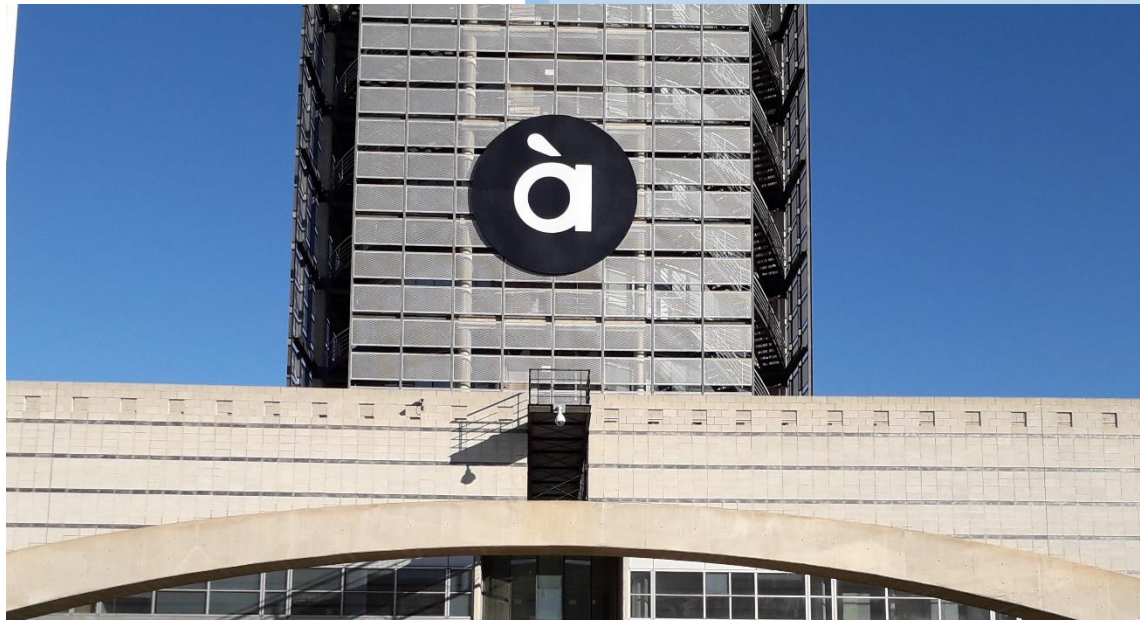


# MEMÒRIA ANUAL



Corporació Valenciana de  
Mitjans de Comunicació

# CORPORACIÓ VALENCIANA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ

MEMÒRIA ANUAL 2019

Aprovada pel Consell Rector el 3 de juliol de 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. Gestió
9. Recursos humans
10. Control de la CVMC

---

## **0. OBJECTIU DE LA MEMÒRIA**

Aquesta memòria té com a objectiu acomplir 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.

---

## **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 desplegament 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. La forma d'aconseguir-los es troba detallada en el contracte programa, subscrit entre el Consell de la Generalitat i el Consell Rector. La CVMC ha d'informar la comissió corresponent de les Corts del grau de compliment dels objectius.

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

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.

### 1.3. COMISSIONS

#### 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 2019 han sigut:

- María Lozano (per delegació del president del Consell Rector)
- Rafael Xambó com a representant del Consell Rector fins a novembre. Des de novembre, Mar Iglesias ha substituït Rafael Xambó.
- Empar Marco, directora general de l'SAMC
- Joan Carles Simó, cap de la Unitat d'Estil de l'SAMC.
- Abel Campos, com a representant del Consell d'Informatius. Des del 31 d'octubre quan es conformà el primer Consell d'Informatius
- César Martí, director de Continguts i Programació.

La comissió s'ha reunit quatre vegades al llarg de 2019. En les reunions s'han tractat queixes i suggeriments i s'han adoptat diferents acords, entre els quals hi destaquen els següents:

- Incorporació a la nova edició del *Llibre d'estil* dels criteris lingüístics i d'estil per a xarxes socials i el web.
- Ús de topònims: és manté el criteri establert al *Llibre d'estil* però es suggereix la possibilitat d'incloure la doble retolació (en valencià i castellà) en el nom dels pobles de les zones castellanoparlants.
- Habilitació d'un correu perquè on s'adrecen dubtes i suggeriments sobre l'aplicació del *Llibre d'estil* als mitjans de comunicació públics valencians.
- Després d'una reflexió al voltant del tractament visual dels menors desapareguts, s'acorda incloure a la segona edició del *Llibre d'estil* la referència a la *Guía de buenas prácticas para el tratamiento informativo de las desapariciones*, publicat el 2017 pel Consejo Audiovisual de Andalucía i la Fundació Europea per a les Persones Desaparegudes QSDglobal3. Espai públic de comunicació.
- Es prepara la segona edició del *Llibre d'estil*

Al novembre de 2018, el Consell de la Generalitat Valenciana crea el Consell Social de les Llengües (CSL), un òrgan de participació social que naix per a donar veu a la pluralitat de la societat valenciana. En aquest CSL hi ha representació d'un membre del Consell Rector de la CVMC —que, a hores d'ara, és Mar Iglesias García i, com a suplent, María Lozano Estivalis— i de la Direcció General de l'SAMC.

El 17 de desembre de 2019 se celebrà la sessió constitutiva de la Comissió Permanent del CSL, a la qual assistí la vocal del Consell Rector, Mar Iglesias.

---

#### 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.



Representants de les entitats de Forta en la celebració del 30 aniversari

La Forta, a més, ha creat uns mecanismes que permeten la comercialització conjunta d'espais publicitaris entre els socis. De fet, en la reunió de la junta general del 14 de març, la CVMC s'incorpora al sistema de publicitat de la Forta.

El president de la Corporació acudeix a les reunions de la junta general de la Forta en representació de la CVMC. 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. A més, el president de la CVMC acudí al seminari per a directius de la Forta, que se celebrà el 30 i 31 de gener a la seu del Parlament Europeu a Brussel·les.

El 13 de juny, la Forta commemorà el seu 30é aniversari al Chillida Leku (Hernani) en el transcurs de la celebració de la seua junta general.

Al mes de març, directius de la Forta es reuniren amb els diferents portaveus de la Comissió de Radiotelevisió i de l'Espai Audiovisual a les Corts Valencianes.

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

AUTOCONTROL s'encarrega de procurar que la publicitat siga legal, que responga a criteris de veracitat, honestat i lleialtat i emet informes no-vinculants sobre la idoneïtat dels missatges publicitaris i els associats no emeten res sobre el que aquesta associació haja emés un informe desfavorable.

El jurat de la Publicitat d'AUTOCONTROL ha sigut la primera entitat privada acreditada com a entitat de resolució alternativa de litigis pel govern espanyol i forma part del llistat unificat d'entitats acreditades de la Comissió Europea i de la plataforma de resolució de litigis en línia establida per la Unió Europea.

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

---

## 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

El president de la CVMC i del Consell Rector és elegit per les Corts per un període de sis 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 sis anys

Les funcions del president 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 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 fet un total de 39 reunions. La reunió del 19 de juny se celebrà a les instal·lacions de la Ciutat de la Llum a Alacant i la reunió programada a la seu de Burjassot per al dia 13 de setembre es va suspendre per les fortes pluges.

Durant el 2019, el Consell Rector va dur a terme el procediment d'avaluació dels directius i de la direcció general. Una vegada finalitzat el procediment, el Consell Rector decidí

traslladar a la direcció general una sèrie d'accions concretes amb la finalitat de millorar la gestió i la consolidació del projecte dels mitjans de comunicació públics valencians

El Consell Rector està format pel president i nou membres. Durant l'any 2019, el Consell Rector ha variat la composició per diferents motius.

El dia 23 de gener, Macu Gimeno Mengual, representat dels sindicats, presenta la dimissió com a membre del Consell Rector.

El 7 de novembre, el president de la Generalitat va nomenar Rosa Maria Agost Canós com a vocal en representació del Consell de la Ciutadania, i Manuel Camarasa Bravo com a vocal en representació del personal, després de comparéixer davant les Corts.

El mandat dels consellers i conselleres del Consell Rector és per un període de sis anys, segons la Llei 6/2016, de 15 de juliol, i s'ha de renovar de forma parcial cada tres anys. Durant el 2019 es compliren tres anys des del nomenament dels membres del Consell Rector. Segons marca la llei, en la reunió celebrada el 3 de maig es feu un sorteig per a determinar els noms dels tres consellers o conselleres nomenats per les Corts que havien de cessar. En el sorteig van eixir els noms de Vicente Cutanda, Marc Pallarés i Rafael Xambó. A més es realitzà un altre sorteig per a determinar quina persona nomenada a proposta del Consell Audiovisual s'hi havia de renovar. En aquest sorteig va eixir el nom de Mar Iglesias, representant del Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana. No obstant això, Mar Iglesias continua en funcions, perquè es va considerar que ha de continuar fins que es constituïska el Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana,

El 12 de desembre, finalitzà el mandat com a vocal de Rafel Xambó Olmos, Vicente Cutanda Mansilla i Marc Pallarès Piquer. En la mateixa data, es renovà en el càrrec els vocals Vicente Cutanda Mansilla i Marc Pallarès Piquer i nomenaren Rosa Yagüe Perales com a nova vocal del Consell Rector.

A 31 de desembre de 2019, el Consell Rector està integrat per:

- Mar Iglesias García, vicepresidenta i vocal en representació del Consell Audiovisual
- 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 ratifica, en la reunió del 20 de setembre del 2019, el nomenament de Ferran Bargues Estellés com a secretari del Consell Rector. La secretaria del Consell Rector és un dels òrgan de la Corporació descrit en la Llei 6/2016, de 15 de juliol.



---

## 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.

Empar Marco Estellés va ser nomenada el mes de març de 2017 per un període de tres anys que finalitzà el març de 2020.

El Consell Rector convocà el concurs públic per a seleccionar la candidatura a ocupar la direcció general. La convocatòria es publicà en el DOGV el 20 de novembre. El procés es resolgué finalment al mes de març de 2020, moment en el qual el Consell Rector va nomenar Alfred Costa com a nou director general de l'SAMC, després que les Corts li atorgaren la idoneïtat.

---

## 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
- Andriy Yakúbu
- Fernando Vilar Moreno
- José Ignacio Pastor Pérez <sup>(1)</sup>
- José Reig Cruañes

<sup>(1)</sup> El Consell Rector aprova la suspensió del nomenament de José Ignacio Pastor l'11 d'abril de 2019 per un problema d'incompatibilitat. La qüestió s'ha resolt per una sentència del 7 de febrer de 2020 en què s'estima la no-existència d'incompatibilitat.

El Consell de la Ciutadania ha celebrat tretze reunions ordinàries i una extraordinària al llarg del 2019. Les seues accions i les conclusions sobre les programacions dels diversos mitjans i serveis de la corporació es recullen en l'informe semestral.



Al llarg del 2019, s'han publicat dos informes:

- 18 de febrer de 2018. Es presenta a Castelló el primer informe corresponent al [segon semestre de 2018](#)
- 10 d'octubre de 2019. Es presenta a Alacant l'informe corresponent al [primer semestre de 2019](#)

El Consell de la Ciutadania posa en marxa un procés per a triar una persona que els represente al Consell Rector. Després d'estudiar les candidatures presentades, en la reunió del 9 de juliol acordaren proposar Rosa Agost Canós, qui posteriorment va ser nomenada pel president de la Generalitat, després de comparéixer davant la comissió de radiotelevisió i l'espai audiovisual.

---

#### 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.

El Consell Rector va aprovar el projecte de reglament del Consell d'Informatius al mes de març. Posteriorment, el text es va sotmetre a una consulta vinculant del personal adscrit al departament d'informatius de la CVMC i l'SAMC, que va ser aprovat amb el 73,5% dels vots a favor.

Una vegada aprovat el Reglament, la CVMC convocà les eleccions per al 25 d'octubre on s'havien de triar els cinc membres del Consell d'Informatius. Un total de 148 de professionals del total de 313 integrants del cens va participar en les eleccions. En finalitzar 2019, els membres de l'actual Consell d'Informatius d'À Punt, que van sorgir com a resultat de les primeres eleccions són:

- Ricardo Cobo del Prado Reverte, president
- Benjamín Marín Pérez, secretari
- Abel Campos i Micó
- Isabel M. González Mesa
- Roberto Ortín Falcó

---

### 3. ESPAI PÚBLIC DE COMUNICACIÓ

#### 3.1. LA INFORMACIÓ EN À PUNT MÈDIA

##### 3.1.1. INFORMATIUS DIARIS

Les emissions regulars de la televisió començaren el juny del 2018 i durant la primera part del 2019 es va mantindre l'esquema de graella dissenyada l'any anterior.

L'estructura de la graella de la TDT i el canal *live* del web, de dilluns a divendres, es fonamenta en tres premisses:

- Una estructura al voltant dels espais informatius d'À Punt (matí, vesprada i nit).
- Una vinculació amb l'actualitat i les comarques valencianes durant tot el dia, de la mà dels magazins *El matí À Punt* i *À Punt directe*.
- Un *prime time* que respecta uns horaris racionals i que abasta programes de música, de literatura, de cuina, de personatges rellevants, de màgia i concursos.

En el cap de setmana es dona més pes a la ficció, la programació infantil i els esports. La graella presenta una oferta generalista, tal com assenyala la llei, que, a més, concreta: “tindrà programes informatius i d'actualitat, diferents formats documentals i de divulgació, una programació variada de ficció (sèries dramàtiques, comèdies de situació, minisèries, llargmetratges, curtmetratges dibuixos animats) procedent de la producció valenciana o d'altres mercats, programes d'entreteniment i humor, esports, infantils i juvenils, musicals, concursos i magazins”. Els programes d'entreteniment estan concebuts en clau de proximitat, vinculats a la ciutadania. A més, hi ha una gran oferta de programes culturals, que abasten la literatura, la música, les arts plàstiques i escèniques.

Fins al setembre de 2019, hi havia tres informatius diaris, amb un total de 4 hores i 15 minuts. L'actualitat diària es completa amb espais de reflexió, debats, entrevistes i documentals, en què es potencia l'anàlisi (programes com *La qüestió* o el *Punt docs*). També s'han fet edicions especials quan l'actualitat ho ha requerit.

En el seu article 29, la llei 6/2016, marca algunes pautes generals de la programació dels mitjans públics. En concret, “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 la comunicació audiovisual”.

En À Punt Mèdia es difonen obres europees, complint la llei general de comunicació audiovisual, i l'obligació de reservar el mínim del 35% del temps d'emissió a la difusió d'obres audiovisuals i cinematogràfiques de productores valencianes independents i producció original en valencià.

Les hores setmanals dedicades al públic infantil i juvenil estan per damunt del que especifica el contracte programa, que assenyala que en el canal generalista, fins que no se'n cree un altre d'específic, hi haurà un mínim de nou hores setmanals destinades als més menuts. En la graella hi ha catorze hores programades per als xiquets i les xiquetes. Els continguts infantils que s'emeten són coherents amb la Carta de Valors aprovada pel Consell Rector i, tant en la TDT com en "A la carta" hi ha, a més a més, continguts exclusivament en anglès.

El setembre de 2019, amb l'inici de la graella de tardor-hivern, es van incorporar algunes novetats destacables en els informatius d'À Punt Mèdia, la qual cosa suposà l'increment d'un 18% del temps que es dedica a la informació general i esportiva. Aquestes novetats són:

- *Les notícies del matí*: un informatiu que hibrida la ràdio, la televisió i el web i s'emet de manera simultània per les tres finestres i que es va estrenar el 9 de setembre. *Les notícies del matí*, que fins a aquell moment s'emetia només per la ràdio, passava a ser molt més que un informatiu de ràdio per *streaming*. *Les notícies del matí* combina la difusió d'imatges, les connexions en directe, la sobreimpressió de temperatures de tots els pobles de la Comunitat Valenciana, els tuits dels diferents comptes d'À Punt i el tíquer amb notícies d'última hora.
- *20 h NTC*: el 30 de setembre es va iniciar l'emissió de *l'infotainment 20 h NTC*, de dilluns a dijous de 20:00 a 21:50. Un *infotainment* és un programa de mitjà basat en la informació i que també inclou contingut d'entreteniment amb la finalitat d'augmentar la popularitat entre el públic i els consumidors. Així el *20 h NTC* s'estructura en dues parts clarament diferenciades. La primera part, de les 20:00 a les 20:55, es dedica a la presentació de l'actualitat del dia. Aquesta part comença amb un sumari extens, que inclou informació esportiva i l'oratge. I després es tracten, en profunditat, tres o quatre temes d'actualitat amb l'ajuda d'experts, connexions en directe amb periodistes i opinions al plató dels col·laboradors del programa (professionals dels mitjans de comunicació, de la ciència política, del professorat universitari o de la judicatura). La segona part de *20 h NTC* comença a les 20:55 i és la que es pot descriure com un informatiu de televisió clàssic. Es fa un repàs a l'actualitat del dia, tant de la informació de caràcter general com de la informació esportiva i el departament de meteorologia complementa la part divulgativa i el programa finalitza amb la previsió meteorològica.

La graella de ràdio està elaborada amb els mateixos principis i filosofia que la de televisió. Una oferta generalista on apareixen programes concebuts des de l'inici com a un espai transmèdia. Durant la primera part del 2019 la graella radiofònica inclou tres edicions d'informatius i els programes especialitzats d'informació esportiva, que s'ocupen tant d'anàlisi de l'actualitat esportiva com de retransmissions d'esdeveniments.

Un dels fets diferencials respecte de la graella televisiva és l'accés a les retransmissions radiofòniques en directe dels partits dels equips de futbol valencià, atés que no estan subjectes a contractes restrictius derivats de la concessió dels drets audiovisuals, com en la televisió. Es mantenen tres magazins (un de matí, un de vesprada i un altre de nit). La programació musical, basada en els grups i cantants de la Comunitat Valenciana, compleix els percentatges del contracte programa d'emetre més del 50% de música cantada en valencià. En l'última graella s'amplia l'oferta amb la incorporació de més programes d'estils diferents, música jazz, clàssica i la cobertura de l'actualitat relacionada amb el món de les bandes de música

Al mes de setembre de 2019, la ràdio, que ja disposava dels tres informatius diaris, amplia els butlletins horaris fins les 23:00 hores. Es reforcen els informatius de cap de setmana amb edicions de *Notícies migdia*.



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 de tindre com a punt de referència la Comunitat Valenciana".

De fet, les retransmissions d'esdeveniments informatius i de proximitat són els més vistos en la televisió d'À Punt. Tal com es reflecteix en l'apartat dedicat a les audiències, les emissions més vistes al llarg de tot l'any corresponen a les retransmissions de fets, successos i/o celebracions importants per a la ciutadania valenciana, com poden ser les jornades electorals o la informació sobre els temporals de pluja, però també la celebració

de la Copa del Rei de futbol que guanyà el València, CF o els actes principals de les festes populars.

Pel que fa als programes diaris, els informatius *Notícies migdia* i *L'oratge* són els programes més vistos amb una mitjana de 4,4% i 4,6% de quota respectivament.

---

### 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 a la nit es mantenen els programes d'anàlisi de l'actualitat des d'una perspectiva valenciana: *Punt docs* i *La qüestió*.

*Punt docs* és un espai setmanal de reportatges de mitja hora de durada, present en la graella des del començament i que s'emet els divendres després del NTC nit.

Al llarg del 2019 s'han emés un total de vint-i-set reportatges. La temàtica que s'aborda en els reportatges de *Punt docs* és molt variada: temes d'actualitat, temes relacionats amb la història o amb la memòria, socials o d'interés humà.



A banda de l'emissió dels reportatges en la televisió, alguns materials extra es publiquen exclusivament en el web d'À Punt Mèdia.

*La qüestió* és un espai setmanal de debat i de reflexió sobre temes d'actualitat. Durant la primera part del 2019 el programa tenia una durada de dues hores i mitja. A partir del mes de setembre, amb la nova graella es va reduir a dues hores. *La qüestió* s'emet la nit dels divendres i és en directe amb públic present al plató.

Els dos programes tenen una vessant en la ràdio, on s'emeten reportatges sobre els temes tractats, i en les xarxes, on es demana la participació i l'opinió de l'audiència.

---

### 3.1.3. COBERTURES ESPECIALS

L'any 2019 ha estat marcat per les tres cites electorals que han condicionat l'actualitat. La informació electoral és una peça clau en els sistemes democràtics i ha de complir les mateixes exigències de rigor, pluralisme, imparcialitat i proximitat que la resta d'informacions.

À Punt Mèdia va realitzar un seguiment de les campanyes electorals en tots els informatius tant a la TDT com a la ràdio i al web. Així mateix també s'han organitzat debats o entrevistes als candidats i candidates en cadascuna de les cites electorals, sobretot en les eleccions a les Corts, que s'han emés de forma simultània per la televisió, la ràdio i el web. El dia de les votacions es feu una programació especial, amb avanços informatius i un programa en directe per a seguir la nit electoral que va incloure connexions en directe amb les seus dels partits, col·legis electorals i centre de dades amb informació minut a minut.

Les tres eleccions de les quals es feren cobertures especials són:

#### **Eleccions a les Corts i eleccions generals del 28 d'abril de 2019**

La campanya electoral a les Corts i al Congrés i al Senat del 28 d'abril de 2019 tingué un ampli seguiment en els mitjans d'À Punt Mèdia i ocupà un lloc rellevant en els informatius diaris de la ràdio, de la televisió i en el portal digital, a més d'entrevistes als candidats i candidates i debats entre els i les representants dels partits polítics o coalicions. També es realitzà una cobertura detallada de l'inici i del tancament de les campanyes electorals, així com un programa especial de la jornada electoral.

Les entrevistes es van emetre, simultàniament, per la televisió, la ràdio i el web. Cinc entrevistes corresponents a les eleccions generals, en representació de Compromís, Podem, Ciutadans PSPV i PP i cinc entrevistes corresponents a les eleccions autonòmiques als candidats i candidates a la Presidència de la Generalitat, en representació de Compromís, Podem, Ciutadans, PSPV i PP.

