

## RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

---

### Empresa evaluada

**CARTV, CORPORACIÓN ARAGONESA DE  
RADIO Y TELEVISIÓN**

CIF:Q5000836F

Avda. María Zambrano 2.

50018 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

CORPORACIÓN ARAGONESA DE RADIO Y TELEVISIÓN

#### 02 - Dirección - CP - Población

Avda. María Zambrano 2, 50018 Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Medios de comunicación

#### 04 - Año comienzo actividad.

2005

#### 05 - Número de personas empleadas

136

#### 06 - Persona contacto

Javier Martínez López (Director de Marketing, Comercial y Relaciones Externas)

Ana Belén Luzán Malo (Técnico de Marketing-Área de sostenibilidad)

#### 07 - E-mail persona contacto

[abluzan@cartv.es](mailto:abluzan@cartv.es)

#### 08.- Página web

[www.cartv.es](http://www.cartv.es)

[www.aragonsostenible.es](http://www.aragonsostenible.es)

### GENERAL

#### Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)

- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)

- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,

etc)

- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

### **1.1, Información adicional**

Desde la CARTV trabajamos en nuestro plan de RS correlacionándolo con los criterios ASG de las sostenibilidad y los Objetivos de desarrollo sostenible mostrando, a través de nuestra Memoria de Sostenibilidad, acciones (de carácter interno y externo) y campañas de RS el grado de alianza con estos criterios.

Dentro de este proyecto, como entidad gestora de medios de comunicación, contamos con una peculiaridad: la transversalidad con la que vamos a afrontar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Por un lado como empresa y por otro como medios de comunicación que cuentan con todas las herramientas necesarias para ofrecer una importante aportación a la consecución de estas metas a través de toda la difusión que podamos ofrecer a nuestros oyentes, espectadores o seguidores digitales.

Tal y como se indicaba en la ley de creación de la CARTV (Ley 8/1987, de 15 de abril), las especiales características geográficas y demográficas del territorio aragonés dan al sistema de comunicaciones una importancia capital para todos los procesos de vertebración y desarrollo político, económico, social y cultural. Una visión moderna de lo que son las comunicaciones no puede obviar el hecho de que hoy estas no se reducen a las carreteras y el ferrocarril, sino que incluyen todos los sistemas de transmisión de información; y entre ellos figuran, quizás siendo de los mas importantes, la Radio y la Televisión. La "cercanía" está entre los valores fundacionales de nuestros medios guiando todos y cada uno de los contenidos de producción de propia.

Desde el punto de vista económico y social, la CARTV, cuenta con 136 empleados directos (CARTV, Aragón Radio y Aragón TV) existiendo paridad en lo que a género se refiere. Además, el compromiso con la gestión eficiente y equilibrada, permitió cerrar 2023, por decimotercer año consecutivo, con superávit en las cuentas. Además, contamos con un contrato programa cuyo objetivo es asegurar la estabilidad de la prestación del servicio de comunicación audiovisual. En el contrato programa se establecen los criterios y objetivos generales, la líneas estratégicas del modelo de gestión y la descripción de los diferentes servicios y actividades a desarrollar en las modalidades televisiva y radiofónica. Desde el punto de vista social, como medios de comunicación públicos, tratamos de comunicar y dar visibilidad a todas las iniciativas que se realizan en nuestra comunidad que puedan contribuir a dar apoyo a la meta basada en poner fin a la pobreza y al hambre en todas sus formas y garantizar la dignidad e igualdad de las personas. La misma ley General de Comunicación Audiovisual, como medios públicos, nos obliga a atender a las necesidades informativas, de entretenimiento y culturales de la sociedad a la que nos dirigimos y de sus minorías. Además, a nivel interno, se desarrollan toda una serie de acciones que se detallan en las cuestiones del diagnóstico relacionadas con los aspectos sociales,

medioambientales y de buen gobierno. En el II Convenio Colectivo de la CARTV y sus sociedades se reflejan toda una serie de mejoras en materia de jornada laboral, permisos, conciliación, flexibilidad para el teletrabajo, festivos, voluntariado... en respuesta a la demanda de los trabajadores en consonancia con la demanda social.

Desde 2020 CARTV, al igual que el resto de la sociedad, siguió adaptándose a las consecuencias generadas por la pandemia sanitaria de la covid-19 ofreciendo información veraz y contenidos demandados por sus grupos de interés para los que la salud, desde todos sus prismas (especialmente el de la prevención y la salud mental), ha tomado una notable trascendencia. Todo esto sin olvidar a los sectores más vulnerables de la población, como niños o ancianos, adaptando la programación para darles servicio y reinventando, por una temporada, la forma de hacer tele y radio para que, además de ofrecer un servicio público y de calidad a su audiencia, pudiera garantizarse la seguridad y salud de los trabajadores de los medios autonómicos.

Como empresa pública, a nivel político, los cambios de gobierno pueden verse reflejados en la composición del Consejo de Administración (dieciséis miembros, de los cuales quince serán elegidos para cada legislatura por el Pleno de las Cortes de Aragón, entre personas de reconocida experiencia profesional en el ámbito de la comunicación y/o los medios audiovisuales, observando una composición equilibrada entre hombres y mujeres).

En lo referente al medio ambiente, desde la CARTV venimos realizando una serie de acciones que se van acrecentando año a año para contribuir a la protección de nuestro planeta a través de la conservación de nuestro entorno: reducción de consumo de envases de plástico (eliminación de vasos de plástico y entrega de botellas reutilizables a empleados), instalación progresiva de grifos con sensor para reducir el consumo de agua, fomento de la reutilización y reciclaje entre los empleados (recogida de ropa, reciclaje de papel, cartón, tóner, cartuchos, envases, pilas, cd's, dvd's, tubos fluorescentes, vidrio, cápsulas de café...), mejoras en la recogida selectiva de residuos, realización de acciones de comunicación para concienciar y reducir el consumo energético, política de solicitud de material desafectado para dar salida a material obsoleto, acciones para promover la movilidad activa y sostenible y el uso de transporte público....

Estudio de nuestra huella de carbono para posteriormente diseñar un programa de medidas para ser más eficientes energéticamente y reducir/neutralizar nuestra huella. Y por supuesto, difusión a través de nuestros medios y de la nueva plataforma, ARAGÓN SOSTENIBLE, de aquellas iniciativas que contribuyen, desde nuestro entorno, a proteger nuestro planeta. A finales de 2020 CARTV lanzó su primera campaña en esta materia bajo el lema "Muévete por el Clima" que todavía sigue en vigor con acciones de carácter interno como externo.

