

MEDIASETespaña.

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

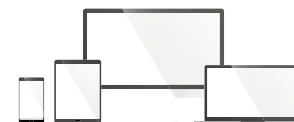
2024

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2024



1	PRESENTACIÓN		5	MODELO DE GOBIERNO		9	TRANSPARENCIA FISCAL	
	1.1 Carta de la presidente	4		5.1 Órganos de gobierno	63		9.1 Transparencia fiscal	106
	1.2 Premios recibidos en 2024	5		5.2 Gestión integrada de riesgos	64			
	1.3 Estructura de la propiedad	8		5.3 Gobernanza ética	73			
2	UN MODELO CON PROPOSITO			5.4 Protección de datos	74	10	INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
	2.1 ¿Qué hacemos y cómo lo hacemos?	11		5.5 Ciberseguridad	77		10.1 Plantilla	110
	2.2 Una estrategia sólida	12		5.6 Derechos Humanos	80		10.2 Otros temas de gestión del equipo humano	116
	2.3 Mediaset en el mundo	13	6	VALOR DEL EQUIPO HUMANO			10.3 Diálogo	117
	2.4 Gestión del negocio audiovisual	14		6.1 Plantilla	83	11	ACERCA DE ESTE INFORME	
	2.5 Gestión del negocio publicitario	16		6.2 Gestión del talento	84		11.1 Alcance del Informe	119
	2.6 Gestión de los informativos	18		6.3 Igualdad	86		11.2 Estándares	120
	2.7 Gestión de los contenidos digitales	20		6.4 Beneficios sociales y remuneraciones	87		11.3 Proceso de elaboración	120
	2.8 Gestión de las productoras participadas	22		6.5 Gestión de las relaciones sociales	88		11.4 Análisis de Doble Materialidad	120
	2.9 Relación con los Grupos de Interés	23	7	VALOR DEL MEDIO AMBIENTE		12	ANEXOS	
	2.10 Relación con Instituciones	24		7.1 Gestión ambiental	93		Anexo I- Índice de contenidos GRI	124
3	CREACIÓN DE VALOR PARA LA SOCIEDAD			7.2 Gestión energética	94			
	3.1 Accesibilidad de los contenidos	27		7.3 Huella de carbono y cambio climático	95			
	3.2 Contenidos sociales	28		7.4 Consumo de recursos y economía circular	97			
	3.3 Cesión de espacios	39		7.5 Sostenibilidad de las Producciones	100			
	3.4 Comunicación social	40	8	CADENA DE VALOR				
4	DESARROLLO SOSTENIBLE			8.1 Gestión de la cadena de suministro	103			
	4.1 Alianzas para la sostenibilidad	48		8.2 Salud y seguridad de la audiencia	104			
	4.2 Cumplimiento con el Pacto Mundial y compromiso con los ODS	49						
	4.3 Los ODS y nuestra programación	59						

Este informe está disponible en versión online, para smartphones y tabletas (pdf interactivo navegable y descargable)



Más información



Acceda a información complementaria que puede ser de su interés



PRESENTACIÓN

MEDIASETespaña.



CARTA DE LA PRESIDENTE



Cristina Garmendia

Estimados Sres.:

El año 2024 ha marcado una línea de continuidad con el ejercicio precedente. En el plano geopolítico, a las guerras de Ucrania y Oriente Medio se vino a unir la incertidumbre sobre las políticas de la nueva Administración en Estados Unidos. Con todo, la economía mundial ha crecido a un buen ritmo y la inflación ha ido también moderándose a nivel global. Sin embargo, la economía de la Unión Europea sigue mostrando signos de debilidad, creciendo en torno a un 0,7% en el año, algo por debajo de lo estimado.

La economía española, desmarcándose de la tendencia europea, ha tenido un buen comportamiento en términos relativos y absolutos, creciendo un 3,1 %, cuatro décimas más que el año anterior, gracias a la evolución de la tasa empleo y del consumo interno, y ello a pesar de los devastadores efectos de la DANA, que se ha ensañado especialmente con ciertas zonas del levante de nuestro país, con las que nos solidarizamos totalmente. Por su parte, la inflación ha ido moderándose, en línea con la tendencia internacional, hasta quedar en 2,9% de media anual, esperándose que siga reduciéndose moderadamente de forma paulatina.

En este contexto, la inversión publicitaria en la totalidad de los medios de comunicación alcanzó la cantidad de 6.186,8 millones de euros en 2024, un 4,2% por encima de la del año pasado, con todos los medios aumentando su facturación, salvo Diarios y Dominicales, que descienden un 3,7% con respecto a 2023.

El medio Televisión (que engloba la “televisión conectada”, así como las websites vinculadas a medios televisivos) que absorbe un 30% de la inversión total en el conjunto de medios, crece un 2,1% sobre 2023 hasta alcanzar 1.857,1 millones de euros.

Mediaset España ha conseguido cerrar el año 2024 con una facturación publicitaria de 748.045 miles de euros (incluyendo medios propios y ajenos), con una pequeña diferencia negativa sobre el año precedente (-0'5%), permitiéndole mantener su privilegiada situación en el contexto audiovisual.

En otro orden de cosas, el año 2023 marcó el cambio de rumbo en Telecinco hacia un nuevo modelo de programación televisiva distinto del que, hasta aquel momento, nos había dado grandes éxitos; siendo conscientes de que la televisión, como todo en general, está sometida a ciclos y que, por tanto, los resultados no son inmediatos. Estamos convencidos de que caminamos por la senda acertada, como ya permiten avistarlo los últimos datos obtenidos.

La oferta televisiva de Mediaset España (conjunto de canales de TDT) culmina 2024 sumando 33 meses consecutivos de liderazgo en “target comercial”, con una audiencia media del 27,2%, acreditando una vez más su afinidad con los perfiles de televidentes más atractivos desde un punto de vista publicitario.

El año 2024 ha sido un año complicado para la taquilla en los cines, que no acaban de recuperar su ritmo pre-pandemia. No obstante, las películas producidas por Telecinco Cinema han logrado hacerse un hueco importante en los rankings de recaudación del cine español, situando a dos de sus títulos entre las 10 películas de mayor recaudación de 2024: “Odio el Verano” la comedia dirigida por Fer García Ruiz, que ocupa la 4ª posición con más de 820.000 espectadores y 5.210.000 € recaudados; y “Menudas Piezas”, dirigida por Nacho García Velilla, en 8ª posición con 388.000 espectadores y 2.540.000 € de recaudación. Además, a finales de 2024, se estrenó la comedia “Al Otro Barrio”, dirigida por la debutante Mar Olid, película que fue presentada en la 21ª edición del Festival de Sevilla.



Nuestros esfuerzos en el área digital se han visto una vez más recompensados durante 2024, con una subida del consumo de vídeo como señal del éxito de nuestros contenidos, no sólo en nuestros propios medios (+23% en el caso de Mitele, nuestra OTT), sino en otros medios digitales, incluidas las RRSS (+7%). En definitiva, nuestros contenidos obtienen se ven más y en más soportes por todos los públicos.

Una vez más, nuestro modelo de gestión ha sido capaz de lograr unos resultados económicos dignos de mención pues, atendiendo a los resultados consolidados, los ingresos de explotación han ascendido a 827,3 millones de euros, tan un solo un 0,7% por debajo de los obtenidos en 2023.

Por su parte, los gastos de explotación, que han ascendido a 680.986 miles de euros en 2024, suponen un levisimo incremento sobre los de 2023 (+3,99%), a pesar de la presión inflacionista y de mantener una parrilla de programación competitiva.

Ello ha permitido obtener un resultado consolidado neto por importe de 112.248 miles de euros, que sigue siendo un excelente resultado si se considera el contexto general y particular en el que se desenvuelto nuestra actividad durante 2024.

Seguimos manteniendo y nutriendo un sólido sistema de gobierno corporativo y una estructura transversal de gestión de la sostenibilidad. Nuestro Informe de Sostenibilidad da buena prueba de ello, recogiendo de forma integrada la información económico-financiera, ética, social y ambiental.

Dentro de las acciones de sostenibilidad realizadas en el 2024 por el Grupo Mediaset España destaca la puesta en marcha del proyecto de cálculo de la huella de carbono de sus Servicios Informativos. El proceso de cálculo se ha realizado conforme al rigor que otorga la norma ISO, utilizando una tecnología que discrimina de manera automática la contaminación generada. Cabe destacar que tanto el cálculo de la huella como el proceso de recogida de la información ha sido verificado por un auditor externo.

El cálculo de la huella de carbono de los Servicios Informativos permite, por un lado, estimar sus emisiones de gases de efecto invernadero y por otro, poner en marcha planes de detección de áreas de mejora, vinculadas a la eficiencia y eficacia de los procesos. Se trata de un proyecto innovador en el sector audiovisual que supone un avance en el compromiso que Mediaset España mantiene con las prácticas sostenibles en todas las áreas de gestión de su actividad.

Desde un punto de vista organizativo, durante 2024 hemos dado grandes pasos en la integración de ciertas actividades operativas con nuestro accionista único MFE, dando así respuesta a las expectativas de sinergias que centraron la operación de reestructuración societaria culminada en 2023: homogeneización de actividades, racionalización de procesos, obtención de economías de escala frente a proveedores, etc. Este proceso de integración ha tenido especial significación en las áreas de Recursos Humanos, Finanzas y Compras y Aprovisionamientos.

Así, por ejemplo, se ha completado la integración operativa del área de Compras de Mediaset en la estructura de MFE, asegurando de esta forma la obtención de las mejores condiciones de calidad y precio; se ha finalizado el sistema de “cash pooling” de segundo nivel en todas las sociedades dependientes de Mediaset España, asegurando un flujo de fondos vertical intragrupo hasta llegar a MFE, de manera que se optimiza la remuneración de las inversiones de tesorería del Grupo en las condiciones más competitivas de mercado, etc.

Nuestra División de Recursos Humanos ha afrontado en 2024 el desafío de un mercado laboral en constante transformación, al que ha debido adaptarse sin perder de vista la gestión del talento interno y el desarrollo de una cultura corporativa sólida pero versátil.

Además, hemos ampliado nuestra propuesta de valor al empleado, definiendo una estrategia de bienestar integral, la cual cubre aspectos emocionales y de salud física, tanto preventivas como reactivas.

Todo ello sin olvidar que nuestro Grupo sigue contribuyendo activamente a la formación de profesionales en el Sector Audiovisual, habiendo firmado acuerdos con la mayoría de los centros de enseñanza, con los que colaboramos estrechamente habilitando programas de formación y becas.

También reforzado nuestra posición desde un punto de vista tecnológico, siendo especialmente destacables las soluciones avanzadas implementadas en nuestra cadena de valor. Da buena prueba de ello el premio obtenido por Publiespaña en los “HbbTV Awards 2024”, por su solución Contextu-Ads: un sistema pionero que emplea inteligencia artificial para ofrecer publicidad contextual en tiempo real a través de la televisión conectada, desarrollada en colaboración con Amazon Web Services.

Nuestras principales iniciativas de negocio en 2024 han dado lugar a la toma de una participación en iVOOX con el fin de entrar en el negocio del “podcast”; a fortalecer nuestro compromiso con la producción audiovisual española a través de nuestra participación en ALEA MEDIA; y a aportar nuestro granito de arena al ecosistema español de iniciativas en innovación, a través de nuestras inversiones en empresas jóvenes como MUNDIMOTO y TAXDOWN.

Quisiera terminar resaltando el elevado grado de compromiso demostrado, de nuevo, por todo el personal de nuestro Grupo, que sigue demostrando año a año el mismo nivel de entusiasmo y dedicación, en el convencimiento, común, de ser capaces de afrontar con éxito cualquier tipo de reto, sea cual sea su procedencia, en un entorno siempre más complejo en términos competitivos, económicos y políticos, a nivel nacional e internacional.

Cristina Garmendia

Presidente de Mediaset España



PREMIOS RECIBIDOS EN 2024

- **Premio Ondas 2024 al Mejor Presentador o Presentadora (ex aequo) a Isabel Jiménez y Marta Reyero** por su trabajo al frente de las cámaras que recuerda la importancia de la televisión para la información.
- **Premios Antena de Oro 2024**
 - A **Carlos Franganillo** (Telecinco) por su trabajo en la dirección y presentación del informativo de las 21:00 horas, liderando el cambio en Informativos Telecinco tras suceder a Pedro Piqueras
 - A **'Código 10'** (Cuarto) por su enfoque en la crónica de sucesos, destacando por sus exclusivas y el impacto en casos judiciales.
- **Premio de Periodismo "Francisco Cerecedo"** de la Asociación de Periodistas Europeos a **Carlos Franganillo** por su trayectoria como referencia del periodismo televisivo en España
- **Premios Los Mejores de PR 2024**
 - A **TardeAR** como **Mejor programa de las tardes en televisión**
 - A **Carlos Franganillo** como **Mejor director con menos de un año en el puesto**
- **Premios Talento 2024**
 - A **Laura Caballero** y **Alberto Caballero**, creadores y guionista
 - A **Arantxa Écija**, directora de Ficción de Mediaset España
- **Premios PRODU 2024**
 - A **Jose Coronado** por **'Entrevías'**, Premio **Mejor Actor de Serie Dramática**
- **Premio OUFF Televisión del Ourense Film Festival a Telecinco Cinema**
- **Premios Festival Internacional de Cine de Almería (FICAL) 2024**
 - A **'Entrevías'**, Premio Especial de Series
 - A **'Entrevías'**, Premio a la Mejor Serie Dramática
- **Premio Joan Ramón Mainat 2024 del FestVa a Carlos Franganillo** por su acreditada y versátil trayectoria profesional ligada a la información en televisión
- **Premio Constantino Romero del FestVal 2024 a Carlos Latre** en reconocimiento a su trayectoria
- **Premios FesTVal 2024**
 - A **Cuarto Milenio'** por cumplir 20 temporadas afrontando cada etapa con éxito, evolucionando, pero sin perder un ápice de su esencia y aportando valores que continúan dignificando el entretenimiento
 - A **'Supervivientes'** por mantener vivo el espíritu de un formato ambicioso y complejo que apuesta por el directo, a pesar del reto técnico que supone desarrollar de forma simultánea una producción en dos países separados por más de 8.000 kilómetros

● Premios Cygnus 2024

- A **Joaquín Prat**, **Reconocimiento especial por su labor de comunicación y divulgación en televisión**
- A **'Mari(dos)'**, **Premio a la mejor película en ecosostenibilidad**
- A **Juanjo Artero**, **Premio al Mejor Actor** por **'Mi otro Jon'** ex aequo con **Brian Albacete** por **'La Vida de Brian'**
- **Premio APM al Mejor Periodista de 2023 a Pedro Piqueras** en reconocimiento a la mejor labor periodística durante el pasado año
- **Premio "Jesús Hermida" a la Trayectoria** en la 25ª edición de los Premios Iris a **Pedro Piqueras**
- **Premio al Profesional del Año en los Premios CLABE (Club Abierto de Editores) de Periodismo y Comunicación a Pedro Piqueras** por su destacada trayectoria informativa
- **Reconocimiento de Honor del Consejo Social de la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM) a Pedro Piqueras**
- **Premio Dircom Ramón del Corral a Pedro Piqueras** por el ejercicio, a lo largo de toda su carrera, de un periodismo profesional comprometido con la verdad.





