

INFORME 28/2018

CORPORACIÓ
CATALANA
DE MITJANS
AUDIOVISUALS, SA
PRODUCCIÓN
DE PROGRAMAS,
EJERCICIO 2016

INFORME 28/2018

**CORPORACIÓ
CATALANA
DE MITJANS
AUDIOVISUALS, SA**
PRODUCCIÓN
DE PROGRAMAS,
EJERCICIO 2016

Edición: abril de 2019

Documento electrónico etiquetado para personas con discapacidad visual

Páginas en blanco insertadas para facilitar la impresión a doble cara

Autor y editor:

Sindicatura de Cuentas de Cataluña
Vía Laietana, 60
08003 Barcelona
Tel. +34 93 270 11 61
sindicatura@sindicatura.cat
www.sindicatura.cat

Publicación sujeta a depósito legal de acuerdo con lo previsto en el Real decreto 635/2015, de 10 de julio

MANEL RODRÍGUEZ TIÓ, secretario general de la Sindicatura de Cuentas de Cataluña,

CERTIFICO:

Que en Barcelona, el día 12 de diciembre de 2018, reunido el Pleno de la Sindicatura de Cuentas, bajo la presidencia del síndico mayor, Jaume Amat Reyero, con la asistencia de los síndicos Jordi Pons Novell, Miquel Salazar Canalda, Joan-Ignasi Puigdollers Noblom y Emma Balseiro Carreiras, actuando como secretario el secretario general de la Sindicatura, Manel Rodríguez Tió, y como ponente el síndico Jordi Pons Novell, previa deliberación se acuerda aprobar el informe de fiscalización 28/2018, relativo a Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, producción de programas, ejercicio 2016.

Y, para que así conste y surta los efectos que correspondan, firmo este certificado, con el visto bueno del síndico mayor.

Barcelona, 20 de diciembre de 2018

[Firma]

Vº Bº
El síndico mayor

[Firma]

Jaume Amat Reyero

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| ABREVIACIONES..... | 8 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 9 |
| 1.1. INFORME | 9 |
| 1.1.1. Objeto y alcance | 9 |
| 1.1.2. Metodología..... | 9 |
| 1.2. ENTE FISCALIZADO..... | 10 |
| 1.2.1. Antecedentes | 10 |
| 1.2.2. Actividades y organización | 10 |
| 1.2.3. Trabajos de control..... | 12 |
| 2. FISCALIZACIÓN REALIZADA..... | 12 |
| 2.1. RENDICIÓN DE CUENTAS | 12 |
| 2.2. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS POR ÁREAS | 13 |
| 2.2.1. Fondo de programas..... | 15 |
| 2.2.2. Gasto de programas..... | 22 |
| 2.2.3. Producción ajena..... | 26 |
| 2.3. VENTAS DE PROGRAMAS..... | 26 |
| 2.4. INSTRUCCIÓN GENERAL DEL CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE DIFUSIÓN Y FINANCIACIÓN DE OBRAS AUDIOVISUALES EUROPEAS..... | 27 |
| 3. CONCLUSIONES..... | 28 |
| 3.1. OBSERVACIONES | 28 |
| 3.2. RECOMENDACIONES..... | 29 |
| 4. ANEXOS..... | 30 |
| 4.1. BALANCE Y CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO 2016..... | 30 |
| 4.2. MUESTRA DE PROYECTOS..... | 33 |
| 5. TRÁMITE DE ALEGACIONES | 35 |
| 5.1. ALEGACIONES RECIBIDAS..... | 35 |
| 5.2. TRATAMIENTO DE LAS ALEGACIONES | 40 |

ABREVIACIONES

| | |
|----------|---|
| CAC | Consejo del Audiovisual de Cataluña |
| CCMA | Corporación Catalana de Medios Audiovisuales |
| CCMA, SA | Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA |
| CR | Medio radio |
| CR, SA | Catalunya Ràdio, SRG, SA |
| M€ | Millones de euros |
| TVC | Medio televisión |
| TVC, SA | Televisió de Catalunya, SA |

1. INTRODUCCIÓN

1.1. INFORME

1.1.1. Objeto y alcance

La Sindicatura de Cuentas, como órgano fiscalizador del sector público de Cataluña, de acuerdo con la normativa vigente y en cumplimiento de su Programa anual de actividades, emite este informe de fiscalización de la producción de programas de Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA (CCMA, SA) correspondiente al ejercicio 2016.

El objeto de la fiscalización ha sido comprobar que los estados financieros de CCMA, SA, correspondientes al ejercicio 2016 registran adecuadamente las operaciones vinculadas a la producción de programas; analizar las desviaciones entre el coste presupuestado y el real; verificar el cumplimiento de la normativa interna que regula su gestión, y evaluar los sistemas y procedimientos establecidos por CCMA, SA, para su seguimiento, gestión y control. Con esta finalidad se han analizado los gastos directos imputados a la producción de programas.

Aunque el ámbito temporal de este informe ha sido el ejercicio 2016, cuando se ha considerado necesario para completar el trabajo, se ha ampliado a períodos anteriores y posteriores.

El anterior informe de fiscalización de Televisió de Catalunya, SA (TVC, SA) (véase el apartado 1.2.1) emitido por la Sindicatura fue el 18/2014, correspondiente a los ejercicios 2010, 2011 y 2012. En ese informe, como en informes anteriores sobre TVC, SA, la Sindicatura recomendó que se potenciara la venta de programas de producción propia para recuperar parte de su coste lo que permitiría la financiación de nuevos proyectos sin aumentar las aportaciones públicas. En el apartado 2.3 se analizan las ventas de programas.

Las conclusiones del informe incluyen las observaciones más significativas, los incumplimientos normativos detectados y las recomendaciones sobre las mejoras en la gestión de las producciones de CCMA, SA, en algunos de los aspectos que se han puesto de manifiesto durante la realización del trabajo.

1.1.2. Metodología

El trabajo de fiscalización se ha llevado a cabo de acuerdo con los principios y normas internacionales de fiscalización del sector público generalmente aceptados y ha incluido todas aquellas pruebas, de cumplimiento y sustantivas, que se han considerado necesarias para obtener evidencias suficientes y adecuadas para poder expresar las conclusiones que se exponen en el informe.

1.2. ENTE FISCALIZADO

1.2.1. Antecedentes

El 12 y el 29 de mayo de 2013, el Consejo de Gobierno de la CCMA, como socio único de TVC, SA, y Catalunya Ràdio, SRG, SA (CR, SA), aprobó iniciar el proceso de integración de ambas sociedades, mediante la fusión por absorción de CR, SA, (sociedad absorbida) por parte de TVC, SA (sociedad absorbente). El Acuerdo de Gobierno de 25 de junio de 2013 autorizó la modificación estructural societaria de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) en este sentido, con la extinción de CR, SA, con el traspaso de todo su patrimonio a TVC, SA, y la subrogación de esta, por sucesión universal, en todos los derechos y obligaciones de la sociedad absorbida. Al mismo tiempo, Televisió de Catalunya, SA, pasó a denominarse Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, y se aprobaron los nuevos estatutos sociales. Estos acuerdos se elevaron a escritura pública el 13 de noviembre de 2013.

CCMA, SA, forma parte del Grupo de empresas de la CCMA y esta es su accionista único. En el ejercicio 2016 la CCMA y sus empresas filiales estaban adscritas a la Secretaría General del Departamento de la Presidencia de la Generalidad de Cataluña.

1.2.2. Actividades y organización

CCMA, SA, se rige por la Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la CCMA, por sus Estatutos, por la legislación audiovisual, por el Real decreto legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley de sociedades de capital, por la Ley de finanzas públicas de Cataluña, por la Ley de patrimonio de la Generalidad de Cataluña y por otras disposiciones que le sean aplicables.

El objeto social de CCMA, SA, de acuerdo con el artículo 2 de sus Estatutos, es el siguiente:

- a) La prestación de servicios de televisión y servicios en comunicación audiovisual conexos e interactivos, incluyendo la producción, reproducción y transmisión de imágenes y de sonidos y otros contenidos audiovisuales, mediante emisiones de ondas radioeléctricas o mediante transmisiones por cable y satélite, vía telemática y otros soportes y formatos multimedia, destinadas mediata o inmediatamente al público en general o a un sector determinado con finalidades culturales, educativas, artísticas, informativas y de entretenimiento, de acuerdo con lo establecido en los artículos 2 y 22 de la Ley 11/2007.
- b) La divulgación de declaraciones o comunicaciones oficiales de interés público, la de propaganda política en el tiempo y en la forma que establezca la Ley.

c) El desarrollo de productos, equipos y servicios, basados en el uso de tecnología y herramientas informáticas, telemáticas, de comunicación, audiovisuales y multimedia. Desarrollo, redacción y ejecución de proyectos de Producción e Ingeniería de Televisión y Sistemas Multimedia. Llevar a cabo actividades de transferencia de tecnología al sector de los medios audiovisuales, telemáticos y servicios de comunicación.

d) La comercialización y venta de sus productos y servicios y, limitadamente, la publicidad.

e) Producción, reproducción y comercialización de *merchandising*.

f) Edición de libros y toda clase de publicaciones tanto propias como ajenas.

g) Efectuar ediciones musicales firmando cualquier tipo de contrato con autores y compositores para su administración, gestión y edición, así como contratos de concesión de licencias a terceros para la utilización de obras musicales que administre la Sociedad, o explotación de las obras en un sentido amplio representando los catálogos de las obras musicales ante el Registro de la Propiedad Intelectual y las entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual que corresponda a fin de efectuar el registro de obras musicales a nombre de sus autores o de la propia sociedad y llevar a cabo la gestión de los derechos de explotación u otros de carácter patrimonial y en nombre de la propia sociedad o en interés de los autores.

h) Producir y editar por iniciativa propia o a cargo de terceros, fonogramas y videogramas en cualquier soporte que permita la fijación y reproducción de audio y video a partir de los registros de interpretaciones y ejecuciones artísticas de obras autorales, destinadas a su explotación en el sentido más amplio, otorgando licencias a terceros para la distribución y comercialización de los fonogramas y videogramas, así como la representación de la Sociedad ante las entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual correspondientes para ejercer y llevar a cabo la gestión de los derechos de explotación u otros de carácter patrimonial en nombre de la propia sociedad o en interés de los intérpretes y ejecutantes.

i) Las actividades anexas y complementarias de las anteriores.

Quedan excluidas del objeto social todas aquellas actividades para cuyo ejercicio la Ley exija requisitos especiales que no queden cumplidos por esta sociedad.

La duración de CCMA, SA, se estableció por tiempo indefinido.