Els dos debats electorals, corresponent a les dues eleccions, també s'emeteren per les tres finestres d'À Punt de manera simultània. El primer va tindre lloc el 24 d'abril i participaren els representants de les principals candidatures valencianes amb representació parlamentària a les eleccions generals. El segon, celebrat el dia 25 d'abril, va reunir els candidats i les candidates a presidir la Generalitat.

Es va incloure l'activitat principal de les campanyes electorals en els NTC matí, migdia i nit diaris de ràdio i televisió i en l'apartat de notícies del web.

#### **Eleccions municipals i europees del 26 de maig de 2019**

La informació electoral es va centrar, majoritàriament, en els actes de campanya que se celebraren a la Comunitat Valenciana, però també alguns actes de la resta de l'estat. Es

realitzà un programa especial a l'inici i al tancament de la campanya, així com una programació especial de seguiment de la nit electoral.

La informació diària de campanya es va distribuir de la manera següent:

- Un apartat d'informació municipal diària per a informar sobre l'activitat dels partits en els actes principals de campanya.
- Un apartat dedicat a cobrir el missatge principal dels candidats locals en alguns dels principals municipis de la Comunitat Valenciana, considerant l'equilibri territorial, els trams de població de dret a partir dels 10.000 habitants, la rellevància dins la comarca i la impossibilitat d'arribar als més de 500 ajuntaments valencians. En total, quinze ciutats, a més de Castelló, València i Alacant.
- Un apartat d'informació sobre les eleccions al Parlament Europeu per a informar de l'activitat dels partits sobre aquest comicis que es celebren en una única circumscripció d'àmbit estatal.

Es programaren entrevistes, que s'emeteren en les tres finestres, als candidats i candidates a les eleccions municipals de tots els caps de llista amb representació als consistoris de Castelló, València i Alacant i a les persones designades pels partits polítics en el marc de les eleccions europees.

Es van fer quatre debats electorals amb els candidats a les municipals en les quatre ciutats més poblades de la Comunitat Valenciana, i es van retransmetre també per televisió, ràdio i web. El primer va ser a la ciutat de Castelló, el segon a Alacant, el tercer a València i el quart i últim s'oferí des de la ciutat d'Elx en coproducció amb la TDT local TeleElx. Per últim, es debaté al voltant del municipalisme i hi participaren alcaldes i alcaldesses per a analitzar la realitat dels diferents ajuntaments valencians.

### **Eleccions generals del 10 de novembre de 2019**

Com en les altres cites electorals, es realitzà un seguiment de les activitats principals de les campanyes electorals en els tres informatius diaris de ràdio i televisió i en l'apartat de notícies del web.

Es realitzaren entrevistes als representants dels partits polítics en l'informatiu multiplataforma ***Les notícies del matí***.

El debat es feu a la seu d'À Punt Mèdia a Burjassot entre els representants de les formacions polítiques amb presència parlamentària.

I, finalment, hi hagué un programa especial de seguiment de la nit electoral amb la informació dels resultats.

### **Pla de retransmissions 2019**

El pla de retransmissions d'À Punt Mèdia per a l'any 2019 en contenia un total de 138, incloent-hi les generalistes i les esportives. Aquestes retransmissions inclouen les cobertures de les gales dels premis de les arts escèniques, la música i l'audiovisual. Entre les retransmissions que s'han fet destaquen les següents:

- Debat d'investidura a les Corts del president de la Generalitat. 12 i 13 de juny
- Firma de l'acord de govern del Botànic II a Alacant. 12 de juny
- Constitució d'ajuntaments. 15 de juny
- Jurament del càrrec del president de la Generalitat. 16 de juny
- Presa de possessió dels consellers i conselleres al Palau de la Generalitat. 17 de juny
- Lectura de l'acta Premis Jaume I. 4 de juny
- Debat investidura Pedro Sánchez. 22, 23 i 25 de juliol
- Lliurament dels Premis Jaume I. XXXI Edició. 25 de novembre
- Acte institucional del Nou d'Octubre i processó cívica. 9 d'octubre
- Acte commemoratiu de la Constitució espanyola des d'Alacant. 6 de desembre
- Discurs de cap d'any del president de la Generalitat. 31 de desembre

A més, À Punt Mèdia és el mitjà oficial de diversos festivals i certàmens culturals als quals s'ha donat cobertura especial. Com també s'ha dedicat especial atenció a esdeveniments com la Tomatina, el Misteri d'Elx, les Fogueres d'Alacant, la Magdalena de Castelló i les Falles de València i Entrada de Bous i Cavalls de Sogorb.

Per últim, cal destacar la cobertura especial que À Punt Mèdia va posar en marxa amb motiu de la DANA (depressió aïllada en nivells alts), que va afectar greument la Comunitat Valenciana la setmana del 12 al 15 de setembre de 2019. Les tres finestres d'À Punt realitzaren un ampli seguiment d'aquest fenomen meteorològic amb un total de 26 hores i 25 minuts dedicats als efectes de les inundacions a la Comunitat.

---

#### **3.1.4. INFORMACIÓ ESPORTIVA**

La informació esportiva mereix un tractament específic, atés que es una informació molt especialitzada i es tracta àmpliament en les tres finestres d'À Punt Mèdia. En la televisió, la programació esportiva esguita la graella en diferents formats:

En els espais informatius, el temps dels esports és el següent:

- Bloc d'esports en l'informatiu À *Punt notícies migdia* (16 minuts de durada mitjana)
- Bloc d'esports en l'informatiu À *Punt notícies nit* (12-14 minuts). Des de setembre el bloc d'esports ocupa, aproximadament, la mateixa durada en *20H Notícies*.
- Els cap de setmana la mitjana de durada del bloc d'esports és de 10 minuts.

En l'apartat de programes, la informació esportiva està present en:

- Des del gener fins al juny en el programa setmanal **Tot futbol** de 90 minuts de durada. Aquest programa es va emetre també en horari intersetmanal els dies de competició europea del València, CF i el Villarreal, CF.
- A partir del mes de setembre, comença el programa **L'esprint**, un programa de producció pròpia que s'emet cada divendres de 19:55 a 20:30.
- El programa **Va de bo** inclou la retransmissió d'una partida de pilota (4 setmanes 2 partides: divendres de vesprada i diumenge al matí)

S'han desplegat tres cobertures especials, al llarg de l'any 2019:

- Final de la Copa del Rei (maig del 2019)
- Celebracions del títol de la Copa del Rei del València CF (maig del 2019)
- Programa especial celebracions del títol de l'Eurocopa del València Basket (abril del 2019)

Per últim, les retransmissions en a televisió han sigut:

- Partit de 2a B (un cada setmana)
- Partits de la lligueta d'ascens a Segona Divisió
- Amistós de pretemporada del València i Llevant UE
- Cotif 2019 (partits de grups i la final)
- Torcaf (torneig de futbol base)
- Partit de pretemporada entre el València Fèmines i el Llevant Femení
- Partit de Presentació del València Basket
- Torneig Adidas Next Junior de bàsquet
- Partits del València Basket femení
- Handbol: derbi d'ASOBAL Fertiberia-Benidorm
- Open Tennis Ciutat de València
- Campionat de Gimnàstica Rítmica

- Tennis Senior Master Cup
- Trail Penyagolosa
- Marató València
- Mitja Marató València

En la ràdio, la informació esportiva es distribueix de la següent manera:

De dilluns a divendres:

- *Esports À Punt*
- *Línia de fons* s'emet de dilluns a divendres, a excepció de quan aquest espai és ocupat per les retransmissions esportives en directe. *Línia de fons* va emetre el programa especial des del circuit de Xest amb motiu de la celebració del Gran Premi i des del Bar Torino en la prèvia de la final de la Copa del Rei de futbol que jugà el València CF.
- *Des de la banda*. És un programa de retransmissions esportives, i per tant, no té horari fix en la graella. Inclou les retransmissions de tots els partits de totes les competicions dels següents equips:
  - València CF (Lliga, Copa del Rei i competició europea en 2018/2019 i 2019/2020)
  - Villarreal CF (Lliga, Copa del Rei i competició europea en 2018/2019 i 2019/2020)
  - Llevant UE (Lliga i Copa del Rei)
  - Elx CF (Lliga i Copa del Rei)
  - València Basket en competició europea: Eurocup temporada 2018/2019 i Euroleague temporada 2019/2020.

La informació esportiva també té un espai al web i a les xarxes socials. A més de la informació habitual en la pàgina d'ESPORTS i Home, s'han retransmés els esdeveniments següents:

- Partit d'Eurocup Women del València Basket (temporada 2019/2020)
- Partits d'handbol
- Partits de Segona Divisió B i partits d'ascens a Segona Divisió

---

### 3.2. WEB I XARXES SOCIALS

Durant l'any 2019, l'espai públic de comunicació valencià ha seguit augmentant la seua oferta en línia. Pel que fa a l'àmbit tecnològic s'ha completat el parc d'aplicacions per a fer

accessible la programació dels mitjans valencians a les noves maneres que tenim de consumir continguts audiovisuals. Aquest parc, juntament amb els de la CCMA i EitB, és dels més avançats en l'àmbit de la Forta.

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 a l'àmbit dels continguts en el web, 2019 ha estat marcat per les successives convocatòries electorals que també han tingut el seu reflex en els continguts en línia. A més del [microsite electoral](#) actiu en les conteses electorals del 28A, 26M i 10N, s'ha traslladat la cobertura electoral i la informació electoral útil per a la ciutadania en diferents seccions del web i en xarxes socials. Temes com ara *terminis*, *funcionament de la jornada electoral*, *vot per correu*, *vot estranger* o *vot adaptat* s'han adaptat als formats específics de xarxes socials (Facebook, Twitter i Instagram) i amb especial atenció al públic jove, que té més presència en aquestes plataformes.

Relacionat amb la convocatòria d'eleccions municipals À Punt va desplegar el projecte "**A tu què t'importa**" elaborat íntegrament amb MoJo (Mobile Journalism, periodisme mòbil). El



projecte inclou 33 reportatges distribuïts per les comarques valencianes i va ser accessible a través [d'un web](#) i amb continguts específics per a Facebook, Twitter i Instagram.

L'experiència, la primera que ha introduït l'ús de telèfons mòbils en els processos productius d'À Punt, també va tindre reflex a la ràdio i la televisió. Tres equips de dos redactors van recórrer les trenta-dos comarques valencianes més la ciutat de València, en un cotxe retolat amb el lema de la sèrie, "**A tu què t'importa?**". Es feren peces de vídeo de tres minuts de durada que mostraren el territori i parlaren dels temes que interessaven la gent de les comarques. Es preguntà al veïnat dels pobles per esbrinar les seues preocupacions i traslladar-los als candidats a les eleccions (tant generals com autonòmiques) en forma de preguntes o comentaris. En les respectives campanyes hi va haver programes especials de televisió **A tu què t'importa?** A l'inici de les campanyes (a l'abril i al maig)

Un altre dels esdeveniments més importants de 2019, la DANA, depressió aïllada a nivells alts, que va afectar greument les comarques valencianes va tindre una cobertura destacada en els entorns digitals d'À Punt. A més de la difusió en línia de tots els continguts emesos pels mitjans públics es va donar informació puntual a través del web i les xarxes socials d'À Punt. A més d'oferir informació de servei públic, les xarxes socials també van servir per a resoldre consultes dels usuaris i per a rebre milers de fotografies i vídeos que, després de la pertinent verificació, van servir per a enriquir el relat informatiu de proximitat durant l'episodi.

Durant 2019 s'han creat continguts específics en línia per a diferents esdeveniments i efemèrides com el [8 de Març](#), Dia Internacional de la Dona; el [25N](#), Dia Internacional per a l'Eliminació de la Violència contra les Dones; 28J, Dia Internacional del Orgull LGBT, o el 3D Dia de les Persones amb Discapacitat. amb una [iniciativa](#) adreçada a la visibilització del col·lectiu, però també a la millora de l'accessibilitat dels continguts d'À Punt. De fet, des d'aquest gener ja s'ha inclòs una versió de l'informatiu en línia amb interpretació de la llengua de signes.

Durant aquest 2019 s'ha fet créixer l'oferta d'emissions en directe en línia. A més de l'emissió contínua en línia dels canals de ràdio i TV s'han oferit emissions addicionals per a cobertures informatives com la moció de censura a Mariano Rajoy, el debat d'investidura de Pedro Sánchez, les rodes de premsa del Consell i el Consell de Ministres, etc.

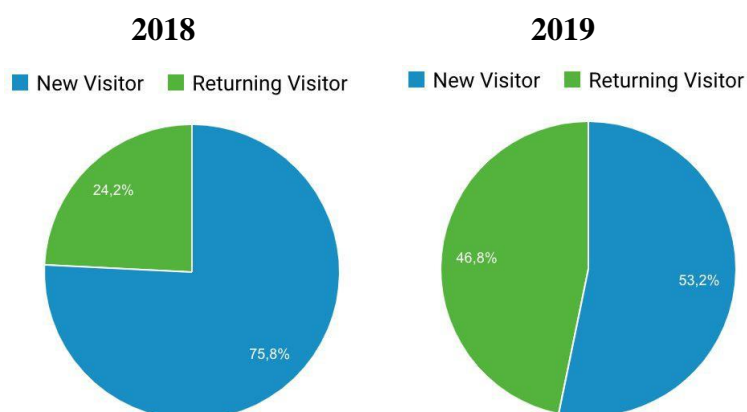
En l'àmbit esportiu s'han realitzat retransmissions en línia dels partits de l'Eurocup femenina, l'Open de Tennis de la Comunitat Valenciana o la final de la Lliga de gimnàstica rítmica. A més, s'ha retransmés íntegrament l'Ofrena de les Falles o la Gala dels Premis de l'Audiovisual valencià entre d'altres.

En l'àmbit informatiu també s'han dut a terme experiències en noves narratives com la [recreació en temps real](#) dels esdeveniments del 23F especialment en l'àmbit valencià amb imatges inèdites.

Un altre projecte a destacar són els continguts transmèdia de *69 raons*, un producte estrenat inicialment al web i YouTube que ha transformat el [seu compte en Instagram](#) en un espai de trobada i de recursos sobre educació afectiva i sexual per a adolescents. La bona acollida del projecte ha portat a l'organització d'activitats *offline* als centres educatius valencians. Al març del 2020, el programa va rebre el premi Pello Sarasola al millor programa de les televisions autonòmiques que organitza la Força.

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

### Audiència web



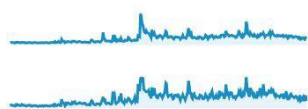
À Punt Mèdia està fidelitzant audiència digital. Si el 2018 el 75,8% de les persones visitants del web era la primera vegada que entraven a apuntmedia.es per a informar-se o entretenir-se, un any després eixe percentatge s'ha reduït en un 22,6%. Del 2018 al 2019 els usuaris i usuàries recurrents, que tornen a visitar el web, pràcticament s'ha doblat en haver passat del 24,2% al 46,8%.

Les persones que han accedit al web apuntmedia.es per a consumir contingut s'han duplicat en un any. Les usuàries i els usuaris han augmentat un 50,88%. El 2018 van ser 1.361.595 i al 2019, 2.054.312.



A més, les sessions, és a dir, les interaccions dels usuaris dins el web, s'han incrementat en un 78,29%. Per últim, les pàgines vistes també han crescut, en aquest cas d'un 72,66%.

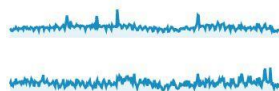
2018



Sessions: **3.258.813**

Sessions a través de referències socials: **1.027.804**

2019



Sessions: **5.810.119**

Sessions a través de referències socials: **1.562.471**

Durant el 2019 s'han incorporat a l'oferta d'À Punt dos canals de YouTube, un amb una selecció de continguts d'entreteniment i un altre amb continguts infantils. Des del mes de juny que es van posar en funcionament, À Punt ha registrat pràcticament 900.000 (861.895) reproduccions en aquesta plataforma.

En xarxes socials, À Punt té 67.274 seguidors en Facebook, 52.235 seguidors en Twitter i 51.300 en Instagram, fet que ens situa entre els cinc principals espais de comunicació autonòmic en seguidors, el segon en el cas d'Instagram.

Les xarxes socials d'À Punt Mèdia guanyen en repercussió a l'hora de portar trànsit web en números absoluts en haver passat d'1.027.804 de sessions el 2018 a 1.562.471 el 2019, el que suposa un increment del 52,02%.

Per últim, vora 1 de cada 4 sessions al web apuntmedia.es tenen com a procedència una publicació o conversa generada en els perfils de tres de les xarxes socials corporatives d'À Punt (Facebook, Twitter i Instagram). Un total del 26,89%.

|                  | 2019   | 2018   |
|------------------|--------|--------|
| <b>Instagram</b> | 54.862 | 31.000 |
| <b>Facebook</b>  | 64.608 | 51.000 |
| <b>Twitter</b>   | 51.200 | 43.000 |

Aquesta tendència s'ha mantingut durant els sis primers mesos del 2020. Així al juny, s'arribà als 58.500 seguidors en Instagram, 72.798 en Facebook i 55.000 en Twitter.

### **Increment audiència digital 2018-2019**

Instagram ↑ 76,9%

Facebook ↑ 26,68%

Twitter ↑ 19,07%

Durant el 2020 el repte serà el creixement de les audiències digitals i la consolidació d'aquestes amb el projecte de renovació de la plataforma multimèdia com a eix central.

---

### **3.3. PROGRAMACIÓ INFANTIL I JUVENIL**

Des dels mitjans públics es presta una atenció especial al públic infantil. Hi ha un apartat especial en el web amb continguts específics per als menuts i menudes. S'ofereix la possibilitat que els xiquets i xiquetes se'n registren com a membres. En el moment de redactar aquest informe hi ha un total d'11.500 membres de La Colla.

Amb el carnet de La Colla els xiquets i les xiquetes poden accedir a avantatges i descomptes a l'hora de fer algunes activitats, gràcies a convenis signats per l'SAMC amb diferents entitats. Les diferents activitats amb descompte per ser membre de La Colla es poden consultar en el web d'À Punt i van des de diferents activitats de multiaventura per a municipis de tota la Comunitat a l'entrada gratuïta a Terra Natura, descomptes en l'entrada a les coves de Sant Josep, a l'Hemisfèric, a diferents museus, etc.

La programació infantil s'ha dissenyat perquè els continguts que poden perjudicar els menors no s'emeten entre les 6:00 i les 22:00 hores, i complint els requisits del mandat

marc i del contracte programa. En el web, els continguts infantils i juvenils s'allotgen de manera diferenciada de la resta de programes, en el subdomini La Colla, en el qual els programes es classifiquen en edats de preescolar i infantil.

À Punt allotja en el web les produccions audiovisuals de centres educatius valencians amb els títols genèrics de *La Colla i... acció* i en *À Punt i... acció*. La iniciativa ha tingut la participació de 32 centres, entre col·legis, instituts, centres d'educació especial o d'acollida de menors, entre d'altres. En aquesta iniciativa didàctica han participat centres de València, d'Alacant i de Castelló.

En la televisió s'han emés 52 capítols de 2 temporades de *Els Bítors*, 40 peces de 3 minuts *Els Bítors: l'univers expandit* i 26 capítols en dues temporades de *Catacrac, catacrac*.

“La Colla en ruta” és un nou concepte de festival itinerant amb segell valencià, pensat per a oferir una sèrie d'activitats culturals i d'oci diverses i, alhora, presentar els nous programes infantils de la televisió d'À Punt. Sota aquest nom s'inclouen les activitats que es realitzen en les diferents localitats de la Comunitat Valenciana.



S'han dut a terme diferents actuacions musicals de les bandes dels personatges infantils de La Colla les Feretes i els Bítors. Les actuacions se celebraren a Gandia amb motiu de la inauguració del Centre Esportiu Roís de Corella al mes de març, al juny a l'escola de Riola amb motiu del festival de fi de curs, al mes d'agost a la Festa de les Penyes a la Vall d'Uixó, en els actes de la Generalitat del Nou d'Octubre a la plaça de Manises de València, a la Fira Trova'm de Castelló al mes de novembre.

Al desembre de 2019 es llançà a la venda dels peluixos de les Feretes amb un concert de les Feretes a El Corte Inglés d'Alacant i durant les festes de Nadal es feren accions amb els personatges infantils de La Colla.

Els Bítors visitaren l'Hospital La Fe de València i l'Hospital General d'Alacant. Les Feretes visitaren l'Hospital Vila Real



També es muntà un estand de La Colla a Exponadal a Alacant i a Expojove a València. A Torrent, els Bítors participaren en la festa de les campanades infantils a Torrent el 31 de desembre.

---

#### 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.

La inversió realitzada per a implementar l'accessibilitat als mitjans de comunicació públics valencians és d'un total de 214.368 euros.

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 (subtitulat, llengua de signes, pictogrames, audiodescripció i lectura fàcil).

La LGA contempla que, als cap de quatre anys de l'aprovació, els canals de servei públic haurien de subtitular 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 suport per a les persones amb discapacitat específica, 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. Atesa 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 fa sobre una programació de 19 hores diàries (07:00-2:00), de les quals 20 minuts/hora són continguts publicitaris, es a dir, no estan subjectes a l'obligatorietat de ser accessibles. En aquest sentit, À Punt ha de cobrir:

1. Un mínim de 40 hores subtítulades per setmana.
2. Un mínim d'1 hora amb audiodescripció per setmana.
3. Un mínim d'1 hora amb llengua de signes per setmana.

#### MITJANA D'HORES SETMANALS SUBTITULACIÓ 2019

|                                | <b>TOTAL HORES</b> | <b>SETMANES EMISSIÓ</b> | <b>MITJANA SETMANAL en hores</b> |
|--------------------------------|--------------------|-------------------------|----------------------------------|
| <b>SUBTITULACIÓ EN DIRECTE</b> | 1.415 h            | 52                      | <b>27 h 12'</b>                  |
| <b>SUBTITULACIÓ EN DIFERIT</b> | 1.175 h 30'        | 52                      | <b>22 h 36'</b>                  |
| <b>TOTAL HORES</b>             | 2.590 h 30'        | 52                      | <b>49 h 48'</b>                  |

Per tant, durant 2019 s'han superat les 40 hores setmanals obligatòries per llei.

