



MEMÒRIA ANUAL

CORPORACIÓ VALENCIANA DE MITJANS
DE COMUNICACIÓ

2020

CORPORACIÓ VALENCIANA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ

MEMÒRIA ANUAL 2020



0. Objectiu de la memòria

1 La CVMC. Estructura

2 Òrgans de la CVMC

3. Espai públic de comunicació

4 Impuls de la indústria audiovisual a la Comunitat Valenciana

5. Publicitat i màrqueting

6. Relacions amb la societat

7. Infraestructures

8. Inversions en tecnologia

9. Execució del pressupost

10. Recursos humans

11. Control de la CVMC

0. OBJECTIU DE LA MEMÒRIA

Aquesta memòria té com a objectiu complir l'obligació que estableix l'article 47, de la Llei 6/2016, de 15 de juliol de la Generalitat, del Servei Públic de Radiodifusió i Televisió d'Àmbit autonòmic, de titularitat de la Generalitat.

La crisi sanitària de la COVID-19 ha marcat significativament la major part de l'any 2020. La programació, la manera de treballar, les inversions necessàries per a complir amb el servei públic que la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació té encomanat s'ha vist condicionats per les necessitats informatives de la societat i de seguretat laboral dels treballadors i les treballadores.

1. LA CVMC. ESTRUCTURA

1.1. CORPORACIÓ VALENCIANA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ

La Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC) és una entitat pública que té com a missió satisfer les necessitats d'informació, cultura, educació i entreteniment dels ciutadans i ciutadanes i la societat de la Comunitat Valenciana. Les seues funcions seran el disseny i el desenvolupament de projectes, la generació de produccions i continguts i la prestació del servei públic audiovisual

Aquest organisme es va crear el 15 de juliol de 2016 mitjançant la Llei 6/2016, de 15 de juliol del servei públic de radiodifusió i televisió d'àmbit autonòmic, de titularitat de la Generalitat.

Els objectius i les línies estratègiques de la CVMC estan concretats en el Mandat Marc aprovat per les Corts. Les estratègies i els objectius específics per a cada exercici es detallen en el Contracte Programa, subscrit al 2018 entre el Consell de la Generalitat i el Consell Rector amb una vigència de tres anys. L'any 2020 era l'últim any de vigència d'aquest contracte programa. La CVMC va remetre a Les Corts l'informe anual el 21 de maig de 2021, per tal d'informar la comissió corresponent de les Corts del grau de compliment dels objectius previstos al contracte programa.

Són objectius essencials de la corporació d'una banda, esdevenir un element de vertebració de la realitat social, econòmica y cultural de la Comunitat Valenciana i d'altra la promoció de la llengua valenciana.

La Corporació actuarà sempre amb responsabilitat i de manera ètica envers la societat i està totalment compromesa amb els objectius de qualitat democràtica i la defensa del pluralisme.

1.2 SOCIETAT ANÒNIMA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ

La Corporació, segons la Llei de creació, ha d'exercir la funció de servei públic directament i a través de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana (SAMC). La Corporació és titular de la totalitat de les accions de la Societat.

L'SAMC és l'encarregada de prestar el servei públic de televisió, ràdio i transmèdia, el disseny i el desenvolupament de projectes així com la generació de produccions i continguts.

2. ÒRGANS DE LA CVMC

El Consell Rector és l'encarregat de l'administració i el govern de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. La Corporació s'estructura en els següents òrgans

2.1. LA PRESIDÈNCIA I EL CONSELL RECTOR

La presidència de la CVMV i del Consell Rector és elegida per Les Corts per un període de 6 anys. El ple de Les Corts va elegir Enrique Soriano Hernández en la sessió del dia 20 d'octubre de 2016 per un període de 6 anys. El dia 8 de gener de 2021, Enrique Soriano renuncia al càrrec i la vicepresidenta del Consell Rector, Mar Iglesias, assumeix la presidència en funcions de l'ens.



Enrique Soriano i Mar Iglesias

Les funcions del president o presidenta de la CVMC són la representació institucional del Consell Rector i de la CVMC, executar i fer complir els acords del Consell Rector, supervisar la formulació dels comptes anuals, així com elaborar l'avantprojecte de pressupostos. També és l'encarregat d'elaborar la proposta d'informe anual sobre la gestió i el compliment dels objectius, entre altres.

El Consell Rector està format pel president o presidenta i nou membres. La composició del Consell Rector durant el 2020 és la següent

- Enrique Soriano, president
 - Mar Iglesias García vicepresidenta
 - María Lozano Estivalis, vocal
 - José Martínez Sáez, vocal
 - Rosa Yagüe Perales, vocal
 - Vicente Cutanda Mansilla, vocal
 - Marc Pallarès Piquer, vocal
 - Raquel Piqueras Navarro, vocal en representació del Consell Audiovisual
 - Rosa María Agost Canós, vocal en representació del Consell de la Ciutadania
 - Manuel Camarasa Bravo, vocal en representació dels treballadors i de les treballadores de la CVMC i l'SAMC.

El Consell Rector és el màxim òrgan de la Corporació i el responsable del compliment dels objectius generals de servei públic encomanats i establir la direcció estratègica de la Corporació i la seua societat. Per tal de complir amb les funcions encomanades s'han realitzat un total de 34 reunions.

Fins al dia 13 de març, una dia abans que es decretara l'esta d'alarma i el confinament domiciliari a tot el país, les reunions del Consell Rector es realitzaren de manera presencial a la seu de la CVMC, el CPP de Burjassot.

A partir d'eixe moment, les reunions se celebren per videoconferència fins el dia 3 de juliol que es tornen a reprendre les reunions presencials però només quan les votacions o els assumptes a tractar ho requereixen.

Per tal de complir amb les recomanacions de les autoritats sanitàries, les 7 reunions presencials celebrades de juliol al desembre, es traslladen al saló d'actes del CPP de Burjassot



Reunió presencial del Consell Rector en setembre de 2020

2.2. DIRECCIÓ GENERAL

La Direcció General és la responsable de la direcció executiva i de la representació de l'SAMC. La Direcció General decideix els continguts i ordena la programació de la televisió, la ràdio, els serveis en línia, d'acord amb les directrius recollides en el mandat marc, el contracte programa i les directrius del Consell Rector.

El concurs públic per a seleccionar la candidatura a ocupar la Direcció General es publicà al DOGV el 20 de novembre de 2019. Es creà una comissió de valoració que va ser l'encarregada de seleccionar dos candidats de les 10 que s'havien presentat al procés. Les dues persones seleccionades van acudir a una entrevista amb el Consell Rector que va proposar Alfred Costa com a nou director general de l'SAMC.

Finalment, el 6 de març de 2020, el Consell Rector va nomenar Alfred Costa, després que Les Corts atorgaren la idoneïtat en la sessió celebrada el dia 11 de febrer de 2020.



Alfred Costa director general d'À Punt

El Consell Rector va nomenar Alfred Costa director general de l'SAMC el dia 6 de març de 2020, en substitució d'Empar Marco Estellés, que finalitzà el seu mandat després de tres anys al capdavant de la Societat.

2.3. CONSELL DE LA CIUTADANIA

El Consell de la Ciutadania és l'òrgan assessor en matèria de programació i de continguts. Aquest consell assisteix el Consell Rector i la Direcció General en la definició i l'avaluació de les polítiques i estratègies de programació. També ha d'exercir la defensa de l'audiència, tot recollint les queixes, suggeriments i comentaris de la ciutadania i fer-los arribar al Consell Rector.

La composició del Consell de la Ciutadania és la següent

- Julia Sevilla Merino, Presidenta
- Toño Abad García, Vicepresident

Vocals

- Lucía Peris Mestre
- Verònica Cantó Doménech
- Nuria Tendeiro Parrilla
- Pilar Devesa Quinto
- María Teresa Puertes Andreu
- Vicente Muñoz Puelles

- Fernando Móner Romero
- Andreu Yakúbuv
- Fernando Vilar Moreno
- José Ignacio Pastor Pérez ⁽¹⁾
- José Reig Cruañes

⁽¹⁾ El Consell Rector aprova la suspensió del nomenament de José Ignacio Pastor l'11 d'Abril l de 2019 per un problema d'incompatibilitat. Una qüestió que s'ha resolt per una sentència del 7 de febrer de 2020 en la que s'estima la no existència d'incompatibilitat.

El Consell de la Ciutadania ha celebrat 14 reunions ordinàries al 2020. A partir del mes de març, les reunions passaren a ser per videoconferència. En l'exercici de defensor de l'audiència, el Consell de la Ciutadania ha remès a la Direcció General de l'SAMC 154 escrits, amb queixes i suggeriments en matèria de programació i de continguts, que han sigut degudament ateses.



Presentació de l'informe del Consell de la Ciutadania 2020

El Consell de la Ciutadania té l'encàrrec legal d'emetre un informe semestral sobre el desenvolupament de les programacions dels diversos mitjans i serveis de la Corporació. Al 2020, però, degut a les dificultats derivades de la crisi sociosanitària de la Covid-19, s'ha elaborat un informe que comprén tot l'any.

[Aquest informe](#) es presentà el 30 de març de 2021 en un format híbrid semipresencial. també es va i es troba disponible per a la seua consulta en la pàgina web de la Corporació.

2.4. CONSELL D'INFORMATIUS

El Consell d'Informatius és l'òrgan intern de la CVMC en què participa el conjunt de professionals que intervenen en el procés d'elaboració de continguts informatius, per a vetlar per la independència, l'objectivitat i la veracitat de les informacions difoses.

Els membres de l'actual Consell d'Informatius d'À Punt són:

- Abel Campos i Micó
- Isabel M^a González Mesa
- Roberto Ortín Falcó

Al llarg de 2020, el Consell d'Informatius es va reunir en quatre ocasions amb la Direcció d'Informatius. Així mateix, el 6 d'abril va convocar assemblea per a votar la proposta de nomenament de la directora d'informatius, Raquel Pérez Ejerique. Es va realitzar una votació telemàtica a través de la intranet i la candidatura de Raquel Pérez Ejerique va tindre el suport majoritari d'un 68,9% del cens: 161 vots a favor, 44 abstencions i 28 vots en contra com a nova directora d'Informatius.

En aquest exercici, el Consell d'Informatius també va mantenir una reunió de treball amb el Consell Rector, i va participar en el Comitè de Seguiment de la Delegació de Castelló, en la Comissió de seguiment del Llibre d'Estil i en el Comitè informatiu de seguiment de la Covid-19 durant la pandèmia. El Consell d'Informatius també va expressar algunes consideracions sobre el Contracte Programa 2021-2023.



El Consell d'Informatius es reuneix amb el Consell Rector el 2 de febrer de 2020

El 3 de juliol de 2020, el Consell d'Informatius, en compliment de l'apartat 3 de l'article 14 del seu Reglament orgànic i de funcionament, va presentar al Consell Rector un informe semestral, el primer des de l'arrancada dels mitjans de comunicació públics valencians.

I una vegada finalitzat l'exercici, el 2 de febrer de 2021 va presentar el preceptiu [informe anual](#), publicat en el web de la CVMC, que va presentar al Consell Rector el 9 de febrer de 2021.

1.3 COMISSIÓ DEL LLIBRE D'ESTIL

El *Llibre d'Estil* de la CVMC estableix tot un seguit de pautes d'acció comunicativa i informativa per a tots els continguts produïts i difosos per À Punt Mèdia. Les directrius que conté el Llibre d'estil serveixen per a orientar l'acció professional en la CVMC i l'SAMC. La Comissió de Seguiment del *Llibre d'Estil* té entre les seues funcions vetlar per la qualitat dels continguts emesos, elaborar procediments que faciliten el compliment del *Llibre d'Estil* i la resolució de conflictes i l'atenció o resposta a les queixes i suggeriments en aquest àmbit.