1.2.2.1. Órganos de gobierno y directores de los medios

Los órganos de gobierno de CCMA, SA, son, según sus Estatutos, la Junta General de Accionistas (constituida por el accionista único, la CCMA) y el administrador único.

Durante el ejercicio fiscalizado el administrador único de CCMA, SA, fue Brauli Duart Llinares hasta el 13 de abril de 2016 y a partir de esta fecha la administradora única fue Núria Llorach Boladeras.

El director del medio televisión (TVC) de CCMA, SA, fue Eugeni Sallent Garriga hasta el 23 de febrero de 2016 y Jaume Peral Juanola a partir del 24 de febrero de 2016. El director del medio radio (CR) de CCMA, SA, fue Fèlix Riera Prado hasta el 28 de julio de 2015 y Saül Gordillo Bernàrdez a partir del 13 de enero de 2016.

1.2.2.2. Control interno

El sistema de control interno es un proceso que tiene como objetivo proporcionar a los órganos representativos y directivos de una entidad un grado de seguridad razonable en cuanto a la integridad de las cuentas, la salvaguarda de los activos, la eficacia y eficiencia de las transacciones, la fiabilidad de la información financiera y el cumplimiento de la legislación que sea aplicable a la entidad.

La Sindicatura entiende que los procedimientos seguidos en relación con las producciones de CCMA, SA, cumplen razonablemente los objetivos del sistema de control interno de modo que la dirección de CCMA, SA, tiene la información necesaria para tomar aquellas decisiones que considere oportunas, y que los elementos de control establecidos garantizan razonablemente que las operaciones que afectan a las cuentas de CCMA, SA, están registradas adecuadamente.

1.2.3. Trabajos de control

Las cuentas anuales de CCMA, SA, fueron auditadas por la empresa Pricewaterhouse-Coopers Auditores, SL. El informe correspondiente al ejercicio 2016 fue emitido con fecha 28 de abril de 2017, con una opinión favorable y un párrafo de énfasis a consecuencia de la inspección fiscal del Impuesto sobre el valor añadido de los ejercicios 2012 a 2014 de las sociedades TVC, SA; CR, SA, y CCMA, SA.

2. FISCALIZACIÓN REALIZADA

2.1. RENDICIÓN DE CUENTAS

De acuerdo con el artículo 71 del Decreto legislativo 3/2002, de 24 de diciembre, por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley de finanzas públicas de Cataluña, en la

redacción vigente en el ejercicio 2016, las empresas públicas constituidas en forma de sociedad anónima deben enviar a la Intervención General de la Generalidad y a la Sindicatura de Cuentas, antes del 30 de abril de cada año, la liquidación del presupuesto, las cuentas anuales y la memoria de gestión del ejercicio anterior.

CCMA, SA, presentó las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2016 a la Intervención General de la Generalidad y a la Sindicatura de Cuentas el 28 de abril de 2017.

En los cuadros 6 y 7 del anexo 4.1 se presentan, respectivamente, el Balance y la Cuenta de pérdidas y ganancias de CCMA, SA, del ejercicio 2016.

2.2. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS POR ÁREAS

En el cuadro 1 se presenta la Cuenta de pérdidas y ganancias por áreas de CCMA, SA, que muestra de forma separada los ingresos y los gastos presupuestarios de los no incluidos en el presupuesto de su actividad (principalmente la amortización del inmovilizado, el Impuesto sobre beneficios, las provisiones para riesgos y las subvenciones recibidas). Los ingresos y los gastos presupuestarios se dividen en estructura y fondo de programas. Estructura incluye todos los gastos que no se imputan de forma directa a programas, tanto de las áreas de producción como de las áreas de soporte y del resto de áreas, como dirección, comercial o ingeniería, entre otros. Los ingresos y los gastos no presupuestarios y los de estructura no se incluyen en el alcance de la fiscalización.

Los gastos presupuestarios son un 98,57% de los gastos de la Cuenta de pérdidas y ganancias. Los ingresos presupuestarios equivalen a un 23,87% de los ingresos de la Cuenta de pérdidas y ganancias. Los gastos y los ingresos del fondo de programas representan un 56,75% de los gastos presupuestarios y un 11,66% de los ingresos presupuestarios. El 87,32% del gasto del fondo de programas corresponde a TVC y el 12,68% a CR.

Cuadro 1. Cuenta de pérdidas y ganancias por áreas

| Descripción | Gastos | Ingresos | Resultado |
|--|--------------------|--------------------|----------------------|
| Áreas de estructura | | | |
| Programación e imagen | 9.746.203 | 565.952 | (9.180.251) |
| Contenidos y programas TVC | 3.267.221 | 30.090.416 | 26.823.195 |
| Dirección TVC | 13.032.792 | 22.186 | (13.010.606) |
| Deportes TVC | 807.513 | 3.662.289 | 2.854.776 |
| Informativos TVC | 2.364.839 | 19.707.493 | 17.342.654 |
| Adjunta a dirección y comunicación CR | 132.351 | 31 | (132.320) |
| Cataluña Música | 388.213 | 74 | (388.139) |
| Dirección CR | 1.239.011 | 1.260.580 | 21.569 |
| Deportes CR | 283.660 | - | (283.660) |
| iCat FM | 206.098 | - | (206.098) |
| Informativos CR | 774.539 | 13.938 | (760.601) |
| Medios digitales | 3.794.811 | 111.135 | (3.683.676) |
| Programas CR | 1.281.202 | 4.893 | (1.276.309) |
| Gestión y recursos | 16.798.886 | 876.809 | (15.922.077) |
| Dirección entes | 13.603.929 | 1.084.504 | (12.519.425) |
| Estrategia | 9.288.026 | 190.204 | (9.097.822) |
| Comercial | 3.841.088 | 1.360.093 | (2.480.995) |
| <i>Marketing</i> | 8.549.481 | 4.701.867 | (3.847.614) |
| Explotación e ingeniería CR | 7.463.637 | 13.807 | (7.449.830) |
| Explotación e ingeniería TVC | 34.234.690 | 1.215.863 | (33.018.827) |
| Total estructura | 131.098.190 | 64.882.134 | (66.216.056) |
| Fondo de programas TVC | | | |
| Coproducciones documentales | 694.900 | 14.400 | (680.500) |
| Coproducciones infantiles y juveniles | 601.801 | 6.760 | (595.041) |
| Producción interna | 58.722.016 | 967.145 | (57.754.871) |
| Producción ajena | 14.650.207 | 26.534 | (14.623.673) |
| Deportes | 26.259.153 | 324.220 | (25.934.933) |
| Coproducciones ficción | 3.948.620 | 35.887 | (3.912.733) |
| Producción informativos | 45.322.150 | 567.756 | (44.754.394) |
| Total fondo de programas TVC | 150.198.847 | 1.942.702 | (148.256.145) |
| Fondo de programas CR | | | |
| Cataluña Música | 1.204.145 | 31.725 | (1.172.420) |
| Producción interna | 5.759.147 | 4.197.476 | (1.561.671) |
| Informativos | 10.059.439 | 733.782 | (9.325.657) |
| Deportes | 4.183.900 | 1.616.498 | (2.567.402) |
| Parrilla digital radio | 17.500 | - | (17.500) |
| iCat FM | 591.101 | 38.308 | (552.793) |
| Total fondo de programas CR | 21.815.232 | 6.617.789 | (15.197.443) |
| Total fondo de programas | 172.014.079 | 8.560.491 | (163.453.588) |
| Total dentro de del presupuesto | 303.112.269 | 73.442.625 | (229.669.644) |
| Fuera del presupuesto | 4.398.507 | 234.186.718 | 229.788.211 |
| Total | 307.510.776 | 307.629.343 | 118.567 |

Importes en euros.

Fuente: CCMA, SA.

2.2.1. Fondo de programas

El Fondo de programas incluye todas las producciones de CCMA, SA (TVC, CR y medios digitales). CCMA, SA, asigna un código analítico o centro de coste a cada programa. Desde el ejercicio 2016 CCMA, SA, dispone de una contabilidad analítica que le permite distribuir todos los costes y los ingresos sobre los medios y sus productos finales. Esta contabilidad se instrumenta mediante una aplicación hecha a medida por la misma CCMA. El objetivo es disponer de un sistema que permita imputar todos los costes (incluidos los indirectos) hasta el producto final, entendiendo como tal los contenidos que CCMA, SA, ofrece a sus espectadores, radioyentes o usuarios de Internet. Inicialmente, esta aplicación importa los datos de diferentes bases de datos corporativas e incorpora los gastos y los ingresos directamente imputables a cada programa. Posteriormente, se aplica una sucesión de filtros previamente establecidos para distribuir los gastos y los ingresos no directos entre los productos finales según los criterios establecidos. La Sindicatura ha fiscalizado los gastos directamente imputables a cada programa, pero no las imputaciones de gastos no directos.

Según la naturaleza jurídica se distinguen los programas de producción interna, las coproducciones y los programas de producción ajena. En la producción interna todos los derechos de propiedad y de explotación pertenecen a CCMA, SA, y los programas se pueden realizar solo con recursos propios de CCMA, SA, o bien en régimen de producción asociada (contratación de una parte o de toda la producción con una productora externa). En las coproducciones CCMA, SA, participa en un porcentaje de la producción en los términos establecidos por contrato y, generalmente, también adquiere un derecho de emisión (derecho de antena). En las producciones ajenas CCMA, SA, solo posee los derechos de emisión y difusión para un periodo determinado, sin participar ni en la producción ni en la explotación.

En el cuadro 2 se muestra el desglose del Fondo de programas por naturaleza y tipo de gasto.

Cuadro 2. Desglose del Fondo de programas por naturaleza y por tipo de gasto

| Descripción | Personal | Otros gastos | Total |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Informativos | 9.061.222 | 998.217 | 10.059.439 |
| Producción interna | 3.640.339 | 2.118.808 | 5.759.147 |
| Deportes | 2.319.560 | 1.864.340 | 4.183.900 |
| Cataluña Música | 946.549 | 257.596 | 1.204.145 |
| Parrilla digital radio | 13.285 | 4.215 | 17.500 |
| iCat FM | 513.069 | 78.032 | 591.101 |
| Total fondo de programas CR | 16.494.024 | 5.321.208 | 21.815.232 |
| Producción interna | 21.535.025 | 37.186.991 | 58.722.016 |
| Informativos | 39.142.482 | 6.179.668 | 45.322.150 |
| Deportes | 11.266.471 | 14.992.682 | 26.259.153 |
| Coproducciones documentales | 0 | 694.900 | 694.900 |
| Coproducciones infantiles y juveniles | 0 | 601.801 | 601.801 |
| Coproducciones ficción | 158.089 | 3.790.531 | 3.948.620 |
| Producción ajena | 0 | 14.650.207 | 14.650.207 |
| Total fondo de programas TVC | 72.102.067 | 78.096.780 | 150.198.847 |
| Total fondo de programas | 88.596.091 | 83.417.988 | 172.014.079 |

Importes en euros.

