

**Comunicación
y
Medios**

**MERCADO ACTUAL PARA LOS PROFESIONALES
DEL PERIODISMO EN LA REGION
METROPOLITANA Y SU TENDENCIA A 1998**

Profesoras:

María Ines Echeverría Peña

Silvia Iturrieta Torres

Santiago - Chile 1993

INDICE

I. - INTRODUCCION

II. - OBJETIVOS

III. - OFERTA

- *ANALISIS DE LA OFERTA*

- *ESTUDIO DE TENDENCIA*

IV. - DEMANDA

Comunicación y Medios

- *ANALISIS DE LA DEMANDA*

- *ESTUDIO DE TENDENCIA*

V. - RELACION OFERTA - DEMANDA

VI. - CONCLUSIONES

VII. - ANEXOS

- *CUADROS*

- *GRAFICOS*

INTRODUCCION

La presente investigación es respuesta a la inquietud manifestada por el colegio de Periodistas a la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile respecto a los efectos de la proliferación de Escuelas de Periodismo creadas en los últimos años y su potencial impacto en el campo laboral de estos profesionales.

El propósito del Colegio de Periodistas era contar con información que sobrepasara el mero reclamo discursivo para, sobre datos concretos, dimensionar la

Mercado Actual par los Profesionales...

magnitud del problema.

Atendiendo a este requerimiento y considerando que este problema está conectado en sus raíces con la estructura educacional chilena, postulamos el siguiente problema a investigar:

“LA RELACION ENTRE LA OFERTA DEL PROFESIONAL DEL PERIODISMO Y LA DEMANDA DE SU CAMPO PROFESIONAL EN LA REGION METROPOLITANA”.

Se ha considerado como *OFERTA* a los profesionales del periodismo que provienen de las Universidades que imparten esta carrera, y como *DEMANDA* a aquellas áreas de la comunicación que constituyen el campo laboral actual de estos profesionales, en la Región Metropolitana.

Al determinar la Oferta y Demanda actual del profesional del Periodismo, se consideró relevante un Estudio de Tendencia de ambos factores que permitieran proyectarlos y circunscribir el problema actual a cinco años.

Es importante considerar que las conclusiones a las que se ha llegado, pueden ser extrapoladas a otros campos profesionales en las carreras que se están impartiendo tanto en Universidades tradicionales como en Universidades no tradicionales.

Comunicación y Medios

Por ello esperamos que la información entregada en esta investigación pueda ser de utilidad para la toma de decisiones de las autoridades pertinentes a la enseñanza superior.

OBJETIVOS

Considerando nuestro problema a investigar:

“LA RELACION ENTRE LA OFERTA DE PROFESIONALES DEL PERIODISMO DE UNIVERSIDADES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES Y LA DEMANDA DE SU CAMPO PROFESIONAL EN LA REGION METROPOLITANA”.

se han planteado los siguientes objetivos de investigación:

OBJETIVO GENERAL:

DETERMINAR CUANTITATIVAMENTE EL MERCADO ACTUAL PARA PROFESIONALES DEL PERIODISMO DE LA REGION METROPOLITANA, ESTABLECIENDO LA RELACION ENTRE OFERTA Y DEMANDA Y DETERMINANDO SUS RESPECTIVAS TENDENCIAS A 1998.

Mercado Actual par los Profesionales....

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Determinar la Oferta del Profesional del Periodismo de las Universidades que imparten la Carrera de Periodismo de la Región Metropolitana.

1.1. Establecer la relación entre los Ingresos de los años 1986 a 1993 y los Egresos de los años 1990, 1991 y 1992 respectivamente de las Universidades que imparten la Carrera de Periodismo.

1.2. Establecer la Tendencia de Crecimiento de los Egresos para los años 1993 a 1997.

2.- Determinar la Demanda del campo laboral del profesional del Periodismo en el año 1993 en las áreas que potencialmente constituyen fuente laboral:

- Medios de Comunicación
- Organizaciones Estatales y Privadas
- Organizaciones No Gubernamentales
- Instituciones Académicas y de Estudio
- Organismos Internacionales

2.1. Determinar la Tendencia de Crecimiento de la Demanda para los años 1994 a 1998.

3. Establecer la relación entre el estudio de tendencias de crecimiento de la Oferta y la Demanda del Profesional del Periodismo.

Comunicación y Medios

A. LA OFERTA

Se entenderá como *OFERTA* en este estudio a los alumnos que Ingresan a las Universidades a la Carrera de Periodismo y a los alumnos que transcurridos cinco años egresan de dicha carrera.

