

12.07.2012 - 13.29 h

La ràdio privada perd un 30% dels seus treballadors des del 2008

El mercat publicitari català cau el doble que el de la resta de l'Estat

Barcelona (ACN).- La ràdio privada ha perdut des del 2008 un 30% dels seus treballadors, segons recull l'informe de final de temporada 2011/2012 que elabora l'Associació Catalana de Ràdio (ACR). En concret, el conjunt d'empreses associades a l'ACR tenien fa quatre anys 692 contractes laborals i 399 mercantils (col·laboradors de continguts, comercials, etc.). A finals d'aquesta temporada, la xifra s'ha reduït fins a 499 contractes en el primer cas (193 menys) i fins a 280 en el segon cas (119 menys). A l'any 2008, el sector privat de la ràdio donava feina directament o indirecta a 1090 persones i ara és de 779 com a conseqüència de la crisi publicitària.

Aquesta caiguda representa el doble que a la resta de l'Estat. La inversió publicitària a la ràdio al 2011 va caure a Catalunya un 10,5 % respecte de l'any anterior, i va deixar el mercat total (tant ràdios públiques com privades) en 50,4 milions d'euros.

Per contra, la caiguda al mercat estatal va ser del 5,4 per cent, justament la meitat.

LA VANGUARDIA

La ràdio privada redueix plantilla un 30% en quatre anys

COMUNICACIÓ ► El nombre de treballadors de la ràdio privada a Catalunya s'ha reduït un 30% en els últims quatre anys, segons va informar ahir l'Associació Catalana de Ràdio (ACR), que agrupa les ràdios privades catalanes. Els contractats han passat de 1.090 el 2008 als 779 d'aquest any, a causa de "la duríssima crisi". La principal causa d'aquest descens és la caiguda de la publicitat, d'un 10,5% el 2011, segons la consultora MediaHotline. / Redacció

AVUI+

Mésmitjans

ESTUDI DE L'ACR

La ràdio privada perd un 30% d'ocupació

Segons l'informe de final de la temporada 2011/2012 que elabora l'Associació Catalana de Ràdio (ACR) amb les dades d'ocupació dels seus associats, les contractacions per al conjunt del sector han caigut entre un 28% i un 30% des que va començar la crisi el 2008. En concret, el conjunt d'empreses de l'ACR tenien fa quatre anys 692 contractes laborals i 399 contractes mercantils (col·laboradors de continguts, comercialització, etc.). A final d'aquesta temporada, la xifra s'ha reduït fins a 499 contractes en el primer cas (193

menys) i fins a 280 en el segon cas (119 menys). L'any 2008, el sector privat de la ràdio donava feina directament o indirectament a 1.090 persones. La caiguda del mercat de la publicitat n'és l'origen, segons l'informe que la consultora MediaHotline elabora cada any sobre el mercat radiofònic català. La inversió publicitària a la ràdio el 2011 va caure a Catalunya un 10,5% respecte de l'any anterior, i va deixar el mercat en 50,4 milions d'euros. La caiguda al mercat estatal va ser del 5,4%, justament la meitat. ■ REDACCIÓ



Les ràdios privades han retallat les plantilles prop del 30% des que va començar la crisi

El nombre de treballadors d'aquestes emissores ha passat de 1.090 a 780 en quatre anys, segons l'ACR

Barcelona | Actualitzada el 12/07/2012 13:59

La crisi ha provocat una retallada del 28,6% en les plantilles de les ràdios privades catalanes, segons es desprèn de l'informe anual de l'Associació Catalana de Ràdio (ACR), que agrupa les emissores comercials del país. En concret, dels 1.091 treballadors que tenien aquestes ràdios l'any 2008, quan va començar la crisi, s'ha passat, a finals d'aquesta temporada, a 779. El descens ha sigut del 28% entre el personal laboral –dels 692 empleats se n'han perdut 193, i en queden 499–, i del 30% pel que fa a col·laboradors i personal amb contracte mercantil –de 399 s'ha baixat a 280, 119 menys.

L'ACR atribueix aquest descens d'ocupació als "efectes de la duríssima crisi publicitària que afecta tots els mitjans", i que l'informe també xifra. A partir de les dades recollides per la consultora MediaHotline, l'entitat assegura que el 2011 la inversió publicitària a la ràdio catalana va ser de 50.448.000 euros, un 10,5% menys que l'any anterior. Aquesta percentatge dobla pràcticament la dada estatal, on el mercat publicitari es va reduir un 5,4%. A més, l'estudi detalla que la inversió publicitària a Catalunya no ha deixat de caure des del 2007, i que en aquests quatre anys s'ha perdut un terç del mercat.