Fuente: Elaboración propia.

Los gastos imputados a programas son los propios de la producción, necesarios para su emisión.

Los gastos no imputados a programas son principalmente los gastos de personal no directamente imputables a la producción, el gasto correspondiente a los servicios de transporte y difusión de las señales de la programación de TVC y CR, los gastos de derechos de propiedad intelectual y los de servicios corporativos de la CCMA. Tampoco se imputan a programas algunos gastos propios de las producciones, como los gastos de audiodescripción y de subtitulación, el gasto correspondiente al alquiler de platós para la grabación de un programa de producción interna, los gastos de vestuario y los premios y obsequios del Club Super3. CCMA, SA, considera que en el caso del vestuario se trata de ropa que se almacena y que puede ser utilizada en cualquier momento en otro programa y que en el caso de los premios son gastos que no forman parte de la emisión del programa sino que son gastos de gestión del Club Super3 entendido como un club social.

2.2.1.1. Imputación al Fondo de programas de los gastos de personal

Un 51,51% de los gastos directos imputados al Fondo de programas son gastos de personal (un 75,61% en CR y un 48,00% en TVC).

CCMA, SA, planifica desde el Departamento de Organización y Planificación de Recursos a todo el personal operativo. Este personal se asigna directamente a programas o bien a tareas de estructura. El coste que se asigna a programas es el resultado de multiplicar las horas asignadas por un precio tarifa. Este precio se calcula en enero de cada año con los datos reales de la nómina del año inmediatamente anterior (la tarifa de 2016 se calculó con los datos reales de la nómina de 2015). La tarifa ordinaria es el resultado de dividir el coste total empresa (sin incluir algunos conceptos de nómina, como el plus programa¹ y las indemnizaciones) entre las horas de cotización a la Seguridad Social de cada función facturada. La tarifa especial es un 25% más cara que la tarifa ordinaria y es de aplicación automática al trabajo en fines de semana u horario nocturno.

La Sindicatura ha hecho un análisis de la información facilitada por el Departamento de Organización y Planificación de Recursos referida a personas, horas y coste imputado a programas y lo ha comparado con la información suministrada por el Departamento de Recursos Humanos. No ha sido posible hacer una comparación entre las horas trabajadas y las horas imputadas a programas ni concluir sobre las diferencias entre el coste imputado a programas y la nómina, una vez deducidos aquellos conceptos de nómina que no forman parte de la tarifa. No obstante, este hecho no afecta al gasto imputado de forma directa a la producción de programas, objeto de esta fiscalización.

1. El Departamento de Recursos Humanos asigna directamente este plus al programa correspondiente.

2.2.1.2. Imputación al Fondo de programas de otros gastos

En el cuadro 3 se presenta el desglose de otros gastos de producción imputados al Fondo de programas, que representan un 48,49% de los gastos directos totales imputados (un 24,39% a CR y un 52,00% a TVC).

Cuadro 3. Otros gastos imputados al Fondo de programas

| Descripción | Importe |
|---|-------------------|
| Producción asociada | 27.221.973 |
| Derechos de retransmisiones deportivas | 12.119.157 |
| Producción ajena | 11.034.446 |
| Personal artístico | 4.293.096 |
| Colaboradores fijos | 4.007.706 |
| Servicio de doblaje y subtítulos | 3.549.201 |
| Coproducciones en catalán | 3.229.088 |
| Enlaces, asistencias y operativos nacionales | 2.495.203 |
| Derechos de antena | 2.487.871 |
| Colaboradores variables | 1.432.356 |
| Medios técnicos y personal técnico | 1.402.336 |
| Servicios de productoras de actualidad | 1.209.401 |
| Derechos de agencias informativas | 1.139.644 |
| Viajes del personal propio | 1.019.719 |
| Guiones | 865.588 |
| Compra de imágenes | 664.138 |
| Dietas del personal propio | 628.917 |
| Construcción de decorados | 548.611 |
| Atenciones varias | 446.254 |
| Material técnico de producción | 345.147 |
| Locomoción del personal propio | 236.087 |
| Atrezo | 224.430 |
| Inmuebles y delegaciones | 197.096 |
| Servicio de tratamiento de imagen | 185.215 |
| Otros servicios ajenos y de gestión | 182.281 |
| Limpieza | 177.674 |
| Servicio de seguridad | 167.286 |
| Material de iluminación | 151.989 |
| Otros gastos inferiores a 150.000 € | 1.756.078 |
| Total otros gastos imputados a programas | 83.417.988 |

Importes en euros.

Fuente: Elaboración propia.

La cuenta Producción asociada incluye la retribución a diferentes productoras que colaboran en la realización de programas de producción que pueden aportar la totalidad del producto o bien una parte del programa (director, presentador, idea, etc.). Los derechos de las producciones corresponden a CCMA, SA y la propiedad de los derechos de explotación comercial, en su caso, se establece en cada contrato. Los contratos generalmente se suscriben por temporadas. Los precios varían en función del tipo de programa, de los

medios aportados por la productora, de la duración, de la presión de la competencia del mercado televisivo y de su éxito de audiencia.

El gasto en derechos de retransmisiones deportivas corresponde principalmente a los de la *Champions League* de fútbol, Supercopa de España de fútbol, Euroliga de baloncesto, Final de la Copa del Rey de fútbol y pretemporada del Fútbol Club Barcelona.

El gasto de producción ajena corresponde a los derechos de licencia de este tipo de producciones (véase el apartado 2.2.3).

La cuenta Personal artístico recoge las retribuciones, incluida la Seguridad Social a cargo de la empresa, de este tipo de personal contratado laboralmente en el régimen de artistas para varios programas de producción interna.

La cuenta Colaboradores fijos recoge las retribuciones a profesionales que participan de forma habitual en uno o varios programas de producción interna, informativos o deportes.

El 17 de abril de 2015 TVC adjudicó el servicio de doblaje a cinco estudios por un importe total estimado de 9,60 M€. El 27 de junio de 2015, con efectos de 1 de julio del mismo año, se firmaron los contratos con una duración de un año, prorrogable automáticamente por una anualidad más hasta sumar un máximo de dos años.

La cuenta Coproducciones en catalán recoge las aportaciones de CCMA, SA, a varias productoras para la financiación de películas, miniseries de ficción para televisión y documentales, de acuerdo con los contratos suscritos. La parte de los contratos correspondiente a los derechos de antena de las coproducciones se registra en la cuenta Derechos de antena.

La cuenta Enlaces, asistencias y operativos nacionales incluye la parte del gasto del Centro de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información que corresponde a conexiones fijas o puntuales susceptible de ser imputada a programas concretos. El Departamento Técnico de CCMA, SA, es quien cursa la petición al Centro, valida la corrección del servicio prestado y formaliza la recepción del gasto.

2.2.1.3. Norma reguladora del procedimiento de selección y contratación de contenidos audiovisuales

El Consejo de Gobierno de 10 de febrero de 2016 aprobó la Norma reguladora del procedimiento de selección y contratación de contenidos audiovisuales para los medios de comunicación de la CCMA, que fue parcialmente modificada en acuerdos posteriores. El objetivo de esta Norma es desarrollar y reforzar los procedimientos para aumentar la transparencia en la contratación de productos externos, especialmente en cuanto a la compra, el desarrollo y la producción de programas audiovisuales y/o de otras producciones para los medios de la CCMA. Los contratos objeto de esta Norma estaban excluidos del ámbito de aplicación del Texto refundido de la Ley de contratos del sector

público,² tienen carácter privado y les es de aplicación el Texto refundido de la Ley de propiedad intelectual, aprobado por el Real decreto legislativo 1/1996, de 12 de abril, y el resto de normas de derecho privado.

La Norma establece el procedimiento para la presentación, selección, tramitación y contratación de todos los proyectos de producción, realización y suministro de contenidos audiovisuales destinados a integrarse en la parrilla de programación. Quedan excluidos los proyectos en régimen de coproducción y aquellos contenidos que hayan estado objeto de decisión en el ámbito de la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA), y aquellos en los que participen dos o más televisiones públicas o privadas, que se regularan por su procedimiento específico. La Norma establece que la CCMA debe seleccionar y contratar las producciones audiovisuales de modo que garantice los principios de publicidad, concurrencia, transparencia, confidencialidad, igualdad y no discriminación, y de la oferta económicamente más ventajosa. Así, los proyectos audiovisuales que contengan la propuesta más ventajosa en función del contenido y el coste económico se deben seleccionar según los siguientes criterios:

- Las necesidades de programación de los medios de la CCMA
- La valoración de los criterios generales de programación
- La viabilidad económica
- La calidad artística y el formato audiovisual de la propuesta, expresada en el guion y la estructura de contenidos, su formato visual y el *casting*

La Norma establece, entre otros aspectos, los contenidos audiovisuales que pueden ser objeto de contratación, el formato de presentación de los proyectos, la forma de entrega, las condiciones económicas de los contratos, la transmisión de los derechos de explotación, el régimen de garantías y responsabilidades sobre los derechos cedidos, las formas y modalidades de explotación de la producción y la contratación y gestión de la explotación publicitaria. También establece que el presidente del Consejo de Gobierno actúa como órgano de contratación y que será asistido por una Comisión de valoración de proyectos que debe examinar los documentos, valorar las ofertas y formular las propuestas de selección. La CCMA tiene derecho a auditar, por los medios que considere convenientes, los libros de contabilidad y los archivos del contratista relativos a la producción durante el plazo de cinco años a partir de la entrega del material de emisión para comprobar y controlar financieramente los gastos de producción y el uso de los fondos destinados a la producción, y para verificar también el coste definitivo de producción. Dentro de los treinta días siguientes a la finalización de la producción, el contratista debe preparar una liquidación del presupuesto que indique el coste definitivo de la producción y si el importe satisfecho por CCMA, SA, excede los costes reales de la producción, el contratista debe devolver el importe excedido a la CCMA en el plazo de treinta días.

Por otro lado, y de acuerdo con el artículo 11.p de la Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la CCMA, que establece que es competencia del Consejo de Gobierno aprobar los criterios

2. Estos contratos también están excluidos del ámbito de aplicación de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector público.

de programación de sus medios de comunicación, el Consejo de Gobierno de 11 de mayo de 2016 aprobó los criterios e importes máximos que debían regir en los contratos para la dirección, la coordinación, la conducción, la producción, la realización o la presentación de contenidos audiovisuales.