1. El primer factor de la Oferta lo constituyen los alumnos que *INGRESAN* a las Universidades que imparten la Carrera de Periodismo, considerándose para efectos de la investigación a los Ingresados entre los años 1986 y 1993.

Las Universidades que en la Región Metropolitana imparten esta Carrera son 15, aunque hasta el año 1986 sólo dos Universidades la impartían: la Universidad de Chile y la Universidad Católica denominadas como Universidades Tradicionales.

A partir de 1987 desaparece esta hegemonía al incorporarse al sistema Universidades No Tradicionales que también empiezan a impartir la Carrera de Periodismo y que a 1992 suman 13 en la Región Metropolitana

CUADRO N° 1 **

El resultado de este proceso de creación de nuevas Universidades que imparten Periodismo nos permite constatar el progresivo aumento de *INGRESOS* que, en un plazo de cinco años (duración de la Carrera) se traducirán en *EGRESOS* que entrarán a competir en el

Mercado Actual par los Profesionales....

campo laboral.

Es de destacar el año 1991 que triplica los Ingresos del año anterior

2.- El segundo factor de la Oferta lo constituyen los alumnos que han terminado su etapa formal de estudios en las Universidades ya establecidas.

Los Egresos considerados para este estudio abarcan los años 1990, 1991 y 1992, que corresponden a los Ingresos de los años 1986, 1987 y 1988 respectivamente.

CUADRO N° 2.**

Podemos constatar que en el año 1990 sólo Universidades Tradicionales registran 78 Egresos y que ya en 1992 con sólo dos Universidades No Tradicionales se registran 142 Egresos, casi el doble.

Esta situación se evidenciará en toda su magnitud al establecer las Tendencias de Crecimiento de Egresos en los años siguientes.

Comunicación y Medios

TENDENCIA DE CRECIMIENTO DE EGRESOS DE LA OFERTA:

CUADRO N°3.**

Al relacionar los Ingresos y Egresos entre los años considerados, nos permite determinar la *TASA DE CRECIMIENTO* correspondiente y *PROYECTAR LA OFERTA* desde el año 1993 a 1997.

Para determinar la *TASA DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA*, se establecieron los siguientes criterios:

1: Para cada una de las Universidades con Egresos a 1992 (4 Universidades solamente) se calculó la Tasa de Crecimiento que corresponde a la sumatoria de los Egresos de los 1990, 1991 y 1992, divydidos por la sumatoria de los Ingresos de los años 1986,1987 y 1988 respectivamente.

2: Para las restantes Universidades sin Egresos al año 1992, se deteminó una Tasa de Crecimiento que correponde al promedio de las tasas de crecimiento de las dos Universidades no Tradicionales que poseen Egresos a 1992.

Este promedio corresponde a una Tasa de **28%** que se tomará como Tasa de Crecimiento para cada una de las Universidad No Tradicionales sin Egresos a 1992.

Mercado Actual par los Profesionales....

Así podemos contar con una Tasa de Crecimiento para 1992 para cada Universidad de las 15 que conforman nuestro universo.

Establecidas las Tasas de Crecimiento para todas las Universidades a 1992, se *PROCEDE A ESTIMAR EL NUMERO DE EGRESOS PARA CADA AÑO*, desde 1993 a 1997.

Esto corresponde al *CUOCIENTE* entre el Ingreso del año correspondiente por la Tasa de Crecimiento establecida para 1992 para cada Universidad.

Los valores que se observan para cada año, de 1993 a 1997 y para cada Universidad, *ES LA ESTIMACION PROBABLE DE EGRESOS*, aplicándole la tasas de crecimiento ya establecida para 1992.

Así por ejemplo, podemos observar que para 1993 tendríamos un total de 162 Egresos, para 1994 sería de 187 egresos, etc. y así, a 1997 llegaríamos 426 egresos estimados como probables, los que luego se transformarán en profesionales que potencialmente optarán al campo laboral. (Cuadro N° 3).

Hay que destacar que al estimar estas tendencias hasta 1997, se ha considerado que ellas se verán afectadas por factores predecibles tales como un posible *EXODO DE EGRESADOS* que se ha ponderado en un 10%.

Comunicación y Medios

CUADRO 3b **

Como lo Indica el cuadro 3b en las estimaciones para los Egresados se ha incluido este factor que afecta a la Oferta dando como resultado una dimensión más real de este factor.

Más adelante se agregará otro factor: la Tasa Anual Nacional de Cesantía, que se ha estimado en un promedio de un 6%, factor necesario para establecer la relación entre la Oferta y Demanda.