#### MITJANA D'HORES SETMANALS AMB AUDIODESCRIPCIÓ

| <b>TOTAL HORES</b> | <b>SETMANES D'EMISSIÓ</b> | <b>MITJANA SETMANAL en hores</b> |
|--------------------|---------------------------|----------------------------------|
| 74 h 30'           | 52                        | 1 h 25'                          |

Amb el total d'hores amb audiodescripció, superem les hores setmanals obligatòries per llei (1 per setmana; és a dir, 52 hores) durant tot el 2019.

## MITJANA HORES SETMANALS LLENGUA DE SIGNES

| TOTAL HORES | MITJANA SETMANAL |
|-------------|------------------|
| 48 h        | 53'              |

Amb el total d'hores emeses amb llengua de signes no se superen les hores setmanals obligatòries per llei (1 per setmana; és a dir, 52 hores) durant tot el 2019, però s'està molt a prop d'aconseguir-ho.

Cal assenyalar que s'ha implementat durant els primers mesos del 2020, la llengua de signes en el *NTC migdia*, la qual cosa fa que À Punt supere, per molt, l'obligatorietat legal.

---

### 3.5. AUDIÈNCIES

#### Audiències de televisió

Les dades de Kantar Media (l'única empresa que s'encarrega de mesurar l'audiència) mostren que el 2019 la televisió d'À Punt registra una **quota mitjana de 2,1%** i una audiència mitjana diària de 16.000 espectadors. 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.

L'edat mitjana dels espectadors, segons les dades de Kantar Media, és de 52 anys.

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

| Ind. 4+ | Homes | Dones | Ind. 4-12 | Ind. 13-24 | Ind. 25-44 | Ind. 45-64 | Ind. 65+ |
|---------|-------|-------|-----------|------------|------------|------------|----------|
| 2,1     | 2,7   | 1,6   | 1         | 1,2        | 3,6        | 2,1        | 1,5      |

Al llarg de l'any, un total de 3.718.000 valencians i valencianes han connectat en algun moment amb la televisió pública, una xifra que suposa el 77,5% de la població de la Comunitat Valenciana. Cal recordar que aquest és el primer any complet amb dades d'audiència, ja que Kantar començà a mesurar l'audiència de la televisió d'À Punt el 10 d'octubre de 2018.

Els primers mesos de la cadena pública estan marcats pel panorama audiovisual actual. Un panorama les característiques principals del qual són l'augment de la fragmentació de l'audiència, la creixent oferta audiovisual, juntament amb els canvis tecnològics (accés de la població a *smart TV* i altres dispositius) i de comportament tant en la forma de consumir, com en el tipus de consum de productes audiovisual. A tot això cal afegir l'augment del consum no televisiu, el que es fa mitjançant les plataformes de continguts audiovisuals, les denominades OTT.

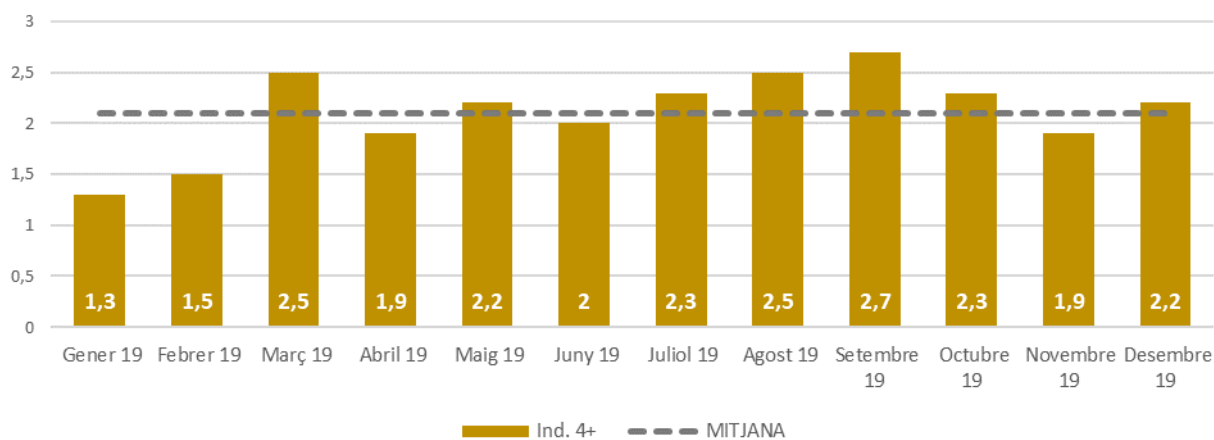
La conseqüència de tots aquests condicionants són la disminució, respecte a l'any anterior, de 10 minuts diaris en el consum de televisió a la Comunitat Valenciana. Amb tot, el consum mitjà de televisió a la Comunitat Valenciana és de 242 minuts, és a dir, més de quatre hores al dia. Encapçalem la taula del consum de televisió a Espanya i superem en 20 minuts la mitjana estatal, fixada en 222 minuts.

El panorama televisiu és, doncs, molt diferent del d'anys enrere, una qüestió que cal tindre en compte a l'hora de valorar el creixement en xifres d'una televisió de creació recent com és À Punt. De fet, en aquest període, les cadenes generalistes perden en conjunt quasi 4 punts de quota, mentre la cadena pública valenciana augmenta la seua quota quasi un punt, en passar d'un 1,3% al gener, al 2,2% al desembre de 2019.

A més, en finalitzar el 2019, la cadena arriba cada dia a 494.000 espectadors (persones majors de quatre anys), la qual cosa suposa un augment de quasi el 25%, respecte a l'últim trimestre de 2018.

Amb aquesta evolució passa d'ocupar la posició 17a en el rànquing de cadenes a la Comunitat Valenciana al gener, a finalitzar l'any en el lloc 12é.

**Audiència d'À Punt per mesos**



Font: Kantar Media. Target: persones a partir de 4 anys (amb convidats)

## Audiència de les cadenes de televisió més vistes a la C. Valenciana el 2019

| Cadenes           | Quota      | AM(000)       | AM%        |
|-------------------|------------|---------------|------------|
| T5                | 14,7       | 115,433       | 2,4        |
| A3                | 12,5       | 98,54         | 2,1        |
| La 1              | 11,4       | 89,449        | 1,9        |
| LA SEXTA          | 7,4        | 57,949        | 1,2        |
| CUATRO            | 5,2        | 41,125        | 0,9        |
| TRECE             | 2,9        | 22,764        | 0,5        |
| La 2              | 2,9        | 22,704        | 0,5        |
| ENERGY            | 2,8        | 21,989        | 0,5        |
| NEOX              | 2,8        | 21,897        | 0,5        |
| NOVA              | 2,7        | 21,417        | 0,4        |
| FDF               | 2,6        | 20,104        | 0,4        |
| PARAMOUNT NETWORK | 2,2        | 17,094        | 0,4        |
| <b>À PUNT</b>     | <b>2,1</b> | <b>16,435</b> | <b>0,3</b> |
| DIVINITY          | 2          | 15,957        | 0,3        |
| MEGA              | 1,7        | 13,328        | 0,3        |
| CLAN              | 1,7        | 13,111        | 0,3        |
| DMAX              | 1,7        | 13,095        | 0,3        |
| ATRESERIES        | 1,6        | 12,657        | 0,3        |
| BOING             | 1,1        | 9,034         | 0,2        |
| DKISS             | 1          | 7,697         | 0,2        |
| TV MEDITERRÀNEO   | 0,6        | 4,418         | 0,1        |
| BEMADtv           | 0,5        | 3,856         | 0,1        |
| TEN               | 0,4        | 3,47          | 0,1        |
| BOM Cine          | 0,4        | 3,37          | 0,1        |

Font: Kantar Media. Target: persones a partir de 4 anys (amb convidats).

### Franges horàries

À Punt obté el millor resultat a la franja de sobretaula, quan més espectadors connecten amb la cadena. Destaca la sobretaula dels dies laborables (de dilluns a divendres), quan una mitjana d'un 4% de quota. Aquesta xifra situa À Punt en el seu primer any quasi empatada amb la generalista Cuatro, que per al mateix període registra un 4,2%.

D'altra banda, cal assenyalar que les quotes de les vesprades i del *prime time*, també són més altes entre setmana que dissabtes i diumenges. Per contra, la franja de matí funciona millor durant els caps de setmana, com mostra la taula següent:

|                    | Total Dia | Matinada (De 02:30h a 07:00h) | Matí (De 07:00h a 14:00h) | Sobretaula (De 14:00h a 17:00h) | Vesprada (De 17:00h a 20:30h) | Prime time (De 20:30h a 24:00h) | Late night (De 24:00h a 26:30h) |
|--------------------|-----------|-------------------------------|---------------------------|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Dilluns- Divendres | 2,2       | 0,4                           | 1,2                       | 4                               | 2,3                           | 2                               | 0,8                             |
| Dissabte-Diumenge  | 1,7       | 0,5                           | 1,7                       | 2,9                             | 1,3                           | 1,8                             | 0,7                             |
| Dilluns -Diumenge  | 2,1       | 0,4                           | 1,4                       | 3,7                             | 2                             | 1,9                             | 0,8                             |

## Esdeveniments informatius i de proximitat

Les emissions més vistes corresponen principalment a la cobertura d'esdeveniments importants per a la ciutadania de la Comunitat Valenciana i que tenen en comú el caràcter de proximitat i de servei públic.

El primer lloc del rànquing d'emissions l'ocupa la cobertura especial de la celebració amb motiu del triomf del València, CF, en la Copa del Rei, *Tot per la copa: Especial campions*, al mes de maig. 428.000 valencians connectaren en algun moment amb la televisió d'À Punt per a seguir la retransmissió, que aconseguí una quota del 12,4% i una audiència mitjana de 186.000 espectadors.

El dia de la celebració de la Copa va coincidir amb la jornada de votació de les eleccions europees i municipals. La cobertura especial en À Punt de la nit electoral aconseguí un 7,2% de quota i 120.000 espectadors al llarg de tota la nit. En la programació electoral, destaca el programa *E19: Resultats poble a poble*, amb 151.000 espectadors i un 7,4% de quota. En total, al voltant d'1.200.000 valencians connectaren amb À Punt, buscant la informació de proximitat al llarg d'aquesta jornada. En conjunt, la programació especial va registrar un 6,7% i 60.000 espectadors d'audiència mitjana.

Al 2019 tingueren lloc dues cites electorals més amb una cobertura informativa especial per part d'À Punt:

- El 28 d'abril se celebraren les eleccions generals i autonòmiques. Aquesta nit electoral assolí un 5,2% de quota i 77.000 espectadors. Al llarg del programa 600.000 valencians connectaren amb À Punt i aquell dia la televisió tingué el màxim de quota al mes d'abril.
- El 10 de novembre tingueren lloc les eleccions generals, una jornada marcada per la cobertura especial dels serveis informatius d'À Punt. Al voltant de 395.000 valencians van connectar amb la nit electoral d'À Punt per informar-se dels resultats en clau de proximitat.

Les retransmissions de manifestacions culturals i festes populars ocupen un lloc destacat en les emissions més vistes de l'any i d'entre totes destaquen les Falles. La retransmissió de la Nit de la Cremà obtingué un 10,3% de quota i 157.000 espectadors i és la quarta emissió més vista; altres esdeveniments, com la Crida i les mascletades de València, ocupen també llocs destacats.

A més, les retransmissions de festes que han tingut ressò en À Punt i que han contribuït a marcar màxims mensuals són:

- Les Fogueres de Sant Joan. La Nit de la Cremà va registrar un 3,9% de quota i 34.000 espectadors que van seguir l'emissió sencera, encara que, al llarg de la durada, van connectar al voltant de 184.000 valencians i valencianes. Aquesta jornada del 24 de juny es va aconseguir el rècord mensual, amb un 3,1%.
- Les festes de la Magdalena. El Magdalena Vítol va obtenir un 3% i 73.000 espectadors, amb 121.000 espectadors que van veure algun moment d'aquesta emissió.
- Els Moros i Cristians d'Ontinyent. L'Entrada Cristiana va aconseguir un 5,8% i 53.000 espectadors. El 23 d'agost marca el màxim de quota mensual, amb un 4%.
- L'Entrada de Bous i Cavalls de Sogorb va assolir un 5,3% i 55.000 espectadors de mitjana durant els dies de l'emissió.

D'altra banda, destaquen els informatius *Notícies migdia* i l'espai de *L'oratge*, que tenen diverses emissions al rànquing del més vist de 2019.

Les emissions informatives més vistes corresponen a la cobertura informativa amb motiu del temporal de pluja i vent que va afectar, sobretot, les comarques del sud de la Comunitat Valenciana, al mes de setembre. De fet, el dia 13 de setembre es registra el rècord de quota de tot l'any, en aconseguir un 6,9% i 60.500 espectadors d'audiència mitjana i vora un milió de valencians i valencianes s'informaren per À Punt al llarg de tota la jornada. Durant els dies que va durar aquest fenomen meteorològic es van fer informatius especials per a informar els valencians de l'evolució de la tempesta.

### Rànquing de les emissions més vistes d'À Punt

| Núm. | Títol   | Data       | Dia setmana | Hora d'inici | AM(000) | AM% | Quota       | MAA(000) |
|------|---|------------|-------------|--------------|---------|-----|-------------|----------|
| 1    | TOT FUTBOL / TOT PER LA COPA, ESPECIAL CAMPIONS   | 26/05/2019 | Diumenge    | 16:35:19     | 186     | 3,9 | <b>12,4</b> | 428      |
| 2    | NTC MIGDIA  | 12/09/2019 | Dijous      | 14:05:08     | 180     | 3,8 | <b>12,1</b> | 323      |
| 3    | NTC MIGDIA  | 13/09/2019 | Divendres   | 14:02:27     | 159     | 3,3 | <b>10,3</b> | 478      |
| 4    | LA NIT DE LA CREMÀ (FALLES)                       | 19/03/2019 | Dimarts     | 22:01:58     | 157     | 3,3 | <b>10,3</b> | 621      |
| 5    | NTC MIGDIA  | 17/03/2019 | Diumenge    | 14:14:43     | 156     | 3,2 | <b>12,9</b> | 214      |
| 6    | LA CRIDA  | 24/02/2019 | Diumenge    | 19:05:59     | 151     | 3,1 | <b>8,5</b>  | 303      |
| 7    | E19: RESULTATS POBLE A POBLE                      | 26/05/2019 | Diumenge    | 21:00:21     | 151     | 3,1 | <b>7,4</b>  | 588      |
| 8    | L'ORATGE 1  | 12/09/2019 | Dijous      | 15:27:00     | 148     | 3,1 | <b>9,5</b>  | 162      |
| 9    | POST-FUTBOL: AMISTÓS / VALÈNCIA-ESPAÑA: LLEGENDES | 24/03/2019 | Diumenge    | 20:07:50     | 140     | 2,9 | <b>7,9</b>  | 158      |
| 10   | EL MATÍ À PUNT / FALLES                           | 14/03/2019 | Dijous      | 13:53:29     | 139     | 2,9 | <b>13,7</b> | 163      |
| 11   | L'ORATGE 1  | 16/09/2019 | Dilluns     | 15:01:31     | 134     | 2,8 | <b>9,6</b>  | 138      |
| 12   | L'ORATGE 1  | 07/07/2019 | Diumenge    | 14:47:14     | 133     | 2,8 | <b>11,2</b> | 124      |
| 13   | NTC MIGDIA  | 09/03/2019 | Dissabte    | 14:12:27     | 133     | 2,8 | <b>10,9</b> | 175      |
| 14   | L'ORATGE 1  | 26/09/2019 | Dijous      | 15:00:08     | 132     | 2,8 | <b>9</b>    | 138      |
| 15   | FUTBOL: AMISTÓS / VALÈNCIA-ESPAÑA: LLEGENDES      | 24/03/2019 | Diumenge    | 18:30:04     | 131     | 2,7 | <b>8,3</b>  | 247      |
| 16   | L'ORATGE 1  | 25/05/2019 | Dissabte    | 14:58:42     | 130     | 2,7 | <b>8,7</b>  | 145      |
| 17   | L'ORATGE 1  | 30/08/2019 | Divendres   | 14:47:08     | 130     | 2,7 | <b>10,8</b> | 135      |
| 18   | ATRAPA'M SI POTS                                  | 21/06/2019 | Divendres   | 15:16:40     | 129     | 2,7 | <b>9</b>    | 155      |
| 19   | NTC NIT   | 20/01/2019 | Diumenge    | 21:00:06     | 129     | 2,7 | <b>5,8</b>  | 227      |
| 20   | L'ORATGE 1  | 16/07/2019 | Dimarts     | 14:46:37     | 128     | 2,7 | <b>10</b>   | 124      |
| 21   | EL MATI À PUNT / FALLES                           | 13/03/2019 | Dimecres    | 13:49:36     | 127     | 2,6 | <b>12,7</b> | 197      |
| 22   | L'ORATGE 1  | 09/08/2019 | Divendres   | 14:54:02     | 126     | 2,6 | 10,4        | 134      |
| 23   | À PUNT DIRECTE                                    | 13/09/2019 | Divendres   | 16:11:43     | 123     | 2,6 | 8,5         | 424      |
| 24   | NTC MIGDIA  | 03/03/2019 | Diumenge    | 14:15:08     | 123     | 2,6 | 10,8        | 185      |
| 25   | AÇÒ ÉS UN DESTARIFO                               | 17/03/2019 | Diumenge    | 15:09:09     | 122     | 2,5 | 8,9         | 160      |

## Audiència de programes

Durant el 2019 els programes més vistos són els especials que responen generalment a retransmissions marcades per l'actualitat del moment, encara que també hi ha programes culturals, com determinats documentals, que han tingut una notable audiència. És el cas de les emissions com *Experiment Stuka*, *Camilo sinfónico* i *Ser a la frontera Sud*.

| Núm. | Títol   | Data                    | Dia<br>semana | Hora d'inici | Durada    | Gènere        | AM(000) | AM% | Quota | MAA(000) |
|------|---|-------------------------|---------------|--------------|-----------|---------------|---------|-----|-------|----------|
| 1    | LA CRIDA  | 24/02/2019              | Dg.           | 19:05:59     | 0096:01   | ENTRETENIMENT | 151     | 3,1 | 8,5   | 303      |
| 2    | E19: RESULTATS POBLE A POBLE                          | 26/05/2019              | Dg.           | 21:00:21     | 116:59:00 | INFORMACIÓ    | 151     | 3,1 | 7,4   | 588      |
| 3    | POST-FUTBOL: AMISTÓS                                  | 24/03/2019              | Dg.           | 20:07:50     | 0010:59   | ESPORTS       | 140     | 2,9 | 7,9   | 158      |
| 4    | E19: ELS RESULTATS                                    | 28/04/2019              | Dg.           | 21:59:07     | 179:51:00 | INFORMACIÓ    | 116     | 2,4 | 6,5   | 588      |
| 5    | E19: ANÀLISI EUROPA EN JOC                            | 26/05/2019              | Dg.           | 23:01:18     | 135:09:00 | INFORMACIÓ    | 105     | 2,2 | 7     | 408      |
| 6    | EXPERIMENT STUKA                                      | 20/01/2019              | Dg.           | 21:32:19     | 0074:00   | CULTURALS     | 102     | 2,1 | 4,5   | 232      |
| 7    | E19: EUROPEES, MUNICIPALS                             | 26/05/2019              | Dg.           | 19:55:20     | 0060:06   | INFORMACIÓ    | 100     | 2,1 | 6,9   | 381      |
| 8    | CAMILO SINFÓNICO                                      | 14/09/2019              | Ds.           | 22:03:37     | 0061:39   | CULTURALS     | 97      | 2   | 7,1   | 177      |
| 9    | FUTBOL: AMISTÓS                                       | 24/03/2019 - 07/08/2019 | Dc., dg.      | 18:47:17     | 0001:42   | ESPORTS       | 82      | 1,7 | 6,5   | 185      |
| 10   | LA NIT DE LA CREMÀ                                    | 19/03/2019 - 20/03/2019 | Dm., dc.      | 16:39:46     | 0002:13   | ENTRETENIMENT | 82      | 1,7 | 9,2   | 225      |
| 11   | CAMPANADES  | 01/01/2019 - 31/12/2019 | Dm.           | 21:18:06     | 0001:20   | ALTRES        | 68      | 1,4 | 4     | 174      |
| 12   | SER A LA FRONTERA SUD                                 | 09/10/2019              | Dc.           | 11:19:09     | 0037:07   | CULTURALS     | 65      | 1,4 | 12,6  | 130      |
| 13   | MISSATGE DE CAP D'ANY DEL PRESIDENT DE LA GENERALITAT | 31/12/2019              | Dm.           | 14:00:05     | 0012:49   | INFORMACIÓ    | 61      | 1,3 | 6,3   | 65       |
| 14   | NOU D'OCTUBRE: DIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA         | 09/10/2019              | Dc.           | 10:36:25     | 0001:54   | ENTRETENIMENT | 58      | 1,2 | 10,3  | 156      |
| 15   | E19: EL COMPTE ARRERE                                 | 28/04/2019              | Dg.           | 20:03:00     | 113:06:00 | INFORMACIÓ    | 54      | 1,1 | 3,1   | 288      |

*Programes amb tres o menys emissions*

D'altra banda, els informatius són, tradicionalment a la graella, els programes més vistos. *L'oratge* reuneix cada dia una mitjana de 64.000 espectadors i 4,6% de quota i, a la mateixa franja, *Notícies migdia* marca un 4,4% i 53.000 espectadors de mitjana.

