



# PROPUESTA DE VIABILIDAD DEL EPRTVM DE LA REPRESENTACIÓN DE LOS TRABAJADORES

- 1. Motivos, objetivos y alcance del estudio**
- 2. En defensa de las televisiones públicas**
- 3. Situación actual del entorno en el que opera el EPRTVM**
  - 3.1. Situación macroeconómica
  - 3.2. Ingresos publicitarios
  - 3.3. Tendencias a futuro
- 4. Evolución gestión del EPRTVM del 2004 al 2012**
  - 4.1. Aportaciones de la Comunidad de Madrid
  - 4.2. Deuda y coste por habitante
  - 4.3. Ingresos publicitarios
  - 4.4. Derechos audiovisuales
  - 4.5. Productoras externas y otras colaboraciones (tertulianos, asesores...)
  - 4.6. Audiencias
  - 4.7. Gastos de personal: evolución plantilla, contrataciones, directivos, fuera de convenio
- 5. Nuevo modelo empresarial. Unificación empresas.**
  - 5.1. Restricciones legales y presupuestarias
  - 5.2. Aumento de los ingresos por publicidad
  - 5.3. Reducciones de gastos : derechos audiovisuales,
  - 5.4. Tope salarial del 60.000 euros
  - 5.5. Reducción Directivos y Organigrama
  - 5.6. Recortes de complementos
  - 5.7. Asimilación contratos fuera de convenio
  - 5.8. Eliminación 70% de colaboradores programas informativos
  - 5.9. Reducción Consejo de Administración al 50%
  - 5.10. Creación de la Corporación de RTVM.
  - 5.11. Reducción representación sindical
  - 5.12. Elección del Director General
  - 5.13. Utilización 100% de medios internos
  - 5.14. La información local como principio de Onda Madrid
  - 5.15. Nuevas formas de consumo
  - 5.16. Presupuesto adaptado al nuevo modelo de EPRTVAM

**6. Propuesta de parrilla**

**7. Objetividad informativa y servicio público. Consejo Profesional**

## 1. MOTIVOS, OBJETIVOS Y ALCANCE DEL ESTUDIO

Debido a la reducción de la aportación económica que la Comunidad de Madrid concede todos los años al EPRTVM bajo el nombre de Contrato Programa (pasando de 79 millones en el año 2012 a 71 millones para el año 2013) y a la reducción del presupuesto provisional del EPRTVM pasando de 131 millones en el 2012 a 86 millones de euros para el 2013, la representación de los trabajadores ofrece un plan de viabilidad alternativo al presentado por la Dirección del EPRTVM que no suponga el despido de 925 trabajadores.

No se entiende que la Dirección del EPRTVM con la justificación de la nueva legislación vigente de control presupuestario y la reducción del presupuesto para el año 2013 haya decidido despedir al 96% de la plantilla incluida en convenio, basándose en un informe realizado por una empresa externa, sin siquiera valorar previamente y estudiar otras opciones ofrecidas por la representación de los trabajadores desde el mes de mayo, que supondrían el mantenimiento del empleo y un nuevo modelo productivo adaptado al presupuesto y a la legislación vigente. Esta legislación obliga a cumplir a rajatabla el presupuesto y deja clara que no puede haber aportaciones de dinero público extraordinarias (salvo casos excepcionales). Pero este hecho se tiene que constatar a finales de 2013.

La Dirección ha reconocido que, según el nuevo modelo, para la externalización y producción de todos esos departamento que van a ser cerrados contaría con unos 14 millones de euros. Pero la falta de valoración económica del coste de estos servicios de una manera detallada (cámaras, unidades móviles, enlaces, producción y realización, continuidad, control central, documentación, autopromociones, edición y postproducción, maquillaje y peluquería, administración, etc) demuestra el escaso rigor con el que se ha realizado esta propuesta de nuevo modelo productivo y la ligereza con la que se ha decidido prescindir de 925 trabajadores. Tampoco es de recibo que la inmensa mayoría del equipo directivo permanezca en la empresa y con los mismos sueldos.

No se entiende por consiguiente que se proponga un modelo que despide a 925 personas, con un gasto de indemnizaciones de al menos 26,4 millones de euros, que reduce la producción propia a un exiguo 16% y aumenta la redifusión de programas a un 28% y que prevé ingresos de publicidad de 15 millones (previsiones muy optimistas acorde a la parrilla propuesta según palabras del subdirector general del EPRTVM).

Este modelo presentado por la Dirección es un modelo inviable para el futuro del EPRTVM y no cumple con las premisas que la Dirección fijó para encargar el informe de viabilidad a Deloitte-CuatroCasas (ver pag 8. Punto.1- Informe Deloitte).

Siendo la realidad actual la que condiciona el futuro de nuestra empresa, no podemos olvidar las causas de esta situación. Si nuestra Radiotelevisión hubiera estado dirigida por otros gestores desde el año 2004, la situación de ingresos, audiencias y gastos sería muy diferente.

El derroche económico de estos gestores, unido al férreo control de la información realizada en todos los programas informativos e incluso de entretenimiento, ha llevado a que los

ciudadanos madrileños consideren al EPRTVM como un medio de comunicación sesgado (ver encuesta del periódico El País en el apartado 5.2) y por consiguiente hayan dado la espalda a nuestra radiotelevisión.

Las causas de esta decisión de la dirección del EPRTVM de despedir a 925 personas no son económicas sino políticas, como así lo ha manifestado varias veces la Dirección del EPRTVM en diferentes reuniones al expresar que sería la Presidencia de la Comunidad de Madrid o el Parlamento Autonómico Madrileño el que tomaría la última decisión al respecto del nuevo modelo productivo para el EPRTVM. Pero lo que en realidad debería buscar el Gobierno de la Comunidad de Madrid es que el EPRTVM cumpla con el presupuesto y no la destrucción de empleo sin dar oportunidad a que se prueben otras opciones.

El EPRTVM es la radiotelevisión pública de todo el territorio nacional que sale más barato al ciudadano, y así lo reconoce el informe de Deloitte- Cuatro Casas (pag 42).

Según El País de 1 de diciembre de 2012, existe un informe realizado en el año 2004 por una auditora a encargo del Consejo de Administración, que ya revelaba “una falta de optimización económica del presupuesto anual (...) una escasa eficiencia en la coordinación entre departamentos, una falta de evidencia en el proceso de selección y evaluación programas (...) no existe mentalidad de ahorros de costes (...) toma de decisiones sin la transparencia adecuada (...) dificultades en la rentabilidad de los medios propios, técnicos y humanos”. Solicitado este informe a la Dirección del EPRTVM, ésta negó su existencia.

En esta propuesta la Sección Sindical de CGT en el EPRTVM propone otras formas de ahorro y un modelo de radiotelevisión que sea viable, cumpliendo con el presupuesto provisional previsto para el 2013, la ley de déficit presupuestario y el nuevo reglamento de la ley de despidos colectivos (que obliga como primer punto evitar los despidos, y como segundo reducirlos) y manteniendo el servicio de radiotelevisión pública para los madrileños.

## **2. EN DEFENSA DE LAS TELEVISIONES PÚBLICAS**

Del informe encargado por la FORTA (organismo al que pertenece el EPRTVM) a la consultora Accenture en 2012, destacamos algunas de las conclusiones más importantes sobre la existencia de las radiotelevisiónes públicas autonómicas:

### **Un servicio público fundamental e insustituible...**

espejo y altavoz de la realidad social, cultural, lingüística e institucional de las Comunidades Autónomas, que aporta la visibilidad esencial requerida en el modelo constitucional del país.

Cumplen con su cometido de servicio público en el conjunto de su programación; un 80% de su contribución se ciñe a este objetivo constitucional.

La aportación a la audiencia de los Informativos de las TPAs es un 80% superior a las de las televisiones privadas y similar a la de TVE.

Colaboran activamente con las instituciones educativas de su comunidad, con numerosas iniciativas formativas y prácticas audiovisuales.

Los canales por satélite y web, permiten a muchos españoles estar informados y conectados con su comunidad, con su hogar, a pesar de la distancia.

Tienen como principal objetivo educar y hacer crecer a un país y hacerlo con un coste razonable, que no es lo mismo que dar beneficios económicos a sus gestores.

### **Un dinamizador autonómico y por ende del país...**

que acerca la realidad cultural y social de cada Comunidad al ciudadano, y eso significa vertebración y sentimiento de pertenencia, y por tanto, incrementa el nivel y calidad de convivencia de nuestras comunidades.

El 12% de la programación de las TPAs está centrado en la promoción de la industria y economía de la comunidad.

El 19% de la programación de las TPAs, emite contenidos culturales y los eventos sociales más significativos de cada lugar.

Proporcionan un canal efectivo de publicidad para las PYMES que en estos momentos es esencial para llegar a clientes potenciales y competir con las grandes marcas.

El 44% de la programación contribuye a la cohesión social y aumento de pertenencia a la comunidad.

### **Un motor de la industria audiovisual y de la innovación...**

contribuyendo significativamente al crecimiento de la industria audiovisual española, que en la actualidad censa 600 productoras audiovisuales, que facturan más de 2.000 millones de euros y dan trabajo a casi 13.000 empleados.

La industria audiovisual española representa el 0,57% del PIB español, del cual el 16% es la aportación de las TPAs.

Son motor de innovación, tanto en los contenidos como en la tecnología. Han generado talento y conocimiento exportado a otras cadenas.

Los núcleos de talento que se han generado alrededor de las TPAs se deben aprovechar para potenciar la industria audiovisual, un sector con mucho futuro.

### **La financiación: mantener el modelo mixto...**

donde la publicidad (siguiendo el marco legal actual), permita reducir la aportación pública. No sería posible ofrecer un servicio público y de calidad sin la aportación financiera de los gobiernos autonómicos.

El coste de las TPAs es de 30,6€ habitante/año y 83,73€ hogar/año, cifras, sensiblemente inferiores a las de la mayoría de las TV europeas. El de Telemadrid es de 17€ por habitante/año.

Es muy importante potenciar los 'otros ingresos' a través de nuevos canales y soluciones comerciales y también monetización de contenidos, venta de producciones, etc.

Las TPAs ofrecen un canal publicitario asequible al tejido empresarial de la comunidad, que no encuentra en las televisiones estatales.

Un estructura organizativa que busque la eficiencia y equilibrio económico.

### **3. SITUACIÓN ACTUAL DEL ENTORNO EN EL QUE OPERA EL EPRTVM**

#### **3.1 SITUACIÓN MACROECONÓMICA**

La buena gestión pública es un principio básico que toda administración debe cumplir al margen de la coyuntura económica que le rodea.

Aunque el mercado publicitario haya bajado en los últimos años, el descenso de ingresos publicitarios en EPRTVM ya comenzó en 2004 (mucho antes del comienzo de la crisis publicitaria), ignorándose sistemáticamente este descenso en los sucesivos presupuestos del EPRTM.