Els integrants de la Comissió de Seguiment del *Llibre d'Estil* durant el 2020 han sigut:

- 1) María Lozano (per delegació del president del Consell Rector)
- 2) Rosa Agost com a representant del Consell Rector
- 3) Empar Marco, directora general de l'SAMC fins el mes de març, moment en què Alfred Costa és nomenat director general de l'SAMC
- 4) Joan Carles Simó, cap de la Unitat d'Estil de l'SAMC.
- 5) Abel Campos, com a representant del Consell d'Informatius.
- 6) Raquel Pérez Ejerique, directora d'informatius o Ximo Ferrandis, cap d'Informatius.
- 6) César Martí, director de Continguts i Programació.

La comissió s'ha reunit 7 vegades al llarg de 2020. A partir del mes d'abril, les reunions es reprenen per videoconferència. En les reunions s'han tractat diferents assumptes, entre els quals hi destaquen els següents:

- Segona edició del *Llibre d'Estil*
- Modificació de criteri per l'ús del topònim
- Recomanacions i propostes sobre el tractament de les informacions sobre violència masclista

- Recomanacions sobre el tractament de les informacions sobre malalties infeccioses i específicament sobre la crisi de la COVID-19

1.4 AFILIACIÓ A ASSOCIACIONS

La CVMC és membre de la **FORTA** (Federació d'Organismes de Ràdio i Televisió Autònoms) des de gener de l'any 2018. Les ràdios i televisions autònòmiques cooperen mitjançant aquesta associació en diferents àmbits com ara els drets de propietat intel·lectual, transmissions, intercanvi de programes, i serveis o participació en organismes internacionals.

FORTA, a més, ha creat uns mecanismes que permeten la comercialització conjunta d'espais publicitaris entre els socis.

El President o presidenta de la Corporació, en representació de la CVMC, és qui acudeix de manera regular a les reunions de la Junta General de FORTA.

La Junta General es reuneix una vegada al mes (excepte al mes d'agost) al llarg de l'any per a traçar les línies estratègiques d'actuació. Durant el 2020, se celebraren 11 juntes generals, de les quals dos foren presencials i la resta per videoconferència.

El dia 5 i 6 de febrer, À Punt Mèdia va ser l'amfitrió enguany de la XVI Jornada de Programes que organitza FORTA. Aquesta reunió convoca cada any els representants de programació i continguts de les ràdios i televisions públiques autònòmiques. En aquesta reunió es parla de estratègia i es presenten continguts a la resta d'organismes presents.

Durant la jornada, es va lliurar el premi Pello Sarasola al que millor programa de les televisions autònòmiques de l'últim any en diferents gèneres i formats. Un total de huit programes de diferent tipus, des de documentals a programes d'entreteniment, optaven a rebre el guardó, que va guanyar el programa '69 raons' d'À Punt.



À Punt Mèdia també és sòcia d'**AUTOCONTROL**, que és l'organisme independent d'autoregulació publicitària de la que formen part la gran majoria de mitjans de comunicació, agències de publicitat, de mitjans, anunciants i associacions professional.

També ofereix assessorament legal, cursos i seminaris de formació, especialitzats en matèria de regulació o autoregulació de comunicacions comercials a Espanya.

3. ESPAI PÚBLIC DE COMUNICACIÓ

3.1 LA INFORMACIÓ EN À PUNT MÈDIA

L'any 2020 ha estat determinat per la crisi sanitària que, a partir del mes de març va obligar al confinament total de la població. Aquesta situació altera la programació de la ràdio i la televisió d'À Punt. A partir del mes de març, s'atorga una gran rellevància als continguts informatius que passen a ocupar el 30 % del temps d'emissió en televisió, 5 punts més que al 2019 i el 42% en la ràdio, 8 punts més.



La demanda d'informació de la societat mentre es troba confinada s'incrementa. À Punt es considera un servei essencial. De fet, En televisió, el confinament triplica les hores de directe, unes 160 hores al mes. Des de les 7 a les 22 hores, s'emeten programes especials i es cobreixen les compareixences institucionals del president de la Generalitat i de l'equip de la Conselleria de Sanitat, així com les sessions de control en les Corts. La cobertura d'àmbit autonòmic es completa amb les contínues connexions amb rodes de premsa i compareixences del govern i de les autoritats sanitàries espanyoles. Totes les compareixences es retransmeten per les tres finestres d'À Punt Mèdia, televisió, ràdio i en *streaming* a través del web.

Els mitjans tècnics de l'SAMC també es posen a disposició de les institucions per a facilitar l'accés a la informació de la resta de mitjans públics i privats, oferint-lo el senyal *pool*.

En 2020, s'acomet una reestructuració de la redacció d'informatius i s'ha realitzat una agrupació dels professionals per seccions (política, economia, societat, cultura, internacional) per afavorir que els periodistes compten amb fonts i agendes pròpies.

Simultàniament es propicia un moviment cap al model "*digital first*", la filosofia del qual és que les notícies es publiquen primer en el web i en xarxes sense el retard que imposen els horaris de la televisió i de la ràdio. Així, el web ha arreplegat la informació d'última hora i és una finestra per al periodisme de dades i les exclusives, com va ser la informació del primer brot de Covid en el col·legi major Galileo Galilei, les festes il·legals a xalets de luxe o la denúncia per la manca de seguretat del nou estadi del València CF.

3.1.1 INFORMATIUS DIARIS

Les graelles tant de la ràdio com de la televisió, s'estructuren al voltant dels diferents informatius. La clàusula tercera del contracte programa s'assenyala que "*l'oferta dels programes d'informació ha de tindre un paper central en el conjunt de la programació, o la informació de proximitat ha de tindre una presència rellevant amb l'objectiu de promoure la cohesió social, i territorial de la nostra comunitat.(...)Els mitjans de comunicació han de presentar una mirada valenciana de la realitat i la informació ha de tindre com a punt de referència la Comunitat Valenciana*".

La primera part de l'any de 2020 va estar marcada per l'adaptació a la situació de pandèmia a nivell organitzatiu i també per les compareixences i els informatius especials.

A partir de setembre, es presenta una nova programació per a la tardor i es posa en marxa un nou informatiu matinal, el NTC Matí, que canvia a un format televisiu, encara que també s'emet per la ràdio. La ràdio manté de 7 a 8 hores del matí el programa informatiu.



Es posa en marxa també un nou informatiu comarcal de televisió per a donar una millor cobertura a la informació de proximitat.

El departament d'informatius també s'encarrega a partir de setembre d'un magazine d'actualitat que s'emet diàriament per a la ràdio d'11:00 a 13:30 hores. Aquest magazine substitueix a un altre magazine que estava produït per una empresa externa.



Les retransmissions d'esdeveniments informatius i de proximitat són els més vistos en la televisió d'À Punt. No obstant això, aquest any no s'han pogut celebrar les festes i celebracions tradicionals. À Punt ha tractat de pal·liar aquesta manca amb la reemissió de festes d'altres anys, com ara el programa de Mascletaes per a la història, on es recuperaven les millor mascletaes de les Falles i les festes de la Magdalena, en un any en que no s'ha pogut gaudir d'elles per la pandèmia

3.1.2 INFORMATIUS NO DIARIS

La cobertura de l'actualitat es complementa amb la programació dels continguts informatius no diaris amb formats com ara debats, entrevistes, documentals o espais de reflexió. Els divendres per la nit es mantenen els programes d'anàlisi de l'actualitat des d'una perspectiva valenciana. Fins al mes de juliol es va emetre *Punt Docs*, un espai setmanal de reportatges i *La Qüestió*, espai setmanal de debat i de reflexió sobre temes d'actualitat.

En setembre, amb la remodelació de la graella, s'estrena *A la Ventura*, un nou espai amb format de debat per a propiciar l'anàlisi de l'actualitat els divendres en prime time.

3.1.3 INFORMACIÓ ESPORTIVA

La informació esportiva mereix un tractament específic, donat que es una informació molt especialitzada i es tracta àmpliament en les tres finestres d'À Punt Mèdia.

En la televisió, la programació esportiva ha estrenat, en setembre de 2020, *La finestra esportiva* un espai dedicat als esports minoritaris el matí de diumenge amb retransmissions dels equips amb menys visibilitat. Aquest nou programa s'afegeix a l'emissió setmanal del programa *Va de bó*, que s'ocupa de la retransmissió de la partida de pilota més destacada de la setmana i el programa *A córrer*, dedicat al món del running.

À Punt Mèdia ha signat un acord amb La LIGA SPORTS TV amb l'objectiu de visibilitzar modalitats esportives, com ara l'handbol, futbol sala, vòlei o el bàsquet.

En aquesta línia es va retransmetre per TDT i en *prime time* esdeveniments especials com ara el repte de batre els records del mon de 5.000 m. i 10.000 m., la Marató i la Mitja Marató de València.

En la televisió també hem apostat per l'emissió de documentals com ara el d'*Abanderats de l'esforç*. Narra la història de set esportistes d'elit nascuts a la Comunitat Valenciana durant la seua preparació per als Jocs Olímpics i Paralímpics de Tòquio i com van viure la irrupció de la pandèmia de coronavirus amb totes les seues conseqüències.

També es va emetre la sèrie '*Un baló per a la llibertat*', presentat per la col·laboradora Patricia Campos i que visibilitza els col·lectius més invisibles de la nostra societat.

Pel que fa la ràdio s'han incorporat novetats a partir de setembre de 2020. S'ha fixat una horari fixe en les vesprades del cap de setmana per al programa *Des de la banda*, nom genèric de les retransmissions esportives. Tot i que, quan hi ha retransmissions el programa s'allarga tot el necessari. A més de les retransmissions també ofereix seccions dedicades al futbol base, pilota, històries de l'esport valencià, entrevistes a personatges de l'esport, etc.

També s'ha recuperat *La tertúlia esportiva* que s'emet de dilluns a divendres amb horari de 23:00 a 00:00. Aquest espai ha permés que professionals d'altres hi participen i s'ofereix a l'audiència diferents perspectives. Amb aquest espai donem resposta a la demanda del Consell de la Ciutadania que reclamava que s'obriera un espai amb opinions plurals.

En web i xarxes s'ha començat a utilitzar l'streaming com opció per a oferir la retransmissió de partits de bàsquet, handbol, pilota, a més d'informació esportiva en directe (rodes de premsa, sorteig de copa del Rei, participació del Valencia Basket en l'Eurocup Women, etc.)

Gràcies a totes aquests nous espais s'ha dedicat temps a esdeveniments que d'altra manera no s'hagueren oferit com ara el torneig d'Eurolliga 'Adidas Next Generation', dedicat al basquet formatiu.

Personal especialitzat en la informació esportiva ofereix en xarxes durant el cap de setmana tota l'actualitat, marcadors i resultats dels equips valencians des de futbol a volei, rugbi,

futbol sala, etc. Els duels més importants de cada jornada tenen un seguiment detallat a les xarxes

Des del departament d'esport s'ha posat èmfasi en l'esport femení. S'han retransmés en directe els duels continentals de les jugadores del València Basket a l'Eurocup Women o de 'les guerreres' de l'handbol Elx a l'EHF European Cup i al debut de la Champions de l'handbol Benidorm.

Partits retransmesos en pretemporada:

Vila-real CF – Llevant UE

Vila-real – Reial Societat

Partits retransmesos de Segona B aquesta temporada:

València CF Mestalla – Hèrcules CF

Atzeneta UE – Hèrcules CF

Eivissa – Alcoià

Oriola – Hèrcules CF

3.2 WEB I XARXES SOCIALS

La plataforma multimèdia d'À Punt disposa d'un conjunt d'aplicacions per a múltiples entorns: mòbils Android i IOS, La Colla per a les mateixes plataformes, smart tv Samsung, LG y Apple TV i el servei HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV), el conegut com a botó roig i que vincula l'emissió regular en TDT amb les possibilitats del contingut a la carta i les emissions únicament en línia.