La CCMA hace convocatorias de contenidos en su página web cuando tiene que introducir cambios en la parrilla de programación. En el ejercicio 2016 la CCMA hizo cuatro convocatorias de selección de contenidos audiovisuales que publicitó en su página web. Los plazos fijados para la presentación de proyectos oscilan entre diez y sesenta días. En uno de los casos, no se establece un plazo concreto sino que se especifica lo siguiente: “Se emplaza a presentar las propuestas de proyecto con cierta rapidez teniendo en cuenta que en las próximas semanas se deberán tomar las decisiones oportunas para escoger, si procede, los proyectos más adecuados a la nueva parrilla”. Además, los responsables de CCMA, SA, han manifestado que las productoras pueden presentar proyectos en cualquier momento. La Sindicatura considera que las convocatorias deberían establecer plazos suficientes y precisos para la presentación de los proyectos y que sería conveniente que en la Norma y en la página web quedase recogida claramente la posibilidad de presentar proyectos en cualquier momento aunque no se haya hecho una convocatoria.

La Sindicatura ha revisado el cumplimiento de la Norma para ocho contratos de contenidos audiovisuales suscritos entre julio y diciembre de 2016 correspondientes a seis programas, seleccionados a criterio del auditor. Del trabajo realizado se destacan los siguientes aspectos:

- Siete contratos no se seleccionaron a partir de convocatorias públicas de contenidos porque se trataba de nuevos contratos de programas que ya formaban parte de la parrilla o eran programas especiales encargados por CCMA, SA, relacionados con programas ya contratados.
- Las propuestas económicas presentadas no indican la parte de la producción que la productora tiene previsto subcontratar o producir en forma de producción asociada con recursos propios de CCMA, SA.
- En las hojas de valoración económica de estas propuestas solo se incluye el coste del contrato de producción asociada, pero no el de los medios que, si procede, deba aportar CCMA, SA, aunque los responsables de CCMA, SA, han manifestado que la valoración de los proyectos siempre se hace, si es procedente, teniendo en cuenta los recursos que aportará CCMA, SA.
- La documentación presentada por las productoras no incluye todos los aspectos incluidos en la Norma.
- En cinco programas no hay evidencia de la presentación de la liquidación de la producción en el plazo de treinta días (en un caso no se ha presentado y en cuatro no

consta ni la fecha ni la firma). Los responsables de CCMA, SA, han manifestado que en la actualidad (año 2018) en los contratos se incluye la obligatoriedad de presentar las liquidaciones en el plazo de treinta días, se han introducido mecanismos para el control y seguimiento de las liquidaciones, y la última factura no se abona hasta que la productora ha presentado la liquidación y CCMA, SA, ha dado la conformidad.

- En ninguno de los casos hay justificación documental de la recepción y de la aceptación de los materiales por parte de CCMA, SA. Los responsables de CCMA, SA, han manifestado que en dos casos se trataba de emisiones en directo y que todos los programas pasaron los controles técnicos y de contenidos antes de ser programados.

Hasta septiembre de 2018, CCMA, SA, había realizado cinco auditorías externas de producciones asociadas con contratos firmados con posterioridad a la aprobación de la Norma. Esas auditorías corresponden a producciones que han sido analizadas por la Sindicatura en el apartado 2.2.2 (programas números 40, 43, 54, 57 y 62 del cuadro 8 del anexo 4.2). La auditoría ha incluido los procedimientos acordados por CCMA, SA, para comprobar la razonabilidad, veracidad y adecuación de la propuesta económica y los costes reales de las producciones. En cuatro auditorías se recogen observaciones y limitaciones al alcance en relación con los gastos realizados que en algunos casos podrían suponer que el coste satisfecho por CCMA, SA, excediera los costes reales de producción. En dos casos, CCMA, SA, ha recibido un abono de la productora.

2.2.1.4. Fondo de producciones

Los programas producidos se incorporan al Fondo de producciones hasta el momento de su emisión (los programas de actualidad, por regla general, no se incorporan al Fondo de producciones). CCMA, SA, clasifica el Fondo de producciones en el epígrafe Existencias del Balance y lo valora de la siguiente forma:

- Derechos de emisión de películas y series de producción ajena: a precio de coste externo, y eso incluye derechos, traducciones, doblajes, materiales, música y efectos, y subtitulación externa. Se dan de alta en el Fondo de producciones cuando se reciben los materiales y se inicia el período de licencia.
- Coproducciones y series de ficción de producción propia: a precio de coste externo y coste interno directo.

El criterio de depreciación varía según el tipo de producción:

- Los derechos de emisión de películas y series de producción ajena se deprecian desde que empieza el período de licencia con los criterios que se muestran en el cuadro 4.

Cuadro 4. Criterios de depreciación de los derechos de emisión de películas y series de producción ajena

| Emisiones contratadas | Primera emisión | Segunda emisión | Tercera emisión | Cuarta emisión |
|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| 1 | 100 | - | - | - |
| 2 | 60 | 40 | - | - |
| 3 | 60 | 30 | 10 | - |
| 4 o más | 60 | 20 | 10 | 10 |

Datos expresados en porcentaje.

Fuente: Cuentas anuales de CCMA, SA.

- Las series de ficción diarias de producción propia se deprecian un 90% en la primera emisión y un 10% en la segunda, y el resto de series de ficción no diarias de producción propia un 70% en la primera emisión, un 20% en la segunda y un 10% en la tercera.
- Los documentales y nuevos formatos se deprecian un 90% en la primera emisión y un 10% en la segunda.
- Las coproducciones se deprecian de la siguiente forma:
 - En los contratos de coproducciones firmados con las productoras que establecen explícitamente que parte del coste total del contrato es asignada a derechos de antena o de emisión, estos derechos se deprecian en función de las emisiones pactadas y la vigencia de la licencia con un tratamiento similar a la producción ajena (véase el cuadro 4).
 - Para aquellas producciones que tienen derechos ilimitados y, en consecuencia, se podrían depreciar en un máximo de cuatro emisiones, puesto que el tiempo máximo de permanencia de las producciones en el inventario es de tres años, se deprecian en un máximo de tres emisiones (60% en la primera emisión, 20% en la segunda y 20% en la tercera y última emisión).
 - Los valores residuales de las producciones se deprecian al 100% al finalizar el período de licencia. Si este es indefinido se considera un máximo de seis años. En todos los casos, cuando se estima que la producción no tendrá próximas emisiones, esta se regulariza.

Los pagos realizados para adquirir derechos de emisión de producciones o para hacer coproducciones cuyos materiales no se han recibido o bien de las que CCMA, SA, todavía no tiene la licencia se consideran anticipos.

2.2.2. Gasto de programas

La Sindicatura ha seleccionado una muestra de 113 proyectos del Fondo de programas. Se han escogido los proyectos a criterio del auditor teniendo en cuenta el coste y se han

añadido todos los proyectos correspondientes al mismo programa que tenían un coste inferior. Esto hace que algunos de los proyectos seleccionados tengan un importe muy reducido. La muestra no incluye la producción ajena que, por su naturaleza, ha sido objeto de un análisis separado en el apartado 2.2.3. Esta muestra representa un 77,30% del gasto imputado a programas (sin incluir el gasto imputado a la producción ajena).

En el cuadro 5 se presenta un resumen de la muestra de los proyectos seleccionados para su análisis, que se detallan en el cuadro 8, del anexo 4.2.

Cuadro 5. Proyectos seleccionados en la muestra

| Fondo de programas | Número de proyectos seleccionados | Gastos | | |
|------------------------|-----------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| | | Personal | Otros gastos | Total |
| Informativos CR | 6 | 7.015.162 | 674.795 | 7.689.957 |
| Producción interna CR | 11 | 2.234.385 | 1.447.800 | 3.682.185 |
| Deportes CR | 10 | 1.031.505 | 1.480.701 | 2.512.206 |
| Producción interna TVC | 47 | 15.473.732 | 30.733.372 | 46.207.104 |
| Informativos TVC | 19 | 34.181.156 | 4.464.846 | 38.646.002 |
| Deportes TVC | 17 | 8.744.555 | 12.988.167 | 21.732.722 |
| Coproducciones TVC | 3 | 116.740 | 1.048.600 | 1.165.340 |
| Total | 113 | 68.797.235 | 52.838.281 | 121.635.516 |

Importes en euros.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Los proyectos corresponden a centros de coste. Un mismo programa tiene un centro de coste diferente para cada temporada, programa especial o resumen de programas. En el cuadro 8, del anexo 4.2, se indica una referencia de programa para cada proyecto.

La Sindicatura ha revisado el gasto imputado a estos proyectos y, si ha sido procedente, los contratos suscritos por CCMA, SA. De la revisión de los proyectos seleccionados se destacan los aspectos siguientes:

- La Sindicatura ha analizado un 84,45% del gasto de producción asociada, un 74,46% de la cual corresponde a seis productoras.
- En la sesión del Consejo de Gobierno de 24 de mayo de 2016 la vicepresidenta de la CCMA informó que, como consecuencia de la situación presupuestaria, se prescindiría de los servicios de Intracatalònia, SA,³ a partir del 1 de octubre de 2016. No obstante, el 5 de octubre de 2016, CCMA, SA, suscribió un contrato con Intracatalònia, SA, para el suministro de varios servicios de noticias. El precio de este contrato (proyecto 85) supone un incremento de un 54,59% respecto del contrato vigente hasta entonces que

3. La razón social de la sociedad es Intracatalònia, SA y su nombre comercial es Agencia Catalana de Noticias (ACN). A 31 de diciembre de 2016, Intracatalònia, SA, estaba participada en un 70% por la Generalidad de Cataluña a través del Departamento de la Presidencia y en un 30% por TVC Multimèdia, SL. En el ejercicio fiscalizado la CCMA tenía el 100% de las acciones de TVC Multimèdia, SL.

los responsables de CCMA, SA, justifican por la ampliación del suministro del servicio informativo en una delegación y por mejoras tecnológicas.