- **Premio de Honor en la Feria de San Isidro 2024 a Pedro Piqueras** en reconocimiento a su afición y una carrera de 51 años
- **Premio a Toda una Vida de los Premios Madridero a Pedro Piqueras**
- **Premios ¡Bravo! de Televisión a Pedro Piqueras** por su extensa carrera en el mundo de los informativos en televisión
- **Premio de Comunicación GoliADs UAO CEU Awards de la Universidad Abat Oliba CEU de Barcelona a Pedro Piqueras** a la mejor trayectoria profesional
- **Premios Forbes a las 100 mujeres más influyentes en España 2024 a Ana Rosa Quintana**
- **Premio Especial del Jurado de los Premios de la Comunicación Dircomfidencial a Ana Rosa Quintana** por su compromiso con la información, su profesionalidad y su capacidad para abordar temas de relevancia
- **Premio de honor de los Premios Fundación Zaballos a Ana Rosa Quintana**
- **Premio Ciudad de Alcalá de las Artes y de las Letras a Ana Rosa Quintana**
- **Galardón Victoria de la Asociación de Mujeres Profesionales y Empresarias de Málaga (Amupema) a Ana Rosa Quintana** por su capacidad de liderazgo, innovación y compromiso con una comunicación rigurosa y cercana
- **Reconocimiento Especial de la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (Ceaje) a Ana Rosa Quintana**
- **Mejor Personaje Televisivo del Año de Hola a Ana Rosa Quintana**
- **Beef Award al Mejor Comunicador a Ana Rosa Quintana**
- **Premios Influencers Awards 2024**
 - A **Carlos Sobera**
 - A **Luis Zahera**

- **Premio de la Asociación de Historiadores de la Televisión en España (ASHISTE) a Paco Moreno**, director de Informativos de Mediaset España, en reconocimiento a su larga trayectoria y su impronta en el mundo de la televisión.
- **Premio 'Solidarios Grupo Social ONCE Andalucía 2024' a Informativos Telecinco** en reconocimiento a la labor solidaria desarrollada en el último año a favor de los colectivos más vulnerables
- **Premio Alegría de Vivir 2024 a Emma García** en la categoría de **Excelencia de Entretenimiento**
- **Premio de Honor Zoom de la Televisión y las Plataformas Digitales a Santi Millán** por su versátil trayectoria como actor, cómico, presentador y productor.
- **Premio al Mejor Uso de HbbTV para Soluciones basadas en Publicidad en los HbbTV Awards 2024 a Mediaset España** en reconocimiento a su "pionera" solución publicitaria Contextu-Ads
- **Publiespaña** ha logrado **Segundo Premio en la categoría de Comercializadora de Medios** en los **Premios Control 2023-2024**
- **Premio Inspirational al Mejor Uso Creativo de la Inteligencia Artificial a 'Supersecretos con Alba Renai'**, el espacio sobre 'Supervivientes' conducido por la influencer virtual entrenada por IA
- **Premios South International Serie Festival**
 - Premio de honor a **María Adán** en reconocimiento a su trayectoria
 - Premio de honor a **Luis Zahera** en reconocimiento a su trayectoria
 - Premio de honor a **Can Yaman** en reconocimiento a su trayectoria





ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD

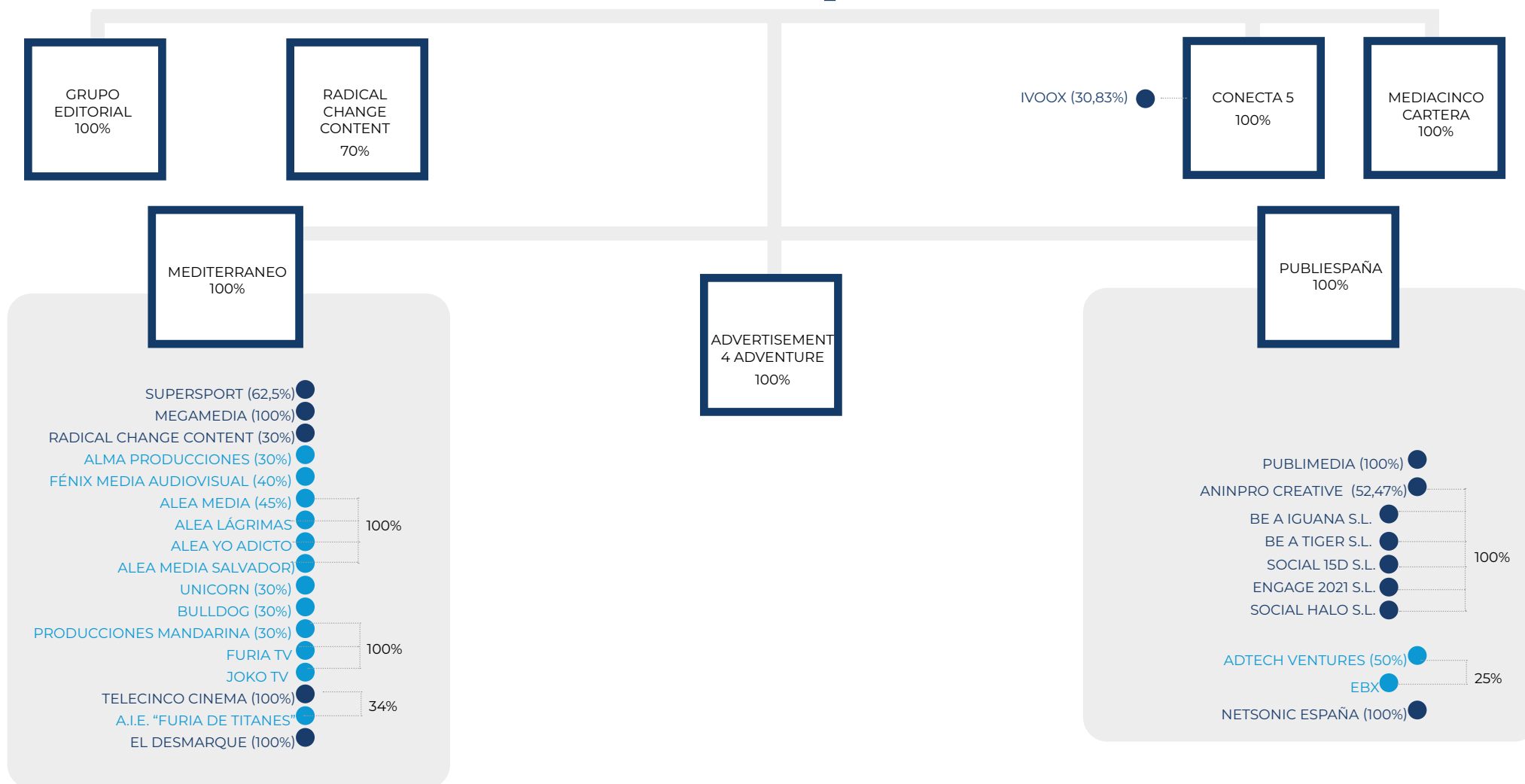
La Sociedad Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U. (en adelante, Mediaset España o la Compañía), constituida en Madrid el 11 de enero de 2017 y con domicilio social en Madrid, la Carretera de Fuencarral a Alcobendas, número 4, 28049, tiene como objeto social la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión y a fecha de cierre de ejercicio explota comercialmente los canales de televisión Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Boing, Divinity, Energy y BeMad, contando con las correspondientes licencias concedidas para prestar el servicio de comunicación audiovisual.



**PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN**

Durante el año 2024, lo cambios en el perímetro de consolidación del Grupo han sido los siguientes:

MEDIASETespaña.



UN MODELO CON PROPÓSITO

MEDIASETespaña.



¿QUÉ HACEMOS Y CÓMO LO HACEMOS?

PROPÓSITO: HACER COMPAÑÍA A LA CIUDADANÍA A TRAVÉS DEL ENTRETENIMIENTO

Principales recursos

- Disponibilidad de **recursos financieros**
- **Medios técnicos, tecnológicos e infraestructuras** punteras
- **Talento creativo**
- **Relaciones comerciales** que aseguran el acceso a una programación puntera
- **Amplio abanico** de medios de difusión
- **Sólidas relaciones comerciales** con los anunciantes
- **Relación constructiva** con organismos reguladores del sector audiovisual
- **Licencias sobre marcas estrella** de la programación
- Uso sostenible de los **recursos naturales**
- Gestión razonable de la **cadena de proveedores**

Qué hacemos y cómo lo hacemos

Cadena de valor

PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS	EMISIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS.	VENTA DE PUBLICIDAD Y DE CONTENIDOS	ANÁLISIS DE AUDIENCIA
● Creadores internos / externos ● Propiedad intelectual ● Licencias y productos derivados ● Trademarks COMPRA DE CONTENIDOS ● Gestión de derechos de emisión	● TDT ● Webs/app ● Plataformas de pago, HbbTV, OTTs y TV internacionales ● Salas de cine y home video ● Agencia de noticias	● Creación interna / externa de piezas publicitarias en TV y en digital (webs, OTT, HbbTV, redes sociales) ● Venta de contenidos	● Analíticas y Metadata
ÁREAS CORPORATIVAS DE SOPORTE			

Modelo de gestión

GESTIÓN DE GOBIERNO CORPORATIVO Consejo de Administración, Comisión Ejecutiva	GESTIÓN DE RIESGOS Unidad de Gestión de Riesgos; Comité de Adquisiciones; Unidad de Cumplimiento y Prevención; Comité de Gestión de la Seguridad, Unidad de Protección de Datos	GESTIÓN DE CONTENIDOS Comité Editorial; Comité de Contenidos; Comité de Ficción; Comité Digital	GESTIÓN DE PUBLICIDAD Comité de Publicidad	GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS Comité de Empresa; Comisión de Igualdad
--	--	---	--	---

Qué nos diferencia

- **Contenidos audiovisuales atractivos** para la audiencia
- **Oferta multicanal y multiplataforma**
- **Transversalidad de los contenidos**
- **Sólida posición financiera**
- **Política comercial de bloques cortos** en prime time, oferta multipantalla y superspot
- **Riqueza de targets** única
- **Capacidad de afrontar cambios** con rapidez

Valor creado

- Entretenimiento valorado por la audiencia (Cuota media de pantalla) 24,9%
- Apoyo a causas sociales €15.628
- Inversión derechos audiovisuales €111.177
- Empleo directo 1.677 personas
- Proveedores €423.622

Los datos económicos están expresados en miles de €.



UNA ESTRATEGIA SÓLIDA

En 2024 Mediaset España ha seguido una estrategia sólida y coherente con los objetivos de la compañía.

1. OFERTAR E INNOVAR PARA LIDERAR EL MERCADO, EN AUDIENCIA Y PUBLICIDAD			
a. Contenido local y original centrado en el entretenimiento	b. Optimización del contenido tradicional y digital	c. Fortaleciendo el contenido a la carta e integrando los modelos de negocio	d. Adecuándose a la evolución tecnológica
Centrándose en contenido original para el mercado nacional, fortaleciendo la producción y la promoción de entretenimiento a través de la creación y desarrollo de marcas.	Integración del contenido de la televisión en abierto con el entorno digital, creando una oferta multicanal que permita abarcar todos los targets comerciales y potenciar la cobertura publicitaria.	Integrando el consumo en directo de la televisión en abierto con la creación de contenido exclusivo para su consumo a la carta en la plataforma Mitele.	Ser pioneros en la utilización de la tecnología y contar con los mejores medios técnicos para que los productos de la Compañía puedan visualizarse en cualquier dispositivo, en cualquier momento y desde cualquier lugar.

2. SOSTENIBILIDAD DEL MODELO		
a. Integración organizacional entre países	b. Optimización de la oferta editorial y la estrategia en la distribución	c. Optimización del modelo organizacional
Integración de equipos entre las diferentes sociedades para fortalecer toda la cadena de valor.	Apostar por los medios de distribución propios tanto convencionales como digitales, a la vez que se establecen alianzas con otros operadores que permitan múltiples formas de monetización de los contenidos.	Favorecer el desarrollo de competencias, enfocándose en las operaciones core para agilizar procesos y maximizar márgenes.

3. CONTEXTO REGULATORIO E INFRAESTRUCTURA	
a. Actividad en el ámbito regulatorio	b. Cumplimiento de la legislación local vigente
Ser referentes en la protección de los derechos de autor, potenciar la reforma del sector audiovisual para que la televisión en abierto y el mercado digital sean entornos con requerimientos normativos homogéneos y liderar la distribución de contenidos a través de la televisión digital terrestre (TDT) e IP/Cable.	En un entorno de continuos cambios regulatorios, tanto sectoriales como sociales y económico-financieros (contables, fiscales y laborales), Mediaset España se adecua de la forma más eficiente a los mismos, priorizando el escrupuloso cumplimiento de la nueva regulación que entre en vigor.

4. SOSTENIBILIDAD ESG
Operar siguiendo los valores de Mediaset respecto a sus grupos de interés: inclusión, pluralismo y comercialización editorial responsable, mediante la consecución de los objetivos, el cumplimiento de las directrices definidas, y poniendo en valor las iniciativas de la Compañía.



MEDIASET EN EL MUNDO



LATA

FORMATO

Lata responde a la venta de los contenidos audiovisuales tal y como se han emitido en España para su difusión.

Formato responde a la venta de derechos de adaptación de la idea original para la creación de una versión local.

REGIONES:

● **LATAM:** Argentina, el Caribe (Anguilla, Antigua y Barbuda, Aruba, Bahamas, Barbados, Bermuda, Islas Vírgenes Británicas, Islas Caimán, Dominica, República Dominicana, Guadalupe, Granada, Haití, Jamaica, Montserrat, Martinica, Antillas Neerlandesas (Curaçao, Saba, St. Eustatius, St. Maarten), Puerto Rico, Islas Vírgenes de los Estados Unidos, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Trinidad y Tobago, Islas Turcas y Caicos), Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela

● **MENA:** Algeria, Bahrain, Comoros, Djibouti, Egipto, Iran, Iraq, Jordán, Kuwait, Lebanon, Libia, Mauritania, Morocco, Oman, Territorios Palestinos, Qatar, Arabia Saudí, Siria, Somalia, Sudán (del Norte y del Sur), Túnez, Emiratos Árabes Unidos y Yemen

● **Países Africanos lusoparlantes:** Mozambique, Angola, Santo Tomé y Príncipe, Cabo Verde, Guinea-Bissau

● **Balcanes:** Bosnia y Herzegovina, Kosovo, Macedonia, Serbia, Montenegro





GESTIÓN DEL NEGOCIO AUDIOVISUAL

El entretenimiento ocupa un lugar estratégico en la programación de la televisión generalista y su formato en directo continúa siendo la opción más valorada por la audiencia española. Mediaset España cumple su propósito de hacer compañía a los ciudadanos a través del entretenimiento, apostando fuertemente por la producción propia de contenidos y con el directo como su formato estrella.