En 2020 es liciten els plecs corresponents per a l'actualització de les aplicacions indicades, un nou proveïdor de continguts i, especialment, per a la remodelació del web d'À Punt amb l'objectiu de donar-li un caire més informatiu i millor accessibilitat per a la ciutadania.

En finalitzar l'any, es treballà per al llançament, que finalment es va produir al març de 2021. El nou web ha suposat un esforç important tant en programació com en el disseny i la anàlisi dels fluxos de treball.

À Punt disposa d'aplicacions mòbils generalistes per als sistemes Android i IOS i aplicacions específiques per al públic infantil de La Colla per a les mateixes plataformes. aplicacions per a televisors intel·ligents Android TV, Samsung, LG i Apple TV. Finalment, es va activar el servei HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) conegut popularment com a botó roig i que vincula l'emissió regular en TDT amb les possibilitats del contingut a la carta i les emissions únicament en línia.

Pel que fa als continguts el web, el 2020 ha estat marcat per les notícies sobre la pandèmia. En el web es va crear un apartat específic per a les notícies relacionades amb la Covid-19. A més, s'utilitza l'*streaming* per a compareixences, retransmissions esportives, i fins i tot per a realitzar la presentació de la nova temporada de L'Alqueria Blanca. A més de l'emissió contínua en línia dels canals de ràdio i TV.

3.3 PROGRAMACIÓ INFANTIL I JUVENIL

Els mitjans públics valencians presta una atenció especial al públic infantil i juvenil, per a la qual cosa es va crear La Colla d'À Punt, un contenidor on s'inclou totes les accions destinades al públic infantil.

La programació infantil s'ha dissenyat perquè els continguts que poden perjudicar els menors no s'emeten entre les 06:00 hores i les 22:00 hores i complint els requisits del mandat marc i del contracte programa. Al web els continguts infantils i juvenils s'hi allotgen de manera diferenciada de la resta de programes, en el subdomini LA COLLA, on els programes es classifiquen en edats de preescolar i infantil.

Els xiquets i xiquetes tenen la possibilitat de esdevenir membres de La Colla, la qual cosa suposa que reben un carnet amb el qual poden obtenir descomptes en diferents activitats, com ara en l'entrada a l'Hemisfèric, Terra Natura, Aqua Natura, etc.

Abans de la pandèmia, La Colla organitzava activitats amb concerts d'Els Bítors i La Banda de les Feretes, o participava en altres iniciatives, com ara la fira "Trova'm" de Castelló. A principis de 2020 s'havien programat tota una sèrie d'actuacions en escoles de tota la comunitat amb "Historietes Medievals", "Els Bítors" i "Les Feretes". La declaració de l'estat d'alarma i la suspensió de les classes presencials suposà la suspensió de totes aquestes activitats.

En febrer La Colla col·laborà amb la falla Cervantes de Paiporta en l'elaboració del seu llibret infantil dedicat als monstres valencians. Des de la Colla s'organitzaren els premis La Colla de Falles i Fogueres que no es van arribar a convocar per la cancel·lació de les festes.

En el moment que es decretà l'estat d'alarma i el confinament total de la població, À Punt Mèdia posà en marxa "La Colla a Casa", una iniciativa que comptà amb el suport de la Conselleria d'Educació i de tota la comunitat de professors i mestres de la Comunitat Valenciana. Els docents enviaren vídeos amb salutacions i / o material docent que es publicà en el web de La Colla.

Els artistes Dani Miquel i Aitana Carrasco col·laboraren amb À Punt en la creació de continguts específics, oferint actuacions diàries des dels seus canals de YouTube. À Punt

signà convenis amb diverses institucions públiques i editorials privades, com ara La Diputació de València, Fundació Sambori, Eldelvives, Fundació Bromera i Editorial Bromera, Escola Valenciana, IVAJ, Editorial Itbook, Edicions 96, Editorial Brief o La Lletra Impresa. Aquestes institucions i editorials van aportar continguts propis amb la incorporació de 130 vídeos més.

La resposta i adaptació de La Colla al temps de pandèmia i el confinament amb “La Colla A Casa” va ser recolzada d’una banda per l’audiència de televisió, que va créixer un 1000 % i en televisió i d’altra en l’augment de Les visites a la secció La Colla de la pàgina web d’À Punt Mèdia, que van superar les 111.900 (amb dades de l’1 de març al 16 de maig). A més, les visualitzacions de ‘La Colla a casa’ van augmentar considerablement, multiplicant-se per 10.

El canal oficial de YouTube de La Colla va guanyar 563 nous subscriptors des de l’inici del confinament i més de 137.855 visualitzacions de sèries i animacions.

À Punt Mèdia posà en marxa una newsletter diària amb continguts seleccionats de La Colla i altres creats expressament per entretenir i educar els xiquets i les xiquetes mentre complien amb el confinament. Aquest butlletí s’envia a tots els membres de La Colla. La primera es va enviar el 19 de març i l’última el 15 de maig. A partir d’eixe moment es tornà a enviar una amb periodicitat setmanal.

Per a completar l’oferta durant el confinament, es va crear un programa setmanal amb els vídeos que els xiquets i xiquetes enviaven des de casa i la col·laboració de les escoles. . El programa va durar 16 setmanes i el projecte es va tancar amb un programa especial per a la fi del curs.

3.4 ACCESSIBILITAT

La llei de creació de la Corporació, en l’article 5, relatiu als principis que s’han d’observar en la prestació del servei públic, estableix que s’ha de garantir el principi d’igualtat de drets per a les persones amb discapacitat, la qual cosa suposa, com estableix la Llei 7/2010, de 31 de març, General de la Comunicació Audiovisual (d’ara endavant, LGA), reconèixer que les persones amb discapacitat visual o auditiva tenen dret a una accessibilitat universal a la comunicació audiovisual.

Dins dels principis bàsics de producció de la norma creadora de la CVMC s’estableix que implementarà les mesures necessàries per a aconseguir els percentatges de programació televisiva diària accessibles a les persones amb discapacitat sensorial auditiva i visual previstos en l’esmentada LGA; així mateix, s’hi estableix que la plataforma tecnològica serà

accessible a les persones amb discapacitat funcional i que aquesta oferirà la versió accessible en tots els canals amb la implementació del marc d'accessibilitat audiovisual.

La LGA contempla que, als cap de quatre anys de ser aprovada, el canals de servei públic haurien de subtítular un 90 % de la programació i emetre 10 hores setmanals de llenguatge de signes i 10 hores setmanals d'audiodescripció. La CVMC es compromet a superar aquests valors durant la vigència d'aquest contracte programa.

La disposició transitòria cinquena de la Llei 7/2010 sobre els serveis de recolzament per a les persones amb discapacitat especifica, entre altres aspectes, que els canals de televisió de nova emissió han d'aconseguir els temps i percentatges fixats en el termini de quatre anys. Donat la doble condició d'À Punt de ser un mitjà públic i, al mateix temps, un mitjà de nova creació, es remet una consulta als serveis jurídics de la CVMC i es realitza el càlcul de les hores setmanals amb programació accessible.

El càlcul de les hores setmanals es realitza sobre una programació de 19 hores diàries (07:00-02:00), de les quals 20 minuts/hora són continguts publicitaris, es a dir, no estan subjectes a la obligatorietat de ser accessibles. En aquest sentit, À Punt ha de cobrir:

1. Un mínim de 57 hores subtítulades per setmana.
2. Un mínim d'1,5 hora amb audiodescripció per setmana.
3. Un mínim d'1,5 hora amb llengua de signes per setmana.

Mitjana d'hores setmanals subtítulació 2020

	TOTAL HORES	SETMANES EMISSIÓ	MITJANA SETMANAL (en hores)
SUBTITULACIÓ EN DIRECTE	1.770 h	52	34 HORES
SUBTITULACIÓ EN DIFERIT	928	52	18 HORES
TOTAL HORES	2.698	52	52 HORES

Durant el 2020 les hores subtítulades no arriben a les 57 hores setmanals obligatòries per llei. La crisi sanitària ocasionada per la pandèmia de la Covid-19 va obligar a modificar la forma de treballar de l'equip de subtítulació. Durant les primeres setmanes del confinament va haver-hi problemes amb la subtítulació en directe per la quantitat de persones que comparteixen espai, les distàncies mínimes exigides per a garantir la seguretat, el treball per torns, etc. La conseqüència d'aquesta situació sobrevinguda va ser que durant els mesos

inicials del confinament no es van subtítular totes les hores en directe que s'haurien fet en condicions normals.

Mitjana d'hores setmanals amb audiodescripció

TOTAL HORES	SETMANES EMISSIÓ	MITJANA SETMANAL en hores
159 H	53	3 H

Amb el total d'hores amb audiodescripció, se supera amb escreix la hora i mitja de continguts setmanals obligatòries per llei. Els programes que disposen d'audiodescripció són programes en diferit d'entreteniment de producció pròpia, ficció pròpia i aliena.

Mitjana hores setmanals llengua de signes

TOTAL HORES	MITJANA SETMANAL
213 H	4'

Amb el total d'hores emeses amb llengua de signes se supera la hora i mitja setmanals obligatòries per llei durant tot el 2020, gràcies en part a que s'ha implementat la llengua de signes en el NTC Migdia.

En aquest apartat cal indicar que la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació i la Universitat Politècnica de València van firmar l'octubre de 2020 un conveni de col·laboració que té com a objectiu potenciar l'accessibilitat en els mitjans de comunicació públics a través del foment de la investigació en l'àmbit de la intel·ligència artificial (IA) en els processos de traducció automàtica i subtítolació assistida per ordinador en temps real, tant en valencià com en castellà. Experts de l'Institut Valencià d'Investigació en Intel·ligència Artificial de la UPV (VRAIN) treballaran durant dos anys amb professionals de diversos departaments d'À Punt Mèdia per a millorar els processos de les subtítolacions en directe.

Es preveu que en pocs mesos es posarà en marxa la part de subtítolació en diferit, la qual cosa permetrà tenir més hores de subtítolat d'una forma més o menys automàtica. D'altra banda després tindrem el subtítolat de directes, la viabilitat del qual està en estudi. Si tot funciona com s'espera en uns 6 mesos, l'estalvi permetrà augmentar les hores de subtítolat.

3.5 AUDIÈNCIES

Audiències televisió

Durant el període de confinament, el consum de televisió a la Comunitat Valenciana es va incrementar vora un 24% des de les primeres setmanes de març, quan no hi havia confinament. A l'àmbit estatal, l'increment ha sigut del 26%.

La primera setmana de confinament (16-22 de març) va ser la de major consum televisiu i es va arribar a una mitjana de 348 minuts per dia a la Comunitat Valenciana.

El diumenge, 15 de març és el dia amb més consum de televisió registrat amb 373 minuts per persona a la Comunitat Valenciana i 344 a Espanya.

En termes generals, els continguts informatius de la televisió són els que més augmenten a les graelles de programació i també augmenta el nombre d'espectadors. Els següents continguts que més interessen a l'audiència són la ficció i l'entreteniment.

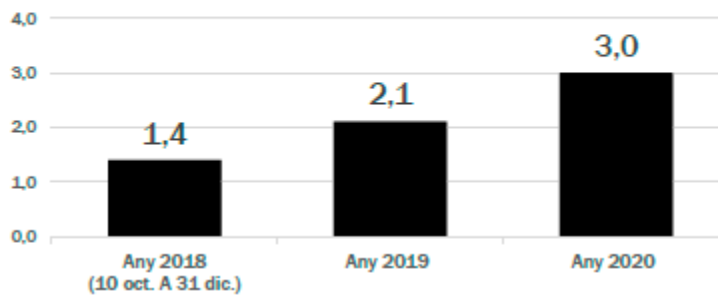
D'altra banda l'interés pels esports i concursos pareix baixar a benefici dels anteriors i d'altres més concrets que, encara que amb poques emissions, han obtingut un consum destacat. Eixe és el cas dels continguts religiosos.

