



**era**  
rural

**PROYECTO:  
COMUNICACIÓN RURAL-NUEVA  
ERA RURAL**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD  
LA RADIO**



## INTRODUCCIÓN

Proyecto: Radio Comarcal

Promotor: GAL Sierra del Segura

**Datos de la iniciativa:** Creación de una radio comarcal para la Sierra del Segura.

Se prevé para el año 2010.

Se quiere difundir la información que se produce en la comarca, hacer llegar la realidad de lo que es hoy el medio rural al medio urbano y fomentar la participación de las personas y colectivos en la difusión de sus actividades.

**Descripción del proyecto:** El proyecto consiste en la creación de una radio comarcal, gestionada por el Grupo de Acción Local de la Sierra del Segura, si bien no se descarta la posibilidad de que en un futuro se pueda realizar un arrendamiento de servicios a través de promotores que reciben los ingresos y que se encargan de la publicación.

La radio como medio de comunicación que vertebrara la comarca se presenta como otra opción válida. Para ello no debemos de perder de vista las especiales condiciones orográficas de esta comarca con numerosos espacios montañosos, lo que supone una traba importante al acceso de información a través de determinados medios de comunicación social, como puede ser la radio. En este sentido la correcta recepción de radio se ve condicionada por la orografía que al impedir que las ondas viajen y se propaguen por el espacio, imposibilita la transmisión en determinadas zonas. La ubicación natural de cada municipio determina la mayor o menor capacidad de recepción de las ondas electromagnéticas o hertzianas.

En materia de radios locales tenemos la experiencia de proyectos anteriores. Es el caso de Radio Cantalar en Ayna, Radio Nerpio, Radio Socovos y sobre todo la experiencia de Radio Elche de la Sierra.

Esta última fue sin duda el intento más ambicioso de toda la comarca. Elche de la Sierra, cuenta por tanto con una licencia de telecomunicaciones, en el 107.7 de FM. Se instaló además una antena omnidireccional que permitía una cobertura en buena parte de la Sierra e incluso Hellín. Esto nos permitiría iniciar el proyecto con parte de la infraestructura necesaria para la emisión.

El objetivo inicial de este proyecto sería, al menos, llegar a los principales núcleos de población de la Sierra (12 municipios). Para ello es necesario abordar **un estudio de necesidades**, de infraestructura, de sombras, etc., que nos permita tener un conocimiento real de éstas y por tanto de la inversión inicial que sería necesaria para posibilitar este nivel de cobertura mínimo.

Se fomentará la difusión de una programación basada en la información de carácter comarcal que será su prioridad informativa, tratada de manera rigurosa e independiente y abierta a la participación. Esta línea se basa en el interés del ciudadano de conocer lo que acontece en su entorno más inmediato.

La programación de radio, por sus características de diarias y amplia en cuanto al número de horas de emisión, necesita de un esfuerzo continuo en cuanto a producción propia de programas que sean amenos, variados e interesantes para la

población. Como mínimo se debería de contar con al menos una **programación propia de unas 8 horas diarias**, conectando el resto del tiempo con una emisora, a ser posible pública, como es el caso de Radio Nacional de España. La definición de la programación no es sencilla y está condicionada por factores como titularidad, fines, cobertura, recursos humanos y financieros, etc. Por otro lado, la programación será la que condicione la supervivencia o no de cualquier emisora.

Toda programación debe de ajustarse al tipo, gusto y necesidades de la población a la que se dirige, sin olvidar sus fines: difusión de la información comarcal mostrando la realidad de la vida rural, fomentar la participación, promover y difundir valores comarcales, etc.

Información, entretenimiento, deportes, música y sobre todo espacios de participación y culturales se perfilan como los más adecuados.

Para ello es necesario contar con **personal adecuado**, buen comunicador, preparado y conocedor de este tipo de medios.

## DEFINICIÓN DEL PRODUCTO/MERCADO

**Producto:** Radio comarcal.

**Mercado:** Población de la comarca:

La Sierra del Segura está formada por un total de 12 municipios, para una población total de 19.454 habitantes (datos año 2007), diseminada esta en pequeños núcleos de población y pedanías. En concreto un total de 105 pedanías que conforman 189 núcleos de población. Estos municipios suelen ser de gran extensión y a su vez de baja densidad de población por habitante, obteniendo una media comarcal de 7,36 habitantes por kilómetro cuadrado:

Unidad Poblacional	TOTAL	Varones	Mujeres
AYNA	913	476	437
BOGARRA	1121	583	538
ELCHE DE LA SIERRA	3878	1934	1944
FEREZ	795	404	391
LETUR	1209	600	609
LIETOR	1537	794	743
MOLINICOS	1164	601	563
NERPIO	1639	891	748
PATERNA DEL MADERA	484	250	234
RIOPAR	1479	757	722
SOCOIVOS	1936	1004	932
YESTE	3597	1829	1768
TOTAL	19.752	10.123	9.629

Para ello es necesario fijar el **perfil del potencial oyente** en esta comarca. Este se correspondería con una población envejecida fundamentalmente, otro sector menos numeroso de población de mediana edad y poca gente joven. Por lo tanto, fijar una programación que satisfaga a todos es difícil por la desigualdad de gustos y necesidades de cada uno de estos sectores poblacionales. Sería interesante poder elaborar una encuesta previa que nos ayudara a definir estos aspectos. Sin embargo,

dado la dispersión de la población esto no sería muy significativo, pues resultaría difícil llegar a toda la población. En este sentido las experiencias anteriores de radio serán un buen barómetro en cuanto a los gustos, pero también el conocimiento y convivencia con la población que técnicos del Grupo de Acción Local tenemos.

## ESTUDIO MERCADO

**Otras radios de la comarca:** No existen otras radios dentro de la comarca. Sí que se pusieron en marcha pequeñas experiencias locales de radio que no germinaron. La más ambiciosa fue Radio Elche de la Sierra en los años 90.

**Demanda de este tipo de productos:** La experiencia de otras radios en comarcas limítrofes como es Radio Almenara en Alcaraz, Radio Sierra en la Sierra de Segura (Jaén) o Radio Hellín son ejemplos de que este tipo de productos son demandados y bien recibidos por la población.

**Potenciales clientes:** Población de la comarca.

### Análisis DAFO:

<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de experiencia en el sector.</li> <li>- Falta de estudio que analice las necesidades técnicas necesarias para desarrollar el proyecto.</li> <li>- Capacidad de inversión.</li> <li>- Atomización de la información (información dispersa).</li> <li>- Falta de profesionalización en la locución y tratamiento de las noticias.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Otras competencias provinciales y nacionales.</li> <li>- Ausencia de formación en los coordinadores del proyecto.</li> <li>- Ausencia de profesionales de este tipo de medios en la comarca</li> </ul>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cercanía a la población, a lo que le interesa y preocupa, y dinámico.</li> <li>- Da respuesta a la demanda informativa que se plantea en la comunidad en la que se desarrolla.</li> <li>- Ayuda a acercar la realidad de la comunidad a las zonas urbanas, gobiernos municipales, regionales y nacionales.</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Existencia de nuevas tecnologías de comunicación para dar promoción y nueva estructura al producto.</li> <li>- Existencia de un proyecto de cooperación nacional y otro regional de comunicación.</li> <li>- Existencia de una demanda de este producto.</li> <li>- Importante papel como instrumento de cohesión social, pues fomentan el sentimiento de comunidad.</li> <li>- Permite una mayor participación al oyente que encuentra en ella una tribuna para hacer llegar sus críticas, comentarios, etc. a los responsables municipales.</li> <li>- Importante instrumento de control de las actuaciones de poderes públicos municipales.</li> </ul>

## PLAN MARKETING

### Comunicación:

Dar a conocerlo a través de internet, página de GAL, páginas asociaciones implicadas, centros educativos, etc. para promocionarlo y darlo a conocer.

Buzoneo con octavillas.

Presentación en la Sede del Grupo a medios de comunicación y Socios GAL.

Publicidad en otros medios de comunicación provincial (prensa escrita, radio y televisión).

## PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### - Fase preparatoria:

El presupuesto para esta fase es de 8000 euros que deben distribuirse de la siguiente manera:

1.- Formación y Asesoramiento.

Acciones: Formación, diseño de actividades formativas, asesoramiento...

2.- Diagnóstico

Acciones: estudio de viabilidad del medio de comunicación en la comarca, análisis de los medios de comunicación de la comarca...

3.- Comunicación y Marketing

Acciones: Difusión del proyecto, presentación a diferentes agentes del territorio, publicidad, ...

4.- Dinamización

Acciones: Implicación de agentes en el territorio para su participación en el proyecto, ...