A CONTINUACION SE ANALIZARA EL SEGUNDO COMPONENTE DEL ESTUDIO DE MERCADO DE LOS PROFESIONALES DEL PERIODISMO, QUE CORRESPONDE A LA DEMANDA.

B. LA DEMANDA

Se entenderá como *DEMANDA* en este estudio al campo laboral para el Profesional del Periodismo, determinado por aquellas Areas que constituyeron fuentes significativas de trabajo, después de realizarse un catastro o estudio exploratorio de las potenciales fuentes laborales para este profesional.

A continuación se muestran las Areas con sus respectivos Sectores, Subsectores y Unidades seleccionados.

Mercado Actual par los Profesionales....

AREAS	SECTORES	SUBSECTORES	UNIDADES		
			UNIVERSO	MUESTRA	
I- MEDIOS DE COMUNICACION	TELEVISION	5	5 Canales	
		PRENSA	DIARIOS	14	5 Diarios
			REVISTAS	73	14 Revistas
	RADIO	A.M.	19	7 Radios AM.	
		F.M.	32	6 Radios FM.	
	AGENCIAS Y CORRESPONDAJAS	77	5 Agencia	
II. ORGANIZAC. ESTATALES Y PRIVADAS	ESTATALES	18	14 Ministerios	
			95	33 Org. Depend.	
			52	20 Municipalid.	
	PRIVADAS	ORG. POLIT.	17	8 Part. Pol.	
		ORG. GREM.	71	4 Org. Grem.	
III-ORGANIZAC. NOGUBERNAM.	5	4 Areas	
IV- INSTITUCIONES ACADEMICAS Y DE ESTUDIO	UNIVERSID. CON PERIODI.	15	15 Universidad	
		INST. PROFE.	36	10 Inst. Prof.	
		CENTR. INVEST.	5	Centros	
TOTALES					
4 AREAS	6 SECTORES	9 SUBSECTORES	155 UNIDADES		

Comunicación y Medios

Sobre un número de 155 unidades se analizó la información recogida sobre:

1- Número de horas presupuestadas semanalmente para el Profesional del Periodismo para el año 1993, lo que constituye el campo laboral actual para este estudio.

2- Número de profesionales del Periodismo que sirven estas horas.

Para trabajar esta información se establecieron criterios como:

a.- Una unidad de análisis de 45 horas semanales promedio como Jornada completa de trabajo para el profesional del Periodismo y

b.- Una categoría: horas de colaboración que se estimó en 9 horas semanales por colaborador, que corresponde al 20% de la unidad de análisis establecida.

Aplicando estos criterios a cada unidad, se obtienen las horas totales semanales demandadas por cada área. Por consiguiente, el conjunto de ellas nos proporcionará el campo laboral total para 1993 traducido en horas semanales demandadas.

El total de horas semanales obtenido para 1993 nos permitirá realizar el Estudio de Tendencia para los años comprendidos entre 1994 y 1998 estableciéndose

Mercado Actual par los Profesionales....

critérios tales como la Tasa de Crecimiento Anual Nacional Promedio de un 5% y otros criterios de acuerdo con las características específicas que presenta cada unidad; criterios consignado en cada cuadro de tendencia por unidad.

ANALISIS DE LA INFORMACION POR AREA:

Para cada Unidad de la respectiva Area se confeccionaron cuadros de Antecedentes con la información recogida y cuadros de Estudio de Tendencia, elaborándose un total de 26 cuadros para este efecto.

Dado el tiempo que requeriría la explicación de cada uno de ellos, se analizará a modo de ejemplo el Area *MEDIOS DE COMUNICACION* en uno de sus Sectores: *TELEVISION*.

CUADRO N°4**

EXPLICACION CUADRO: AREA : MEDIOS DE COMUNICACION

SECTOR : TELEVISION

UNIDADES : 5 CANALES

Comunicación y Medios

En este cuadro se consignan el número de Periodistas y Colaboradores demandados actualmente por cada Canal de Televisión, normalizándose esta información con los criterios anteriormente señalados, obteniéndose el total de horas demandadas semanalmente para cada unidad.

CUADROS DE ANTECEDENTES: *Se puede apreciar que la demanda en los canales 13 y 7 es prácticamente similar en 1993 y muy superior a la Demanda de los restantes canales.*

CUADRO N°5**

CUADRO DE TENDENCIAS: Sobre el número total de horas demandadas por cada Unidad para 1993, se estimará la Tendencia para los años 1994 a 1998.

Para obtener las Tasa de Crecimientos para cada unidad, se adoptaron los siguientes criterios:

1- A los Canales 7 y 13 se aplica la Tasa de Crecimiento Anual Nacional del 5% considerando que éste sería el factor más significativo que podría afectarlos, por suponerlos ya estabilizados.

