

Visto el día 25 de Noviembre de 2019 en reunión de la *Comisión Mixta de Seguimiento y Control del Contrato-Programa acordado por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía con la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) para el período 2017-2019* (BOJA núm. 15, de 24 de enero de 2017), en consideración institucional se comunica al *Consejo Audiovisual de Andalucía* el Informe de cumplimiento en el ejercicio 2018 del referido Contrato-Programa, para su constancia del mismo.

CONTRATO-PROGRAMA RTVA 2017-2019

CUMPLIMIENTO 2018

Situación. El escenario audiovisual en que opera la sociedad filial de la RTVA, *Canal Sur Radio y Televisión, S.A.*, es de **máxima competencia** (creciente) onmicanal y multiplataforma, lo que genera una constante fragmentación de audiencias (atomización) ante la proliferación de la oferta con surgimiento de numerosas marcas de programación temática y marcas orientadas a targets (audiencia potencial) minoritarios, todo ello incidiendo en la posición competitiva de los canales tradicionales difusores por ondas terrestres de programaciones consideradas 'generalistas'.

Este incremento exponencial de la competencia en 2018, tanto en televisión como en radio (con irrupción de nuevas pautas también de consumo online y descargas bajo demanda) impacta en el mercado andaluz y español con nuevas modalidades tecnológicas de explotación y de distribución digital de contenidos audiovisuales en nuevas pantallas de acceso para las personas usuarias: mediante terminales de comunicaciones móviles SmartPhone, tabletas, vídeo-consolas, ordenadores PC's, y aplicaciones para SmartTV con Apps específicas y con servicios HbbTV, siendo especialmente significativa la emergencia de nuevas plataformas audiovisuales denominadas OTT (Over The Top) con contenidos bajo demanda en streaming disponibles en toda pantalla de usuario. Se está **reconfigurando un nuevo universo audiovisual en permanente transformación digital** por esas nuevas formas de acceso (TV-OnLine, TV-Móvil, TV-XDSL, servicios digitales de TV-Satélite, TV-IPTV) que generan nuevos hábitos y pautas de consumo de productos audiovisuales. Estamos ante un mercado disruptivo.

Y el análisis sumario de mercado en 2018 queda marcado también por: (a) las secuelas de la crisis económica global de años previos; (b) su impacto en el mercado de publicidad que mermó y transfiguró la base económica de todos los medios audiovisuales; y (c) la particular senda de financiación pública decreciente del Grupo RTVA, que incide en su posición competitiva y su capacidad de adquisición de contenidos *premium*.

La inversión publicitaria general en España en 2018 recoge consecuencias de lo expuesto sobre secuelas. Supuso el 1,06% del PIB de 2018¹: un 0,2% menos que en 2017. La tendencia se acentúa más en el segmento de televisión. Las televisiones nacionales en abierto registraron un descenso de inversión publicitaria -0,8% (sobre 2017) con 1.915,1 MM€. Las televisiones autonómicas, con 102,2 MM€ cayeron -10,5% en cifra de inversión en 2018. Las televisiones locales del país cayeron un -15,5%, con inversión de 2,5 MM€. Por el contrario, los canales televisivos de pago en España durante 2018 subieron un 13,4% en inversión publicitaria, con 107,3 MM€. Si bien la inversión en TV en abierto es muy superior en términos cuantitativos, es relevante la tendencia clara y que se mantiene y pronuncia en los últimos años: sube la demanda de usuario sobre los servicios audiovisuales de pago (lo que incluye suscripciones y pagos por uso en plataformas audiovisuales en *streaming*), y **la televisión lineal (la tradicional, por ondas terrestres) se muestra en proceso de mutación.**

Y en este complejísimo escenario repleto de desafíos, el binomio *Carta del Servicio Público RTVA/Contrato-Programa* ha sido y es **clave para operar con estabilidad** en la prestación de un moderno servicio público audiovisual que garantiza a la sociedad la no mercantilización de la información, y asegura el pluralismo en su acceso a esta, así como a la cultura, la educación, al conocimiento de la realidad de su entorno, y el entretenimiento audiovisual de calidad, todo ello conforme a los valores que quiere para sí la sociedad andaluza y española.

Y ese cometido y función se ha llevado a cabo en 2018 haciendo un gran esfuerzo de rendimiento y valor productivo de los recursos disponibles, con la austeridad presupuestaria necesaria pero **sin que mermara lo esencial del servicio**, incluso profundizando el “*ensanchamiento*” de la acción de servicio público audiovisual digital: con una segunda señal TDT; potenciando la distribución de contenidos por satélite y en redes de comunicaciones electrónicas de radio y TV por cable, fibra, IPTV, etc.; y expandiendo las prestaciones digitales de Canal Sur y la RTVA en Internet. Todo ello con una plantilla en esfuerzo de actualización funcional y estructurada para la atención territorial de las diversas zonas socioeconómicas, culturales y geográficas que componen Andalucía.

A la vista de la repercusión social del servicio prestado (conforme a los datos), se puede afirmar que –también en 2018 y a pesar de tantos condicionantes- razonablemente se ha conseguido ser la **referencia audiovisual de la vida de Andalucía y del hecho andaluz**, produciendo programaciones equilibradas y variadas de radio, televisión y servicios digitales configurados desde un **esencial sentido de servicio de utilidad pública** para atender a todos los sectores de población – con planteamientos de proximidad- atendiendo a la información y al reflejo cultural y social que requiere de Andalucía nuestra ciudadanía, fomentando de la cohesión territorial, social e identitaria entre los diversos territorios de nuestra Comunidad, y teniendo en los programas informativos el servicio público audiovisual por *autonomasia*: columna vertebral de todos los medios de Canal Sur.

Así, durante 2018, segundo año de aplicación del vigente segundo Contrato-Programa 2017-2019, la actividad de la RTVA y su Sociedad han cumplido los compromisos expresos para el ámbito operativo y corporativo del grupo empresarial.

¹ Datos económicos, Fuente: INFOADEX

I. Cumplimiento de compromisos del ámbito operativo de la empresa

A) Se han producido y difundido **CUATRO programaciones de TELEVISIÓN** de emisión 24 horas, lo que ha supuesto **35.040 horas de antena** en 2018, con un servicio de **accesibilidad** para personas con discapacidad sensorial que ha generado **10.918,23 horas** en diversas modalidades:

<p>(1) Canal Sur Televisión Además emite películas DUAL en idioma original (extra C-P), cooperando con la difusión de idiomas.</p>	8.760 horas de emisión								
<p>(2) Señal TDT con accesibilidad de la programación (1) cumpliendo porcentajes CP</p> <table border="1" data-bbox="421 573 887 748"> <tr> <td>Subtitulado</td> <td>6.389,60 horas</td> </tr> <tr> <td>Lengua de Signos Española</td> <td>3.877,99 horas</td> </tr> <tr> <td>Audiodescripción</td> <td>615,80 horas</td> </tr> <tr> <td>Publicidad signada</td> <td>34,84 horas</td> </tr> </table>	Subtitulado	6.389,60 horas	Lengua de Signos Española	3.877,99 horas	Audiodescripción	615,80 horas	Publicidad signada	34,84 horas	10.918,23 horas (casi once mil horas) producidas en diversas modalidades de accesibilidad que mantienen a Canal Sur como operador de referencia en el país en ese compromiso de atención.
Subtitulado	6.389,60 horas								
Lengua de Signos Española	3.877,99 horas								
Audiodescripción	615,80 horas								
Publicidad signada	34,84 horas								
<p>(3) Programación diferencial de la señal empleada en la antigua frecuencia de Canal Sur 2 Andalucía</p>	8.760 horas de emisión de la programación (1), de las que la programación diferencial respecto de (1) han sido de 161,02 horas, de las cuales el 96,58% han sido de producción propia (Deportes, Semana Santa, servicios informativos especiales: Juicio de los ERE).								
<p>(4) ANDALUCÍA TELEVISIÓN, en TDT, como canal temático de actualidad andaluza con una programación específica centrada en información general, sectorial y de deportes (y con programas originales de producción propia con prácticamente coste cero).</p>	8.760 horas de emisión, conformada por programas de servicio público con una producción propia del 80,24% (6.712 horas), y siendo del total de la programación más del 80% los contenidos informativos, culturales, y musicales (en torno al 25% de flamenco).								
<p>(5) La emisión por satélite CANAL SUR ANDALUCÍA, emitiendo a través de la plataforma satélite Astra, para toda Europa (población cubierta: 750 millones aprox.) y Norte de África. Además de en la plataforma MovistarTV, esta programación también la han distribuido otros operadores como <i>ONO, Vodafone, Orange, Euskatel y Telecable</i>. Y a través del sitio Web de la RTVA y servicios APP para dispositivos móviles.</p>	8.760 horas de emisión de la programación (1), excluyendo los contenidos de esta sobre los que no se dispone de derechos de difusión fuera del ámbito territorial de Andalucía. En 2018 su programación total alcanzó el 94,73% de contenidos de producción propia.								

