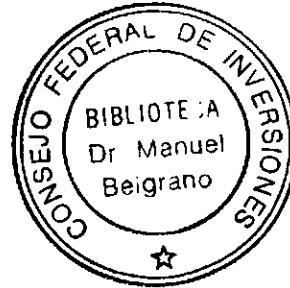


0/H. 381
022

45185



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
PROVINCIA DEL CHUBUT



Este 5312

Estudio sobre el funcionamiento y organización de LU 90 TV Canal 7 de la Provincia del Chubut

Informe Final

Responsable del Proyecto:

Lic. Adm. Oller, Pedro Germán
Mat. Prof. Tomo III Folio 26 CPCECH.

Colaboradores:

Farias, Juan Pablo.
Fioroni, Carla Valeria.

Pedro a
Domingo y
si tiene información

Oller

Septiembre 2002.-

INDICE

Mecánica Operativa.....	3
El origen de LU90 TV Canal 7.....	5
El Canal Hoy.....	9
Caracterización.....	10
Análisis de las Direcciones.....	22
Diagnostico.....	39
Propuestas.....	51
Estrategias para la implementación de las propuestas....	56
Contactos.....	59

MECÁNICA OPERATIVA

La mecánica de trabajo fue cuidadosamente ejecutada, respetando el principio básico de la línea de jerarquía.

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO

El trabajo desarrollado ha tenido como objetivo el relevamiento de información tendiente a caracterizar la operatoria habitual de LU 90 TV Canal 7 de Rawson, identificando, evaluando y diagnosticando las principales problemáticas de la gestión y organización del mencionado organismo, avanzando en la formulación de propuestas de acción que permitan resolver las situaciones críticas, delineando las estrategias para la implementación de las mismas.

METODOLOGÍA APLICADA

La presentación del equipo de trabajo fue realizada por el Lic. Waldo A. Griffiths, Subsecretario de Información Pública de la Provincia del Chubut, ante el Director General de Canal 7, Sr. Alberto R. Viegas y ante el Director de Administración de la Secretaría General de la Gobernación, Sr. Martín De Los Ríos (luego reemplazado por la Cra. Norma Valencia).

Se expusieron los objetivos del trabajo, como así también los plazos y resultados obtenidos.

Las etapas subsiguientes se llevaron a cabo en las instalaciones de la emisora televisiva, siendo el Sr. Viegas el encargado de presentar el equipo de trabajo ante los responsables de las diferentes direcciones del canal.

Se realizó un reconocimiento inicial de la distribución física y funcional, con el objetivo de identificar las distintas secciones que conforman la emisora.

Posteriormente se llevaron a cabo entrevistas personalizadas con los responsables de las diferentes Direcciones, como así también con el personal de cada una de ellas, con la finalidad de tomar conocimiento respecto de:

- Recursos disponibles para la realización de las tareas diarias.
- Funciones del cargo.
- Necesidades del sector.

A partir del relevamiento efectuado de la información disponible y de las entrevistas con las autoridades y colaboradores, y luego del correspondiente procesamiento y sistematización, se construyó la caracterización de la situación actual, que permitió realizar el análisis y la formulación de un exhaustivo diagnóstico de las principales problemáticas existentes, identificando el conjunto de causas, efectos y condiciones que inciden en la eficacia y operatividad de la gestión del ente analizado.

A fin que la caracterización de la situación actual y el diagnóstico definitivo contemplen una perspectiva amplia y consensuada de los aspectos bajo estudio, se prestó especial atención a la opinión de las autoridades correspondientes, respecto a las versiones preliminares del producto elaborado por el equipo de trabajo. Por ello, se tuvieron en cuenta las observaciones y aportes efectuados a estos fines para la formulación de la versión definitiva de la caracterización de la situación vigente y del diagnóstico. En el transcurso de estas tareas se suministró a las autoridades la información que estas requirieron.

Basados en los análisis y diagnósticos de los diferentes aspectos de orden legal, operativo, organizacional, instrumental, de recursos, etc., se diseñaron las propuestas de medidas de mejoramiento y las estrategias para la implementación de las mismas.

Para el diseño de las propuestas se adoptó un criterio participativo a fin de resolver la problemática vigente, en virtud de considerarse conveniente construir un espacio de consenso que posibilite la viabilidad política y la factibilidad técnica para la implementación de dichas propuestas.