Por último, desde el punto de vista tecnológico, la CARTV, vive en un continuo proceso de transformación con tal de adaptarnos a este complejo panorama audiovisual en el que siguen multiplicándose tanto la oferta de contenidos como las vías para acceder a los mismos cambiando progresivamente los hábitos de consumo de espectadores y oyentes. En nuestra breve historia hemos estado a la vanguardia de los diferentes saltos tecnológicos que han ido teniendo lugar y ahora estamos inmersos en una transformación digital que nos permite salir al encuentro de nuestro público con contenidos atractivos y

adaptados al lenguaje de los nuevos entornos digitales sin perder nuestra esencia y vínculo emocional con la audiencia a través de los contenidos relacionados con Aragón.

Creemos que son muchos los aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable (atención a necesidades y expectativas de los grupos de interés, prácticas empresariales abiertas y transparentes, oferta de servicios de calidad, líderes valiosos que gestionan con ejemplaridad, garantizar la disponibilidad presupuestaria, puesta en marcha de medidas para crear un buen clima laboral, capacitación de las personas de la empresa, creación de programas con impacto positivo en la Comunidad Local, trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente y ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo) y aunque al final de este diagnóstico hemos tenido que asignarles un orden, reconocemos que desde la CARTV, desde cada uno de los departamentos implicados, se trata de trabajar dando a todos estos aspectos la importancia que merecen.

## **Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales**

### **2.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?**

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

#### **2.1. Información adicional**

Calculamos los siguientes indicadores:

##### **ECONÓMICOS**

- Ingresos por venta de publicidad
- Otros ingresos
- Subvenciones de explotación y capital
- Compra y producción de contenidos
- Recursos Humanos
- Gastos de funcionamiento
- Gastos financieros y reembolsos
- Inversiones ejecutadas
- Resultado ejecución presupuestaria (superávit)
- Campañas publicitarias gratuitas ATV + Valoración en Euros
- Campañas publicitarias gratuitas AR + Valoración en Euros

##### **SOCIALES**

- Total número de anunciantes (locales + nacionales)
- Total proveedores de contenidos
- Proveedores de contenidos de Aragón
- Horas de programación subtitulada
- Horas de lenguaje de signos
- Horas de audio-descripción
- Buzón de sugerencias
- Mensajes atendidos
- Sugerencias

- Quejas
- Felicitaciones
- Solicitudes de rectificación
- Preguntas parlamentarias
- Comparecencias en Comisión Institucional
- Acuerdos con entidades sociales
- Reclamaciones ante Autorregulación
- Nº copy advice solicitados a Autocontrol
- Consultas deontológicas
- Reclamaciones ante Autocontrol
- Visitas guiadas
- Visitantes
- Premios y reconocimientos
- Número medio de empleados
- % mujeres en plantilla 50% 50%
- % mujeres en puestos directivos

#### MEDIOAMBIENTALES

- Papel consumido (en kilos)
- Papel y cartón reciclado (en kilos)
- Consumo gasóleo B grupo electrógeno (l)
- Recarga gas refrigerante R427 A (kg)
- Recarga gas refrigerante R407 C (kg)
- Pilas recicladas (en litros)
- Tóner (en kilos)
- Recogida ropa usada (Cáritas y aRopa2) (en kilos)
- Recogida de cápsulas de café (cápsulas)
- Recogida Fluorescentes y lámparas-Ambilamp (Kg)
- Consumo agua ZARAGOZA CPP (m3)
- Consumo electricidad ZARAGOZA CPP (kw)
- Consumo electricidad HUESCA (kw)
- Consumo electricidad TERUEL (kw)
- Total de emisiones de CARTV (tCO2e)

### **3.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y/o medioambientales?**

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

#### **3.1. Información adicional.**

A este respecto, se llevan a cabo varias iniciativas:

Se tiene un plan de ayudas sociales para los trabajadores.

Se ofrecen paquetes publicitarios de bajo coste y unos descuentos especiales con el fin de apoyar las campañas de publicidad de ONG's y Asociaciones Benéficas.

Se lleva a cabo el servicio de mantenimiento de zonas verdes con Gardeniers S.L., Centro Especial de Empleo creado por ATADES.

Hay un contrato con el Centro Especial de Empleo Ángel Custodio de ATADI, para la

recogida selectiva de papel en la delegación de Teruel.

Se destina presupuesto a determinados retos ambientales como: reducción de consumo de botellines de agua mediante la instalación de fuentes dispensadoras en todos los departamentos y entrega a trabajadores de botellines de cristal rellenables, instalación de grifos con sensor para reducir la cantidad de agua desperdiciada, inversión en la compra y cambio de bombillas a tipo led para reducir el consumo energético... y estudio de Huella de Carbono para llevar a cabo posteriormente un estudio de eficiencia energética y acciones para reducir y neutralizar nuestra Huella de Carbono.

Se firman compromisos como la "Declaración de los medios de comunicación frente al cambio climático"... y otros tantos que pueden consultarse aquí: [https://www.cartv.es/files/sostenible/buen gobierno y memoria/Codigos23.pdf](https://www.cartv.es/files/sostenible/buen_gobierno_y_memoria/Codigos23.pdf)

## **Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

### **4.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.**

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

#### **4.1. Información adicional**

Administración pública:

- Gobierno de Aragón
- Cortes de Aragón
- Otras instituciones

Órganos de gobierno y asesores:

- Consejo de Administración
- Consejo Asesor

Audiencia:

- Telespectadores
- Radioyentes
- Usuarios digitales
- Centros educativos
- Equipos deportivos
- Organizaciones culturales...
- ONG's

Empleados / Representación Legal de los Trabajadores

Empresas proveedoras de servicios principales para la CARTV

Otros proveedores de productos y servicios

Anunciantes, Centrales de medios y Agencias de publicidad

Federaciones y Asociaciones de ámbito sectorial a nivel regional (APA, ADEA...) o nacional (FORTA, Autocontrol,...)

Federaciones y Asociaciones (cívicas)

Medidores de audiencias (Kantar Media, AIMC y Comscore)

### **5.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?**

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de

interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

### **5.1. Información adicional**

Desde finales de 2018, se da el paso de conocer a través de reuniones con los GI (focus groups) las principales necesidades de cada grupo de interés. Tras valorar todas sus aportaciones y preocupaciones, se han llevado a cabo iniciativas como la creación de Aragón Sostenible y de diferentes campañas en materia de despoblación, cambio climático, igualdad de género, salud, ods...

Estas campañas pueden consultarse a través de la página de inicio de ARAGÓN SOSTENIBLE: [www.aragonsostenible.es](http://www.aragonsostenible.es)

Se dispone de estudios cuantitativos de la audiencia.

Se han realizado estudios cualitativos de audiencia (Focus Group, cuestionarios, etc...), y de manera ocasional, cuestionarios a los anunciantes, trabajadores, proveedores...