Primera señal TDT. **Canal Sur Televisión (CSTV)** es la cadena generalista que tiene los compromisos explícitos en el contrato. Ha cumplido los **porcentajes de producción propia** de la programación previstos en C-P entre la horquilla del 75% al 85% en cómputo anual: en **2018**, registró el **86,35%** superando el umbral máximo del C-P, lo que ha supuesto 6.920 horas de emisión de contenidos bajo esa tipología de producción, poniendo en valor un alto rendimiento de los recursos propios disponibles, técnicos, humanos y económicos.

Siendo la programación generalista la que tiene el compromiso de producción propia por contrato, es un logro “extra” el nivel de producción propia registrado por la segunda marca TDT (**Andalucía Televisión (ATV) con un 80,24%** siendo 6.712 horas); y por la señal por satélite y redes de comunicaciones electrónicas -cable, fibra, IPTV- (**Canal Sur Andalucía (CSA) con un 94,73%** siendo 7.648 horas).

- En total, en 2018 la televisión pública de Andalucía emitió **21.280 horas de contenidos de producción propia**.

Informativos en Televisión. Se ha cumplido el objetivo de **producción propia 100% de programas informativos diarios de noticias en sus componentes periodísticos.**

En 2018 **CSTV registró 2.567 horas de emisión de programas y espacios de los Servicios Informativos**, siendo el 34,04% de la programación generalista con programas de noticias; de información deportiva; de información provincial; de información meteorológica; y de informativos especiales con importantes despliegues y coberturas informativas sobre los hechos y acontecimientos de interés relevante para la sociedad andaluza.

ATV alcanzó 3.138 horas de programación informativa, siendo el 37,51% de su programación. Y CSA emitió 2.647 horas, el 32,80% de su programación para satélite y redes.

- En total, en 2018 la televisión pública de Andalucía emitió **8.352 horas de contenidos de información.**

Divulgativos en Televisión. En 2018 **CSTV registró 2.869 horas de emisión de programas y espacios divulgativos y culturales**, siendo el 35,81% de la programación generalista.

ATV alcanzó 4.382 horas de ese género televisivo, siendo el 52,38% de su programación. Y CSA emitió 2.745 horas, el 34,00% de su parrilla anual.

- En total, en 2018 la televisión pública de Andalucía emitió **9.996 horas de contenidos divulgativos y culturales.**

Sobre la emisión de **producción propia por otros géneros** de C-P, en 2018 **CSTV emitió 1.738 horas de programas calificados de Entretenimiento**, siendo el 21,69% de la programación generalista. ATV dedicó 227 horas de ese género televisivo, siendo el 2,72% de su programación. Y CSA emitió 1.373 horas, el 17,01% de su oferta.

- En total, en 2018 se emitieron **3.338 horas de contenidos entretenimiento**, en el conjunto de las cadenas de televisión.

Sobre la **emisión de contenidos del género Ficción**, en 2018 CSTV emitió 497 horas (6,47% de la programación generalista). ATV emitió 38 horas (0,46%), y CSA 102 horas (1,27% de su parrilla).

- En total, en 2018 se emitieron **637 horas de contenidos del género ficción**, (fundamentalmente cine largometrajes, cortometrajes y series) en el conjunto de las cadenas de televisión.

Temáticas. Se produjeron en todos los medios programas **informativos y divulgativos** en todos los **subgéneros y especialidades de las temáticas previstas** en el C-P: educativos, científicos, salud, turismo, medioambiente, cultura, historia y memoria histórica, solidaridad, igualdad de la mujer, lucha contra la violencia machista, juventud e infancia, actualidad ciudadana, consumidores y usuarios, gastronomía, inclusión social de extranjeros, deportes minoritarios (de base) y deporte femenino, flamenco, industria taurina, y espacios de debate. Temáticas abordadas en programas como Tierra y Mar, Todo Caballo, Toros para Todos, Consumo Cuidado, Lances, Emplead@s, Solidarios, Objetivo Sur, Flamenco Andalucía, Parlamento, Los reporteros, Tesis, La Memoria, Encuentros TV, En Red, Campechanos, Con-ciencia, Espacio

protegido, Andaluces por España, Este es mi pueblo, El legado, Alerta Andalucía, Animales en familia, Andalucía de fiesta, 75 minutos, Yo soy del Sur, Tierra y Mar, Cómetelo, Andalucía Directo (que en 2018 cumplió 20 años en antena), La tarde aquí y ahora, Destino Andalucía, Gente Maravillosa, Salud al Día, o La Báscula.

Sobre **deportes minoritarios y de base**, hubo tratamiento informativo en televisión (tanto en CSTV como en ATV y su programa “Andalucía al día, deportes”) de deportes como la Copa Covap Infantil de baloncesto masculino y femenino para niños y niñas de entre 10 y 11 años celebradas en todas las provincias. Torneo de fútbol alevín Costa de La Luz (Punta Umbría) con 76 equipos de España y Portugal. El nuevo deporte/pedagógico Ringol ideado por un colectivo de maestros y practicado en varios colegios andaluces. Ajedrez en la escuela. Cobertura de la IV Carrera solidaria para niños Corriendown de la Asociación Down de Sevilla. Badminton, numerosas coberturas con la campeona onubense Carolina Martín. Skate para adolescentes. O las pruebas de Motociclismo de velocidad protagonizado por la cordobesa Andrea Sobaja, entre otras coberturas.

Sobre **retransmisiones de competiciones y eventos deportivos** en 2018 se emitieron la LXIV Vuelta Ciclista a Andalucía, la Cross Internacional de Itálica, Regata Vuelta al Mundo de Vela Volvo Ocean Race, Fútbol 2ª División B Grupo IV (partidos equipos andaluces), Fútbol Sala Copa del Rey, campeonato andaluz de Fútbol 7, Liga Baloncesto ACB con equipos andaluces, Balonmano, Voleibol, Rallyes, Golf, Mountain Bike, Tenis, certámenes de Arte Ecuestre, Karting, Ciclismo en carretera, y Rugby.

Sobre **deporte femenino** en 2018, conforme al C-P, hubo una atención informativa singular llegando a realizar espacios específicos de información sobre la práctica de 25 disciplinas deportivas protagonizadas por mujeres, con especial protagonismo de las andaluzas y las competiciones desarrolladas en nuestra Comunidad sobre Atletismo (con 25 tratamientos informativos especiales), Baloncesto (39 tratamientos especiales, incluyendo Mundial Femenino 2018), Balonmano (34), Badminton (44), Ciclismo de Montaña (4), Natación, Waterpolo, y Natación Sincronizada (15), Fútbol (20), Gimnasia (5), Golf (45), Halterofilia (6), Hockey hierba y patines (12), Rugby (24), Tenis, y Tenis de Mesa (59), Voleibol (24), Tiro al Plato, Rallyes, Snowboard, Motocross, Kitesurf, Patinaje artístico, y Remo.

En todos los medios de radio, televisión e Internet se realizaron **especiales coberturas**, campañas y programaciones extraordinarias transversales de fomento de la igualdad de la mujer; de lucha contra la violencia de género; de fomento de la cultura en sus diversas vertientes; de protección de la infancia; y de apoyo a la comunidad educativa de Andalucía.