EL ORIGEN DE LU90 CANAL 7

RESEÑA HISTÓRICA

LU 90 TV Canal 7 de Rawson – Chubut, fue inaugurado el 15 de Septiembre de 1975, coincidiendo con el 110º Aniversario de la ciudad de Rawson, día en el cual se llevó a cabo la primera transmisión oficial del canal.

En aquella oportunidad fue el gobernador de turno, Dr. Benito Fernández, quién se encargó de realizar el discurso de inauguración, el cual incluyó como puntos sobresalientes:

- la descalificación de las afirmaciones de un determinado sector político, que adjudicaban un carácter demagógico al anuncio de la puesta en marcha de una estación televisiva.
- la aclaración que ese medio de difusión no iba a ser puesto al servicio incondicional del gobierno y del partido oficialista.
- la explicación del plan provincial de instalación de canales repetidores en el interior del Chubut, de modo de dotar de este medio de información y cultura a todos los puntos del territorio, como una manera de revertir el proceso de desarraigo en las pequeñas localidades.
- La calificación como trascendente e histórica la inauguración de canal 7.

Al momento de la inauguración, el canal quedó a cargo directamente de la Dirección General de Energía y Comunicación de la Provincia, cuyo titular era el Ing. Vega.

Hacia finales del año 1975, asumía el primer Director General del Canal, el señor Julio Orellano.

En los años posteriores, y siguiendo el ritmo de los permanentes cambios políticos que ocurrieron, tanto a nivel provincial como nacional, el detalle de los directores que tuvieron a cargo la emisora, es el siguiente: Sosa, Hither, Polumbo, Consiglio, Lauro, Sanoto, Peralta, Reinoso, Anonieta, De Filippo, Gaud, Mónaco, Dames, Zubian y Viegas.

ORIGEN LEGAL DEL CANAL 7 DE RAWSON

En noviembre del año 1969, el Gobernador Guillermo Pérez Pittón, solicita mediante nota al presidente de la CONART (Comisión Nacional de

Radiodifusión y Televisión), la creación de un canal de televisión, o sea, un circuito abierto de TV.

En marzo de 1970 se crea la estación televisiva, mediante Decreto del Poder Ejecutivo N° 1197/70. Ese mismo año, el gobernador solicita a la Secretaría de Comunicaciones asistencia técnica, estudios y asesoramiento para la instalación y puesta en funcionamiento del canal.

Se estableció así la Convenio de Asistencia Técnica, con la Secretaría de Estrado de Comunicaciones, quienes tuvieron a su cargo:

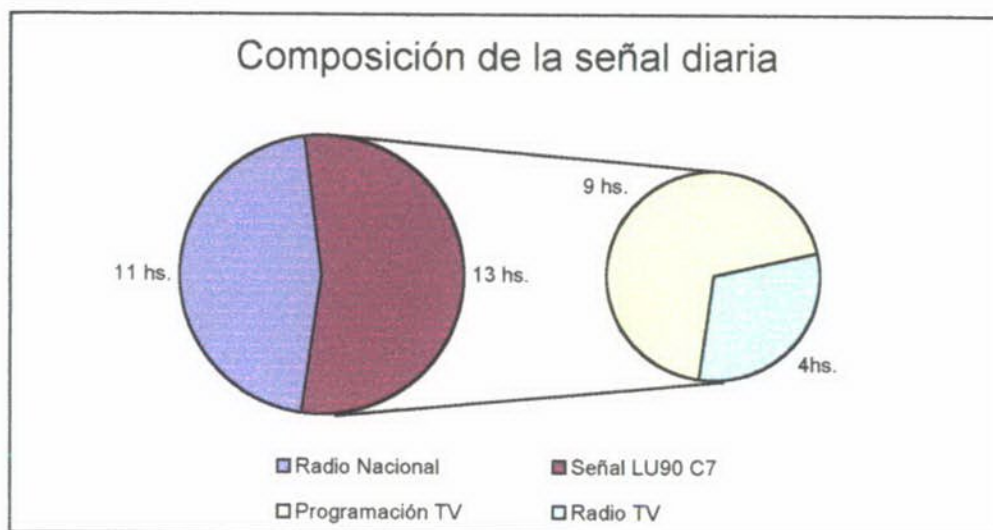
- El estudio de factibilidad técnica.
- La preparación del pliego para el aprovisionamiento, relacionados a:
 - la Planta Transmisora
 - los Estudios
 - los Radioenlaces Estudios – Planta
 - la Torre de sustentación de sistemas irradiantes, etc.
- Asistencia de consultas técnicas de las empresas licitantes.
- Asesoramiento de la Comisión de adjudicación.