La financiación presupuestada para el servicio público de radiotelevisión por parte de la administración pública de la Comunidad de Madrid ha variado poco en el periodo 2004-2012, rondando los 80 millones anuales, lo que sí ha variado es la aportación extraordinaria, debido a que los presupuestos del EPRTVM han sido irreales año tras año. Incluso contando con los datos consolidados de ejercicios anteriores se seguían presupuestando ingresos inverosímiles. (Ver gráfico del apartado 4.1)

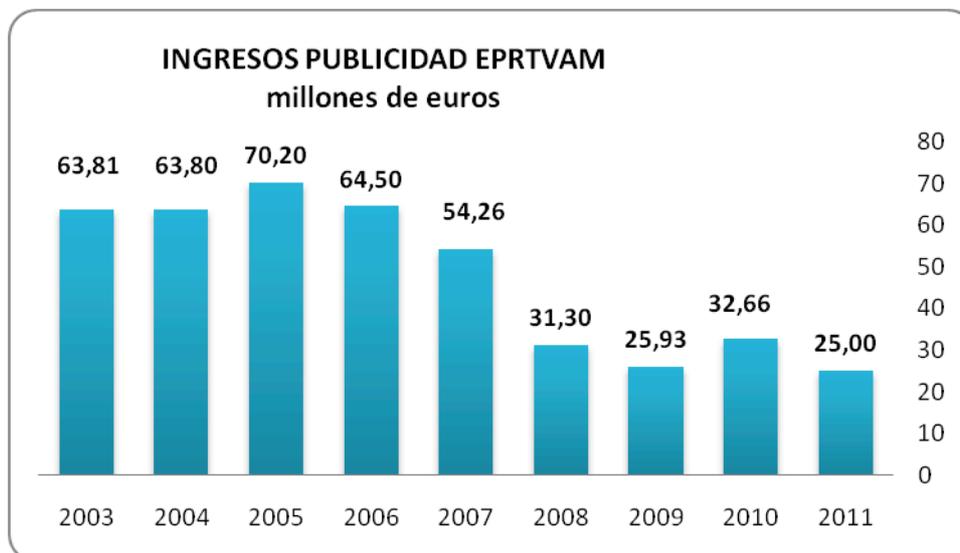
#### **3.2 INGRESOS PUBLICITARIOS**

En España, los ingresos publicitarios en televisión bajaron desde 2007 a 2011 un 28%, en el EPRTVM un 58%. Además en el periodo 2004-2007 ya habían sufrido una caída del 15%, coincidiendo con la entrada de los actuales gestores del EPRTVM, mientras que el entorno general de inversión publicitaria en esos años no sufrió apenas descenso.

Esta realidad se ve agravada observando las cuotas de ocupación de la cadena que se sitúan en unos niveles superiores al resto de las cadenas autonómicas, lo que dificulta la posibilidad de aumentar los ingresos vía incremento del espacio publicitario.

Por tanto, la principal fuente de ingresos operativos de Telemadrid, la publicidad, experimenta un acusado descenso (58% en el periodo 2007- 2011), aspecto no compensado por una reducción equivalente en costes como derechos audiovisuales deportivos, gestión externa, internalización de servicios o reducción de altos cargos.

Por otra parte el consumo de televisión aumentó de 2006 a 2011 en un 10%.



### 3.3 TENDENCIAS A FUTURO

Del informe encargado por la FORTA a la consultora Accenture en 2012, destacamos algunas de las conclusiones más importantes sobre el futuro de las radiotelevisiónes públicas autonómicas (TPAs):

La televisión seguirá siendo el medio que más publicidad atraiga en los próximos años.

No obstante, la TV conectada obligará a desarrollar modelos publicitarios menos disruptivos: brandedcontent, productplacement, etc.

Parece que, a medio plazo, internet pasará a ser el segundo medio en importancia, por encima de los diarios.

La función de servicio público exige satisfacer las demandas de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad; difundir su identidad cultural; promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales, garantizando el acceso al medio de todos los grupos sociales significativos.

**La Televisión Pública debe distinguirse por proponer diversas maneras, y no solo una, de mostrar la realidad social.**

Las TPAs cumplen con su cometido de papel de servicio público en la medida en que casi un 80% de su contribución consigue ese objetivo.

#### **El papel de dinamizadora de las autonomías**

La dinamización cultural del territorio se incluye dentro de las funciones de servicio público e incluye la difusión, tanto en el interior como en el exterior de la Comunidad, de tres elementos culturales básicos:

- La realidad cultural propia del territorio.
- El patrimonio cultural y social en el territorio.
- La lengua propia o el habla característica de la región.

El objetivo último de la programación autonómica es el fomento de la cohesión social y la pertenencia territorial. Así, en 2010, las emisiones que cumplen con dichas funciones son: 6.568 programas, 27.219 horas y 44% de la programación.

### **Realidad cultural propia**

Las TPAs nos brindan la oportunidad de:

- Producir contenidos culturales distintivos de interés público y captar audiencia.
- Contribuir a su función de servicio público a través de la contribución a la conservación de la cultura territorial y el fomento de la identidad comunitaria.
- Promocionar la Comunidad en el exterior (turismo).
- Las TPAs ejercen de altavoz de los acontecimientos culturales y sociales locales gracias a la cobertura mediática que les proporcionan. Con ello:
  - Multiplican el impacto de las inversiones culturales (incluidas las realizadas por las administraciones públicas).
  - Facilitan la obtención de recursos a los gestores culturales.
  - Disponen de una ocasión para generar productos de gran calidad y con un elevado grado de servicio público.

Somos soporte imprescindible de la comunicación comercial de anunciantes locales que solo a través de nosotros pueden transmitir sus mensajes con capacidad de competir con las grandes marcas.

La promoción del tejido industrial local no consiste únicamente en la emisión de publicidad, sino que se realiza igualmente mediante otro tipo de contenidos que promueven los productos/servicios de las empresas de la región de forma integrada en la programación del canal.

### **Modelo de financiación**

Las televisiones públicas autonómicas se han convertido en una ventana significativa dentro del mercado publicitario español:

- Por la calidad del contenido emitido y su apuesta por los contenidos de proximidad, y por las cuotas de pantalla de ciertos programas.
- Porque cubre segmentos de población que en ocasiones no gozan de la misma presencia en las televisiones de ámbito estatal.
- Porque permite dotar a los anuncios de un elemento de proximidad que tiene efectos beneficiosos para sus campañas.
- Porque permite una ventana a las PYME cuyo ámbito de operación se limita al propio territorio.

Dicho todo esto, la inserción de espacios publicitarios debe mantenerse supeditada al carácter de servicio público de las televisiones autonómicas, tanto en lo referente al contenido de la publicidad, como a los horarios de su emisión y otros aspectos.

- Las TPAs cumplen la ley respecto a la publicidad, que aplica limitaciones más restrictivas a las TPAs que a las privadas.
- Las TPAs son líderes en cuota en determinados segmentos de población (por ejemplo, en un perfil de clase media y alta en TV3 o en personas mayores de 45 años en el conjunto de las TPAs).

Desafortunadamente el EPRTVM no ha seguido muchas de estas directrices, especialmente en los últimos 8 años. No ha cumplido su función de mostrar la realidad desde distintos puntos de vista. Muy al contrario se ha mostrado siempre la visión sesgada impuesta por los dirigentes del partido popular de Madrid a través de la dirección del EPRTVM.

Esta manera de informar no ha favorecido la cohesión social, ni ha dinamizado la cultura de nuestra comunidad, ya que se ha ignorado sistemáticamente cualquier evento social y cultural que no coincidiera con la ideología de los directivos del EPRTVM (manifestaciones multitudinarias en contra de la política económica del gobierno de la Comunidad).

Muchas asociaciones o grupos de ciudadanos han sido ignoradas y ninguneadas a favor de aquellas cuyos planteamientos coincidían con el poder político gobernante. Las denuncias y quejas han sido continuas desde todos los ámbitos, y el resultado ha sido el abandono de la audiencia y el desplome de los ingresos publicitarios.

Además se ha perdido el sello de identidad de Telemadrid y Onda Madrid, que durante muchos años se identificó con la frescura, la cercanía y la pluralidad. Toda la programación de cercanía y realidad social fue eliminada con la llegada de los actuales gestores en 2004 (Sucedió en Madrid, Teleempleo, Cyberclub...) o modificados sus contenidos con un férreo control que evitara cualquier contenido fuera de su estrecha visión de la realidad madrileña (Madrid Directo, Treinta Minutos, Siete Días...) que les llevó a perder audiencia sin parar.

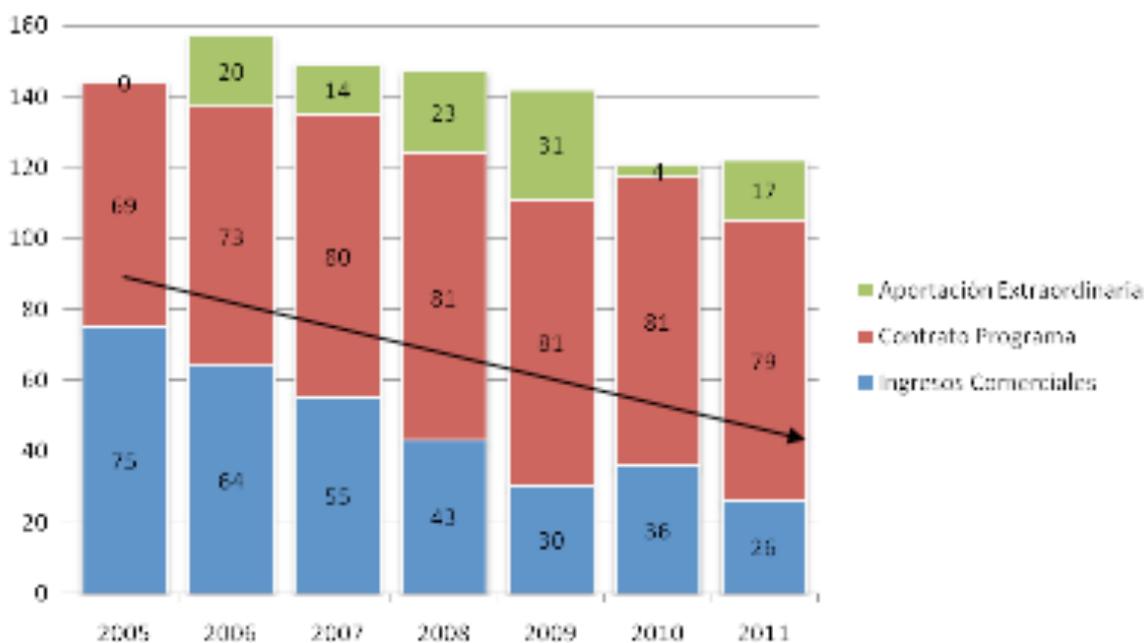
La información nacional e internacional ha tenido más peso que la regional, pretendiendo competir en un terreno que no parece el más adecuado para una televisión regional.

Los nuevos programas pasaron de ser apuestas nuevas y económicamente razonables a viejas ideas pagadas a precios desorbitados y que irremediamente estaban abocadas al fracaso, sin que nadie asumiera la responsabilidad de esta deficiente gestión que ha despilfarrado el dinero de todos y el crédito conseguido desde la creación del EPRTVM.