A través de nuestra potenciación de la labor de responsabilidad social, pretendemos llegar a todos estos grupos de interés de forma más precisa, incrementando el diálogo e interacción con los mismos para tratar de conocer, con mayor detalle, sus necesidades y expectativas y atender a las mismas de la mejor manera posible dentro de nuestras posibilidades.

## **Gobierno de la organización**

### **6.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?**

Existe un documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

#### **6.1.. Información adicional.**

Existen diversos códigos de conducta y directrices internas de gestión:

- Directriz interna de Contratación
- Código de Conducta Comercial aprobado por el Consejo de Administración en julio de 2013
- Código de Buenas Prácticas en Redes Sociales
- Normas para uso de las salas comunes
- Procedimiento antitabaco
- Plan de Igualdad de Aragón TV (pendiente de revisión) realizado mediante subvención y Protocolo frente al acoso extensivo en un futuro cercano a CARTV y sus sociedades
- Protocolo de actuación CARTV actualizado e información Covid 19 en sus distintas adaptaciones adecuadas a la evolución de la crisis sanitaria
- Política de reparto de entradas/experiencias fruto de intercambios publicitarios

Respecto al Compliance, estamos en fase de elaboración de un manual de prevención de delitos y de códigos de conducta.

Contratación de un procedimiento de gestión de conflictos.

Proyecto de elaboración, con la participación de los grupos de interés, de un Código ético.

### **7.- ¿Existen vías o canales para comunicar posibles incumplimientos del código ético?**

Sí, existen canales de denuncia, confidenciales de aplicación a todos los empleados

#### **7.1. Información adicional**

Actualmente contamos con buzones de sugerencias y con un Sistema Interno de Información (Canal de denuncias).

**8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?**

Sí, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

**8.1 Información adicional**

Están visibles de forma permanente en las instalaciones centrales de la CARTV en el hall de entrada.

Existen elementos de marca con los valores que se pueden trasladar a diferentes lugares.

Están disponibles en nuestra página web: <https://www.cartv.es/nosotros/mision-y-valores>

Además, constan en la ley de Creación, Organización y Control Parlamentario de la CARTV.

**9.- ¿Existe un manual de prevención de riesgos penales y canales adecuados para comunicar la existencia de comportamientos no éticos dentro de la organización?. ¿Su organización participa de alguna forma en la cadena de valor de organizaciones afectadas por la Directiva de Diligencia Debida?**

Sí, mi organización suministra productos o servicios a grandes organizaciones afectadas por la Directiva de Diligencia Debida y se está avanzando en su cumplimiento

**9.1. Información adicional**

En cumplimiento de lo previsto en la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción, la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión ha implantado un Sistema Interno de Información (Canal de denuncias).

A través de este Sistema pueden comunicarse informaciones relativas a eventuales infracciones del Derecho de la Unión Europea o de conductas que pudieran constituir infracciones penales o infracciones administrativas graves o muy graves. La remisión de comunicaciones no relacionadas con este tipo de infracciones deberá seguir realizándose a través de los canales habituales y no se someterá al régimen previsto en esta Ley 2/2023.

El uso de este canal es voluntario y el informante puede elegir realizar su denuncia de forma anónima. La Ley 2/2023 contempla determinadas medidas de protección para quienes comuniquen infracciones de las previstas en la referida norma a través de este tipo de Sistemas de Información, si bien dicha protección queda condicionada a que las informaciones se refieran a este tipo de infracciones y a que sean comunicadas de buena fe. La utilización del Sistema Interno de Información y la gestión de las informaciones recibidas se realizarán desde la exigencia del respeto a la presunción de inocencia y al honor de las personas afectadas.

Debe tenerse, asimismo, en cuenta que, en el caso de que la información facilitada se refiriera a hechos que pudieran ser constitutivos de delito o de infracción administrativa grave o muy grave, se procederá a su comunicación al Ministerio Fiscal o a la autoridad



administrativa que pudiera resultar competente para la tramitación de la misma.

El Sistema Interno de Información implantado es conjunto para Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, Televisión Autonómica de Aragón, S.A.U. y Radio Autonómica de Aragón, S.A.U. El acceso al mismo se encuentra en las páginas web de las tres entidades, junto con las políticas de privacidad.

## **Plan de Responsabilidad Social**

### **10.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?**

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

#### **10.1. Información adicional.**

La CARTV mantiene firme su compromiso con los aragoneses, consciente de la implicación de nuestros medios en la sociedad, y por ello, dy tras escuchar la principales preocupaciones de sus Grupos de Interés sigue potenciando sustancialmente su línea de Responsabilidad Social Corporativa. La CARTV, desde el comienzo de las emisiones de sus medios de comunicación, ha contribuido a la divulgación de todo tipo de temas relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, además hemos observado nuestro ámbito y hemos establecido una serie de alianzas y colaboraciones con entidades con tal de favorecer nuestro entorno y facilitar nuestro cometido y el de otros entes.

A lo largo de estos años, hemos establecido una serie de relaciones con nuestros grupos de interés que pretendemos potenciar para responder a sus expectativas y a su vez mejorar nuestra rentabilidad y repercusión.

Tras poner en orden todo el trabajo que se viene desarrollando y ampliarlo posicionándonos como una entidad comprometida con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y su cumplimiento de manera progresiva nos hemos adherido al plan RSA, al Pacto Mundial de las Naciones Unidas a DIRSE y elaborado nuestras últimas memorias de Sostenibilidad en formato GRI y conforme a los indicadores de EINF.

Ahora, estamos trabajando, junto con otros aliados en llevar a cabo campañas de concienciación en base a las principales preocupaciones que han mostrado nuestros Grupos de Interés, a su vez relacionadas con los ODS:

- Salud y bienestar de las personas (ODS3)
- Lucha contra la despoblación (ODS11)
- Igualdad de género (ODS5)
- Cuidado y atención de nuestros mayores (ODS3 y ODS10)
- Lucha contra el cambio climático (ODS13)
- Lucha contra los residuos plásticos (ODS14 y ODS12)
- Conservación de nuestra naturaleza (ODS15 Y ODS13)

### **11.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?**

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

#### **11.1. Información adicional.**

Como primer paso, en la CARTV se trabajó a través de la agrupación de los 17 objetivos globales y sus metas específicas en las 5 categorías: Personas, Planeta, Prosperidad, Paz y Alianzas para tratar de comenzar a establecer nuestros objetivos, actuaciones e indicadores para evaluar nuestra evolución en esta materia. Desde 2024, se agrupan en base a los criterios ASG en coherencia con las nuevas tendencias y agrupaciones en sostenibilidad.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

#### **12.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?**

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

##### **12.1. Información adicional**

Como medios de comunicación que somos, distinguimos dos tipos de clientes y, según su origen, medimos de una forma u otra su satisfacción o experiencia con nuestros medios:

###### **1.- Audiencia:**

Realización de Focus Group.