| Núm. | Títol                                      | Data                    | Dia setmana                  | Hora d'inici | Durada  | Gènere        | AM(000) | AM% | Quota | MAA(000) |
|------|--|-------------------------|------------------------------|--------------|---------|---------------|---------|-----|-------|----------|
| 1    | L'ORATGE I                                 | 07/01/2019 - 28/12/2019 | Tots                         | 15:01:59     | 0000:09 | INFORMACIÓ    | 64      | 1,3 | 4,6   | 69       |
| 2    | L'ALQUERIA BLANCA                          | 04/02/2019 - 18/12/2019 | Dl.-dv.                      | 16:35:20     | 0001:17 | FICCIO        | 61      | 1,3 | 4,7   | 95       |
| 3    | ENTRADA DE BOUS I CAVALLS DE SOGORB        | 09/09/2019 - 15/09/2019 | Tots                         | 13:56:29     | 0000:07 | FESTES        | 55      | 1,1 | 5,3   | 79       |
| 4    | NTC MIGDIA                                 | 01/01/2019 - 31/12/2019 | Tots                         | 13:59:57     | 0000:58 | INFORMACIÓ    | 53      | 1,1 | 4,4   | 117      |
| 5    | LA FORASTERA                               | 24/03/2019 - 19/05/2019 | Dg.                          | 21:15:45     | 0000:49 | FICCIO        | 52      | 1,1 | 2,6   | 109      |
| 6    | EL PARADÍS DE LES SENYORES                 | 09/10/2019 - 04/12/2019 | Dl.-dv.                      | 16:16:16     | 0000:56 | FICCIO        | 51      | 1,1 | 4,1   | 86       |
| 7    | MERLÍ                                      | 29/09/2019 - 29/12/2019 | Dg.                          | 22:14:38     | 0000:52 | FICCIO        | 50      | 1   | 2,6   | 91       |
| 8    | SENYOR RETOR                               | 02/12/2019 - 31/12/2019 | Dl.-dv.                      | 16:06:15     | 0001:06 | FICCIO        | 44      | 0,9 | 3,3   | 73       |
| 9    | 20 h NTC                                   | 30/09/2019 - 19/12/2019 | Dl.-dv.                      | 20:28:39     | 0000:58 | INFORMACIÓ    | 43      | 0,9 | 2,6   | 102      |
| 10   | PER NADAL, TORRONS!                        | 21/12/2019 - 31/12/2019 | Tots                         | 21:17:57     | 0000:28 | FICCIO        | 40      | 0,8 | 2,5   | 63       |
| 11   | L'OFRENA                                   | 17/03/2019 - 19/03/2019 | Dg., dl., dm.                | 12:58:11     | 0005:18 | ENTRETENIMENT | 40      | 0,8 | 3,6   | 250      |
| 12   | CHECK-IN HOTEL                             | 01/07/2019 - 15/09/2019 | Tots                         | 16:42:36     | 0000:25 | ENTRETENIMENT | 39      | 0,8 | 3,6   | 62       |
| 13   | PARANY                                     | 02/12/2019 - 23/12/2019 | Dl.                          | 21:57:58     | 0000:54 | FICCIO        | 39      | 0,8 | 1,9   | 92       |
| 14   | E19: EL DEBAT                              | 24/04/2019 - 23/05/2019 | Dl.-dv.                      | 21:14:28     | 0001:26 | INFORMACIÓ    | 33      | 0,7 | 1,8   | 118      |
| 15   | ATRAPA'M SI POTS                           | 01/01/2019 - 31/12/2019 | Tots                         | 12:39:24     | 0000:53 | CONCURSOS     | 33      | 0,7 | 3,4   | 53       |
| 16   | NTC NIT                                    | 01/01/2019 - 31/12/2019 | Tots                         | 19:05:48     | 0000:43 | INFORMACIÓ    | 33      | 0,7 | 2,6   | 66       |
| 17   | TOT FUTBOL                                 | 06/01/2019 - 27/05/2019 | Dl., dc., dj., dv., ds., dg. | 19:56:01     | 0001:25 | ESPORTS       | 30      | 0,6 | 2,2   | 83       |
| 18   | ELECCIONS 2019: L'ENTREVISTA               | 12/04/2019 - 03/11/2019 | Dl.-dv., dg.                 | 16:39:23     | 0000:25 | INFORMACIÓ    | 27      | 0,6 | 1,8   | 46       |
| 19   | FESTES DE MOROS I CRISTIANS                | 04/05/2019 - 24/08/2019 | Dv.-ds.                      | 12:10:00     | 0003:25 | ENTRETENIMENT | 26      | 0,5 | 3,3   | 122      |
| 20   | UNIO MUSICAL DA CAPO                       | 14/07/2019 - 22/09/2019 | Dg.                          | 22:15:30     | 0001:00 | FICCIO        | 25      | 0,5 | 1,8   | 73       |
| 21   | CANTANT AL COTXE                           | 17/06/2019 - 31/12/2019 | Tots                         | 18:09:42     | 0000:40 | CONCURSOS     | 25      | 0,5 | 2,2   | 55       |
| 22   | PILOTA VALENCIANA: LLIGA BANKIA DE RASPALL | 17/03/2019 - 14/04/2019 | Dv., dg.                     | 13:14:57     | 0001:22 | ESPORTS       | 24      | 0,5 | 3,3   | 56       |
| 23   | FOGUERES                                   | 17/06/2019 - 24/06/2019 | Tots                         | 16:16:16     | 0000:59 | ENTRETENIMENT | 24      | 0,5 | 2,2   | 80       |
| 24   | INOBLIDABLES                               | 10/09/2019 - 29/10/2019 | Dm., dg.                     | 20:54:02     | 0001:02 | CULTURALS     | 23      | 0,5 | 1,6   | 76       |
| 25   | LA QÜESTIO                                 | 11/01/2019 - 20/12/2019 | Dv., ds., dg.                | 19:18:22     | 0002:03 | INFORMACIÓ    | 21      | 0,4 | 1,5   | 101      |

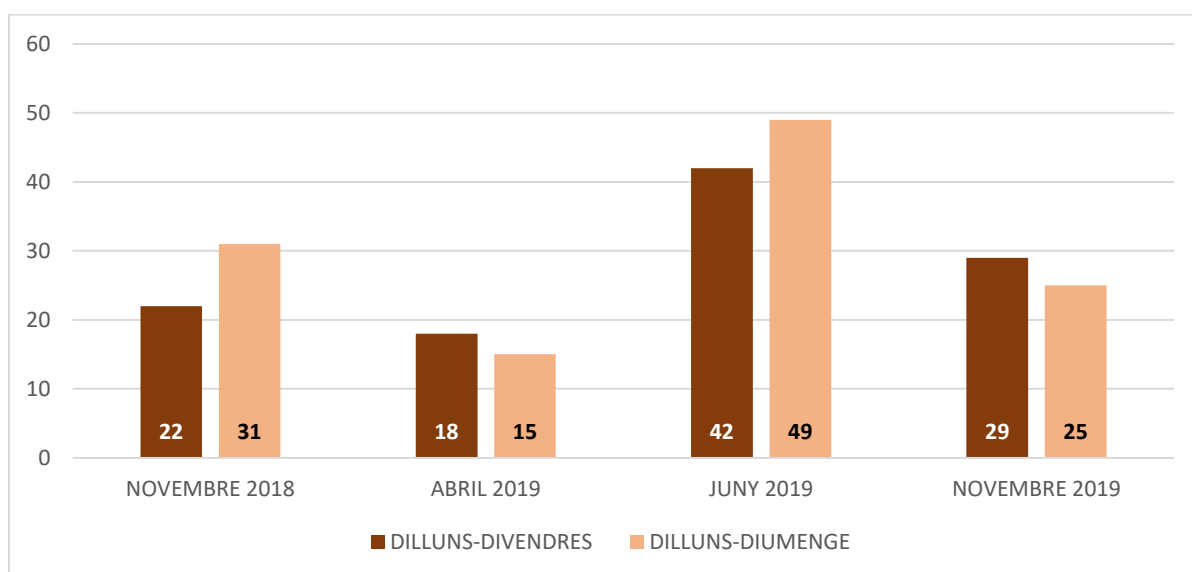
Menció a banda mereix la ficció. La tornada de *L'Alqueria Blanca* al febrer registra una quota diària del 4,7% i 61.000 espectadors a la sobretaula d'À Punt.

D'altra banda, els diumenges, en horari d'access i *prime time* destaquen les sèries de *La Forastera* i *Merlí*.

## Ràdio

À Punt tanca el 2019 amb una mitjana de 30.000 oients tant els dies laborables (de dilluns a divendres), com per a tota la setmana, segons l'Estudi General de Mitjans (EGM). Com que es tracta del primer any sencer amb registres, l'única referència anterior és l'onada última de 2018, que va donar uns resultats de 22.000 oients per als dies laborables i 31.000 per a tota la setmana.

L'evolució des de l'última onada de 2018, la primera en la qual es tenen registres d'À Punt, mostra una tendència irregular que creix en oients abans de l'estiu i torna a baixar a l'onada final encara que no als nivells de febrer.



*Oients en milers*

Els resultats de les tres diferents onades de l'any a escala individual és molt diversa, però s'ha d'evitar comparar els tres períodes entre si, atés que són de durada diferent i es refereixen a mesos diferents.

D'altra banda, si es compara l'última onada de l'any (novembre), que és per a l'única que es té un referent a l'any anterior, s'observa un creixement als oients dels dies laborables d'un 32%, mentre que als caps de setmana passa el contrari, els oients baixen un 19%.

L'audiència que escolta À Punt els dies laborables és majoritàriament masculina, de fet els homes suposen el 59% dels oients i, per edats, predominen els oients entre 35 i 44 anys i viuen en poblacions d'entre 10.000 i 50.000 habitants. Els caps de setmana la diferència per sexes s'equilibra i les dones suposen ja quasi el 46%. Més del 83% dels oients de la ràdio estan en la franja matinal, entre les 6 i les 12 hores.

À Punt es col·loca en la sexta posició en el rànquing de cadenes de ràdio generalista a la Comunitat Valenciana.

#### Rànquing ràdio generalista a la Comunitat Valenciana

|              | LABORABLES | DLLUNS-DIUMENGE |
|--------------|------------|-----------------|
| Ser          | 464        | 437             |
| Cope         | 362        | 335             |
| Onda Cero    | 234        | 212             |
| RNE          | 126        | 124             |
| EsRadio      | 75         | 60              |
| À Punt Radio | 30         | 30              |

Font: EGM

#### 4. IMPULS DE LA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL

La Llei 6/2016 marca que “La Corporació i les societats que en depenguen fomentaran la producció de programes de qualitat, sobre la base de les nostres senyes d’identitat, la nostra societat, la nostra cultura o el nostre territori i facilitarà la creació d’un departament de desenvolupament i disseny de la producció de continguts audiovisuals per a televisió i fins i tot per a cine, amb la col·laboració d’empreses de producció valencianes i altres organismes públics i privats. Per a això recolzarà la creativitat i la producció de la indústria cinematogràfica i audiovisual valenciana a través de la compra de drets o la coproducció de curts, llargmetratges, sèries de ficció, pel·lícules per a televisió, i documentals i sèries d’animació de productors independents, atenent en particular la qualitat i el treball dels joves creadors de la Comunitat Valenciana en tots els gèneres. En la seua contractació, la Corporació fomentarà la lliure competència i la igualtat d’oportunitats, establirà clarament les condicions de participació i el procés de selecció objectiva de projectes serà transparent i argumentat. Recolzant, amb tot això, el desenvolupament del sector i la indústria audiovisual de la nostra Comunitat”.

L’article 41 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, disposa que la CVMC i les societats en què participarà majoritàriament, directament o indirectament, en el capital social, ajustarà la seua activitat contractual als principis de publicitat, concurrència, transparència, confidencialitat, igualtat i no-discriminació, amb subjecció al que disposa la llei de contractes del sector públic.

No obstant això, l’article 3.2 del TRLCSP, vigent quan es va aprovar la Llei 6/2016 i aplicable fins a l’entrada en vigor de la Llei 9/2017, ha sigut objecte d’un canvi en aquesta última, en suprimir-se la referència a les entitats públiques empresarials del paràgraf que les exclouïa directament i expressament de considerar-les com a administracions públiques. En l’informe 12/2018, de 22 d’octubre, de la Junta Superior de Contractació Administrativa de la Conselleria d’Hisenda i Model Econòmic, es conclou que, en relació amb el que disposa l’article 3 de la Llei 9/2017, de contractes del sector públic: “Des de l’entrada en vigor de la Llei 9/2017 i únicament als efectes d’aquesta, la Corporació ha de tindre la consideració

d'administració pública i li són aplicables les normes corresponents a aquestes quan es tracte de contractes compresos en el seu àmbit d'aplicació”.

Aquest article assenyala també que, sense perjudici del que s'ha esmentat anteriorment, l'activitat contractual de la Corporació i de les societats en les quals va participar majoritàriament en el capital social, es regirà per la legislació bàsica de contractació del sector públic, i l'execució i l'efecte d'aquesta es regiran pel dret privat. La regulació de l'àmbit subjectiu d'aplicació d'aquesta llei considera que la CVMC s'integra en el sector públic instrumental de la Generalitat, com una entitat de les que preveu l'apartat a de l'article 2.3 de la Llei 1/2015, de 6 de febrer, de la Generalitat, d'hisenda pública, del sector públic instrumental i de subvencions. Com a entitat de dret públic té atribuït l'exercici de les competències que corresponen a la Generalitat per a dissenyar i desplegar projectes, la generació de produccions i continguts i la prestació del servei públic audiovisual. Les societats que la CVMC pugua crear formaran part del sector públic de l'administració de la Generalitat com a poders adjudicadors sense caràcter d'administració pública. Per a complir les funcions que té encomanades, la CVMC i, especialment, la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació (SAMC), han d'adquirir continguts audiovisuals. Segons l'informe de la Junta Superior de Contractació Administrativa de la Generalitat Valenciana 11/2009, de 3 de desembre (sobre adjudicació de contractes de compra, desenvolupament i producció de programes i temps de difusió pels organismes de radiodifusió), la compra o adquisició de drets d'emissió audiovisuals, així com els contractes relatius al temps de radiodifusió, són negocis jurídics de caràcter patrimonial sobre propietats incorporals. Per això, l'informe recorda que l'article 4.1.p del TRLCSP, exclou del seu àmbit d'aplicació els negocis o les relacions jurídiques sobre propietats incorpòries, que es regiran per la legislació patrimonial, sempre que complisquen les condicions que el mateix precepte determina.

---

#### 4.1. CONTRACTES DE PRODUCCIÓ

Al web de la CVMC es troba publicada la regulació del procediment de presentació, selecció, tramitació i contractació de tots els projectes destinats a integrar-se en la graella de l'SAMC: la televisió, la ràdio i els mitjans digitals, en qualsevol plataforma. El juliol 2017 es posà en marxa un procediment de contractació transparent, mitjançant una finestra única que roman oberta de forma permanent.

La regulació té com a objectiu els projectes transmèdia en règim de producció associada (pròpia) de ficció seriada, ficció de gags, falsos documentals, programes d'entreteniment, docusèries, programes de ràdio i continguts per als mitjans digitals.

La selecció i la contractació de les produccions transmèdia per a la televisió, la ràdio i el mitjà digital vol afavorir els projectes que donen una resposta a les necessitats de programació, i garantir, així, els principis de publicitat, concurrència, transparència, confidencialitat, igualtat i no-discriminació, i sempre tenint en compte l'oferta que siga econòmicament més avantatjosa.

Es licità un plec de recursos audiovisuals que ha permés garantir la cobertura d'imatges en esdeveniments de qualsevol poble de la Comunitat. L'objectiu és poder donar una atenció especial a les necessitats d'informació de proximitat. El plec està dirigit a empreses del sector audiovisual amb experiència en l'elaboració d'informació i que tinguen, o es comprometen a tindre, una seu a la comarca que tinguen interès a cobrir.

Durant el 2019 s'han signat un total de 113 contractes de produccions. S'ha de tindre en compte que durant el 2019 encara estaven en marxa contractes que s'havien signat el 2018 i que alguns contractes signats durant aquest any, s'han posat en marxa el 2020. El total de produccions que finalitzades al llarg del 2019 sumen 94 en total.

Per a continguts radiofònics se signaren 28 contractes per a la producció de programes musicals i d'entreteniment. En l'apartat de coproduccions i drets d'antena de llargmetratges de ficció, documentals, animació i curtmetratges s'han contractat 39 produccions, que nodreixen programes com ara *Filem curt* (de curtmetratges), *Zoom documentals* i la programació infantil, pel·lícules, etc.

Pel que fa als programes d'entreteniment audiovisuals, n'hi ha un total de 28, dels quals el 2019 se n'han dut a terme 21. En aquest apartat es pot destacar el programa d'educació sexual i afectiva per a adolescent *69 raons* (guardonat amb el premi Pello Sarasola com a millor programa autonòmic), *Assumptes interns*, *Terra Viva*, *Del twist al clic...* i tota la resta de programes emesos en la televisió i que es poden veure també al web.



Bé siga com a part multiplataforma desenvolupada a partir de programes o bé com a projectes amb caràcter multiplataforma propi, trobem un total de 9 contractes que abasten el desenvolupament de contingut i una estratègia específica en xarxes i accions en els instituts d'educació secundària de programes. Els programes que han realitzat accions en instituts són *Una habitació pròpia* i *69 raons*, així com accions a les escoles dels continguts

infantils *Historietes medievals*, *El cau de les feretes* i *Els Bítors*. Els projectes multiplataforma específics signats el 2019 i que estan en procés de desenvolupament són els docuwebs *Parir* i *Orgull d'Horta*.

El 2019 s'ha contractat una sèrie de ficció de 13 capítols de 25 minuts, *Després de tu* (en procés de desenvolupament). Sense oblidar altres ficcions que continuen en procés d'exercicis anteriors

Per últim, cal fer esment especial d'un total de 7 contractes que inclouen les cessions o adquisicions de drets d'explotació o emissió de diverses senyals com ara les que es corresponen a la Santa Faç i Belleses del Foc 2019, el trasllat de la Mare de Déu 2019, les Fogueres de Sant Joan 2019 i l'Entrada de Bous i Cavalls de Sogorb 2019 (realitzades per Mediterráneo Media); el Betlem de la Pigà (de Televisió de Castelló) o el Misteri d'Elx (en col·laboració amb la Televisió d'Elx) o el concert de l'ADDA, Leningrad, aquest darrer de caràcter gratuït.

Durant l'exercici 2019 s'han signat contractes d'adquisició de continguts per un import de 18.228.223 euros.

|                           |                   |
|---------------------------|-------------------|
| RÀDIO                     | 3.427.418         |
| ALIENES                   | 1.728.883         |
| CESSIÓ DRETS              | 1.071.784         |
| PROGRAMES D'ENTRETENIMENT | 9.494.712         |
| DRETS D'EMISSIÓ           | 132.179           |
| CULTURARTS                | 40.000            |
| DIGITALS/TRANSMÈDIA       | 74.247            |
| DESENVOLUPAMENT DE FICCIÓ | 9.000             |
| DOBLATGE                  | 2.250.000         |
| <b>Total 2019</b>         | <b>18.228.223</b> |

#### Producció aliena i cessió de drets

---

L'article 44 de la Llei 6/2016 explica que "la producció aliena és aquella en què la Corporació només té drets puntuals d'emissió o d'antena i difusió sense participar amb recursos propis en cap de les fases de producció. La producció aliena es considerarà sempre producció externa. La producció aliena pot comportar drets d'explotació patrimonial".

Durant el 2019 s'han signat 45 contractes de producció aliena per valor d'1.728.883 euros que han permès la contractació de 79 pel·lícules, 6 sèries i minisèries de ficció, 15 documentals, 13 curtmetratges, més 7 contractes de cessió de drets amb diferents institucions sense contraprestació econòmica.

## Participacions en obres audiovisuals no finalitzades

---

El 2019 es van signar contractes per aproximadament 1.071.619 euros, dels quals en quedarien pendents d'executar aproximadament la meitat, uns 500.000 euros, en ser productes que tenen un període d'execució llarg i caràcter sovint plurianual, ja que parlem de llargmetratges, documentals, etc.

Quant a la producció cinematogràfica que s'emet en la TV d'À Punt, més dels 90% és d'àmbit europeu, i es compleix així la Llei general de comunicació audiovisual. Igualment, es compleix l'obligació de reservar un mínim del 35% del temps d'emissió a la difusió d'obres audiovisuals i cinematogràfiques de productores valencianes independents i producció original en valencià.

## Contractació de continguts

---

Pel que fa a continguts d'entreteniment (inclosos els programes culturals i divulgatius), el 2019 s'han subscrit 56 contractes, tant de televisió com de ràdio, amb una inversió conjunta pròxima als 13.600.000 euros.

Pel que fa als continguts (inclosos programes culturals i divulgatius), el Departament de Continguts ha gestionat al llarg del 2019, a banda de les produccions romanents contractades en el seu moment per l'Alt Consell Consultiu de l'Audiovisual, 27 contractes per a televisió i 28 contractes per a ràdio provinents de la finestra única de l'SAMC així com de la crida específica per a la producció d'un format de gran entreteniment de plató per al *prime time* d'À Punt.

Actualment hi ha contractes vigents amb 61 productores per a continguts televisius d'entreteniment, ficció i relacionats amb la compra de drets d'antena. D'aquests 61, 52 són amb productores valencianes.

Específicament per a continguts radiofònics, s'han realitzat contractes amb 9 productores, totes valencianes, per a continguts d'entreteniment i musicals. També s'estableix el compromís de complir les quotes d'emissió i producció establides en la normativa vigent, respecte de la producció independent audiovisual, previstes per al territori de la Unió Europea: el 51% del temps d'emissió anual de la programació es reserva a obres europees, i el 10% del temps d'emissió serà d'obres de productors europeus independents produïdes en els últims cinc anys. El temps indicat es computarà excloent-ne el dedicat a informacions i manifestacions esportives.

## Doblatge

---

La proporció de finançament que la Corporació destinarà al doblatge d'obres i de continguts audiovisuals serà, com a mínim, d'un 5% i un màxim d'un 15% del pressupost destinat a continguts, segons el contracte programa.