Otras tareas que realizó la S.E.C. fueron la inspección y supervisión de obras, mediciones, puesta en funcionamiento de las instalaciones y recepción provisoria y definitiva.

EL CANAL HOY

Datos relevantes

- Horas transmisión televisivas (promedio diario año 2001) : 13 hs.
- Horas transmisión radio propia (promedio diario año 2001): 4 hs.
- Retransmisión de programación de Radio Nacional: 11 hs.

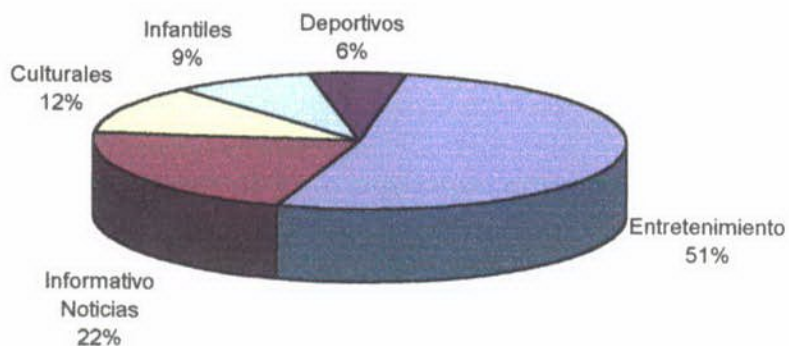


PROGRAMACION

Según los contenidos

Durante el año 2001 los contenidos de la programación han sido los siguientes:

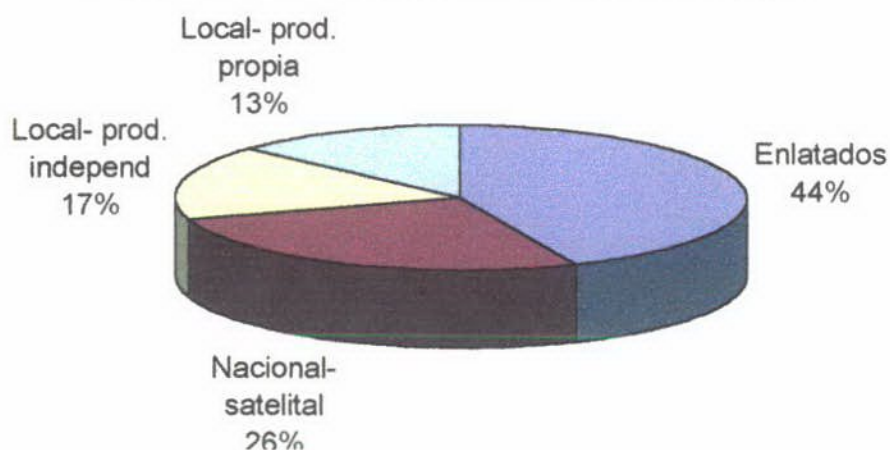
Composición de la programación por contenido



Al analizar el contenido de la programación televisiva de la emisora se observa que el entretenimiento es el principal ingrediente de la oferta con el 51 % del espacio diario, las noticias e informativos le siguen con el 22 % , en tanto que el resto de la programación diaria se ocupa con segmentos culturales, infantiles o deportivos (27 % en total).

Según el origen

Composición de la programación por el origen



Al analizar la composición de la programación según su origen se evidencia el predominio de los contenidos enlatados, cubren el 44 % la programación. Aquellos programas retransmitidos que llegan vía satélite abarcan un 26 %. El resto de los espacios son cubiertos con producciones locales independientes (17%) o por producciones propias del canal (13%).

PROVEEDORES

Para su funcionamiento, el canal, utiliza diferentes proveedores para completar su grilla de programación. A continuación se presentan los más significativos.

El 44 % de la programación esta compuesto por productos que son ofrecidos al canal por distribuidoras. En este ítem, el proveedor más importante es CINTELBA , que ofrece series (de reposición diaria o semanal), documentales y largometrajes (estrenos o de reposición). Siguiendo con los

proveedores de "enlatados" el segundo en importancia es ARGENTFILMS con sus dibujos animados infantiles.