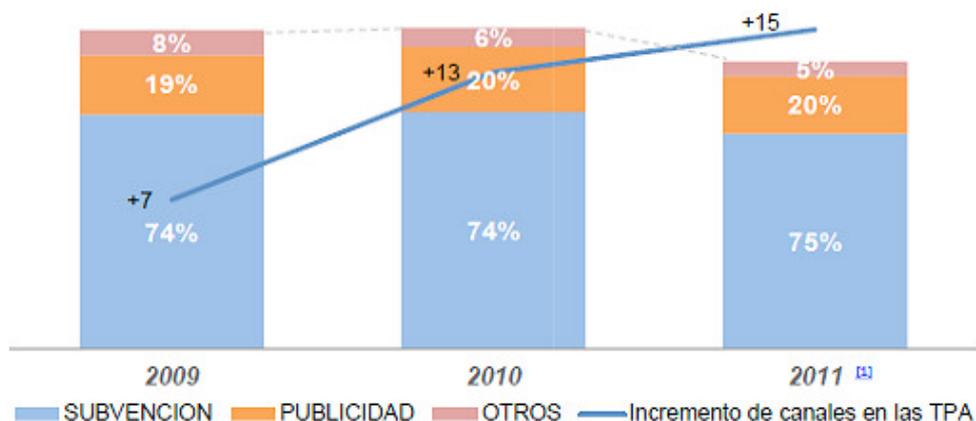
## 4. EVOLUCIÓN GESTIÓN DEL EPRTVM DEL 2004 AL 2012

### 4.1 APORTACIONES DE LA COMUNIDAD DE MADRID

La caída de los ingresos comerciales ha supuesto que la financiación del EPRTVM haya ido evolucionando a lo largo de los últimos años, de forma que la Comunidad de Madrid se ha visto obligada a aumentar las aportaciones (créditos y dotaciones) al EPRTVM con la finalidad de poder hacer frente a los gastos de explotación. En el gráfico del informe de Deloitte podemos ver esta evolución:



Evolución del mix de financiación e incremento de canales en las TPAs



## 4.2 DEUDA Y COSTE POR HABITANTE

Los presupuestos del EPRTVM para el 2012 contemplan una deuda de 242 millones de Euros. Esta cifra supone un incremento de la deuda de 114 millones desde el año 2004, año de la llegada de Manuel Soriano como director general del EPRTVM.

A pesar de esta nefasta gestión, es **la deuda menor de todas las televisiones autonómicas históricas y supone solo un 1,5% de los 16.191 millones de euros de déficit de la Comunidad de Madrid**. Así lo reconoce el informe de Deloitte con un coste de 17€ por habitante/año, siendo una de las TPAs más baratas del país.

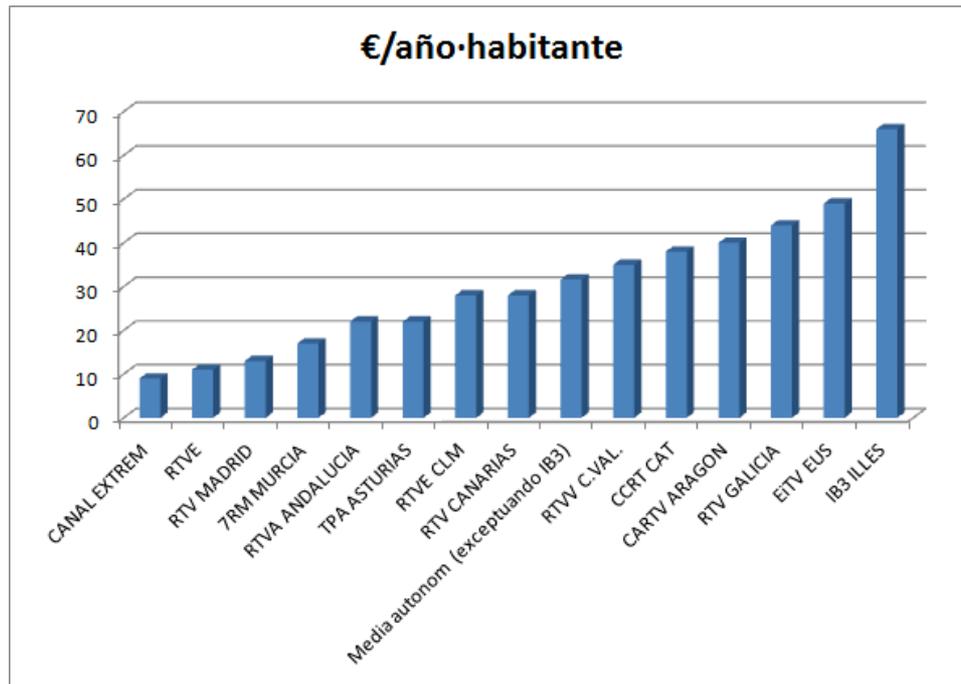


Gráfico del informe de Accenture

Además las televisiones públicas en España son de las más baratas de Europa:

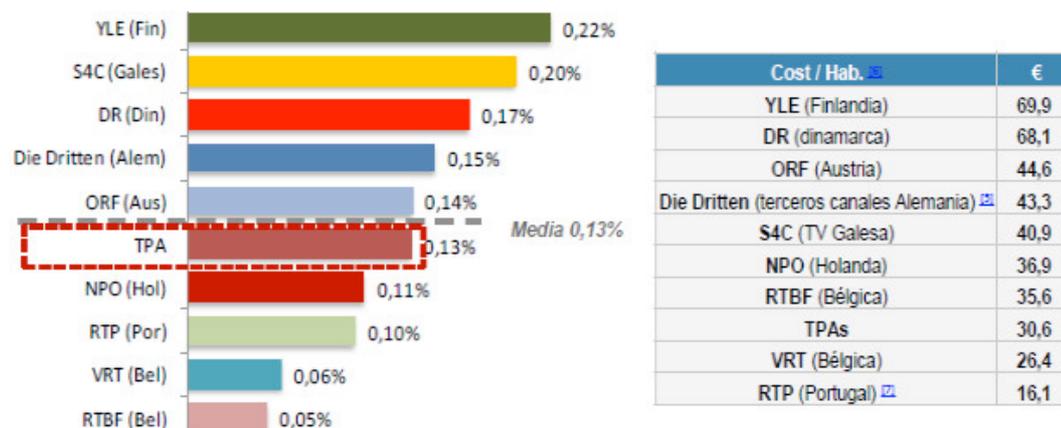


Gráfico del informe de Accenture

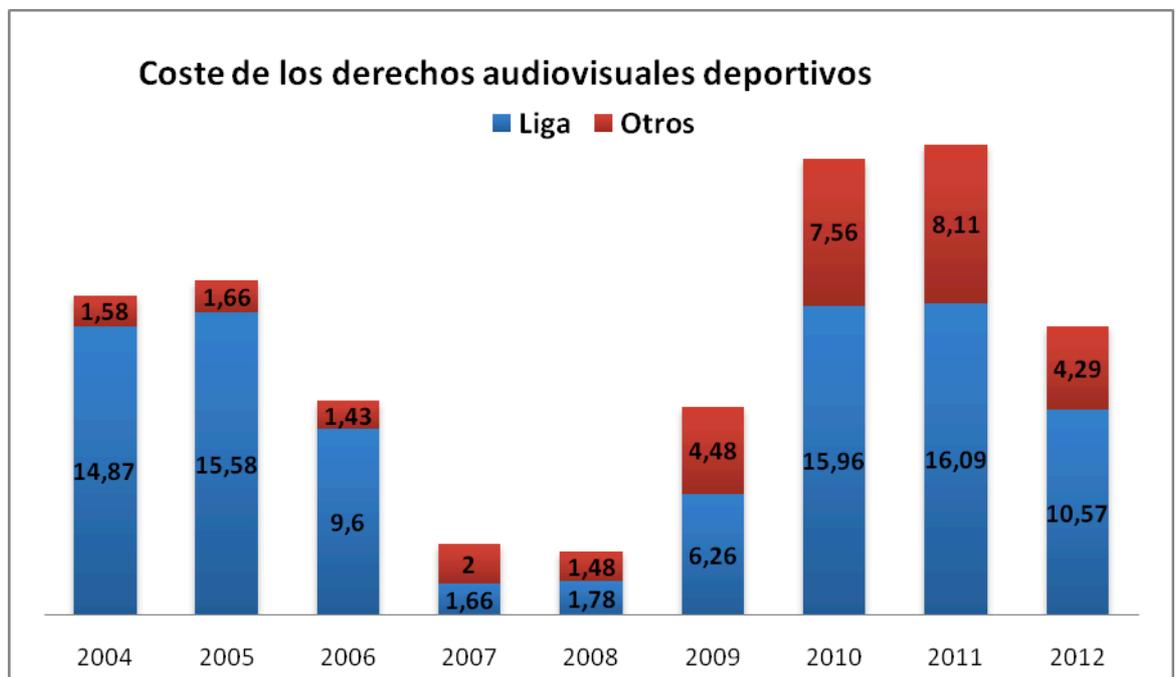
### 4.3 DERECHOS AUDIOVISUALES

Otra inversión ruinosa, que no parece tener responsables, fue la compra de los derechos del Atlético de Madrid y del Getafe para la emisión televisiva de los partidos de fútbol de la liga nacional. Telemadrid y Caja Madrid adquirieron en 2007 por 300 millones de euros los derechos de transmisión del Atlético de Madrid y el Getafe para las temporadas 2009-2013, a través de la sociedad Madrid Deporte Audiovisual, S.A.

El año 2011 Telemadrid tuvo que desembolsar 24,2 mill de €. Este año tendrá que desembolsar otros 14 por la temporada 2011-12. Desde el año 2007 hasta el 2011 esta empresa ha acumulado unas pérdidas de 24.600.000€.

Como se puede observar se pagan más por los derechos audiovisuales deportivos que lo que se ingresa de publicidad de toda la cadena, cuando los eventos deportivos suponen un pequeño porcentaje de toda la programación y no aportan la mayoría de los ingresos (la Dirección dice desconocer los datos aproximados sobre los ingresos generados por publicidad durante las emisiones de los partidos de liga y champions).

Para comprender el grado de utilización política de Telemadrid hay que reseñar que en los intermedios de los partidos de fútbol de la Champions, no se emitía publicidad (con el consiguiente descenso de los ingresos) y se emitía un informativo reducido para aprovechar la importante audiencia que reúne una retransmisión de este nivel.



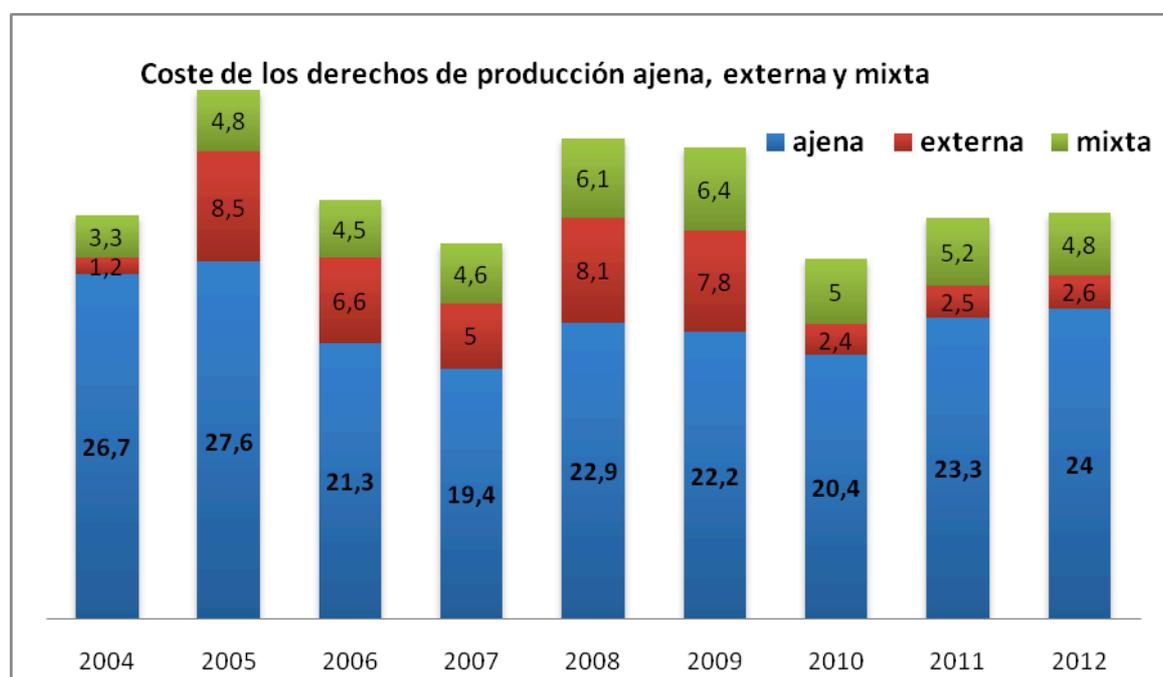
*Información aportada por el EPRTVM*

#### 4.4 PRODUCTORAS EXTERNAS Y OTRAS COLABORACIONES (TERTULIANOS, ASESORES...)

Otra de las grandes mentiras que circulan por los medios de comunicación privados y que se intenta trasladar a la opinión pública es que la producción contratada con empresas externas es más barata que la que se realiza con medios propios públicos. Este falso axioma se ha desmentido a lo largo de todos estos años en Radio Televisión Madrid. La adjudicación de programas a productoras privadas con precios muy por encima de su coste con medios propios sólo puede deberse a una utilización interesada del dinero público con el fin de trasladarlo a productoras privadas.