2- A los Canales 4, 9 y 11 se aplica la tasa de crecimiento obtenida para el Canal 7 por considerar

Mercado Actual par los Profesionales....

que su crecimiento tenderá a igualarse en los años siguientes al canal más próximo que es el canal 7.

3- Además se estimó la creación de dos nuevas unidades o canales para los próximos cinco años, considerando:

a.- Que las frecuencias en VHF concedidas son nueve y actualmente sólo existen cinco canales en el aire y

b.- Que difícilmente en este mismo lapso surjan las cuatro restantes. Por ello se estimó la posible creación sólo del 50% de ellas: Canal X y Canal Y.

Sobre estos criterios se procedió a estimar la tendencia de crecimiento del campo laboral para los próximos años en esta Area, aplicando la tasa de crecimiento establecida (5%) en los Canales 7 y 13. La Tasa así obtenida para 1993 (= 93) fue aplicada linealmente para los años siguientes.

Ejemplo: Para el canal 13, a las horas presupuestadas semanalmente para 1993 que son de 1.845 horas, se agrega el 5% = 93 horas, dándonos la estimación para 1994 que alcanza a 1.937 horas semanales.

Manteniendo constante este crecimiento anual de 93 horas, se estima la tendencia de crecimiento para los años siguientes hasta 1998.

Comunicación y Medios

Para el Canal 7 se procedió de igual forma, y para el resto de los canales (4, 9, 11, X, Y) se aplicó la tasa establecida del canal 7 que es de 90 horas y se procedió en forma similar a la ya expuesta.

Así, la demanda presupuestada para 1993 en esta Area que es de 6.003 horas semanales, a 1998 sería de 10.495, aumentando notablemente el campo laboral en esta Area de Medios de Comunicación.

CUADRO N°33**

Para obtener las horas presupuestada para cada Area, por cada año, se procedió de igual manera. Así, se pudo confeccionar ul Cuadro Total de horas presupuestada para la Demanda a 1998.

Se puede observar en 1993 un total de 61.644 horas semanales presupuestadas, proyectándose un total de 85.052 horas semanales para el año 1998.

CUADRO N°34**

Una vez obtenidas las Horas totales por año y partiendo del supuesto que el campo laboral para 1993 que es de 61.644 horas semanales está copado, las horas disponibles calculadas para los restantes años corresponderá a la diferencia de las horas de un año determinado con

Mercado Actual par los Profesionales....

respecto al año que le antecede. Es decir, al campo laboral de 1994 se le resta el de 1993.

A estas horas disponibles se le suman los *FACTORES DE REPOSICION*: Tasa de Mortalidad que es igual a un 5/1000 y Tasa de Jubilación estimado en un 4/1000 lo que nos dimensionará en forma más real el campo disponible para el Profesional del Periodismo, es decir la demanda estimada para los años 1994 a 1998.

CUADRO N° 35**

RELACION ENTRE OFERTA Y DEMANDA:

Ahora, con los datos obtenidos de la Demanda, estamos en condiciones de *RELACIONARLA CON LA OFERTA*.

En este cuadro se consigna el número de Egresos por año que al habersele aplicado ya el 10% por concepto de Exodo de Egresados da la dimensión más real del número de egresado que iriqn a competir al campo laboral.

Estos valores son transformados en horas semanales al aplicársele la Unidad de Análisis, dándonos los resultados de horas semanales ofertadas. A estas horas ofertadas se les aplica la Tasa de Cesantía promedio estimada en un 6%, dándonos el total de horas semanales que constituyen la *OFERTA*.

Comunicación y Medios

CUADRO N° 36

Las horas totales obtenidas para la Oferta están ahora en condiciones de relacionarse con las horas demandadas disponibles para la cada año,

Contando ya con el total de horas semanales ofertadas y demandadas afectadas por todos los factores establecidos (Cesantía, Exodo, Mortalidad y Jubilación), se procede a determinar la diferencia entre horas semanales ofertadas y demandadas.

La diferencia encontrada nos deja un margen de horas ofertadas por cada año que sobrepasa la Demanda del campo laboral y a las cuales debe agregarse el margen de las horas ofertadas del año anterior, entregando como resultado el número total de horas ofertadas sin demanda, es decir que corresponde a las horas semanales que no tienen ya cabida en el campo laboral.

Estas horas convertidas a la Unidad de Análisis nos permiten precisar el número de Profesionales del Periodismo que cada año estarían fuera del campo ocupacional.