El 26 % de la programación esta compuesta por productos de la Productora ARTEAR, con la cual existe una relación de exclusividad contractual que posibilita la retrasmisión en tiempo real de la señal generada por el Canal 13 de Buenos Aires. De esta señal se toman noticieros, series, miniserias, documentales y largometrajes.

El 17% de la programación es cubierta por agencias productoras locales, en total suman 12 (doce). Abarcan en su contenido temáticas tan variadas como deportes, cultura, periodismo, etc. La capacidad de producción de las agencias es dispar, en general limitada, con algunas excepciones con capacidad para generar producciones televisivas de mayor complejidad.

El resto de la programación (13%) es cubierta por productos generados por la emisora a través de su equipo de noticias, deportes y de producción.

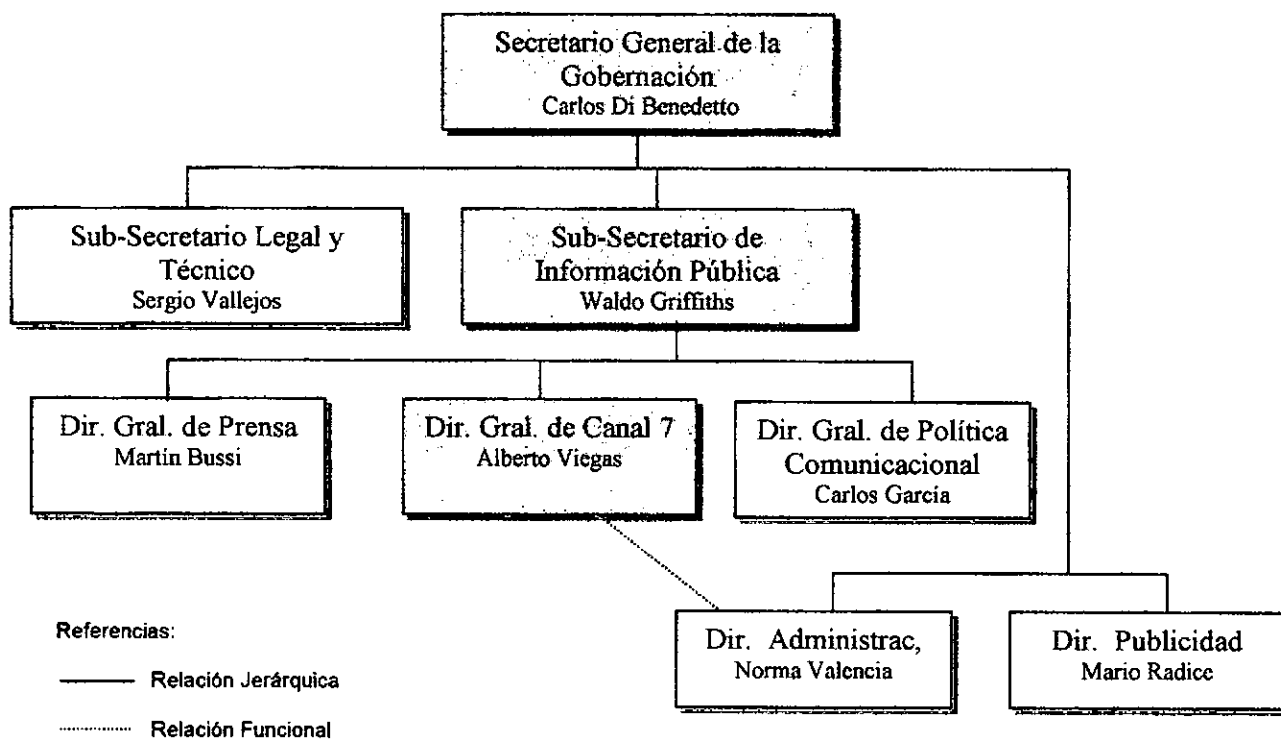
COBERTURA DE LA SEÑAL

El canal posee 61 repetidoras distribuidas en toda la provincia. Una repetidora posee cctv, 15 repetidoras tienen una potencia de 100 , 4 de 10 y 41 de 1.