MARCO DE CONTROL

● Comité de Producción: decide y establece las líneas generales de los contenidos semanales de los programas de producción propia y supervisa el estado de las producciones en marcha.	● Comité de Contenidos: aborda las cuestiones relativas a los contenidos de los programas y sus temáticas en los distintos canales del Grupo, así como la programación de los mismos.	● Dirección de Contenidos: define las líneas editoriales y las traslada a su vez a las direcciones de producción. Éstas, por su parte, las hacen llegar a las productoras para que las sigan. Los Productores Ejecutivos de los programas son los responsables del seguimiento de su adecuada implantación.
● División de Antena: Aporta directrices para la optimización de los contenidos a través de las empaginaciones de los cortes de publicidad, desarrolla estrategias de programación y analiza los resultados a través del marketing.	● Calificación por edades de los contenidos, tanto de producción propia como ajena.	● Análisis diarios de la programación y las audiencias, para establecer pautas de programación y adecuar la oferta televisiva a las preferencias de los usuarios.
● Reunión diaria de contenidos, para articular estrategias conjuntas de producción, promoción y supervisión de contenidos.	LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	CÓDIGO AUTORREGULACIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS E INFANCIA
● Consulta a la Dir. de Relaciones Institucionales, en cualquier momento, en caso de duda acerca de la idoneidad de una calificación o la adecuación del contenido a una calificación.	LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL	CÓDIGO ÉTICO
	ESTRATEGIAS DE PROGRAMACIÓN	LÍNEAS EDITORIALES
		CALIFICACIÓN DE CONTENIDOS

CALIFICACIÓN DE LOS CONTENIDOS TELEVISIVOS

- Aplicación del Sistema de calificación por edades de productos audiovisuales- Código de Autorregulación*
- Categorización de todos los contenidos televisivos, excepto programas informativos y retransmisiones (salvo las que lo requieren)
- Análisis de la presencia de algún contenido potencialmente perjudicial, tanto en la producción propia como ajena
- En función de la calificación, se define la franja horaria en la que podrá emitirse
- Análisis y propuesta de recalificación de productos audiovisuales (largometrajes, series), para evitar cualquier desfase de las calificaciones producido por el paso del tiempo.

CONTENIDOS POTENCIALMENTE PERJUDICIALES

- Violencia
- Sexo
- Drogas y sustancias tóxicas
- Miedo o angustia
- Conductas imitables
- Lenguaje
- Discriminación



El entretenimiento ocupa un lugar estratégico en la programación de la televisión generalista y su formato en directo continúa siendo la opción más valorada por la audiencia española. Mediaset España cumple su propósito de hacer compañía a los ciudadanos a través del entretenimiento, apostando fuertemente por la producción propia de contenidos y con el directo como su formato estrella.

SISTEMAS DE CONTROL

PROGRAMAS EN DIRECTO	● Evaluación y monitorización mediante reuniones de seguimiento entre los directivos de la cadena y las productoras de los programas. En dichas reuniones se aborda cualquier aspecto relacionado con el programa, desde los contenidos que se van a emitir o las quejas recibidas, hasta las imágenes y rótulos a utilizar	PROGRAMAS EN DIFERIDO	● Definición de las directrices sobre los contenidos de los programas y su traslado a las productoras	● Visionado de los programas por parte de Mediaset España, para evaluar su adecuación a las directrices, al Código Ético, al respeto de los derechos humanos, de los derechos de los menores, así como del derecho a la intimidad de las personas.	● PROGRAMAS CON MENORES A los controles mencionados se añade la comunicación a la Fiscalía de Menores de manera previa a la emisión y, en caso de que así lo solicite, el envío del programa; control normalmente realizado por las productoras
	● Supervisión por parte de la Producción Ejecutiva, bien con su presencia en plató o control de realización del programa, bien mediante el visionado directo de la emisión del programa, realizando observaciones a la dirección del programa si fuera necesario		● Traslado de las observaciones a las productoras, para que adapten los contenidos a las mismas. Posteriormente, nuevo análisis y control parte de Mediaset España.	● Pasado el control editorial de la producción ejecutiva, los programas son entregados en videoteca	● REVISIONES DE GUIONES Y ESCALETAS VISIONADO DE PROGRAMAS En sus reuniones de trabajo, los Productores Ejecutivos realizan revisiones de guiones y escaletas, así como el visionado de programas o vídeos que vayan a utilizarse, aplicando su criterio. Complementariamente, la División de Antena realiza el visionado de programas para detectar la presencia de contenidos potencialmente conflictivos.



GESTIÓN DEL NEGOCIO PUBLICITARIO

La emisión y gestión responsable de la publicidad, elemento fundamental del negocio, es imprescindible para el sostenimiento del negocio en el corto, medio y largo plazo y por ello, tiene implantados mecanismos de gestión y control específicos dirigidos a garantizar su consecución.

MARCO DE CONTROL

- **Diseño de la política comercial** atendiendo, principalmente, a la capacidad de inventario para emisión, las necesidades de los clientes, la evolución del propio mercado de la publicidad, el marco de actuación legal y las buenas prácticas recomendadas.
- **Revisión y monitorización semanal** de la política comercial, por parte de la Dirección General y las Direcciones que controlan su ejecución.
- **Coordinación semanal por el Comité de Dirección** de todas las iniciativas y posibles sinergias entre el área comercial y el área editorial.
- **Procesos automáticos de control de los horarios** de emisión de la publicidad de algunos sectores dirigidos a la protección de los menores.

ADHESIÓN AL CÓDIGO DE CONDUCTA PUBLICITARIA DE AUTOCONTROL

- **Consulta deontológica a AUTOCONTROL** sobre cualquier duda relacionada con la regulación o autorregulación de la publicidad o con su interpretación.
- **Supervisión y edición de contenidos**, previo a su publicación, para garantizar el respeto de los valores corporativos relacionados con la creación de contenidos.
- **Control posterior a la emisión** de piezas publicitarias realizado por AUTOCONTROL, ante eventuales controversias o reclamaciones presentadas por cualquier consumidor con un interés legítimo, que estime que la misma es contraria al Código de Conducta Publicitaria. La resolución que emita el jurado de la publicidad es de obligado cumplimiento para la compañía.

NORMATIVA Y DISPOSICIONES DEONTOLÓGICAS APLICABLES

EUROPEA		
● Directiva (UE) 2010/13	● Directiva (UE) 2018/1808 Reglamento (UE) 2016/679	
NACIONAL /AUTONÓMICA / LOCAL		
● Ley 34/1988 General de Publicidad	● Ley 13/2022 General de Comunicación Audiovisual	● Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal
● RD 958/2020 Comunicaciones comerciales de las actividades de juego	● Normativa Sectorial Específica Financiera, Medicamentos, Juego, etc.	
DEONTOLÓGICA		
● Código de conducta publicitaria de AUTOCONTROL.	● Publicidad de Alimentos y Bebidas dirigida a Niños. Código PAOS	● Código de Conducta de Influencers en la Publicidad de AUTOCONTROL
➤ Publicidad de las Actividades del Juego.	➤ Transparency & Consent Framework (TCF)	➤ Código de la Publicidad Infantil de Juguetes



Para evitar contenidos que puedan ser considerados prácticas de **publicidad engañosa**, Mediaset España acude a AUTOCONTROL ante toda publicidad especialmente sensible, como por ejemplo la perteneciente al juego y apuestas, complementos alimenticios o juguetes, o que puedan tener connotaciones de tipo sexista, entre otros, para que analice y emita un informe al respecto. A su vez, para evitar la publicación de anuncios de negocios dudosos en las web de Mediaset España (ad fraud), tanto las plataformas tecnológicas donde se gestionan las campañas publicitarias digitales (ad server), como las plataformas de gestión automatizada conectadas al ad server (SSPs) con las que trabaja el Grupo Mediaset cuentan con herramientas de control y bloqueo preventivo de las creatividades que pretenden anunciarse en los sites, bloqueando también el dominio de ese anunciante y la cuenta desde la que intenta acceder al inventario del Grupo. En las campañas digitales que llegan por vía programática, el Grupo cuenta con una “lista negra” de anunciantes que incumplen los lineamientos del Grupo, de aplicación a todas las plataformas del Grupo. Adicionalmente, de forma semanal se lleva a cabo una revisión y bloqueo de creatividades en el “Creative review center” del ad server del Grupo y se recurre a Autocontrol para valorar campañas que pudieran considerarse conflictivas.

Para evitar la **publicidad encubierta**, se establece una colaboración muy estrecha entre el departamento comercial que gestiona la publicidad y el departamento jurídico, quienes velan por que toda la publicidad se identifique debidamente según la normativa vigente y no se incurra en ningún caso bajo tales supuestos.

En el ámbito de la vigilancia por una publicidad veraz y correcta destaca la sensibilidad hacia las comunicaciones que puedan contener estereotipos sexistas. Por ello, ante posibles casos de duda se acude a los mecanismos de copy advice para contar con una opinión técnica objetiva, cuyo dictamen es aplicado a la hora de rechazar una creatividad.

La televisión conectada permite a la televisión lineal incrementar y mejorar su inventario publicitario gracias a las posibilidades de segmentación, desarrollo de data y amplias coberturas, en un entorno seguro y en un soporte de amplias coberturas y de gran notoriedad y calidad de impacto publicitario, como es la televisión lineal. En la televisión conectada converge lo mejor de los dos mundos: de la televisión lineal y del entorno digital.

En 2024 se ha avanzado significativamente en el Data Adtech, integrando una nueva solución de gestión de datos de usuarios (CDP- Customer Data Platform) en todos nuestros entornos (TV Conectada y Digital), logrando mayor flexibilidad en la creación de audiencias, incorporación de datos lineales y señales contextuales. También se ha implementado un identificador de Hogares para trasladar datos digitales a TV Conectada. En Estrategia de Datos, se ha implantado un identificador propio que permite recopilar, activar y medir sin depender de terceros. Además, se establecieron colaboraciones clave como la activación de datos de Agencia o la medición de targets en TV Conectada vía Panel (donde somos el primer editor en el mercado en hacerlo). Por último, en la parte de “Targeting”, se ha armonizado el portafolio con MFE, ampliado la oferta con targets como GenZ, Kidults, Eventos deportivos, Low Ad Viewers Perfumeros y Meteo.

La actividad comercial se desarrolla en continua comunicación con los clientes a los que se ofrece información detallada de sus campañas. Las **condiciones de contratación** se encuentran publicadas en la página web y están disponibles para su consulta en cualquier momento. Cualquier incidencia durante el desarrollo de la campaña se resuelve de común acuerdo entre cliente y el Departamento de Comercial o de Operaciones. Al cierre de la campaña se confirma la correcta ejecución de la misma.

En Mediaset promovemos prácticas responsables en publicidad comportamental (“Online Behavioural Advertising”) mediante “banners” de consentimiento que cumplen con el RGPD, ofreciendo opciones claras para aceptar o rechazar cookies. Utilizamos plataformas CMP como Sibbo y Didomi, compatibles con TCF v2.2, para permitir a los usuarios gestionar sus preferencias de forma detallada. Aplicamos estrictamente la normativa vigente y recomendaciones de organismos como la AEPD y el CEDP además de directivas internas de autorregulación. Entre estas medidas, se incluye evitar la segmentación publicitaria dirigida a menores de 16 años y el uso de datos sensibles, garantizando una publicidad ética y transparente. Por último, en 2024 se ha trabajado en la adaptación a la nueva versión de la Guía de Cookies de la AEPD. Esta guía establece los criterios legales y técnicos que garantizan el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI).

CONSULTAS 2024 (COPY ADVICE)

776

644 NO SE APRECIAN INCONVENIENTES
AL CONTENIDO DEL ANUNCIO

132 SE RECOMIENDA INTRODUCIR
MODIFICACIONES EN EL ANUNCIO

0 SE DESACONSEJA LA DIFUSIÓN DEL
ANUNCIO

31 CONSULTAS DEONTOLÓGICAS- RESOLUCIÓN DE DUDAS U OTRAS CUESTIONES
GENERALES DE ÍNDOLE PUBLICITARIA.



GESTIÓN DE LOS INFORMATIVOS

Los informativos de Mediaset España ofrecen al espectador los datos y la información necesaria para que valore los hechos de forma crítica y saque libremente sus propias conclusiones. No expresan opiniones, sino que llevan a cabo la actividad periodística aplicando los principios de **veracidad, objetividad, rigor e independencia** en la información que transmiten, y desarrollando su labor bajo la premisa de la **libertad de expresión e información, el secreto profesional y la no discriminación**.

A su vez, se considera que cualquier tema o asunto a tratar en los informativos exige dar voz a los distintos puntos de vista, para que los espectadores tengan la posibilidad de confrontar opiniones plurales y que prevalezca el criterio frente al ruido que pueda suscitar una información determinada.

MARCO DE CONTROL

Reuniones de redacción diarias para repasar los contenidos a emitir y los emitidos, analizando su adecuación al planteamiento editorial previamente definido.	Comité editorial semanal con los máximos responsables de la compañía para repasar los hitos informativos.	Citación de las fuentes cuando son públicas y consienten en ser citadas; confidencialidad de las fuentes cuando así lo solicitan.
Contacto permanente entre periodistas, jefes de áreas, editores y la Dirección, para actualizar la información.	Control de la propiedad intelectual de los contenidos, como filtro previo y posterior a su emisión.	El interés público y la relevancia informativa guían las decisiones de información, garantizando el ejercicio de la libertad de expresión.
Rectificación (réplica), emitida en la misma medida que se emitió la información a la que haga referencia.	LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	CÓDIGO AUTORREGULACIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS E INFANCIA
	CÓDIGO ÉTICO	CÓDIGO DEONTOLÓGICO

En los informativos de Mediaset España se respeta, por encima de todo, la dignidad de las personas que aparecen en ellos, preservando el derecho a la intimidad. La vida privada o las conversaciones no públicas no se difunden salvo que sean de evidente interés público y relevantes para el relato periodístico. De igual modo, no se incluyen testimonios que resulten vejatorios, segregativos, degradantes, que inciten a la violencia o vayan contra las leyes vigentes. En los informativos de Mediaset España se ofrece información y datos contrastados para que sean los espectadores quienes lleguen a una conclusión propia tras escuchar una noticia. El distintivo sigue siendo la neutralidad y veracidad de las noticias difundidas, además de la credibilidad que ofrecen sus presentadores y periodistas.

CÓDIGO DEONTOLÓGICO

- Servicio de interés público
- Verificación de los hechos y fuentes
- Imparcialidad
- Valores e independencia
- Intimidad e interés público
- Menores
- Presunción de inocencia
- Lenguaje visual
- Política de cambios y correcciones





RIGOR INFORMATIVO E INDEPENDENCIA EDITORIAL

Para cumplir la premisa de difundir **información imparcial y creíble** y ante la inmediatez de la información y la creciente preocupación ciudadana sobre su veracidad, dado el gran volumen de noticias falsas que circulan y el interés por generar desinformación en la ciudadanía, la redacción de informativos de Mediaset España realiza una escrupulosa comprobación de la fuente y su contraste con segundas fuentes, siempre que no se esté presente en el lugar de los hechos y por tanto, la información no se obtenga de primera mano.

A su vez, aplica mecanismos internos de gestión para **preservar la generación de contenidos de cualquier interferencia de los poderes políticos**, accionarial, técnica o de otra índole, garantizando la independencia editorial reconocida y valorada por su audiencia, la gran baza para garantizar la licencia social para operar.



CONFIDENCIALIDAD DE LA FUENTE

Con el fin de garantizar la protección de la privacidad por un lado y el ejercicio del derecho a la información por otro, los informativos del Grupo citan las fuentes cuando son públicas y consienten en ser citadas. Los periodistas tienen la obligación de no revelar sus fuentes informativas cuando éstas exijan confidencialidad.

El derecho a la información y la libertad de expresión prevalece siempre que la noticia sea de interés público y general. No obstante, los informativos del Grupo garantizan la confidencialidad de quienes desean aportar un testimonio de forma anónima, si bien cuando se trata de un delito probado, prevalece siempre el derecho a la información. Por otra parte, nunca se desvela la identidad de las personas que han sufrido situaciones consideradas de riesgo o sensibles, tales como maltrato, acoso o suicidio.