Así, para 1994 tendríamos 31 profesionales sin acceso a fuentes laborales del campo periodístico, cantidad que va en aumento progresivo en relación al número de Ingresos a las Universidades, hasta llegar en 1998 a un total de 593 cesantes lo que sobrepasa incluso el número de Egresos estimados para 1997 que es de 426

Mercado Actual par los Profesionales....

egresos.

Las cifras demuestran que en la medida que se mantengan las condiciones estimadas para el campo laboral, *TODOS LOS NUEVOS PROFESIONALES EGRESADOS DE LAS UNIVERSIDADES, CONSTITUIRAN FUENTES DE CESANTIA DE LA PROFESION.*

CONCLUSIONES

GRAFICO N°1**

El Gráfico N°1 muestra el número de ingresos desde 1986 a 1993 de las Universidades que Imparten la Carrera de Periodismo.

Se puede apreciar que en 1991 se produce la explosión de Ingresos por la incorporación de siete nuevas Universidades que dan esta carrera.

GRAGICO N°2**

El Grafico N° 2 nos muestra el campo laboral actual para los Profesionales del Periodismo.

Como podemos apreciar la fuente laboral más significativa lo constituye el Area *MEDIOS DE COMUNICACION* con un 82,8%. Le sigue pero a gran

Comunicación y Medios

distancia el Area Organismos Estatales y Privados con sólo un 8,5%, seguido en forma muy próxima por el Area Instituciones Académicas y de Estudio con un 8,1%, y finalmente con escasas presencia el Area Organismos No Gubernamentales con un 0,6%.

Este último resultado nos permite establecer que el campo laboral considerado en este estudio fue exhaustivo.

GRAFICO N°3**

Para concluir nuestro estudio se presentan las curvas de Oferta y Demanda en un polígono de frecuencia donde se muestra la Demanda con un crecimiento total de un 39% y para la Oferta un crecimiento total de un 115%.

Aunque la demanda fuese afectada por otros factores elevándose incluso hasta en un 100%, aún quedarían profesionales sin trabajo.***

Mercado Actual par los Profesionales....

CUADRO N°1

OFERTA ANTECEDENTES OBTENIDOS INGRESOS POR AÑOS	INGRESOS POR AÑOS								
	86	87	88	89	90	91	92	93	
	1.- UNIVERSIDAD CATOLICA	48	48	66	57	48	51	51	60
2.- UNIVERSIDAD DE CHILE	62	53	51	42	39	38	58	46	389
3.- GABRIELA MISTRAL	120	85	110	99	165	156	148	883	
4.- DIEGO PORTALES		91	89	94	90	90	93	547	
5.- LAS CONDES		5	65	78	94	170	124	536	
6.- FINIS TERRAE			59	51	66	41	39	256	
7.- UNIVERSIDAD REAL			125	140	120	111	496		
8.- ANDRES BELLO					298	168	160	626	
9.- ARCIS					274	220	231	725	
10.- BERNARDO OHIGGINS					30	66	42	138	
11.- BOLIVARIANA					66	23	12	101	
12.- LA REPUBLICA					126	73	50	249	
13.- SANTO TOMAS					92	60	84	236	
14.- UNIACC					39	49	42	130	
15.- UNIVERSIDAD DE SANTIAGO					60	109	169		
TOTALES	110	221	298	422	534	1569	1405	1351	5910

Comunicación y Medios

CUADRO N°2

OFERTA

ANTECEDENTES OBTENIDOS

EGRESOS

EGRESADOS POR AÑOS

	90	91	92	
1.- UNIVERSIDAD CATOLICA	35	33	37	105
2.- UNIVERSIDAD DE CHILE	43	47	46	136
3.- GABRIELA MISTRAL	32	35	67	
4.- DIEGO PORTALES	20	20		
5.- LAS CONDES	4	4		
6.- FINIS TERRAE			0	
7.- UNIVERSIDAD REAL			0	
8-> ANDRES BELLO			0	
9.- ARCIS			0	
10.-BERNARDO O'HIGGINS			0	
11.-BOLIVARIANA			0	
12.-LA REPUBLICA			0	
13.-SANTO TOMAS			0	
14.-UNIACC			0	
15.-UNIVERSIDAD DE SANTIAGO			0	
TOTAL	78	112	142	332

Mercado Actual par los Profesionales....