El 94% de la población provincial se encuentra concentrada en tres conglomerados urbanos. En el sur Comodoro Rivadavia – Rada Tilly – Sarmiento; en el Noreste, Pto. Madryn, Rawson, Trelew y las comunas del Valle Inferior del Río Chubut y el Noroeste Esquel y Trevelín. El resto de la población se distribuye en 13 municipios de 2da., 2 comisiones de fomento y 19 comunas rurales.

El canal posee 61 repetidoras que cubren la totalidad de la superficie provincial y las comunas a excepción de Comodoro Rivadavia, donde Canal 9 es quien tiene la autorización del COMFER como canal de aire.

UBICACIÓN DEL CANAL EN LA ESTRUCTURA DE LA SECRETARÍA GENERAL DE LA GOBERNACIÓN



El Canal es una Dirección General que depende formalmente de la Subsecretaría de Información Pública. Posee una vinculación funcional con la Dirección de Administración, dependiente del Secretario General de Gobierno, a los efectos de la tramitación de expedientes y contabilización de los mismos. Los pagos de los expedientes recaen en el Departamento de la Tesorería del Ministerio de Hacienda. La Subsecretaría de Recursos Fiscales y Financiamiento del Ministerio de Hacienda a través de sus cuentas recaudadoras de rentas generales, administran los ingresos generados por el giro comercial del canal.

De los Recursos Económicos

El presupuesto de gastos (Año 2001) asignado a la Secretaría General de la Gobernación y la Dirección de Canal 7 se compone de la siguiente manera:

	Personal	Servicios no Personales	Bienes de consumo	Bienes de uso	TOTAL
Secretaria General	6.853.375	3.887.122	776.372	534.363	12.051.232
Dirección de Canal 7	1.209.512	798.197	40.820	785	2.049.314

- El Canal representa el 17 % del presupuesto total de la Secretaria.
- Dentro del presupuesto del canal se observa que:
 - El 59% de los gastos son aplicados personal y los servicios no personales abarcan el 39% del presupuesto disponible.

Para avanzar en la caracterización de la emisora se presenta a continuación la Ejecución presupuestaria del año 2001

INGRESOS	
INGRESOS OPERATIVOS	
INGRESOS POR PUBLICIDAD	
INGRESOS POR PUBLICIDAD PESOS	\$ 152,563.83
INGRESOS POR PUBLICIDAD CANJE	\$ 33,298.79
INGRESOS POR PRODUCTORAS	
	\$ 14,750.00
TOTAL INGRESOS	\$ 200,612.62

Informe LU 90 TV Canal 7 de Rawson – Pcia. del Chubut

EGRESOS			
PERSONAL			
	PLANTA PERM.+TEMP.+CONTRATADOS+PLANTEL POLITICO		\$ 1,086,258.36
SERVICIOS NO PERSONALES			
	ALQUILERES DE BIENES MUEBLES	\$ 300,186.70	
	ALQUILER DE BIENES INTANGIBLES	\$ 245,478.05	
	OTROS GASTOS PROGRAMACION	\$ 38,453.65	
	REPARACION DE VEHICULOS	\$ 22,918.00	
	REPARACION DE MAQUINAS / EQUIPOS	\$ 22,635.48	
	SERVICIOS TÉCNICOS	\$ 15,477.55	
	FLETES	\$ 7,134.56	
	OTROS CONCEPTOS	\$ 42,718.99	\$ 695,002.98
BIENES DE CONSUMO			
	ALIMENTOS	\$ 6,646.82	
	ROPA	\$ 6,532.67	
	OTROS ROPAJES	\$ 4,163.52	
	PAPEL	\$ 3,870.50	
	DIARIOS	\$ 2,462.50	
	REPUESTOS AUTOMOTOR	\$ 1,329.00	
	OTROS CONCEPTOS	\$ 4,126.73	\$ 29,131.74
TOTAL EGRESOS			\$ 1,810,393.08

DATOS AMPLIATORIOS:

EGRESOS POR SERVICIOS TELEFÓNICOS	\$ 14,900.12
EGRESOS POR SERVICIOS ELÉCTRICOS	\$ 57,755.17
VIÁTICOS	\$ 22,918.00
COSTOS DE PROGRAMACIÓN	\$ 263,352.87
COMFER	\$ 17,664.00
ARGENTORES	\$ 17,763.66

El análisis de la información económica y financiera se detendrá en los ingresos para luego pasar a los egresos mas importantes.

