



Pequeños DETALLES

En un vistazo:

○ EA puede hacer uso del buen juicio

Página 2

○ El dilema de reciclar

Página 3

Nuestros clientes se merecen un descanso

En la Editorial Avante, tenemos la obligación de transmitir un buen periodismo a nuestros lectores a precio razonable. Uno de los obstáculos que se presenta para alcanzar este tipo de tarea, es el aumento constante en el costo de la producción y el material. Si fuera posible, nos gustaría evitar trasferir estos gastos a



los anuncios. Este plan, por supuesto, no es bien visto por nuestros anunciantes; sin embargo, cubriría algunos de nuestros gastos sin forzar a nuestros lectores ir a la par con los precios inflacionarios.

Estamos proponiendo un ajuste inicial del 4,5% en 1996. Al ir aumentando las ventas y nuestro número de lectores, llegaremos a ser un recurso de más valor para los compradores de media. En este punto, pondremos de manifiesto la incrementación del 3% a las tarifas de anuncios. Naturalmente, este segundo aumento se recibirá con más oposición, y quizás nos veamos forzados a hacer negociaciones. Pero confiamos que cualquiera de las concesiones que hagamos al aumentar nuestras tarifas de anuncios, los ingresos que generaremos durante los próximos dos años serán suficiente compensación

para anticipar cualquier aumento en el precio.

¡Conozca el Caribe!

La mejor manera de disfrutar un crucero de siete días en los mejores lugares del Caribe, es cuando su compañía paga todos los gastos. Esto es lo que los miembros del consejo están proponiendo como parte del programa "Participe en la oficina". Esto, si alcanzamos nuestra meta de doblar nuestras ventas en 1996. Como empleados de EA, Ud. y su familia disfrutarán de un viaje con todos los gastos pagados al Caribe. Así que no empiece a empacar todavía, aún tenemos mucho trabajo que realizar.

TARIFA DE ANUNCIOS CON UN AJUSTE DEL 45%

	1º Tri	2º Tri	3º Tri	4º Tri	Total
Radio	90	85	95	105	375
TV	125	135	150	140	550
Divisa	40	50	45	60	195
Impresión	75	95	85	80	335
Total	330	365	375	385	1,455

nuestros lectores. Si tratamos de aumentar nuestros precios para cubrir la producción, corremos el riesgo de perder un porcentaje de nuestros lectores.

Una de las soluciones que pasamos por alto, pero a la vez, la más estudiada y obvia a nuestro problema, es de aumentar modestamente el precio de