Ejemplos de despilfarro son los 400.000€ gastados en 4 PROGRAMAS de Dragolandia, de Sánchez Dragó en el año 2009 (Con un 4.1% de audiencia), los 10 millones de € facturados en 4 años con New Atlantis, o los casi 3 millones de € facturados con la productora del Mundo TV en dos años (2004-06). Este año 2012 Telemadrid ha contratado la serie “Todo es posible en el bajo”, de la productora de José Luis Moreno, a un coste de 72.000€ por capítulo y una audiencia del 2% del que se han emitido 4 capítulos pero del que se contrataron 12.

Caso aparte ha sido la financiación de la película “Sangre de Mayo” de José Luis Garci por un importe de 15 millones de euros que financió el EPRTVM.



*Información aportada por el EPRTVM*

Hasta este mismo mes de diciembre se mantienen los siguientes programas encargados a productoras:

- *Territorio Comanche: 8.500€ por programa. Audiencia 2011: 2.8%*
- *Madrid a la Última: 10.000€ por programa. Audiencia 2011: 4.73%*
- *Las Noche Blancas: 6.000€ por programa. Audiencia 2011: 0.65%*
- *Cine en Blanco Y Negro. 6.000€ por programa. Audiencia 2011: 3.5%*

<b>GASTOS DE ALGUNAS PRODUCTORAS EXTERNAS DESDE 2004</b>		
<b>PRODUCTORA</b>	<b>PROGRAMA</b>	<b>GASTO</b>
New Atlantis	Madrid Opina (40.000 p.p.)	9.500.000 €
	En Persona (30.000 p.p.)	500.000 €
Zebra	Dragolandia (100.000 p.p.)	400.000 €
Take Tome	Noches Blancas (6.000 p.p.)	2.500.000 €
La Cometa TV	Con Voz y Voto (50.000 p.p.)	650.000 €
Mundo TV	Documentales varios	3.000.000 €
P52 Producciones	Territorio Comanche (8.500 p.p.)	7.000.000 €
Tamarco Producciones	Territorio Comanche (8.500 p.p.)	7.000.000 €
Martingala TV	Alcalá Club (12 programas)	700.000 €
Europroducciones TV	Los Imposibles (36 programas)	460.000 €
Medio 3,14	Animalia (16 programas)	460.000 €
Prime Time Comunicación	Escúchalo Otra Vez (13 programas)	900.000 €
Tesouro	Documentales telenoticias (13)* (154.000 de aval)	660.000 €
Gecaron	Entre Amigos (13 programas)	1.000.000 €
Nickel odeón dos	Cine BN (6.000 p.p.)	720.000 €
Iniciativas Vulcano	Madrid a la Última (3.000 p.p.)	4.000.000 €

Mención aparte son las precarias condiciones laborales de los trabajadores de algunas de las empresas contratadas y los sueldos de miseria que perciben, mientras las empresas facturan precios desorbitados a nuestra televisión pública (Alba Adriática, productora de José Luis Moreno, fue denunciada por no pagar a los trabajadores).

Además de estos ejemplos, la gran mayoría de los programas encargados por las Direcciones de Antena del EPRTVM contratados a precios desorbitados han sido un desastre de audiencia. Citamos algunos de los programas fracasados: Viva Luisa, 2 de Mayo, Madrid Superstar, No estamos Locos, Profesor en la Habana, Grand Prix, Furor, Taxi-Taxi, Directo a la Noche, Crackovia, 12 postales de Madrid, Padre Casares, Generación de estrellas, Código 7...

#### **TERTULIANOS Y COLABORADORES DE INFORMATIVOS**

Además de la redacción paralela existe un numeroso grupo de colaboradores a 300€ la intervención. Son en su mayoría periodistas o tertulianos, con opiniones casi siempre coincidentes con los dictados del partido del gobierno de la Comunidad de Madrid y en

contra incluso de destacados miembros del Partido Popular como Gallardón o el mismo Mariano Rajoy (ver programa especial de noche electoral de las generales del año 2008). Su número varía pero estamos hablando diariamente de unos 3 en el Círculo, otros 2 en el Buenos Días, 4 más en Alto y Claro, 6 en KM 0, 3 en Diario de la Noche... es decir 60 tertulianos cada semana. Unos cobran 300€, otros bastante más. Caso aparte es Hermann Tertsch, con sus editoriales de 3:30 minutos al día que suponen 16 minutos a la semana por los que cobra al menos 1200€.

Pero la paradoja roza el esperpento cuando muchos de estos tertulianos (Carmen Tomás, Luis Herrero, Melchor Miralles, Sánchez Dragó, Tertsch...) se sirven del altavoz que les brinda la radiotelevisión pública de la que cobran para exigir el cierre de las empresas públicas y de la propia radiotelevisión madrileña. Eso sí a la hora de cobrar no tienen ningún reparo en aceptar dinero público de una empresa que, dicen, tendría que cerrarse.

**Todos estos colaboradores habituales costaron según los datos de la dirección 1,86 millones de € en 2011. Y hasta octubre de 2012 han costado 1,42 millones de €.**

### **ASESORÍA JURÍDICA, CONSULTORÍA...**

El EPRTVM ha gastado en bufetes de abogados (Garrido, Cuatrecasas, etc.) más de 800.000€ entre 2008 y 2012. La dirección del EPRTVM representada y asesorada por esos bufetes ha perdido desde el año 2008 al menos 19 juicios de importancia, algunos con fuertes indemnizaciones (imán de Leganés, Libelo contra el club Barcelona, 3 sobre derecho fundamental de huelga, etc). Los pagos por sentencias condenatorias superan los 500.000€.

Además de estos bufetes de abogados contratados, el EPRTVM dispone de un gabinete propio de Asesoría Jurídica compuesto por dos administrativos y dos profesionales con un presupuesto anual de 297.000€ repartido desproporcionadamente entre ellos.

La dirección del EPRTVM encarga y paga con dinero público de todos los madrileños asesorías jurídicas con una media de 200.000€ por año para que les hagan su trabajo. Este mismo año 2012 la Dirección del EPRTVM ha pagado a Deloitte y Cuatrecasas 140.000 € por el informe de viabilidad que los representantes de los trabajadores nos ofrecimos a elaborar en colaboración con la dirección.

Otra partida fija son los gastos de auditoría y consultoría que este año están presupuestados en 125.000€, aunque otros años se han gastado más de 200.000€. La empresa auditora es KPGM. Así, año tras año, para dar fe de una nefasta gestión, del aumento de la deuda y no pronunciarse al respecto.

Mención aparte merece la actuación de esta empresa en los juicios, sobre todo laborales, en los que nos vemos inmersos cada dos por tres por la falta de negociación y el incumplimiento reiterado del convenio colectivo. En la actualidad 193 trabajadores del EPRTVM son indefinidos por sentencia judicial por haber sido contratados en fraude de ley.

La Dirección dilata en el tiempo los juicios o las conciliaciones hasta llegar a los juzgados (con el coste para el Ente Público, para el trabajador y para el erario público que eso

implica) en vez de abordar de manera global todas las contrataciones irregulares y regularizarlas.

De llevarse a cabo la propuesta de la Dirección se incrementarían ostensiblemente los gastos judiciales provocados por los despidos. Por contra la propuesta de CGT traería consigo un ahorro significativo en esta misma partida.

#### 4.5 AUDIENCIA

En la Comunidad de Madrid concurren una serie de circunstancias que influyen en la audiencia de TELEMADRID:

1) Gran cantidad de población en un espacio geográfico pequeño donde se concentran además gran cantidad de eventos que no ocurren en otras comunidades.

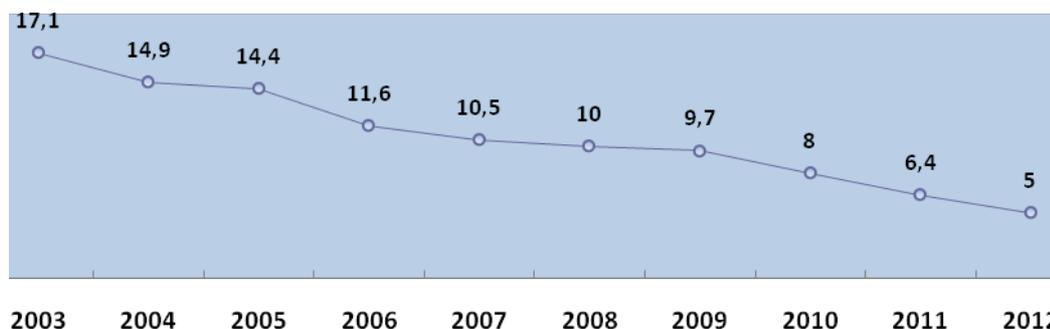
2) Mayor acogida en Madrid de las nuevas formas de televisión asociadas a la tecnología: en la Comunidad de Madrid la mayoría de los hogares disponen de ordenador y acceso a Internet. Por tanto, cada vez más hogares madrileños pueden acceder a nuevos sistemas y productos como la Web Tv y YouTube, en detrimento del consumo de televisión tradicional.

3) La identidad regional en Madrid permite a TELEMADRID ofrecer un producto diferenciado de otras televisiones.

En las Comunidades Autónomas con características regionales muy definidas como el idioma, las correspondientes televisiones autonómicas tienen un elemento diferencial en relación a las cadenas de ámbito nacional que les facilita la penetración en la audiencia. En el caso de TELEMADRID, como ya se demostró en el pasado, la cercanía y la credibilidad ayudan a conseguir más audiencia que las televisiones generalistas.

4) Reorientación de la programación: a lo anterior, ha de sumársele el hecho de que dada la naturaleza jurídica y la finalidad para la que fue constituida Telemadrid, ésta debe ofrecer una programación de servicio público claramente diferenciada de la de simple entretenimiento propio de las televisiones privadas.

Todo esto se ha visto lastrado por la nefasta gestión que deja la audiencia como vemos en esta gráfica:



*Información aportada por el EPRTVM*

La caída de audiencia es muy significativa en el periodo 2003-2008, donde otras TPAs no sufrieron caídas similares, siendo en este caso consecuencia directa de la política de gestión llevada a cabo en el EPRTVM, como ya hemos señalado en puntos anteriores y que se vio agudizada en el periodo 2008-2012 en el que se sumaron otros factores.