DE LOS INGRESOS:

El principal ingreso generado por el canal esta relacionado con la comercialización de los espacios intermedios dentro de su programación diaria. La mas importante fuente de ingresos es generada por anunciantes de nivel nacional. El canal tiene reservada la comercialización de sus espacios a nivel nacional con la agencia publicitaria "BOSUEL" de la ciudad de Buenos Aires. Bosuel se encarga de la búsqueda de anunciantes, recibiendo como contrapartida una comisión sobre el monto facturado.

A continuación se presenta la evolución de este concepto durante el año 2001

PUBLICIDAD NACIONAL					
MES	IMPORTE	IVA	TOTAL	COMISIÓN	TOTAL
ENERO	\$ 75,60	\$ 15,87	\$ 91,47	\$ -	\$ 91,47
FEBRERO	\$ 2.526,40	\$ 530,54	\$ 3.056,94	\$ 934,22	\$ 2.122,72
MARZO	\$ 21.118,20	\$ 4.434,82	\$ 25.553,02	\$ 5.194,03	\$ 20.358,99
ABRIL	\$ 5.387,00	\$ 1.131,26	\$ 6.518,26	\$ 2.468,26	\$ 4.050,00
MAYO	\$ 10.273,00	\$ 2.157,41	\$ 12.430,41	\$ 2.112,36	\$ 10.318,05
JUNIO	\$ 5.897,20	\$ 1.238,40	\$ 7.135,60	\$ 2.222,70	\$ 4.912,90
JULIO	\$ 10.715,60	\$ 2.250,33	\$ 12.965,93	\$ 4.038,76	\$ 8.927,17
AGOSTO	\$ 13.814,00	\$ 2.900,92	\$ 16.714,92	\$ 4.242,19	\$ 12.472,73
SEPTIEMBRE	\$ 9.900,60	\$ 2.079,12	\$ 11.979,72	\$ 4.373,50	\$ 7.606,22
OCTUBRE	\$ 42.687,90	\$ 8.964,42	\$ 51.652,32	\$ 17.774,69	\$ 33.877,63
NOVIEMBRE	\$ 5.938,80	\$ 1.247,14	\$ 7.185,94	\$ 2.177,26	\$ 5.008,68
DICIEMBRE	\$ 7.193,20	\$ 1.510,56	\$ 8.703,76	\$ 2.292,75	\$ 6.411,01
tot. parciales	\$ 135.527,50	\$ 28.460,79	\$ 163.988,29	\$ 47.830,72	\$ 116.157,57

Otros componentes de los ingresos, surgen por la comercialización local de los espacios intermedios. En el detalle que figura a continuación se incluyen los montos de aquellas operaciones por las cuales el canal recibió en "canje" bienes de consumo, bienes de capital o servicios no personales.

PUBLICIDAD LOCAL					
MES	IMPORTE	IVA	TOTAL EF.	TOTAL CANJE	TOTAL P. LOCAL
ENERO	\$ 3.374,89	\$ 708,73	\$ 2.813,12	\$ 1.270,50	\$ 4.083,62
FEBRERO	\$ 2.418,00	\$ 507,78	\$ -	\$ 2.925,78	\$ 2.925,78
MARZO	\$ 3.834,00	\$ 805,14	\$ 665,50	\$ 3.973,64	\$ 4.639,14
ABRIL	\$ 5.098,46	\$ 1.070,67	\$ 4.716,68	\$ 1.452,45	\$ 6.169,13
MAYO	\$ 4.640,00	\$ 974,00	\$ -	\$ 5.614,00	\$ 5.614,00
JUNIO	\$ 9.369,00	\$ 1.967,49	\$ 7.688,34	\$ 3.648,15	\$ 11.336,49
JULIO	\$ 4.947,81	\$ 1.039,03	\$ 2.408,56	\$ 3.578,28	\$ 5.986,84
AGOSTO	\$ 6.387,90	\$ 1.341,44	\$ 3.866,06	\$ 3.863,28	\$ 7.729,34
SEPTIEMBRE	\$ 1.786,00	\$ 375,06	\$ 1.858,56	\$ 302,50	\$ 2.161,06
OCTUBRE	\$ 8.246,00	\$ 1.731,66	\$ 3.609,95	\$ 6.367,71	\$ 9.977,66
NOVIEMBRE	\$ 2.292,00	\$ 481,32	\$ 2.470,82	\$ 302,50	\$ 2.773,32
DICIEMBRE	\$ 5.213,77	\$ 1.094,90	\$ 6.308,67	\$ -	\$ 6.308,67
tot. parciales	\$ 57.607,83	\$ 12.097,22	\$ 36.406,26	\$ 33.298,79	\$ 69.705,05

CUADRO TARIFARIO

Los ingresos generados por la publicidad se corresponden con el cuadro tarifario fijado por la resolución n° 02/99 de la Secretaría General de Gobierno, según el esquema que figura a continuación.