En l'àmbit del doblatge, al llarg de 2019 s'han adjudicat 689 encàrrecs de producció als 9 estudis de doblatge homologats per un import de 2.405.612,16 euros, distribuïts de la manera següent:

- 944.580,95 euros corresponen a 134 pel·lícules
- 983.745,25 euros a 16 sèries-minisèries de ficció (260 capítols)
- 396.789,14 euros a 9 sèries d'animació (225 capítols)
- 80.496,82 euros a 9 documentals o sèries documentals (70 capítols)

En el quadres següents s'indiquen les inversions per estudis i per formats:

| ESTUDI            | PEL·LÍCULES         | SÈRIES FICCIÓ       | SÈRIES ANIMACIÓ     | DOCS               | 2019 TOTAL ESTUDIS    |
|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|-----------------------|
| SOMÀGIC           | 118.435,50 €        | 185.092,42 €        | 10.791,00 €         |                    | 314.318,92 €          |
| NOCLA             | 100.918,25 €        |                     | 89.196,47 €         | 18.079,80 €        | 208.194,52 €          |
| ALBORAIA          | 110.713,40 €        | 199.344,85 €        |                     |                    | 310.058,25 €          |
| ANDRO             | 128.686,65 €        | 181.379,70 €        | 47.740,33 €         | 8.475,00 €         | 366.281,68 €          |
| KHz               | 170.311,25 €        | 61.693,02 €         | 47.820,07 €         |                    | 279.824,34 €          |
| AC                | 84.960,55 €         |                     | 59.874,10 €         | 15.483,60 €        | 160.318,25 €          |
| GARATGE           | 108.811,50 €        | 94.300,80 €         | 48.110,33 €         | 10.141,75 €        | 261.364,38 €          |
| GALAXIA           | 64.426,10 €         | 123.590,21 €        | 68.213,36 €         | 14.158,33 €        | 270.388,00 €          |
| UTE*              | 57.317,75 €         | 138.344,25 €        | 25.043,48 €         | 14.158,33 €        | 234.863,81 €          |
| <b>TOTAL €</b>    | <b>944.580,95 €</b> | <b>983.745,25 €</b> | <b>396.789,14 €</b> | <b>80.496,81 €</b> | <b>2.405.612,15 €</b> |
| <b>TOT. PROD.</b> | <b>134</b>          | <b>260</b>          | <b>225</b>          | <b>70</b>          | <b>689</b>            |

\*UTE formada per la unió de les empreses Mediproducció SLU (Mediapro), Pasarela Iluminació SL i Sound Diseño Estudio

## 5. PUBLICITAT I MÀRQUETING

### 5.1. PUBLICITAT

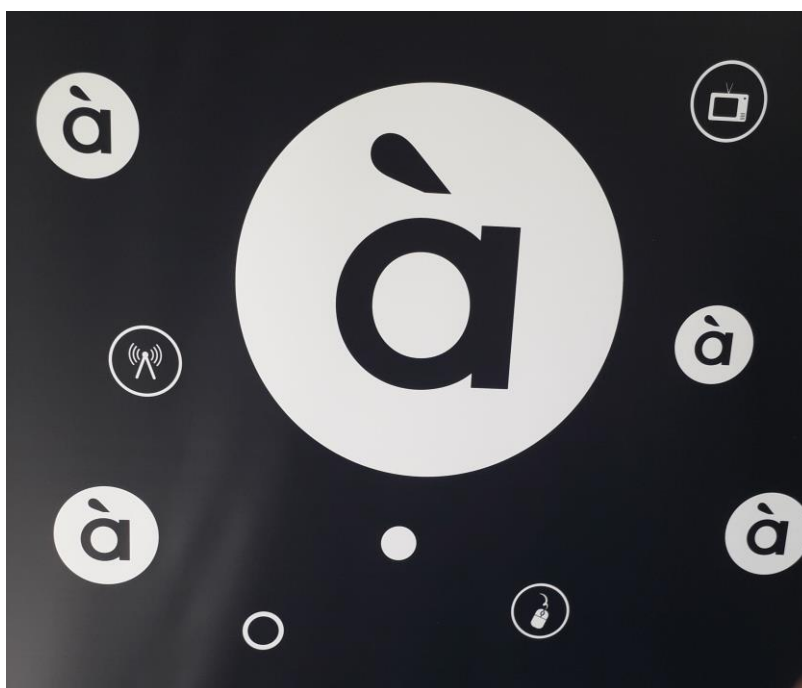
Durant l'any 2019 À Punt Mèdia ha facturat un total d'1.231.045,50 euros en publicitat en el conjunt de les tres finestres: ràdio, web i televisió. Per suports, la televisió d'À Punt ha concentrat el 87,1% de la inversió. La ràdio ha obtingut un 11,2% de la inversió i el web un 1,7%.

Aquests ingressos s'han obtingut de tres maneres: en primer lloc, es va comptar amb una exclusivista per a la comercialització de la publicitat. De gener a abril, l'empresa que es va

fer càrrec de la venda de publicitat va ser Guadalmedia. A partir de setembre fins al desembre l'empresa Bluemedia ha sigut l'encarregada de comercialitzar la publicitat. Cal tindre en compte que entre el maig i l'agost no hi ha inversió procedent d'exclusivista.

A partir de l'1 de maig, la Forta gestiona la gestió de la comercialització a escala nacional de la publicitat d'À Punt Mèdia en les dues fórmules de venda publicitària: l'oferta de comunicació comercial nacional i el projecte de comercialització directa.

Durant 2019, À Punt ha emés dotze campanyes de la Generalitat Valenciana gratuïtament, atenent als acords presos pel Consell Rector de la CVMC en els quals estimaven que eren campanyes d'interés públic, segons el que estableix la clàusula quarta del contracte programa entre el Consell i la CVMC.



A més, s'han emés, sense cost per a l'anunciant, les diferents campanyes institucionals de les eleccions a les Corts Generals i al Parlament Europeu, del Ministeri de l'Interior. Es van emetre un total 665 minuts de publicitat relacionats amb els processos electorals. En aquest càlcul estan exclosos els espais gratuïts dedicats als partits polítics.

Pel que fa a la llengua triada per a la publicitat, la televisió d'À Punt ha emés un total de 516.566 segons de publicitat, dels quals 340.392 són en valencià (65,9%), i 176.174 en castellà (34,1%). El percentatge de publicitat emesa en valencià en la televisió en 2018 va ser del 50,9%. La baixada del percentatge de campanyes en valencià el 2019 està produït per l'entrada d'À Punt en la comercialització de Forta, on la pràctica totalitat de campanyes són en castellà.

La ràdio d'À Punt ha emés un total de 103.054 segons, dels quals 191.675 són en valencià (84,5%), i 35.108 en castellà (15,5%). 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.

En el web pràcticament totes les campanyes són en valencià (amb excepcions com la campanya de Nadal "Visit València", que era en castellà).

En les següents taules es mostra de manera exhaustiva la procedència dels ingressos per publicitat durant l'exercici 2019.

#### Total per sistemes de comercialització i suports

|                   | TOTAL             |                  |                     |                     |
|-------------------|-------------------|------------------|---------------------|---------------------|
|                   | RÀDIO             | WEB              | TV                  | Subtotal            |
| GENER             | 8.600,91          | 1.620,00         | 28.863,85           | 39.084,76           |
| FEBRER            | 7.331,55          | 428,00           | 55.735,84           | 63.495,39           |
| MARÇ              | 14.367,96         | 1.245,17         | 69.480,87           | 85.094,00           |
| ABRIL             | 16.091,53         | 3.469,85         | 60.108,70           | 79.670,08           |
| MAIG              | 21.101,53         | 3.696,36         | 93.649,58           | 118.447,47          |
| JUNY              | 11.496,53         | 2.314,45         | 118.604,70          | 132.415,68          |
| JULIOL            | 8.825,68          | 455,43           | 118.081,77          | 127.362,88          |
| AGOST             | 4.404,79          | 656,30           | 66.837,80           | 71.898,89           |
| SETEMBRE          | 3.532,30          | 488,50           | 99.388,83           | 103.409,63          |
| OCTUBRE           | 13.764,24         | 2.585,96         | 109.501,38          | 125.851,58          |
| NOVEMBRE          | 15.051,31         | 3.479,81         | 119.407,01          | 137.938,13          |
| DESEMBRE          | 12.940,40         | 794,23           | 132.642,38          | 146.377,01          |
| <b>TOTAL 2019</b> | <b>137.508,73</b> | <b>21.234,06</b> | <b>1.072.302,71</b> | <b>1.231.045,50</b> |

#### Comercialització directa d'À Punt

|                   | DIRECTE          |                  |                   |                   |
|-------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
|                   | RÀDIO            | WEB              | TV                | Subtotal          |
| GENER             | 2.559,08         | 200,00           | 1.303,00          | 4.062,08          |
| FEBRER            | 2.334,00         | 200,00           | 9.459,55          | 11.993,55         |
| MARÇ              | 2.051,00         |                  | 4.726,50          | 6.777,50          |
| ABRIL             | 16.006,43        | 3.469,85         | 54.989,28         | 74.465,56         |
| MAIG              | 21.101,53        | 3.696,36         | 81.804,98         | 106.602,87        |
| JUNY              | 11.496,53        | 2.314,45         | 97.734,58         | 111.545,56        |
| JULIOL            | 8.825,68         | 455,43           | 65.933,69         | 75.214,80         |
| AGOST             | 4.404,79         | 656,30           | 52.658,97         | 57.720,06         |
| SETEMBRE          | 2.988,30         | 488,50           | 64.465,18         | 67.941,98         |
| OCTUBRE           | 1.547,85         | 310,00           | 63.575,91         | 65.433,76         |
| NOVEMBRE          | 999,60           | 200,00           | 63.945,18         | 65.144,78         |
| DESEMBRE          | 1.350,00         | 200,00           | 57.411,12         | 58.961,12         |
| <b>TOTAL 2019</b> | <b>75.664,79</b> | <b>12.190,89</b> | <b>618.007,94</b> | <b>705.863,62</b> |

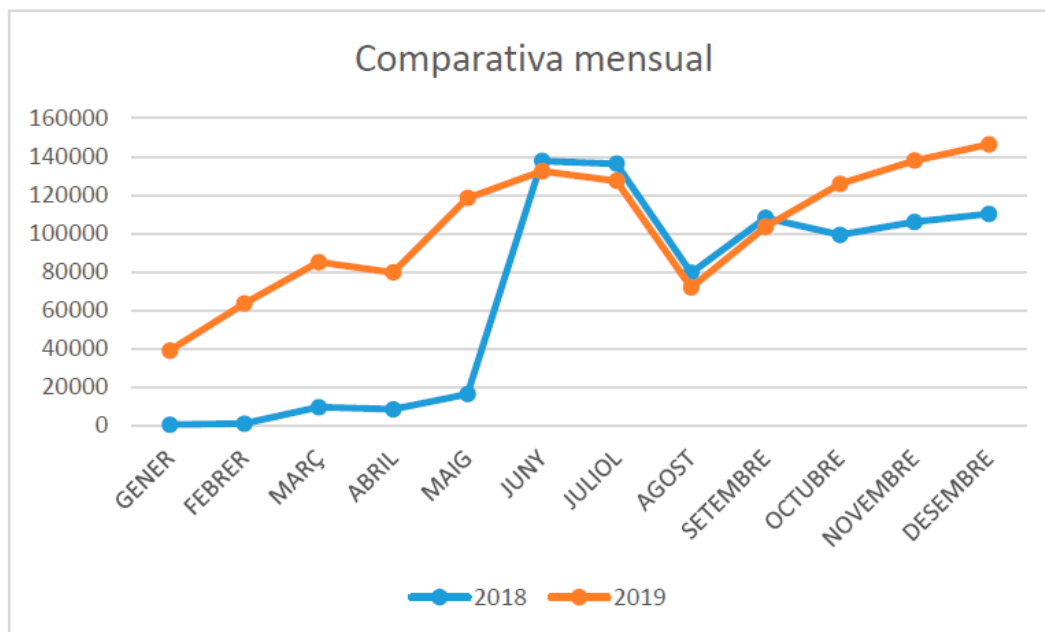
**Exclusivista (Guadalmedia de gener a abril i Bluemedia de setembre a desembre)**

|                   | <b>EXCLUSIVISTA</b> |                 |                   |                   |
|-------------------|---------------------|-----------------|-------------------|-------------------|
|                   | <b>RÀDIO</b>        | <b>WEB</b>      | <b>TV</b>         | <b>Subtotal</b>   |
| GENER             | 6.041,83            | 1.420,00        | 27.560,85         | 35.022,68         |
| FEBRER            | 4.997,55            | 228,00          | 46.276,29         | 51.501,84         |
| MARÇ              | 12.316,96           | 1.245,17        | 64.754,37         | 78.316,50         |
| ABRIL             | 85,10               |                 | 5.119,42          | 5.204,52          |
| MAIG              |                     |                 | -348,00           | -348,00           |
| JUNY              |                     |                 |                   | 0,00              |
| JULIOL            |                     |                 |                   | 0,00              |
| AGOST             |                     |                 |                   | 0,00              |
| SETEMBRE          | 544,00              |                 | 420,00            | 964,00            |
| OCTUBRE           | 12.216,39           | 2.275,96        | 9.127,19          | 23.619,54         |
| NOVEMBRE          | 14.051,71           | 3.279,81        | 15.632,90         | 32.964,42         |
| DESEMBRE          | 11.590,40           | 594,23          | 17.951,80         | 30.136,43         |
| <b>TOTAL 2019</b> | <b>61.843,94</b>    | <b>9.043,17</b> | <b>186.494,82</b> | <b>257.381,93</b> |

**Comercialització de la Forta**

|                   | <b>FORTA PCD FORTA PCC</b> |                   |                   |                   | <b>TOTAL</b>      |
|-------------------|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                   | <b>TV</b>                  | <b>Subtotal</b>   | <b>TV</b>         | <b>Subtotal</b>   |                   |
| GENER             |                            | 0,00              |                   | 0,00              | 0,00              |
| FEBRER            |                            | 0,00              |                   | 0,00              | 0,00              |
| MARÇ              |                            | 0,00              |                   | 0,00              | 0,00              |
| ABRIL             |                            | 0,00              |                   | 0,00              | 0,00              |
| MAIG              | 5.208,50                   | 5.208,50          | 6.984,10          | 6.984,10          | 12.192,60         |
| JUNY              | 8.378,80                   | 8.378,80          | 12.491,32         | 12.491,32         | 20.870,12         |
| JULIOL            | 32.211,51                  | 32.211,51         | 19.936,57         | 19.936,57         | 52.148,08         |
| AGOST             | 5.338,90                   | 5.338,90          | 8.839,93          | 8.839,93          | 14.178,83         |
| SETEMBRE          | 18.020,44                  | 18.020,44         | 16.483,21         | 16.483,21         | 34.503,65         |
| OCTUBRE           | 24.729,85                  | 24.729,85         | 12.068,43         | 12.068,43         | 36.798,28         |
| NOVEMBRE          | 23.491,33                  | 23.491,33         | 16.337,60         | 16.337,60         | 39.828,93         |
| DESEMBRE          | 35.389,50                  | 35.389,50         | 21.889,96         | 21.889,96         | 57.279,46         |
| <b>TOTAL 2019</b> | <b>152.768,83</b>          | <b>152.768,83</b> | <b>115.031,12</b> | <b>115.031,12</b> | <b>267.799,95</b> |

Respecte de l'any 2018, el 2019 s'observa un augment de la inversió publicitària del 51,4%. El 2018 la inversió total va ser de 813.075 euros, mentre que el 2019 la xifra va augmentar fins el 1.231.045 euros.



## 5.2. CAMPANYES DE MÀRQUETING

El departament de Màrqueting ha fet un total de 52 accions durant l'any 2019. S'assenyalen de manera cronològica les accions més importants.

- Cavalcada de Reis de València: À Punt va participar a la Cavalcada de Reis de València amb un camió amb llums led, decorat com un llibre, ja que el lema de l'Ajuntament per a aquest acte era la lectura. A més, els actors dels Bítors i els de les Feretes acompanyaren el vehicle per tal d'animar el públic.
- Campanya de publicitat exterior "Estem on Tu". Campanya de publicitat exterior en mobiliari urbà, autobusos, tanques i suports de gran impacte a València, Alacant, Elx, Castelló i les seues àrees metropolitanes. La inversió en aquesta campanya va ser de 161.437 euros
- Falles. S'instal·là un set a la plaça de l'Ajuntament de València i el logo d'À Punt estigué a la passarel·la del carrer Sant Vicent amb motiu de l'Ofrena.
- La Colla en Ruta Gandia. Festa de 3 hores amb actuacions dels Bítors, de les Feretes i la representació de les rondalles d'Enric Valor amb l'equip de Catacric Catacric. Punt d'inscripció de La Colla i entrega de material publipromocional.

- Fogueres. Instal·lació del set amb carpa corporativa, banderoles i *photocall* a la plaça dels Estels d'Alacant (recinte de la mascletà).
- Manifestació de l'Orgull València 2019. Contractació d'una carrossa per a la desfilada, repartiment de material promocional (ventalls i adhesius), elaboració d'elements de *street marketing* "La finestra de l'Orgull" que s'utilitzà en diferents programes de la casa i el departament de xarxes socials.
- La Colla d'À Punt a la Vall d'Uixó col·laborà en la instal·lació del material corporatiu (carpa, unflables, ròllers, *photocall*)
- Moros i Cristians d'Ontinyent. Durant el programa d'*Al ras* a Ontinyent s'emetia en bucle un vídeo promocional d'À Punt amb avanços de programació. També es va fer entrega de material publipromocional. A més, per a donar visibilitat a À Punt com el mitjà de comunicació encarregat de la retransmissió de l'entrada de Moros i Cristians, es col·locaren lones en els punts de les càmeres.
- Tomatina de Bunyol. S'instal·là la lona corporativa en un emplaçament destacat del recorregut.
- Mostra Internacional de MIM de Sueca. Conveni per a ser mitjà oficial amb el logo en tots els suports, així com la cobertura mediàtica.
- Premis Nuevas Miradas. conveni per a ser mitjà oficial amb el logo en tots els suports, així com la cobertura mediàtica. El programa *Pròxima parada* es va fer en directe.
- Torneig de tennis BBVA Open Ciutat de València. Muntatge d'un estand amb elements corporatius i una pantalla des d'on es veia la retransmissió en directe. Es gestionà en xarxes el sorteig d'entrades.
- Campanya de difusió de *69 raons*. Acció als centres educatius (IES i centres d'FP públics de la Comunitat Valenciana).
- Campanya de difusió de la mitjà marató de València. Campanya de xarxes socials en Instagram i Facebook destinada als aficionats als esports, sobretot de l'atletisme. L'audiència del programa especial amb convidats per la televisió d'À Punt del 27 d'octubre va ser de 5,2% de quota de pantalla.
- Fira Trovam Castelló. Un any més À Punt va patrocinar la Fira de música Trovam de Castelló, on es muntà l'escenari À Punt. La programació matinal a l'escenari es dirigí al públic infantil, es muntà la zona La Colla amb un punt d'informació i de impressió de carnets.
- Carrera en Manada de Bioparc. Instal·lació d'un arc unflable de La Colla. Un total de 1.000 persones participaren diumenge 24 de novembre en la setena edició de la carrera en manada organitzada per Bioparc.

- Marató València. À Punt Mèdia participa, un any més, com a punt d'animació. El set se situà al centre de València, al passeig de Russafa pel pas de la carrera pel carrer Colom.
- Festival La Lluna de publicitat. À Punt ha sigut empresa patrocinadora d'un dels premis, l'atorgat a la millor campanya integral. Abans del lliurament, es projectà un vídeo amb les fites més importants d'À Punt el 2019. En el *photocall* oficial, la marca estava present i en finalitzar la gala, es desenvolupà una acció especial i es sortejà un dispositiu Alexa.
- I Jornada Meteorològica À Punt amb la col·laboració de la Universitat d'Alacant.
- Visita dels Bítors i les Feretes als hospitals. Aquesta acció es va coordinar amb la Conselleria de Sanitat i 3 centres hospitalaris. Així, es va organitzar una jornada en què els Bítors a València i les Feretes a Castelló i Alacant van fer una xicoteta actuació. En acabar, es repartiren peluixos i motxilles de La Colla amb tasses, gorres i material publipromocionals als menuts ingressats.
- Fires infantils de Nadal. L'objectiu de la presència d'À Punt en aquests esdeveniments és augmentar la visibilitat en el públic infantil i convertir l'espai La Colla en referent per tota la família. A més de presentar els nostres continguts, es reserva un espai per a fer membres de La Colla als xiquets i xiquetes de 0 a 12 anys. A més, durant les fires exposarem els nous peluixos del Cau de les Feretes.
  - Expojove València
  - ExpoNadal Alacant
  - Fira de l'Oci Infantil i Juvenil de Castelló

---

## 6. RELACIONS AMB LA SOCIETAT

### 6.1. LA DONA MIRA. MIRA LA DONA

La CVMC va organitzar la jornada [La Dona Mira. Mira la Dona](#): creació, producció i representació audiovisual. La jornada tingué lloc el mes de març al Museu de la Il·lustració i la Modernitat (Muvim).



L'objectiu era posar en relleu l'aposta de la plataforma de mitjans de comunicació públics en reconèixer i visibilitzar les dones com a subjecte de creació artística, intel·lectual i cultural en un sentit ampli, així com la necessitat de pluralitzar les representacions audiovisuals sobre les dones valencianes.

El president de la Corporació i la directora general d'À Punt Mèdia van inaugurar la jornada, que va consistir en un col·loqui amb la cineasta alacantina Cecilia Bartolomé i una taula redona amb dones que treballen en diferents àrees de la producció audiovisual.

Com a colofó es lliuraren els premis del certamen audiovisual La Dona Mira. Mira la Dona convocat l'any anterior. Tant les obres premiades com tota la resta d'obres presentades es troben publicades en el web de la [Corporació](#).

---

## 6.2. COL·LABORACIONS, CONVENIS I PATROCINIS

Des de la Unitat de Projectió Social de l'SAMC s'han gestionat, entre convenis, concerts i contractes de patrocini, un total de 41 acords de col·laboració, que es distribueixen de la manera següent.