#### **4.6 GASTOS DE PERSONAL: EVOLUCIÓN PLANTILLA, CONTRATACIONES, DIRECTIVOS, FUERA DE CONVENIO**

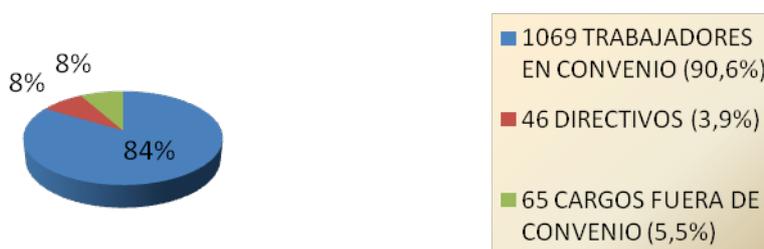
Cuando se habla de los gastos de personal, 60,8 millones en 2011, debemos aclarar que se dividen en dos partes: La destinada a los salarios de los trabajadores en convenio, habiendo descendido más del 20% en los tres últimos años y la parte correspondiente a los directivos y otros cargos fuera de convenio que no han parado de crecer, incluso en estos últimos años de recortes.

El salario base de la gran mayoría de los trabajadores es de 1500€, el salario base de la categoría más alta de los trabajadores en convenio (15 personas) es de 2.200€ y el sueldo más bajo es de 1.100€.

En el EPRTVM 22 personas tienen un salario medio bruto superior a 80.000€ por persona. Sueldos públicos muy superiores a los que declaran Esperanza Aguirre o Ignacio González. Si esta empresa pública marcara un tope salarial de 60.000€, ahorraríamos un 10% de la masa salarial.

El 9,4% de la plantilla (directivos y cargos fuera de convenio) suponen el 16% del gasto de personal.

#### **GASTOS DE PERSONAL 2011 (1180 PERSONAS): 60 MILL.**



## AUMENTO DIRECTIVOS Y DUPLICACIÓN DE LA PLANTILLA DE INFORMATIVOS

Además del derroche de las productoras y de los elevados sueldos de nuestros directivos, desde el año 2004 se ha duplicado el número de ellos (de 23 en el año 2003 a 46 en 2012). La dirección ha realizado varios contratos fuera de convenio a personas que luego ostentan puesto de responsabilidad, con la única intención de camuflar el incremento de estos directivos en el global de la plantilla. De los contratos realizados fuera de Convenio, la dirección ha firmado 55 contratos de carácter indefinido (de los cuales 33 son directivos). La Dirección se ha negado a facilitar los datos pormenorizados de los sueldos y cargos de estas personas, lo que nos imposibilita el estudio detallado del mismo.

En el departamento de informativos entre directores, subdirectores, jefes, responsables, coordinadores, editores y coeditores hay 28 personas con cargo para 4 informativos de entre semana y 2 de fin de semana. Algunos de estas personas tienen a su cargo sólo a dos trabajadores.

## PERSONAL DUPLICADO O INNECESARIO 2004-2012

Informativos: <b>2004 (139):</b> 125 redactores, 12 presentadores, 1 coordinador y 1 director de programa. <b>2011 (236):</b> 187 redactores, 22 coordinadores, 27 presentadores, editores, responsables...	100 trabajadores con un gasto medio de 50 mil € al año.
---	---



## EVOLUCIÓN DE LA PLANTILLA DESDE 2004

Siempre que se habla de la viabilidad de la Radio y Televisión Pública Madrileña se saca a colación la “desmesurada” plantilla de nuestra cadena y se compara interesadamente con el número de trabajadores de las cadenas privadas de ámbito nacional.

Las cadenas privadas tienen repartidos a sus trabajadores en un sinfín de empresas satélites especializadas cada una en dar un servicio audiovisual determinado (cámaras, informativos, retransmisiones, etc) que sumadas dan una plantilla muy superior a los 1170 trabajadores de nuestra empresa.

A pesar de este dato el grupo Mediaset España (antes Telecinco) tiene una plantilla de 1400 personas (datos 2011) de los que 953 son administrativos, 116 directivos, 93 jefes y 186 técnicos. Antena3 tiene una plantilla de 752 personas (2011) y unos gastos de personal de 71 millones\*.

El EPRTVM tiene una plantilla de 1170 personas y un gasto de personal de 60 millones (2011). **Haciendo la media, un trabajador del EPRTVM cuesta la mitad que uno de Antena 3.** (\*datos extraídos cuentas Mediaset y Antena 3, 2011)

Si a las plantillas de las cadenas privadas sumáramos los trabajadores subcontratados, la cifra global superaría con holgura las 3.000 personas por empresa. Además los trabajadores de esas empresas satélites se ven sometidos a condiciones laborales precarias, con sueldos muy ajustados, jornadas de más de 10 horas, no abonos de horas extras, sin descansos semanales regulados, etc.

En la tabla siguiente se observa que la plantilla del EPRTVM se ha venido reduciendo significativamente en los últimos años sobre todo en las categorías técnicas. Mientras en redacción han ido entrando numerosas personas con contratos en fraude de ley, elegidas a dedo para realizar las informaciones encargadas por la dirección de informativos al margen de criterios periodísticos en Onda Madrid y Telemadrid.

CATEGORÍA	2004	2012	Dif. %
Auxiliar Operaciones y Programas	123	80	-35,0
Ayudante de Producción	78	57	-26,9
Ayudante de Realización	103	81	-21,4
Oficial Técnico Electrónico	78	68	-12,8
Operador de Cámara	118	79	-33,1
Operador de Equipos	99	81	-18,2
Productor	25	18	-28,0
Redactor total	213	201	-5,6
<b>Redacción de informativos</b>			
Redactor informativos	144	191	+32,6
Coordinador	4	16	+300,0
Editor, Co-editor	4	8	+100,0
Presentador	10	21	+110,0
<i>Total de la redacción de informativos</i>	162	236	+45,6

Los redactores han bajado un 5,6% en su globalidad, pero la redacción de informativos ha aumentado un 45,6%. Esto es debido a que al reducirse los programas en emisión y externalizar los pocos que quedan a productoras privadas hay menos redactores de programas, mientras los redactores de informativos han aumentado y también los cargos con salarios por encima de los 60.000€. Se descompensa la plantilla y se infla con directivos y cargos fuera de convenio. La reducción de personal técnico tiene dos consecuencias inmediatas: La reducción de producción de programas y la externalización de servicios (Cámaras, Móviles, Enlaces) con la consiguiente infrautilización de medios técnicos propios y la duplicidad de gastos que eso supone.

## **DIRECTIVOS Y CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

En el año 2010 la Dirección General tenía un presupuesto anual de 300.000€, de los cuales 250.000€ eran de gastos de personal. Descontando los sueldos de tres secretarías, nos quedan unos 190.000€ anuales para la Directora General.

El mismo año La Subdirección General tenía un presupuesto de gasto de personal de 192.000€, con una sola secretaria. La extinta Dirección de Convergencia (que sólo duró un año y aún no sabemos cuál fue su cometido) tuvo en el año 2009 un presupuesto de personal de 595.983€. Su director era el señor Miguel Platón, ex director de EFE en la época de Aznar, exconsejero del PP en Telemadrid, exdirector de Onda Madrid y ahora Director de la página WEB de Telemadrid.

El Presidente del Consejo, el señor Manuel Soriano, jefe de prensa de Esperanza Aguirre, cobró en el año 2011, 109.000€ por asistir a unas cuatro reuniones al mes. El señor Soriano disfruta de coche oficial y conductor a su disposición. El gasto anual del consejo de administración supera los 400.000€ en el presupuesto del 2012.

Isabel Linares, antigua Directora General del EPRTVM, cobraba 170.000€ al año. José Antonio Sánchez Domínguez, el actual Director General del EPRTVM (exdirector de TVE en la época de Aznar) gana alrededor de 120.000€, más dietas, gastos, y coche oficial con conductor.

22 directivos de Telemadrid ganan o han ganado más de 80.000€ anuales, más que el presidente del gobierno de la nación y que la presidenta de la Comunidad. Estos son los cargos y los sueldos (datos 2010).

<b>SUELDOS DE MÁS DE 80.000€ DEL EPRTVM</b>	
Directora General (2007-11)	<b>170.000€</b>
Director General (actual)	<b>120.000€</b>
Subdirector General (2010)	<b>136.000€</b>
Director de Informativos (2010)	<b>129.000€</b>
Directora de Antena (2010)	<b>126.000€</b>
Director de Estudios (2010)	<b>123.000€</b>
Presidente del Consejo de Administración	<b>111.000€</b>
Director Económico- Financiero (2010)	<b>117. 300€</b>
Director Asesoría Jurídica (2010)	<b>102.376€</b>
Director-presentador Programa "Rompeolas" (2010)	<b>96.373€</b>
Directora-Presentadora Programa "Alto y Claro" (2010)	<b>95. 173€</b>
Victor Arribas, presentador (2010)	<b>94.313€</b>
Director Creativo (2010)	<b>91.799€</b>
Director adjunto Contenido (2010)	<b>91.799€</b>
Director Deportes (2010)	<b>90.140€</b>
Subdirector Ingeniería (2010)	<b>89.606€</b>
Jefe de Relaciones Laborales (2010)	<b>88.729€</b>
Directora Servicio Público (2010)	<b>86.851€</b>
Director Convergencia (2010)	<b>86.011€</b>
Subdirector Prod.-Realiz. Informativos (2010)	<b>83.514€</b>
Subdirector de Programación (2010)	<b>81.589€</b>
Subdirector de Informativos (2010)	<b>81.343€</b>
Director de La Otra (2010)	<b>81.207€</b>

<b>GASTOS EN DIRECTIVOS Y CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN 2004-2012</b>		
Dietas Consejo de Administración		4.600.000 €
Directivos: <b>23</b> en 2003 vs <b>46</b> en 2011	19 directivos más en 2012 con un gasto medio 130.000 €/año	20.000.000€

### **INFRAUTILIZACIÓN DE MEDIOS PROPIOS Y EXTERNALIZACIÓN**

Desde el año 2006 hasta el 2010 Telemadrid estuvo pagando por duplicado los envíos de las señales del Bernabéu y el Calderón a TSA por una cuantía estimada de 250.000€. Denunciamos esta situación a la Dirección General del EPRTVM que atribuyó estos hechos a "una falta de coordinación entre departamentos". Con posterioridad hemos vuelto a denunciar esta situación ante el Tribunal de Cuentas y estamos a la espera de su decisión.

Durante años venimos denunciando la continua utilización de unidades móviles, montajes, enlaces, equipos de ENG que se subcontratan debido a una gestión deficiente para adjudicar estos servicios a los de siempre (CBM, Sure servicios, Globway... ) con facturas muy elevadas cuando se dispone del material y el personal para su realización con medios propios, duplicando el gasto.

## 5. NUEVO MODELO EMPRESARIAL

### 5.1 RESTRICCIONES LEGALES Y PRESUPUESTARIAS

La Ley 6/2012, de 1 de agosto, de modificación de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, para flexibilizar los modos de gestión de los servicios públicos de comunicación audiovisual autonómicos, impone a las Comunidades autónomas un techo de gasto que impide que ninguna televisión autonómica de titularidad pública pueda generar déficit al final de su ejercicio anual:

“Para garantizar un mejor cumplimiento de la Ley Orgánica de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera, los prestadores de titularidad pública del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico deberán cumplir con las obligaciones siguientes:

*a) Anualmente se aprobará un límite máximo de gasto para el ejercicio económico correspondiente que no podrá rebasarse”.*

Por otro lado el gobierno de la Comunidad de Madrid ha presupuestado para el ejercicio 2013 una partida para el EPRTVAM de unos 71 millones de euros en concepto de contrato programa. Una cantidad que se ha visto reducida en algo más de un 10% respecto al año 2012 donde su presupuesto fue del 78,9 millones.