En esta fase el gasto se realizará de la siguiente manera

- Estudio de viabilidad .....	2.813,68
- Difusión del proyecto y presentación a los agentes del territorio..	370,82
- Formación .....	4.815,50

### - Fase ejecución:

#### \* Gastos.

**Personal.** No se debe superar el 40 % de los gastos totales.

**Infraestructuras.** Compra de equipos necesarios, enlaces, antenas, etc.

**Gastos Generales:** luz, etc.

### Presupuesto estimativo de la Radio Comarcal de la Sierra del Segura

#### Gastos:

**1.- Personal:** Al tratarse de una emisora pequeña, el personal trabaja en varias áreas a la vez. La organización más factible quedaría de la siguiente manera.

Un coordinador (director de programación) que se encargue de articular los contenidos, solicite información a Ayuntamientos, Asociaciones, etc., coordine a los responsables de los diferentes espacios, pero también asuma las tareas de director financiero, director de programas, jefe técnico y responsable comercial.

Un equipo técnico que vigile el buen funcionamiento del equipo, y responsables de los diferentes espacios.

Colaboradores, voluntarios y especialistas que bien desinteresadamente o bien previo pago, deseen colaborar en alguna sección.

Se estima un **gasto total de personal de 3574,76 €.**

**2.- Infraestructuras:** Es necesario elaborar un estudio riguroso de las posibilidades de emisión contando con los medios técnicos con los que se cuenta actualmente, de las infraestructuras necesarias para poder abordar una emisión comarcal lo más completa posible, etc. Esto nos permitirá conocer la inversión inicial necesaria para poder trabajar.

Se estima un **gasto total para este estudio de 2.000 €.**

**3.- Gastos Generales:** No es necesario ningún tipo de inversión en cuanto a local, pues se utilizaría el espacio de la antigua emisora local de Elche de la Sierra. En cambio sí se deben de prever los gastos especialmente de luz, teléfono, compra Cds, o conexión a internet que se generarían.

## PREVISIÓN DE GASTOS

PREVISIÓN GASTOS (mensuales)		
CONCEPTOS	ASPECTOS	CUANTÍA
Personal	Un coordinador y un responsable equipo	3574,76 €
Desplazamientos	Para cubrir noticias	200 €
Colaboradores	Personas a las que se contrate algún artículo especial	200 €
Gastos generales	Teléfono, luz, internet, compra Cds...	300 €
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>4.274,76 €</b>

**A estos gastos mensuales habría que añadir el estudio de necesidades técnicas y la inversión inicial en cuanto a equipamiento técnico e infraestructuras necesarias.**

### \* Ingresos

Los ingresos tradicionales en la radio son los generados por la publicidad y otras formas de financiación potenciales. En este caso estamos hablando de un producto comarcal, creado y gestionado por el Grupo de Acción Local de la Sierra del Segura, con un claro servicio público, en este sentido, la Mancomunidad de Municipios de la Sierra del Segura se debería de implicar económicamente en su financiación, además las inserciones publicitarias y las ayudas de proyectos de Cooperación en materia de comunicación, le dan una gran posibilidad de autofinanciación.

En el aspecto de la publicidad, es conveniente tener claro qué porcentaje de tiempo se va a reservar a los anuncios.

A la hora de vender nuestro espacio como lugar donde publicitarse es necesario contar con la asistencia de un buen **comercial**. Este debe de hacer entender a los posibles clientes de estos servicios, que estos medios locales son una buena forma de promocionarse, más rentable que en los grandes medios regionales o nacionales. Las radios aparecen como los medios de comunicación ideales para los anunciantes locales, pues son flexibles, tienen una buena cobertura en mercados locales, credibilidad y son accesibles, lo que ayuda a crear y establecer un mercado y a introducir un nuevo servicio o producto, por su bajo costo, cuentan con una audiencia importante, etc.

Los posibles clientes de esta publicidad serían:

- Sectores como servicios en general, los comercios, la restauración y empresas de turismo rural, etc. Se trata de **pequeños comercios y servicios de carácter local** en los que el aspecto publicitario es difícil de valorar, pues en su ámbito de servicio ya son conocidos. Algunos de estas pequeñas empresas y comercios podrían demandarla como resultado de las ayudas que han recibido por el GAL de la Sierra del Segura, a modo de contraprestación, más que por un convencimiento personal de los resultados de esta publicidad para su negocio.

- **Empresas que tengan una proyección comarcal.** Se trataría de servicios que se producen en uno o unos pocos municipios de la comarca y que estarían interesados en promocionarse comarcamente. Sería el caso de empresas de hormigón y de algunos aspectos de la construcción, dentistas, funerarias, Cartel-Arte, almazaras, autocares, etc.

\* Hormigones: Existen solo dos empresas en toda la comarca en Socovos y en Yeste que suministran a buena parte de la misma.