Cuestionario de valoración de las visitas a las instalaciones.

Análisis cuantitativo de la audiencia:

- Televisión: Análisis diario de los datos de audiencia de cada programa a través de los datos de Kantar Media.

- Radio: Análisis cuatrimestral de los datos de audiencia a través del EGM de AIMC.

Análisis de datos de llamadas de oyentes a programas.

- Digital: Se miden los datos de las webs (CARTV, AR y ATV), aplicaciones móviles (AR y ATV), visionados, podcasts, descargas, redes sociales, etc...

###### **2.- Anunciantes, centrales de medios y agencias**

Independientemente de que, de forma ocasional, se han realizado encuestas de satisfacción con nuestros anunciantes, tenemos una relación cercana con nuestros clientes a través de nuestro equipo comercial. Ello nos permite obtener información acerca de la satisfacción de nuestros anunciantes, sus demandas y los posibles aspectos a mejorar.

A raíz de la implantación de la metodología de elaboración de memorias de sostenibilidad, vamos a acrecentar nuestras relaciones con nuestros grupos de interés, uno de ellos, nuestros clientes, en este caso anunciantes, por lo que trataremos de realizar esas valoraciones con cierta periodicidad de manera que resulte reforzada nuestra organización y también atendamos de forma más propicia a las necesidades de los mismos. También cabe añadir que enviamos periódicamente Boletines Informativos a nuestros clientes y realizamos esporádicamente encuentros en los que damos a conocer novedades e intercambiamos información y necesidades de una forma más cercana y distendida.

A disposición de todos estos grupos de interés, existe un Buzón de Sugerencias tanto físico, en la entrada de la sede de la CARTV en Zaragoza, como en las respectivas web de CARTV, Aragón Radio y Aragón TV.

#### **13.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los**

## **procesos de la organización?**

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

### **13.1. Información adicional**

Nuestras vías para identificar dichas mejoras son:

A través del Buzón de sugerencias

Mediante la realización de Focus Group

A través de los datos de audiencias de los programas

Por mediación de los comerciales de las diversas comercializadoras (local y nacional)

## **Innovación en los productos y servicios**

### **14.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?**

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

#### **14.1. Información adicional.**

A nivel comercial se presentan nuevos formatos publicitarios una vez escuchadas las opiniones de los clientes y teniendo presente la regulación publicitaria.

En los programas se incorporan las sugerencias y demandas de la audiencia y las oportunidades a nivel publicitario que nos puede ofrecer el formato/contenidos del programa.

Se observa a la competencia en lo referente a la manera de plantear nuevos formatos.

Se asiste a ferias y congresos de contenidos y formatos audiovisuales.

Se organizan jornadas de diversos aspectos relacionados con los medios de comunicación.

Se tienen en cuenta tanto en la oferta de formatos de contenidos como publicitarios los distintos informes y estudios elaborados por proveedores o asociaciones a las que pertenecemos.

## **Calidad de los productos y servicios**

### **15.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?**

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

#### **15.1. Información adicional.**

Estamos en permanente contacto con asociaciones de consumidores y de medios para conocer tendencias sobre la calidad de nuestros servicios.

El Departamento de Proyectos y Estrategia es el encargado de los puntos de mejora de la propia Corporación y sus Medios mediante la observación interna.

Estudia las dificultades para, en coordinación con las diversas áreas o servicios, proponer una solución óptima.

Debe tener acceso a todos los sistemas para evaluar sus puntos de mejora, ejecutando los cambios necesarios que garanticen la mejor solución de las posibles para el personal e implementar los avances tecnológicos u organizativos que mejoren el flujo de trabajo o la calidad y distribución de sus contenidos.

A requerimientos de instituciones públicas, la CARTV se apoya en este Departamento como consultora en cuestiones relacionadas con el Sector Audiovisual.

Por su parte, el departamento de Prensa y Comunicación gestiona la difusión de todos los contenidos y acontecimientos a través de los medios propios, redes sociales y mediante las relaciones con el resto de medios de comunicación.

#### **16.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?**

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

##### **16.1. Información adicional.**

Se pone a disposición de los anunciantes los certificados de emisión de las campañas publicitarias que han contratado para nuestros medios.

En caso de que se produzca alguna incidencia que pueda producir modificaciones en la emisión de las campañas respecto a lo pactado en la propuesta, nuestro departamento comercial informa debidamente a nuestros clientes y les ofrece distintos modos de compensación.

### **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

#### **17.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?**

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

##### **17.1. Información adicional.**

El departamento comercial correspondiente facilita al cliente toda la información previa y posterior al servicio relativa al servicio contratado, datos relacionados con el medio, programa, franja, o especial donde va a insertarse el espacio publicitario y posteriormente a la campaña se facilita un certificado de emisión en el que el anunciante podrá comprobar en qué momentos se han emitido sus spots o cuñas publicitarias.

Las tarifas de nuestros medios son públicas y están colgadas en nuestra página web (cartv.es) al igual que sucede con la política de descuentos a aplicar y las condiciones de contratación.

Se informa a los anunciantes de los riesgos de la emisión de la publicidad.

La CARTV es miembro de AUTOCONTROL.

La CARTV dispone de un Código de Conducta Comercial y de una Política de reparto de entradas/experiencias fruto de intercambios publicitarios.

### **PERSONAS EMPLEADAS**

#### **Satisfacción de las personas empleadas**

#### **18.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?**

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

##### **18.1. Información adicional**

Existe un buzón de sugerencias a través del cual los empleados pueden mostrar sus inquietudes, quejas o sugerencias por lo que podemos considerarlo una vía a través de la cual obtener datos en relación con la satisfacción de los empleados.

Se realizan diversas reuniones con la RLT.

Existe un Comité de seguridad y salud.

Disponemos de un documento de valoración de las acciones formativas.

Otra vía de comunicación sería a través de la distintas reuniones que puedan tener los empleados con sus respectivos directores, los cuales, a su vez, harán llegar una información relativa a la satisfacción general del departamento a la Dirección General.

Se realizan de forma periódica encuestas de evaluación de riesgos psicosociales.

## **Igualdad de oportunidades y no discriminación**

### **19.- ¿Cómo se garantiza en su empresa el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultural)?**

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la empresa.

#### **19.1. Información adicional**

En lo referente a esta cuestión, se está trabajando en un nuevo Plan de Igualdad para CARTV y sus sociedades (ya que el primero se realizó a partir de una subvención para empresas públicas y solo para Aragón TV).