Las expectativas de los ingresos por publicidad para el año próximo son de unos 15 millones que sumados a los 71 millones que aporta la Comunidad de Madrid supone un presupuesto total de unos 86 millones de euros. Si comparamos estos datos con los del presupuesto del 2012 que, todavía no están cerrados, fueron de 131 millones, supone una reducción del mismo para el año 2013 de unos 45 millones de euros.

Esta bajada del presupuesto para el 2013, aún siendo muy importante, deberá llevarnos a un modelo de gestión más eficiente y racional que deberá acometerse en las tres sociedades que forman el EPRTVM. Por otro lado, también es necesario la recuperación de la audiencia que se ha perdido durante los últimos años, con el doble objetivo de que:

- Los madrileños vuelvan a tener entre sus preferencias la radio televisión pública de Madrid.
- Aumenten los ingresos por publicidad.

A continuación presentamos las medidas que harán sostenible un nuevo modelo de gestión de Telemadrid y Onda Madrid que esta basado en dos Principios fundamentales:

- Potenciación del servicio público de radio y televisión de Madrid con el objetivo de que la cadena vuelva a ser un referente para todos los madrileños en información, formación y entretenimiento.
- Una gestión más eficiente, adaptada al presupuesto, y cuya base sea la producción interna con los medios propios tanto humanos como técnicos de los que dispone nuestra cadena.

## 5.2 AUMENTO DE LOS INGRESOS POR PUBLICIDAD

La mala gestión realizada durante los últimos años, y fundamentalmente desde el año 2004, ha ocasionado que Telemadrid haya visto reducida su audiencia de forma significativa hasta unos niveles nunca vistos, sobre le 6% en junio de 2012. Esta bajada de audiencia no es equiparable a la de otras cadenas autonómicas, de las llamadas históricas, que aún viendo reducida su audiencia no han llegado ni de lejos a los índices de Telemadrid, exceptuando Canal 9.

TELEVISIÓN PUBLICA AUTONÓMICA	AUDIENCIA
Canal Sur + Canal Sur 2	10,00%
TV3 + Segundos	17,10%
TVG + TVG 2	12,20%
ETB1+ETB2+ETB3	14,1%
C9+NOU2+NOU24	4,80%
TELEMADRID+LAOTRA	6,50%

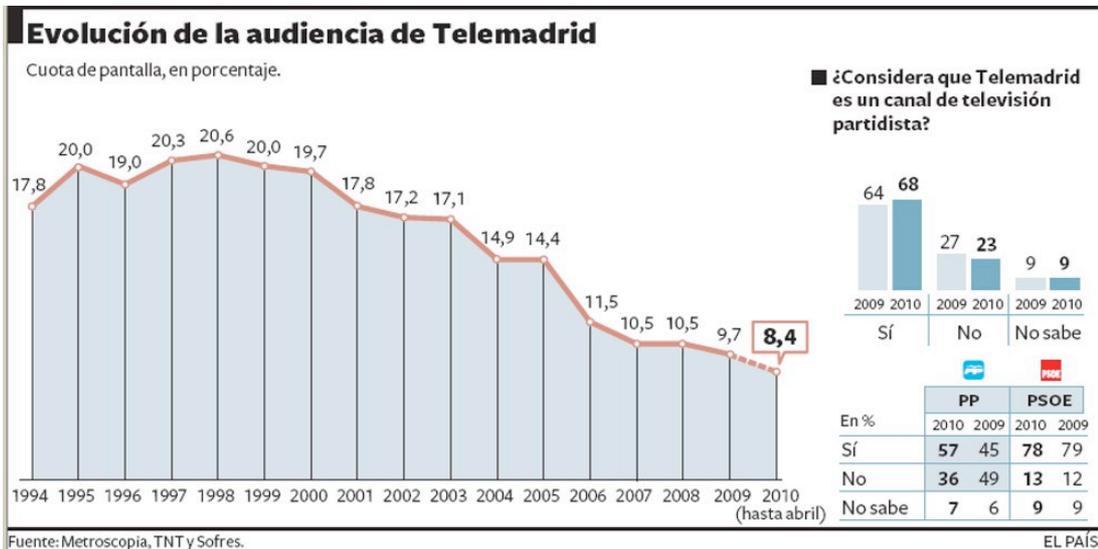
*Datos Forta: Acumulado agosto 2012*

La zona de actuación de Telemadrid es la Comunidad de Madrid que tiene una serie de características que facilitan y reducen los gastos de producción y emisión de su programación como son:

- Una Comunidad con una extensión muy reducida comparado con otras regiones.
- Una población muy numerosa, más de 6 millones de habitantes, que se concentra en un territorio reducido y con un PIB por encima de la media.

Esto sin lugar a dudas hace posible que Telemadrid sea la cadena autonómica con un coste menor, atendiendo a la población a la que va dirigida, unos 17 euros por habitante al año.

La mala gestión económica, el poco interés en realizar programas que conectaran con los intereses de los madrileños y sobre todo unos programas informativos poco objetivos y partidistas, han provocado que la audiencia se desplomara hasta unos niveles nada acordes con la audiencia de otras televisiones autonómicas.



Esta encuesta realizada por el diario “El País” refleja como los madrileños han perdido el interés en sintonizar Telemadrid en gran medida debido a que consideran que es una cadena partidista. En el año 2010 el 68% de los encuestados consideraban que Telemadrid es un canal partidista, el 57% de los votantes del PP y el 78% de los del PSOE así lo consideraban entonces.

Es muy necesario cambiar esta tendencia para que Telemadrid vuelva a tener unos índices de audiencia acordes con los de otra televisión autonómica y de esta manera también aumenten los ingresos por publicidad. Para esto, es fundamental que los programas informativos mantengan una línea más objetiva y plural, y que dejen de lado ese sesgo partidista que los madrileños han venido notando desde hace varios años, fundamentalmente desde 2005 donde se produce la mayor caída de audiencia.

Si para el 2013 hay una previsión de ingresos de publicidad de 15 millones, es necesario cambiar esta tendencia para poder contar con mayores recursos. Para ello, es básico contar con unos informativos objetivos, plurales y rigurosos, y una programación cercana a los intereses de los madrileños que apueste por contenidos locales. Si Telemadrid siguiera esta línea, estamos seguros que los madrileños volverían a sintonizar nuestra cadena y podríamos llegar en 3 o 4 años a unos niveles de audiencia más acordes para nuestra cadena, como son en torno al 10% de audiencia. De llevarse a cabo este nuevo modelo de Telemadrid y Onda Madrid, los trabajadores asumiríamos ese compromiso como nuestro.

Es importante contar con una Dirección de Informativos que crea en la televisión pública y que valore los principios que deben regir el buen periodismo, alejado de intereses y de mensajes parciales y partidistas.

Tenemos claro que sin una apuesta por unos servicios informativos objetivos, veraces y plurales, será imposible subir la audiencia de Telemadrid y volver a contar con la audiencia madrileña. Si se apostará por unos servicios informativos rigurosos, abiertos a todas las opiniones y objetivos, junto con una programación pensada para los

madrileños, estamos seguros que los ciudadanos de Madrid volverían a sintonizar Telemadrid y que a final de 2013 podríamos asegurar que hemos conseguido subir la audiencia de la cadena y romper la tendencia de caída que se lleva produciendo desde 1998.

También conseguiríamos aumentar los ingresos por publicidad y revertir igualmente esta tendencia. Nuestra previsión, siendo cautos, es que podríamos aumentar los ingresos por publicidad entre unos 5 o 10 millones de euros hasta los 25 millones, respecto a los 15 millones que prevé la actual Dirección.

**Aumento de los ingresos entre 5 y 10 millones de euros por la publicidad.**

### **5.3 REDUCCIONES DE GASTOS: DERECHOS AUDIOVISUALES,**

La partida de derechos audiovisuales, y en concreto los derechos audiovisuales deportivos, han supuesto un gasto muy importante para la cadena en los últimos años, con una media de 14 o 15 millones de euro por año. En el año 2010 fueron más de 23,5 millones de euros, en 2011, 24 millones y en 2012, casi 15 millones de euros.

En el año 2012 los Clubes de fútbol del Atlético de Madrid y Getafe rompieron el acuerdo alcanzado con la sociedad Deporte Visual, de la que Telemadrid forma parte, no sabemos si desvinculándose de los compromisos adquiridos por estas entidades. Se ha solicitado documentación al respecto a la Dirección que hasta la fecha no se nos ha entregado.

La propuesta del nuevo modelo de Telemadrid irá encaminada al fomento del deporte, a la emisión de competiciones deportivas madrileñas, resúmenes deportivos de interés general y a las emisiones deportivas que las televisiones comerciales privadas no suelen asumir. Con este planteamiento no se comprarían los derechos de emisión de competiciones europeas de fútbol, ni la liga de fútbol profesional. Sí tendría cabida la liga ACB, la segunda división de fútbol y otros eventos deportivos en la línea de los objetivos comentados. Con lo que se dejaría una partida como máximo de 4 millones de euros para derechos de emisiones deportivas que en ningún caso podría superarse. Lo que supone un ahorro de más de 10 millones de euros respecto al presupuesto de 2012.

**Ahorro de 10 millones de euros por la reducción de derechos deportivos.**

#### **5.4 TOPE SALARIAL DE 60.000.**

Una propuesta que nos parece muy razonable es poner un techo salarial de 60.000 euros brutos anuales para cualquier trabajador, independientemente del cargo y labor que desarrolle en el EPRTVM. Esto es, tanto para cargos directivos, presentadores, directores de programas, trabajadores, etc.

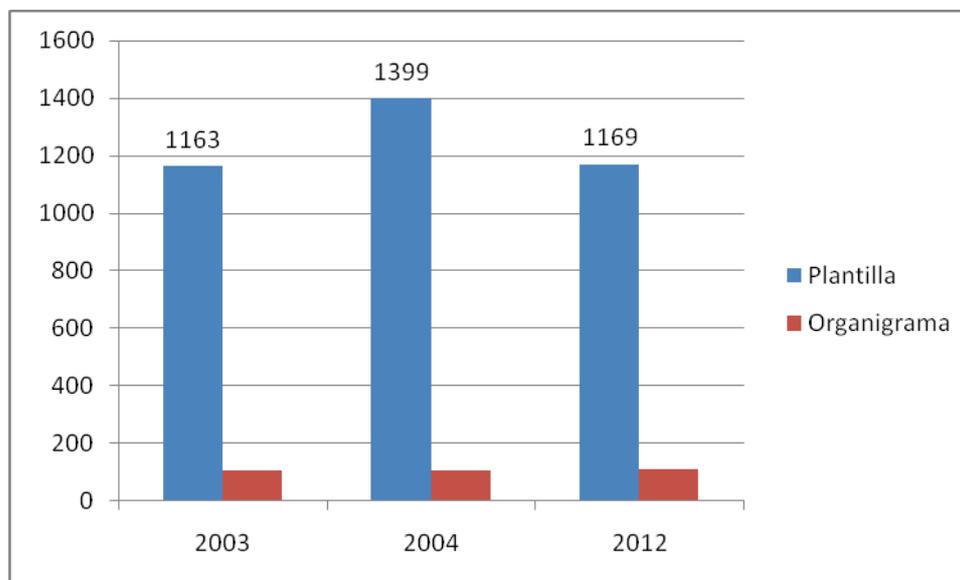
No parece lógico que al actual Director General, gane al año 120.000 euros, más gastos, más que el presidente del gobierno de España o que el presidente de la Comunidad de Madrid. Los salarios en el EPRTVM siempre se han caracterizado por ser muy ajustados para la mayoría de los trabajadores, algo que no es así en los puestos directivos y en varios cargos que están fuera de convenio.