Pel que fa a À Punt, durant el període de confinament, els espectadors han augmentat un 45% respecte a la primera setmana de març. No obstant això, cal recordar que els espectadors ja estaven augmentant a principis de març per les emissions dels actes de Les Falles. Per obtenir dades significatives es comparen les dades amb les últimes dues setmanes de febrer. Així es passa d'una quota d'un 2,8% a un 3,3% i l'audiència mitjana ha crescut de 16.000 a 32.000 espectadors diaris.

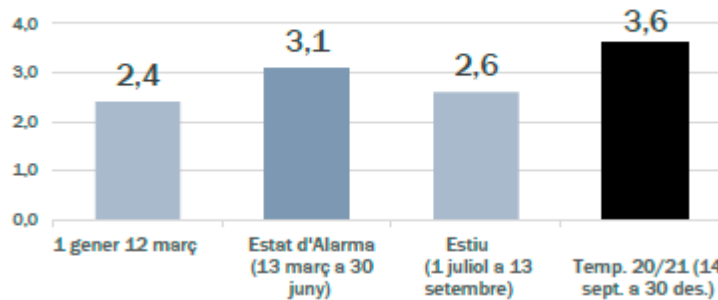
També la cobertura diària, és a dir, els valencians que cada dia connecten en algun moment amb À Punt, pugen, passant del 9,6% al 15% que hi ha al període de confinament. Això significa que cada dia sintonitzen la cadena 724.000 valencians, enfront dels 466.000 que ho feien a finals de febrer

La televisió d'À Punt ha registrat una quota mitjana anual del 3%, la qual cosa suposa un augment significatiu respecte a la mitjana del 2019 que va ser del 2,1%, segons les dades de Kantar Media, l'única empresa s'encarrega de mesurar l'audiència. Aquesta xifra suposa que el creixement es d'un 43% respecte de l'any anterior.

Evolució anual d'À Punt



Períodes de 2020



Per *targets* o segments de població, la cadena destaca entre els homes d'edats compreses entre 25 i 44 anys. En aquest segment de població les xifres registrades estan per damunt de la mitjana del total de l'audiència.

Així les quotes mitjanes per segment de població i per mesos queda de la següent manera:

Quotes per edat	À PUNT				
	Dates	Ind. 4-12	Ind. 13-24	Ind. 25-44	Ind. 45-64
Gener	1,2	1,5	4,8	2,6	1,7
Febrer	0,7	0,6	4	2	1,2
Març	1,1	1,2	6,1	3,1	2,3
Abril	0,8	0,9	5,8	3,4	2,3
Maig	1,1	0,6	6,1	3,1	2,2
Juny	1,2	1,1	6,2	2,6	2
Juliol	0,5	0,4	5,6	2,5	2,1
Agost	0,6	0,5	4,3	2,6	2
Setembre	1,1	0,7	6,5	2,7	2,3
Octubre	3	1	6	3,3	3
Novembre	2,2	0,7	6,6	3,6	3
Desembre	1,9	0,9	6,7	3,7	3,1
Mitjana anual	1,2	0,9	5,8	3	2,3

Font: Kantar Media.

Al llarg de l'any, un total de 4.352.000 valencians i valencianes han connectat en algun moment amb la televisió pública, una xifra que suposa el 90,1% de la població de la Comunitat.

À Punt assoleix en tres dies el 6,1 de share, coincidint amb les tres jornades en que el canal supera el milió de contactes. 1.075.000 valencians contactaren amb el canal el 5 de novembre, degut a la demanda d'informació al voltant del temporal que tingué lloc eixe dia. 1.061.000 connectaren amb À Punt la nit de Cap d'any. I el tercer dia va ser el 16 de març, també se superà el milió de contactes, en concret 1.002.000.

Els 10 dies amb major percentatge de share durant el 2020 són els següents:

Rk.	Data	Dia Setmana	Milers (000)	MAA (000)	Share	Esdeveniment
1	31/12/2020	Dijous	57	1.061	6,1	Cap d'any. Especials 'Campanades' i 'A la Merda 2020'
2	05/11/2020	Dijous	52	1.075	6,1	Temporal en Levante i pluges torrencials. Pujada informatius. 'NTC Nit' és l'emissió més vista de l'any amb 240.000 espectadors (12,3% share)
3	02/10/2020	Divendres	46	782	6,1	Estrena de 'La Mort de Guillem' (201.000 espectadors i 11,3%). Millor Prime Time en divendres (9,9%)
4	24/12/2020	Dijous	47	842	5,8	Nit de Nadal. Programació especial en Prime Time

5	20/01/2020	Diumenge	51	851	5,7	Quota alta dels Informatius per temporal. Borrasca Gloria
6	27/11/2020	Divendres	43	845	5,1	2ª millor Nit de Divendres (5,0%), rècord 'Terra Viva' (7,5%) y 'NTC Migdia' (14,0%)
7	10/03/2020	Dimarts	39	916	4,8	Suspensió classes col·legis por Covid. Quota alta dels nformatius
8	13/10/2020	Dimarts	32	770	4,6	Rècord històric 'Cartes en Joc' (5,6% i 98.000 espectadors)
9	08/05/2020	Divendres	43	733	4,5	Especials informatius per crisis Corona virus. S'anuncia desescalada
10	15/12/2020	Dimarts	33	647	4,4	2º emissió més vista d'"Atrapa'm Si Pots" (9,1% i 118.000 espectadors) i quota d'informatius alta

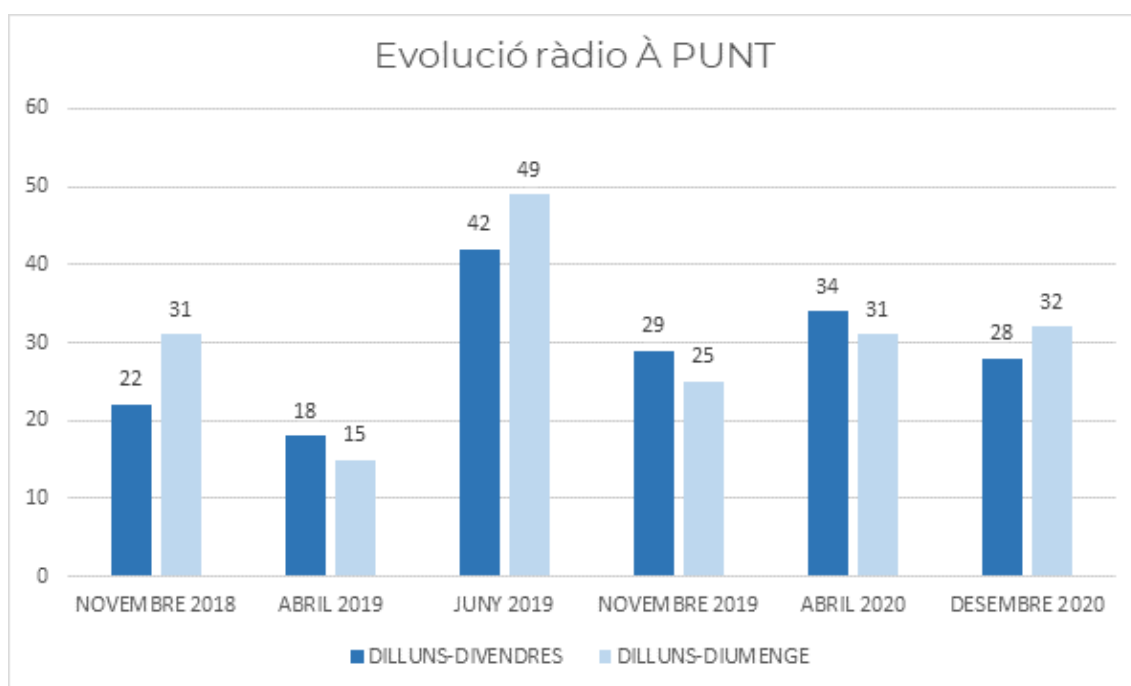
Els espais més vistos durant el 2020 són L'oratge i les edicions del NTC Migdia. El programa El meu lloc al món és el programa d'entreteniment més seguit de l'any. En la següent taula es troben els 20 programes més vistos de l'any.

Rk.	Programa	Dia setmana	Hora	Gènere	Emissios	AM(00)	Share
1	L'ORATGE 1	Dill_dium	15:01	INFORMACIÓ	342	106	7,5
2	NTC MIGDIA CAP SETMANA	Diss-Dium	13:57	INFORMACIÓ	104	101	8,0
3	NTC MIGDIA	Dill-div	13:56	INFORMACIÓ	263	96	7,6
4	EL MEU LLOCAL MON	Diss	22:04	ENTRETENIMENT	8	81	4,7
5	MASCLETA	Dill-div	13:28	ENTRETENIMENT	11	75	8,9
6	ATRAPA'M SI POTS (REPETICIÓ)	Dill-div	15:12	CONCURSOS	114	75	5,0
7	CARA O CREU	Dill	22:00	CULTURALS	8	75	4,0
8	PER NADAL, TORRONS!	Dill_dium	21:36	FICCIÓ	10	73	4,0
9	CARTES EN JOC	Dimarts	22:01	CONCURSOS	16	73	4,0
10	A CORRER. VALENCIA WORLD RECORD DAY	Dimecres	20:39	ESPORTS	2	72	4,5
11	EVOLUCIO	Dill-di-dij	19:16	ENTRETENIMENT	3	72	3,8
12	ATRAPA'M SI POTS	Dill-div	15:13	CONCURSOS	144	71	5,1
13	TAP ZAPING	Dijous	22:00	ENTRETENIMENT	13	71	3,8
14	CELEBRITY SCHOOL	Dissabte	21:24	CONCURSOS	8	71	3,5
15	NIT I DIA	Diumenge	22:19	FICCIÓ	14	69	3,9
16	#TRAU LA LLENGUA	Dill-div	22:09	CULTURALS	30	67	3,3
17	ATRAPA'M SI POTS:CAP DE SETMANA	Diss-Dium	15:08	CONCURSOS	94	63	4,4
18	NTC COMARQUES	Dill-div	20:29	INFORMACIÓ	38	63	4,0
19	NO TENIM TRELAT	XJ	22:01	CULTURALS	36	63	3,4
20	DALIA, A MODISTA	D	17:37	FICCIÓ	4	62	4,1

Ràdio

La situació sanitària també ha afectat també a la realització del Estudi General de Mitjans (EGM). De fet, durant el 2020 no es va fer la segona onada que tradicionalment es publica al mes de juny per les restriccions socio-sanitàries.

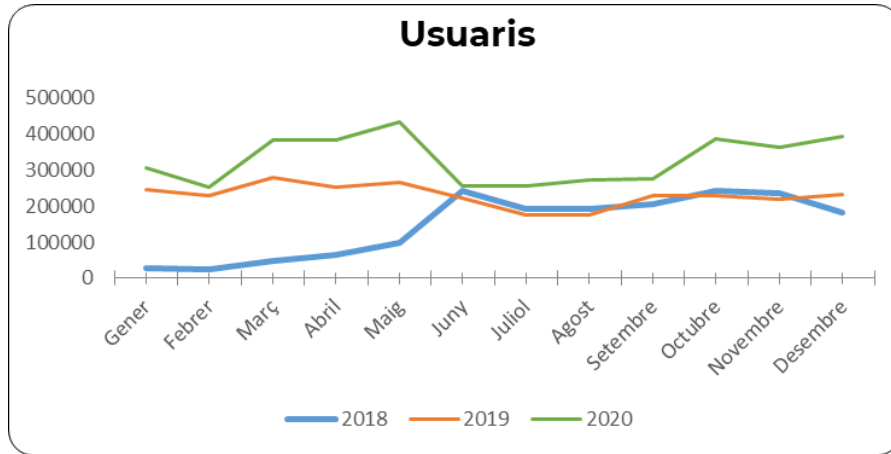
Les dades de la tercera onada de l'any 2020 de l'Estudi General de Mitjans (EGM) es publicà al mes de desembre. La ràdio d'À Punt registra una mitjana diària de 28.000 oients de dilluns a divendres, mentre que, de dilluns a diumenge, la xifra puja fins a los 32.000 oients.