1. Concerts amb centres educatius per a la realització de pràctiques formatives en centres de treball (pràctiques FCT).

- IES Juan Comenius, València (2-1-20)
- IES Gonzalo Anaya, Xirivella (10-1-19)
- IES Luis García Berlanga, Alacant (17-1-19)
- IES Veles e Ventas, Gandia (22-1-19)
- Centre privat d'FP CEU San Pablo, Alfara del Patriarca (24-1-19)
- Centre integrat públic d'FP Misericòrdia, València (29-1-19)
- Centre privat Sagrada Família. Patronato de la Juventud Obrera, València (30-1-19)
- IES Juan de Garay, València (13-2-19)
- IES Vila-Roja, Almassora (6-3-19)
- IES Federica Montseny, Burjassot (15-10-19)

2. Acord de cooperació educativa amb l'Escola d'Art i Superior de Disseny de València en matèria de pràctiques acadèmiques externes.

3. Convenis amb empreses i institucions que associen la seua oferta cultural, esportiva, lúdica o mediambiental al carnet de La Colla.

- Museu de Ciències Naturals El Carme, Onda
- Parc Infantil de Trànsit Sant Esperit, Gilet

- Parc Terra Natura, Benidorm
- Associació Cultural Turisme i Art Turiart, València
- Viu Natura, cooperativa de turisme, Figueroles
- Temps Actiu Multiaventura, Sant Joan de Moró
- Itinerantur, Castelló
- Emsevall, la Vall d'Uixó. Visita a les coves de Sant Josep
- Parque Adai d'Educació i Oci Infantil. Nàquera

4. Conveni de col·laboració amb l'Ajuntament de Gandia destinat al foment de l'entreteniment i l'aprenentatge infantil, consistent en la celebració d'un esdeveniment de contingut infantil i juvenil, "La Colla en ruta", al Centre Cívic Roís de Corella.

5. Conveni de col·laboració amb l'Ajuntament de la Vall d'Uixó, destinat al foment de l'entreteniment i l'aprenentatge infantil, consistent en la celebració d'un esdeveniment de contingut infantil i juvenil, "La Colla en ruta", a la plaça del Parc.

6. Conveni de col·laboració amb la Fundació Ateneo Mercantil per a difondre i promocionar l'esdeveniment Expofòrum 2019, entre l'1 de febrer i el 30 d'abril de 2019. À Punt va ser el mitjà oficial.

7. Conveni de col·laboració amb l'Ajuntament de València i la Junta Central Fallera per a difondre i promocionar els diferents actes programats en les Falles 2019.

8. Conveni de col·laboració amb l'Ajuntament de Bunyol per a difondre i promocionar la festa de la Tomatina 2019.

9. Acord de col·laboració amb Lambda, col·lectiu LGTB+ per la diversitat sexual, de gènere i familiar, per a participar en la manifestació de l'Orgull del 29 de juny a València.

10. Conveni de col·laboració amb el Llevant Unió Esportiva SAD per a difondre i promocionar l'esport, tant professional com de base; fomentar la presència de les disciplines adaptades i afavorir el joc net dels participants.

11. Conveni de col·laboració amb el Villarreal Club de Futbol SAD per a difondre i promocionar l'esport, tant professional com de base; fomentar la presència de les disciplines adaptades i afavorir el joc net dels participants.

12. Conveni de col·laboració amb la Fundació de la Comunitat Valenciana per a la Pilota Valenciana per a difondre i promocionar l'esport de la pilota en les seues diferents

modalitats, tant professionals com de base; afavorir el joc net dels participants i difondre els seus aspectes culturals, històrics i identitaris.

13. Conveni de col·laboració amb l'Ajuntament d'Albaida en relació amb la promoció i difusió de La Colla en el Museu Internacional de Titelles d'Albaida (MITA) i per a difondre i promocionar les activitats en família i fomentar el coneixement del món dels titellaires.

14. Adhesió a la campanya "Llegir en valencià" promoguda per la Fundació Bromera per al Foment de la Lectura.

15. Conveni de col·laboració amb l'Associació València Negra per a difondre i promocionar com a mitjà oficial el festival València Negra, que se celebra a València del 10 al 19 de maig, i que aborda l'anomenat gènere negre des del concepte més ampli: literatura, cinema, arts escèniques, teatre, fotografia, música, còmic i gastronomia.

16. Conveni de col·laboració amb l'Associació Lluna Plena per a difondre i promocionar la trentena edició de la Mostra Internacional de MIM, que se celebra a Sueca del 18 al 22 de setembre. Mitjà oficial del MIM i accions publicitàries i de màrqueting.

17. Conveni de col·laboració amb l'Ajuntament de València, a través de l'entitat pública empresarial Mostra de València i Iniciatives Empresariales per a difondre i promocionar la cultura durant la celebració de la 34a edició de Mostra de València-Cinema del Mediterrani, del 24 d'octubre al 3 de novembre de 2019. Mitjà Oficial i Premi À Punt a "la pel·lícula de la secció oficial que millor promoga els valors d'integració social, civisme, cooperació i pau, des del respecte a la diversitat de social, de gènere, cultural i geogràfica".

18. Conveni de col·laboració amb l'Ajuntament de Vila-real com a mitjà oficial per a difondre i promocionar la cultura en el marc de les activitats que de la 4a edició del Festival de Jazz de Vila-real, del 19 al 22 de setembre de 2019.

19. Contracte de patrocini amb l'Associació Espai de no Ficció, Nofic, DocsValència per a difondre i promocionar el cinema documental en el marc de la tercera edició del Festival Internacional de Cine Documental DOCSVALÈNCIA, del 7 al 16 de novembre de 2019. Mitjà oficial, patrocini del laboratori de creació i desenvolupament de projectes del festival, amb el nom DocsLab-À Punt, i premi À Punt al millor projecte valencià dels que participen en el DocsLab.

20. Conveni de col·laboració amb la Universitat Politècnica de València (UPV) per a difondre i promocionar el cinema d'animació en el marc de les activitats de la setena edició del festival Prime the Animation!, celebrat del 3 al 6 d'octubre de 2019. Mitjà oficial i menció especial À Punt d'animació al millor projecte valencià.

21. Acord de col·laboració amb la Societat Musical d'Alzira per a la celebració del concert de Soca-rel, de caràcter solidari. Es destinen tots els beneficis generats a l'Associació de Famílies Acollidores de la Comunitat Valenciana. Mitjà oficial.

22. Conveni de col·laboració amb l'Associació d'Empreses de Comunicació Publicitària de la Comunitat Valenciana per a fer que la difusió de publicitat en els mitjans de la CVMC contribuïska a la promoció del teixit productiu valencià i, alhora, siga respectuosa amb els principis i valors recollits en la Llei 6/2016. À Punt, mitjà col·laborador del festival La Lluna 2019.

23. Contracte de patrocini amb l'associació Valencian Music Association per a la Fira Valenciana de la Música Trovam Pro Weekend, a Castelló, del 7 al 10 de novembre. Mitjà oficial i escenari À Punt.

24. Conveni de col·laboració amb el campus de València del Berklee College of Music per difondre i promocionar la cultura musical en relació amb el seu procés d'aprenentatge i la indústria creativa.

---

### 6.3. COL·LABORACIÓ AMB UNIVERSITATS

Els convenis signats han propiciat una col·laboració entre CVMC/SAMC i diverses universitats:

1. Cooperació en programes de formació d'estudiants mitjançant sistemes de beques i contractes en pràctiques. S'ha consolidat i s'ha ampliat la implantació de pràctiques externes universitàries de graus relacionats amb les professions vinculades al funcionament d'À Punt, sempre sota tutorització.

El 2019 s'han fet un total de 38 pràctiques universitàries a les instal·lacions del CPP de Burjassot i a les delegacions d'Alacant i Castelló. Són 4 pràctiques més que el 2018.

- Ha augmentat el nombre de campus, dels 6 de 2018 s'ha passat als 8, amb la incorporació de l'EASD, Escola d'Art i Superior de Disseny de València, i de la Universitat Autònoma de Barcelona, amb un estudiant valencià amb capacitats diferents.
- S'ha ampliat el nombre de graus que s'han interessat per fer pràctiques en À Punt: dels 5 de 2018 hem passat als 10, amb la incorporació de Publicitat, Enginyeria de Disseny Industrial, Enginyeria Multimèdia, Enginyeria Telemàtica i Disseny, Fotografia i Creació Audiovisual.
- El nombre d'hores de pràctiques que s'han fet en À Punt ha crescut un 49%, i s'ha passat de 6.120 el 2018 a 9.105 el 2019, amb una remuneració global en concepte de borsa d'ajuda a l'estudi de 35.080 euros.

| DISTRIBUCIÓ PER CAMPUS |           |
|------------------------|-----------|
| UV                     | 9         |
| UPV                    | 8         |
| UJI                    | 7         |
| UMH                    | 5         |
| CEU                    | 6         |
| UA                     | 1         |
| UAB                    | 1         |
| EASD-VAL               | 1         |
| <b>TOTAL</b>           | <b>38</b> |

A més, À Punt va participar en la Jornada **Talent-Fest 19** que es va celebrar el 9 de maig a l'Escola Tècnica Superior d'Enginyeria de la Universitat de València (ETSE-UV). El fòrum permet els contactes informals entre empreses i alumnes, que s'interessen per les estades en pràctiques i pels projectes tecnològics d'À Punt. També ha servit per a reflexionar sobre el paper de les pràctiques en la inserció laboral, la marca personal i les estratègies de les empreses en la cerca de talent.

2. Segona edició del Talent Audiovisual Universitari. Pitching Universitats Valencianes-Sector Audiovisual.



La segona edició del Talent Audiovisual Universitari. Pitching Universitats Valencianes-Sector Audiovisual, que va tindre lloc en el campus de Gandia de la UPV, ha significat la consolidació de l'esdeveniment com a punt de trobada entre el sistema universitari, el sector audiovisual privat i la plataforma pública de comunicació, À Punt Mèdia.

- El Pitching 2019 ha registrat un augment en la participació, tant en el nombre de projectes presentats com en el d'estudiants participants. En concret, un total de 46 projectes i 156 alumnes han respost a la convocatòria (82 dones i 74 homes), mentre que en la primera edició hi va haver 22 projectes i 93 alumnes participants.
- En el Pitching 2019 han participat les quatre associacions principals de productores valencianes (Avapi, Avepa, Avant i PAV).
- Ha millorat la qualitat dels projectes, dels dossiers i de les presentacions. Ha augmentat la presència de dones en els equips participants, així com la participació activa en la presentació dels projectes, com es va proposar en les bases. Ha funcionat positivament la reducció del nombre de projectes presentats en la sessió pública (de 16 a 12) ja que ha permès agilitar-la i ha possibilitat una millor comunicació entre els participants i la mesa d'experts.
- Es valora positivament la taula redona organitzada durant la vesprada, ja que ha servit perquè les associacions de productors puguen debatre i exposar la seua visió de l'audiovisual valencià davant la comunitat universitària.
- S'ha millorat molt en l'organització dels contactes entre productores i alumnes en la sessió de la vesprada.

La comissió de seguiment ha aprovat convocar la tercera edició a Castelló, i ha assumit les tasques de coorganització la Universitat Jaume I.

### 3. Col·laboració amb programes d'investigació

- Organització del I Open Day Innovation À Punt-UPV, el 15 d'octubre de 2019. Centrada en els reptes plantejats per À Punt (traducció simultània i subtitulat; llenguatge de signes amb avatar en temps real; classificació automàtica d'àudio i vídeo; sistema transmèdia; algorismes per a millorar l'experiència de l'usuari; granges de computació) i presentació per part d'equips de la UPV de resultats d'investigacions relacionades amb els reptes plantejats
- Participació en la VI Jornada UPV Empresas Horizonte 2020, el 28 d'octubre. La jornada, organitzada per CPI2020 i la UPV, té l'objectiu de promoure la col·laboració de la UPV amb empreses i entitats valencianes interessades en l'aplicació de la intel·ligència artificial en diversos àmbits.
- Fruit d'aquestes dues jornades, la UPV i À Punt estan en procés de tancar un acord de col·laboració investigadora amb l'Institut Valencià d'Investigació en Intel·ligència Artificial (VRAIN) per al desenvolupament d'un sistema de subtitulació i traducció automàtica.

4. Organització i execució d'activitats comunes, com seminaris, cursos, jornades i congressos. Participació en activitats organitzades per les universitats.

- Conjuntament amb la Universitat d'Alacant, À Punt ha organitzat la I Jornada Meteorològica d'À Punt "La informació de proximitat en els episodis de pluges torrencials. La lliçó de la DANA del setembre a Alacant", a la Seu Universitària Ciutat d'Alacant, el 17 de desembre de 2019.

- Participació en les I Jornadas sobre Cultura Digital, Participación Ciudadana y Medios de Comunicación Públicos, organitzada per l'Associació Espanyola d'Investigació en Comunicació (AE-IC), en col·laboració amb con el grup d'Investigació en Tecnologies Aplicades a la Comunicació Audiovisual (Itaca), de la Universitat Jaume I de Castelló.
- Participació en la I International Conference on Social Inclusion, Audiovisual Translation, and Audiovisual Communication, organitzada per la Universitat Jaume I, a Castelló.
- Participació en les Jornades Continguts i Formats Transmèdia per a la Televisió Digital. Tvmorfosi/CONTD, organitzades per la Universitat de València a València.
- Participació en les XIX jornades d'història i anàlisi cinematogràfica Trajectes (Des)Esperançats. *Todo sobre mi madre / París-Tombuctú*, organitzades per la Càtedra Luis García Berlanga de la Universitat Cardenal Herrera-CEU.

#### 5. Col·laboració en revisió pla estudis i acreditació estudis

- Experts d'À Punt (en ficció televisiva, ràdio, informació, xarxes, innovació i tecnologia) han participat en un panel d'experts per a revisar els plans d'estudis del grau de Comunicació Audiovisual, a iniciativa del campus de Gandia .
- La delegada d'À Punt a Castelló va participar en la visita de l'Agència Valenciana d'Avaluació i Prospectiva (AVAP) per avaluar el màster de Noves Tendències i Processos d'Innovació en Comunicació, que imparteix l'UJI. Es va emetre un informe positiu de la relació entre les dues institucions.
- El cap de Projecte Social va participar en la visita de l'Agència Nacional d'Avaluació de la Qualitat i Acreditació per a avaluar el màster en Continguts i Formats Audiovisuals que imparteix la Universitat de València. Es va emetre un informe positiu de la relació entre les dos institucions

#### 6. Col·laboració en estudis i treballs acadèmics centrats en À Punt.

- Col·laboració amb el professorat de les assignatures Direcció de Comptes i Sistemes i Processos en la Publicitat i les Relacions Públiques del grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Universitat d'Alacant, perquè l'alumnat participe en una activitat de simulació en la creació d'un pla de comunicació per a À Punt Mèdia.
- Col·laboració amb el professor Vicent Martines, del Departament de Filologia Catalana de la Universitat d'Alacant, en els treballs conjunts amb l'Institut d'Estudis Catalans per a l'elaboració del Corpus Oral de la Llengua Catalana.
- Col·laboració amb Javier Marzal Felici, catedràtic de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Jaume I, en la preparació de la seua ponència en un congrés internacional d'ULPICC a Conca, on va exposar una anàlisi sobre el grau de desenvolupament en À Punt Mèdia de les narratives transmèdia, en especial en el context dels serveis informatius.
- Col·laboració en l'elaboració d'un total de 10 treballs acadèmics (entre treball final de màster, treball de fi de grau i treballs acadèmics) de diferents titulacions.

A més, s'han atés les peticions de visites grupals per part de diferents col·lectius universitaris per conèixer els fluxos de treball d'À Punt:

- Grau de Comunicació Audiovisual de la Universitat de València.
- Grau de Traducció i Interpretació de la Universitat Jaume I de Castelló.
- Graus de Comunicació Audiovisual i Enginyeria en Sistemes de Telecomunicació del Campus de Gandia de la UPV.
- Grau de Filologia Catalana de la Universitat d'Alacant.

#### 7. Participació d'estudiants universitaris en programes d'À Punt (modalitat *n*)

- Durant el 2019 alumnes de Comunicació Audiovisual de la Universitat Politècnica han col·laborat en una secció del magazín radiofònic *Pròxima parada*.
- Alumnes de Periodisme de les universitats valencianes han participat en diferents edicions del programa televisiu *La qüestió*.

8. Realització de programes en directe als campus universitaris. El magazín *Al ras* ha fet les quatre hores en directe del programa des de la:

- Universitat Cardenal Herrera-CEU, Facultat de Ciències Socials
- Universitat de València, La Nau
- Universitat Jaume I, Paranimf
- Universitat de València, Parc Científic de Burjassot
- Universitat Miguel Hernández, Campus de Las Salesas

---

#### 6.4. PRÀCTIQUES FORMATIVES EN CENTRES DE TREBALL (PRÀCTIQUES FCT)

S'ha posat en marxa el sistema de pràctiques FCT per als alumnes de formació professional que cursen graus relacionats amb la indústria audiovisual. En total hem acollit 79 alumnes entre la convocatòria ordinària del març (69) i la convocatòria extraordinària del setembre (10), procedents d'instituts públics i de centres privats i concertats.

Per a desplegar les pràctiques FCT, l'SAMC ha establert convenis amb 14 centres: IES La Marxadella (Torrent); IES Henri Matisse (Paterna); IES Veles e Vents (Gandia), IES Vila-Roja (Almassora); IES Luís García Berlanga (Alacant); IES Gonzalo Anaya (Xirivella); IES Juan de Garay (València); EASD Alcoi; IES Font de Sant Lluís (València); IES Camp de Morvedre (Sagunt); La Florida (Catarroja); Colegio Sagrada Familia-Patronato de la Juventud Obrera (València); Juan Comenius (Valencia); Ceu San Pablo (Alfara del Patriarca);

Les pràctiques estan tutoritzades per professionals adscrits a 14 categories laborals de l'SAMC: operador de càmera, ajudant de producció, ajudant de realització, operador

d'equip, il·luminador, tècnic de so, operador electrònic, regidor, postproducció, grafista, desenvolupament d'aplicacions multiplataforma, desenvolupament d'aplicacions web, tècnic de màrqueting i tècnic de publicitat.

---

#### 6.5. VISITES A LES INSTAL·LACIONS D'À PUNT

La Unitat de Projectió Social ha començat a programar visites al CPP de Burjassot, prioritzant les de caràcter educatiu. Al llarg de 2019 s'han fet un total de 19 visites, amb 463 persones, de les quals 25 són docents.

- Estudiants universitaris que cursen graus relacionats amb els perfils professionals d'À Punt (Periodisme, Comunicació Audiovisual, Traducció i Interpretació, Filologia Catalana, Enginyeria de Telecomunicacions, Física, Documentació, Màrqueting i Publicitat)
- Estudiants de graus superiors d'FP de cicles vinculats amb les especialitats d'Imatge i So; Electrònica i Informàtica
- Estudiants de batxillerat Audiovisual
- Estudiants de segon de batxillerat dins d'accions d'orientació universitària
- Estudiants d'ESO
- Estudiants de primària que treballen projectes relacionats amb els mitjans de comunicació
- Altres col·lectius interessats

## 7. INFRAESTRUCTURES

### 7.1. INSTAL·LACIONS



El grup CVMC desenvolupa l'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'adscriu l'immoble corresponent a les instal·lacions del CCP de Burjassot a la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. De la cessió s'exclouen determinades àrees que queden adscrites a l'empresa de la Generalitat Istec o a Presidència de la Generalitat. Aquesta resolució indica que la data d'efecte d'aquesta adscripció es fixa el 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 el manteniment de l'edifici, sense perjudici que la Presidència de la Generalitat i Istec 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 edificis següents:

- 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

Aquesta cessió es fa de manera indefinida i gratuïta.

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

- Delegació d'Alacant: situada a la ciutat, al Centre d'Estudis de Ciudad de la Llum, propietat de l'empresa pública Societat Projectes Temàtics de la Comunitat Valenciana.
- Delegació de Castelló: situada en la Delegació de Radiotelevisió Espanyola (RTVE). S'ha signat amb RTVE un contracte de cessió d'instal·lacions en què es cedeixen els espais per a la delegació.
- Delegació de Madrid: ubicada dins l'edifici de Forta.
- Delegació de Barcelona: s'ha llogat un espai dins d'un edifici de cotreball.

---

## 7.2. INVERSIÓ EN TECNOLOGIA I ADAPTACIÓ DELS SISTEMES

Pel que fa a les inversions en tecnologia i adaptació dels sistemes, la Unitat de Sistemes i Comunicacions ha tirat avant diferents accions durant el 2019. Una de les més destacades és la finalització de la remodelació i la posada en funcionament de l'Estudi 2 destinat a les emissions del programa *La qüestió* i l'informatiu de la nit *20 h NTC*. Aquest projecte ha suposat la renovació tecnològica completa del control de realització i les obres de condicionament.

Pel que fa a la ràdio, en acabar les obres i l'equipament tecnològic, durant el 2019 s'han millorat les prestacions per a poder retransmetre en *streaming* i amb realització personalitzada per tal de emetre *Les notícies del matí* en la ràdio i la TDT de manera simultània.

Les cobertures de les eleccions generals, autonòmiques i municipals implicaren un gran desplegament de mitjans tècnics, incloent una ampliació del sistema Dalet. A més es potencià el web d'À Punt Mèdia per a les eleccions.

Es va augmentar la cobertura de línies de comunicació externes, principalment de fibra i RDSI per a cobrir diferents esdeveniments, així com l'emissió dels partits de futbol. També es va potenciar la plataforma web amb tecnologies emergents i es va preparar la pàgina d'À Punt Mèdia per a les eleccions.



Es van desenvolupar diverses aplicacions per a la gestió de fluxos i comunicació entre sistemes, entre els quals cal destacar l'aplicació de planificació per a la ràdio i l'aplicació de gestió per al club de La Colla.