CUADRO N°3

OFERTA

ESTUDIO DE TENDENCIA

EGRESOS

		TASA % APLICABLE	93	94	95	96	97
1.- UNIVERSIDAD CATOLICA	65		37	31	33	33	39
2.- UNIVERSIDAD DE CHILE	82		34	32	31	48	38
3.- GABRIELA MISTRAL	33		36	32	54	51	48
4.- DIEGO PORTALES	22		20	21	20	20	20
5.- LAS CONDES	28		18	22	26	48	35
6.- FINIS TERRAE	28		17	14	18	11	11
7.- UNIVERSIDAD REAL	28			35	39	34	31
8.- ADRES BELLO	28			0	83	47	45
9.- ARCIS	28			0	77	62	65
10.-BERNARDO O'HIGGINS	28			0	8	18	12
11.-BOLIVARIANA	28			0	18	6	3
12.-LA REPUBLICA	28			0	35	20	14
13.-SANTO TOMAS	28			0	26	17	24
14.-UNIACC	28			0	11	14	12
15.-UNIVERSIDAD DE SANTIAGO	28			0	0	17	31
TOTALES	53		162	187	481	446	426
TOTALES HORAS SEMANALES			7277	8420	21645	20078	19175

Comunicación y Medios

CRITERIOS:

PARA LAS CUATRO PRIMERAS UNIVERSIDADES SE APLICA TASAS DE CRECIMIENTOS DE EGRESOS E INGRESOS CORRESPONDIENTEMENTE. PARA LAS RESTANTES SE APLICA EL PROMEDIO DE LAS TASAS DE EGRESO DE LAS DOS UNIVERSIDADES NO TRADICIONALES CON EGRESOS.

CUADRO N°3b

ESTIMACIONES EGRESADOS

FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA

AÑOS

	1993	1994	1995	1996	1997
NUMEROS DE EGRESADOS	162	187	481	446	426
<u>-EXODO DE EGRESADOS 10%</u>	16	19	48	45	43
TOTALES	146	168	433	401	383

HORAS SEMANALES

TASA NACIONAL CESANTIA 6%

Mercado Actual par los Profesionales....

CUADRO N°4

DEMANDA ANTECEDENTES OBTENIDOS

AREA-MEDIOS DE COMUNICACION

SECTOR-TELEVISION

UNIDAD	PERIO- DISTAS	COLOBO- RACIONES	HORAS SEMANTAL	HORAS COLOBOR.	HORAS TOTALES 1993
U.C.CANAL 13	41		1845		1845
T.V.N.CANAL 7	37	18	1665	162	1827
MEGAV.CANAL 9	19		855		855
RTU CANAL 11	15	4	675	36	711
LA RED CANAL 4	17		765		765

CRITERIOS

UNIDAD DE ANALISIS 45 SEMANALES
HORAS DE COLABORACION 20% DE LA UNIDAD
DE ANALISIS

Comunicación y Medios

CUADRO N°5

DEMANDA
ESTUDIO DE TENDENCIA
AREA. MEDIO DE COMUNICACION
SECTOR.- TELEVISIVO

UNIDAD SEMANALES	TOTAL N°.- DE		TENDENCIA EN HORAS					
	UNIDAD	PERIOD	AÑOS					
			1993	1994	1995	1996	1997	1998
U.C. CANAL 13	1	41	1845	1937	2030	2122	2214	2306
T.V.N. CANAL 7	1	41	1827	1918	20210	2101	2192	2284
MEGAV. CANAL 9	1	19	855	1017	1179	1341	1503	1665
RTU CANAL 11	1	16	711	902	1093	1283	1474	1665
LA RED CANAL 4	1	17	765	945	1125	1305	1485	1665
CANAL X	1		0	90	180	270	360	550
CANAL Y	1		0		90	180	270	360
TOTALES	7	133,4	6003	6809	7706	8602	9499	10495

CRITERIO DE ESTIMACION.-

EL 5% DE CRECIMIENTO ANUAL APLICADO LINEALMENTE EN CANAL 7 Y 13

CANAL 4 - 9 - 11 TENDRAN EN LOS PROXIMOS DE 5 AÑOS UN CRECIMIENTO A NIVEL CANAL 7

ESTIMACION DE DOS UNIDADES MAS DURANTE LOS DURANTE LOS PROXIMOS 5 AÑOS EN IGUAL TASA

NOTA : LAS FRECUENCIAS EN VHF SON 9, ENTREGADA.
LAS FRECUENCIAS EN UHF SON 11, NO ENTREGADA.

Mercado Actual par los Profesionales....