Durante 2024 no se produjo ninguna situación en la que el derecho a la confidencialidad de las fuentes se hubiera visto comprometido.





GESTIÓN DE LOS CONTENIDOS DIGITALES

Mediaset España ofrece sus contenidos audiovisuales en el mayor número de ventanas y dispositivos posibles para que el usuario pueda disfrutarlos cuándo y dónde quiera y ser partícipe de ellos.

Las plataformas digitales del Grupo difunden contenidos creados en exclusiva y también reproducen los contenidos que se emiten en las cadenas del Grupo.

A efectos de evitar la presencia de comentarios generados por los usuarios que puedan causar daño, instigar a la violencia u otro tipo de contenido que pueda ser considerado inapropiado, se ha eliminado la posibilidad de publicar comentarios en las noticias y vídeos de las webs de Mediaset España.

MARCO DE CONTROL

● Comité de Contenidos: aborda cuestiones relativas a los contenidos del Grupo.	● Comité Digital: valora la evolución del entorno digital.	● Calificación por edades de los contenidos, utilizando la “mosca” para indicar la edad recomendada..
● Filtros automatizados por palabras, para evitar la incitación al odio a través de los comentarios volcados en redes sociales.	● Supervisión y edición de contenidos, previo a su publicación, para garantizar el respeto de los valores corporativos relacionados con la creación de contenidos.	CALIFICACIÓN DE CONTENIDOS CÓDIGO ÉTICO PROCEDIMIENTO PARA EL TRATAMIENTO DE LOS DATOS PERSONALES.

Durante 2024 se ha seguido incorporando el subtítulado accesible a Mitele y Mitele PLUS, superando en ambos casos el 40% del catálogo y centrándose en los contenidos con más interés para los usuarios, además de ampliar el subtítulado de las señales en streaming a los siete canales lineales de Mediaset España. Adicionalmente, se ha incorporado la emisión en lenguaje de signos de algunas de las emisiones en directo de los canales lineales y se sigue trabajando en la incorporación de la audiodescripción, así como en la integración de herramientas de generación automática de subtítulos.

UNIVERSO MULTIMEDIA DE MEDIASET ESPAÑA

WEBS

APPS

RRSS

de cada canal, programa o serie

CALIFICACIÓN DE CONTENIDOS POR EDADES

En los contenidos VOD aparece el rating asociado al programa antes de que el usuario acceda al contenido y en los directos de los canales lineales de TV, aparece de forma permanente, al igual que en la TV.

- Sistema de control parental mediante PIN para usuarios registrados
- Cuentas multiperfil, facilitan el bloqueo de contenidos no adecuados para ciertas edades para un perfil determinado dentro de un mismo usuario, utilizando el bloqueo mediante PIN parental.



MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN E INTERACCIÓN CON LOS USUARIOS

- **Atención al cliente:** da respuesta a los suscriptores de Mitele PLUS, a través de atención telefónica, mail, chat o redes sociales.
- **Webs y Apps:** la audiencia toma decisiones en los programas más vistos y puede generar contenidos interviniendo en los concursos o iniciativas que requieren de su participación (enviando respuestas o subiendo contenidos generados por ellos).
- **Redes sociales de cada programa y buzones de contacto:** los usuarios pueden reflejar sus opiniones, quejas, sugerencias o preguntas.
- **Encuestas, triviales o juegos interactivos** (mediante Qualifio y Monterosa): el usuario interactúa con los contenidos de las cadenas.
- **Mitele Club:** espacio para los suscriptores anuales de Mitele PLUS donde pueden comentar en foros, participar en experiencias exclusivas relacionadas con los programas y personajes del Grupo.
- **Encuestas de satisfacción a los suscriptores** de Mitele PLUS ante una baja.
- **Códigos QR:** uso de estos códigos en los programas de TV para que la audiencia participe en las votaciones y encuestas.
- **Herramienta de monitorización en redes sociales,** Brandwatch, para escuchar de la manera más eficaz posible a nuestros usuarios.

Los contenidos publicados en las webs de Mediaset España proceden o bien de los programas que se emiten en TV, con sus filtros previos, o bien son de producción y elaboración propia, procedentes de agencias de noticias o fuentes o testimonios directos de los protagonistas. Cuando la información proviene de redes sociales, se establecen mecanismos para intentar confirmar la veracidad de la información antes de su publicación. Por otra parte, en los perfiles de redes sociales del Grupo se utilizan todas las herramientas automáticas disponibles en las plataformas de redes sociales para moderar los comentarios. Sin interferir en la libertad de expresión propia de cada plataforma, se incluye una lista de palabras clave para que se eliminen los comentarios que las contengan (este tipo de moderación no se puede realizar en X ya que es una red abierta, donde solo los autores o la plataforma pueden eliminar comentarios). Para el chat habilitado en los directos de las webs del Grupo se ha creado un sistema de bloqueo de palabras y usuarios que hagan un uso inadecuado del lenguaje en dicho chat.

A su vez, se eliminan inmediatamente de redes sociales y webs los contenidos que lo solicitan los servicios jurídicos de personas que, aunque en su día firmaran la autorización para que su imagen fuera utilizada, ejercen a posteriori, derecho al olvido.

Los avances de la inteligencia artificial (IA) como generadora de contenido, así como las oportunidades y posibles problemas derivados de la aplicación de estas soluciones son seguidas con mucho interés por el área digital de Mediaset España y las pruebas realizadas por sus redacciones tienen como máxima el que la IA puede agilizar procesos, automatizar tareas y seguramente se consolidará como una herramienta de trabajo más, pero el 100% de los contenidos publicados deben contar y cuentan con la curación editorial de un profesional del Grupo.

NAVEGACIÓN EN ENTORNO SEGURO

- Publicidad segmentada en web
- Política de Seguridad Corporativa para la protección de datos personales.
- Control parental disponible en mitele.es.





GESTIÓN DE LAS PRODUCTORAS PARTICIPADAS

EN SU GESTIÓN, LAS PRODUCTORAS PARTICIPADAS TIENEN EN CUENTA LOS SIGUIENTES ÁMBITOS RELEVANTES:

INDEPENDENCIA EDITORIAL

- Queda garantizada con la plena autonomía y discrecionalidad que ostenta el director del programa para decidir sobre el contenido editorial del mismo.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN

- Constituye un valor fundamental, sin más restricciones que las legalmente establecidas para proteger la intimidad, el honor y la imagen de terceros.

PLURALIDAD Y DIVERSIDAD, NO DISCRIMINACIÓN

- El perfil de los programas es muy diverso, pero en todos ellos se mantiene el respeto por la pluralidad y la diversidad de opiniones.
- En los programas de actualidad, se valora la variedad de las fuentes consultadas y la fidelidad a la realidad de las noticias, en los de entretenimiento o magazines, la diversidad en el panel de invitados y en la ficción, se incluyen a través de la apuesta narrativa de los guiones.

DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

- Garantizado en los contratos de prestación de servicios con los autores, artistas, intérpretes, ejecutantes, presentadores, colaboradores y demás participantes en una producción.

PREVENCIÓN DE DELITOS

- Adhesión al código ético
- Firma de cláusulas relativas a la prevención de delitos
- Modelo de prevención de Riesgos Penales (Bulldog)
- Comité de seguridad/penal (Unicorn, Bulldog)

DERECHO A LA INTIMIDAD Y EL HONOR

- Los colaboradores y/o participantes en los programas se obligan contractualmente a no incurrir en transgresiones de los derechos a la intimidad o al honor de terceros, asumiendo la responsabilidad en caso de vulneración de alguno de estos derechos.

ESTABILIDAD EN EL EMPLEO

- Pese a la temporalidad de la actividad, las productoras procuran contratar a los trabajadores que han colaborado en proyectos anteriores, siempre que los perfiles requeridos así lo permitan.

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

- El personal realiza cursos relacionados con la actividad que desarrolla, tales como planes de emergencia contra incendios, formación en oficinas y en seguridad.
- Protocolo de actuación y seguridad frente al COVID-19.

PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

- Se han implantado los sistemas técnicos y organizativos necesarios para garantizar la seguridad de los datos personales y el cumplimiento de la legislación vigente.

La gestión del negocio por parte de las productoras participadas, en tanto que son generadoras de contenidos audiovisuales, es un elemento relevante en la cadena de valor de Mediaset España y su gestión se enmarca dentro del código ético.

PRODUCTORAS PARTICIPADAS - MARCOS DE GESTIÓN

● Código Ético	100%
● Canal de denuncias	83%
● Modelo de prevención de delitos	83%
● Identificación de riesgos penales	100%



RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Mediaset España cuenta con una amplia gama de colectivos que tienen impacto en las actividades del negocio o se ven afectados por ella. En la identificación de estos grupos participan las principales áreas de negocio, bajo la coordinación de la Dirección General Corporativa. Para comprender y dar respuesta a las expectativas de los principales grupos de interés, Mediaset España establece diversas vías de comunicación y diálogo, prestando especial atención a facilitar las más adecuadas para cada grupo.

PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO

EMPLEADOS ● División de RR.HH ● Intranet corporativa ● Portal del Empleado ● Tablones de anuncios ● Agente de Igualdad ● Comités de Seguridad y Salud ● Comité de Empresa y Delegados Sindicales ● Buzón ético	ARTISTAS Y PROFESIONALES DEL SECTOR ● Dpto. Contratación Artística ● Div. Producciones Especiales	COMPETENCIA Y REGULADOR ● Asociación de Televisiones Comerciales Europeas (ACT) ● Responsible Media Forum Association of television and radio sales houses (egta) ● Asociación de Anunciantes, Agencias y Medios (IAB) ● Asociación española para el fomento de la seguridad de la información (ISMSFORUM) ● Information Systems Audit and Control Association (ISACA) ● Instituto de Auditores Internos (IAI)	ADMINISTRACIÓN ● Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ● D.G. de Telecomunicaciones y Ordenación de los Servicios de Comunicación Audiovisual (Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital) ● Dirección General de Ordenación del Juego (Ministerio de Hacienda) ● Ministerio de Cultura ● Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) ● Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (Ministerio de Cultura) ● Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE)	COMUNIDAD ● Acuerdos de colaboración con centros educativos ● Organizaciones sociales: Dir. General Corporativa corporativo@mediaset.es ● Portal de Empleo: http://www.rrhhempleo.telecinco.es/ ● Ejercicio de los derechos de privacidad privacidad@mediaset.es ● Responsabilidad Corporativa corporativo@mediaset.es ● División de Comunicación mediasetcom@mediaset.es ● Medios de comunicación mediasetcom@mediaset.es
PROVEEDORES ● Dir. Compras y SS. Generales Web de acceso privado para proveedores E-mail: comprasyservicios@mediaset.es	AUDIENCIA, SUSCRITORES Y USUARIOS ● Webs de programas ● Redes sociales ● Blogs, encuentros digitales, foros ● Encuestas de opinión y medición de audiencias ● IC MEDIA ● Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	ACCIONISTAS ● Informes anuales ● Junta General	ANUNCIANTES ● Dir. Comercial General de Publiespaña ● Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) ● Agencias de medios	SINDICATOS ● Tablón de anuncios ● Tablón digital en la Intranet corporativa ● Comité de Empresa ● Redes sociales y blogs propios



RELACIÓN CON INSTITUCIONES

PARTICIPACIÓN EN AGENTES DE REFERENCIA EN EL SECTOR

- Association of Commercial Television in Europe (ACT)
- Asociación para la autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL)
- Association of television and radio sales houses (EGTA)

Mediaset España traslada y asegura, de forma directa o a través de su participación en agentes de referencia del sector, sus intereses legítimos ante las Administraciones Públicas y en especial, ante los poderes legislativos y ejecutivos, a nivel estatal y europeo, enmarcando su actuación en lo establecido en el Código Ético de la compañía y la legislación vigente.

Durante 2024, Mediaset ha continuado realizando un estrecho seguimiento de los procedimientos iniciados por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital para la elaboración de reglamentos de desarrollo de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (la "LGCA"), en aspectos determinantes para la puesta en práctica de aquella y relevantes para el negocio televisivo.



Concretamente, el 1 de mayo se aprobó el Real Decreto 444/2024, de 30 de abril, por el que se regulan los requisitos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, en desarrollo del artículo 94 de la LGCA.

En cuanto a otras cuestiones objeto de desarrollo como las comunicaciones comerciales, la obligación de financiación de obra audiovisual europea o las obligaciones en materia de accesibilidad, existen procedimientos abiertos para la elaboración de Reglamentos que, a día de hoy, aún no han sido aprobados, si bien se espera que los mismos sean una realidad en los próximos meses.

Por otra parte, a partir de la entrada en vigor de la LGCA, se inició el grupo de trabajo para la elaboración de un nuevo Código de Conducta en materia de protección de menores. Concretamente, Mediaset, junto con otros operadores, notificó a la CNMC, con fecha 28 de junio de 2024, una propuesta Código de Corregulación sobre esta materia en atención a lo previsto en los artículos 98.2 y 97 junto con 99.1 de la de la LGCA, el cual está en fase de análisis y pendiente de ser aprobado. Paralelamente, se atienden las reclamaciones o requerimientos de información que desde la CNMC, en su caso, se comunican a Mediaset en relación con la protección de los menores en televisión.

Asimismo, Mediaset ha continuado activa en la representación de sus intereses frente al paquete normativo para la regulación de un mercado único digital de la Comisión Europea, que incluye los Reglamentos de Mercados Digitales, Servicios Digitales, Libertad de Medios de Comunicación, E-Privacy e Inteligencia Artificial.

De particular importancia es el Reglamento de Libertad de los Medios de Comunicación, que Mediaset ha apoyado pues tiene por objeto proteger el pluralismo y la independencia de los medios en la UE. Entre otras medidas, trata de garantizar la asignación transparente y equitativa de los recursos económicos mediante el refuerzo de la transparencia en los sistemas de medición de la audiencia, siendo de especial importancia que los sistemas de medición utilizados por las plataformas en línea estén sujetos a estas obligaciones de transparencia. El citado Reglamento también establece salvaguardias contra la eliminación injustificada de contenidos de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual por parte de las plataformas en línea de muy gran tamaño y obligaciones para asegurar la prominencia de los servicios de medios de comunicación audiovisual de interés general.



En lo que respecta al Reglamento de Mercados Digitales y el Reglamento de Servicios Digitales, Mediaset ha apoyado la tramitación de ambas propuestas legislativas, cuyo objetivo es promover la competencia sana en el mercado digital y actualizar las normas que aplican a los servicios de intermediación digital, con el objetivo final de generar transparencia en el mercado publicitario digital y limitar el poder de las plataformas digitales. A lo largo de 2024, se han llevado a cabo procedimientos para la elaboración de guidelines y otra normativa de desarrollo de ambos Reglamentos (como, por ejemplo, en materia de asistencia a gatekeepers para cumplir con sus obligaciones derivadas del Reglamento de Mercados Digitales), sobre los cuales Mediaset está haciendo el oportuno seguimiento.

La Propuesta de Reglamento sobre el respeto de la vida privada y la protección de los datos personales en el sector de las comunicaciones electrónicas y por el que se deroga la Directiva 2002/58/CE (también conocido como el “Reglamento de ePrivacy”) se encuentra actualmente en tramitación y Mediaset se encuentra preparada para afrontar los retos que una nueva regulación sobre la protección de la privacidad en las comunicaciones electrónicas pudiera conllevar.