Al llarg del 2019 s'implantà el portal de la intranet corporativa que inclou diferents aplicacions de gestió i el portal de l'empleat per a la gestió de permisos, fitxar les entrades i eixides del personal, planificació d'horaris, etc. A més, s'implantà un sistema de gestió financera, que inclou diverses portes de gestió de pressupostos i consulta de facturació i contractació.

---

## 8. GESTIÓ

### 8.1. PRESSUPOSTOS DE LA CVMC I L'SAMC

En acabar l'exercici 2018 en el passiu del balanç de l'SAMC apareixen deutes amb la CVMC per un import de 18.888.935,13 euros. Així mateix, en el balanç de la CVMC hi ha un crèdit a cobrar a l'SAMC pel mateix import. Aquests imports corresponen a les factures emeses per la CVMC a l'SAMC per les operacions vinculants, i també pel traspàs de les existències adquirides per la CVMC.

A causa d'aquesta situació que desemboca en la generació d'un dèficit que materialment no existeix i que paral·lelament crea una situació patrimonial negativa en la Societat, s'ha optat per constituir un fons de reserva i ampliar el capital de la Societat.

El Consell Rector aprova el 31 de juliol de 2019 la constitució d'un fons de reserva equivalent al 10% del pressupost de la Corporació (5.5000.000 euros), amb els romanents de transferències corrents i de capital no aplicades a aquesta finalitat (exercici 2018) de la CVMC i de l'SAMC.

Ampliació de capital. Dins de les possibilitats d'ampliació de capital recollides en la Llei de societats de capital es troba l'ampliació de capital per compensació de deutes, és a dir, s'amplia capital per import del deute, o el que és el mateix, el deute existent es transforma en accions. L'aportació de capital consisteix en un augment del capital social per l'import de 18.888.000 euros, corresponent al deute que l'SAMC mantenia amb la CVMC el 31 de

desembre de 2018. Per tant, el capital social quedaria en 18.948.000 euros (corresponents al capital inicial 60.000 € més 18.888.000 € de l'ampliació).

El Consell Rector va aprovar en la reunió del 29 d'agost del 2019 una modificació del pressupost del 2019 per tal d'ajustar el pressupost a la despesa real de les dues entitats. La modificació consisteix a incrementar les transferències corrents a l'SAMC per part de la CVMC. Aquesta modificació no suposa en cap moment un increment de les transferències que ha de rebre per part de la Generalitat, ni un increment en el pressupost del grup. Com a resultat de les operacions vinculades, la CVMC incrementa el capítol 4 de despesa (transferències corrents a l'SAMC) en 10.287.389 euros per tal de compensar la facturació realitzada a l'SAMC. D'altra banda, en el capítol 3 dels ingressos s'incrementa en el mateix import. El pressupost de l'SAMC també es modifica: el capítol 2 de despesa del pressupost s'incrementa per import de 10.287.389 euros, que correspon a les factures emeses per la CVMC i s'incrementa el capítol 4 (transferències corrents) pel mateix import per tal de compensar el pressupost.

La situació economicofinancera en què es troba el grup conformat per la CVMC i l'SAMC, una vegada adoptades les mesures descrites, permet afirmar que no hi ha cap risc per al funcionament ordinari i per a continuar prestant als ciutadans de la nostra comunitat el servei públic de comunicació audiovisual per al qual va ser creat.

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:

**CORPORACIÓ VALENCIANA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ**

**INFORME D'EXECUCIÓ DEL PRESSUPOST 2019**

| DESPESES  | Pressupost 2019.<br>Modificat | Executat a<br>31/12/2019 | % Execució     | Pendent<br>execució |
|---|-------------------------------|--------------------------|----------------|---------------------|
| <b>PERSONAL</b>   | <b>2.974.632</b>              | <b>2.405.131</b>         | <b>80.85%</b>  | <b>569.501</b>      |
| Sous i Salaris  | 2.239.146                     | 1.863.308                |                |                     |
| Seguretat Social  | 735.486                       | 541.823                  |                |                     |
| <b>SERVEIS EXTERIORS I ALTRES DESPESES DE GESTIO CORRENT</b>  | <b>8.366.042</b>              | <b>8.173.334</b>         | <b>97.70%</b>  | <b>192.708</b>      |
| Serveis exteriors   | 8.296.042                     | 4.815.854                | 58.05%         | 3.480.188           |
| Impostos  | 70.000                        | 93.338                   | 133.34%        | -23.338             |
| Altres despeses de gestió corrent (interessos confirming gva) |                               | 41.857                   |                | -41.857             |
| Continguts ALT CONSELL CONSULTIU despeses 2019)               |                               | 3.222.286                |                | -3.222.286          |
| <b>SUBVENCIONS CONCEDIDES SAMC</b>                            | <b>50.928.161</b>             | <b>50.928.161</b>        | <b>100.00%</b> | <b>0</b>            |
| <b>INVERSIONS</b>   | <b>2.203.650</b>              | <b>2.762.536</b>         | <b>125.36%</b> | <b>-558.886</b>     |
| <b>TOTAL DESPESES I INVERSIONS</b>                            | <b>64.472.485</b>             | <b>64.269.162</b>        | <b>99.68%</b>  | <b>203.323</b>      |

| INGRESOS                     | Pressupost 2019.<br>Modificat | Executat a<br>31/12/2019 | % Execució     | Pendent<br>execució |
|------------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------------|---------------------|
| INGRESOS (Facturacions SAMC) | 5.796.372                     | 7.275.082                | 125.51%        | -1.478.709          |
| TRASPÀS EXISTÈNCIES SAMC     | 2.784.779                     | 3.222.286                | 115.71%        | -437.506            |
| SUBVENCIONS D'EXPLOTACIÓ     | 53.687.683                    | 53.687.683               | 100.00%        | 0                   |
| SUBVENCIONS DE CAPITAL       | 2.203.650                     | 2.203.650                | 100.00%        | 0                   |
| <b>TOTAL INGRESOS</b>        | <b>64.472.485</b>             | <b>66.388.700</b>        | <b>102.97%</b> | <b>-1.916.216</b>   |

**SOCIETAT ANÓNIMA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ**

**INFORME PROVISIONAL D'EXECUCIÓ DEL PRESSUPOST 2019**

| DESPESES   | Pressupost<br>2019. Modificat | Executat a<br>31/12/2019 | %<br>Execució  | Pendent<br>execució |
|--|-------------------------------|--------------------------|----------------|---------------------|
| <b>PERSONAL</b>  | <b>20.924.586</b>             | <b>18.792.011</b>        | <b>89.81%</b>  | <b>2.132.575</b>    |
| Sous i Salaris   | 15.861.843                    | 14.284.074               | 90.05%         |                     |
| Seguretat Social i altres despeses socials                   | 5.062.743                     | 4.507.936                | 89.04%         |                     |
| <b>SERVEIS EXTERIORS I ALTRES DESPESES DE GESTIO CORRENT</b> | <b>11.794.473</b>             | <b>11.692.586</b>        | <b>99.14%</b>  | <b>101.887</b>      |
| Serveis exteriors  | 11.784.473                    | 11.686.977               |                |                     |
| Altres tributs   | 10.000                        | 5.608                    |                |                     |
| <b>TREBALLS REALITZATS PER ALTRES EMPRESES (CONTINGUTS)</b>  | <b>19.809.102</b>             | <b>21.958.761</b>        | <b>110.85%</b> | <b>-2.149.658</b>   |
| <b>TOTAL DESPESES</b>  | <b>52.528.161</b>             | <b>52.443.357</b>        | <b>99.84%</b>  | <b>84.804</b>       |

| INGRESOS                          | Pressupost<br>2019. Modificat | Executat a<br>31/12/2019 | %<br>Execució  | Pendent<br>execució |
|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------------|---------------------|
| <b>INGRESOS</b>                   | <b>1.600.000</b>              | <b>1.832.001</b>         | <b>114.50%</b> | <b>-232.001</b>     |
| <b>SUBVENCIONES DE EXPLOTACIÓ</b> | <b>50.928.161</b>             | <b>50.928.161</b>        | <b>100.00%</b> | <b>0</b>            |
| <b>TOTAL EJERCICIO</b>            | <b>52.528.161</b>             | <b>52.760.162</b>        | <b>100.44%</b> | <b>-232.001</b>     |

## PRESSUPOST CONSOLIDAT:

| DESPESES  | Pressupost 2019   | Executat a 31/12/2019 | % Execució    | % ejecució    |
|---|-------------------|-----------------------|---------------|---------------|
| PERSONAL  | 23.899.218        | 21.197.142            | 91.01%        | 88.69%        |
| SERVEIS EXTERIORS I ALTRES DESPESES DE GESTIO CORRENT | 14.364.143        | 10.539.843            | 78.95%        | 73.38%        |
| INVERSIÓ EN CONTINGUTS                                | 19.809.102        | 21.958.761            | 105.48%       | 110.85%       |
| INVERSIONS  | 2.203.650         | 2.762.536             | 78.03%        | 125.36%       |
| <b>TOTAL DESPESA/INVERSIÓ</b>                         | <b>60.276.113</b> | <b>56.458.282</b>     | <b>92.55%</b> | <b>93.67%</b> |

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

### 8.2. 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 d'aquesta memòria d'activitats encara no s'han publicat els informes corresponents a l'exercici 2019.

### 9. RECURSOS HUMANS

#### 9.1. LA PLANTILLA

Les bases generals de l'oferta pública d'ocupació (OPO) tant de la CVMC com de l'SAMC foren negociades amb els representants sindicals i es va remetre a la Direcció General de Pressupostos. L'OPO de la CVMC està ja aprovada. Pel que fa a l'OPO de la de l'SAMC la Direcció General de Pressupostos ha informat que cal adequar-la a l'escenari previst en l'article 36.3 de la Llei 6/2016, que indica que els costos del capítol I no poden superar un terç del total del pressupost.



La plantilla de la CVMC a 31 de desembre de 2019 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 d'alta direcció  | 2         | 0         | 0                        | 2         |
| Funcionari  | 0         | 2         | 0                        | 2         |
| Tècnic/a (grup A)   | 13        | 7         | 0                        | 20        |
| Tècnic/a (grup B)   | 0         | 3         | 0                        | 3         |
| Operador/a  | 7         | 12        | 1                        | 19        |
| Administratiu/iva   | 1         | 5         | 1                        | 6         |
| Auxiliar administratiu/iva                                      | 6         | 1         | 1                        | 7         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>29</b> | <b>31</b> | <b>4</b>                 | <b>60</b> |

| Plantilla de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació |            |            |                          |            |
|--|------------|------------|--------------------------|------------|
| CATEGORIA PROFESSIONAL                                     | Dones      | Homes      | Amb diversitat funcional | TOTAL      |
| Directora general  | 1          | 0          | 0                        | 1          |
| Personal d'alta direcció                                   | 1          | 1          | 0                        | 2          |
| Subdirector/a - caps                                       | 23         | 33         | 1                        | 56         |
| Tècnic/a (grup A)  | 141        | 96         | 4                        | 237        |
| Tècnic/a (grup B)  | 5          | 10         | 2                        | 15         |
| Operador/a   | 25         | 108        | 3                        | 133        |
| Administratiu/iva-Ajudant/a                                | 25         | 7          | 0                        | 32         |
| Auxiliar administratiu/iva                                 | 5          | 5          | 0                        | 10         |
| Artista  | 2          | 1          | 0                        | 3          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>228</b> | <b>261</b> | <b>10</b>                | <b>489</b> |

---

## 9.2. COMITÉ D'EMPRESA

A final de l'any 2018 van tindre lloc les eleccions sindicals i es constituïren els comitès d'empresa de la CVMC i de l'SAMC. El mes de febrer de 2019 es constituí la mesa per a negociar el conveni col·lectiu com a grup d'empreses. S'han realitzat un total de 16 reunions al llarg de l'any, durant les quals s'han arribat a acords importants i s'ha avançat en el conveni col·lectiu. A més, durant el mes de juliol la direcció de Recursos Humans va mantindre reunions diàries amb els comitès d'empresa per a tancar assumptes essencials.

Entre els acords als quals s'ha arribat es poden destacar que s'ha delimitat l'horari especial de cap de setmana i s'arribà a un pacte per a la cobertura de les eleccions, donat que suposava una càrrega extra de treball, fet en torns diferents i dies festius.

A més, també s'ha acordat una instrucció per a definir el treball de l'alumnat en pràctiques formatives i la realització de contractes en el règim d'artistes dels col·laboradors dels programes d'esports de ràdio i televisió.

D'altra banda, les bases generals de l'oferta pública d'ocupació (OPO) tant de la CVMC com de l'SAMC va ser negociada amb els representants sindicals.

---

## 9.3. ESTUDI DE CLIMA LABORAL

L'empresa Carbo & Domínguez, Consultores de Capital Humano, va fer durant l'any 2019 un estudi de clima organitzacional entre els treballadors i treballadores de la CVMV i l'SAMC.

L'objectiu de l'estudi és identificar i prioritzar les accions o les omissions de l'empresa, que tenen una relació directa amb el rendiment i la motivació del personal, per tal d'aconseguir plans estratègics eficients, maximitzar recursos i esforços destinats al personal.

El clima laboral és un concepte que es refereix al grau de satisfacció i comoditats dels treballadors i de les treballadores dins l'empresa i es basa en les percepcions i punts de vista que tenen les persones sobre l'empresa.

La metodologia consisteix d'una banda en la distribució per correu electrònic d'una enquesta que garanteix l'anonimat i de l'altra s'organitza una sessió de dinàmiques de grup.

L'enquesta s'envia a les 518 persones que formen part de la plantilla. Hi participen 285 persones, fet que suposa el 55% de participació. L'empresa assenyala a l'informe que es una bona dada de participació, atés que en aquest tipus d'enquesta la participació sol situar-se entre el 20% i el 30%.

En les dinàmiques participen un total de 32 persones, de diferents llocs i departaments, que es distribueixen en tres grups.

Les conclusions de l'estudi de clima laboral es poden resumir en aquestes conclusions:

-En general, la plantilla valora molt positivament la col·laboració i el treball en equip. La majoria de les respostes es troben en posicions de *quasi sempre* (31,99) i *sempre* (22,92).

-En la dimensió que reflecteix la percepció de les persones respecte de les condicions de treball, es preguntava, entre altres qüestions, per les condicions de l'espai, soroll, temperatura i il·luminació per al desenvolupament del treball. Els resultats van ser que la resposta *quasi sempre* (38,18%) i *a vegades* (35,79%) són les majoritàries. El 12,98 va respondre *sempre* i el 11,93 va marcar l'opció *mai*.

-El 41,30% de les respostes indica que les persones mantenen sempre una bona relació amb el seu responsable, seguit del 26,45, que es troba en *quasi sempre*.

-En general les persones es troben satisfetes en el lloc de treball. Es troben les dades més representatives en l'opció de *sempre* (27,21%) i *quasi sempre* (23,38%), seguit de *a vegades* (24,44%). Les dades també aporten que el personal coneix com el seu treball contribueix a aconseguir els resultats del seu departament (30,88%) *quasi sempre* i 25,96%) *sempre*. Alhora, les respostes mostren que tenen clares les seues tasques i responsabilitats amb un 35,69%) en *sempre* i un 39,22% en *quasi sempre*.

-En l'àrea d'igualtat ens mostra dos tipus de respostes clarament vinculades a dos temes: d'una banda, la imatge d'empresa igualitària que és una fortalesa i d'una altra els temes de conciliació i de corresponsabilitat familiar. La pregunta de si es considera que en l'empresa hi ha igualtat d'oportunitats entre homes i dones ha sigut contestada amb *sempre* per un 59,36% i amb un *quasi sempre* per un 23,32%. Quant a les mesures de conciliació, el 12,72% considera que mai té informació, juntament amb el 21,20%, que afirma que quasi mai i, per últim, el 26,15% indica que a vegades. Això indica que cal millorar en l'àmbit de la comunicació.

---

#### 9.4. 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 d'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.

L'empresa Considera en va guanyar la licitació i ha sigut l'encarregada de elaborar el pla de treball. Durant la primera fase es va fer un diagnòstic mitjançant una enquesta a tota la plantilla de treballadors i treballadores i una sèrie d'entrevistes de personal de les diverses àrees de treball tant de la CVMC com de l'SAMC.

S'ha constituït la Comissió d'Igualtat, impulsat pel Consell Rector de la CVMC i la Direcció General de l'SAMC, com a mecanisme impulsor en l'elaboració, implantació, seguiment i avaluació del Pla d'Igualtat per a les dues entitats. La Comissió d'Igualtat s'ha creat amb caràcter permanent i està integrada per representants de l'empresa i representants dels treballadors i de les treballadores, que assumiran els càrrecs de presidència, secretaria i vocals.

Per part de la CVMC i l'SAMC han participat en l'elaboració del Pla d'Igualtat:

- Carolina Marín González, directora d'administració, PRESIDENTA
- Ana Pérez Marí, directora de Recursos Humans
- Amparo Mallén Fran, tècnica de Recursos Humans
- Victòria Maso Reig, cap d'edició
- Lorena Tortosa Guerrero, cap de redacció

Per part de la representació sindical han participat en l'elaboració del Pla d'Igualtat:

- Ana Alemany Furió, CGT, SECRETÀRIA
- Paula Elisa Garcia Sáez, Intersindical
- Esther Garcia Fuster, CCOO
- Yolanda Sanz Quirantes, UGT
- Frederic Ferri i Gómez, CSIF



El Pla d'Igualtat ha sigut aprovat pel Consell Rector en la reunió del 14 de febrer de 2020 i s'ha presentat en un acte en què s'ha convidat tota la plantilla de la CVMC i de l'SAMC, el Consell d'Informatius, el Consell de la Ciutadania i les seccions sindicats i els sindicats externs que han col·laborat en l'elaboració del pla.

---

## 9.5. INTRANET

El 2019 també s'ha posat en marxa la intranet de la CVMC com una més de les aplicacions d'ús intern. La intranet inclou una secció en què es mostren les notícies, avisos i la informació rellevant per a la plantilla i una altra on es penjen els butlletins de comunicació interna. Així, també s'ha incorporat un apartat de consultes personals, en què els treballadors i les treballadores poden fixar l'entrada i l'eixida i realitzar tot un seguit de consultes. Així mateix, es poden descarregar documents d'interès personal com ara les nòmines, sol·licitar les vacances, lliurances i permisos i consultar l'estat dels dies acceptats o gaudits.

La intranet inclou, a més, un apartat per a descarregar la tipografia i els logotips corporatius, un altre per consultar l'organigrama de la CVMC i l'SAMC. Tots aquests aspectes es troben ja desenvolupats i disponibles en la intranet.

---

## 9.6. PLA DE FORMACIÓ

El departament de Recursos Humans implementà ja el 2018 un pla de formació permanent de la plantilla de la CVMC i l'SAMC. Durant l'any 2019 s'impartiren un total de 29 cursos de formació tant de Dalet —un sistema de producció integrat multimèdia per a la redacció, els operadors d'equips, el departament de tecnologia i l'alumnat en pràctiques— com d'altres àrees tècniques específiques en les quals s'ha detectat una necessitat de formació contínua. El sistema Dalet disposa dels servidors escaients per a poder nodrir informatius, programes propis o aliens, enviaments de Forta, peces editades en les 12 cabines d'edició, continguts de ràdio i de l'àrea de grafisme. A més, el sistema es connecta amb els centres exteriors, les delegacions de Castelló i Alacant i la de Madrid, també dotades amb editors avançats que poden accedir als servidors per a lliurar continguts.

També s'impartiren cursos més específics de periodisme mòbil i de tecnologies de la redacció i un curs de llenguatge exclusiu. Per últim, s'oferí un curs d'homologació destinat als lingüistes de les productores externes.

---

## 10. CONTROL DE LA CVMC

### 10.1. COMISSIÓ MIXTA DE SEGUIMENT DEL CONTRACTE PROGRAMA

La clàusula quinze 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 fer un control constant 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, que disposarà del vot de qualitat per a l'adopció d'acords.

El 30 d'abril de 2019 es constitueix la primera comissió mixta de seguiment del contracte programa. Aquesta comissió estava integrada pels representants del Consell: Josep Maria Vidal, secretari autonòmic de Comunicació, Marta Hortelano, directora general de Relacions Informatives i Promoció Institucional, Albert Girona, secretari autonòmic de Cultura i Esport. També formaven part de la comissió, en representació de la Corporació el president de la CVMC, Enrique Soriano, els vocals del Consell Rector, Rafael Xambó i Raquel Piqueras, i la directora general de l'SAMC, Empar Marco, que va excusar la seua presència en aquesta reunió.

Amb la celebració de les eleccions autonòmiques, del 28 d'abril queda configurat un nou Consell i, per tant es modifiquen els representants del Consell en aquesta comissió. El 23 d'octubre de 2019 es reuneix la nova comissió. En representació del Consell assisteixen la secretària autonòmica de Comunicació, Blanca Marín, la secretària autonòmica de Cultura i Esport, Raquel Tamarit, el secretari autonòmic d'Hisenda, Francesc Gamero, el subdirector general de Relacions Informatives i Promoció Institucional, José Moreno. En representació de la Corporació assisteixen el president Enrique Soriano, la directora general de l'SAMC, Empar Marco, i els vocals del Consell Rector, Rafael Xambó i Raquel Piqueras. L'ordre del dia d'aquesta reunió va ser la constitució de la comissió, el nomenament del secretari, establir les normes bàsiques de funcionament i l'informe d'avaluació del compliment dels compromisos del contracte programa.

L'última reunió de l'any de la comissió es va celebrar el dia 18 de desembre. En representació del Consell assisteixen la secretaria autonòmica de Comunicació, Blanca Marín, la secretària autonòmica de Cultura i Esport, Raquel Tamarit, el secretari autonòmic d'Hisenda, Francesc Gamero i el subdirector general de Relacions Informatives i Promoció Institucional, José Moreno. En representació de la Corporació assisteixen el president Enrique Soriano, la directora general de l'SAMC, Empar Marco, el secretari del Consell Rector, Ferran Bargues i les vocals del Consell Rector, Mar Iglesias i Raquel Piqueras. En aquesta ocasió, l'ordre del dia incloïa l'informe sobre el compliment d'objectius del contracte programa per a remetre'l a la comissió competent de les Corts, dació de comptes de la modificació pressupostària de la CVMC i de l'SAMC i l'estat de la situació pressupostària de la CVMC i la seua societat a data 5 de desembre de 2019.