Esta medida supondrá un ahorro importante que lo computamos en cada uno de las medidas que venimos presentando en este informe. Como es lógico este techo se irá actualizando y superando acorde con las subidas salariales que se le aplique a toda la plantilla.

#### **5.5 REDUCCIÓN DIRECTIVOS Y ORGANIGRAMA**

Uno de los mayores errores que ha tenido la gestión del EPRTVM durante los últimos años ha sido el aumento exagerado del organigrama de la empresa. El número de directivos, editores, coordinadores y responsables ha aumentado significativamente mientras el número de trabajadores se ha ido reduciendo.

Llama la atención que justo antes de la llegada de Manuel Soriano, a finales del 2003 la plantilla era de 1163 personas, un año después a finales del 2004 la plantilla total subió a 1399 trabajadores. En el año 2003 el organigrama estaba formado por 106 directivos y responsables y a fecha de octubre de 2012 la plantilla es de 1169 trabajadores, es decir 230 trabajadores menos que en el 2004, y el organigrama ha crecido en 6 puestos, estando integrado en estos momentos por 112 directivos y responsables. Es decir que mientras la plantilla se ha reducido en un 16%, el número de directivos y responsables aumenta en un 6%.



Para esto, la Dirección de EPRTVM ha contratado a un gran número de estos responsables a través de contratos fuera de convenio, que en buena parte han sido indefinidos, sin haber pasado una oposición como ha hecho la mayoría de los trabajadores y marca la Ley de Creación del EPRTVM. A fecha de octubre de 2012, el número de trabajadores que están fuera del convenio supone el 10% de la plantilla, 110 trabajadores. Este número no ha parado de aumentar en los últimos años.

En la línea de reducir gastos proponemos una reducción significativa de este organigrama y con él, la reducción de complementos y pluses que cobran de manera importante muchos responsables.

Según los datos aportados por la Dirección, en 2012, son 12 los cargos directivos que forman parte del Comité de Dirección, con un coste en personal de 1.461.546 euros. Nuestra propuesta es reducir 1/3 estos cargos directivos, dejando el comité de dirección en 8 representantes. Y por otro lado, como ya se ha indicado anteriormente, proponemos un techo salarial de 60.000 euros brutos al año para cualquier trabajador.

Con estas medidas tendríamos un ahorro de 823.146 euros al año. Reduciendo los gastos del Comité de Dirección a 638.400 euros con costes sociales.

También con el objetivo de reducir el organigrama, proponemos reducir su número en torno a un 33%. Si como hemos visto la reducción de la plantilla ha sido de más del 15%, la reducción ponderada en la gestión que proponemos sería solo de un 18%. Por lo tanto, proponemos pasar de los 112 directivos y responsables que integran en 2012 el organigrama, a uno formado por 75. Esta disminución del organigrama supondría un ahorro importante para los gastos de la empresa, serían 37 responsables menos. Lo cual podría suponer **un ahorro que podría rondar cerca del 1,5 millón de euros**

**Ahorro de 1,5 millones de euros por la disminución del organigrama, más 823.146 euros por reducir el Comité de Dirección.**

## 5.6 RECORTES DE COMPLEMENTOS

La masa salarial del 2011 de los trabajadores adscritos a convenio fue de 39.760.667 euros, a esta cantidad hay que sumarle los gastos sociales que suelen estar en torno al 33%, aproximadamente 13.121.020 euros. Que hace un total de 52.881.687 euros por los gastos de personal dentro de convenio.

Nuestra propuesta sería eliminar algunos complementos (dedicación especial, puesto de trabajo, programa), y el resto de los complementos se reduciría su cuantía un 25%. Es una cantidad importante que afectaría a los salarios, pero todos los trabajadores seguirían cobrando el salario base y la antigüedad.

Esto supondría un ahorro de unos 3.503.240 €, más el 33% de costes sociales, 1.156.069 €, sería un ahorro aproximado de 4.6 millones de € por la eliminación y reducción de los complementos

En cuanto la situación mejorase, se podría ir recuperando las cuantías actuales de los complementos.

Ahorro de **4.6 millones de euros** por la eliminación y reducción de los complementos.

## 5.7 ASIMILACIÓN DE LOS CONTRATOS FUERA DE CONVENIO

El personal fuera de convenio está formado por unos 99 trabajadores, con un coste de 4.523.961 euros, que con costes sociales supone 6.017.000 euros (datos del 2012). La propuesta es que todos estos trabajadores se incorporen al convenio colectivo, en la categoría que les corresponda. Con esta medida y teniendo en cuenta que el personal que está fuera de convenio tiene salarios más elevados y mayores complementos, supondría un ahorro de por lo menos 1,2 millón de euros en gastos total del personal.

Como ejemplo puede servirnos el documento entregado por la dirección que se denomina "Editores y Coordinadores dirección de informativos" donde se muestra que hay un total de 6 editores y 18 coordinadores cuyo salario total es de 1.012.440 que con costes sociales supone un gasto de 1.346.545 euros.

Ningún trabajador podría ganar más de 60.000 euros brutos anuales por todos los conceptos.

Ahorro de **1,2 millones de euros** por la eliminación de los contratos fuera de convenio.

Por lo tanto, tendríamos una reducción en los gastos de personal de casi 6.6 millones de euros, pasando la partida de estos gastos de los casi 61 millones de 2011 a unos 51,1 millones para el 2013. Supone una reducción de algo más del 15%.

## **5.8 ELIMINACIÓN 70% DE COLABORADORES PROGRAMAS INFORMATIVOS**

Las colaboraciones habituales y ocasionales supone uno de los gastos más importantes en la partida de gastos por servicios exteriores que en el 2011 llegaron a suponer casi 2 millones de euros (1.956.663,94 euros). En la línea de las propuestas presentadas, debería haber una reducción de este gasto de forma considerable.

Estos colaboradores serán sustituidos por redactores o especialista pertenecientes a la plantilla con los que cuenta el EPRTVM y con personas que quisieran colaborar de forma altruista con un medio de comunicación público. De esta manera, se vería claramente reducida esta partida. Estas medidas podrían suponer un ahorro de aproximadamente 1.3 millón de euros.

Ahorro de **1.3 millones de euros** por la reducción de la partida de colaboradores.

## **5.9 REDUCCION CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN AL 50%**

El consejo de administración de EPRTVM está sobredimensionado. Mientras que el de RTVE tenía 12 consejeros, el del EPRTVM tiene 17 que podrían haber sido 18 si UPyD no hubiera renunciado al suyo. En abril de 2012 se ha reducido en 3 el número de consejeros en RTVE, quedando en estos momentos en un total de 9.

Nuestra propuesta va en la misma línea, reducir el número de componentes del Consejo de Administración a 9 consejeros, más 3 representantes de los trabajadores del EPRTVM que no cobrarían ninguna cuantía por esta labor.

También se propone reducir las dietas de dicho Consejo en un 50%.

En el 2011 el gasto en dietas del Consejo de Administración supuso un gasto de casi 435.000 euros. Con la propuesta realizada esta cantidad se vería reducida aproximadamente en unos 300.000 euros de ahorro, quedando en unos 135.000 euros para el año 2013.

Ahorro de **300.000 euros** por la reducción de las dietas del Consejo de Administración.

## **5.10 UTILIZACIÓN 100% DE MEDIOS INTERNOS.**

Con estas propuestas la partida de gastos personal sigue siendo la mayor, pero el modelo de televisión que presentamos está fundamentado en la producción propia. La mayor parte de los programas que emita la cadena se realizarán con los recursos humanos y técnicos que disponen Telemadrid y Onda Madrid. Para ello, habrá que establecer ciertos cambios en las funciones de las diferentes categorías de nuestro convenio colectivo, haciéndolas más flexibles y adaptables al modelo que se persigue.

Es importante alcanzar un acuerdo en esta línea para hacer viable y sostenible la empresa; por ello, es fundamental un estudio pormenorizado de las funciones de cada categoría, previa negociación colectiva, que permita la viabilidad con garantías del EPRTVM respetando los derechos de los trabajadores, y apostando por una Radio y Televisión pública de calidad, plural, cercana al ciudadano, donde los colectivos grandes y pequeños vean reflejadas sus opiniones e intereses.

Como ejemplo, podríamos citar el departamento de cámaras que también se cita en el estudio presentado por Deloitte. Este departamento está formado por unos 100 trabajadores entre operadores y auxiliares de cámara. Realizando algunos cambios de adaptación y flexibilización en su manera de producción, en la línea de lo expuesto, podría, además del trabajo que viene realizando, los servicios de ENG que hasta ahora realizan diferentes productoras. Esto supondría un ahorro de aproximadamente 1 millón de euros. Lógicamente la producción de informativos y programas debería adaptar sus niveles de producción a los medios con los que cuenta. De esta manera, los gastos por servicios exteriores podrían ser reducidos en un porcentaje muy elevado.

Lo mismo podría ocurrir con las producciones mixtas. En innumerables ocasiones los programas se han realizado con los medios humanos y técnicos de Telemadrid, los servicios de la productora se encargaban solo de las funciones de dirección y redacción, provocando que el coste de ese programa se disparara de manera excesiva. Si ese mismo programa se hubiera realizado completamente con los medios de Telemadrid, el ahorro hubiera sido importante. Sirva como ejemplo el programa Madrid Opina, que en su segunda fase se hizo por completo con los medios propios de Telemadrid.

## **5.11 LA INFORMACIÓN LOCAL COMO PRINCIPIO DE ONDA MADRID**

En la misma línea que la televisión, Onda Madrid debe apostar de manera más clara por la cercanía con sus oyentes, apostando por la información y los contenidos locales. Debe dotarse de los mecanismos necesarios para ser una radio de referencia en este tipo de contenidos.

Con los medios humanos y técnicos de que dispone hay que avanzar en este reto. También se deben estudiar modelos de colaboración entre la televisión y la radio, para adaptarse al nuevo modelo de radiotelevisión propuesto. La apuesta por una información local, plural y objetiva es básica para conectar con el madrileño. Es importante que

cuando el ciudadano de Madrid conecte con Onda Madrid tenga aquello que busca, información de su comunidad.

## **5.12 NUEVAS FORMAS DE CONSUMO**

El consumo de radio y televisión está cambiando. Los nuevos dispositivos permiten el consumo de contenidos audiovisuales de múltiples maneras, y la movilidad es una de sus principales características. Las cadenas deben adaptarse a estos cambios y permitir que sus contenidos sean de intereses para el ciudadano que consume ahora de forma diferente. Hay que saber adaptar esos contenidos y dotarles de un interés diferente al que tiene el consumo de televisión tradicional.

Nuestra apuesta por esta adaptación a este otro tipo de consumo es clara y nos parece fundamental. Una cadena de radio y televisión pública debe dotarse de contenidos interesantes para el ciudadano del siglo XXI.