En cuanto al Reglamento de Inteligencia Artificial, el mismo resulta de aplicación, entre otros, a proveedores que comercialicen o pongan en servicio sistemas de IA en territorio de la UE. Debido al rápido desarrollo que están experimentando los sistemas de IA, cuya aplicación afecta a todos los sectores económicos, incluido el audiovisual, Mediaset se encuentra realizando los oportunos análisis sobre la posible incidencia que aquél pueda tener en la actividad de la compañía y adoptando, en su caso, las medidas correspondientes.

En lo que respecta a la accesibilidad de los servicios, Mediaset está plenamente comprometida con esta misión, como viene acreditándose en los “Informes sobre el grado de cumplimiento de obligaciones impuestas en materia de accesibilidad en los medios audiovisuales” que publica la CNMC. Asimismo, se han realizado los cambios necesarios para cumplir con las exigencias de la LGCA, en especial en los catálogos de los servicios a petición. Por lo tanto, la accesibilidad de los servicios forma parte de la línea de trabajo de Mediaset.

En cuanto al EU Code of Practice on Disinformation, el impacto de este Código en la operativa de Mediaset es relativo en cuanto a que los servicios informativos están gestionados por profesionales de la información, sometidos al Código deontológico de la profesión. No obstante, dicho impacto puede ser positivo para los intereses del grupo en la medida en que somete a los otros operadores, fundamentalmente los que operan en internet, a unos estándares de rigor y profesionalidad más parejos a los que soporta Mediaset, ayudando a reducir o controlar prácticas de desinformación que sólo perjudican a la ciudadanía y a los medios como el nuestro, que ya abogan por garantizar que la información ofrecida sea de calidad y rigurosa.



**CREACIÓN DE VALOR PARA
LA SOCIEDAD**
MEDIASETespaña.



ACCESIBILIDAD DE LOS CONTENIDOS

El propósito de Mediaset España de hacer compañía a la ciudadanía a través del entretenimiento lleva consigo el compromiso de hacer accesible su programación a personas con discapacidad visual o auditiva, como instrumento de integración social y cultural de estos colectivos.

HORAS DE CONTENIDO
SUBTITULADO EN 2024

47.777

- 6.445
- 6.901
- 6.370
- 6.969
- 6.824
- 7.035
- 7.230

HORAS DE CONTENIDO CON
AUDIODESCRIPCIÓN EN 2024

7.898

- 431
- 3.006
- 551
- 866
- 601
- 925
- 1.515

HORAS DE CONTENIDO EN
LENGUA DE SIGNOS EN 2024

6.447

- 377
- 1.722
- 485
- 864
- 588
- 918
- 1.490

PROGRAMAS EN DIRECTO 2024

SUBTITULADO (HORAS)

6.379

INFORMACIÓN 44,02%
ENTRETENIMIENTO 54,10%
DEPORTES 0,46%
MÚSICA 0,13%

LENGUA DE SIGNOS (HORAS)

368

INFORMACIÓN 5,70%

HORAS DE CONTENIDOS ACCESIBLES EMITIDOS EN 2024

	Animación	Cine	Concursos	Dating	Deportes	Documentales	Docu-reality	Especiales	Eventos deportivos	Galas	Informativos	Magazines	Musicales	Reality-show	Reportajes	Series	Talkshow	Zapping	Total
Subtitulado	5.832:08:09	8.897:19:27	1.945:27:28	435:12:14	13:53:53	12:58:16	1.742:03:31	64:17:13	15:38:47	15:49:49	1.610:45:53	3.890:37:24	947:49:07	499:00:26	785:54:07	19.636:36:19	837:41:19	594:01:38	47.777:15:00
Audiodescripción	834:05:10	1.794:12:19	390:39:25	213:53:15			189:53:38								8:24:14	4.401:45:43	10:37:27	55:03:29	7.898:34:40
Lengua de signos	834:05:10	1.526:58:34	191:29:43	56:15:23			189:53:38				364:36:10	13:04:56			7:32:52	3.197:39:24	10:37:27	55:03:29	6.447:16:46
Total	7.500:18:29	12.218:30:20	2.527:36:36	705:20:52	13:53:53	12:58:16	2.121:50:47	64:17:13	15:38:47	15:49:49	1.975:22:03	3.903:42:20	947:49:07	499:00:26	801:51:13	27.236:01:26	858:56:13	704:08:36	62.123:06:26



CONTENIDOS SOCIALES

Durante 2024 distintos programas del Grupo Mediaset abordaron temas de índole social y ambiental de relevancia para la sociedad española. Por su parte, las plataformas digitales de Mediaset también han servido de altavoz para la difusión de estos asuntos de importancia.

MEDIO AMBIENTE

● En Boca de Todos

Algunos de los asuntos analizados durante el año incluyeron:

- Problemas de sequía en Cataluña y Andalucía
- El acuerdo de la Comunidad Valenciana para llevar agua a los pantanos de Cataluña
- Aumento del nivel del mar y la amenaza de inundación de las cosas españolas
- Aumento de las turbulencias en los aviones por cambio climático
- Posible glaciación en 2030 por el colapso oceánico en Europa
- Vertido de fuel en las playas de Valencia

● Vamos a Ver

- Inundaciones en Albacete y Murcia. Se trató con expertos las consecuencias de las inundaciones y el cambio climático.
- Plagas de mosquitos en Andalucía y Extremadura. Se abordaron las nuevas plagas provocadas por el cambio climático, la entrada de especies invasoras en el ecosistema y los problemas que generan, así como posibles soluciones a tener en cuenta.
- Incendios en Castellón. Se cubrieron en directo incendios forestales y las consecuencias de la sequía.
- Dana de Valencia. Se realizó una amplia cobertura de la Dana, día a día, con expertos, afectados y autoridades: señalando el origen de la tragedia, las consecuencias, la necesidad de prevenir los desastres naturales y contribuir a un mayor equilibrio en nuestro ecosistema,

incidiendo en que es una responsabilidad de las autoridades pero también de cada uno de nosotros.

● Demos: El Gran Sondeo

Llevamos a cabo un debate en plató sobre la DANA, y sobre su impacto/consecuencias en el entorno.

● La Mirada Crítica

- Amplia cobertura de la Dana, con programas realizados in situ, incluyendo reportajes a pie de calle, testimonios personales, análisis de expertos y debates sobre las claves de la tragedia y la manera de evitarlas en un futuro.
- Cobertura de otras tragedias climáticas (incendios, huracanes, desbordamientos) en España y otras partes del mundo, concienciando de lo que supone el cambio climático y la necesidad de preservar el medio ambiente.





● Todo es Mentira

El programa tiene como uno de sus ejes la defensa del medio ambiente y trabaja activamente por desmontar los bulos de quienes niegan el cambio climático. Uno de nuestros invitados recurrentes es Fernando Valladares, científico del CSIC, que lidera iniciativas para llamar la atención sobre el problema climático.

● Planeta Calleja

Durante el programa de la Patagonia se realizó un viaje en barco a través de Tierra de Fuego e Isla Hornos en Chile, tratando temas relacionados con el deshielo de los glaciares y sus consecuencias.

● Reacción en Cadena

El presentador Ion Aramendi hace referencia a la importancia de cuidar el planeta, respetar el medioambiente y reciclar, cuando en alguno de los juegos las asociaciones de palabras hacen referencia a este aspecto.



● Informativos Telecinco, plataforma digital

Contenido publicado:

- La preocupación de los jóvenes sobre el medio ambiente: poco cambio de hábito https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20240926/preocupacion-jovenes-medio-ambiente-poco-cambio-habito_18_013561817.html
- Las emisiones mundiales de gases invernadero vuelven a batir récord: "Esto debería hacer sonar las alarmas" https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20241028/emisiones-mundiales-gases-invernadero-nuevo-record_18_013839972.html
- La UE acuerda reducir en un 15 % los residuos de envases en 2040: muestras de hoteles, sobres de azúcar o salsas https://www.telecinco.es/noticias/economia/20240307/ue-acuerda-reducir-residuos-plasticos-muestras-envases-monodosis_18_011910234.html
- En el Día Internacional los Humedales los ecologistas denuncian el deterioro que sufren en España https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20240202/dia-internacional-humedales-ecologistas-espana-denuncian-deterioro_18_011606093.html
- Día Mundial del Agua: su uso y las acciones para combatir su escasez, una asignatura pendiente en España https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20240322/dia-mundial-agua-escasez-espana-uso-irresponsable-sequia_18_012044633.html
- Día Mundial de los Océanos 2024: llega el buque rompehielos de Greenpeace a Bilbao https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20240607/dia-mundial-oceanos-2024-greenpeace-buque-bilbao_18_012698797.html
- La hora del planeta https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20240323/hora-planeta-monumentos-concienciar-climatica_18_012055690.html

● Divinity, plataforma digital

- Estilo de vida zero waste: cómo reducir tu huella ecológica día a día https://www.divinity.es/life-style/bienestar/20241202/estilo-vida-zero-waste-reducir-huella-ecologica-dia-multis173_18_013737891.html
- GenZ Awards: Los nominados a la categoría Medioambiente, Eco y Sostenibilidad by Weleda https://www.divinity.es/genzawards/medio-ambiente-eco-sostenibilidad/20241008/nominados-medioambiente-sostenibilidad-genz-awards_18_013635183.html



IGUALDAD

● En Boca de Todos

Algunos de los asuntos tratados durante el año incluyen:

- Análisis de la encuesta del CIS sobre Igualdad
- Conexión con Joana Bauza, víctima de violencia machista
- Ángel Simón, gimnasta granadino, denuncia discriminación tras ser penalizado por llevar maquillaje en una competición

● Reacción en Cadena

El equipo aspirante “Padres y Folixeras” compite por el premio para donarlo a “Asociación Mami”, organización de mujeres víctimas de violencia vicaria con la que colaboran.

● Planeta Calleja

Durante el episodio en Islandia, Jennifer Hermoso relató los acontecimientos ocurridos durante la final del mundial de fútbol femenino respecto al beso no consentido.

● Vamos a Ver

Durante la temporada 2024 se han tratado diferentes crímenes relacionados con la violencia de género, así como agresiones sexuales a mujeres. Los casos han sido tratados con mujeres juristas y psicólogas expertas en la materia de la igualdad.

● Volando Voy

Durante el programa en Urbasa y Andía, Navarra se hizo un homenaje a Maite Ruiz de Larramendi, campeona del mundo de pelota vasca. Un emocionado y emocionante tributo a una campeona que siempre lo tuvo difícil, a la que nunca se dio el lugar que merecía. A lo largo del espacio, Maite habló de las dificultades que tuvo para alcanzar el éxito por el hecho de ser mujer en esa disciplina, la incomprensión de muchos colectivos, el apoyo de su familia y cómo, a base de constancia, fue abriendo camino a las nuevas generaciones

● Demos: El Gran Sondeo

Debate en plató sobre el acoso sexual, Caso Errejón.

● La Mirada Crítica

Se ha hecho hincapié en algunos de los casos de violencia de género y violencia vicaria más relevantes, señalando lo mucho que queda por hacer, y cómo abordarla. También se ha analizado el caso Errejón, dando voz a la denunciante, así como a algunas de sus compañeras de partido. Igualmente, el programa hizo eco del acoso en las redes sociales, dando las claves para buscar una solución.

● Got Talent España

Durante uno de los programas, Sula Sommelier mostró cómo una mujer puede triunfar como sommelier.





● Bailando con las Estrellas

El programa está enfocado al entretenimiento de todos los públicos, y los participantes y sus respectivos maestros mantienen simetría e igualdad entre mujeres y hombres. Como peculiaridad, una de las parejas de baile estuvo formada por dos hombres.

● Informativos Telecinco, plataforma digital

Contenido publicado:

- Madonna y Kylie Minogue cantan juntas en directo en el Día Internacional de la Mujer https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20240308/8m-madonna-kylie-minogue-cantan-juntas-internacional-dia-mujer_18_011924627.html
- El feminismo demuestra su poder movilizador en España, pero la división no se acabó https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20240308/8m-dia-mujer-manifestacones-espana-feminismo-division_18_011924457.html
- La división continúa: El Movimiento Feminista celebra el 8M al grito de “el feminismo es abolicionista” https://www.telecinco.es/noticias/espana/20240308/movimiento-feminista-madrid-celebra-8m-refleja-division-feminismo_18_011924344.html
- Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia: por qué se celebra y nombres a recordar https://www.telecinco.es/noticias/ciencia-y-tecnologia/20240211/dia-internacional-mujer-nina-ciencia-4gend4_18_011655099.html
- Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia: en busca de más vocaciones https://www.telecinco.es/noticias/ciencia-y-tecnologia/20240211/dia-internacional-mujer-nina-ciencia-onu-fomentar-presencia-femenina_18_011678763.html
- Las cifras que demuestran que la igualdad entre hombres y mujeres aún no es una realidad https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20240308/cifras-demuestran-igualdad-hombres-mujeres-no-real_18_011914397.html

● Divinity, plataforma digital

Contenido publicado:

- Día Internacional de la Mujer: la historia detrás del 8 de marzo https://www.divinity.es/actualidad/20240308/dia-internacional-mujer-historia-detras-8-marzo-be5m_18_011812687.html
- María Verdoy: “Por culpa del machismo he tenido sentimiento de la impostora” https://www.divinity.es/television/20240731/maria-verdoy-machismo-sentimiento-impostora-pl4y_18_013146980.html
- Mónica Cruz, Eugenia Osborne y otras famosas exigen: “Hay que conseguir igualdad de una vez” https://www.divinity.es/actualidad/20240308/monica-cruz-eugenia-osborne-ana-8m-guerra-igualdad-pl4y_18_011916155.html
- Liliana Torres, directora de ‘Mamífera’: “Nos faltan referentes positivos de mujeres que no quieren ser madres” https://www.divinity.es/cultura/cine/20241028/liliana-torres-directora-mamifera-faltan-referentes-positivos-no-madres-magazln3_18_013668248.html
- Marta Beltán: “El acoso a través de los ‘deep face’ es una nueva forma de ejercer violencia sobre las mujeres” https://www.divinity.es/cultura/20241007/marta-beltran-tecnologia-machista-mr-internet_18_013599388.html





DIVERSIDAD

● Vamos a Ver

- Se entrevistó a los padres de un menor con discapacidad al que le hacen bullying en Mallorca, denunciando la situación.
- Se cubrió el juicio por el asesinato de carácter homófobo de Samuel Ruiz, analizándolo con psicólogos, psiquiatras, abogados y con los responsables de la investigación.
- Se entrevistó a la madre de un chico con autismo, abordando su día a día, los problemas de su hijo, las muchas dificultades a las que se tienen que enfrentar y la incompreensión en muchos casos de la gente.

● Horizonte

Temáticas analizadas y debatidas:

- La inmigración en Cataluña
- Jóvenes y trabajo, problemática
- ¿Qué falla en Viogen?



● En Boca de Todos

Algunos de los asuntos tratados:

- Discriminación, rechazo social y violencia hacia las personas trans por su timbre de voz.
- Karla Sofía Gascón, primera mujer trans en ganar en Cannes, reivindica ser solo mujer.
- Brutal paliza a una niña autista.
- Premios Diversa sobre inclusión.

● Demos: El Gran Sondeo

- Debate en plató sobre inmigración.

● Todo es Mentira

Se denunciaron las trampas de quienes se declaran transexuales en falso para obtener unas supuestas ventajas, como en el caso de los funcionarios de Melilla.