\* Empresas de informática: Inges

\* Ópticas: en Elche de la Sierra, Riópar y Yeste

\* Funerarias: Elche sierra (1) y Yeste (2)

\* Papelerías: Yeste, Elche de la Sierra

\* Empresa diseño: Cartel-arte

\* Alimentación: Almazaras, Quesería de Letur, Panadería Rincón Segura, Maceo, ...

\* etc.

- **Grandes empresas nacionales que suministran a la comarca:** es el caso de piensos para animales, de fertilizantes para la agricultura, de cementos, gas, muebles, suministros a la construcción, etc. Aquí también incluiríamos a empresas que están realizando algún tipo de infraestructura en la comarca a través del Plan E, de Confederación Hidrográfica, Diputación o la Junta de Comunidades, así como Bancos y Cajas que operan en la comarca.

\* Caja Rural de Albacete

\* Caja Castilla-La Mancha

\* Banesto

\* Caja Murcia

\* Santander

\* Materiales construcción: cementos, ferrallas, pavimentos, gres, áridos, piedras naturales, herramientas, sanitarios, etc.

\* etc.

- Empresas de fuera de la comarca que cuenten con un nutrido grupo de clientes en la misma, es el caso de Mercadona.

- **Publicidad institucional**, tanto para publicitar sus servicios o campañas puntuales que realice.

\* Parque Natural: servicios y horarios de Centro de Interpretación

\* Centros de Salud: ubicación y horarios de atención al público

\* Campañas de Prevención de Incendios

\* Campañas de Tráfico

\* Diputación

\* Parque de Bomberos

\* Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha

\* Comarcas limítrofes

- \* Ayuntamientos
- \* etc.

La fijación de las tarifas publicitarias se realiza con una revisión anual y teniendo en cuenta aquellas fijadas por emisoras cercanas y con características similares a ésta, ajustándolas a la realidad de la comarca.

La fijación de tarifas publicitarias está diseñada con el fin de incentivar las inversiones periódicas y continuas, y de duración por lo menos mensual. Así, se fijan tarifas especiales para la contratación mensual, más barata que la contratación durante dos semanas, así como tarifas especiales para una contratación anual. Los precios por tanto, vienen fijados por el formato publicitario a utilizar, el número de inserciones a realizar y el tiempo de contratación.

El formato publicitario más demandado en radio es la cuña publicitaria. Se establecen los siguientes precios:

TARIFAS PUBLICIDAD	
Precios por un mes	Tarifa
2 cuñas/día (de hasta 45 seg.)	75 €/mes
2 cuñas/día (más de 45 seg.)	95 €/mes
3 cuñas/día (de hasta 45 seg.)	105 €/mes
3 cuñas/días (más de 45 seg.)	130 €/mes
4 cuñas/día (de hasta 45 seg.)	135 €/mes
4 cuñas/día (más de 45 seg.)	165 €/mes
Precios especiales por una semana (Navidad, puentes, etc.)	Tarifa
2 cuñas/día (máx. 45 seg.)	50 €/semana
3 cuñas/día (máx. 45 seg.)	70 €/semana
Precios especiales por un año	Tarifa
Los clientes que contraten un año completo de publicidad (2 cuñas o más al día) se beneficiarán de dos meses de publicidad gratuita al término de los 12 meses contratados.	
2 cuñas/día (de hasta 45 seg.)	750 €/año
2 cuñas/día (más de 45 seg.)	950 €/año
3 cuñas/día (de hasta 45 seg.)	1050 €/año
3 cuñas/día (más de 45 seg.)	1300 €/año
4 cuñas/día (de hasta 45 seg.)	1350 €/año
4 cuñas/día (más de 45 seg.)	1650 €/año

- ✓ Los precios deben de incluir redacción y grabación de la cuña cuando sea necesario.

A estos ingresos hay que añadir las ayudas a proyectos de cooperación de comunicación rural. Entre estas últimas están las ayudas al proyecto de cooperación interregional "Comunicación rural Nueva Era" y las de cooperación provincial.

Los ingresos por venta de ejemplares no existirían, al menos inicialmente en este periódico, pues su coste sería gratuito. Sí se abonarían los gastos de distribución por correos de suscriptores que desearan recibirlo en sus domicilios.



INGRESOS ANUALES		
Concepto	Aspectos	Cuantía
Publicidad	Dentro de los mínimos que se han establecido anteriormente, se estima unos ingresos de publicidad	
Ayudas Nueva Era Rural	Cantidad anual hasta el año 2012 dentro del presupuesto de acciones individuales pendiente de aprobación	50.000 €
Ayudas proyecto cooperación provincial	Todavía no se ha establecido	