ÁLVAREZ
12:00	13:30	NOTICIERO "DÍA CON DÍA"	MANUEL CORNEJO
13:30	15:30	LÓPEZ DÓRIGA	JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA
15:30	16:00	PROGRAMACIÓN MUSICAL	
16:00	17:00	PERFILES 930	JUAN FRAUSTO Y HERMELIO CAMARILLO
17:00	19:00	MUSICA ROMANTICA	
19:00	21:00	BACK TRACKS (MÚSICA EN INGLÉS)	SALVADOR JIMENEZ
21:00	22:00	PROGRAMACIÓN MUSICAL	
22:00	23:00	SERENATA	PROF. JUAN ESPARZA
23:00	06:00	PROGRAMACIÓN MUSICAL	

40
AÑOS



Zacatecas, Zacatecas

“Sonido Estrella” es una empresa debidamente establecida en la ciudad de Zacatecas desde 1977, es la empresa líder de noticias en la ciudad, ya que contamos con un equipo de profesionales en la comunicación, que desarrolla en nuestras transmisiones un concepto moderno y vanguardista, aunado a que tenemos el mejor noticiero en el estado. Logrando ser un enlace perfecto entre nuestros clientes y auditorio. En *Sonido Estrella* ofrecemos los elementos necesarios para el desarrollo de campañas publicitarias, al ofrecer servicios de producción, post-producción, transmisión de spots, entrevistas, controles remotos y transmisión de programas especiales.

Perfil Zacatecas: penetración en niveles a, b, y c
Música de catálogo en Español e Inglés y éxitos.



Resúmenes noticiosos cada hora con
“Notisistema” y noticieros en vivo.

Cobertura: Zacatecas, Guadalupe, Fresnillo, Calera,
Jerez, Villa De Cos, Vetagrande, Pinos, Morelos,
Calera, Genaro Codina, Tacoaleche, Pozo De
Gamboa, Ciudad Cuauhtémoc, Salinas. Slp.,
Pueblos y Ejidos Circunvecinos.

Zacatecas, Zacatecas

Programación de lunes a viernes

HORARIO	PROGRAMA	GENERO	TITULAR	
7:00 a 10:00	POR LA MAÑANA	NOTICIAS	CIRO GÓMEZ L	*
10:00 a 11:00	RADIO MONITOR		LUIS CHÁVEZ	*
11:00 a 13:00	EL PLANETA	MUSICAL	LAURA JÁQUEZ	*
13:00 a 14:00	AIRE LIBRE	NOTICIAS	MANUEL LÓPEZ SAN MARTIN	*
14:00 a 15:00	A LAS DOS	COMETARIOS	ISAÍAS LEÓN M	*
15:00 a 16:00	PÓRTICO ON LINE	NOTICIAS LOCALES	JUAN GÓMEZ H	*
16:00 a 17:00	MÚSICA		VARIOS	*
17:00 a 18:00	COLECCIÓN PRIVADA	MUSICAL	DJ JESÚS TORRES	*
18:00 a 20:00	QUE TAL FERNANDA	REVISTA	FERNANDA FAMILIAR	*
20:00 a 22:00	INTERACTIVO	MUSICAL	EDMUNDO SALAZAR	*
22:00 a 01:00	THE LOVE SONG	MUSICAL	PEPE MÁRQUEZ	*

Conclusión

El éxito o el fracaso de un medio de comunicación depende de su fuerza de ventas, ya que es la raíz de la duración del negocio. No se puede dejar de atender ningún área de la empresa, porque se dejarían de obtener ingresos importantes para mantener con números sanos a la compañía.

Al terminar este trabajo se concluye que, este manual de estaciones afiliadas ayuda a que los equipos de ventas puedan subcontratar campañas de radio con las estaciones afiliadas y de esta manera, evitar que se vayan con otro grupo radiofónico que los apoye con la comercialización.

El Director Comercial de Grupo Fórmula manifestó que este manual ayudaba mucho a que los diferentes equipos de ventas conocieran la importancia de las estaciones afiliadas y pudieran venderlas, para obtener mayores ingresos para el grupo.

Los equipos de ventas agradecieron que ya hubiera presentaciones de las emisoras y que estuvieran disponibles y actualizadas en todo momento, ya que algunos de sus clientes solicitan esas presentaciones de las estaciones, para conocer dónde va a transmitirse su publicidad. Y también consideraron que hacerlo como un manual, permite que un nuevo ejecutivo de ventas, consulte los antecedentes o la importancia de estas estaciones y sepa cómo le ayudará a cumplir sus cuotas de ventas.

De igual manera, el manual permite que cada vendedor de *Radio Fórmula*, ya sea nuevo o consolidado, conozca que una estación afiliada le ayuda a obtener mejores proyecciones de ventas, y que es una unidad de negocio que permite ofrecerles a sus clientes una cobertura nacional más completa.

A todos los vendedores les ayuda a dar una tarifa nacional más alta, en comparación con grupos de radio que solamente pueden ofrecer campañas locales, o regionales, en lugar de nacionales.

Este manual permite que, al conservar bien atendidas a las estaciones afiliadas, los conductores de los programas conozcan cada estación que pide retransmitir su espacio radiofónico y la demanda que tiene en el interior de la república, para brindar contenidos del interés de una audiencia más amplia.

Finalmente, el uso y conocimiento de este manual, permite que *Radio Fórmula* ahorre costos, y en lugar de comprar estaciones en el interior de la república, busque aliarse con estaciones afiliadas y conservar a las que tiene, para ofrecer ventas a los clientes que pretenden abarcar la mayor parte del territorio nacional. Esto permite mantener con números sanos a *Radio Fórmula* y a la estación local que retransmite alguno de los contenidos.

Bibliografía

Asociación de Radiodifusores del Valle de México, A.C. 1998. Una historia que sí suena 1973-1998. México. Hernández Cueto Editores.

Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión. 2014. Industria de la radio y la televisión, actores y testigos de la historia de México. Comercializadora de impresos OM, S.A. de C.V.

Romo-Gil, Cristina. 1993. Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México. Tlaquepaque, Jalisco, México. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

Peinado-Miguel, Fernando; Rodríguez-Barba, Dolores; y Rodríguez-Pallarés, Miriam. 2017. Hacia un nuevo modelo de negocio radiofónico: la radio corporativa, en Estudios sobre el Mensaje Periodístico 23 (1), 147-164.

Mejía-Barquera, Fernando. 1920-1960. La industria de la Radio, la Televisión y la política del Estado Mexicano. Ed. Manuel Buendía.

Infante-Pineda, Sara. 2018. Vivir la radio: empresa, tecnología y audiencia. Ed. UOC

Entrevistas

Don Rogerio Azcárraga Madero. Presidente ejecutivo de Grupo Fórmula. 26 de septiembre de 2019.

Lic. Mario Ávila Roque. Director general Radio Fórmula Estados. 9 de octubre de 2019.

Lic. Fernando Quiroz Ibarra. Director Comercial de Cuentas Nacionales de Radio Fórmula. 30 de octubre de 2019

Lic. Carlos Velázquez. Director General de Grupo Cadena en Tijuana, B.C. 13 de agosto de 2019.

Lic. Raúl Molina. Gerente General de radio 88.9 FM en Xalapa, Veracruz. 18 de agosto de 2019.

Lic. Iván Job Sánchez Núñez. Director General de radio 99.3 FM en Chetumal, Quintana Roo. 23 de septiembre de 2019.