- En dos programas de producción interna (proyectos 44 y 63) se ha suscrito más de un contrato de producción asociada con variaciones de precio significativas. En un contrato el incremento ha sido de un 17,62%, motivado principalmente por el aumento de la retribución del presentador. Los responsables de CCMA, SA, han manifestado que este incremento es consecuencia de la presión de la competencia del propio mercado televisivo y de los índices de audiencia. En el otro, la duración del programa se redujo a la mitad pero el precio solo se redujo en un 24,66%.
- En un programa de producción interna en régimen de producción asociada (proyecto 57) el porcentaje del reparto de los ingresos netos obtenidos como consecuencia de la explotación internacional de la producción audiovisual a favor de la productora, tanto de los episodios como de los guiones, aumenta del 10% en la primera temporada al 50% en la segunda, después del éxito de audiencia de la primera temporada.
- En los contratos de producción asociada de cuatro programas de producción interna (proyectos 32, 34, 42 y 45) de la temporada 2016/2017 se cede a las productoras un 10% de los rendimientos económicos de la explotación publicitaria correspondiente al emplazamiento del producto, mientras que en la temporada anterior los derechos correspondían en su totalidad a CCMA, SA. Los responsables de CCMA, SA, han manifestado que este cambio en el reparto de los rendimientos de las producciones fue el resultado de la aplicación de la Norma reguladora del procedimiento de selección y contratación de contenidos audiovisuales, que se introdujo como un incentivo a las productoras para obtener ingresos publicitarios y que tuvo un impacto económico mínimo.
- La Norma reguladora del procedimiento de selección y contratación de contenidos audiovisuales establece que el contratista tiene que transmitir a favor de la CCMA, en exclusiva y con facultad de cesión a terceros, los derechos patrimoniales de propiedad intelectual de la producción. También dispone que puede establecer fórmulas de colaboración con el contratista para optimizar al máximo las posibilidades de comercialización del contenido audiovisual y que, en estos supuestos, los rendimientos derivados de las fórmulas de explotación acordadas se ajustaran a lo que prevé el contrato correspondiente. En el contrato de producción asociada de un programa de producción interna (proyecto 43) CCMA, SA, reconoció a la productora el derecho a participar en un porcentaje del 15% en los ingresos netos de la explotación de la producción audiovisual en cualquier soporte físico tangible, aunque en el contrato no se establecían fórmulas de colaboración diferentes de las habituales.
- El precio de la cesión de los derechos de retransmisión para las temporadas 2016-2017 y 2017-2018 del proyecto 95 representa un incremento del 99,30% respecto a la temporada 2015-2016. Los responsables de CCMA, SA, han manifestado que este incremento fue consecuencia principalmente del comportamiento del mercado de derechos deportivos para televisión.

- En el análisis de la retribución de catorce artistas y presentadores se ha observado que en seis casos (correspondientes a los proyectos 60, 61 y 66) se han producido incrementos significativos respecto a las temporadas anteriores (entre un 8,33% y un 25,32%). Los responsables de CCMA, SA, han manifestado que en cinco casos los incrementos se justifican por la evolución de la importancia de los personajes en la serie en la que participan los artistas y en el otro caso por el incremento de la retribución de la presentadora después del éxito de la primera temporada del programa.
- Tres colaboradores variables de dos programas de deportes (proyectos 21 y 25) facturaron sus servicios prestados en el año 2015 durante el ejercicio 2016. Dos de ellos firmaron el contrato en el año 2016. Uno de estos colaboradores presentó facturas sin IVA por un total de 5.040 €.
- El 4 de mayo de 2016 el Consejo de Gobierno de la CCMA, dada su situación presupuestaria y el informe de la Intervención General de la Generalidad de Cataluña, acordó no optar a la compra de los derechos de emisión y/o distribución de la pretemporada 2016 del Fútbol Club Barcelona. No obstante, poco después, el Consejo de Gobierno de 24 de mayo aprobó la contratación de estos derechos.
- La suma de los importes de los contratos de colaboraciones a tiempo parcial de un contratista en varios programas de deportes de CR superan el importe máximo establecido en los criterios generales de coste de contenidos audiovisuales externos fijados por el Consejo de Gobierno el 11 de mayo de 2016.
- En dos contratos que incluyen la dirección, la realización y la dirección ejecutiva de un programa de deportes en CR (proyectos 18 y 19) se establece, como ya se había hecho en temporadas anteriores, un sistema de retribución ligado a los ingresos publicitarios generados por la explotación comercial del programa. Este sistema no está previsto en los criterios generales de costes de contenidos audiovisuales externos establecidos por el Consejo de Gobierno el 11 de mayo de 2016.
- Se ha observado que CCMA, SA, ha suscrito contratos de trabajo especiales de artistas por una obra o servicio determinado para la contratación de algunos presentadores, locutores y colaboradores en vez de suscribir contratos laborales ordinarios por obra y servicio.
- CCMA, SA, formalizó dos contratos de colaboración para la dirección y presentación de un programa (proyectos 13 y 14) en el que el colaborador se debía hacer cargo de toda la producción del programa incluidos el equipo y los colaboradores. Además, CCMA, SA, suscribió un contrato con otro colaborador que emitía su programa durante la emisión del primero. Según CCMA, SA, este colaborador ya realizaba este programa desde hacía años y aunque se integró en el primero se siguió tratando como un subprograma aparte.
- En una producción interna (proyecto 61) se firmó un contrato por el servicio de *catering* que incluye la elaboración y puesta en escena de todo el atrezzo alimentario por

12.825€. Además, CCMA, SA, compró material gastronómico al mismo proveedor por 17.877€, ya que consideraba que este material no estaba incluido en el contrato. La Sindicatura considera que el contrato y las compras adicionales forman parte de un mismo servicio que se debería haber contratado conjuntamente.

2.2.3. Producción ajena

En los programas de producción ajena, CCMA, SA, no interviene ni participa en la producción, sino que adquiere un derecho de emisión por un periodo y número de pases establecidos en el contrato. Los programas de producción ajena se adquieren principalmente mediante contratos con distribuidoras, en los cuales se incluyen varios títulos con períodos de licencia, duraciones y número de pases variables. El coste de las producciones ajenas incluye un coste de licencia y generalmente un coste de cambio de formato y de doblaje. Las producciones se incorporan al Fondo de programas cuando están en condiciones de ser emitidas (se dispone de la licencia y técnicamente se pueden emitir).

CCMA, SA, tiene una aplicación específica para la gestión de la producción ajena. La Sindicatura ha obtenido el detalle de las entradas en el Fondo de producción ajena durante el ejercicio 2016. Del coste total, un 71,90% corresponde a royalties y un 24,09% a doblaje. Se ha revisado el coste de dieciséis producciones seleccionadas a criterio del auditor, con un coste de 3,91 M€, que representa un 26,72% del coste de la producción ajena, con resultado satisfactorio.

2.3. VENTAS DE PROGRAMAS

CCMA, SA, vende sus programas de modo directo al cliente final o bien mediante intermediarios, como agentes locales y distribuidores, con los cuales se pacta en contrato la representación comercial.

En los contratos de producción asociada, CCMA, SA, se reserva, por regla general, los derechos de distribución. Posteriormente, CCMA, SA, puede contratar con un distribuidor o agente la gestión de la comercialización. No obstante, en alguna ocasión, como pueden ser producciones de series de ficción en régimen de producción asociada hechas por una productora que pertenece a un gran grupo empresarial, en el contrato de producción ya se prevé que empresa hará la distribución.

En los contratos de coproducción el contrato ya prevé la codistribución y en los contratos de producción propia CCMA, SA, tiene todos los derechos de distribución.

La Dirección comercial y de *marketing* de CCMA, SA, negocia las condiciones de los contratos y el Consejo de Gobierno es quien da el visto bueno final a la venta.

Se han revisado las ventas de los ejercicios 2016 y 2017. En el ejercicio 2016 las ventas de programas fueron de 388.148 €. En el ejercicio 2017 fueron de 1,41 M€. Del total de las ventas de los dos ejercicios, un 52,76% corresponde a una producción interna y un 14,29% a otra.

2.4. INSTRUCCIÓN GENERAL DEL CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE DIFUSIÓN Y FINANCIACIÓN DE OBRAS AUDIOVISUALES EUROPEAS

La Instrucción general del Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) sobre el cumplimiento de las obligaciones de difusión y financiación de obras audiovisuales europeas recoge las obligaciones en materia de financiación anticipada de obras audiovisuales europeas por parte de los prestadores de servicios de televisión.

De acuerdo con la Ley 7/2010, de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual, el porcentaje global de financiación anticipada que debe cumplir en Cataluña el prestador de servicios de gestión pública debe ser del 6% de los ingresos devengados en el ejercicio anterior de acuerdo con su cuenta de explotación. También establece que, como mínimo, el 75% de la obligación de financiación se debe dedicar a películas cinematográficas de cualquier género, que el 60% se debe destinar a la producción en alguna de las lenguas oficiales de España, que al menos el 50% se debe aplicar a obras de productores independientes, y que hasta el 25% se debe destinar a películas, series o miniseries de televisión y que, de este porcentaje, tiene que dedicarse un mínimo del 50% a películas o miniseries para televisión.

El 10 de octubre de 2017 el CAC emitió un informe favorable sobre el cumplimiento por parte de CCMA, SA, de las obligaciones de financiación anticipada de obras audiovisuales europeas, para el ejercicio 2016.

De acuerdo con la información verificada por el CAC, CCMA, SA, destinó 6,28 M€⁴ a la financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, documentales y películas y series de animación, repartidos de la manera siguiente:

- La inversión en películas cinematográficas españolas de productores independientes fue de 2,10 M€ en catalán o castellano.
- La inversión en películas, series o miniseries españolas para televisión fue de 4,18 M€, de los cuales 3,86 M€ son películas o miniseries para televisión.

4. En este importe se han considerado los importes totales de los contratos firmados. En cambio, en el Fondo de programas se incorpora el gasto a medida que se devenga.

3. CONCLUSIONES

La Sindicatura ha fiscalizado la producción de programas de CCMA, SA, del ejercicio 2016. El gasto del fondo de programas fue de 172,01 M€, que equivale al 55,94% de los gastos de la Cuenta de pérdidas y ganancias.

En febrero de 2016 el Consejo de Gobierno de la CCMA aprobó la Norma reguladora del procedimiento de selección y contratación de contenidos audiovisuales. Los contratos de producción de contenidos audiovisuales se rigen por el derecho privado y por la normativa reguladora de la propiedad intelectual, y no les es aplicable la normativa de contratos del sector público.

3.1. OBSERVACIONES

A continuación se incluyen las observaciones más significativas que se han puesto de manifiesto durante el trabajo de fiscalización realizado.