Los trabajadores fijos de la CARTV superan las pruebas selectivas con respeto a los principios de igualdad, mérito, capacidad y publicidad.

Las provisiones de plazas de plantilla vacantes o de nueva creación, aprobadas por el Consejo de Administración y que hayan de cubrirse con personal fijo, se llevarán a efecto según el siguiente orden:

- a) Reingreso de excedencia
- b) Traslado
- c) Promoción Interna o Concurso Oposición restringido
- d) Concurso-Oposición libre

## **Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral**

### **20.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?**

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

#### **20.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de corresponsabilidad y conciliación personal, familiar y laboral, especificarlas.**

Concesión de excedencias, reducciones de jornada o permisos, en buena parte de los

casos orientados a una mejor conciliación personal, familiar y laboral:

EXCEDENCIAS (según la naturaleza de las mismas tendrán unas condiciones u otras):

- Para el cuidado de hijos o familiares.
- Para desarrollar su trabajo en programas de desarrollo y cooperación con el Tercer Mundo, a través de los organismos del Estado o de Organizaciones no Gubernamentales debidamente reconocidas,
- Cuando por razón de enfermedad el trabajador agota el plazo máximo de incapacidad temporal y pasa a la situación de alta con propuesta de invalidez, al trabajador se le considerará en excedencia especial hasta tanto sea declarada su Incapacidad Permanente u obtenga el alta por curación.
- Para trabajadores que sean designados para ocupar un cargo directivo en CARTV y sus sociedades.
- Excedencia forzosa por la designación o elección para cargo público que imposibilite la asistencia al trabajo, o por la elección para cargo sindical de ámbito comarcal o superior que exija plena dedicación en la Organizaciones Sindicales.
- Por razones personales.

REDUCCIONES DE JORNADA:

- A quien por razón de guarda legal tenga a su cuidado directo algún menor de 10 años o discapacitado físico, psíquico o sensorial, o un familiar hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad que por razones de edad, accidente o enfermedad no pueda valerse por sí mismo, y que no desempeñe actividad retribuida, tendrá derecho a una reducción de la jornada de trabajo con la disminución proporcional del salario entre, al menos, un octavo y un máximo de la mitad de la duración de aquella.
- En los casos de nacimiento de hijos prematuros o que, por cualquier causa, deban permanecer hospitalizados a continuación del parto, la madre o el padre, tendrán derecho, mientras dure la hospitalización, a una reducción de jornada de trabajo hasta un máximo de dos horas, con la disminución proporcional del salario.

PERMISOS: Los trabajadores de CARTV y sus sociedades pueden disfrutar de una serie de permisos retribuidos con tal de conciliar su vida personal, familiar y laboral. Los mismos aparecen debidamente reflejados en el I Convenio Colectivo de CARTV y sus sociedades, todavía vigente.

CONCILIACIÓN HORARIA Y CALENDARIOS FLEXIBLES: Ofreciendo cierta flexibilidad de entrada y salida a los trabajadores para poder conjugar sus horarios laborales y familiares siempre que no afecte a la prestación del servicio.

Durante la CRISIS SANITARIA DEL CORONAVIRUS y con posterioridad, a pesar de considerarse nuestra actividad como esencial, se facilitó el teletrabajo y una mayor flexibilidad para prevenir posibles contagios y también facilitar la conciliación de los trabajadores ante la suspensión de clases presenciales o cambios de horarios de los centros educativos.

## **Formación y desarrollo profesional**

### **21.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas**

## **empleadas?**

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

### **21.1. Información adicional.**

Desde Recursos Humanos se comunica la oferta de formación estándar (idiomas, informática, herramientas de gestión, formación más especializada para colectivos concretos y cualquier otra necesaria para adaptarnos a los nuevos retos y necesidades de nuestro medio) y existe un documento tipo para solicitar cualquier acción formativa cuando la iniciativa parte del trabajador.

Estaba previsto realizar, a principios de 2020, una consulta a los trabajadores para elaborar un plan formativo adecuado a las expectativas de los trabajadores y a las necesidades de formación derivadas de la evolución tecnológica en torno a nuestra actividad pero la crisis del Coronavirus provocó que dicha reunión de consulta fuera suspendida.

## **22.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?**

El modelo de evaluación de desempeño se orienta al crecimiento personal y profesional de las personas con herramientas como, por ejemplo, desarrollo de un plan de carrera, que se mide y comunica de forma sistemática.

### **22.1. Información adicional**

A lo largo de 2022 se han llevado a cabo diferentes acciones en el ámbito del diálogo social:

- Participación y desarrollo en los comités de representación paritaria
- Comisión paritaria (interpretación y vigilancia del Convenio Colectivo)
- Comisión de formación (planificación y evaluación de los planes formativos)
- Comité de Seguridad y Salud Laboral (Prevención de Riesgos Laborales)
- Comisión negociadora de un nuevo convenio colectivo
- Grupo de comunicación en materia de prevención COVID-19 y otros temas de PRL.
- Reuniones con Dirección General y Dirección de RRHH

Políticas implementadas en el campo de la formación

Tras un proceso de análisis, investigación y participación CARTV, Aragón Radio y Argón TV disponen de un plan conjunto de formación continua para el período 2021-2023, que integra ocho áreas para dar cobertura a las necesidades formativas detectadas, sin perjuicio de abordar otras que puedan surgir:

Conocimiento de la tecnología digital.

Tratamiento de la imagen.

Comunicar en cámara.

Audiencias.

Herramientas tecnológicas para la mejora de procesos.

Seguridad en las tecnologías de la información.

Prevención de Riesgos Laborales.

Otros (Plan de igualdad, competencias personales, solicitudes de los trabajadores).

Acciones formativas realizadas en 2022:

Microsoft Power BI-Básico

Microsoft Power BI-Intermedio

Nuevos criterios interpretativos de la Comisión Europea sobre la directiva de prácticas comerciales desleales que afectan a la publicidad

Autorregulación del uso de influencers en la publicidad

El nuevo código de autorregulación de la publicidad infantil de juguetes

Regulación y autorregulación de la publicidad de alimentos

Regulación y autorregulación de la publicidad relacionada con la salud

Regulación de protección de datos y privacidad en la actividad publicitaria

Regulación de la publicidad de bebidas alcohólicas tras la nueva LGCA Marketing Digital

Consultor SEO-SEM

Cómo leer la mente de mi cliente y cómo vender más a través de su perfil

Taller de introducción a la desinformación y verificación

Diversidad Lingüística

## **Seguridad y Salud**

### **23.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Se dispone de un Plan de Empresa Saludable o similar, en el que se incorporan todas las medidas de prevención de riesgos laborales y las medidas adicionales para favorecer la salud de las personas empleadas, con planificación, indicadores y sistema de evaluación.