CUADRO N° 33

DEMANDA

TOTAL HORAS SEMANALES

TOTAL AREAS

AREAS	HORAS SEMANALES AÑOS					
	1993	1994	1995	1996	1997	1998
MEDIOS DE COMUNICACION	51051	55110	59258	63407	67557	71805
ORGAN. ESTATALES Y PRIVADAS	5247	5510	5771	6034	6297	6559
ORGAN. NO GUBERNAMENTALES	369	387	406	424	443	461
INST. ACADEMICA Y ESTUDIOS	4977	5227	5477	5727	5977	6227
TOTALES HORAS SEMANALES	61644	66234	70912	75592	80274	85052

Comunicación y Medios

CUADRO N° 34

DEMANDA

TOTAL HORAS SEMANALES

AREAS TOTALES

HORAS DISPONIBLES

AREAS	HORAS SEMANALES					
	AÑOS					
	1993	1994	1995	1996	1997	1998
HORAS TOTALES DE LAS AREAS	61644	66234	70912	75592	80274	85052
DIFEREN. HORAS DISPONIBLES POR AÑOS		4590	4678	4680	4682	4778
TASA DE MORTALIDAD 5*MIL		308	331	355	378	401
TASA DE JUBILACION 4*MIL		247	265	284	302	321
TOTAL DE HORAS DISPONIBLES		5145	5274	5318	5362	5500

CRITERIOS 1993 CAMPO LABORAL SIN HORAS DISPONIBLES

HORAS DISPONIBLES 1994-1998 CORRESPONDE A LAS HORAS EXCEDENTES DEL AÑO ANTERIOR A LAS CUALES SE LE APLICAN FACTORES DE REPOSICION.

Mercado Actual par los Profesionales....

CUADRO N° 35

	HORAS SEMANALES AÑOS					
	1993	1994	1995	1996	1997	1998
ANALISIS OFERTA Y DEMANDA						
OFERTA						
TOTAL DE HORAS SEMANALES						
EGRESOS						
NUMERO DE EGRESOS	162	187	481	446	426	
EXODO DE EGRESADO 10%	16	19	48	45	43	
EGRESADO DISPONIBLE	146	168	433	401	383	
HORAS SEMANALES	6561	7574	19481	18063	17253	
CESANTIA 6%		394	454	1169	1084	1035
TOTAL HORAS. OFERTADAS DISPONIBLE.	6561	7968	19935	19232	18337	1035