---

## **10.2. COMPAREIXENCES EN 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.

Compareixença del president de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació  
(2-10-2019)

El president de la CVMC compareix per a explicar, en primer lloc, sobre les informacions aparegudes en els mitjans de comunicació referides a la situació economicofinancera en què es troba el servei públic de radiodifusió i televisió d'àmbit autonòmic, com també les informacions relatives a la gestió d'aquest ens públic, sol·licitada pel Grup Parlamentari Ciutadans. En segon lloc, el Grup Parlamentari Popular demana explicacions sobre la situació econòmica patrimonial en què es troba l'SAMC, mesures d'equilibri i correcció.

El president comença fent un resum de la gestió i les accions que s'han dut a terme tant des de la Corporació com des de la Societat. I a continuació, per respondre la primera pregunta recorda algunes qüestions que permeten donar a conèixer l'origen i les possibles conseqüències.

En primer lloc, es refereix al fet que la Corporació, segons estableix la llei de creació, exerceix la funció de servei públic directament o a través de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació, i és la Corporació la titular de la totalitat de les accions de la Societat. Per tant, els fons del pressupost de la Generalitat per a la prestació del servei públic per la societat són transferits mitjançant subvenció per l'ens a la societat.

En els informes de l'auditoria, tant de la Corporació com ara de la Societat, fets dels comptes del 2018 per la Intervenció de la Generalitat els examinen com si entre totes dues no hi haguera cap relació. D'altra banda, els informes de la Intervenció de la Generalitat de 2017 estableixen que havien de comptabilitzar-se les operacions vinculades entre la Corporació i la Societat com a conseqüència dels serveis prestats a preu de mercat.

Així mateix, la Corporació havia de transferir a la Societat aquells continguts que, tot i que eren propietat de l'ens, eren utilitzats per la Societat, com són les produccions audiovisuals que foren contractades directament per la Corporació i que provenien de la selecció de l'Alt Consell Consultiu. D'aquesta manera es reduïa el compte de resultats de la Corporació i s'incrementava el de la Societat. Com que es tracta d'un grup indissoluble, la refacturació no va comportar cap corrent monetària. La conseqüència d'examinar els pressupostos de forma separada era que la Corporació havia tingut uns ingressos no previstos i la Societat uns gastos superiors als pressupostats, i quedava la Societat en una situació patrimonial negativa, i exigint a la Corporació a reintegrar uns fons que no havia rebut.

La negativa de la Intervenció a considerar els pressupostos consolidats ha fet que en el seu informe expose que existeixen 9.211.354 euros de subvencions no destinats a la seua finalitat.

Davant aquesta situació, que desemboca en la generació d'un dèficit que materialment no existeix, i que paral·lelament crea una situació patrimonial negativa en la Societat, s'ha optat per constituir un fons de reserva i ampliar el capital de la Societat.

Una vegada realitzades aquestes operacions, s'aprovaren els comptes de l'ens i de la Societat. El president conclou que la situació econòmica i financera del grup, una vegada adoptades les mesures, es troba fora de risc i sense cap impediment per a continuar prestant als ciutadans el servei públic per al qual va ser creat.

#### [Compareixença de la directora general de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació](#) (2-10-2019)

La directora general de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació compareix a petició pròpia, per a explicar la seua gestió i fer un balanç del funcionament dels mitjans de comunicació.

La directora general comença posant en relleu la concepció de l'espai públic de comunicació valencià que es fonamenta en la transformació digital dels mitjans de comunicació i en la capacitat d'adaptació a les noves pautes de consum. En aquest sentit, afig que hi ha hagut un creixement del 20% quant a visites al web en l'últim any. A més, explica que s'han incorporat dos canals de YouTube, l'un amb continguts d'entreteniment i l'altre amb continguts infantils. En aquest sentit, la directora ofereix les dades de consum de contingut multimèdia (web, aplicacions mòbil i *smart TV*) que són vora quatre milions de reproduccions i les dades de la pàgina de Facebook d'À Punt.

La directora general assenyala que el consum de l'audiència no només s'ha de mesurar amb les dades de Kantar, sinó que s'ha de complementar amb les dades de consum digital. Per això, informa que s'estan millorant el web i les aplicacions i conformant una nova versió de la plataforma digital.

La directora general remarca que, per a À Punt, les xarxes socials no són només un element de difusió de continguts de la ràdio i la televisió, sinó que són una finestra més de la plataforma i fa un repàs dels continguts específics per a xarxes.

En l'àmbit de la renovació tecnològica, la directora general comenta que els esforços s'han centrat a millorar les infraestructures i la capacitat de producció de programes. S'han triplicat el nombre de platós de televisió per a emetre en alta definició amb controls de realització propis. També s'han fet millores de connectivitat i adequació de locals de les delegacions de Castelló i Alacant.

Pel que fa a la programació, la directora general explica que s'ha ampliat el temps d'informació tant en la ràdio com en la televisió i s'han realitzat edicions especials dels informatius quan l'actualitat ho requereix, com és el cas de la cobertura amb motiu de la DANA. La directora general també comenta les cobertures electorals que ja s'han cobert i explica la programació dedicada a la informació esportiva, que combina els esports majoritaris amb els tradicionals autòctons i els adaptats.

Quant a la programació de la televisió, la directora general explica que presenta una oferta generalista i en clau de proximitat, estructurada al voltant dels espais informatius. Pel que fa a l'accessibilitat, la televisió ofereix 45 hores setmanals de contingut subtítulat i una hora i mitja de programació en audiodescripció. La directora general anuncia que pròximament un dels informatius amb més audiència (el del migdia) tindrà una finestra en llenguatge de signes.

La directora general destaca com a novetats la difusió de documentals propis i aliens i la programació de curtmetratges i el programa setmanal sobre educació sexual per a joves *69 raons*. La directora general fa un repàs dels programes amb contingut cultural i les retransmissions de festes, manifestacions culturals, esportives, etc. Per últim, explica els continguts que s'emeten per al públic infantil i juvenil en la ràdio, la televisió i el web.

Respecte a les dades d'audiència, la directora general explica que s'està registrant una constant millora, tot i que més lentament del que voldria. En aquest sentit, reclama la modernització i millora de la cobertura del senyal de la TDT i de la ràdio per arribar a tota la Comunitat Valenciana.

La directora general ofereix les dades dels ingressos publicitaris fins aquest moment de l'any 2019, i informa que s'està negociant el conveni col·lectiu i l'oferta d'ocupació pública amb els comitès d'empresa.

La directora general finalitza la seua intervenció recordant que s'han posat en marxa uns mitjans de comunicació públics amb la intenció de potenciar els continguts digitals i el sector audiovisual valencià.

#### [Compareixença del president de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació](#) (26-11-2019)

El president de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació compareix a petició pròpia per a explicar els motius sobre per què no ocorre el supòsit contemplat en l'article 18.3 de la Llei 6/2016 perquè es produïska el cessament del Consell Rector.

El president comença al·ludint a l'informe de fiscalització de la Corporació que, en l'apartat de conclusions, sobre el compliment d'altres requeriments i reglamentaris assenyalava que "l'article 18.3 de la Llei 6/2016 estableix que tots els membres del Consell Rector hauran de cessar en el cas que la liquidació del pressupost anual de la corporació determine l'existència d'un dèficit de resultat pressupostat amb una desviació igual o superior al 10% de la compensació atorgada per a la prestació del servei públic o una disminució de més del 25% dels ingressos propis previstos en el pressupost anual de la Corporació, excepte causa justificada que, amb l'informe previ de la Sindicatura de Comptes, haurà d'exposar davant la Comissió de Radiotelevisió Valenciana i l'Espai Audiovisual".

En l'informe apuntava que la Sindicatura entén que "les referències d'aquest article a la Corporació són extensives a la Societat". A més comunicava que "ni la Corporació ni la Societat han elaborat una liquidació dels seus respectius pressupostos anuals de 2018" i per últim, s'assenyala en l'informe que "la societat ha comptabilitzat el 2018 ingressos propis per publicitat per un import de 816.352 euros, que és inferior al 25% dels previstos per a l'esmentat exercici, quantificats en 4 milions d'euros en el contracte programa. En conseqüència concorre la circumstància prevista en l'article 18.3 per al cessament dels membres del Consell Rector".

El president afig que en l'esborrany del mateix informe ja apareixien aquestes apreciacions a les quals la Corporació va formular al·legacions en les quals s'indicava que sí que s'havia presentat una liquidació de pressupostos, en presentar la xifra de manera consolidada de la Corporació i la Societat, tal i com es troba en el contracte programa. Aquesta liquidació es troba també en la memòria anual remesa a les Corts. Les al·legacions també exposaven l'existència dels motius que justificaven no haver assolit els ingressos per venda de publicitat de la Societat previstos per a l'any 2018.

El president explica els motius pels quals els pressupostos de la Corporació i la Societat s'ha de tindre en compte de forma consolidada i proposa a la comissió la revisió del model dels mitjans de comunicació públics de la Generalitat.

Respecte a la publicitat, el president fa una descripció del panorama general per a contextualitzar el marc de la venda de publicitat en els mitjans de comunicació. Aquesta aproximació demostra que hi ha una caiguda d'ingressos per publicitat en totes les televisions autonòmiques.

A continuació, el president explica les característiques específiques i singulars d'À Punt Mèdia, que va nàixer vora cinc anys després del tancament de Canal 9. L'absència de mitjans públics en la Comunitat Valenciana, juntament amb la transformació que ha patit el mercat publicitari, que busca formats i plataformes diferents, són alguns factors que expliquen que no s'haja arribat a la quantitat estimada.

El president també recorda que eixa xifra es va donar pensant en un any sencer, mentre que la televisió va començar a emetre al juny i Kantar (que ofereix les dades d'audiència) començà a mesurar l'audiència d'À Punt a l'octubre. El president també apunta que durant el 2018 no es pogué entrar en el repartiment de publicitat de Forta, per causes alienes a la voluntat de la corporació.

Un altre element a tindre en consideració i que no estava definit en el moment de l'aprovació de l'avantprojecte de pressupostos, recordà el president, va ser el contingut del contracte programa subscrit el 7 de juny de 2018. En aquest document s'estableix en quins supostos les campanyes institucionals de publicitat de la Generalitat es consideren integrades en les quantitats consignades en els pressupostos anuals i, per tant, no són

abonades a la Societat. Des que va entrar en vigor el contracte programa, la majoria de la publicitat institucional de la Generalitat ha rebut la qualificació d'interés públic, fet que a suposat que els possibles ingressos no s'han produït.

El president recorda que la Corporació és un servei públic, sotmés a una regulació estricta i restrictiva en l'àmbit publicitari. Aquesta normativa es troba en *Llibre d'estil*, la carta de valors, i el codi de regulació publicitària. Aquests documents limiten l'emissió de publicitat dirigida a menors i adolescents, especialment relacionada amb la promoció de productes, aliments i hàbits no saludables, els anunciants dels quals dediquen grans quantitats d'inversió a la compra d'espais publicitaris en televisió. El president detalla altres restriccions com són la no-admissió de formats especials com ara els patrocinis que afecten el desenvolupament de programes d'informació o entreteniment, l'ús de presentadors com a prescriptors, etc. També recorda que no es permeten espais comercials del tipus tendes en televisió, ni la publicitat de qualsevol producte o servei vinculat al joc que en l'actualitat és un dels sectors amb major volum d'inversió publicitària. Aquests documents no s'havien desenvolupat en el moment quan s'aprovà l'avantprojecte de pressupostos l'agost del 2017 i suposen un conjunt de limitacions que afecten l'obtenció d'ingressos publicitaris.

L'experiència durant l'any d'existència dels mitjans de comunicació públics valencians ha portat a reduir a un milió d'euros la previsió dels ingressos publicitaris en el pressupost del 2019 aprovat per les Corts. El president s'ha mostrat segur que s'assolirà aquesta xifra sense problemes. Tot i així, el president recorda que aquesta modificació no ha sigut traslladada al contracte programa, i que requerirà una adaptació a la situació real de la inversió en el mercat publicitari.

---

### 10.3. SOL·LICITUD DE DOCUMENTACIÓ PER PART DELS GRUPS PARLAMENTARIS

- Sol·licituds de documentació número 5 a 7 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella relacionades amb el contracte CNMY 19 SAMC 02 (contracte de recursos audiovisuals).
- Sol·licitud de documentació número 8 presentada pel diputat Fernando Llopis Pascual relacionada amb el contracte CNMY 19 SAMC 02 (contracte de recursos audiovisuals).
- Sol·licitud de documentació número 543 presentada pel diputat Fernando Llopis Pascual sobre els indicadors de gestió de la CVMC de 2017 i 2018 i previsions de 2019.
- Sol·licitud de documentació número 544 presentada per pel diputat Fernando Llopis Pascual sobre licitacions de la CVMC i l'SAMC.
- Sol·licituds de documentació número 830 i 831 presentada pel diputat Rubén Ibáñez Bordonau sobre contractes de la CVMC i l'SAMC.

- Sol·licituds de documentació números 1075 i 1076 presentades pel diputat Rubén Ibáñez Bordonau sobre previsió de personal i cost estimat per a elaborar el pressupost de la CVMC i l'SAMC.
- Sol·licitud de documentació número 1123 presentada per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre actes i acords del Consell Rector.
- Sol·licituds de documentació números 1124 i 1125 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre proveïdors de la CVMC durant el 2018 i 2019.
- Sol·licituds de documentació números 1126 i 1127 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre llista de pagaments de la CVMC durant el 2018 i 2019.
- Sol·licitud de documentació número 1128 presentada per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre comptes anuals de 2018 de la CVMC.
- Sol·licituds de documentació números 1129 i 1130 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre expedients de contractes menors de la CVMC durant el 2018 i 2019.
- Sol·licituds de documentació números 1131 i 1132 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre licitacions de la CVMC durant el 2018 i 2019.
- Sol·licituds de documentació números 1133 i 1134 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre pagaments i transferències de la Generalitat Valenciana a la CVMC durant el 2018 i 2019.
- Sol·licituds de documentació números 1135 i 1136 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre actes de la Junta General de l'SAMC de 2018 i 2019.
- Sol·licituds de documentació números 1137 i 1138 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre comptes anuals de l'SAMC de 2018 formulades i aprovades.
- Sol·licitud de documentació número 1139 presentada per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre pagaments de l'SAMC durant 2019.
- Sol·licituds de documentació números 1140 i 1141 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre contractes subscrits per l'SAMC durant 2018 i 2019.
- Sol·licituds de documentació números 1142 i 1143 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre contractes menors subscrits per l'SAMC durant el 2018 i 2019.
- Sol·licituds de documentació números 1144 i 1145 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre licitacions de l'SAMC de 2018 i 2019.

- Sol·licituds de documentació números 1146 i 1147 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre informe d'auditoria de regularitat comptable de la CVMC i l'SAMC de 2018.
- Sol·licituds de documentació números 1148 i 1148 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre informe d'auditoria de compliment de la CVMC i l'SAMC de 2018.
- Sol·licituds de documentació números 1150 i 1151 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre informe d'auditoria operativa i de gestió de la CVMC i l'SAMC de 2018.
- Sol·licitud de documentació número 1152 presentada per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre actes de la comissió mixta del contracte programa del període 2018-2020.
- Sol·licitud de documentació número 1153 presentada per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre informes, documentació i comunicacions del Consell relatives al seguiment del contracte programa.
- Sol·licituds de documentació números 1163 i 1164 presentades per la diputada Ruth Merino Peña i pel diputat Fernando Llopis Pascual sobre informes d'auditoria de la CVMC i l'SAMC de 2018.
- Sol·licituds de documentació números 1184 i 1185 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre còpia de llibres majors de l'SAMC de 2018 i 2019.
- Sol·licituds de documentació números 1186 i 1187 presentades per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre còpia de llibres majors de la CVMC de 2018 i 2019.
- Sol·licitud de documentació número 1383 presentada per la diputada Ruth Merino Peña i pel diputat Fernando Llopis Pascual sobre informes de la consultora externa de la directora general i clima laboral de l'SAMC.
- Sol·licitud de documentació número 1384 presentada per la diputada Ruth Merino Peña i pel diputat Fernando Llopis Pascual sobre actes i informes del Consell Rector sobre avaluació de la directora general de l'SAMC.
- Sol·licituds de documentació número 1561 i 1562 presentades per la diputada Ruth Merino Peña i pel diputat Fernando Llopis Pascual sobre acta del Consell Rector de 24-8-2019.
- Sol·licituds de documentació número 1696 a 1699 presentada per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre el generador motor Honda de 5kVA.

- Sol·licitud de documentació número 2305 presentada pel diputat Miguel Pascual Pérez sobre pressupost de la CVMC i l'SAMC de 2019.
- Sol·licitud de documentació número 2306 presentada pel diputat Miguel Pascual Pérez sobre dades d'audiència, visualitzacions i descàrregues.
- Sol·licitud de documentació número 2307 presentada pel diputat Miguel Pascual Pérez sobre llista d'immobilitzat de la CVMC i l'SAMC.
- Sol·licitud de documentació número 2308 presentada pel diputat Miguel Pascual Pérez sobre informe d'avaluació de la directora general de l'SAMC .
- Sol·licitud de documentació número 2309 presentada pel diputat Miguel Pascual Pérez sobre informe de la consultora Carbó-Dominguez.
- Sol·licitud de documentació número 2310 presentada pel diputat Miguel Pascual Pérez sobre els comptes oberts i caixa fixa de la CVMC i l'SAMC de 2019.
- Sol·licituds de documentació números 2311 i 2312 presentades pel diputat Miguel Pascual Pérez sobre contractes de la CVMC i l'SAMC durant 2017, 2018 i 2019.
- Sol·licitud de documentació número 2313 presentada pel diputat Miguel Pascual Pérez sobre subvencions a la CVMC.
- Sol·licituds de documentació números 2690 i 2691 presentades per la diputada Ruth Merino Peña i pel diputat Fernando Llopis Pascual sobre l'informe auditoria operativa de la CVMC i l'SAMC de 2018.
- Sol·licitud de documentació número 2695 presentada per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre el contracte CNMY19/SAMC/27.
- Sol·licitud de documentació número 2713 presentada per la diputada Ruth Merino Peña i pel diputat Fernando Llopis Pascual sobre acta del Consell Rector de 26-9-2019.
- Sol·licitud de documentació números 2714 presentada per la diputada Ruth Merino Peña i pel diputat Fernando Llopis Pascual sobre expedients de despesa superiors a 250.000 euros amb informe desfavorable.
- Sol·licitud de documentació número 2743 presentada per la diputada Ruth Merino Peña i pel diputat Fernando Llopis Pascual sobre cursos de formació en la CVMC i l'SAMC.
- Sol·licitud de documentació número 2744 presentada per la diputada Mónica Álvaro i Cerezo sobre conveni amb l'FVMP.

- Sol·licitud de documentació números 2808 presentada per la diputada Ruth Merino Peña i pel diputat Fernando Llopis Pascual sobre el contracte menor CNME19/CVMC/013.
- Sol·licitud de documentació números 2871 presentada per la diputada Ruth Merino Peña i pel diputat Fernando Llopis Pascual sobre informes del Consell de la Ciutadania.
- Sol·licituds de documentació número 3799 presentada per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre els contractes CNMY18/SAMC/01, CNMY19/SAMC/03 i CNMY19/SAMC/16.
- Sol·licitud de documentació número 3999 presentada per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre els contractes de la CVMC: CNMY17/CVMC/03 i CNMY17/CVMC/30.
- Sol·licitud de documentació número 4015 presentada per la diputada Eva Ortiz Vilella sobre els contractes de l'SAMC: CNMY17/SAMC/07, CNMY18/SAMC/08 CNMY17/SAMC/04, LOT 2, CNMY17/SAMC/05 LOT 4, CNMY18/SAMC/08 LOT 2, CNMY17/SAMC/07 LOT 1, CNMY18/SAMC/07 LOT 5 CNMY18/SAMC/09 LOT 1 i CNMY17/SAMC/08 LOT 5.

## 9.2 Preguntes parlamentàries

- Preguntes números 5 a 7 del senyor Fernando Llopis Pascual relacionades amb el contracte CNMY 19 SAMC 02 (contracte de recursos audiovisuals).
- Pregunta número 68 del senyor Fernando Llopis Pascual sobre accions per a fomentar i incentivar la producció audiovisual de les productores valencianes.
- Pregunta número 69 del senyor Fernando Llopis Pascual sobre ingressos per publicitat.
- Pregunta número 70 del senyor Fernando Llopis Pascual sobre hores d'emissió de producció independent i de producció original en valencià.
- Pregunta número 71 del senyor Fernando Llopis Pascual sobre previsió de despesa de la graella i sobre els canvis.
- Pregunta número 139 del senyor Fernando Llopis Pascual sobre hores extres del treballadors de la CVMC durant el segon semestre de 2018.
- Pregunta número 140 del senyor Fernando Llopis Pascual sobre hores de publicitat gratuïta de la Generalitat Valenciana i quin percentatge representa.
- Pregunta número 238 del senyor Fernando Llopis Pascual sobre cobertura de la constitució dels ajuntaments.

- Preguntes números 245 i 246 del senyor Fernando Llopis Pascual sobre accions i despeses de màrqueting durant el 2018 i 2019
  - Pregunta número 1513 del senyor Fernando Llopis Pascual sobre hores extra.
  - Pregunta número 1644 del senyor Fernando Llopis Pascual sobre autorització de contractes de quantia igual o superior a 150.000 euros.
  - Preguntes números 1797 i 1798 del senyor Fernando Llopis Pascual sobre presència del castellà en À Punt.
  - Pregunta número 2.800 de la senyora Pilar Lima Gozávez sobre cobertura del Dia Internacional de les Persones Sordes.
-