#### **23.1. Información adicional.**

Nos alineamos con el Fomento de hábitos saludables entre los trabajadores (ODS 3).

A modo de ejemplo con la entrega de forma gratuita de piezas de fruta a los trabajadores en determinadas temporadas, según acuerdos establecidos con productos de Aragón o la creación y dinamización de grupo de running entre los trabajadores.

Campaña A CUIDARSE

Integración en el programa RAES del Gobierno de Aragón

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

### **24.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?**

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

#### **24.1. Información adicional**

A modo de ejemplo, teniendo como base los principios de sostenibilidad, en sus diversas peticiones de merchandising la CARTV tiene en cuenta aspectos sociales como la elección de productos de cercanía, km 0, apoyo al emprendimiento de la mujer y en el entorno rural o procedentes de fundaciones.

También atiende a criterios medioambientales como la compra de productos realizados con materiales reciclados y se evitan los de un solo uso.

El material promocional del programa ¿Esta es mi tierra? fue un calendario elaborado con



las fotos de los seguidores del programa, con información sobre ¿días de? relacionados con la sostenibilidad, las rayas de Ed Hawkins, que representan la evolución de las temperaturas medias y solsticios.

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

#### **25.-¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?**

No existen criterios definidos para evaluar y clasificar a los proveedores

##### **25.1. Información adicional**

No existe una clasificación formal

### **Homologación de proveedores**

#### **26.- ¿Existe en su empresa un proceso de Homologación de Proveedores?**

Se está empezando a implantar un sistema de Homologación en el que se tienen en cuenta las buenas prácticas de responsabilidad social

##### **26.1. Información adicional**

Estamos trabajando en la mejora de los procesos de homologación o contratación de proveedores. De hecho se han comenzado ya a tener en cuenta, en muchos pliegos, aspectos sociales y medioambientales.

### **Interacción con los proveedores**

#### **27. - ¿ Tienen establecidos mecanismos para relacionarse con los Proveedores y conocer su opinión?**

Se mantienen reuniones de manera informal con algunos proveedores

##### **27.1. Información adicional**

El objetivo es mejorar la relación y participación en los asuntos materiales para la elaboración del Plan Estratégico de Responsabilidad Social.

## **SOCIAL**

### **Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

#### **28.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?**

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización con una planificación formal

##### **28.1. Información adicional.**

Desde la CARTV, y en gran medida a través de sus medios, se realizan una serie de acciones de RSC, a veces internas y otras en las que implicamos a todos los agentes sociales. Parte de las acciones realizadas a nivel interno, se congregan en un espacio de nuestras instalaciones denominado "El rincón solidario de la CARTV". Detallamos algunas

de las acciones realizadas en esta materia:

- Recogida de Ropa en colaboración con entidades para la inclusión social de personas con dificultades para contribuir a su reinserción en el mundo laboral. Actualmente alternamos la recogida con La Fundación por la Inclusión Social A todo trapo de Cáritas Diocesana y La Cooperativa de servicios Tiebel Servicio de inserción SL y su proyecto aRopa2.
- Campañas de Recogida de Alimentos en colaboración con la "Fundación Banco de Alimentos de Zaragoza". En los últimos años se han sustituido por potenciación de recogidas de comida en súper durante la Gran Recogida.
- Recogida de regalos para niños y ancianos de las clases más desfavorecidas dentro de la iniciativa de Aragón Radio "La noche más mágica" que pretende que nadie, con escasez de recursos, se quede sin su regalo en la noche más mágica del año.
- Recogida de tapones para causas particulares.
- Visita de los Zagales de Aragón TV a los niños hospitalizados del Hospital Miguel Servet en la víspera de las Fiestas del Pilar.
- Contratación del servicio de mantenimiento de zonas verdes con Gardeniers S.L., Centro Especial de Empleo creado por ATADES.
- Jardín solidario de la CARTV: Un jardín acondicionado con las manos y la ilusión de personas con discapacidad del Centro Especial de Empleo Gardeniers de Atades y con la colaboración de Mondo Ibérica. Las piezas de cerámica colocadas en este jardín han sido elaboradas por usuarios del taller de arte del Centro Santo Ángel de Atades.
- Integración de una ONG en el proceso del diseño para la elaboración de nuestra felicitación de Navidad con el fin de dar visibilidad y cobertura a la misma además de involucrar a sus usuarios en esta actividad.
- Subtitulado de la programación, adaptación de algunos programas a lenguaje de signos y utilización de pictogramas en algunos apartados de la web de Aragón Radio.
- Creación de "Un espacio para tu creatividad" en el que la CARTV invita a todos los trabajadores de CARTV, AR, ATV y, personal de productoras y empresas externas colaboradoras con los medios autonómicos que realicen su trabajo en las instalaciones de la CARTV o sus delegaciones, a participar en un concurso que pretende motivar y premiar la creatividad de los mismos.
- Promoción, a nivel interno, de Donaciones de Sangre en colaboración con Banco de Sangre de Aragón.
- Fomento del audiovisual aragonés: mediante la convocatoria de ayudas a la financiación anticipada de proyectos audiovisuales y promoción de los proyectos que finalmente sean financiados con una campaña publicitaria a través de los canales de difusión de la cadena.
- Plan de visitas mediante el cual se pretende abrir las puertas de nuestros medios para que el público pueda conocer cómo se desarrolla la labor dentro de los medios autonómicos de Aragón, descubrir sus instalaciones y conocer de cerca a las caras y voces más representativas de nuestros medios. Introduciendo como novedad, a finales de 2019, la externalización del servicio que correría a cargo de personas con discapacidad intelectual de Plena Inclusión; facilitándoles el acceso al mercado laboral y dando visibilidad a sus capacidad ante las decenas de grupos visitantes.
- Puesta en marcha de visitas virtuales para que la distancia/movilidad no sea un impedimento para conocer de cerca nuestras instalaciones.
- Realización de jornadas de Puertas Abiertas para permitir conocer nuestras instalaciones y cometido a todas aquellas personas que no puedan hacerlo dentro del plan de visitas

habitual.

- Organización de talleres de meteorología a cargo de mujeres profesionales de nuestros medios para animar a las niñas en la elección de carreras STEM.
- Adaptación del "Auditorio José Luis Borau" y de la zona de "Control de accesos" convirtiéndolo en un espacio "accesible".
- Creación de espacios tipo "Sala de descanso" para favorecer los momentos de descanso o esparcimiento de los trabajadores.
- Adaptación de la "Cafetería de personal" para dar mayor cabida y adaptarse de mejor manera a las necesidades de los trabajadores.
- Puesta a disposición de los empleados de "Sala de lactancia y de Primeros auxilios".
- Fomento, entre los empleados, de la participación conjunta en competiciones deportivas por equipos u otro tipo de iniciativas de carácter grupal.
- Creación del grupo ARAGÓN RUNNING (con entrenador personal y participación de trabajadores y miembros de ComuniCARTV)

Respecto a la difusión a través de nuestros medios, tanto Aragón Radio como Aragón TV, dan cabida en sus contenidos a la gran variedad de iniciativas que se desarrollan, especialmente, en nuestra Comunidad para contribuir a este importante grupo de objetivos de desarrollo sostenible.