## **5.13 PRESUPUESTO ADAPTADO AL NUEVO MODELO DE EPRTVAM**

El nuevo modelo de EPRTVAM que hemos presentado se ajustaría por completo al presupuesto de 85,8 millones de euros que prevé la Dirección de la empresa para el 2013. Nosotros pensamos que si se alcanzara un acuerdo en la línea de lo expuesto, estamos convencidos de que los ingresos por publicidad podrían sobrepasar los 15 millones que ha presupuestado la Dirección actual, y por lo tanto Telemadrid tendría mayor margen de actuación para llevar a cabo producciones con mayor presupuesto.

Nuestro modelo esta basado en los siguientes principios:

- Apuesta por la producción interna. Contaríamos con todos los medios humanos y técnicos disponibles para realizar casi el 100% de las producciones. No sería necesario despedir a nadie, aunque se dejaría la puerta abierta a bajas voluntarias.
- Reducción y eliminación del número de complementos.
- El personal contratado fuera de convenio pasaría a integrarse en las categorías del convenio colectivo. Todo el personal del EPRTVAM se regiría por el convenio colectivo.
- Adelgazamiento del organigrama y del Consejo de Administración.
- Techo salarial de 60.000 euros para cualquier trabajador.
- Negociación del XII Convenio Colectivo, flexibilizando y adaptando las funciones de las categorías al nuevo modelo de radio y televisión.
- Apuesta por los contenidos locales y por unos informativos cercanos, plurales y rigurosos.
- Adaptación del modelo de radio y televisión a las nuevas tecnologías y dispositivos de consumo audiovisual.

Estamos convencidos de que otro modelo de radio televisión pública es posible y es totalmente viable con el presupuesto previsto para el año 2013. Es importante tomar las

medidas aquí expuestas para que Onda Madrid y Telemadrid sean una cadena de referencia donde su valor principal sea el beneficio social y la labor pública al ciudadano, siempre realizando una buena gestión de los medios disponibles y ajustándose a la dotación económica existente.

El mayor recurso de cualquier empresa son sus profesionales. En nuestro caso trabajadores de alta cualificación y profesionalidad. Sería un error estratégico que pondría en peligro el futuro del EPRTVM desperdiciar este potencial.

Es cierto que hay que hacer ajustes y adaptaciones para dotar a nuestra cadena de una forma de organización distinta, pero eso debe pasar por el compromiso y diálogo de todas las partes para crear juntos una Radio y Televisión pública de calidad, rigurosa en cuanto a sus contenidos y su gestión y sobre todo cuyo principio sea servir al ciudadano madrileño.

Para ello, el presupuesto que presentamos estaría repartido de la siguiente forma:

<b>Gastos de personal</b>	<b>51,1</b>
<b>Otros costes de programación</b>	<b>20.7</b>
<b>Otros costes no imputados a programas</b>	<b>14</b>
<b>Total presupuesto 2013</b>	<b>85.8</b>

*Datos en millones de euros*

## 6. PROPUESTA DE PARRILLA

La parrilla que propone el nuevo modelo productivo presentado por la Dirección del EPRTVM está condenada al fracaso por la escasa producción de programa en directo, grabados y la ocupación de más del 70% de la programación con programas “enlatados” o de redifusión. La falta de concreción del coste de las externalizaciones que trae consigo el nuevo modelo lo hace aún más inviable. Esta programación además incumple los objetivos de la radio televisión pública madrileña.

Con nuestro modelo y la utilización del 100% de los medios humanos y técnicos que posee nuestra empresa (4 platós perfectamente equipados, 2 UM, 1 PEL HD, UM de enlaces, cámaras engs, vehículos en leasing, 16 salas de edición y postproducción, ordenadores equipados con programas de edición digital, talleres de decorados, maquillaje y peluquería, archivos digitalizados, sistemas de documentación, etc) el coste para la producción de programas sería mínimo.

Contando con 19.4 millones de euros exclusivamente para producción, pues el material y personal ya está contemplado en otras partidas la representación de los trabajadores proponemos la siguiente parrilla genérica.

	<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIÉRCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>
7:00	Informativo	Informativo	Informativo	Informativo	Informativo
8:00	Infantil	Infantil	Infantil	Infantil	Infantil
9:30	Magazine	Magazine	Magazine	Magazine	Magazine
12:00	Teleempleo	Teleempleo	Teleempleo	Teleempleo	Teleempleo
13:00	Programa de humor				
14:00	Informativo deporte				
15:30	Programa de humor				
16:00	Concurso	Concurso	Concurso	Concurso	Agenda fs
17:00	Infantil	Infantil	Infantil	Infantil	Infantil
18:30	Actualidad local				
20:00	Informativo deporte				
21:15	Cine	Cine	Cine	Cine	Cine
23:15	Late night				
1:00	Revista cultural				
3:00	Reemisión	Reemisión	Reemisión	Reemisión	Reemisión
7:00					

	<b>SÁBADO</b>	<b>DOMINGO</b>
7:00	<b>Programa música clásica</b>	<b>Programa</b>
8:00	<b>Infantil</b>	<b>Infantil</b>
10:30	<b>Resumen informativo semana</b>	<b>Deportes comunidad</b>
12:00	<b>Revista de salud</b>	<b>Informativos emigración</b>
13:00	<b>Cocina</b>	<b>Cocina</b>
14:00	<b>Informativo</b>	<b>Informativo deporte</b>
15:00	<b>Lo mejor de la semana. Humor</b>	
15:30	<b>Cine</b>	<b>Cine</b>
17:30	<b>Concurso familiar</b>	<b>Concurso familiar</b>
18:30	<b>Magazine fin de semana</b>	<b>Deportes comunidad</b>
20:30	<b>Informativo</b>	<b>Informativo</b>
21:30	<b>Cine</b>	<b>Serie documental historia Madrid Documental naturaleza Madrid</b>
23:30	<b>Pueblos de Madrid</b>	<b>Debate actualidad</b>
1:00	<b>Concierto pop/rock</b>	<b>Cine clásico</b>
3:00 7:00	<b>Reemisión</b>	<b>Reemisión</b>

Proponemos también el mantenimiento del segundo canal LA OTRA que se dedicaría a una programación infantil más extensa, a la emisión de eventos deportivos de la región madrileña, actos culturales relevantes y reportajes cercanos a la sociedad madrileña.

Onda Madrid continuará con sus emisiones potenciando la cercanía a los madrileños.

Además se debe apostar por la programación online a través de la página web y un importante incremento de retransmisión de eventos sociales en directo a través de streaming de alta calidad.

La potenciación de la venta de programación de formación infantil, reportajes de investigación periodística y eventos culturales (música, danza, teatro...) reportarían a la larga un incremento de los ingresos.

Esta programación traería consigo un aumento de los ingresos y permitiría con el tiempo incrementar la producción propia a otros formatos más complejos, de mayor calidad y más costosos que a su vez podrían conseguir más ingresos.

## **7. OBJETIVIDAD INFORMATIVA Y SERVICIO PÚBLICO**

No se puede olvidar que uno de los factores fundamentales del descenso de la audiencia ha sido el sesgo partidista que el EPRTVM ha sufrido desde el año 2004 (ver página encuesta El País). Para este fin proponemos la elección del DG del EPRTVM al modo de la BBC, con mandatos independientes de los mandatos electorales y con una selección objetiva realizada por profesionales de prestigio y aprobada por los 3/5 de la representación parlamentaria.

También se contempla la creación del Consejo Profesional, órgano asesor formado por profesionales de la radio y televisión que velen por el cumplimiento de los principios recogidos en la ley de creación del EPRTVM y en cumplimiento de la sentencia nº 941/09 del TSJM.

### **AGRUPAR A LAS TRES SOCIEDADES EN UNA SOLA ENTIDAD**

También proponemos agrupar a las tres entidades: Ente Público, Onda Madrid y Telemadrid, en una única sociedad. De esta manera se facilitaría la gestión y coordinación. Por otro lado, solo existiría un Comité de Empresa con lo que también habría un ahorro por la disminución del número de representantes de los trabajadores y delegados sindicales.

Este proyecto para el EPRTVM tiene como fin la viabilidad de nuestra empresa y el cumplimiento del objetivo para el que fue creado:

- La objetividad, veracidad y la imparcialidad de las informaciones. Art 13
- La ordenación de los espacios de radio y televisión se hará de forma que tengan a los mismos los grupos sociales y políticos más significativos (...) debiéndose adecuar el acceso a las minorías de uno u otro carácter.

Una radio televisión Pública Madrileña es absolutamente viable y puede volver a ser referente de los madrileños como lo fue hasta el año 2003. Es falsa la afirmación que incluye el informe de Deloitte de que somos una Comunidad sin una identidad concreta y que la población madrileña prefiere las televisiones generalistas. Los mejores datos de audiencia de nuestra cadena se han producido con acontecimientos estrictamente regionales (tiempo atmosférico, celebraciones deportivas, sucesos, manifestaciones, etc).

Recuperar el interés de los madrileños por su Radio Televisión, acarrearía un incremento de los ingresos publicitarios. El acercamiento a la información de las diferentes localidades de nuestra Comunidad facilitaría la entrada de publicidad local.

El daño hecho a nuestra empresa por los equipos directivos nombrados desde el año 2004 ha sido muy importante, pero no es insalvable. La viabilidad de nuestra empresa, adaptándose a los nuevos presupuestos, sólo depende de la voluntad política del gobierno de la Comunidad de Madrid.

Los trabajadores del EPRTVM ofrecemos una opción que preserva el puesto de trabajo de la plantilla actual, pero que conlleva un sacrificio económico y laboral muy importante para la misma porque estamos convencidos de la viabilidad de nuestra empresa.

Hay muchas formas de afrontar una situación de cambio, y antes de dismantelar una empresa es lógico intentar adaptarse a la situación sin tomar decisiones traumáticas e irreversibles para la propia empresa. Así lo creemos y así lo proponemos. Esperamos que la Dirección se avenga a considerar otras propuestas diferentes a la encargada a Deloitte- Cuatro Casas que lo único que traería es la desaparición de nuestra empresa a medio plazo y el trasvase de dinero público a manos privadas de manera inmediata.

Esta propuesta parte de mantener la totalidad de la plantilla para realizar el trabajo del EPRTVM, pero CGT consideraría prejubilaciones u otras medidas voluntarias que podrían ser compatibles con este modelo.

Madrid 26 de diciembre de 2012

## MEJORA DE OFERTA DE CGT PARA UN ACUERDO

Con el fin de llegar a un acuerdo con la dirección para evitar los 925 despidos, esta representación sindical hace entrega por escrito de una nueva propuesta en la que se reduce en casi 4,5 Millones de euros el gasto de personal a cargo de los trabajadores.

Además, dado que la dirección ya ha confirmado que por lo menos 50 trabajadores se pueden trasladar a la Comunidad de Madrid, el gasto de personal se vería reducido en otros 2 millones de euros más.

Total disminución del gasto de personal con la nueva propuesta de 6,5 millones de euros.

				Propu. 2	Total Prop.2
Salario Base				Igual	29.125.419
Antigüedad				Igual	3.734.944
Compl. funcional				-50%	583.644
Compl. personal				Igual	8.080
Dedicación Especial				0	0
Disponibilidad				-50%	663.876
Compl. Puesto de trabajo				0	0
Complemento programa				0	0
Cursos formación				Igual	7.224
Festivos f/s libranzas				-50%	381.648
Horas extras				-50%	84.473
Complemento matinal				-50%	92.861
Nocturnidad				-50%	373.464
Ayuda guardería				-50%	66.363
Ayuda comida				-50%	13.561
<i>Total</i>					<b>35.135.555</b>
Seguros sociales 33%					11.594.733
<b>Total masa con seguro</b>					<b>46.730.288</b>