Se cumplieron los compromisos de atención a hechos de interés público e identitarios institucionales y los populares de tradiciones andaluzas, con programas especiales sobre Carnavales más significativos de Andalucía, así como de la Semana Santa, Romerías y fiestas de gran importancia etnográfica, y programaciones extraordinarias sobre el Día de Andalucía. Se produjeron **tratamientos informativos especiales** con motivo de acontecimientos relevantes en 2018, como la celebración de Elecciones al Parlamento de Andalucía del 2 de Diciembre; la Moción de Censura al Gobierno de la Nación; el Juicio de los ERE; la situación social producida en Cataluña por la crisis institucional de su autogobierno; los temporales que dañaron buena parte de Andalucía; la trágica desaparición del niño almeriense, Gabriel; el caso Nóos; el Juicio por el caso de La Manada; o el recuerdo de los 20 años del asesinato del Concejal Alberto Jiménez Becerril y su esposa; o los 20 años del desastre de las minas de Aznalcóllar. También tuvo destacado tratamiento el Primer Centenario de la Asamblea de Ronda, los 40 años del Pacto de Antequera, y los 40 años también de la Carta Magna española, la Constitución.

Cultura. El apoyo a la difusión de la cultura, divulgando en todos los medios de Canal Sur todas sus variedades y manifestaciones, es un compromiso establecido en el *Estatuto de Autonomía para Andalucía* en lo relativo a la acción de la RTVA; en la *Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual*; en la *Ley 10/2018 Audiovisual de Andalucía*; en el art. 4.2 de nuestra *Ley 18/2007*; en los arts. 8 y 39 de la vigente *Carta del Servicio Público*; y en el actual *Contrato-Programa 2017-2019*.

Al ser un factor esencial de la expresión intelectual de personas y pueblos de gran poder simbólico e identitario, el apoyo y fomento se desempeña transversalmente en todas las programaciones (tanto de televisión, radio y servicios web) facilitando a la sociedad el acceso a la cultura y al *hecho cultural andaluz* a través de programas, noticias, reportajes, documentales, entrevistas, servicios, contenidos en todos los soportes, y divulgando y apoyando obras audiovisuales y cinematográficas. Y apoyando a los distintos sectores y agentes culturales andaluces para impulsar el tejido empresarial cultural, al ser motor de crecimiento económico, de desarrollo y de creación de empleo en las industrias creativas y culturales de nuestra Comunidad.

Además del tratamiento en programas de los Servicios Informativos de Noticias, y en la programación general, en 2018 han destacado programas de TV como *Al sur del tiempo*, *Lo Flamenco*, *Al Sur*, *Al Sur: conciertos*, *En Red*, *Tesis*, o *El Público*. Y Series y documentales como *Andalucía Patrimonio Inmaterial*, *Tierra Azul*, *Camarón Revolution*, *Al otro lado de la música*, *Arquitectura andaluza*, *Ruta Bética Romana*, *Los años brillantes*, *La Andalucía secreta de las plantas*, *Toreros: historia y arte*, *Foro Flamenco*, *El reino de la Luz*, *La Huella Americana*, *Monumentos Naturales de Andalucía*, *Río Guadalquivir*, *Objetivo Sur*, *La respuesta está en la Historia*, *Ópera*, *Hijos de Andalucía*, *Andalucía Barroca*, *Andalucía Mágica*, *Cómo bailan los caballos andaluces*, y Documentales andaluces (con títulos como: *Cervantes, la búsqueda*; *La vida en llamas*; *Alalá*; *El bosque del amor*; *Carlos Cano cumple 70 años*; *Miguel Pizazo, cineasta de extramuros*; *28F, una cita con la Historia*; *Luna de Nueva York*; *La Granada imaginada*; *El Tartessos de Schulten*; *Flamencas: mujeres, fuerza y duende*; *Juanito Valderrama*; *Riotinto, el latido de la vida*; *Itálica, cuna de emprendedores*; o *Murillo, el último viaje*; entre otros muchos Documentales Andaluces).

Todos los medios audiovisuales de Canal Sur dieron en 2018 especial y relevante tratamiento a eventos como, entre otros, como: la Declaración de Medina Azahara como Patrimonio de la Humanidad, Bienal de Flamenco de Sevilla, diversos Carnavales en Andalucía (con tratamiento del gaditano, con transmisiones en directo de su certamen, y programas como *El ritmo del Tangai*, y de Málaga, Huelva, Córdoba o del Campo de Gibraltar), XLII Exhibición de Enganches de Ronda, XXXIII Exhibición de Enganches de Sevilla, Carreras de Caballos de Sanlúcar, Centenario de la Coronación de la Virgen del Rocío, Por siempre: José Menese, Por siempre: Lebrijano, Premios El Público 2018. Y coberturas informativas y de programas muy focalizadas en eventos como: las Ferias del Libro más importantes de las ciudades andaluzas, Día del Flamenco en Andalucía, el 16 de Octubre; Día de la Lectura en Andalucía, 9 de diciembre; 10º Aniversario del Museo Picasso de Málaga; Festival de Teatro de Cazorla; 67ª Festival de Música y Danza de Granada; Ciclo Flamenco viene del Sur en Teatro Alhambra de Granada; Noche Blanca del Flamenco de Córdoba; Festival de la Guitarra de Córdoba; Festival de Teatro en el Sur de Palma del Río; Declaración de la Unesco de la Tamborrada de Baena como Bien Inmaterial de la Humanidad; Festival Iberoamericano de Teatro de Cádiz; o el Festival de Flamenco de Jerez.

Financiación anticipada de obras europeas, conforme al 6% de ingresos del ejercicio precedente en cumplimiento del art. 5.3 *Ley 7/2010*. La labor de fomento de la producción audiovisual en 2018 supuso participar en la financiación de un total de 69 obras audiovisuales, aportando un total de **7.163.500 euros**, cumpliendo muy ampliamente la obligación legal, para: 13 Largometrajes de ficción, y 20 Largometrajes documentales; 5 TV-Movies; 21 Unidades documentales; y 10 Series documentales.

Y se apoyó a la industria audiovisual y cinematográfica participando en más quince **Festivales de Cine** por toda Andalucía, y concediendo el Premio RTVA de apoyo a nuevos talentos andaluces. Participación especial en festivales de gran prestigio nacional e internacional que se celebran en Andalucía, como el de Cine Europeo de Sevilla; el Iberoamericano de Huelva; o el Festival de Cine Español de Málaga. Y también apoyando otros festivales y eventos anuales como los de Cortos de Jaén, el Festival Isaac Albéniz de Málaga, Festival del Yelmo, de Jaén, Festival Alcances, el de Cine del Aire de Cazorla, de Cabra, san Nicolás del Puerto, de Cine Negro de Salobreña, de San Roque, Pilas, de Jóvenes Realizadores de Granada, Islantilla, Cortometrajes de la Diputación de Jaén contra la violencia de género, el Festival de Cine y Discapacidad de Málaga, o el Festival de Cine de Almería, de Vera y de Tabernas.

Audiencia. El servicio público audiovisual, conforme a la normativa de la Unión Europea transpuesta en la *Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual*, encomienda a los prestadores del servicio público la función de que “*atenderán a aquellos ciudadanos y grupos social que no son destinatarios de la programación mayoritaria*” (art. 40.1). La atención a las minorías es otra función del servicio público audiovisual, y tanto la *Ley 18/2007 RTVA* como la reciente *Ley 10/2018 Audiovisual de Andalucía* refieren expresamente la importancia de la **rentabilidad social** de la programación frente el criterio exclusivo del *share* de audiencia, siendo este importantísimo pero no determinante para el fin social, conforme a la normativa comunitaria.

En cuanto al dato global de **audiencia de media anual** 2018 (con datos de *Kantar Media*), CSTV registró el **8,8% de share**, lo que sumado al dato de ATV (0,4%) nos otorgó el 9,2% (9,3% a efectos estadísticos por cómputo de centenas porcentuales) empatada con la audiencia de TVE en Andalucía, aunque por encima de esta. En cuanto a la cota máxima registrada por CSTV en 2018 fue del 24,2% de audiencia. La cota máxima de ATV fue del 5,7% de audiencia.

CSTV quedó la tercera en el ranking de audiencia 2018 en Andalucía, tras Tele 5 y Antena 3, superando a TVE.