De dilluns a diumenge, les dades de desembre mostren que hi ha un creixement del 28% respecte al novembre de l'any 2019, i del 3,2% respecte a l'anterior onada de l'EGM, que es va publicar a l'abril del 2020, la qual cosa significa mil oients més.

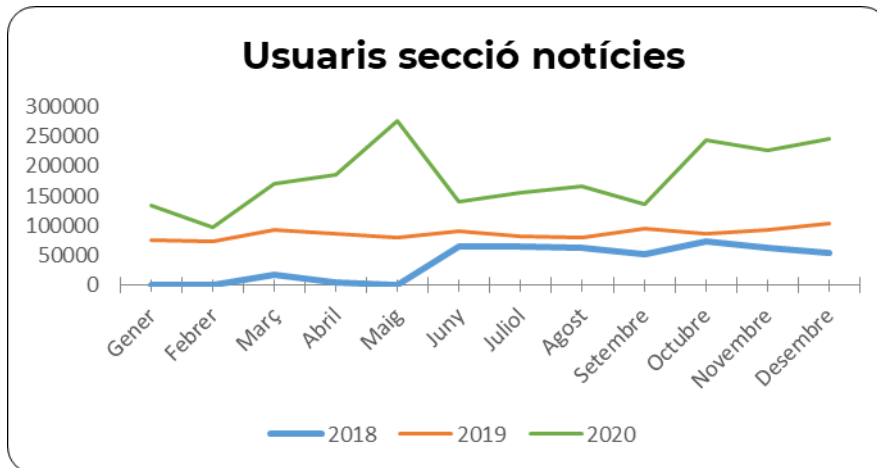
Audiència web

Respecte al consum de continguts multimèdia (que agrupa a més del web, les aplicacions de mòbil i smart TV) hi hagut quasi cinc milions reproduccions de continguts d'àudio i vídeo (4.863.726) en 2019.



Font: Google Analytics

À Punt Mèdia està fidelitzant audiència digital, en 2020 s'ha incrementat en nombre d'usuaris web en un 46% respecte del 2019, la qual cosa suposa un milió més d'usuaris web. A més, el web d'À Punt Mèdia ha esdevingut una font de referència per a informar-se sobre la incidència de la pandèmia en la nostra comunitat. La situació ha suposat un repte donat que la ciutadania requeria informació puntual i actualitzada de manera constant. Això s'ha reflectit en l'augment significatiu del tràfic web a la secció de notícies, tal i com s'aprecia en aquest gràfic.



4. IMPULS DE LA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL

La dinamització del sector audiovisual valencià és un dels objectius dels mitjans de comunicació públics. En 2020 la inversió de la radiotelevisió pública en l'audiovisual valencià ha sigut del 100% dels ingressos d'exploració.

Pel que fa a continguts d'entreteniment per a la televisió i la ràdio, s'han subscrit 75 contractes que representen una inversió conjunta pròxima als 19.300.000 euros. Respecte als continguts televisius, inclosos programes culturals i divulgatius, s'han gestionat les produccions romanents contractades en el seu moment per l'Alt Consell Consultiu de Radiodifusió, Televisió i Altres Mitjans de Comunicació, així com continguts procedents de la finestra única de l'SAMC, i els resultants de les convocatòries específiques per a la producció de formats d'entreteniment relacionats amb el turisme i de formats relacionats amb la cultura.

El pressupost dedicat a la ficció es materialitza a través de les fórmules habituals en el sector audiovisual: producció, coproduccions, adquisició de drets d'antena, ajudes al desenvolupament de ficció o produccions associades.

Les coproduccions i drets d'antena de ficció general i d'animació s'han vist molt afectades per la paralització de rodatges a causa de l'estat d'alarma. Al final de l'any només s'havien executat 438.421 d'euros i restaven 715.000 d'euros pendents d'execució. Per a contractes de desenvolupament de ficció, ajudes dirigides a estimular projectes de ficció en fase inicial, en 2020 es van destinar 270.646 d'euros. Finalment, el pressupost de 2020 va consignar 1.604.514 d'euros a la producció associada de la dotzena temporada de la sèrie de ficció L'Alqueria Blanca, de 18 capítols.

Durant el 2020 es van signar 71 contractes de producció aliena per valor de 2.509.450 d'euros per a l'adquisició de drets d'emissió de 200 pel·lícules, 23 sèries i minisèries de ficció i 24 documentals.

En l'exercici 2020 s'han formalitzat contractes per un total de 25.433.557 d'euros, en les següents categories:

Tipus de contingut	Euros
CNRA (ràdio)	2.042.691
CNAL (alienes)	2.532.397
CNCD (coproduccions i drets d'antena)	814.774

CNPE (programes d'entreteniment)	15.715.500
CNDE (cessió de drets)	136.000
CNDF (desenvolupament ficció)	150.646
CNPR	1.604.514
CNPE (CVMC)	2.437.034
TOTAL	25.433.557

D'altra banda, es van subscriure contractes amb estudis de doblatge de la Comunitat Valenciana per un valor d'1.312.776 d'euros. Es van doblar al valencià 5 sèries d'animació infantil, 8 sèries de ficció, 3 sèries documentals, 4 documentals i 138 pel·lícules.

La Llei 6/2016, de 15 de juliol, de la Generalitat, en l'article 29.2 assenyala que "La Corporació ha de reservar, almenys, el 35% del seu temps d'emissió anual a la difusió d'obres audiovisuals i cinematogràfiques de productores valencianes independents i producció original en valencià, sense perjudici que el mandat marc o el contracte programa contemplen exigències addicionals a fi de promoure la difusió d'obres valencianes i de productors independents, i sense perjudici d'allò disposat en l'article 5.2 de la Llei 7/2010, de 31 de març, general de comunicació audiovisual."

A més, en la Clàusula desena. Punt 6, en els Compromisos relacionats amb la producció audiovisual, marca que "Un mínim del 35% del temps d'emissió anual es dedicarà a la difusió d'obres audiovisuals i cinematogràfiques de productores valencianes independents i producció original en valencià."

En conclusió, en 2020 vora el 40% del temps d'emissió de l'operador públic autonòmic va ser per a difondre obres audiovisuals i cinematogràfiques de productores valencianes

independents i de producció original en valencià, excloent d'este temps el dedicat a publicitat i autopromos del canal

TOTAL TEMPS EMISSIÓ 2020			6.618 HORES	
<i>PRODUCCIONS</i>	<i>MÍNIM LEGAL</i>		<i>HORES EMESES EN ÀPUNT</i>	
	<i>EN %</i>	<i>EN HORES</i>	<i>EN HORES</i>	<i>EN %</i>
<i>Obres audiovisuals i cinematogràfiques de productores valencianes independents i de producció original en València</i>	<i>35% del temps d'emissió anual</i>	<i>2.316</i>	2.619	39,57 %

5. PUBLICITAT I MÀRQUETING

5.1 PUBLICITAT

Durant l'any 2020 À Punt Mèdia ha facturat un total de 1.604.294,16 euros en publicitat en el conjunt de les tres finestres: ràdio, web i televisió. Per suports, la televisió d'À Punt ha concentrat el 92,8% de la inversió. La ràdio n'ha obtingut un 5,5% de la inversió i el web un 1,7%.

Llengua d'emissió:

Pel que fa a la llengua triada per a la publicitat, la televisió d'À Punt ha emés un total de 589.207 segons de publicitat, dels quals 138.381 són en valencià (23,5%), i 450.826 en castellà (76,5%). El percentatge de publicitat emesa en valencià en la televisió en 2018 va ser del 50,9% i el 34,1% al 2019. La baixada del percentatge de campanyes en valencià en 2020 està produït per l'augment del pes de la comercialització de FORTA, on la pràctica totalitat de campanyes són en castellà.

La ràdio d'À Punt ha emés un total de 166.210 segons, dels quals 122.387 són en valencià (73,6%), i 43.824 en castellà (26,4%). En la ràdio també s'observa un increment de les campanyes en castellà que al 2018 suposaven un 4,4% dels segons de publicitat emesos i al 2019 el 15,5%.

En el web pràcticament totes les campanyes són en valencià. Excepcionalment s'han servit algunes campanyes en castellà, amb l'entrada d'anunciants nacionals per part de la Forta (El Corte Inglés) i algun cas com Loterías del Estado per part de Bluemedia.

En les següents taules es mostra de manera exhaustiva la procedència dels ingressos per publicitat durant l'exercici 2020.

Total per sistemes de comercialització i suports:

	TOTAL			Subtotal
	RÀDIO	WEB	TELEVISIÓ	
GENER	5.437,23	210,00	66.381,31	72.028,54
FEBRER	-14.615,41	550,00	54.419,42	40.354,01
MARÇ	3.347,23	3.636,86	89.366,58	96.350,67
ABRIL	2.927,41	1.605,69	81.652,33	86.185,43
MAIG	3.695,84	1.420,52	64.617,67	69.734,03
JUNY	3.802,44	1.756,18	119.730,26	125.288,88
JULIOL	6.156,64	3.273,68	164.335,62	173.765,94
AGOST	4.482,65	507,05	84.992,59	89.982,29
SETEMBRE	6.312,60	1.243,06	144.176,73	151.732,39
OCTUBRE	16.882,67	2.181,15	168.809,65	187.873,47
NOVEMBRE	13.048,20	6.624,61	210.858,61	230.531,42
DESEMBRE	36.494,45	4.118,70	239.853,94	280.467,09
TOTAL 2020	87.971,95	27.127,50	1.489.194,71	1.604.294,16

Comercialització directa d'À Punt:

	COMERCIALIZACIÓ DIRECTA			Subtotal
	RÀDIO	WEB	TELEVISIÓ	
GENER		0,00	16.600,20	16.600,20
FEBRER	-4.211,26	0,00	15.340,00	11.128,74
MARÇ	1.000,00	3.000,00	13.400,00	17.400,00
ABRIL			11.600,00	11.600,00
MAIG			8.000,00	8.000,00
JUNY			37.638,14	37.638,14
JULIOL			33.638,14	33.638,14
AGOST			33.638,14	33.638,14
SETEMBRE			40.238,14	40.238,14
OCTUBRE	3.382,00		64.908,14	68.290,14
NOVEMBRE	1.053,60	6.000,00	44.831,34	51.884,94
DESEMBRE	20.115,13		30.683,01	50.798,14
TOTAL 2020	21.339,47	9.000,00	350.515,25	380.854,72

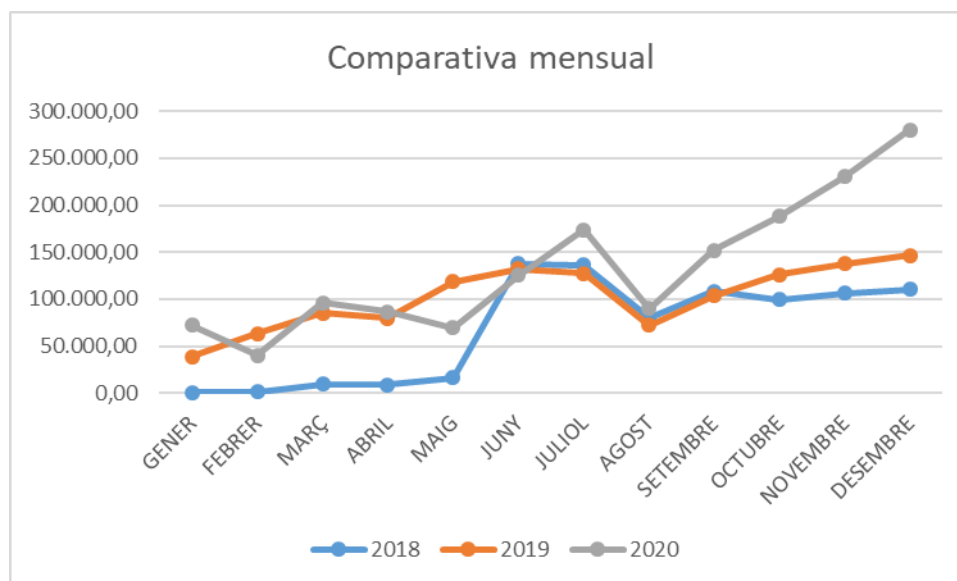
Comercialització exclusivista (Bluemia):