A través de todas estas iniciativas y difusión pretendemos, de forma acorde a nuestra misión y valores:

- Dar visibilidad a situaciones de desigualdad y promover ayuda para poner fin a la pobreza y al hambre.
- Fomentar la seguridad alimentaria, la agricultura sostenible y aportar consejos para lograr la mejora de la nutrición y una vida sana.
- Fomentar el bienestar para todos.
- Promover la igualdad de género.
- Fomentar la educación inclusiva, equitativa y de calidad.

## **Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

### **29.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?**

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto y con planes de acción específicos

#### **29.1. Información adicional.**

Dado que en las instalaciones de la CARTV desarrolla su labor un gran número de trabajadores y que, por un motivo u otro, muchas otras personas visitan nuestro centro de trabajo (visitas guiadas a las instalaciones de Aragón Radio y Aragón TV, público, colaboradores, tertulianos e invitados de los distintos programas de ambos medios, proveedores...) consideramos que somos un lugar idóneo para realizar toda una serie de acciones con las que pretendemos dar apoyo a distintas entidades y ONG's: recogida de ropa, materiales, alimentos, regalos... El espíritu joven y solidario de la plantilla de nuestros medios y las empresas proveedoras de servicios con las que compartimos nuestras instalaciones hacen que estas acciones resulten cada vez más exitosas y que nos veamos

motivados a ampliar el abanico de posibilidades que puede ofrecer nuestro "Rincón Solidario".

Además, como medios de comunicación que somos, contamos con las herramientas necesarias para dar una mayor difusión a estas campañas solidarias.

Uno de los proyectos que se potencian desde la CARTV dentro de nuestra estrategia de negocio, con una importante dotación presupuestaria, es el del Fomento del Audiovisual facilitando iniciativas de Producción audiovisual mediante la publicación de convocatorias de financiación anticipada y la promoción a través de nuestros medios.

Por último, uno de nuestros principales objetivos es el de "FORMAR"; desde mediados de 2017, la Dirección General de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión ha querido reforzar su política de puertas abiertas a través de su programa de visitas a las instalaciones mediante una mayor oferta de las mismas y adecuando los espacios, tanto en el decorado como en el recorrido suponiendo un importante esfuerzo tanto de personal como presupuestario. Todo ello enmarcado en la acción #VisitaCARTV que entrelaza las visitas con una estrategia de marketing directo digital que nos permite mantener la comunicación con estos visitantes para darles a conocer nuestra programación, estrenos, invitarles a participar en sorteos... Como consecuencia, se ha estado ofreciendo este servicio a una media de unas 4000 personas anuales el que han conocido de primera mano nuestras instalaciones y el trabajo que se realiza en las mismas gracias a nuestros profesionales. Este dato se va a ver en el curso 19-20 notablemente reducido debido a la crisis del Coronavirus que nos ha obligado a suspender las mismas. También cabe mencionar que desde el curso 19-20 se ha externalizado el servicio de visitas llevándolo a cabo personal de Plena Inclusión con tal de agilizar la gestión de las mismas, favorecer la inclusión en el mercado laboral de personas con discapacidad intelectual y dar visibilidad al colectivo mostrando sus capacidades ante los grupos visitantes.

## **Transparencia con el entorno social de la organización**

### **30.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?**

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

#### **30.1. Información adicional**

A través del factor visual, destinando un espacio para todo este tipo de actividades de acción social y mediante nuestro sistema interno de comunicación "CARTV Informa", damos a conocer a todos los empleados este tipo de iniciativas y sus posibilidades.

Mediante nuestras herramientas de comunicación y el canal ARAGÓN SOSTENIBLE, en los casos en los que las iniciativas son abiertas al exterior, comunicamos a nuestras respectivas audiencias todos los detalles: explicamos el fin perseguido, el procedimiento de recogida (si es el caso) y damos a conocer los resultados de la acción.

Los mismos también son publicados en nuestra memoria de actividad anual.

## **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

### **31.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?**

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

#### **31.1. Información adicional**

Como medios de comunicación, y a través de nuestra continua adaptación a las novedades tecnológicas, tenemos todas las herramientas necesarias para poder dar a conocer a nuestros distintos grupos de interés todas las iniciativas realizadas en materia de acción social. Se establece una labor planificada de comunicación previa, recordatoria y de evaluación según los mecanismos de comunicación que mantenemos con nuestros distintos grupos de interés. Entre las herramientas de comunicación con las que contamos:

- Programas de nuestros respectivos medios
- Redes Sociales
- Notas de prensa
- ComuniCARTV (herramienta de marketing directo)
- Memoria anual de actividad y sostenibilidad
- Informes
- CARTV Informa (herramienta de comunicación interna)
- Portal del Empleado (herramienta de comunicación interna)

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

#### **32.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?**

Se evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

##### **32.1. Información adicional**

Dado que, por la naturaleza de nuestra entidad, apenas generamos residuos contaminantes, podemos considerar que nuestra contribución al Compromiso con el Medio Ambiente se lleva a cabo, principalmente, mediante la difusión que realizamos a través de nuestros medios de mensajes, iniciativas, consejos.... que contribuyen a concienciar e implicar a las personas en la protección de nuestro Planeta.

Se han hecho mediciones y revisiones con la Universidad de Zaragoza para asegurar que tanto Aragón Radio como Aragón TV no emiten ningún tipo de onda que sea perjudicial para la salud.

Se ha hecho una revisión de la calidad ambiental interior que resultó conforme.

Hemos obtenido el certificado de calidad con la clasificación de la eficiencia energética de los edificios.

También hubo una preocupación por el cumplimiento de los niveles de ruido y vibraciones que recibían los trabajadores por nuestra proximidad al tranvía, llegando a valorar la

posibilidad de hacer un estudio de mediciones acústicas y vibración que, finalmente, no fue necesario ya que recibimos los datos favorables del informe realizado por el Ayuntamiento de Zaragoza.

Se realiza recogida selectiva de residuos: papel, envases ligeros, vidrio, restos, pilas, cápsulas de café, fluorescentes, tóner...

Se lleva a cabo desde 2020 el cálculo de Huella de Carbono para posteriormente elaborar un plan de reducción y neutralización.