● Bailando con las Estrellas

En el casting del programa se trabajó para que los concursantes, sus maestros y el jurado abarcasen el mayor espectro de la sociedad. Es por ello que se contó con participantes de ambos sexos, diferentes orientaciones sexuales, nacionalidades y etnias. También se contó con participantes de todo el rango de edades, desde jóvenes en la veintena hasta personas por encima de los 60. Además, en algunas entregas se hicieron alegatos por la inclusión y la diversidad.

● Reacción en Cadena

Con motivo del día internacional del Orgullo LGTB, el programa hizo una entrega especial. El equipo aspirante estaba formado por tres Drag Queens llamadas "Las Mozas de Rousa". El objetivo era reivindicar la libertad y la diversidad de la orientación sexual.



● Volando Voy

En el episodio en la Sierra Morena de Sevilla, Samantha, mujer joven transexual, habla de la importancia de la diversidad, el respeto y la tolerancia en los entornos rurales. Por otra parte, en Lagunas de Ruidera, Ciudad Real, Jesús García, maquillador de cine, cuenta su historia al sufrir bullying por su condición homosexual.

● Entrevías

Trama familiar y romántica alrededor de una pareja LGTB, en la que se muestra la integración y prejuicios de las diferentes razas y etnias de la inmigración en un barrio español.

● Factor X

Diversidad reflejada en la actuación de la concursante y ganadora del programa, Aye Alfonso, en representación del Folclore de su tierra, Paraguay. Así mismo, en la actuación de la Drag Queen Emmie Reek, y de El Ruedas, rapero y deportista paralímpico que se dedica profesionalmente al baloncesto en silla de ruedas.



● Got Talent España

Los temas de inclusión y diversidad se visibilizaron a través de la actuación de diversos participantes:

- Gio García. Canto. Historia de superación (bullying).
- Orthemis orquesta. Orquesta multicultural, surge como una asociación y proyecto cultural, diversidad de culturas y nacionalidades.
- TK. Actuación en favor de los derechos de la comunidad LGTBQ+ (Arte).
- Daria Ponomarenko. Ucraniana, bailarina de pole que cuenta historias relacionadas con la guerra y el maltrato animal.
- Dani Terzo. Cantautor venezolano. Historia sobre inmigración.
- Joan Natzari. Cómic tartamudo. Empezó contando chistes sobre su discapacidad.
- Pipe y Kathe. Dúo de baile latino (salsa). Ella tiene una malformación en los pies (historia de superación).
- Felipe Mateos. Cómic de humor negro con discapacidad (huesos de cristal) que lo utiliza para reírse de sí mismo en sus monólogos

● La Mirada Crítica

Se ha denunciado en diversas ocasiones las trampas de quienes se declaran transexuales, en claro fraude de ley, para acogerse a algunos beneficios en determinados trabajos, como en el caso de los funcionarios de Melilla.

● First Dates, First Dates Hotel y ¿Quién se quiere casar con mi hijo?

En los programas se apuesta por dar visibilidad a diferentes orientaciones sexuales, y a todo tipo de personas, sin importar religión o raza/etnia. First Dates es uno de los programas de la televisión que mayor diversidad presenta en su contenido.



● Informativos Telecinco, plataforma digital

Contenido publicado:

- Alzar la voz LGTBI+ desde el deporte: “No somos solo rugby, defendemos los valores del colectivo” https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20240703/alzar-lgtbi-deporte-defendemos-colectivo_18_012937676.html
- La representación del colectivo LGTBIQ+ en las artes, un arcoíris en blanco y negro https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20240706/representacion-colectivo-musica-cine-television_18_012936082.html
- Paula Iglesias, nueva presidenta de la FELGTBI+: “La inclusión se puede trabajar en cualquier asignatura” https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20241110/paula-iglesias-presidenta-federacion-lgtbi-colectivo-vive-momento-agridulce_18_013922997.html
- ¿Qué barreras impiden que las escuelas sean inclusivas? https://www.telecinco.es/noticias/educacion/20241121/que-barreras-impiden-escuelas-inclusivas-be5m_18_013892262.html
- En busca de un empleo para personas con discapacidad intelectual: “Gracias a ellos tengo trabajo” https://www.telecinco.es/noticias/economia/empleo/20241203/prodis-funacion-inclusion-laboral-personas-discapacidad-intelectual_18_014159736.html
- David Rodríguez, autor de ‘Lo mío no es normal, pero lo tuyo tampoco’: “Todos somos discapacitados” https://www.telecinco.es/noticias/salud/20241208/david-rodriguez-exnadador-paralimpico-todos-somos-discapacitados_18_014181006.html
- Inés Rodríguez, la influencer que ha logrado desmitificar la parálisis cerebral: “Esto no es un drama” https://www.telecinco.es/noticias/salud/20241006/ines-rodriguez-logopeda-influencer-paralisis-cerebral-entrevista_18_013594701.html
- 38 artistas con discapacidad intelectual muestran su talento en un concierto en el Auditorio Nacional https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20241213/artistas-discapacidad-intelectual-talento-auditorio-nacional_18_014280227.html
- No mires hacia otro lado’, la nueva campaña de Igualdad contra el racismo y sus protagonistas https://www.telecinco.es/noticias/espana/20240916/nueva-campana-ministerio-igualdad-pretende-concienciar-racismo_18_013462703.html
- No me llames Paki, la campaña de los creativos de Barcelona para luchar contra el racismo https://www.telecinco.es/noticias/catalunya/20240126/campana-tengo-nombre-racismo-barcelona-no-me-llames-paki_18_011536681.html

- Más de 60 artistas reivindican su capacidad para tocar y cantar en ‘SuperArte’: “Nada es imposible” https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20241111/artistas-reivindican-capacidad-tocar-cantar-superarte-nada-imposible_18_013977242.html

● Divinity, plataforma digital

Contenido publicado:

- Javier Gutiérrez habla de su hijo Mateo, con capacidades especiales: “Sueño con escuchar su voz” https://www.divinity.es/familia/20240629/javier-gutierrez-hijo-mateo-discapacidad-cerebral-situacion-sueno-voz_18_012899279.html
- Los mejores destinos LGTBIQA+ para viajar en 2024, según un conocido ranking https://www.divinity.es/life-style/20240629/mejores-destinos-lgtbika-viajar-2024-magazln3_18_012862040.html
- Carmen Farala: “La lucha del colectivo LGTBIQA+ es constante, hay que seguir llenando espacios” https://www.divinity.es/cultura/20240628/carmen-farala-reivindica-lucha-colectivo-lgtbika-magazln3-pl4y_18_012860776.html
- Alba Flores se emociona al dar el pregón del Orgullo LGTBIQ+ de Madrid: su discurso completo, en vídeo https://www.divinity.es/actualidad/20230629/alba-flores-discurso-pregon-orgullo-madrid_18_09917930.html
- El primer salón de belleza para mujeres sin recursos: “Permite darles entusiasmo, restaurarles la dignidad y la autoestima” https://www.divinity.es/belleza/20241215/primer-salon-belleza-mujeres-sin-recursos-restaurar-autoestima-magazln3_18_014189015.html



SALUD Y PREVENCIÓN

● Horizonte

Varios de los episodios del programa trataron temas relacionados con la salud:

- Alerta sobre los nuevos contagios por Covid-19
- La bacteria caníbal
- Fentanilo en España
- Animales clonados
- Detectan graves fallos en los airbags
- Alcohol al volante
- Microplásticos: la amenaza invisible
- Operación ayuda. Dana Valencia.

● En Boca de Todos

- Comentarios y análisis en plató sobre:
- La importancia de la inversión en salud mental
- La obsesión por la perfección estética y cómo afecta a la salud mental
- Qué es la enfermedad insomnio familiar letal
- Epidemia de dengue en Europa y en los JJOO

● Fiesta

- En la sección semanal "Así son las emergencias" se dieron consejos con especialistas sobre cómo actuar en casos de emergencias. Por su parte, la sección de cocina, habitualmente cuenta con un nutricionista que elabora las recetas desde un punto de vista nutricional.

● Vamos a Ver

- Se ofrecieron testimonios de psicólogos que hablan de la prevención del suicidio y el daño que provoca a los menores.
- Se trató con expertos y especialistas los problemas de la enfermedad conocida como piel de mariposa, cómo reconocerla y pasos a seguir.

● Demos: El Gran Sondeo

- Debate en plató sobre la Dana y las implicaciones que tuvo en los ciudadanos la gestión de las autoridades.
- Debate en plató sobre la salud mental.





● Volando Voy

Durante el episodio de Lagunas de Ruidera se organizó el primer curso básico de socorrismo. Cada verano las Lagunas reciben miles de visitantes y, de vez en cuando, se producen algunos accidentes. Nuestro objetivo en este caso se centró en ayudar a evitar, en lo posible, desenlaces dramáticos, enseñando de una manera divertida las principales claves del socorrismo.

● Planeta Calleja

En el especial Misión a Marte, Inés Hernand trató la temática de la salud mental, a raíz de un episodio personal de bullying en el colegio.

● Todo es Mentira

El programa ha mantenido un compromiso firme con causas como la de los enfermos de ELA, para los que se ha reclamado la aprobación de la ley ELA, incluso llegando a solicitar a nuestros colaboradores diputados y senadores que trasladaran preguntas parlamentarias sobre el asunto. Ha entrevistado a varios enfermos, entre ellos Juan Carlos Unzué o a Jaime Lafita, que cruzó con su equipo el desierto del Death Valley para llamar la atención sobre el problema.



● Got Talent España

Los temas de salud se visibilizaron a través de la actuación de diversos participantes:

- Joven Compañía Marand Musical, compañía de teatro musical de niños entre 8 y 18 años que impulsa proyectos solidarios, presentó una actuación dedicada al cáncer.
- Grupo de música presentó su proyecto para crear "Castañuelas Rosas", poniéndose en contacto con asociaciones de enfermedades y centros de salud para contactar con mujeres con depresión y todo otro tipo de dolencias.
- Gonpachi dedicó su actuación de hula hoop a toda la gente que sufre estrés y ansiedad por sus trabajos.
- El grupo de baile Raíces con su actuación quiso visibilizar los problemas de ansiedad que padece la sociedad.
- Ben Tour desde el COVID-19 da clases en residencias y centros para ayudar a personas mayores con Alzheimer y Parkinson.





PROMOCIÓN DE LA CULTURA

● Cuarto Milenio

Episodios relacionados con temas culturales:

- El alma de las Ciudades: Santiago de Compostela
- El alma de las Ciudades: Ávila
- El alma de las Ciudades: Cádiz
- Yonaguni: la Atlántida japonesa
- El cine y los grandes conquistadores
- Muerte en la Arena: los gladiadores
- El rito de Notre Dame
- Un pueblo sepultado: la tragedia de fuentes de cesna



● Volando Voy

Durante varios de los episodios se pusieron de manifiesto tradiciones locales.

- Sierra Morena de Sevilla: Este capítulo estuvo centrado en la reforma y ampliación de un antiguo teatro al aire libre en Las Navas de la Concepción, un pueblo con grandes problemas de despoblación y envejecimiento.
- Sierra de Gredos, Ávila: La misión en este programa fue encontrar un local, y convertirlo en un centro de ensayo muy especial para la banda de música del pueblo. Tanto el director de la banda como Daniel Peces, folclorista de Arenas de San Pedro, ponen en valor la importancia de las tradiciones.
- Rioja Alavesa: Otra muestra de apoyo a la cultura y tradiciones estuvo presente en la Rioja alavesa con la recuperación de una fiesta de época del S/XVIII dedicada al vino, explicando todos los pormenores del nacimiento y desarrollo de una zona vitícola de primer orden.

● Vamos a Ver

- Se presentó el libro “ El Jefe De Los Espías “ de Javier Chicote.
- Se analizó el libro de Nieves Herrero “ Luna Roja “.

● Informativos Telecinco, plataforma digital

Contenido publicado:

- El éxito de ‘Durangoko Azoka’: una feria de libros y discos vascos para la que hay que hacer cola https://www.telecinco.es/noticias/euskadi/20241205/feria-libros-discos-durango-vizcaya_18_014210214.html
- El ‘arte’ de Penelles para luchar contra la despoblación: un museo al aire libre con 160 grafitis https://www.telecinco.es/noticias/catalunya/20241201/arte-penelles-museo-aire-libre-160-grafitis-luchar-despoblacion_18_014110869.html
- Cultura llevará gratis al cine a los alumnos españoles con ‘Cine Escuela’: “Hay que crear cultura cinéfila” https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20241125/cine-gratis-alumnos-espanoles-escuela-cinefila_18_014111307.html



- Ita O'Brien, coordinadora de intimidad de 'Theodora' en el Teatro Real: "Las escenas íntimas necesitan una coreografía pautada y pactada" https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20241111/ita-o-brien-coordinadora-intimidad-opera-theodora-teatro-real_18_013972372.html
- El Museo del Prado se alía con la IA para hablar a los visitantes en su propio idioma https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20241120/museo-prado-ia-hablar-visitantes-propio-idioma_18_014068634.html
- La Unesco reconoce la sidra como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20241204/sidra-patrimonio-cultural-inmaterial-humanidad-unesco_18_014204313.html

● Divinity, plataforma digital

Contenido publicado:

- Marisa Paredes, mucho más que una 'chica Almodóvar': sus momentos más icónicos, en imágenes https://www.divinity.es/cultura/artistas/20241217/marisa-paredes-chica-almodovar-momentos-iconicos-imagenes-magazln3_18_014303222.html
- Beatriz Serrano, finalista del Premio Planeta: "Ahora tengo cierta tranquilidad, pero también me rayo por el futuro" https://www.divinity.es/cultura/escritores/20241214/beatriz-serrano-finalista-premio-planeta-entrevista-magazln3_18_014255304.html
- Javier Herrera, actor de 'Al otro barrio': "Tenemos prejuicios por ambas partes, es parte del ser humano" https://www.divinity.es/cultura/cine/20241205/al-otro-barrio-javier-herrera-actor-prejuicios-pl4y_18_014210052.html
- Elvira Lindo, en el 30 aniversario de Manolito Gafotas: "Hemos creado a los niños un mundo estresante, me da pena" https://www.divinity.es/cultura/escritores/20241121/elvira-lindo-30-anos-manolito-gafotas-magazln3_18_014067892.html
- Exclusiva | Entrevista con La Chispa: "La gira con Rosalía fue la universidad de mi vida" https://www.divinity.es/famosos/20241112/exclusiva-entrevista-la-chispa-rosalia-pl4y_18_013969848.html



En cuanto a Informativos, los temas más destacados durante 2024 incluyeron:

- La Dana que asoló a Valencia y a España dejando más de 200 muertos. Se hicieron programas especiales desde allí y se informó día tras día de lo que allí acontecía.
- La vivienda como brecha social. La carestía de vivienda ha sacado a los ciudadanos a la calle, ha calentado el debate político y la conversación ciudadana.
- Iñigo Errejón tuvo que abandonar la política tras una acusación de violencia machista "he llegado al límite de la contradicción entre el personaje y la persona".
- Se abordó en muchas ocasiones la normalización del uso de la inteligencia artificial en muchos ámbitos de la vida. En nuestros informativos se ha usado la realidad aumentada para colarnos en el despacho oval, para contar el aniversario del fin de la segunda guerra mundial o introducirnos en las inundaciones de las zonas afectadas por la Dana en Valencia.
- También hemos dedicado muchos minutos a la información del peligro de las redes sociales, el uso de los móviles en edades tempranas.