1. El Consejo de Gobierno de 10 de febrero de 2016 aprobó la Norma reguladora del procedimiento de selección y contratación de contenidos audiovisuales para los medios de comunicación de la CCMA. Del trabajo realizado a partir de una muestra de programas contratados entre julio y diciembre de 2016 se han puesto de manifiesto varias observaciones que se recogen en el apartado 2.2.1.3.
2. En el ejercicio 2016 se hicieron cuatro convocatorias para la selección de contenidos audiovisuales. El plazo establecido para la presentación de propuestas fue de entre diez y sesenta días y en una convocatoria se dice que los proyectos se debían presentar “con cierta rapidez”. La Sindicatura considera estos plazos insuficientes o poco precisos (véase el apartado 2.2.1.3).
3. En las auditorías externas de producciones realizadas por CCMA, SA, se ponen de manifiesto algunos aspectos que podrían suponer un ajuste de las cantidades abonadas a los proveedores (véase el apartado 2.2.1.3).
4. En seis programas se produjeron incrementos significativos de coste que CCMA, SA, justifica por las presiones del mercado y por los índices de audiencia, principalmente. También se produjo un incremento de coste significativo en el contrato suscrito con Intracatalònia, SA, para la prestación de varios servicios (véase el apartado 2.2.2).
5. En dos⁵ programas se establecieron cláusulas de reparto de los rendimientos económicos de las producciones que la Sindicatura considera que no se ajustan a lo

5. Cifra modificada como consecuencia de las alegaciones presentadas.

establecido en la Norma reguladora del procedimiento de selección y contratación de contenidos audiovisuales (véase el apartado 2.2.2).

6. En dos contratos se estableció un sistema de retribución al proveedor que ya se había utilizado en temporadas anteriores pero que no estaba incluido en la normativa de CCMA, SA (véase el apartado 2.2.2).
7. Algunos profesionales han sido contratados como artistas en vez de formalizarse una relación laboral común (véase el apartado 2.2.2).
8. No ha sido posible hacer una comparación entre las horas trabajadas y las horas imputadas a programas ni concluir sobre las diferencias entre el coste imputado a programas y la nómina. No obstante, este hecho no afecta al gasto imputado de forma directa a la producción de programas objeto de esta fiscalización (véase el apartado 2.2.1.1).
9. Los ingresos por ventas de programas continuaron siendo bajos en el ejercicio 2016 y, si bien aumentaron en 2017, todavía son muy reducidos (véase el apartado 2.3).

3.2. RECOMENDACIONES

A continuación se incluye un conjunto de recomendaciones que pueden contribuir a la mejora de los aspectos indicados en el informe.

1. Se recomienda que las convocatorias para la selección de contenidos audiovisuales se hagan con suficiente tiempo y se establezca un plazo adecuado para que los potenciales interesados puedan preparar sus propuestas. De esta forma se permitiría el acceso al mayor número posible de candidatos. También sería conveniente que en la Norma y en la página web quedase recogida claramente la posibilidad de presentar proyectos en cualquier momento aunque no se haya hecho una convocatoria.
2. CCMA, SA, debe velar para que se cumpla estrictamente su Norma reguladora del procedimiento de selección y contratación de contenidos audiovisuales, y revisarla y adaptarla, si procede, para hacerla más operativa y facilitar la gestión.
3. Se recomienda que se potencie la realización de auditorías de producciones y que se valore la posibilidad de incluir la obligatoriedad de presentar liquidaciones auditadas para determinadas producciones.
4. La Sindicatura sigue recomendando que se potencie la venta de programas de producción propia. La recuperación de parte del coste de los programas a través de su venta permitiría aumentar la producción y financiar nuevos proyectos sin que se tuviesen que aumentar las aportaciones públicas.

4. ANEXOS**4.1. BALANCE Y CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO 2016**

En el cuadro 6 se presenta el Balance de CCMA, SA, del ejercicio 2016.

Cuadro 6. Balance del ejercicio 2016

| ACTIVO | 2016 |
|---|--------------------|
| ACTIVO NO CORRIENTE | 47.158.548 |
| Inmovilizado intangible | 2.136.282 |
| Patentes, licencias, marcas y similares | 210.523 |
| Aplicaciones informáticas | 1.880.759 |
| Otros inmovilizados intangibles | 45.000 |
| Inmovilizado material | 27.578.281 |
| Terrenos y construcciones | 7.991.599 |
| Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material | 14.957.279 |
| Inmovilizado en curso y anticipos | 4.629.403 |
| Inversiones financieras a largo plazo | 17.443.985 |
| Otros activos financieros | 17.443.985 |
| ACTIVO CORRIENTE | 95.858.513 |
| Existencias | 36.725.475 |
| Comerciales | 716.862 |
| Productos en curso | 5.164.802 |
| Productos terminados | 30.843.811 |
| Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar | 50.749.188 |
| Clientes por ventas y prestación de servicios | 25.986.163 |
| Clientes, empresas del Grupo y asociadas | 24.088.059 |
| Personal | 157.799 |
| Otros créditos con las administraciones públicas | 517.167 |
| Inversiones empresas del Grupo y asociadas a corto plazo | 1.800.939 |
| Créditos a empresas | 1.800.939 |
| Inversiones financieras a corto plazo | 166.845 |
| Otros activos financieros | 166.845 |
| Periodificaciones a corto plazo | 6.167.751 |
| Efectivo y otros activos líquidos equivalentes | 248.315 |
| Tesorería | 248.315 |
| TOTAL ACTIVO | 143.017.061 |

Importes en euros.

Fuente: Cuentas anuales de CCMA, SA.

SINDICATURA DE CUENTAS DE CATALUÑA — INFORME 28/2018

| PATRIMONIO NETO Y PASIVO | 2016 |
|---|--------------------|
| PATRIMONIO NETO | 43.546.651 |
| Fondos propios | (7.733.586) |
| Capital | 25.010.315 |
| Resultados de ejercicios anteriores | (56.408.152) |
| Otras aportaciones de socios | 23.545.684 |
| Resultado del ejercicio | 118.567 |
| Subvenciones, donaciones y legados recibidos | 51.280.237 |
| PASIVO NO CORRIENTE | 3.106.846 |
| Deudas a largo plazo | 3.106.846 |
| Otros pasivos financieros | 3.106.846 |
| PASIVO CORRIENTE | 96.363.564 |
| Provisiones a corto plazo | 4.022.783 |
| Otras provisiones | 4.022.783 |
| Deudas a corto plazo | 6.459.963 |
| Deudas con entidades de crédito | 6.419.049 |
| Otros pasivos financieros | 40.914 |
| Deudas con empresas del Grupo y asociadas | 6.512 |
| Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar | 85.817.797 |
| Proveedores | 23.131.530 |
| Proveedores, empresas del grupo y asociadas | 1.359.093 |
| Acreeedores varios | 41.596.461 |
| Personal (remuneraciones pendientes de pago) | 12.265.861 |
| Otras deudas con las administraciones públicas | 7.395.790 |
| Anticipos de clientes | 69.062 |
| Periodificaciones a corto plazo | 56.509 |
| TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO | 143.017.061 |

Importes en euros.

Fuente: Cuentas anuales de CCMA, SA.

En el cuadro 7 se presenta la Cuenta de pérdidas y ganancias de CCMA, SA, del ejercicio 2016.

Cuadro 7. Cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2016

| Concepto | 2016 |
|--|------------------|
| Importe neto de la cifra de negocios | |
| Ventas | 66.175.425 |
| Prestaciones de servicios | 1.355.569 |
| | 67.530.994 |
| Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación | (3.348.896) |
| Trabajos realizados por la empresa para su activo | 550.187 |
| Aprovisionamientos | |
| Consumo de mercaderías | (2.350.833) |
| Consumo de materias primas y otros materiales consumibles | (65.210.852) |
| Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos | (334.318) |
| | (67.896.003) |
| Otros ingresos de explotación | |
| Ingresos accesorios y otros de gestión corriente | 4.338.314 |
| Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio | 236.898.273 |
| | 241.236.587 |
| Gastos de personal | |
| Sueldos, salarios y asimilados | (127.607.379) |
| Cargas sociales | (31.457.483) |
| | (159.064.862) |
| Otros gastos de explotación | |
| Servicios exteriores | (71.506.797) |
| Tributos | (1.048.170) |
| Pérdidas, deterioro y variación provisiones por operaciones comerciales | (612.951) |
| | (73.167.918) |
| Amortización del inmovilizado | (5.001.386) |
| Exceso de provisiones | 882.044 |
| Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado | |
| Resultado por enajenaciones y otros | (18.450) |
| | (18.450) |
| Otros resultados | (535.414) |
| Resultado de explotación | 1.166.883 |
| Ingresos financieros | |
| De valores negociables y otros instrumentos financieros de terceros | 8.656 |
| | 8.656 |
| Gastos financieros | |
| Por deudas con terceros | (101.813) |
| | (101.813) |
| Diferencias de cambio | (140.042) |
| Resultado financiero | (233.199) |
| Resultado antes de impuestos | 933.684 |
| Impuestos sobre beneficios | (815.117) |
| Resultado del ejercicio | 118.567 |

Importes en euros.

Fuente: Cuentas anuales de CCMA, SA.

4.2. MUESTRA DE PROYECTOS

En el cuadro 8 se presenta la muestra de proyectos seleccionados.

Cuadro 8. Muestra de proyectos

| Número en el informe | Programa | Fondo de programas | Gastos | | |
|----------------------|----------|------------------------|-----------|--------------|-----------|
| | | | Personal | Otros gastos | Total |
| 1 | A | Informativos CR | 993.475 | 13.003 | 1.006.478 |
| 2 | B | Informativos CR | 602.011 | 24.388 | 626.399 |
| 3 | C | Informativos CR | 498.221 | 19.267 | 517.488 |
| 4 | D | Informativos CR | 3.858.711 | 598.426 | 4.457.137 |
| 5 | E | Informativos CR | 563.968 | 360 | 564.328 |
| 6 | F | Informativos CR | 498.776 | 19.351 | 518.127 |
| 7 | G | Producción interna CR | 1.264 | 90 | 1.354 |
| 8 | G | Producción interna CR | 849.534 | 143.968 | 993.502 |
| 9 | G | Producción interna CR | 473.488 | 197.033 | 670.521 |
| 10 | G | Producción interna CR | 0 | 90 | 90 |
| 11 | G | Producción interna CR | 133.211 | 15.832 | 149.043 |
| 12 | G | Producción interna CR | 0 | 312.680 | 312.680 |
| 13 | H | Producción interna CR | 76.043 | 229.729 | 305.772 |
| 14 | H | Producción interna CR | 82.992 | 173.614 | 256.606 |
| 15 | H | Producción interna CR | 7.326 | 28.800 | 36.126 |
| 16 | I | Producción interna CR | 292.230 | 181.880 | 474.110 |
| 17 | J | Producción interna CR | 318.297 | 164.084 | 482.381 |
| 18 | K | Deportes CR | 0 | 519.006 | 519.006 |
| 19 | K | Deportes CR | 0 | 626.989 | 626.989 |
| 20 | L | Deportes CR | 695 | 0 | 695 |
| 21 | L | Deportes CR | 408.785 | 177.917 | 586.702 |
| 22 | L | Deportes CR | 110.430 | 11.947 | 122.377 |
| 23 | L | Deportes CR | 53.065 | 0 | 53.065 |
| 24 | M | Deportes CR | 0 | 62 | 62 |
| 25 | M | Deportes CR | 253.357 | 106.239 | 359.596 |
| 26 | M | Deportes CR | 198.970 | 38.541 | 237.511 |
| 27 | M | Deportes CR | 6.203 | 0 | 6.203 |
| 28 | N | Producción interna TVC | 61.866 | 293.750 | 355.616 |
| 29 | N | Producción interna TVC | 22.817 | 73.100 | 95.917 |
| 30 | N | Producción interna TVC | 29.554 | 94.000 | 123.554 |
| 31 | O | Producción interna TVC | 6.733 | 490.287 | 497.020 |
| 32 | O | Producción interna TVC | 1.517 | 270.496 | 272.013 |
| 33 | O | Producción interna TVC | 2.394 | 244.747 | 247.141 |
| 34 | O | Producción interna TVC | 1.349 | 120.940 | 122.289 |
| 35 | P | Producción interna TVC | 4.406 | 683.412 | 687.818 |
| 36 | Q | Producción interna TVC | 1.497.862 | 599.463 | 2.097.325 |
| 37 | R | Producción interna TVC | 1.302 | 2.027.684 | 2.028.986 |
| 38 | S | Producción interna TVC | 490.395 | 1.081.174 | 1.571.569 |
| 39 | T | Producción interna TVC | 4.229 | 905.779 | 910.008 |
| 40 | T | Producción interna TVC | 2.175 | 750.424 | 752.599 |
| 41 | U | Producción interna TVC | 1.612.075 | 1.773.494 | 3.385.569 |