	EXCLUSIVISTA			Subtotal
	RÀDIO	WEB	TELEVISIÓ	
GENER	5.437,23	210,00	8.230,80	13.878,03
FEBRER	-10.404,15	550,00	10.300,77	446,62
MARÇ	2.347,23	636,86	37.740,54	40.724,63
ABRIL	2.927,41	1.605,69	43.082,14	47.615,24
MAIG	3.695,84	1.420,52	25.002,90	30.119,26
JUNY	3.802,44	1.756,18	49.868,27	55.426,89
JULIOL	6.156,64	3.273,68	48.464,07	57.894,39
AGOST	4.482,65	507,05	25.279,01	30.268,71
SETEMBRE	6.312,60	1.243,06	51.468,33	59.023,99
OCTUBRE	13.500,67	2.181,15	52.521,48	68.203,30
NOVEMBRE	11.469,10	624,61	52.296,55	64.390,26
DESEMBRE	16.379,32	4.118,70	79.206,74	99.704,76
TOTAL 2020	66.106,98	18.127,50	483.461,60	567.696,08

Comercialització de Newix (FORTA):

	NEWIX MEDIA		Total
	DIRECTA	GLOBAL	
GENER	9.075,31	32.475,00	41.550,31
FEBRER	9.474,87	19.303,78	28.778,65
MARÇ	14.511,50	23.714,54	38.226,04
ABRIL	10.021,46	16.948,73	26.970,19
MAIG	14.506,82	17.107,95	31.614,77
JUNY	16.227,27	15.996,58	32.223,85
JULIOL	29.377,10	52.856,31	82.233,41
AGOST	10.209,70	15.865,74	26.075,44
SETEMBRE	19.924,57	32.545,69	52.470,26
OCTUBRE	25.067,55	26.312,48	51.380,03
NOVEMBRE	50.128,01	63.602,71	113.730,72
DESEMBRE	40.294,54	89.669,65	129.964,19
TOTAL 2020	248.818,70	406.399,16	655.217,86

Respecte de l'any 2019, en el 2020 s'observa un augment de la inversió publicitària del 30,3%. En 2019 la inversió total va ser de 1.231.045 euros, mentre que en 2020 la xifra va augmentar fins els 1.604.294 euros.



5.2 MÀRQUETING

Les accions del departament de màrqueting també s'han vist afectades per la situació de pandèmia. De fet, quan es suspengueren les Falles i les Festes de la Magdalena s'havien convocat els primers premis À Punt a les Falles i a les Gaiates. Moltes de les accions que s'havien dissenyat per a ser presencial s'hagueren d'adaptar per a ser virtuals.

Tot i les dificultats de posar en marxa les campanyes previstes. El departament de màrqueting ha llançat més de 50 campanyes i ha gestionat aspectes com el marxandatge, la cessió i venda d'imatges i els dissenys de la major part d'estes campanyes.

Les accions més importants son:

- Cavalcada de Reis d'Alacant, Castelló i València 2020: À Punt va participar en les cavalcades de les tres províncies, presentant dos carrosses i un vehicle amb gran pantalla. Tot estava decorat amb la creativitat dels protagonistes de La Colla i es va repartir material de marxandatge de La Colla d'À Punt.
- Falles 2020 (es van iniciar accions abans de decretar la suspensió):
 - Es va convocar la I edició dels Premis À Punt a les Falles, que tenien com a objecte guardonar el monument faller que presentara una millor crítica audiovisual.
 - També es van convocar la I edició dels Premis La Colla a les Falles, que tenien com a objecte la promoció dels drets i els valors de la infantesa recollits en la Carta de valors d'À Punt Mèdia.
 - Es va coordinar el repartiment de marxandatge amb els programes que emetien des de la plaça de l'Ajuntament de València.
- Magdalena 2020 (es van iniciar accions abans de decretar la suspensió):

- Es va convocar la I edició dels Premis À Punt a la Magdalena, per a guardonar la gaiata gran que presentara la millor il·luminació.
- Es va convocar la I edició dels Premis La Colla en la Magdalena per a guardonar la gaiata infantil que presentara la millor il·luminació.
- Volta Ciclista a la Comunitat Valenciana:
 - À Punt va ser patrocinador i per a donar difusió va combinar accions presencials (dos hostessos i carpa en totes les etapes), campanya en premsa escrita i campanya en xarxes socials.
- Punt d'animació en la Marató de Castelló: es plantejà una acció de màrqueting presencial, un punt d'animació als corredors (amb pantalla des d'on es veia la carrera, DJ i repartiment de marxandatge) i es va fer campanya de difusió en xarxes socials.
- S'han organitzat desdjunis informatius amb entitats com EuropaPress, EFE, ONG's, etc.
- Campanya 'Celebrity School': es va gestionar una gran campanya de llançament, amb accions a premsa digital i xarxes socials, així com la coordinació amb els responsables dels mitjans corporatius propis.
- Orgull 2020: es va coordinar la participació d'À Punt en la cavalcada virtual, gestionant la producció del vídeo corporatiu amb presentadors de la casa.
- Promoció 'Ciutats en aïllament': es va dur a terme una campanya en xarxes.
- Campanya 'Gràcies'- Compartim: esta campanya tenia l'objectiu de donar les gràcies a tots els grups d'interès d'À Punt, interns i externs. 'Compartim' va ser el lema de cadena escollit i es van editar vídeos per a cada grup: vídeo per a treballadors/es, audiència, anunciants i altres grups d'interès.
- Compartim Responsabilitat: esta versió de la campanya Compartim demanava la gent que es quedara a casa per a evitar la propagació de la covid (aprofitant l'estada a casa per a connectar amb À Punt).
- Campanya 'À Punt al 9': es va gestionar una campanya de publicitat que va combinar diversos suports per arribar a tots els segments de població, i sobretot als més proclius al consum d'una televisió autonòmica.
- Presentació graella de Tardor: es va organitzar l'acte de presentació a Burjassot periodistes externs i va fer-se també campanya de publicitat digital. Es volien fer els actes de presentació en Castelló i Alacant, però es van suspendre per la pandèmia.
- Pla de promoció de la pilota: es va desenvolupar un pla de promoció de la pilota integral i interdepartamental, amb la participació de Xarxes, Esports i Màrqueting, i la col·laboració del representat de pilota en la Conselleria.
- 9 d'Octubre: com que no es van celebrar actes presencials, es posà en marxa una campanya en cinc vessants (xarxes orgàniques, xarxes dels presentadors/es, xarxes dels programes, campanyes a Facebook/Instagram, campanya de treballadors).
- Campanya de promoció al Nadal
- S'han gestionat convenis amb entitats de tota la Comunitat com el Gran Fons València, el Festival de Cinema d'Alacant, el Trovam, València Pitch Fòrum, Cartelera Túria, etc.

6. RELACIONS AMB LA SOCIETAT

6.1 COL·LABORACIONS AMB INSTITUCIONS EDUCATIVES

L'impacte de la pandèmia ha impedit mantenir el nivell de l'any anterior en la col·laboració amb les institucions educatives, disminuint l'acolliment d'estudiants en pràctiques i la participació en esdeveniments presencials.

Pel que fa a les universitats, el confinament decretat al març i les successives onades de la pandèmia s'han traduït en una reducció de les pràctiques universitàries amb menys estades presencials dels alumnes. S'han rebut estudiants de l'UJI de Castelló (graus de Periodisme i Traducció i Interpretació), Universitat de València (Periodisme, Comunicació Audiovisual, Física i Enginyeria Multimèdia) i Escola d'Art i Superior de Disseny de València (Grau de Fotografia i Creació Audiovisual).

També es va suspendre la tercera edició del Talent Audiovisual Universitari. Pitching universitats valencianes-sector audiovisual, que estava previst celebrar a Castelló de la Plana, amb l'UJI com a amfitriona.

No obstant això s'han pogut realitzar els següents convenis i col·laboracions amb universitats:

- Se subscriu conveni de col·laboració amb la Universitat Cardenal Herrera - CEU per a promoure i difondre l'obra del cineasta valencià Luis García Berlanga amb motiu de la celebració, en 2021, del centenari del seu naixement.
- Se subscriu conveni marc de col·laboració amb l'entitat Escoles d'Estudis Superiors ESIC, en matèries acadèmica, científica i cultural.
- Participació en el conveni subscrit entre la CVMC i la Universitat Politècnica de València per a aplicar la intel·ligència artificial en la subtitulació en temps real i la traducció automàtica, potenciant l'accés a persones amb discapacitat.
- Col·laboració en 12 estudis i treballs acadèmics (TFG i TFM) centrats en À Punt o per part d'acadèmics i alumnes d'UJI de Castelló, Universitat de València, Universitat Miguel Hernández d'Elx, Universitat Internacional de València (VIU) i Universitat d'Alacant.
- Col·laboració amb programes d'investigació de les universitats. Amb la Universitat Jaume I de Castelló, contracte per a la realització d'un informe sobre Innovació, participació i cocreació en les corporacions públiques de mitjans de comunicació a Espanya; amb la Universitat de València, participació en presentació d'un projecte europeu en el marc de la convocatòria Horitzons 2020.

- Participació en el XXIV Congrés Internacional de Direcció i Enginyeria de Projectes, organitzat conjuntament per l'Associació Espanyola de Direcció i Enginyeria de Projectes (Aepro) i el Campus d'Alcoi de la Universitat Politècnica de València. Celebrat de forma íntegrament virtual i amb participació d'avatars de periodistes d'À Punt Mèdia.
- Participació en seminaris, cursos, jornades i congressos, com TVMorfosis i les Jornades CONTD Continguts per a la televisió digital “La comunicació audiovisual en temps de pandèmia”.

Pel que fa a les pràctiques de l'alumnat dels Instituts de Formació Professional, un total de 67 estudiants de graus superiors de Formació Professional de 15 centres van ser triats per a fer les seues pràctiques en À Punt. El confinament va limitar la seua estada a una sola setmana, quedant suspeses durant la resta de l'any.

6.2. CONVENIS

Al novembre es va celebrar la reunió anual amb la Conselleria de Transparència, Responsabilitat social, Participació i Cooperació per al seguiment de l'aplicació del conveni de col·laboració entre totes dues institucions. La Corporació va presentar el seu informe d'activitats en relació amb les matèries del conveni.

Des de la Unitat de Projecció Social, s'han gestionat un total de 31 convenis, concerts i contractes de patrocini, que han respost a tres línies estratègiques: iniciatives socials i solidàries, promoció de la cultura i relacions amb el món educatiu.

En matèria social s'han establert marcs de col·laboració continus amb Creu Roja Espanyola, Càritas Diocesana de València, la Coordinadora Valenciana d'Organitzacions No Governamentals per al Desenvolupament (CVONGD) i la Fundació per la Justícia de la Comunitat Valenciana.

S'ha organitzat la jornada de debat 'Les ONG, essencials en l'emergència de la COVID-19' i s'ha participat en la difusió i promoció del concert benèfic “Salvant la distància”.