## **Compromiso frente al cambio climático**

### **33.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?**

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

## **Economía circular**

### **34.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?**

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

#### **34.1. Información adicional**

Hemos firmado la adhesión a la estrategia de economía circular del Gobierno de Aragón.

Entendemos la economía no como un modelo lineal si no circular, confluencia de la economía, el medio ambiente y la sociedad, transversal entre todos los agentes sociales, con independencia del tipo de organización, tamaño o sector.

Para CARTV la Economía circular es aquella en la que el valor de los productos, los materiales y los recursos se mantienen en la economía durante el mayor tiempo posible, y en la que se reduce al mínimo la generación de residuos, lo que constituye una contribución esencial a los esfuerzos de la UE encaminados a lograr una economía sostenible, descarbonizada, eficiente en el uso de los recursos y competitiva, en la línea de la Estrategia Española de Economía Circular 2030

Consciente de la necesidad de llevar a cabo un uso racional de los recursos, la CARTV viene aplicando medidas para reducir el consumo de materiales de oficina como el papel y el tóner.

Así mismo, impulsa la reutilización y el reciclado.

Pese a que la economía circular es un indicador no material debido a la actividad de CARTV, se han implementado medidas de prevención, reciclaje, reutilización, así como otras formas de recuperación y eliminación de desechos.

Esos sí, no obedece desglosar las categorías de residuo, peligroso y no peligroso, por tipología.

Por ejemplo: residuos no peligrosos (orgánico, plásticos, papel-cartón, vidrio, etcétera) ni los distintos métodos de tratamiento, recuperación.

- Papel. El total de papel blanco A4 (PAPEL FOTOCOPIADORA FOLDER A-4 80 GR 500 HOJAS ) consumido fue de 723 paquetes de 500 unidades, que suponen 1.807,5 kilos de papel. El papel dispone de la Etiqueta ecológica ECF que está validada por la SGS.
- Tóner. El consumo de tóner fue de 45 cartuchos cuya retirada fue gestionada por la propia empresa suministradora de acuerdo con los criterios de respeto al medioambiente.

Reciclaje en 2023.

Las instalaciones de la CARTV cuentan con contenedores para la recogida separada de los siguientes tipos de residuos: papel y cartón, envases, orgánicos, pilas, vidrio, cápsulas de café...

El mayor impacto es el relacionado con el papel ya que las particularidades del trabajo de los medios de comunicación todavía requiere el uso de impresiones en soporte físico de diferentes elementos de uso diario como las escaletas y las copias de los guiones de los presentadores.

Además, junto a los embalajes de cartón de diferentes bienes adquiridos por la CARTV, cada semana se reciben en las instalaciones de la CARTV 87 ejemplares de periódicos, lo que supone un consumo de 6.650 kg de papel.

En los últimos años se han ido reduciendo las suscripciones de periódicos en papel sustituyéndolas por formatos digitales.

Los residuos reciclables son retirados por gestores autorizados.

## Comunicación ambiental

### **35.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?**

Se comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

#### **35.1. Información adicional.**

Con tal de potenciar la comunicación destinada a reducir el impacto ambiental y difundir en nuestros medios todo tipo de mensajes que puedan contribuir a proteger nuestro planeta, tenemos planteado desarrollar un plan de comunicación mediante el cual hagamos llegar los mensajes necesarios a cada uno de nuestros grupos de interés. Además, hemos creado la plataforma ARAGÓN SOSTENIBLE a través de la cual vamos dando cuenta de todas las acciones o campañas que se llevan a cabo en esta y otras materias.

Hasta el momento, a nivel interno, se han puesto en marcha acciones específicas de comunicación dirigidas a los grupos de interés implicados para:

- Indicarles los grados de temperatura a los que deberían estar las salas (para no hacer uso inadecuado de bombas de frío y calor).
- Recordarles la importancia de apagar los equipos cuando no estén en uso tanto para su conservación como para reducir el consumo energético.
- Concienciarles de la necesidad de reducir el consumo de energía, papel y agua...
- Concienciar respecto a la recogida selectiva de residuos.

Estas acciones se han llevado a cabo a través de algunos de nuestros canales de comunicación interna:

- CARTV Informa (mailing).

- Portal del empleado.

- Acciones internas.

- Reportajes para uso externo así como para su envío en comunicaciones internas.

También, de forma ocasional y aprovechando la afluencia de trabajadores, proveedores, público y visitantes a nuestras instalaciones, el Centro de Producción Principal de la CARTV ha acogido, en un par de ocasiones, exposiciones de carácter medioambiental:

- "100.000 compromisos de Ahorro de Agua" (enero 2010).

- "Rojo, amarillo y verde", exposición sobre movilidad sostenible (febrero 2011).

Participación en diversas convocatorias ambientales internacionales de apagado de luces como "La hora del planeta" sumándonos a las mismas apagando todas nuestras luces exteriores.

Acciones de comunicación a través de redes sociales y de la plataforma Aragón Sostenible.

Acciones de recogida de basuraleza difundidas en nuestros medios, RRSS y a través de la plataforma Aragón Sostenible.

Concentración de trabajadores con motivo de la movilización mundial por el clima con la correspondiente difusión en nuestros medios, Aragón Sostenible y redes.

Próxima campaña de concienciación para el cuidado de nuestra naturaleza.

Todas las acciones recogidas con periodicidad anual en nuestras memorias de sostenibilidad.

CAMPAÑA

MÚEVETE

POR

EL

CLIMA:

<https://www.cartv.es/especiales/muevete-por-el-clima>

## VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

### Priorización de temas

**36.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)**

- 1 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 2 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 3 - Capacitar a las personas de la empresa
- 4 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 5 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 6 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 7 - Disponer de presupuesto
- 8 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 10 - Ofrecer productos y servicios de calidad

### Valoración Global

**37.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?**

8

### Puntos fuertes y áreas de Mejora



### **38.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Tenemos la orquesta con todos los instrumentos necesarios para convertir nuestro proyecto en un referente para la responsabilidad social y la sostenibilidad de nuestro planeta en Aragón: profesionales comprometidos, el mejor altavoz a través de nuestros medios de comunicación y los diversos contenidos que podemos abordar a través de nuestra programación y espacio publicitario. Todo ello atendiendo las distintas preocupaciones que nos han mostrado nuestros grupos de interés. Como marco para organizar toda esta información, la creación del proyecto y plataforma ARAGÓN SOSTENIBLE.

### **39.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

Conseguir más alianzas para lograr que todas las iniciativas que, a petición de nuestros grupos de interés, llevamos idea de desarrollar en materia de sostenibilidad logren un mayor alcance entre la población aragonesa.

## **Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

### **¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?**

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

### **En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?**

Sí

### **Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?**

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.