CATEGORÍA	COSTO TOTAL	SALIDAS DIAS	TOTAL SEGUNDOS	COSTO SEGUNDO	FORMA DE PAGO
A-pequeños anunciantes	\$ 250.-	48 de 20 seg. X 30 días	960	\$ 0.26	A 30 días
B- medianos Anunciantes	\$ 550.-	64 de 20 seg. X 30 días	1280	\$ 0.42	A 30 y 60 días
C- grandes Anunciantes	\$ 1250.-	87 de 20 seg. X 30 días	1740	\$ 0.70	A 30 , 60 y 90 días

Para completar el cuadro tarifario se debe mencionar el canon que se le impone a las productoras independientes locales por la puesta en el aire de sus programas es de \$ 250.- por mes con una salida semanal de 1 (una) hora.

DE LOS EGRESOS

El mas importante de los egresos es gastos de personal , su caracterización esta realizada más adelante.

Dentro de los servicios no personales, el egreso mas importante esta relacionado con la adquisición de programación. A continuación se presenta el resumen por proveedor de este ítem correspondiente al año 2001

PROVEEDOR	TOTALES
ARTEAR	\$ 121.812,00
CINTELBA	\$ 71.559,00
ARGENFILMS	\$ 12.776,00
IMAGEN	\$ 6.500,00
MOTOR SPORT	\$ 5.000,00
IVA	\$ 45.705,87
TOTAL	\$ 263.352,87

DE LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS

El canal utiliza como sistema de transmisión un formato analógico.

Para la reproducción de contenidos estos pueden ser con un formato UMATIC, o súper VHS. Para la retransmisión de señales tomadas vía satélite el canal cuenta con una parabólica y el equipamiento suficiente.

Para la transmisión el canal cuenta con:

- Una planta transmisora en la ruta provincial n° 7 a pocos kilómetros de Rawson, en ella se dispone de una antena de 110 metros de altura para difundir la señal para la zona de Playa Unión, Rawson, Trelew, Gaiman y adyacencias.
- El servicio de la Empresa Imsat, a través de su satélite le permite colocar su señal para que las estaciones repetidoras puedan tomar la señal.
- Cada estación repetidora toma del satélite la señal y la retransmite por aire con una potencia variable.

El canal cuenta con una antena receptora para señales generadas en exteriores además del equipamiento para procesar la señal recibida y ponerla en el aire.

En cuanto a la infraestructura edilicia, el canal tiene desde el año 1995 su base operativa en el casco urbano de la Ciudad de Rawson, los edificios que ocupan están en un predio con abundante espacios verdes.

El canal tiene dos edificios dentro del mismo predio, en el mas grande se encuentran las oficinas de administración , personal, deportes, recepción, programación, tráfico, dirección general, técnica , de mantenimiento y la sala de control de emisión. En el otro módulo, se encuentran los estudios de noticias, radio Tv. , sala de control, el estudio principal , la sala de archivo, la sala de edición y producción.