En el capítol cultural, s'han subscrit convenis amb la Diputació de València, l'Ajuntament de Vila-real, el Palau de la Música de València, la Fira Valenciana de la Música TROVAM de Castelló de la Plana, la Mostra de València - Cinema del Mediterrani, el Festival Internacional de Cinema d'Alacant, el Skyline Film Festival de Benidorm, el Festival Sèries Nostrum d'Altea, el Festival Prevalga The Animation!, l'Associació de Dissenyadors de Moda de la Comunitat Valenciana (Dimova), el Va salar del Còmic de València, la Mostra Internacional de Cinema Educatiu (MiCe) i el festival Projecta d'Alacant.

Així mateix, s'ha arribat a convenis amb editorials i entitats per a la difusió de continguts educatius en relació amb la proposta en línia La colla a casa durant el confinament: editorial Edelvives; Edicions 96; editorial Sargantana; editorial Bromera; editorial Itbook; editorial Lletra Impresa; Fundació Bromera; Edicions del Bullent; la Fundació Sambori, la Fundació Escola Valenciana, la Unitat de Normalització Lingüística de la Diputació de València i l'Institut Valencià de la Joventut.

7. INFRAESTRUCTURES

7.1. INSTAL·LACIONS

El Grupo CVMC desenvolupa la seua activitat en el Centre de Producció de Programes de Burjassot, propietat de la mercantil Radiotelevisió Valenciana SAU en liquidació. L'1 de desembre de 2016 se signà un contracte de cessió d'ús de les instal·lacions entre la CVMC i Radiotelevisió Valenciana SAU.

El 12 de març del 2020, la Subsecretària de Presidència de la Generalitat Valenciana signava una resolució per la qual s'acorda la cessió de part del CPP de Burjassot a la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació de forma indefinida i gratuïta. De la cessió s'exclouen determinats àrees que queden adscrites a l'empresa de la Generalitat ISTECS o a Presidència de la Generalitat. Aquesta resolució indica que la data d'efectes d'aquesta adscripció es fixa a 28 de desembre de 2018.

Així mateix, s'assenyala que la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació serà l'encarregada de realitzar les actuacions necessàries per a la conservació i manteniment de l'edifici, sense perjudici que la Presidència de la Generalitat i ISTECS assumiren els costos de la part proporcional corresponent a la seua ocupació.

En la Resolució de la Subsecretària de Presidència s'acorda adscriure a la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació els següents edificis:

- edifici Singular, a excepció de les plantes segona i cinquena
- edifici corona circular
- edifici dels estudis
- mur i la torre d'emissió
- control d'accés principal
- control d'accessos i vigilància de l'aparcament

- nau de decorats
- nau d'unitats mòbils

La Corporació té delegacions a Alacant, Castelló, Madrid i Barcelona, a disposició de la Societat:

- Delegació d'Alicante: situada Centre d'Estudis de Districte Digital, propietat de la empresa pública Societat Projectes Temàtics de la Comunitat Valenciana.
- Delegació de Castelló: situada en la Delegació de Radiotelevisió Espanyola (RTVE). En agost de 2020 la delegació de Castelló es va traslladar a les instal·lacions de la Universitat Jaume I (UJI), concretament a l'Espaitec. La nova delegació suposà una millora en les condicions laborals dels 22 treballadors de la delegació.
- Delegació de Madrid: ubicada dins l'Edifici de Forta.
- Delegació de Barcelona: s'ha llogat un espai dins d'un edifici de co-working.

8. INVERSIÓNS EN TECNOLOGIA I ADAPTACIÓ DELS SISTEMES

Pel que fa a les inversions en tecnologia i adaptació dels sistemes, la Unitat de Sistemes d'emissions durant el 2020, any marcat per la pandèmia generada pel COVID-19 i el confinament quasi inesperat que es va produir, cal destacar la tasca realitzada per la Direcció d'Explotació i Enginyeria per a possibilitar el teletreball dels empleats de la CVMC i la SAMC. Aquesta nova forma de treball es va poder realitzar mitjançant l'adquisició d'equipament informàtic addicional, l'augment de les connexions per a videoconferències, tant per a reunions virtuals com entrades de directes, l'ampliació de l'amplària de banda de la connexió d'Internet del CPP de Burjassot i, sobretot, gràcies a una organització logística, que va permetre, en pocs dies, que prop de 200 treballadors de la casa pogueren fer les tasques des de les seues llars.

Altres inversions realitzades corresponen, principalment, a la potenciació de les inversions realitzades en els anys anteriors, on cal destacar la robotització de les cameres i la realitat augmentada de l'Estudi 3, l'automatització del ticker i els primers plecs de la futura Sala Polivalent que permetrà la substitució de l'anomenada Cabina 11, aquesta sala permetrà la realització de programes tant de ràdio com de televisió en un mateix locutori/plató des d'un únic control.

Al final de l'any 2020, es va escometre l'actualització del sistema Dalet a la nova versió Galaxy 5 la qual cosa implica una actualització important de *software*, així com l'adquisició d'equipament i la potenciació de l'equipament existent associat a aquest entorn.

S'ha ampliat les prestacions en la gestió dels senyals en general, mitjançant l'actualització dels receptors de satèl·lit, l'ampliació de la matriu de Control Central i l'adquisició d'un programari per a l'automatització en la gestió dels canals eventuais integrat amb l'entorn de la matriu, continuïtat i senyals de streaming via web.

Pel que fa a l'entorn multimèdia es va traure a licitació una nova web, així com un nou entorn de difusió de continguts, que seran posats en marxa en breu.

D'altra banda, s'ha passat de l'emissió del senyal de televisió en la plataforma Movistar d'SD a HD, la qual cosa millora en gran manera la qualitat del senyal dels abonats a aquesta plataforma del senyal d'À Punt.

Cal destacar també, el trasllat de la Delegació de Castelló des dels espais dependents d'RTVE/Ràdio Nacional a unes noves instal·lacions més àmplies i adequades en la Universitat Jaume I de Castelló, Espaitec.

En la part d'aplicacions, es va posar en marxa l'aplicació "Sistema Reserva Mitjans Tecnicos", per a la gestió i planificació de recursos com ara un estudi, una cabina i el seu personal associat.

En la part d'adequació i obra de l'edifici, s'han realitzat una sèrie de millores en el que concerneix el canvi de l'aire condicionat de la sala d'aparells de Burjassot, refrigeradora d'estudis, la gestió i la retirada dels residus existents al llarg de tot l'edifici, principalment en la part posterior de la ciutat modular.

9. PRESSUPOSTOS DE LA CVMC I L'SAMC

L'execució pressupostària de la CVMC i de l'SAMC queden reflectides en els quadres següents on es mostra el pressupost de la Corporació i la Societat per separat i de forma consolidada. En els comptes anuals consolidades s'eliminen les operacions realitzades entre les dues societats del grup.

CORPORACIÓ VALENCIANA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ

INFORME D'EXECUCIÓ DEL PRESSUPOST 2020

DESPESES	Pressupost 2020	Executat a 31/12/2020	% Execució	PENDENT EXECUCIÓ
PERSONAL	2.974.632	2.570.968	86.43%	403.664
Sous i salaris	2.239.146	1.987.292		
Seguretat Social	735.486	583.676		
SERVIS EXTERIORS I ALTRES DESPESES DE GESTIÓ CORRENT	7.941.630	13.094.993	164.89%	-5.153.363
Serveis exteriors	7.768.292	5.572.715	71.74%	2.195.577
Impostos	93.338	87.733	94.00%	5.605
Ajustos IVA		5.667.521		
Interesos actes liquidació IVA		410.406		
Altres despeses de gestió corrent (interesos confirm GVA)	80.000	14.976	18.72%	65.024
Continguts		1.341.641		-1.341.641
SUBVENCIONS CONCEDIDES SAMC	51.028.962	51.028.962	100.00%	0
INVERSIONS	2.055.000	2.129.343	103.62%	-74.343
TOTAL DESPESES I INVERSIONS	64.000.224	68.824.266	107.54%	-4.824.042

INGRESSOS	Pressupost 2020	Executat a 31/12/2020	% Execució	PENDENT EXECUCIÓ
INGRESSOS (Facturacions SAMC)	7.131.620	8.107.780	113.69%	-976.160
TRASPÀS EXISTÈNCIES SAMC	600.000	158.970	26.50%	441.030
SUBVENCIÓ MINISTERI		200.000		-200.000
SUBVENCIONS CULTURA		850.000		-850.000
SUBVENCIONS D'EXPLOTACIÓ	54.213.600	53.963.598	99.54%	250.002
SUBVENCIONS DE CAPITAL	2.055.000	2.055.000	100.00%	0
TOTAL INGRESSOS	64.000.220	65.335.349	102.09%	-1.335.129

SOCIETAT ANÓNIMA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ

INFORME D'EXECUCIÓ DEL PRESSUPOST 2020

GASTOS	Pressupost 2020	Executat a 31/12/2020	% Execució	PENDENT EXECUCIÓ
DESPESES	20.924.586	19.473.754	93.07%	1.450.832
Sous i salaris	15.861.843	14.685.135	92.58%	
Seguretat Social	5.062.743	4.788.619	94.59%	
SERVEIS EXTERIORS I ALTRES DESPESES DE GESTIÓ CORRENT	13.444.490	39.259.286	292.01%	-25.814.796
Serveis exteriors	13.430.490	12.655.383	94.23%	
Altres tributs	14.000	3.651	0.00%	
Provisió IVA (import liquidació)		25.672.324		
Provisió IVA (interessos liquidació)		927.928		
TREBALLS REALITZATS PER ALTRES EMPRESAS (CONTINGUTS)	20.009.884	24.454.157	122.21%	-4.444.273
TOTAL PAGAMENTS	54.378.960	83.187.197	152.98%	-28.808.237

INGRESSOS	Pressupost 2020	Executat a 31/12/2020	% Execució	PENDENT EXECUCIÓ
INGRESSOS	2.500.000	1.615.926	64.64%	884.074
SUBVENCIONS	850.000	297.000	34.94%	553.000
SUBVENCIONS D'EXPLOTACIÓ	51.028.960	51.028.960	100.00%	0
TOTAL EXERCICI	54.378.960	52.644.886	96.81%	1.437.074

(*) En el pressupost consolidat s'eliminen les operacions vinculades per a no duplicar despeses.

8.1 AUDITORIES EXTERNES

La Intervenció General de la Generalitat en l'ús de les competències que li atribueix el capítol IV del títol VI de la Llei 1/2015, de 6 de febrer, d'Hisenda Pública, del Sector Públic Instrumental i de Subvencions, ha de realitzar la de revisió i verificació dels comptes anuals que comprenen el balanç, el compte de pèrdues i guanys, i la memòria de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació i de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació (SAMC), corresponents a l'exercici 2019. En el moment de tancament de la present memòria d'activitats encara no s'han publicat els informes corresponents a l'exercici 2010.

10. RECURSOS HUMANS

10.1 LA PLANTILLA

A finals del 2020 la Corporació, la Societat i la representació sindical van aconseguir un preacord de conveni col·lectiu que necessita ara el vistiplau de les Direccions Generals de Pressupostos i Sector Públic de la Conselleria d'Hisenda.

Paral·lelament a la negociació del conveni, es van iniciar converses amb el comitè d'empresa per a l'elaboració de la Relació de Llocs de treball. Es tractava de dissenyar amb visió de

futur una plantilla adaptada a les necessitats dels nostres mitjans, a partir de l'experiència dels últims anys.

La RLT resultant va ser remesa a la Direcció General del Sector Públic i Patrimoni, que va emetre informe favorable el 30 de desembre, amb la condició que foren ateses diverses observacions. Algunes d'aquestes indicacions afecten la categoria d'expert/a en continguts digitals, que Sector Públic considera una nova categoria laboral i que requereix, per tant, l'amortització dels llocs preexistents i la creació d'una altra categoria que agrupe les tres anteriors.