Otros datos audiencia TV en **Andalucía** 2018

Telecinco	14,4%
Antena 3	12,9%
La Sexta	6,3%
Cuatro	6,2%
FDF	3,3%
Nova	3,2%

Otros datos audiencia TV **Autonómicas 2018**

TV3	17,7% (* hecho diferencial lingüístico propio)
ETB	11.9% (* hecho diferencial lingüístico propio)
TVG	10,7% (* hecho diferencial lingüístico propio)
Aragón TV	8,9%

En términos de **audiencia** share (*Kantar Media*) en 2018 de los informativos televisivos cabe destacar el más visto de Canal Sur, '**Noticias 1**', que registró una media anual del **12,4%** (y picos cuota máxima diarios del 23%) siendo ese espacio de noticias frecuente líder en su franja de emisión. **Noticias provinciales 1** alcanzó media anual del 12,2% y cuotas máximas del 18,2%. También destacaron **Noticias 2**, emitido en franja de altísima competencia informativa, con media anual del 9,8% y máximos del 19,1%, y **Noticias provinciales 2** con media del 8,6% y cota del 17,4%.

De programas destacan, especialmente, programas muy consolidados con audiencia fidelizada, siendo frecuentemente líderes en franja de emisión, poniendo en valor su contenido de servicio público:

Tierra y Mar media anual del 15,3% (máximos 22,1%). (líder en su franja de emisión).

Salud al día 9,0% (máximos 12,8%).

Andalucía Directo 13,3% (máximos 19,6%).

Cómetelo 10,8% (máximos 18,1%).

La báscula 7,2% (máximos 11,0%).

Destino Andalucía 8,3% (máximos 13,6%).

Los Reporteros 6,6% (máximos 11,4%).

Parlamento andaluz 7,3% (máximos 12,6%).

Todo caballo 11,8% (máximos 13,7%). (líder en su franja de emisión).

También destacaron, entre otros programas:

La tarde aquí y ahora, media anual del 13,5% (máximos 20,3%).

Andalucía de Fiesta 9,1% (máximos 12,4%).

Gente maravillosa 8,% (máximos 11,0%).

Menuda Noche 9,8% (máximos 14,6%).

Yo soy del Sur 14,7% (máximos 18,5%). (líder en su franja de emisión).

Toros para todos 13,9% (máximos 20,9%) (líder en su franja de emisión).

Otros hitos de audiencia 2018, que fueron **líderes** en su franja de emisión:

Especial Informativo 28F Día de Andalucía con 13,8%

Retransmisiones de Semana Santa 18,6% (Canal Sur fue la cadena más vista en Andalucía todo el *Viernes Santo*, con 22,5% en la Madrugá).

Final Carnaval de Cádiz 22,6%

Romería del Rocío (salto de la reja) 11,3%

Misa de Romeros con 11,0%

Romería Virgen de la Cabeza 11,4%

Gala UNICEF 10,1%

Noche electoral 2 Diciembre 11,4%

Constitución del Parlamento de Andalucía 27/12, 10,9%

Nochebuena andaluza 20,0%

Campanadas Fin de Año 18,0%

Feliz 2019 14,2%

B) En cuanto a la **RADIO**, se difundieron **cuatro programaciones** de producción propia 100% con emisión 24 horas, lo que supuso 35.040 horas de antena en 2018:

(1) Canal Sur Radio	8.760 horas de emisión
(2) Radio Andalucía Información	8.760 horas de emisión
(3) Canal Fiesta Radio	8.760 horas de emisión
(4) flamencoradio.com (Internet)	8.760 horas de emisión

Se cumplieron los porcentajes de **producción por géneros** de la programación previstos en C-P, siendo para la emisión de **Canal Sur Radio** el objetivo del 55% de programas informativos, lo que ha supuesto aproximadamente unas 4.818 horas de emisión; el 23% de programas divulgativos/culturales, lo que ha supuesto aproximadamente sobre las 2.014 horas de emisión; y el 22% de programas de entretenimiento basado en la difusión de cultura, lo que ha supuesto aproximadamente unas 1.900 horas de emisión. En la emisión de **Radio Andalucía Información** se ha cumplido el objetivo del 55% de programas informativos; el 40% de programas divulgativos/culturales (unas 3.900 horas); y el 5% de programas de entretenimiento.

Entre ambos medios, de radio y de televisión, en 2018 se emitieron unas 15.935 horas de la tipología divulgativos/culturales.

La emisión de **Canal Fiesta Radio**, que es líder de audiencia entre las cadenas autonómicas musicales, ha cumplido el objetivo basar sus programas en la divulgación e intenso apoyo a las realizaciones de creadores y artistas andaluces, y del resto de España, de la música popular, generando una actividad añadida de conciertos y festivales por toda Andalucía. El 2018 desarrollaron tres campañas, con amplio eco en redes sociales, una dedicada al Día de Andalucía, otra para concienciar a las personas jóvenes de la importancia de actuar contra la violencia hacia la mujer, y otra con motivo del Día Universal de los Niños, el 20 de Noviembre.

Y se produjo y distribuyó 24 horas/365 días una cadena de radio temática on-line en Internet única en el mundo dedicada al Arte Flamenco, como **flamencoradio.com**, que tiene numerosos premios (ONDAS o el Premio Nacional de la Crítica “Flamenco Hoy” en 2014) siendo un servicio exclusivo en la difusión a nivel internacional ese “Bien Cultural”, como es el Flamenco, declarado por la UNESCO en 2010 como “Patrimonio Inmaterial de la Humanidad”. En 2018 este servicio cumplió 10 años.

Como en televisión, y conforme al C-P, se produjeron programas de radio sobre los subgéneros y especialidades temáticas previstas: programas educativos, sobre ciencias, salud, turismo, medioambiente, fomento de la cultura, historia, solidaridad, igualdad, juventud, actualidad ciudadana, consumidores y usuarios, gastronomía, flamenco, industria taurina, o espacios de debate. Programas como Aquí estamos, Carrusel taurino, El público, Con acento de mujer, Entre olivos, Hora Sur, La Hora de Andalucía, Encuentros, Es la vida, La Memoria, Patrimonio, Historias de Andalucía, Andalucía es única, Portal Flamenco, Bienvenidos, Rai Motor, Foro Flamenco, La Calle de en medio, Camelamos Naquerar, A pulso, Andalucía sin barreras, Cerca de ti, La entrevista, La Lupa, Por tu salud, o Conectados, entre otros.

Sobre el dato global de **audiencia** acumulada por las programaciones por ondas, con datos EGM, **en 2018 el grupo de radio sumó 634.000 oyentes** en nuestra Comunidad en promedio diario L-V. En ese ámbito semanal (el de referencia en el sector), *Canal Sur Radio* terminó el año acumulando 274 mil oyentes; *Radio Andalucía Información*, 17 mil; y *Canal Fiesta Radio*, 343 mil oyentes.

DATOS DE AUDIENCIA DE RADIO DE LA RTVA				
2018				
OLAS	Cadena	AUDIENCIA ACUMULADA (*)		
		LUNES-VIERNES	SABADO-DOMINGO	LUNES-DOMINGO
1ªOLA 2018	CSR	337	117	274
2ª OLA 2018		271	144	235
3ªOLA 2018		212	191	206
TOTAL 2018		274	151	238
1ªOLA 2018	C.FIESTA	297	248	283
2ª OLA 2018		352	292	335
3ªOLA 2018		380	408	388
TOTAL 2018		343	316	335
1ªOLA 2018	RADIO ANDALUCIA	22	6	17
2ª OLA 2018		6	64	23
3ªOLA 2018		23	6	19
TOTAL 2018		17	26	20

A esos datos del EGM (Estudio General de Medios) de audiencia “por ondas” de Frecuencia Modulada hay que sumar los datos de tráfico de radio seguida en directo on-line en todo el mundo a través de los portales en Internet de la RTVA, registrando en 2018:

Canal Sur Radio, un tiempo de escucha anual sobre 3.644.506,5 horas servidas, con **19.503.272 sesiones abiertas** en todo el mundo.