Comunicación y Medios

CUADRO N° 36

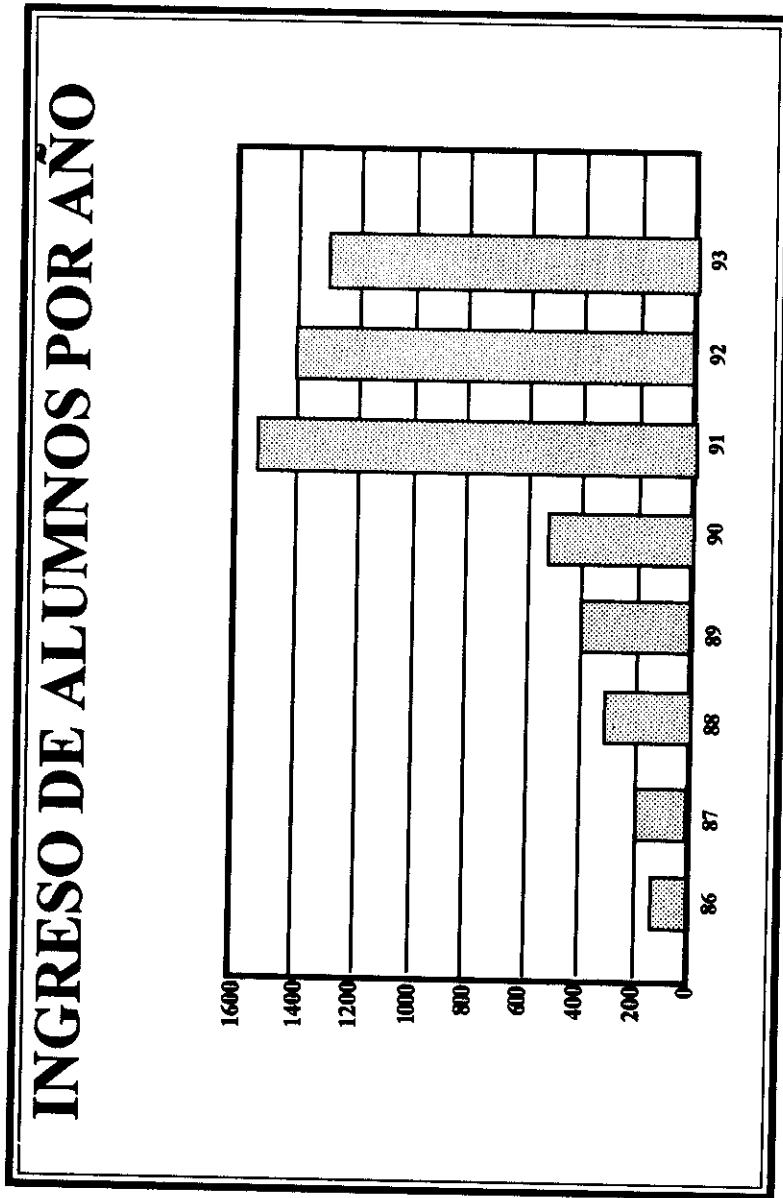
ANALISIS OFERTA DEMANDA

EN HORAS SEMANALES

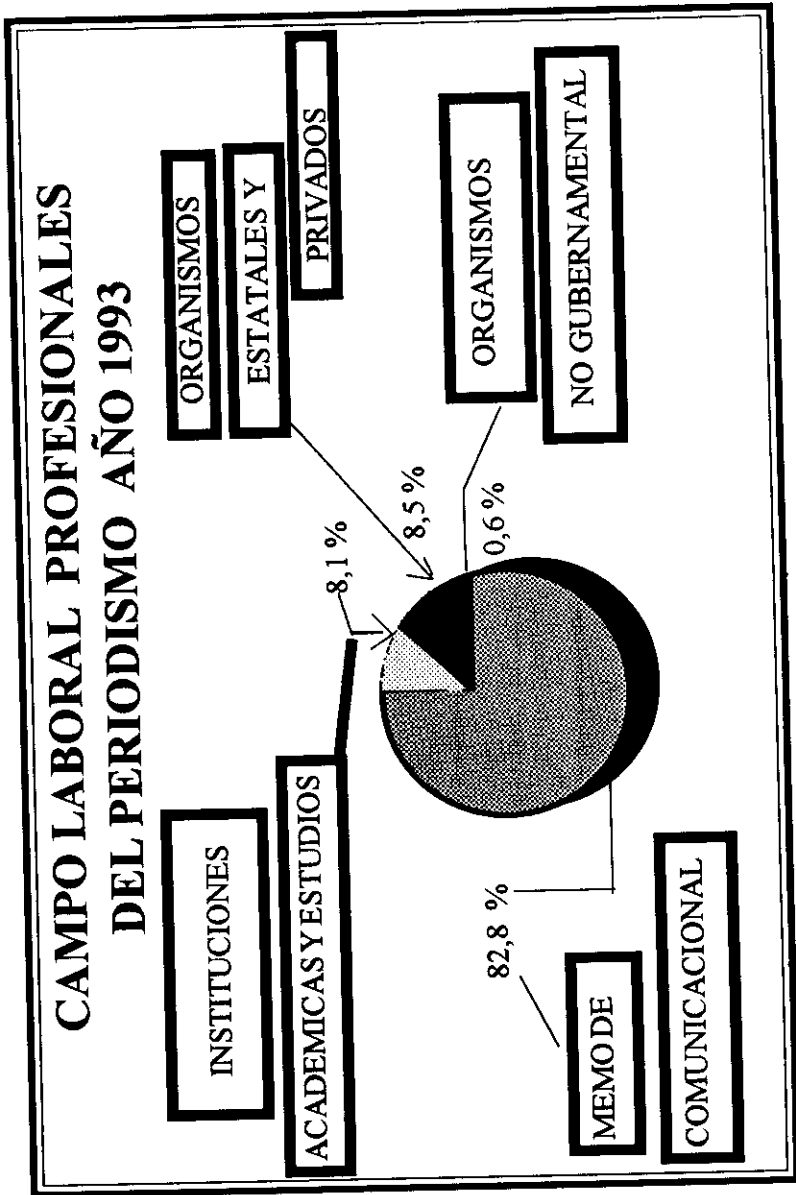
	HORAS SEMANALES AÑOS					
	1993	1994	1995	1996	1997	1998
HORAS TOTALES OFERTADAS		6561	7968	19935	19232	18337
HORAS DEMANDADAS DISPONIBLES		5145	5274	5319	5362	5500
DIFERENCIA OFERTA DEMANDA		1416	2694	14616	13870	12837
DIFERENCIA OFERTADA AÑO ANTERIOR			1416	2693	14617	13870
TOTAL HORAS OFERTADAS SIN DEMANDA		1416	4110	17309	28487	26707
PROFESIONALES CON DEMANDA		114	117	118	119	122
PROFESIONALES SIN DEMANDA		31	91	385	633	593

Mercado Actual para los Profesionales...

GRAFICO N° 1



GRAFICONº2



Mercado Actual para los Profesionales

GRAFICO N°3