SINDICATURA DE CUENTAS DE CATALUÑA — INFORME 28/2018

| Número en el informe | Programa | Fondo de programas | Gastos | | |
|----------------------|----------|------------------------|-----------|--------------|-----------|
| | | | Personal | Otros gastos | Total |
| 42 | U | Producción interna TVC | 871.292 | 901.843 | 1.773.135 |
| 43 | V | Producción interna TVC | 0 | 586.943 | 586.943 |
| 44 | W | Producción interna TVC | 11.096 | 552.162 | 563.258 |
| 45 | W | Producción interna TVC | 0 | 148.958 | 148.958 |
| 46 | X | Producción interna TVC | 10.340 | 639.098 | 649.438 |
| 47 | X | Producción interna TVC | 10.334 | 1.291.108 | 1.301.442 |
| 48 | X | Producción interna TVC | 4.570 | 228.082 | 232.652 |
| 49 | X | Producción interna TVC | 285 | 56.757 | 57.042 |
| 50 | Y | Producción interna TVC | 92.883 | 520.957 | 613.840 |
| 51 | Z | Producción interna TVC | 0 | 5.350 | 5.350 |
| 52 | Z | Producción interna TVC | 0 | 80.005 | 80.005 |
| 53 | Z | Producción interna TVC | 5.611 | 1.858.303 | 1.863.914 |
| 54 | Z | Producción interna TVC | 2.175 | 1.251.370 | 1.253.545 |
| 55 | Z | Producción interna TVC | 0 | 35.722 | 35.722 |
| 56 | AA | Producción interna TVC | 15.886 | 13.421 | 29.307 |
| 57 | AA | Producción interna TVC | 2.865 | 2.578.526 | 2.581.391 |
| 58 | AA | Producción interna TVC | 0 | 30.452 | 30.452 |
| 59 | AB | Producción interna TVC | 6.267 | 583.124 | 589.391 |
| 60 | AC | Producción interna TVC | 1.965.143 | 2.224.403 | 4.189.546 |
| 61 | AC | Producción interna TVC | 2.165.136 | 2.423.646 | 4.588.782 |
| 62 | AD | Producción interna TVC | 65 | 2.262.613 | 2.262.678 |
| 63 | AE | Producción interna TVC | 570.133 | 249.583 | 819.716 |
| 64 | AE | Producción interna TVC | 1.250.018 | 901.072 | 2.151.090 |
| 65 | AE | Producción interna TVC | 4.228 | 104.959 | 109.187 |
| 66 | AF | Producción interna TVC | 825.115 | 151.250 | 976.365 |
| 67 | AG | Producción interna TVC | 711.517 | 138.563 | 850.080 |
| 68 | AH | Producción interna TVC | 139.365 | 390.509 | 529.874 |
| 69 | AI | Producción interna TVC | 134.171 | 398.134 | 532.305 |
| 70 | AJ | Producción interna TVC | 784.598 | 115.399 | 899.997 |
| 71 | AK | Producción interna TVC | 563.899 | 165.439 | 729.338 |
| 72 | AL | Producción interna TVC | 415.648 | 140.391 | 556.039 |
| 73 | AM | Producción interna TVC | 680.608 | 136.441 | 817.049 |
| 74 | AN | Producción interna TVC | 491.810 | 160.039 | 651.849 |
| 75 | AO | Informativos TVC | 5.776.607 | 107.343 | 5.883.950 |
| 76 | AP | Informativos TVC | 874.743 | 531.295 | 1.406.038 |
| 77 | AQ | Informativos TVC | 4.612.510 | 529.982 | 5.142.492 |
| 78 | AR | Informativos TVC | 1.050.353 | 92.151 | 1.142.504 |
| 79 | AS | Informativos TVC | 777.673 | 6.377 | 784.050 |
| 80 | AT | Informativos TVC | 528.411 | 157.703 | 686.114 |
| 81 | AU | Informativos TVC | 935.995 | 492 | 936.487 |
| 82 | AV | Informativos TVC | 3.150.726 | 132.670 | 3.283.396 |
| 83 | AW | Informativos TVC | 5.915.572 | 24 | 5.915.596 |
| 84 | AX | Informativos TVC | 4.700.139 | 4.850 | 4.704.989 |
| 85 | AY | Informativos TVC | 0 | 1.459.763 | 1.459.763 |
| 86 | AZ | Informativos TVC | 798.666 | 192.974 | 991.640 |
| 87 | BA | Informativos TVC | 125.452 | 372.863 | 498.315 |
| 88 | BB | Informativos TVC | 59.218 | 202.792 | 262.010 |
| 89 | BC | Informativos TVC | 1.007.807 | 0 | 1.007.807 |

| Número en el informe | Programa | Fondo de programas | Gastos | | |
|----------------------|----------|--------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| | | | Personal | Otros gastos | Total |
| 90 | BD | Informativos TVC | 945.872 | 233.019 | 1.178.891 |
| 91 | BE | Informativos TVC | 952.420 | 222.399 | 1.174.819 |
| 92 | BF | Informativos TVC | 1.413.512 | 214.684 | 1.628.196 |
| 93 | BG | Informativos TVC | 555.480 | 3.465 | 558.945 |
| 94 | BH | Deportes TVC | 140.569 | 842.913 | 983.482 |
| 95 | BH | Deportes TVC | 146.906 | 845.416 | 992.322 |
| 96 | BI | Deportes TVC | 542.273 | 87.084 | 629.357 |
| 97 | BJ | Deportes TVC | 468.235 | 80.664 | 548.899 |
| 98 | BK | Deportes TVC | 1.281.274 | 75.429 | 1.356.703 |
| 99 | BK | Deportes TVC | 1.224.935 | 70.055 | 1.294.990 |
| 100 | BL | Deportes TVC | 771.737 | 327.309 | 1.099.046 |
| 101 | BM | Deportes TVC | 237.132 | 287.582 | 524.714 |
| 102 | BN | Deportes TVC | 174.280 | 3.139.046 | 3.313.326 |
| 103 | BN | Deportes TVC | 191.131 | 3.189.987 | 3.381.118 |
| 104 | BO | Deportes TVC | 14.856 | 838.291 | 853.147 |
| 105 | BP | Deportes TVC | 39.681 | 481.895 | 521.576 |
| 106 | BQ | Deportes TVC | 22.390 | 1.067.963 | 1.090.353 |
| 107 | BR | Deportes TVC | 69.580 | 1.134.261 | 1.203.841 |
| 108 | BS | Deportes TVC | 778.414 | 398.622 | 1.177.036 |
| 109 | BT | Deportes TVC | 2.119.118 | 121.350 | 2.240.468 |
| 110 | BU | Deportes TVC | 522.044 | 300 | 522.344 |
| 111 | BV | Coproducciones TVC | 116.740 | 248.600 | 365.340 |
| 112 | BW | Coproducciones TVC | 0 | 300.000 | 300.000 |
| 113 | BX | Coproducciones TVC | 0 | 500.000 | 500.000 |
| Total | | | 68.797.235 | 52.838.281 | 121.635.516 |

Importes en euros.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Los proyectos corresponden a centros de coste. Un mismo programa tiene un centro de coste diferente para cada temporada, programa especial o resumen de programas.

5. TRÁMITE DE ALEGACIONES

A efectos de lo previsto en la normativa vigente, el proyecto de informe fue enviado el 29 de octubre de 2018 a Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA.

5.1. ALEGACIONES RECIBIDAS

El escrito de alegaciones presentado por Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA se reproduce literalmente a continuación.⁶

6. El escrito original estaba redactado en castellano. Aquí figura una traducción al castellano del mismo.

Corporació Catalana
de Mitjans Audiovisuals, SA

Sr. D. Jordi Pons Novell
Síndico
Sindicatura de Cuentas de Cataluña

Señor:

Me es grato enviarle las alegaciones de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA al proyecto de informe 32/2017-D de la Sindicatura de Cuentas de Cataluña referido al ejercicio 2016.

Atentamente,

Núria Llorach Boladeras
Administradora única

Barcelona, 19 de noviembre de 2018

Alegaciones de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA al proyecto de informe 32/2017-D de la Sindicatura de Cuentas de Cataluña referido al ejercicio 2016

Observación 1

“El Consejo de Gobierno de 10 de febrero de 2016 aprobó la Norma reguladora del procedimiento de selección y contratación de contenidos audiovisuales para los medios de comunicación de la CCMA. Del trabajo realizado a partir de una muestra de programas contratados entre julio y diciembre de 2016 se han puesto de manifiesto varias observaciones que se recogen en el apartado 2.2.1.3.”

Observación 2

“En el ejercicio 2016 se hicieron cuatro convocatorias para la selección de contenidos audiovisuales. El plazo establecido para la presentación de propuestas fue de entre 10 y 60 días y en una convocatoria se dice que los proyectos se debían presentar “con cierta rapidez”. La Sindicatura considera estos plazos insuficientes o poco precisos (véase el apartado 2.2.1.3).”

La Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) aprobó en febrero 2016, la “La Norma reguladora del procedimiento de selección y contratación de conte-

nidos audiovisuales para los medios de comunicación de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales” que marca los criterios del modelo de colaboración con la industria audiovisual.

El objetivo y la finalidad de la Norma es asegurar que el procedimiento de presentación, selección, tramitación y contratación de proyectos audiovisuales se ajuste a los principios de publicidad, concurrencia, transparencia, confidencialidad, igualdad y no discriminación, así como que la contratación recaiga sobre el proyecto que dé la mejor respuesta a las necesidades de programación, en función de los contenidos y el coste de la propuesta.

La norma, a fin de garantizar el principio de concurrencia y teniendo en cuenta que una de las características del sector audiovisual es que son los mismos proveedores audiovisuales, productores y distribuidoras los que tienen la iniciativa de venta –ofreciendo intensivamente su producción–, prevé que se puedan presentar proyectos en cualquier momento en el espacio web habilitado al efecto, aunque no se haya hecho ninguna convocatoria específica para la presentación de proyectos.

De la misma forma, cuando alguno de los medios de la CCMA tiene una necesidad de contratación de una producción para una franja y un formato concretos publica una convocatoria en el espacio web “Presentación de proyectos audiovisuales en régimen de producción asociada”. Este fue el caso de dos convocatorias que se hicieron el año 2016.

A continuación se presentan algunos datos para dar una mejor idea de lo que supuso para la CCMA la puesta en funcionamiento de esta norma.

El número de proyectos de televisión que se presentaron en 2016 fue de 112.

De estos 112 proyectos, 52 fueron aprobados.

De estos 52 proyectos aprobados, 15 eran proyectos nuevos (un 29%) y el resto eran proyectos de programas en parrilla para una nueva temporada o programas especiales de programas en parrilla. Es justamente este 29% de nuevos proyectos que supusieron una importante renovación de la parrilla, lo que hace que la CCMA se muestre muy satisfecha de la puesta en marcha de la norma de contratación de producciones audiovisuales.

No obstante, los proyectos seleccionados por la Sindicatura no corresponden a este grupo de nuevos proyectos sino que ha seleccionado 6 (el informe de la Sindicatura dice 8 porque uno de los proyectos implica 3 contratos) de los cuales 3 son programas en parrilla para los que se contrata una nueva temporada y 3 programas especiales de programas en antena y de gran éxito que se contratan para aprovechar el éxito de audiencia y reducir costes.

Algunas de las observaciones hechas por la Sindicatura en el apartado 2.2.1.3 donde analiza la aplicación de la Norma son fruto de que los proyectos analizados no son proyectos nuevos sino de continuidad de la parrilla y por lo tanto:

- No fue necesario hacer una convocatoria pública.
- Las propuestas económicas responden al modelo de producción ya en marcha y por lo tanto no son necesarias muchas explicaciones sobre el plan de producción porque ya se dispone de la información.

- No presentan toda la documentación prevista en la norma puesto que ya se presentó en el proyecto del cual derivan.

Observación 3

“En las auditorías externas de producciones realizadas por CCMA, SA se ponen de manifiesto algunos aspectos que podrían suponer un ajuste de las cantidades abonadas a los proveedores (véase el apartado 2.2.1.3).”

La Norma establece que la CCMA, SA tiene el derecho a auditar, por los medios que considere convenientes, los libros de contabilidad y los archivos del contratista relativos a la producción. De las 5 auditorías realizadas, únicamente en 2 casos se pusieron de manifiesto costes en los que el auditor concluyó que no habían sido gastos efectivamente pagados (eran provisiones contables) y que por lo tanto no podían ser aceptados como costes de la producción. En ambos casos la productora hizo el correspondiente abono.

Observación 4

“En seis programas se produjeron incrementos significativos de coste que CCMA, SA justifica por las presiones del mercado y por los índices de audiencia, principalmente. También se produjo un significativo incremento de coste en el contrato suscrito con Intracatalònia, SA para la prestación de varios servicios (véase el apartado 2.2.2).”

En uno de los proyectos (44) el incremento de coste es debido al incremento de sueldo del presentador, al aumento de la complejidad en la producción y al hecho de haberse mantenido 4 temporadas sin incrementos, teniendo en cuenta que el programa nació como una apuesta con recursos muy limitados. El éxito del formato, en buena parte atribuible al presentador y guionista del programa, con un coste muy por debajo de los resultados obtenidos hizo que en la quinta temporada fuese necesario equilibrar el coste de la producción con los resultados que se estaban obteniendo, incluso con la reemisión del programa, con el consiguiente ahorro de coste de la parrilla.

En otro de estos proyectos (63) la Sindicatura hace la observación que *“la duración del programa se redujo a la mitad pero el precio solo se redujo en un 24,66%”*. Hay que matizar esta observación en el sentido de que el hecho de rebajar una duración y un coste de modo proporcional, no es siempre posible. La dedicación del equipo, los calendarios, los condicionantes de la actualidad, etc. no permiten siempre ajustar los costes de modo proporcional a la reducción de duración del encargo.

Tres casos hacen referencia a la retribución de artistas y presentadores. La Sindicatura dice que *“en seis casos (correspondientes a los proyectos 60, 61 y 66) se han producido incrementos significativos respecto a las temporadas anteriores (entre un 8,33% y un 25,32%). Los responsables de CCMA, SA han manifestado que en cinco casos los incrementos se justifican por la evolución de la importancia de los personajes en la serie en la que participan los artistas y en el otro caso por el incremento de la retribución de la presentadora después del éxito de la primera temporada del programa”*.

Los proyectos 60 y 61 corresponden a dos temporadas de la misma serie. Esta serie comportó la contratación de 272 artistas de los cuales 17 con contratos mensuales

en una temporada y 298 artistas de los cuales 14 eran contratos mensuales en la temporada siguiente. A pesar del incremento del número de artistas, el coste de la contratación se redujo un 9% de una temporada a la siguiente. A la CCMA, SA solo le consta el incremento de la retribución respecto a la temporada anterior de 4 actores con contrato mensual a pesar de la reducción del número de contratos mensuales. En todos los casos los cambios salariales están motivados por la evolución de los personajes dentro de la serie y por lo tanto se incrementan o se reducen en función de su papel y protagonismo dentro de la trama argumental. La negociación con los actores fue especialmente complicada en 2016 porque por motivos económicos la continuidad de la serie se tuvo que decidir poco tiempo antes de finalizar la grabación de la temporada, que ya se había decidido que fuese la última. Algunos actores ya tenían compromisos adquiridos para el 2016-2017 y fue necesario asegurar su continuidad o sustituirlos.

En este apartado 2.2.2 la Sindicatura hace la siguiente observación: *“El 4 de mayo de 2016 el Consejo de Gobierno de la CCMA acordó, dada su situación presupuestaria y el informe de la Intervención General de la Generalidad de Cataluña, no optar a la compra de los derechos de emisión y/o distribución de la pretemporada 2016 del Fútbol Club Barcelona. No obstante, poco después, el Consejo de Gobierno de 24 de mayo aprobó la contratación.”*

El 24 de mayo el Consejo de Gobierno autorizó la contratación de los derechos a los que se refiere la Sindicatura porque en la misma reunión del Consejo, el director de Televisión presentó un plan de ahorro alternativo que cambiaba las prioridades de contenidos y permitía disponer de los recursos para dicha contratación.

Observación 5

“En seis programas se establecieron cláusulas de reparto de los rendimientos económicos de las producciones que la Sindicatura considera que no se ajustan a lo establecido en la Norma reguladora del procedimiento de selección y contratación de contenidos audiovisuales (véase el apartado 2.2.2).”

La CCMA, SA afirma que las condiciones se ajustan a la Norma ya que esta dice que la CCMA, SA podrá establecer fórmulas de colaboración con el contratista para optimizar al máximo las posibilidades de comercialización del contenido audiovisual contratado. La Norma dice que en estos supuestos, los rendimientos derivados de las fórmulas de explotación acordadas se ajustaran a lo previsto en el correspondiente contrato (Anexo 5, apartado 3 de la Norma). Por lo tanto no es cierta la afirmación de que las condiciones no se ajustan a la Norma.

Además, hay una imprecisión en la observación de la Sindicatura ya que en los contratos de producción asociada de cuatro programas de producción interna (proyectos 32, 34, 42 y 45) de la temporada 2016/2017 se cede a las productoras un 10% de los rendimientos económicos de la explotación publicitaria correspondiente al emplazamiento del producto. Este es justamente el % de reparto que establece la norma como estándar (Anexo 8 apartado 3 de la Norma).

En los otros 2 casos se acordaron % diferentes a los establecidos en la Norma tal y como prevé esta para optimizar las posibilidades de comercialización y en uno de estos casos para no poner en riesgo la propia producción del programa.

Observación 6

“En dos contratos se estableció un sistema de retribución al proveedor que ya se venía utilizando en temporadas anteriores pero que no estaba incluido en la normativa de CCMA, SA (véase el apartado 2.2.2).”

La Norma prevé que la determinación del precio se efectuará a partir de la evaluación de la propuesta presentada y, en función de cada caso, el precio se acordará específicamente con el creador de la propuesta, lo que permite establecer sistemas de retribución diferentes al sistema de retribución fija o a tanto alzado, como ha sido en el caso de la productora, en el que se estableció una retribución ligada a los ingresos publicitarios vinculados al programa como se había hecho en años anteriores y con muy buenos rendimientos económicos para la CCMA, SA.

Observación 7

“Algunos profesionales han sido contratados como artistas en vez de formalizarse una relación laboral común (véase el apartado 2.2.2).”

Esta modalidad contractual es la que en su momento se consideró más adecuada al tratarse de personajes de los que se requiere una especial actividad y/o talentos de cara al desarrollo de un espectáculo/programa, no encontrada internamente, y que no encajaban exactamente en funciones de categorías del régimen ordinario laboral. Por lo tanto, se consideraron estas contrataciones puntuales para varios proyectos artísticos como incardinables dentro del apartado tres del artículo 1 del RD 1435/1985.

Núria Llorach Boladeras
Administradora única

Barcelona, 19 de noviembre de 2018

5.2. TRATAMIENTO DE LAS ALEGACIONES

Las alegaciones formuladas han sido analizadas y valoradas por la Sindicatura de Cuentas. Como consecuencia del segundo párrafo de la alegación referida a la observación 5 se ha modificado esta observación.

El resto del proyecto de informe no se ha modificado porque se entiende que las alegaciones son explicaciones que confirman la situación descrita inicialmente o porque no se comparten los juicios que en ellas se exponen.