● CESIÓN DE ESPACIOS

En 2024 Mediaset España ha mantenido su compromiso con la difusión de valores asociados a determinados proyectos o instituciones sin ánimo de lucro, no sólo a través de la programación que emite sino también mediante la cesión gratuita de espacio publicitario.

ESPACIOS PUBLICITARIOS CEDIDOS EN 2024 (MILES €)

15.628       

5.423 3.090 5.278 526 1.312

CAMPAÑAS APOYADAS EN 2024

12 MESES 12 CAUSAS

12 MESES ACOSO ESCOLAR

12 MESES ALZHEIMER

12 MESES AMIGOS MAYO

12 MESES CERMI

12 MESES DIA DEL NIÑO

12 MESES DONACION MÉDULA

12 MESES FAD

12 MESES FESBAL

12 MESES FUNDACIÓN LUZON

12 MESES PROTECCIÓN A LA INFANCIA

12 MESES SALUD MENTAL

12 MESES COMPARTE Y RECICLA

CAMPAÑAS APOYADAS EN 2024

DIA DEL AUTISMO

FAD

FUNDACIÓN PEOUEÑO DESEO

FUNDACIÓN CIBERVOLUN

SINDROME DOWN

AGENCIA PROTECCIÓN DE DATOS

DANA

FUNDACION QUERER

AUTOCONTROL

WING FOR LIFE WORLD



COMUNICACIÓN SOCIAL

12 MESES 12 CAUSAS. COMPROMISO SOCIAL DE MEDIASET ESPAÑA

En 2024 se celebró el 25 aniversario de 12 Meses 12 Causas, el proyecto de comunicación social pionero y más longevo de la televisión en España, con una apuesta renovada y responsable con nuestros espectadores para devolverles parte de la confianza que depositan en nosotros cada día.

En esta nueva edición, la iniciativa, que nació en enero de 2000 como un proyecto solidario pionero, inédito y original, recuperó su esencia poniendo el foco en una causa al mes elaborada junto a grandes expertos en cada una de las materias. Cada campaña contó, además, con la participación altruista de un presentador de Mediaset España como embajador de la causa para conseguir el mayor impacto en la audiencia.

El eje principal del proyecto fue un spot institucional emitido en los canales de televisión de Mediaset España, webs del grupo, redes sociales y pantallas digitales situadas en los principales centros comerciales del país. Además, todos los meses los programas e informativos de Telecinco y Cuatro realizaron amplias coberturas editoriales con el objetivo de ofrecer al espectador un enfoque amplio y diverso sobre las temáticas abordadas.

ENERO

25 años comprometidos con nuestra audiencia

En enero, Alessandro Salem, consejero delegado de Mediaset España, presentó la renovación del proyecto ante los principales agentes económicos y sociales del país en el marco de la celebración del Foro de la Nueva Comunicación. Durante el transcurso del acto, se expuso el plan de acción anual del proyecto con el estreno de un spot institucional que dibujó la hoja de ruta. Las temáticas elegidas para el año se concentraron en cinco grandes temas: la protección de la infancia, el respeto y el cuidado de las personas mayores, la prevención de la salud, la protección de las personas en riesgo de exclusión social y la accesibilidad.

FEBRERO

Respeto y pide respeto

Fad Juventud

En colaboración con la organización Fad Juventud se desarrolló, en febrero, una campaña para ofrecer a los jóvenes herramientas que les permitieran identificar situaciones nocivas en sus comunicaciones realizadas a través de redes sociales. La presentadora Marta Flich fue la embajadora de campaña y la protagonista de los tres spots institucionales. El claim de causa "Respeto y pide respeto" interpelaba a los espectadores a fomentar unas buenas prácticas en la comunicación digital. La iniciativa ofreció, además, pautas para que adolescentes, educadores y padres pudieran poner sus límites ante cualquier situación de humillación, desprecio y control a través de la emisión de 10 coberturas editoriales en programas e informativos de Telecinco y Cuatro realizadas a lo largo del mes.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **9,9 millones de espectadores**

Alcance spot en antena: **17,8 millones de espectadores**



MARZO

La infancia siempre es inocente

Plan international

Uno de cada cinco niños vive en países en conflicto expuestos a situaciones de guerra, crisis humanitarias y emergencias, así como a un mayor riesgo de abusos, trata o explotación. La protección de la infancia frente a cualquier forma de violencia es esencial para su desarrollo y también la causa que 12 Meses 12 Causas dedicó el mes de marzo en colaboración con la ONG Plan International.

El presentador Santi Acosta fue el embajador de esta campaña que incidía en los peligros que amenazan a la infancia más desfavorecida con el objetivo de buscar la implicación social de los espectadores porque, como cerraba el spot institucional, en nuestras manos está su futuro. 11 coberturas editoriales, emitidas en los principales programas e informativos de Telecinco y Cuatro, sirvieron de altavoz para denunciar las penurias a las que se ven expuestos millones de niños en el mundo.

Alcance en televisión de la campañaAlcance coberturas editoriales: **15,5 millones de espectadores**Alcance spot en antena: **17,4 millones de espectadores**

ABRIL

Porque tu salud es lo primero, piensa en ti

Asociación española contra el cáncer

La prevención del cáncer es un factor clave en la lucha contra esta enfermedad y también el pilar de la campaña desarrollada en el mes de abril junto a la Asociación Española Contra el Cáncer. Bajo el claim "Porque tu salud es lo primero, piensa en ti", la iniciativa, que contó con el presentador Ion Aramendi como embajador, promovió hábitos de vida saludables como parte esencial para prevenir algunos casos de la enfermedad. Para la campaña se desarrollaron además 10 coberturas editoriales que ponían foco la importancia de cuidarnos. Gracias a la iniciativa aumentaron en un 36% las llamadas al teléfono Infocáncer que ofrece a la sociedad la Asociación Española contra el Cáncer

Alcance en televisión de la campañaAlcance coberturas editoriales: **17 millones de espectadores**Alcance spot en antena: **15,3 millones de espectadores**

MAYO

Contra el acoso escolar, da un paso al frente

Fundación Anar

Mayo, mes en el que se celebra el día mundial contra el acoso escolar, fue el elegido para centrar la importancia que tienen los testigos para dar un paso al frente contra el bullying.

La campaña, realizada junto a Fundación Anar, contó con la presentadora Sandra Barneda como embajadora para animar a los testigos a actuar si presencian cualquier situación de acoso escolar. 22 coberturas editoriales emitidas en los principales programas e informativos de Telecinco y Cuatro contribuyeron a exponer el problema, denunciarlo y ofrecer soluciones para conseguir espacios seguros para los alumnos.

Alcance en televisión de la campañaAlcance coberturas editoriales: **29,9 millones de espectadores**Alcance spot en antena: **17,4 millones de espectadores**



JUNIO

Eres perfecto para otros

Organización nacional de trasplantes (ONT)

España es un país líder en donación de órganos. El altruismo, la generosidad y compromiso de la ciudadanía española y el éxito del Modelo Español de Coordinación y Trasplantes se pusieron en valor en la campaña de junio realizada con el objetivo de promover la donación de órganos porque, como cierra la campaña, eres perfecto para otros.

Carlos Franganillo, director de Informativos Telecinco y presentador de la edición de prime time, ejerció de embajador de la campaña realizada en colaboración con la Organización Nacional de Trasplantes (ONT). En el spot participaron también dos personas receptoras de órganos y un donante que visibilizaron la importancia de la donación para generar vida. A este fin se destinaron también las 18 coberturas editoriales emitidas en programas e informativos de Telecinco y Cuatro.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **24,8 millones de espectadores**

Alcance spot en antena: **16,5 millones de espectadores**



JULIO

No les olvidemos

Fundación amigos de los mayores

Los mayores juegan un papel determinante en la sociedad: transmiten el conocimiento y la experiencia acumulada a lo largo de los años y mantienen la familia unida, dando consejos y apoyo emocional, cuidando a los más pequeños e incluso ayudando económicamente. El respeto y el cuidado es esencial en esta etapa de sus vidas y también los ejes que vertebraron en julio la campaña de 12 Meses 12 Causas.

La iniciativa, realizada en colaboración con la Fundación Amigos de los Mayores, tuvo como objetivo principal sensibilizar acerca de la situación de abandono y soledad que sufren muchas personas mayores que se ve agravada con la llegada de la época estival. La presentadora Bea Archidona fue la embajadora de un spot institucional en el que contaba, en primera persona, su experiencia real con su abuela Ana remarcando la importancia que ha tenido en su vida. 16 coberturas editoriales pusieron foco en la importancia de cuidar a las personas mayores, respetar su espacio y estar a su lado para evitar la temida soledad no deseada.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **25,1 millones de espectadores**

Alcance spot en antena: **14,9 millones de espectadores**





AGOSTO

La ELA no tiene cura, pero hay esperanza

Fundación Luzón

Cada día se diagnostican tres casos ELA en España, una patología para la que actualmente no existe ningún tratamiento curativo eficaz. La investigación para tratar de descubrir qué es lo que origina la esclerosis lateral amiotrófica y cómo detener su avance es clave para combatir esta enfermedad.

12 Meses12 Causas dedicó el mes de agosto a este fin con una campaña, realizada en colaboración con la Fundación Luzón, que contó con el presentador Joaquín Prat como embajador. En el spot participó también Ana Cristina Sánchez, una enferma de ELA que recalcó, con su testimonio personal, la importancia de fomentar la investigación y mejorar las condiciones de vida de los enfermos y de sus familias. Los programas e informativos se hicieron eco con la emisión de 10 coberturas editoriales que pusieron de manifiesto la crueldad de una enfermedad que supone una carga mental y económica para el enfermo y para sus familias.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **18,1 millones de espectadores**

Alcance spot en antena: **14,3 millones de espectadores**



SEPTIEMBRE

Cuidemos al enfermo de alzheimer, pero también a quien le cuida

Fundación Reina Sofía/CEAFA

Un diagnóstico de alzhéimer le cambia la vida no solo a la persona con la enfermedad, sino también a sus allegados. La familia es en el 94% de los casos la responsable del cuidado de la persona con alzhéimer y la que sufre la sobrecarga que conlleva esta labor. Las investigaciones dirigidas a descubrir soluciones que ralenticen la progresión y mejoren las vidas de las personas que padecen esta enfermedad y las de sus cuidadores son fundamentales y constituyeron los ejes de la iniciativa solidaria 12 Meses 12 Causas en septiembre.

El presentador Carlos Sobera, ejerció de embajador de esta campaña realizada en colaboración con dos grandes organizaciones como son la Fundación Reina Sofía y la Confederación Española de Alzheimer y otras demencias (CEAFA). El objetivo fue incidir en la importancia de fomentar la investigación y en el cuidado, no solo de los enfermos, sino también de quienes les cuidan, sin descanso, 24 horas al día. Los programas e informativos se hicieron eco de la campaña a través de 10 coberturas editoriales entre las que se encontraba un amplio reportaje del director de Informativos Telecinco, Carlos Franganillo, con motivo de la celebración, el 21 de septiembre, del día mundial contra el alzheimer.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **14,7 millones de espectadores**

Alcance spot en antena: **15 millones de espectadores**



OCTUBRE

Cuidemos nuestra salud mental, pero también la de los demás

Confederación salud mental España

Una de cada cuatro personas tiene o tendrá algún problema de salud mental a lo largo de su vida. Contar con el apoyo de las personas que están más cerca y cuidar los entornos laborales para promover el bienestar colectivo fue el objetivo de 12 Meses 12 Causas durante el mes de octubre.

La presentadora de Informativos Telecinco Ángeles Blanco protagonizó la campaña realizada en colaboración con la Confederación SALUD MENTAL ESPAÑA. En ella animaba a los espectadores a ser proactivos y tender una mano para cuidar, no solo nuestra salud mental, sino también la de los demás.

A lo largo del mes se realizaron 14 coberturas editoriales en programas e informativos para poner de manifiesto que la salud mental la cuidamos entre todos.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **4,5 millones de espectadores**

Alcance spot en antena: **13,7 millones de espectadores**

NOVIEMBRE

Tu ayuda alimenta la esperanza

Federación española de bancos de alimento

Por cuarto año consecutivo 12 Meses 12 Causas se unió en el mes de noviembre a la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) para realizar un llamamiento a colaborar en la Gran Recogida que se celebra, cada año, a finales de mes.

Ana Rosa Quintana fue la embajadora de esta iniciativa que permite a los Bancos de Alimentos llenar sus estanterías para poder alimentar a más de 1,2 millones de personas en situación de vulnerabilidad en nuestro país.

Tanto el spot que se emitió en todos los canales como la sobreimpresión de antena y coberturas editoriales remitían a la web www.granrecogida.org desde la que los espectadores podían conocer las diferentes vías de colaboración en la campaña

Gracias al llamamiento realizado en la edición de 2024 se recaudaron 12,4 toneladas de alimentos.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **6 millones de espectadores**

Alcance spot en antena: **14 millones de espectadores**

DICIEMBRE

NO RESTES CAPACIDAD A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI)

Son más de 4,74 millones de personas las que tienen algún tipo de discapacidad en España, un 10% de la población total. Eliminar barreras y propiciar entornos, procesos, bienes, productos y servicios para que puedan participar de manera autónoma y con las mismas oportunidades es fundamental para garantizar su bienestar, una realidad sobre la que puso el foco la última campaña de la iniciativa solidaria 12 Meses, 12 Causas en diciembre.

Ana Terradillos fue la embajadora de esta campaña realizada junto al CERMI (Comité Español de Representante de Personas con Discapacidad). El spot, subtítulo e interpretado en lengua de signos, tuvo como protagonistas a cuatro personas con discapacidad física e intelectual para incidir en la importancia de promover una sociedad inclusiva y accesible evitando restar oportunidades a quienes presentan algún tipo de discapacidad.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **3 millones de espectadores**

Alcance spot en antena: **17 millones de espectadores**



VALOR SOSTENIBLE MEDIASET ESPAÑA EMPRESAS COMPROMETIDAS

Este 2024 se ha estrenado el sello Valor Sostenible Mediaset España, una marca institucional que presenta alianzas empresariales con grandes corporaciones líderes en materia de sostenibilidad y con las que, nuestra empresa comparte valores comunes como muestra de responsabilidad ante la sociedad.

Valor Sostenible Mediaset España-Proyecto LIBERA SEO/Birdlife y Ecoembes. 1m² contra la basuralidad

La alianza empresarial entre Valor Sostenible Mediaset España y el Proyecto LIBERA de SEO/Birdlife y Ecoembes tuvo como fin la sensibilización para adoptar pequeños gestos diarios que permitan reducir y eliminar los residuos presentes en entornos naturales. Dos spots, protagonizados por presentadores de Mediaset España, animaron a los espectadores a participar en una nueva edición de la recogida colaborativa "1m² contra la basuralidad".

El llamamiento fue un éxito congregando a más de 15.000 voluntarios que consiguieron recoger 93 toneladas de basura (que suponen 13 toneladas de residuos más que el año anterior).



Valor Sostenible Mediaset España- Vinted. Cada paso cuenta

Mediaset España y la plataforma de venta de ropa y complementos de segunda mano Vinted concienciaron sobre las posibilidades y el impacto positivo de la reutilización de prendas en desuso a través de una alianza empresarial realizada bajo el sello Valor Sostenible Mediaset España. La iniciativa arrancó con un evento institucional, conducido por Laura Madrueño, embajadora de la campaña, en el que especialistas y profesionales ofrecieron sus valoraciones y consejos sobre las posibilidades de la compraventa de prendas de segunda mano en plataformas C2C como Vinted y sus efectos en el clima en lugar de prendas de estreno.

