

2
0
0
3

RANKING de **AGENCIAS**

PRODUCTO publicará su tradicional edición
con la más detallada información
sobre la industria publicitaria en Venezuela.

Para soportar la base de datos para los indicadores del Ranking, le presentamos una Ficha Técnica que el responsable de Administración y Finanzas de su agencia deberá completar con los datos generales de la compañía y sus resultados financieros para el año 2002.

El **RANKING DE AGENCIAS 2003** se elabora a partir de los ingresos brutos generados por la actividad netamente publicitaria de cada agencia. En consecuencia, los ingresos generados por colocaciones financieras, servicios de relaciones públicas o comunicaciones corporativas y otros no estrictamente publicitarios deben especificarse separadamente en la Ficha Técnica. Tampoco deben consolidarse en los ingresos totales los generados por empresas subsidiarias, sucursales en el interior del país, u otras firmas relacionadas con la agencia principal. Si su empresa posee filiales también dedicadas a la actividad publicitaria y con aspiraciones de figurar en el **RANKING**, éstas deben presentar individualmente sus cifras.

La presentación de la Certificación de Ingresos Brutos emitida por Auditores Externos es una norma para las primeras 20 agencias del mercado.

Todos los recaudos deben ser presentados a la redacción de **PRODUCTO** antes del próximo 9 de mayo de 2003 en nuestras oficinas ubicadas en la Avenida Principal de Las Mercedes con Calle Orinoco, Torre ACO, piso 7.

Serán recibidos también a través del e-mail: cperez@gep.com.ve
o por el número de Fax: 991.31.32

Agradeciéndo de antemano la gran colaboración que su agencia consecuentemente nos presta en esta iniciativa editorial, queda a su disposición para cualquier consulta.

Carolina Pérez
Revista PRODUCTO
cperez@gep.com.ve

Cuentas ganadas en el 2002

Cuentas dejadas de atender en el 2002

III. Ingresos brutos de su Agencia

A efectos de determinar la facturación total de su Agencia se aplicará a los ingresos brutos el factor de equivalencia (6,67)

Bolívares

Comisiones de los medios

Fees de clientes

Cargos por servicios

Total Ingresos Brutos

IV. Determinación de ingresos

La relación cliente agencia tiene varias modalidades. En algunos casos la Agencia factura la totalidad de los medios; en otros casos el cliente compra los medios directamente y la Agencia percibe un fee. Sea cual fuere la modalidad adoptada por su agencia, requerimos la siguiente información:

Facturación por Medios	2002	2001
Televisión		
Radio		
Prensa		
Revistas		
Internet		
Vallas		
Total Medios		
Facturación por Servicios		
Producción		
Material POP		
Otros		
Total Servicios		
Total Facturación		

V.Principales logros de 2002

Desde el punto de vista cualitativo

Principales premios nacionales e internacionales obtenidos durante el 2002:

¿Ganó alguna Vitrina de PRODUCTO?

VI.Precompra de Medios 2003

¿Cuál ha sido su inversión en la precompra de medios del próximo ejercicio?

Prensa _____

Televisión _____

Revistas _____

Vallas _____

Internet _____

Otros _____

VII. Qué medidas ha tomado su agencia para sobrellevar la crisis económica del 2003

2002
2003

RANKING de
AGENCIAS