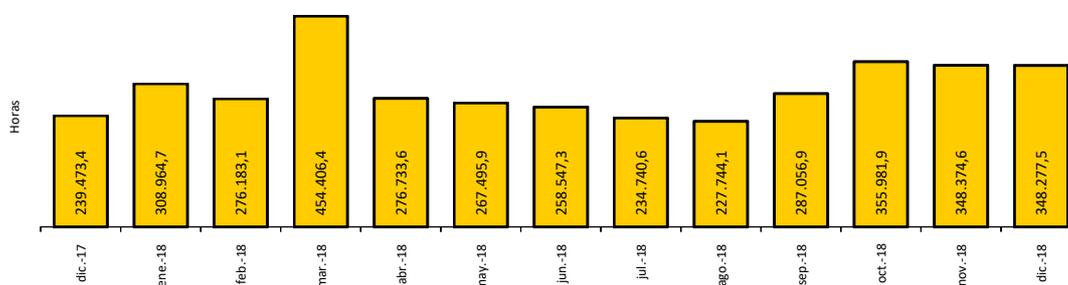
CANAL SUR RADIO ON LINE

2018

Tiempo total de visionado (horas)	3.644.506,5	
Tiempo medio por sesión (min)	0:11:13	
Día máximo consumo (horas)	30/3/18	48.730,2
Día mínimo consumo (horas)	1/1/18	2.650,3
Número total de sesiones	19.503.272	
Número medio de sesiones diarias	53.434	
Día con más sesiones	25/3/18	248.833
Día con menos sesiones	1/1/18	14.103
Número medio de usuarios diarias	11.574	
Día con más usuarios	25/3/18	61.652
Día con menos usuarios	1/1/18	5.443

TIEMPO TOTAL DE ESCUCHAS

EVOLUCIÓN MENSUAL



Radio Andalucía Información, tiempo de escucha anual sobre 307.242,1 horas servidas, con **1.217.687 sesiones abiertas** en todo el mundo.

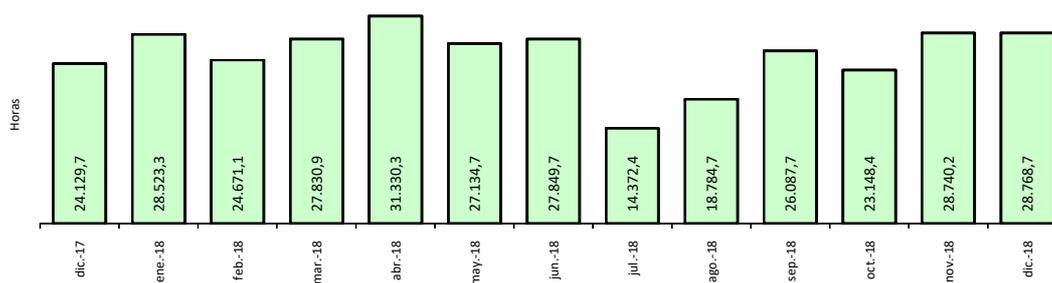
RADIO ANDALUCÍA INFORMACIÓN ON LINE

2018

Tiempo total de visionado (horas)	307.242,1	
Tiempo medio por sesión (min)	0:15:08	
Día máximo consumo (horas)	20/6/18	4.218,7
Día mínimo consumo (horas)	15/12/18	273,9
Número total de sesiones	1.217.687	
Número medio de sesiones diarias	3.336	
Día con más sesiones	17/6/18	25.016
Día con menos sesiones	30/6/18	1.042
Número medio de usuarios diarias	1.426	
Día con más usuarios	25/3/18	3.998
Día con menos usuarios	15/12/18	571

TIEMPO TOTAL DE ESCUCHAS

EVOLUCIÓN MENSUAL



Canal Fiesta Radio, una escucha anual sobre 7.990.003,6 horas servidas, con **18.425.013 sesiones abiertas** en todo el mundo.

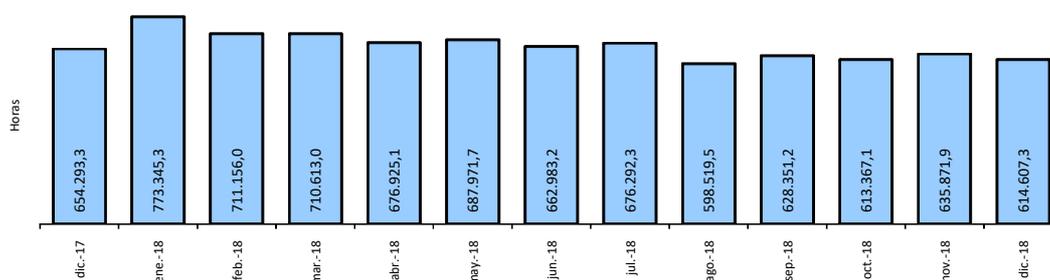
CANAL FIESTA RADIO ON LINE

2018

Tiempo total de visionado (horas)	7.990.003,6	
Tiempo medio por sesión (min)	0:26:01	
Día máximo consumo (horas)	21/11/18	42.844,3
Día mínimo consumo (horas)	7/10/18	5.821,1
Número total de sesiones	18.425.013	
Número medio de sesiones diarias	50.479	
Día con más sesiones	16/3/18	105.039
Día con menos sesiones	7/10/18	19.198
Número medio de usuarios diarias	12.720	
Día con más usuarios	19/10/18	18.047
Día con menos usuarios	1/1/18	5.996

TIEMPO TOTAL DE ESCUCHAS

EVOLUCIÓN MENSUAL



flamencoradio.com, con tiempo de escucha anual fue de 958.690 horas servidas, con **3.182.504 sesiones abiertas**, destacando seguimientos en países como Francia, Alemania, Estados Unidos, Argentina, Japón, Reino Unido o México, entre los más sobresalientes en datos de escucha on-line, además del conjunto de nuestro país.

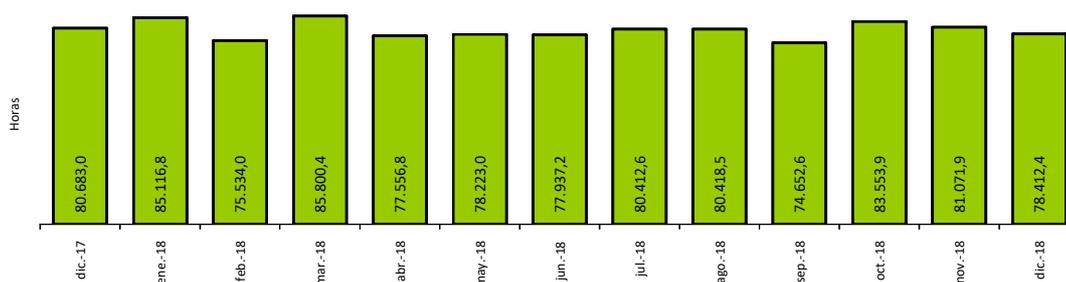
FLAMENCORADIO.COM ON LINE

2018

Tiempo total de visionado (horas)	958.690,0	
Tiempo medio por sesión (min)	0:18:04	
Día máximo consumo (horas)	22/11/18	6.984,1
Día mínimo consumo (horas)	12/5/18	759,3
Número total de sesiones	3.182.504	
Número medio de sesiones diarias	8.719	
Día con más sesiones	10/10/18	32.144
Día con menos sesiones	12/5/18	3.859
Número medio de usuarios diarias	3.449	
Día con más usuarios	1/2/18	5.590
Día con menos usuarios	11/5/18	1.775

TIEMPO TOTAL DE ESCUCHAS

EVOLUCIÓN MENSUAL



C) Sobre la acción en nuevos soportes tecnológicos, se cumplió con el planteamiento de expansión del C-P en servicios digitales e interactivos multimedia y multiplataforma.