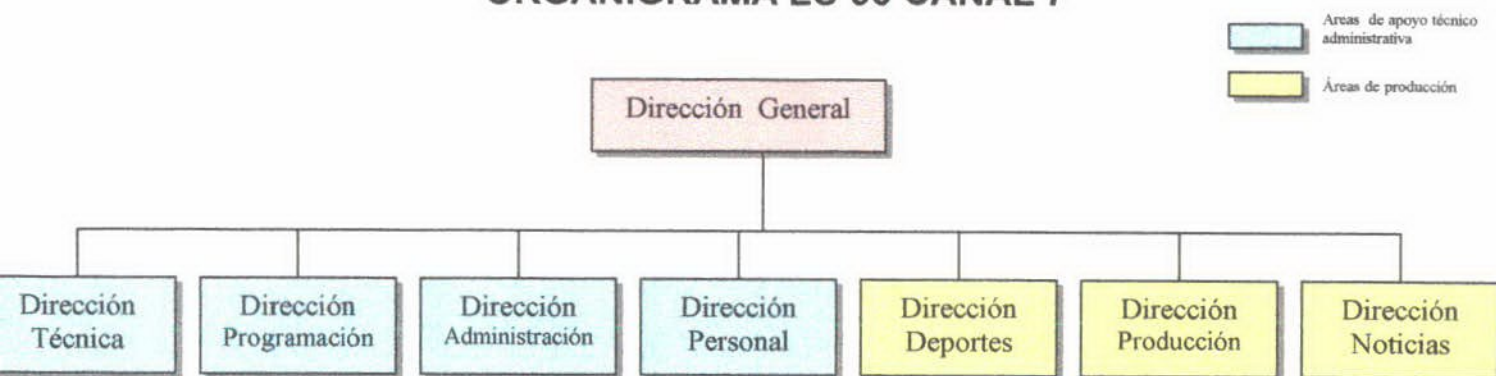
DE LOS RECURSOS HUMANOS

El canal en la actualidad posee 7(siete) direcciones, 4(cuatro) de apoyo técnico administrativo y 3(tres) vinculadas al desarrollo de sus productos propios.

El canal tiene en su plantilla 69 (sesenta y nueve) personas distribuidas en su estructura, a estas se debe agregar 7 (siete) adscriptos de otras reparticiones estatales y que prestan servicios en la emisora. Asimismo, el canal tiene a 5 (cinco) de sus agentes adscriptos en otras reparticiones.

A continuación se grafica el organigrama con la descripción de las áreas en cuanto a cantidad de personal, remuneraciones totales anuales y participación de las mismas en el total del Canal.

ORGANIGRAMA LU 90 CANAL 7



Modalidad contractual de los empleados

Al analizar la vinculación de los recursos humanos con el Canal surgen 4 (cuatro) modalidades distintas:

Planta permanente:

Es la principal modalidad dentro de la estructura. Comprende a 44 agentes, esto representa el 64 % del total y su cuantificación económica es \$ 734.472.- es decir el 68 % del total .

Estos agentes están comprendidos por la ley provincial 3512, prestan sus servicios con la estabilidad laboral asegurada.

Planta temporaria:

Comprende a 9 (nueve) agentes, esto representa el 13 % del total, económicamente representa el 8 % con \$ 90.574.-

Estos agentes también están comprendidos por la ley provincial 3512, pero prestan sus servicios sin la estabilidad laboral asegurada.

Contratados:

Abarca a 8(ocho) agentes, representa el 12% del total de la plantilla, económicamente representa el 7 % con \$ 71.560.-

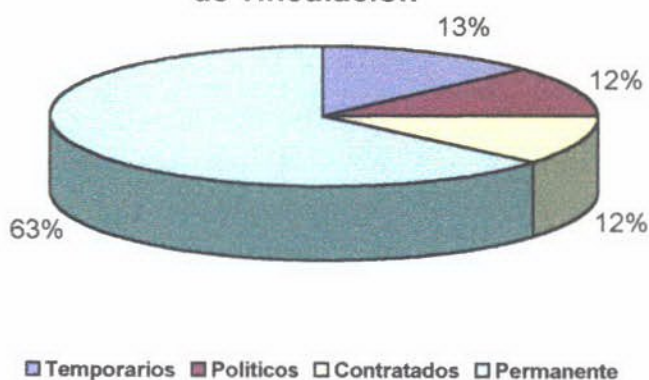
Son agentes con un contrato de locación de servicios y no se rigen por la ley provincial 3512, la dirección de la relación es con plazo fijo y las partes pueden discontinuar la relación sin ningún tipo de reconocimiento ni indemnización compensatoria.

Personal Político (jerárquico)

Los puestos políticos son 8 (ocho) , su peso económico es de \$ 189.652.36 y representa el 17% del total.

Su vinculación con la emisora nace a partir de una designación política y su continuidad esta condicionada por la voluntad del designante. La discontinuidad de la relación es posible ,sin ningún tipo de reconocimiento ni indemnización compensatoria.

Composición de la plantilla s/modalidad de vinculación



Genero:

En cuanto al genero, la composición es la siguiente:

- los agentes hombres son 50 (cincuenta) y
- las mujeres 19 (diecinueve).