La cifra de trabajadores de la radio privada cae un 30 % en cuatro años

12-07-2012 / 14:40 h EFE

La cifra de trabajadores de la radio privada en Cataluña se ha reducido un 30 % en los últimos cuatro años, según ha informado hoy la Asociación Catalana de Radio (ACR), que agrupa a las radios privadas de Cataluña.

La cifra de contratados ha pasado de las 1.090 personas del año 2008, a las 779 del presente año, debido a "la durísima crisis", según dichas fuentes.

La principal causa de este descenso de contratos es la caída de la publicidad, que el año 2011 se redujo en un 10,5 % respecto al año anterior, según un informe de la consultora MediaHotline recogido por ACR.

La cifra de trabajadores de la radio privada en Catalunya cae un 30 % en cuatro años (12/7)

La cifra de trabajadores de la radio privada en Cataluña se ha reducido un 30 % en los últimos cuatro años, según ha informado hoy la Asociación Catalana de Radio (ACR), que agrupa a las radios privadas de Cataluña.

La cifra de contratados ha pasado de las 1.090 personas del año 2008, a las 779 del presente año, debido a "la durísima crisis", según dichas fuentes.

La principal causa de este descenso de contratos es la caída de la publicidad, que el año 2011 se redujo en un 10,5 % respecto al año anterior, según un informe de la consultora MediaHotline recogido por ACR.



Las emisoras han prescindido también del 30% de sus colaboradores

Tres de cada diez trabajadores de las radios privadas catalanas han perdido su empleo desde 2008

La inversión publicitaria en las radios en 2011 cayó en Cataluña el doble que en el conjunto de España

Daniel Tercero, 13 de julio de 2012 a las 06:00

Las radios privadas de Cataluña despidieron al 28% de los empleados en los últimos cuatro años y al 30% de los colaboradores. Así lo recoge el último informe de la [Associació Catalana de Ràdio](#) (ACR) relativo a la temporada 2011-2012.

Según el informe, las [empresas](#) asociadas en la ACR tenían hace cuatro años (mayo de 2008) 692 empleados y 399 colaboradores (tanto en el ámbito de contenidos como en el de comercialización).

Sin embargo, a finales de la temporada de 2012 que ahora se acaba, las cifras se han reducido a 499 contratos laborales (193 menos) y 280 contratos mercantiles (119 menos).

DE 1.090 A 779 PERSONAS

En el año 2008, el sector privado de la radio en Cataluña daba trabajo directo o indirecto a 1.090 personas, según cálculos de la ACR. Esta entidad considera que "los

efectos de la durísima crisis publicitaria que afecta a todos los medios, ha hecho caer la cifra de ocupación en el sector privado hasta los 779".

En este sentido, los datos para Cataluña son peores que los tomados para el resto de España. El [mercado](#) de la publicidad radiofónica de Cataluña "cae el doble" que la nacional. Es en esta caída del mercado de la publicidad donde se encuentra el origen de esta situación, según el informe de la consultora Media HotLine.

La inversión publicitaria en la radio en 2011 cayó en Cataluña un 10,5% respecto al año anterior, y dejó el mercado total (tanto las radios privadas como las públicas) en 50,4 millones de euros. En el conjunto de España, sin embargo, la caída fue del 5,4%.

Aunque el año que se cierra ahora es el de menor inversión en números absolutos, la peor temporada en publicidad respecto a al anterior fue la 2009-2010, año en el que en Cataluña cayó un 18,8% respecto a la temporada anterior; y un 15,8% menos en toda España.

ELIMINAR LA PUBLICIDAD EN LAS PÚBLICAS

Por otro lado, el pasado mes de febrero de 2012, la ACR pidió que se fijara una fecha límite para eliminar la publicidad en las emisoras públicas de radio.

Esta [necesidad](#), desde el punto de vista de la ACR, ya fue sugerida por Francesc Homs (CiU) en relación a Catalunya Ràdio --[CiU y PP acuerdan eliminar la publicidad en Catalunya Ràdio](#)--. Sin embargo, días después matizó que la radio pública de la Generalidad mantendría la publicidad "mientras durase la crisis".