Se produjeron contenidos y servicios 24 horas de la Web RTVA, basada en el portal www.canalsur.es y en todas las páginas, contenidos, portales enlazados y servicios interactivos, abarcando servicios informativos (y páginas especiales con motivo de eventos como Carnavales, Semana Santa, Romerías, y páginas dedicadas a la comunidad educativa (educacion.tv, que ofrece recursos educativos y que en 2018 alcanzó los 30.000 suscriptores)) y al archivo audiovisual de la RTVA (Memoranda, que subió otros 4.000 vídeos en 2018, contando ya con más de 100.000 suscriptores). Igualmente se incluyeron mejoradas prestaciones de servicios tanto de Radio y TV on-line en directo como 'A la Carta' (bajo demanda de usuario) con contenidos de cadena y también con la ampliación de los contenidos provinciales realizados en todos los centros de Producción de la RTVA en las ocho Provincias andaluzas.

En 2018 a las páginas web RTVA accedieron **6.103.631 personas usuarias únicas**. Se llegaron a servir un total de **33.968.045 páginas visitadas**.

En el Ranking mensual 2018 del servicio Web de la RTVA, frente a otras entidades de FORTA, situó a la andaluza como **primera en lengua castellana** en tráfico de páginas web servidas (Fuente: Comscore).

EVOLUCIÓN DEL TRÁFICO WEB DE LAS CADENAS FORTA

2018

Total Views (MM)

Media	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18
Total Internet : Total Audiencia	75.883,70	69.155,45	71.779,66	71.965,71	76.040,90	73.107,27	74.995,59	71.838,76	68.960,23	75.119,50	73.601,91	68.556,13
1 CCMA (Cataluña)	27,80	27,46	30,72	31,19	29,01	25,84	20,58	18,24	22,92	25,15	26,64	24,33
2 EITB (País Vasco)	6,64	8,91	7,72	10,34	8,32	6,56	5,25	4,31	4,38	5,71	5,41	6,74
3 RTVA (Andalucía)	2,21	3,41	4,50	3,39	2,67	2,64	1,82	1,97	2,69	3,08	3,75	2,67
4 Telemadrid (Madrid)	1,80	1,88	2,01	1,72	2,42	2,03	1,85	1,78	2,52	3,43	3,12	2,66
5 CRTVG (Galicia)						2,11	1,59	1,64	2,00	2,16	1,98	1,73
6 CARTV (Aragón)			0,89	0,66	0,66	0,62	0,63	0,62	0,64	1,07	0,98	0,71
7 CMMEDIA.ES (Castilla La Mancha)	0,16	0,45	1,13	0,57	0,30	0,31	0,29	0,34	0,45	0,72	0,60	0,53
8 RTPA.ES (Asturias)	0,18	0,50	0,52	0,49	0,25	0,35	0,24	0,55	0,24	0,71	0,45	0,47
9 RTVC.ES (Canarias)	0,07	0,26	0,06	0,14	0,25	0,22	0,29	0,34	0,32	0,49	0,38	0,32
10 7TVREGIONDEMURCIA.ES (Murcia)	0,48	0,09	0,26	0,53	0,32	0,23		0,16	0,28	0,40	0,10	0,08
11 IB3.ORG (balears)							0,15	0,51	0,36	0,21	0,16	0,21

Para el servicio de Televisión a la Carta (bajo demanda de usuario) en 2018 se depositaron 103 programas nuevos, con una media de subida de 20 programas diarios. Se registraron **887,8 millones de vídeos reproducidos** en el año en todo el mundo (Fuente: Videometrix, en comparativa vídeo bajo demanda cadenas FORTA).

EVOLUCIÓN DEL VMX DE LAS CADENAS FORTA

2018

Medios/Medidas	Jan-2018	Feb-2018	Mar-2018	Apr-2018	May-2018	Jun-2018	Jul-2018	Aug-2018	Sep-2018	Oct-2018	nov-18	dic-18
Total Internet : Total Audience	31.921	31.921	31.921	31.921	31.921	31.921	31.921	32.046	32.147	32.121	32.061	32.555
RTVA Sites												
Reach (000)	42,4	49,1	31,2	26,6	17,6	23,6	9,0	3,6	15,6	27,5	47,1	38,2
Videos (000)	178,1	169,9	158,2	86,1	30,0	30,6	9,7	7,2	26,9	42,5	85,5	63,7
Videos por espectador	4,2	3,5	5,1	3,2	1,7	1,3	1,1	2,0	1,7	1,5	1,8	1,7
Minutos por espectador	1,8	2,5	3,1	2,0	1,4	1,1	0,3	0,7	0,7	0,5	1,3	3,1
Minutos por video	0,4	0,7	0,6	0,6	0,8	0,8	0,3	0,4	0,4	0,3	0,7	1,8
Total minutos (MM)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
rtva @ YouTube												
Reach (000)	3.235,4	3.545,5	3.334,8	2.938,1	3.199,5	3.558,0	3.369,1	3.102,1	3.454,5	4.208,7	3.618,0	4.379,1
Videos (000)	19.209,4	23.479,9	19.200,3	17.267,2	18.009,3	20.621,2	18.998,0	17.970,5	18.226,2	22.776,4	22.298,1	23.368,6
Videos por espectador	5,9	6,6	5,8	5,9	5,6	5,8	5,6	5,8	5,3	5,4	6,2	5,3
Minutos por espectador	25,6	38,1	25,6	26,2	25,7	28,5	27,2	25,8	25,4	28,0	31,6	27,6
Minutos por video	4,3	5,8	4,5	4,5	4,6	4,9	4,8	4,5	4,8	5,2	5,1	5,2
Total minutos (MM)	83,0	135,1	85,4	76,9	82,3	101,3	91,6	80,0	87,7	117,8	114,2	120,9

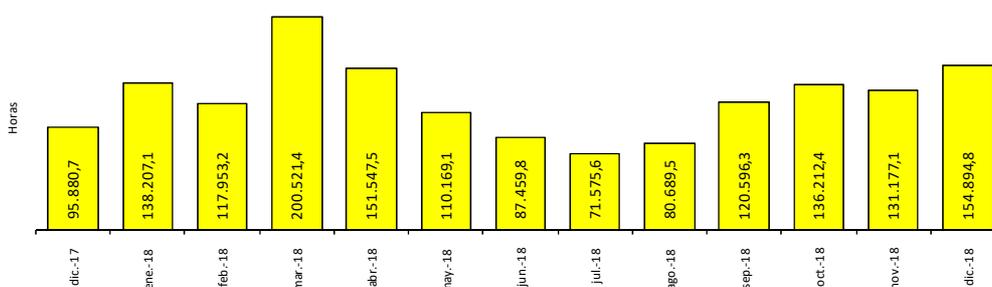
Para el servicio de Radio a la Carta (bajo demanda de usuario) en 2018 se depositaron 155 programas, con una media de subida de 40 programas diarios. Se registraron **1.501.003,8 horas descargadas** en 73.229.212 sesiones abiertas en todo el mundo:

ON DEMAND (A LA CARTA)

2018

Tiempo total de visionado (horas)	1.501.003,8	
Tiempo medio por sesión (min)	0:01:14	
Día máximo consumo (horas)	18/3/18	11.942,0
Día mínimo consumo (horas)	12/5/18	1.551,2
Número total de sesiones	73.229.212	
Número medio de sesiones diarias	200.628	
Día con más sesiones	29/1/18	467.710
Día con menos sesiones	21/7/18	60.795
Número medio de usuarios diarias	12.022	
Día con más usuarios	26/10/18	28.977
Día con menos usuarios	11/5/18	3.777

**TIEMPO TOTAL
EVOLUCIÓN MENSUAL**



CANALES	ON LINE				A LA CARTA
	CANAL SUR RADIO	CANAL FIESTA RADIO	RADIO ANDALUCÍA	FLAMENCORADIO.COM	ON DEMAND
Tiempo total de visionado (horas)	3.644.506,5	7.990.003,6	307.242,1	958.690,0	1.501.003,8
Tiempo medio por sesión (min)	0:11:13	0:26:01	0:15:08	0:18:04	0:01:14
Número total de sesiones	19.503.272	18.425.013	1.217.687	3.182.504	73.229.212
Número medio de sesiones diarias	53.433,6	50.479,5	3.336,1	8.719,2	200.628,0
Número medio de usuarios diarias	11.573,7	12.720,1	1.425,9	3.448,8	12.022,1

Además, en el ámbito de Internet se mantuvo en 2018 la producción de contenidos audiovisuales especializados en canales audiovisuales temáticos:

MARCA	SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN	COBERTURA TERRITORIAL
FLAMENCORADIO.COM	Sobre el universo del arte flamenco . Internet. Dominio propio. Canal de radio online , y con contenidos 'A la Carta' (a demanda de las personas usuarias)	Internacional, todos los países del mundo
CANAL LA BANDA	Para audiencia juvenil . Internet. Dominio propio. Canal audiovisual con programación no lineal y con contenidos 'A la Carta' (a demanda de las personas usuarias)	Internacional, todos los países del mundo
CANAL ANDALUCÍA COCINA	Sobre la gastronomía andaluza . Internet. Dominio propio. Canal audiovisual con programación no lineal y con contenidos 'A la Carta' (a demanda de las personas usuarias)	Internacional, todos los países del mundo
CANAL ANDALUCÍA TURISMO	Sobre el sector turístico andaluz . Internet. Dominio propio. Canal audiovisual con programación no lineal y con contenidos 'A la Carta' (a demanda de las personas usuarias)	Internacional, todos los países del mundo
CANAL ANDALUCÍA FLAMENCO	Sobre el universo del arte flamenco . Internet. Dominio propio. Canal audiovisual con programación no lineal y con contenidos 'A la Carta' (a demanda de las personas usuarias)	Internacional, todos los países del mundo

Los vídeos de Canal Sur en Youtube en 2018 se reprodujeron más de 700 millones de veces (**701.394.246**), subiendo el 38,6% respecto a 2017, registrándose visionados en todo el mundo, destacando Méjico, Argentina, Estados Unidos, o Colombia. (Fuente: Google Analytics).

En cuanto al mantenimiento de este motor de búsqueda, sobre Canal Sur en Youtube en 2018 se dieron estos otros registros:

- número de vídeos subidos: 70.081
- número de veces de vídeos compartidos: 4.622.734
- Suscriptores: **1.852.029**

En Redes Sociales al cierre de 2018 las prestaciones RTVA superaron los 3.400.000 seguidores en las diversas cuentas que tienen Canal Sur, la RTVA y muy diversos programas de radio y de televisión en distintas redes y aplicaciones sociales. Entre otros, destacaron los registros en redes como Facebook con más de 1.255.000 de personas; o los 626.000 seguidores en Twitter (destacando los 166.000 Canal Fiesta Radio o los 163.000 del programa El Llamador), y 70.000 seguidores en Instagram. Todo ello situó a Canal Sur en posiciones de liderazgo entre las cadenas públicas del España en redes sociales, contando en 2018 con 15 perfiles verificados en Twitter, 27 en Facebook, y 7 en Instagram.

La división *Canal Sur Media* siguió avanzando para dotar de mayor musculatura a las ampliadas y crecientes prestaciones digitales RTVA para la Sociedad de la Información, plasmados bajo conceptos de servicios multiplataforma. Sobre servicios para dispositivos móviles, en año 2018 se desarrollaron las actualizaciones de dos nuevas aplicaciones móviles genéricas Canal Sur, sustituyendo a las antiguas con diseños más acordes a la tendencia actual. Se han mantenido las aplicaciones móviles de La Banda y las especiales de la Romería del Rocío y la de Semana Santa. Además se avanzó en mejoras de diseño *'Responsive'* de toda la web RTVA para hacerla más interoperable con cualquier dispositivo móvil.

Todos estos datos evidencian que la rentabilidad social de las producciones de Canal Sur se ha de estimar no solo en atención de los indicadores de share de audiencia tradicionales por ondas, pues el "peso social" que tiene la RTVA en la comunicación audiovisual tiene ya una referencia de primer orden en las prestaciones en Internet.

II. Cumplimiento de compromisos del ámbito corporativo de la empresa

En cuanto a la **PORTE CORPORATIVA** en aspectos de **gestión**, entre otros, cabe destacar el cumplimiento del compromiso de llevar un sistema de contabilidad analítica con separación de cuentas por sociedades y de las actividades de servicio público de las que no tienen esa calificación. Y los compromisos de estabilidad presupuestaria y financiera, y el reporte de esa informe a la autoridad en materia de Comunicación Social, conforme a la *Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual*. En el ámbito interno entraron en vigor dos nuevas *Instrucciones* de actualización normativa en materia de control previo de los expedientes de gastos e inversión de la RTVA y CSRTV; y comenzó la aplicación del Documento interno en aplicación de la Directiva 95/46/CE de Reglamento General de Protección de Datos de Carácter Personal, aplicable desde el 25 de mayo de 2018; y de lo dispuesto en la *Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos de Personales y garantía de los derechos digitales*. En el ámbito interno del grupo empresarial se adoptaron todas las medidas necesarias, y se nombró un "Delegado de Protección de Datos".

Para los Presupuestos del Grupo del ejercicio 2018 se elaboraron informes de evaluación de impacto de género, y se formularon con enfoque de género, y cumpliendo con lo dispuesto en el *Decreto 20/2010, de 2 de febrero*.

Igualdad de la mujer. En cuanto a la preservación de la igualdad entre mujeres y hombres, en el seno interno del grupo empresarial se creó en 2018 (Febrero) la Delegación de Igualdad de Género de la RTVA y Canal Sur Radio y Televisión, S.A. para velar por la constante promoción de la igualdad entre mujeres y hombres en contenidos multimedia, contribuyendo a que la igualdad sea real en la sociedad. Incluyó un Plan de Formación transversal para todas las personas empleadas en todas las funciones de la empresa, tanto de la parta corporativa RTVA como de la operativa de Canal Sur.

En 2018 se aplicó el Acuerdo Marco 2017-2019 de la RTVA con el IAM (Instituto Andaluz de la Mujer) para realizar acciones conjuntas en materia de formación y sensibilización.

En el ámbito de las relaciones laborales se desarrolló el trabajo de la Comisión de Igualdad, órgano paritario con representación sindical y empresarial para aborda todas las cuestiones relativas a igualdad y perspectiva de género en las relaciones laborales, en asuntos de contratación, formación, salud laboral, y conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

En cuanto a la programación, además del permanente tratamiento de atención transversal en pro de la igualdad de la mujer, y **contra la violencia de género**, se produjeron programas específicos de radio (La Mirada, A por todas), y en televisión fue una constante en programas divulgativos, especialmente en 'Solidarios'. Hubo campañas de sensibilización social contra la violencia hacia la mujer (como una propia iniciativa de Canal Sur con sus presentadores y presentadoras más conocidas), y campañas institucionales tanto del Gobierno de España como de la Junta de Andalucía tanto en relación al 25 de Noviembre, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, como en pro de la igualdad, con motivo del 8 de Marzo, Día de la Mujer.

Responsabilidad Social Corporativa (Empresarial). La información de todo lo relativo a este compromiso de la RTVA y de CSRTV se incluye en la página web específica http://www.canalsur.es/rtva/responsabilidad_social-2334.html, y se produce un programa de televisión temático: Compromiso Canal Sur. En 2018 se firmaron veintitrés Convenios de colaboración con entidades públicas y privadas. Destacaron el nuevo Convenio con el Festival de Cine Iberoamericano de Huelva; con el Instituto de la Cultura y las Artes de Sevilla para el desarrollo de acciones de difusión de la XV edición del Festival de Cine Europeo de Sevilla; nuevo Convenio con la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía; con la XX Bienal de Flamenco de la capital hispalense; el nuevo Convenio con la Real Sociedad de Carreras de Caballos de Sanlúcar de Barrameda; la Federación Andaluza de Municipios y Provincias; con el Consorcio Festival Internacional de Música y Danza de Granada; con la Fundación Museo Picasso Málaga, Legado Paul Christine, Bernard Ruiz-Picasso; con la Asociación Compañía Danza Mobile; con el Ateneo de Sevilla; el Convenio con la Federación Andaluza de Libreros; XXI Edición del Festival de Cine de Málaga; o con el Excmo. Ateneo de Sevilla.