El Consell Rector va aprovar la RLT amb els matisos assenyalats per Hisenda, mantenint les funcions de les categories de la RLT de 2019 i eliminant la unificació de les tres relacionades amb xarxes. Al febrer de 2021 el DOGV va publicar la RLT amb un total de 470 llocs.

El Consell Rector va aprovar el 28 de desembre l'Oferta Pública d'Ocupació de la SAMC de 2020, acatant l'obligació de fer-ho dins de l'exercici de 2020, i el DOG la va publicar al febrer de 2021. Aquesta OPO consta de 349 llocs de treball, per a ajustar-se al límit de despesa en personal que estableix la llei i també perquè no inclou les 27 places corresponents a les tres categories relacionades amb les xarxes, ja que la unificació no ha sigut aprovada per la Direcció General de Sector Públic.

Respecte a la formació, el departament de Recursos Humans implementa des de 2018 un Pla de Formació permanent de la plantilla. En 2020 s'han impartit els cursos següents:

- Cursos de formació del sistema Dalet dirigit a les noves incorporacions, la redacció, els operadors d'equips, el departament de tecnologia, l'alumnat en pràctiques i altres àrees.
- Curs de formació de periodisme mòbil, Banye: enregistrament, edició i enviament, nous formats i narratives.
- Curs d'habilitats comunicatives davant la cambra.
- Curs de traducció audiovisual seguint el model lingüístic de la CVMC.
- Cursos de formació en prevenció. Uns 385 treballadors han realitzat cursos de mesures preventives davant el Covid, mesures d'emergències, riscos laborals en el sector audiovisual i prevenció de riscos laborals.
- Cursos de formació administrativa: procediment administratiu, contractació pública, normativa en matèria laboral i protecció de dades.

La plantilla de la CVMC a 31 de desembre de 20120 està composta per un total de 60 persones i la de l'SAMC per 489 persones, dividides en les categories que s'indiquen a continuació.

Plantilla de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació				
CATEGORIA PROFESSIONAL	Dones	Homes	Amb diversitat funcional	TOTAL
President del Consell Rector	0	1	1	1
Personal Alta Direcció	2	0	0	2
Funcionari	0	2	0	2
Tècnic/es (grup A)	9	8	0	17
Tècnic/a (grup B)	0	3	0	3
Productors/es Executiu/ives	3	0	0	3
Operadors/es	6	12	1	18
Administratiu/iva	1	5	0	6
Auxiliar administratiu/iva	6	1	1	7
TOTAL	27	32	3	59

Plantilla de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació				
Categoria professional	Homes	Dones	Diversitat funcional	Total
Administratiu/ives-ajudants	32	30	0	62
Artistes	0	1	0	1
Auxiliars administratiu/ives	5	6	0	11
Director/a general	1	0	0	1
Operadors	94	20	4	114
Periodistes	51	72	4	123
Personal de alta direcció	3	1	0	4
Productors/es executius/ives	7	17	1	24
Subdirectors-caps d'equip	33	26	1	59
Tècnics/es (grup A)	42	58	0	100
Tècnics/es (grup B)	9	5	2	14
Total	277	236	12	513

10.2 MESURES PRESES COM A CONSEQÜÈNCIA DE LA COVID-19

La Presidència de la CVMC i la Direcció General de l'SAMC iniciaren, tan prompte es declarà la crisi sanitària, el procés de gestió de crisi per a fer un seguiment dels possibles brots i la seua potencial incidència en la plantilla, coordinant les accions recomanades pel Ministeri i la Conselleria de Sanitat.

Es va crear la Comissió Informativa de seguiment Covid-19 i es van adoptar mesures que van afectar l'organització del treball, com ara propiciar el teletreball, establir torns fixos i estancs per a evitar les concentracions dels treballadors, restringir els viatges o evitar les reunions. També es van habilitar les plantes 2 i 5 per a distribuir el personal i així limitar l'aforament, i es va disposar una nova distribució de la ubicació dels ordinadors amb la finalitat d'assegurar la major distància de seguretat entre treballadors. Finalment, es va restringir l'accés de personal als centres de treball eximint als becaris d'assistir presencialment al treball, i suspentent l'assistència de públic a programes i l'accés de tertulians.

Durant la vigència de l'estat d'alarma, la Comissió Informativa de Seguiment de la Covid-19, formada per un representant del Consell d'Informatius, un representant del Comitè d'Empresa i la Direcció de Recursos Humans es va reunir en 40 ocasions.

Els treballs d'aquesta comissió de prevenció van abastar tots els aspectes de la vida laboral, des de torns de treball fins a l'ús de vehicles, que es van acomodar a les mesures de seguretat. Els canvis van afectar a tots els departaments i a la mobilitat del personal, amb les mesures esmentades com l'impuls del teletreball o la desaparició del públic en els platons.

El teletreball es va estendre especialment en departaments com ara programació, emissions, continguts, màrqueting i publicitat, i en l'àrea administrativa, jurídica o econòmica, amb prop d'un 90% de treballadors a casa.

Tant els programes de producció pròpia com les productores independents valencianes que van mantenir la programació en antena van aplicar escrupolosament les mesures de seguretat i prevenció: organització de l'espai per a mantenir la distància entre treballadors, ús de màscara i desinfecció d'espais i objectes, entre altres.

10.3 PLA D'IGUALTAT

L'article 45 de la Llei orgànica 3/2007, de 22 de març, per a la igualtat efectiva d'homes i dones, assenyala que les empreses que tinguen més de 250 treballadors i treballadores hauran d'elaborar i aplicar un pla de igualtat. En aquest pla s'han d'adoptar mesures

dirigides a evitar qualsevol tipus de discriminació laboral entre homes i dones. Aquestes mesures cal negociar-les i acordar-les amb els representants legals del personal, en la forma en què es determine en la legislació laboral.

el Consell Rector va aprovar el 14 de febrer de 2020 el Pla d'Igualtat que es va presentar en un acte al qual va assistir la plantilla de la CVMC i de la SAMC, el Consell d'Informatius, el Consell de la Ciutadania i els representants sindicals que van col·laborar en la seua elaboració.

El Pla d'Igualtat contempla mesures dirigides a evitar la discriminació laboral entre homes i dones i ha sigut elaborat per la Comissió d'Igualtat que també s'encarrega de la seua implantació, seguiment i avaluació. Aquesta comissió s'ha creat amb caràcter permanent i està integrada per representants de l'empresa i dels treballadors.

11. CONTROL DE LA CVMC

11.1. COMISSIÓ MIXTA DE SEGUIMENT DEL CONTRACTE PROGRAMA

La clàusula quinzena del contracte programa marca el control de l'execució del contracte programa i dels resultats derivats d'aplicar-lo a través de la Comissió Mixta de Seguiment i Control. A fi de realitzar un constant control del compliment d'aquest contracte programa, d'acord amb el que disposa l'article 44.1.o de la llei de creació, es constitueix una comissió mixta entre representants del Consell i de la Corporació, integrada per quatre membres en representació de la Corporació, entre els quals estaran tant la persona que n'ocupe la Presidència com qui n'assumeix la Direcció General, i quatre membres en representació del Consell, que tinguen competències en matèria de mitjans de comunicació, pressupostos i cultura. La Presidència de la Comissió recaurà, en tot cas, en un dels membres nomenats pel Consell, qui disposarà del vot de qualitat per a l'adopció d'acords.

En el 2020 es realitzaren un total de quatre reunions de la comissió mixta, de les quals dues foren presencials i dues per videoconferència.

11.2 COMPAREIXENCES DAVANT LA COMISSIÓ DE RADIOTELEVISIÓ VALENCIANA I DE L'ESPai AUDIOVISUAL

La Comissió de Radiotelevisió Valenciana i de l'Espai Audiovisual és l'òrgan encarregat d'exercir el control parlamentari tant de la CVMC com ara de l'SAMC. Dins del seu àmbit d'actuació, té la competència per a demanar la compareixença davant la comissió dels responsables que considere i de demanar explicacions, en forma de preguntes i sol·licituds d'informació.

[Compareixença del candidat escollit pel Consell Rector de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació per al càrrec de director general de l'SAMC. \(11/02/2020\)](#)

La Comissió de Radiotelevisió Valenciana i de l'Espai Audiovisual ha de votar la idoneïtat de la persona proposada pel Consell Rector per a assumir la Direcció General de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació.

Alfred Costa exposa el projecte de gestió amb el qual aspirava a ser nomenat per al càrrec de director general de l'SAMC davant dels membres de la Comissió que votà a favor de la seua idoneïtat de forma majoritària.

[Compareixença del director general de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació \(26/06/2020\)](#)

El director general de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació compareix per a donar compte dels importants ajustos que la Societat havia posat en marxa davant la declaració de l'estat d'alarma per la crisi sanitària de la Covid 19. El director general va explicar tant la reorganització interna de les dinàmiques de treball com l'adaptació de les graelles de programació a la demanda de l'audiència, amb un fort increment dels programes informatius.

[Compareixença del president de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. \(09/09/20\)](#)

El president de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació compareix per a informar del grau de compliment del Contracte programa a petició del Grup Parlamentari Popular. El president exposà l'informe de compliment del contracte programa referit a l'exercici 2019. El president també va explicar davant la Comissió algunes consideracions que al seu parer convindria tenir en compte en la redacció del nou contracte programa, la vigència del qual abastarà els anys 2021, 2022 i 2023. Així mateix, es va referir a la situació economicofinancera del Servei Públic de Radiodifusió i Televisió d'àmbit autonòmic.

11.3 SOL·LICITUD DE DOCUMENTACIÓ PER PART DELS GRUPS PARLAMENTARIS

En exercici de la funció de control els grups parlamentaris representats en Les Corts i d'acord amb allò previst en el seu Reglament han sol·licitat a la CVMC i a l'SAMC la documentació i han realitzat les preguntes, que tot seguit s'indiquen:

Sol·licituds de documentació per part dels grups parlamentaris

Durant l'any 2020 s'han rebut un total de 36 sol·licituds de documentació dels diversos grups parlamentaris.

Les sol·licituds han tractat sobre els temes següents:

- El GP Popular ha demanat documentació sobre litigis davant l'Audiència Nacional, contractes en concrets o sobre categories de contractes, pagaments, procés de selecció de directius de l'SAMC, llistes de reunions.
- El CP Compromís ha demanat documentació sobre contractes concrets, informes sobre pluralisme, programes concrets, tractament informatiu sobre aspectes concrets, inversió en el sector audiovisual, llista de productores amb les que s'ha treballat.
- El Grup Parlamentari Ciudadanos ha demanat documentació sobre informe sobre pluralisme, prevenció de riscos laborals, nombre de treballadors i treballadores, tractament informatiu de la LGTBI, tractament de la igualtat home i dona.
- El Grup Parlamentari Unides Podem ha demanat documentació sobre les actes del Consell Rector.
- El GP Socialista ha demanat documentació sobre la llista d'empreses audiovisuals que han rebut ajudes de la CVMC/SAMC

Preguntes dels grups parlamentaris

Durant l'any 2020 hem rebut un total de 24 preguntes dels diversos grups parlamentaris. Les preguntes han tractat sobre els temes següents:

- El Grup Parlamentari Ciudadanos ha preguntat sobre pla d'igualtat, procés de selecció del director general, compliment del contracte programa, teletreball durant la pandèmia, retransmissió de la Diputació Permanent de les Corts durant la pandèmia, ingressos en publicitat, campanyes publicitàries.
- El CP Compromís ha preguntat sobre actuacions en programes concrets.
- El Grup Parlamentari Unides Podem ha preguntat sobre la no cobertura del dia internacional sobre persones sordes.
- El GP Socialista ha preguntat sobre actuacions en programes concrets; inversions en ficció.