También destacaron los Convenios de Cooperación educativa para realizar prácticas académicas curriculares de estudiantes universitarios de las Universidades de Málaga, Sevilla y Granada; la aprobación del Modelo de Acuerdo específico a firmar con los Festivales de Cine que otorgan el Premio RTVA a la Creación Audiovisual Andaluza; el Acuerdo con el Consorcio Parque de las Ciencias de Granada; la Fundación Unicef-Comité Español; el Convenio con el Instituto Andaluz de Administración Pública y la RTVA en materia de formación; con el Festival de Cine de Málaga e Iniciativas Audiovisuales S.A., para el desarrollo de las acciones de difusión de la XXI Edición del Festival de Málaga de Cine en Español, o el Acuerdo en Defensa de los Derechos de las Personas con problemas de salud mental y contra su discriminación.

También se colaboró en la campaña para impulsar la integración de personas discapacitados *#Contra las Etiquetas*, de la Fundación Adecco; la renovación de acuerdos con Ayuda en Acción, con la Fundación ONCE, y la renovación del Convenio de Colaboración con UNICEF. Cabe destacar el importante impacto mediático en términos de audiencia y repercusión económica generada por la **Gala UNICEF** que también en 2018 emitieron todos los medios de Canal Sur en simultáneo. La Gala de 2018, celebrada en el Teatro Cartuja Center de Sevilla, obtuvo una audiencia media de share del 10,1% en televisión registrándose en toda Andalucía **1.037.000 personas** que en algún momento vieron este evento solidario por el que se llegó a recaudar **116.000 euros** aportados por la propia audiencia, y que tuvo un notable seguimiento en todo tipo de redes sociales en las que actúa la RTVA.

Otras campañas de interés público de colaboración con ONG's emitidas en 2018 tanto en radio como en televisión y web:

ENTIDAD
ACCION CONTRA EL HAMBRE
ADEVIDA
ASOC. BANCO DE ALIMENTOS DE ANDALUCIA
ASPACE GRANADA
AYUDA EN ACCION
CARITAS DIOCESANA DE CORDOBA
FUNDACION AUTISMO SUR
FUNDACION PLAN INTERNACIONAL ESPAÑA
FUNDACION UNICEF COMITE ESPAÑOL
SAVE THE CHILDREN

Otra campaña propia organizada por el Grupo RTVA, emitida en todos los soportes en 2018: sobre cultura sostenible en la ciudadanía andaluza contra el cambio climático, el uso sostenible de los recursos, la economía circular y la protección de la biodiversidad.

CSRTV y RTVA se incorporaron en 2018 al *'Grupo de Acción de Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas Públicas'*, plataforma colaborativa lidera por la entidad pública 'Instituto de Crédito Oficial' (ICO), coordinada por Forética, e integrada por 28 entidades públicas del país, y que ha diseñado en 2018 una "Guía Práctica de Contribución de las Empresas Públicas a la Agenda 2030", siendo esa agenda un Plan de Acción mundial del Programa de las Naciones Unidas (aprobado por su Asamblea General en 2015) para el desarrollo y progreso social y económico sostenible. La finalidad es integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en las estrategias de actividad de las empresas públicas.

Defensor de la Audiencia RTVA. En 2018 atendió y ofreció adecuada respuesta sobre 705 comunicaciones recibidas (400 quejas, 96 opiniones, 35 sugerencias, 159 peticiones de información, y 15 felicitaciones).

Formación. En 2018 hubo un amplio plan de formación del personal del grupo, con **6.812 horas ofertadas en veintiséis modalidades de cursos** sobre tendencias de futuro enfocadas en el reto de la transformación digital, el auge de las aplicaciones móviles en el consumo de medios y el comportamiento y actitudes de la audiencia digital en España, con objeto de incrementar la formación técnica y de desarrollo de nuevos canales y soportes.

Formación 2018 RTVA y CSRTV	
Nombre del Curso	horas
ADMINISTRADOR DE WINDOWS SERVER 2102	48
ALEMÁN	290
BIG DATA APLICADO A LA GESTION DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES	300
BIG DATA Y ELABORACION DE CONTENIDOS	270
BIG DATA. APLICACIONES EN LA GESTION DOCUMENTAL	130
CARACTERISTICAS DEL 4K	240
COMO SACAR PARTIDO A LAS RR.SS. EN MI TRABAJO	320
CURSO BASICO DE CONTROL DE ILUMINACION	120
CURSO BASICO DE CSS	240
DISEÑO Y TUTORIZACION DE CURSOS EN PLATAFORMAS LMS EN MOODLE	176
FRANCÉS	240
GOOGLE ANALYTICS AVANZADO	40
HOOTSUITE AVANZADO	320
INGLÉS	1850
ITALIANO	0
MONTAJE DEL SISTEMA INTERPLAY AVID INSTINCT	76
NORMALIZACION DE LA SONORIDAD (LOUDNESS)	160
NUEVAS HERRAMIENTAS QUE OFRECEN LAS REDES SOCIALES: ¿CUÁL ES LA TENDENCIA?	48
OPERACION DE SONIDO EN RADIO. CURSO BASICO	90
PREVENCION DE RIESGOS LABORALES BASICO	510
PRINCIPIOS DEL 4K	312
PROGRAMACIÓN Y CONTROL DE FOCOS LED	375
SESIONES CONCIENCIACION REGLAMENTO GENERAL PROTECCION DE DATOS	169,5
TEC. DE GRABACION Y EDICION EN PRODUC. DE NATURALEZA Y DIVULGACION CIENTIFICA	198
TECNOLOGIA AUDIOVISUAL PARA PRODUCCION Y REALIZACION	180
VIDEOMARKETING Y YOUTUBE	110
Total general	6812,5

Digitalización del archivo documental. En 2018 se prosiguió el paulatino proceso digitalizado un volumen de materiales procedentes del Archivo Audiovisual en Cinta de vídeo con un total de 5.235 cintas con una duración total de 4.040 horas de duración (que se suman a todas las horas ya digitalizadas en los años precedentes haciendo uso de un Sistema Integrado de Edición, Emisión y Archivo para facilitar el acceso y difusión de esos fondos). El fondo documental en el anterior año precedente se incrementó en 160.000 ficheros, procedentes tanto de espacios de los Servicios Informativos como de Programas en general, conservados en las librerías digitales de las ocho provincias y accesibles desde todos los centros de producción.

Estándar europeo HbbTV. En 2018 se ha avanzado en prestaciones en la aplicación tecnología HbbTV de TDT Híbrida: se continuó con el desarrollo con mejoras para la navegación más intuitiva y ampliación de categorías y nuevos contenidos, también en la sección 4K UHD, e incorporación de más contenidos de radio. Se hizo una actualización de la interfaz gráfica de la aplicación. Y los contenidos de televisión alcanzaron más de 4.150 horas de programas en servicios bajo demanda de usuario a la carta en TDT bajo ese estándar por ondas terrestres (alternativo al similar servicio A la Carta a través de la Web). Y se han incorporado a los servicios de HbbTV los contenidos producidos por CanalSur en 4K UHD.

Canal Sur en 2018 ha participado en distintos Grupos de Trabajo en el ámbito de FORTA para el desarrollo de la TDT Híbrida y proyecto de integración en la plataforma *LOVESTV*. Participación en Jornadas de Interoperabilidad de TDT Híbrida celebradas en Madrid (Mayo) con los principales fabricantes de televisores y radiodifusores que señalizan aplicaciones HbbTV en su emisión.

Radioplayer. Canal Sur fue uno de los miembros de FORTA que el mes de Junio 2018 y en el ámbito del Foro de Radio Híbrida (organizado por la Secretaría de Estado para el Avance Digital del Gobierno de España) impulsó la entrada de las radios públicas autonómicas en esa plataforma de agregación de canales de radio, creada por la BBC a través de una entidad británica sin ánimo de lucro, para la expansión de los servicios digitales de radio y la escucha de canales en cualquier lugar del mundo.

Cobertura por ondas en radio y televisión, se llegó para Canal Sur Radio al 90,6% de la Población, y para Canal Sur Televisión al 98,5%, por encima de lo que marca la normativa y el propio C-P. Y desde finales de 2016 se ofrece también la señal de Canal Sur Televisión en Alta Definición (HD) con un ámbito de cobertura semejante a la señal TDT en Definición Estándar (SD), continuando con las mejoras de prestaciones durante 2018.