En 2024 se celebró el 25 aniversario de 12 Meses 12 Causas, el proyecto de comunicación social pionero y más longevo de la televisión en España, con una apuesta renovada y responsable con nuestros espectadores para devolverles parte de la confianza que depositan en nosotros cada día.

En esta nueva edición, la iniciativa, que nació en enero de 2000 como un proyecto solidario pionero, inédito y original, recuperó su esencia poniendo el foco en una causa al mes elaborada junto a grandes expertos en cada una de las materias. Cada campaña contó, además, con la participación altruista de un presentador de Mediaset España como embajador de la causa para conseguir el mayor impacto en la audiencia.

El eje principal del proyecto fue un spot institucional emitido en los canales de televisión de Mediaset España, webs del grupo, redes sociales y pantallas digitales situadas en los principales centros comerciales del país. Además, todos los meses los programas e informativos de Telecinco y Cuatro realizaron amplias coberturas editoriales con el objetivo de ofrecer al espectador un enfoque amplio y diverso sobre las temáticas abordadas.



VALOR MEDIASET ESPAÑA EMPRESAS COMPROMETIDAS

Valor Mediaset España es el sello editorial de garantía que identifica los valores que están impresos en el ADN de la compañía y que, a su vez, comparte con marcas responsables para desarrollar, de manera conjunta, campañas de comunicación social empresarial.

En 2024 se han alcanzado alianzas con Reale Seguros, GSK y Johnson & Johnson para poner foco en la importancia de fomentar cultura con impacto social, la importancia de las vacunas y hacer visibles las enfermedades inmunomediadas respectivamente.

Valor Mediaset España- Reale Seguros *Cultura con impacto*

El objetivo de la alianza empresarial entre Mediaset España y Reale Seguros fue poner en valor la capacidad que tiene la cultura para mejorar la salud de las personas, fomentar su inclusión social y como fuente generadora de empleo. Cultura con impacto es una iniciativa de Reale Seguros a la que Mediaset España añade su capacidad comunicadora para hacer todavía más grande el proyecto a través de la divulgación de contenidos culturales que transforman la sociedad.

La campaña contó con los presentadores Carlos Sobera y Alba Lago que, a través de cuatro spots institucionales, remarcaron el poder de la cultura para generar grandes cambios sociales.

Valor Mediaset España- GSK *Juntos por el valor de la salud*

Valor Mediaset España y la farmacéutica GSK se unieron para promover el valor de la salud en una campaña que puso su foco en la importancia de la vacunación de las personas adultas como medida eficaz para la prevención de enfermedades. La campaña, protagonizada por Ángeles Blanco y Manu Carreño, arrancó con la celebración de un evento institucional, emitido en streaming en la plataforma digital Mitele, en el que varios especialistas de la salud presentaron el documento de investigación “Vacunas, un futuro prometedor”.

Valor Mediaset España- Johnson & Johnson *Inmunovisibles*

Las enfermedades inmunomediadas son grandes desconocidas para la población, aunque afectan a miles de personas. Conocerlas es vital para promover un diagnóstico temprano y fomentar el acceso a los tratamientos para que las personas que las sufren puedan mejorar significativamente sus condiciones de vida.

Los presentadores Santi Acosta y María Casado fueron los embajadores elegidos para protagonizar tres spots institucionales. La alianza entre Mediaset España y Johnson & Johnson combina el potencial de comunicación de un grupo de comunicación de referencia con la amplia experiencia de una gran farmacéutica con el objetivo de visibilizar las enfermedades inmunológicas.



The background of the entire image is a repeating checkered pattern in various shades of blue, ranging from a very dark navy blue to a medium blue.

DESARROLLO SOSTENIBLE

MEDIASETespaña.



ALIANZAS PARA LA SOSTENIBILIDAD



Desde 2017, Mediaset España forma parte del partenariado internacional Responsible Media Forum, compuesto por las principales compañías de medios de comunicación, cuyo objetivo es identificar e impulsar actuaciones respecto de los desafíos sociales y ambientales que afronta el sector.



Mediaset España es socia de la Fundación Seres, organización cuyo objetivo es promover el compromiso de las empresas en la mejora de la sociedad, a través de actuaciones responsables alineadas con la estrategia de la compañía y generando valor tanto para la sociedad como para la empresa. Mediaset España participa, desde 2018 en el Laboratorio de Inversores, espacio de análisis e impulso de la inversión socialmente responsable.



Desde 2007 Mediaset España mantiene su compromiso de adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact), iniciativa internacional cuyo objeto es el compromiso voluntario en materia responsabilidad social corporativa por parte de las entidades, mediante la implantación de Diez Principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción.



El Pacto de Ciberseguridad Sostenible es una iniciativa lanzada en 2023 de la que Mediaset España es socia fundadora. El Pacto promueve prácticas y medidas que fomenten la seguridad en línea y contemplan los principios de sostenibilidad, con el objetivo de explorar oportunidades para reducir significativamente la huella de carbono, reconociendo la necesidad de proteger el medio ambiente y alcanzar un equilibrio entre el desarrollo tecnológico y la preservación del entorno. El Pacto por la Ciberseguridad Sostenible se erige como el primer marco de referencia en el tema, dentro de la Agenda 2030 en el sector.



FTSE4Good

Desde el año 2008 Mediaset España forma parte del FTSE4Good Ibex, índice que reconoce los niveles de gestión medioambiental, de derechos humanos y política laboral, así como el cumplimiento de ciertos estándares en materia de condiciones de trabajo en la cadena de suministro, el rechazo de la corrupción, entre otros.



Mediaset España forma parte, desde 2012, de la Asociación de Emisores Españoles, cuya finalidad es el fomento de medidas que refuercen la seguridad jurídica en lo relativo a la emisión de valores cotizados; la mejora del marco legal y el desarrollo de estándares elevados de gobierno corporativo; la mejora de comunicación entre las sociedades y sus accionistas y el fomento del diálogo y cooperación con la Administración y, en especial, con la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).



El Grupo, a través de Publiespaña, es miembro de la Asociación Europea de Comercio de Marketing de Soluciones de Publicidad a través de múltiples pantallas o plataformas de audio (EGTA), entidad que tiene el objetivo de ayudar a sus miembros a proteger, hacer crecer y diversificar su negocio alrededor del contenido editado y emitido de forma lineal, en sus canales de TV y/o estaciones de radio.



CUMPLIMIENTO CON EL PACTO MUNDIAL Y COMPROMISO CON LOS ODS

DERECHOS HUMANOS

PRINCIPIO 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Gestión de Mediaset España:

Un Modelo con propósito
Modelo de gobierno
Valor del equipo humano
Cadena de valor

PRINCIPIO 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

Gestión de Mediaset España:

Un Modelo con propósito
Modelo de gobierno
Valor del equipo humano
Cadena de valor

ESTÁNDARES LABORALES

PRINCIPIO 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Gestión de Mediaset España:

Valor del equipo humano

PRINCIPIO 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Gestión de Mediaset España:

Valor del equipo humano
Cadena de valor

PRINCIPIO 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Gestión de Mediaset España:

Valor del equipo humano
Cadena de valor

PRINCIPIO 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

Gestión de Mediaset España:

Valor del equipo humano
Cadena de valor

MEDIO AMBIENTE

PRINCIPIO 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Gestión de Mediaset España:

Valor del medio ambiente

PRINCIPIO 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Gestión de Mediaset España:

Valor del medio ambiente

PRINCIPIO 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

Gestión de Mediaset España:

Valor del medio ambiente

ANTICORRUPCIÓN

PRINCIPIO 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

Gestión de Mediaset España:

Modelo de gobierno



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

Mediaset España asume su compromiso en el impulso de la Agenda 2030 para el Desarrollo. Los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son aquellos en los que Mediaset tiene posibilidad de generar el mayor impacto de forma directa a través del desarrollo del negocio.



— Contribución directa Contribución indirecta Principales ODS para sector Comunicación 2030 Agenda 2030 para España



Campañas de promoción de estilos de vida saludable
Medidas de conciliación y beneficios sociales
Medidas de prevención de riesgos laborales
Servicio médico
Red de Empresas Saludables
ISO 45001

Meta 3.4 Promover la salud mental y el bienestar en los empleados

ACCIONES 2024	INDICADOR
Servicio médico en las instalaciones, disponible para todos los trabajadores	Acceso al servicio médico (6.6 Salud y seguridad)
Contribuir al bienestar de los niños mediante el soporte al bienestar de los padres y cuidadores	Horarios flexibles (6.4 Beneficios sociales y remuneraciones) Contrato a tiempo completo / tiempo parcial (6.1 Plantilla)
Contribución a la salud de los trabajadores	Campañas de detección del melanoma y del glaucoma (6.6 Salud y seguridad)

Meta 3.8 Acceso a medicamentos y vacunas seguros, eficaces, asequibles y de calidad

ACCIONES 2024	INDICADOR
Proveer opciones de servicio médico accesibles y asequibles a empleados y sus familias; seguros de vida y cobertura por incapacidad e invalidez permanente.	Trabajadores (h/m) que cuentan con acceso a servicios de salud disponibles o pagados por la compañía a causa de accidentes o enfermedades relacionadas al trabajo, % por género (6.6 Salud y seguridad) Trabajadores (h/m) que cuentan con acceso a servicios de salud disponibles o pagados por la compañía a causa de otros asuntos de salud personales, % por género (6.6 Salud y seguridad)



Máster Universitario de Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales
Acuerdos de colaboración con Universidades y Escuelas de Negocio
Formación a la plantilla
Showrunner: Aula de ficción
Formación Dual Escuela Superior de Imagen y Sonido CES
Cátedra Mediaset-UEM

Meta 4.4 Aumentar el número de jóvenes y adultos con las competencias necesarias para acceder al empleo, trabajo decente y emprendimiento

ACCIONES 2024	INDICADOR
Ofrecer programas de capacitación, disponibles y accesibles a todos los grupos	Plan de formación 2024 (6.2 Gestión del talento) Horas de formación a plantilla, desagregado por género y categoría profesional (6.2 Gestión del talento) Formación Dual Escuela Superior de Imagen y Sonido CES (6.2 Gestión del talento) Master en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales (6.2 Gestión del talento) Cátedra Mediaset-UEM (6.2 Gestión del talento) Becas "Sumas Talento" Madrid Audiovisual Drama School (6.2 Gestión del talento)
Proporcionar incentivos para que los empleados desarrollen habilidades adicionales o continúen su educación	Becas de estudio (6.2 Gestión del talento) Horas de formación (6.2 Gestión del talento)
Programas de pasantías	Numero de becarios y alumnos en prácticas (10 Información complementaria)

Meta 4.5 Eliminar las disparidades de género y asegurar el acceso igualitario a la educación y formación profesional para las personas vulnerables

ACCIONES 2024	INDICADOR
Apoyar la igualdad de derechos de hombres y mujeres para acceder a la educación y la formación profesional	Media de horas de formación de los empleados, desagregada por categoría laboral y género (6.2 Gestión del talento) Igualdad de oportunidades en acceso al Máster (6.2 Gestión del talento)
Brindar acceso no discriminatorio a la capacitación de los empleados, programas de pasantías y becas	Igualdad de oportunidades en programas de pasantías y becas (6.2 Gestión del talento)
Garantizar el acceso equitativo a todos los programas de educación y capacitación respaldados por la empresa	Media de horas de formación de los empleados, desagregada por categoría laboral y género (6.2 Gestión del talento)

Meta 4.7 Asegurar que se adquieren los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible

ACCIONES 2024	INDICADOR
Promover el desarrollo sostenible mediante acciones de sostenibilidad.	Acciones de sostenibilidad comunicadas a la audiencia (3. Creación de valor para la sociedad)



Convenios Colectivos
Planes de Igualdad
Beneficios sociales y medidas de conciliación

Meta 5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra las mujeres
Meta 5.4 Reconocer y valorar los cuidados y el trabajo doméstico no remunerados, promoviendo la responsabilidad compartida en el hogar y la familia
Meta 5.5 Participación plena y efectiva de las mujeres en la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles

ACCIONES 2024	INDICADOR
Incorporar el principio de igualdad de género en las políticas y procesos	Código Ético (6.3 Igualdad) Planes de Igualdad (6.3 Igualdad)
Incluir cláusulas de no discriminación en el código de conducta	Código Ético (6.3 Igualdad)
Respetar los derechos de las mujeres y apoyar su empoderamiento en el lugar de trabajo	Horas de formación por género (6.2 Gestión del talento) Mujeres en el Consejo (5.1 Órganos de gobierno) Proporción de mujeres Directivas (10 Información complementaria) Plantilla por categoría laboral, género, grupo de edad, tipo de contrato y jornada (6.1 Plantilla) Brecha salarial (6.4 Beneficios sociales y remuneraciones) Número de casos reportados de discriminación (5.6 Derechos humanos)
Ofrecer opciones de trabajo flexibles, oportunidades de permiso y reingreso a puestos de igual salario y condición, para reconocer la carga del trabajo no remunerado	Beneficios sociales y medidas de conciliación (6.4 Beneficios sociales y remuneraciones) Permisos parentales (6.4 Beneficios sociales y remuneraciones)
Implementar prácticas de reclutamiento y retención del talento con enfoque de género y garantizar la igualdad de acceso a los programas de formación	Número total y tasa de nuevas contrataciones por tramo de edad y género (10 Información complementaria))
Empoderar a las mujeres a través de programas específicos de liderazgo femenino	Programa de desarrollo directivo dirigido a mujeres con potencial (6.3 Igualdad)
Establecer una política de tolerancia cero hacia todas las formas de violencia en el entorno laboral y prevenir el acoso sexual	Código Ético (6.3 Igualdad) Procedimiento para la Gestión del Riesgo Psicosocial y acoso en el Entorno Laboral (5.2 Gestión integrada de riesgos)
Establecer estructuras de apoyo para informar sobre posibles incidencias de discriminación, violencia o acoso	Canales de denuncia confidenciales (5.6 Derechos humanos) Número de casos reportados de acoso sexual (5.6 Derechos humanos) Número de casos reportados de discriminación (5.6 Derechos humanos)



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12



Convenios Colectivos

Beneficios sociales y medidas de conciliación

Diversidad e igualdad de oportunidades

Plan de Formación

Medidas de prevención de riesgos laborales

Valor social generado y distribuido

Eficiencia en el consumo de recursos

Meta 8.4 Mejorar el consumo eficiente de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente

ACCIONES 2024	INDICADOR
Mejorar la eficiencia del uso de energía, agua, materias primas y otros recursos	Consumo de combustibles procedentes de fuentes renovables y no renovables (7.4 Consumo de recursos) Consumo de energía dentro y fuera de la organización (7.4 Consumo de recursos) Intensidad energética (7.2 Gestión energética) Medidas de eficiencia (7.2 Gestión energética) Consumo de agua (7.4 Consumo de recursos)
Evaluar y mitigar los impactos ambientales de los servicios	Residuos generados (7.4 Consumo de recursos) Cálculo HCO (7.3 HCO y cambio climático)
Influir de forma responsable en los patrones de consumo y promover estilos de vida saludables y sostenibles	Mediaset España comprometida con la sociedad (3.2 Contenidos sociales)

Meta 8.5 Contribuir al empleo pleno y el trabajo decente de todas las mujeres y hombres

ACCIONES 2024	INDICADOR
Ofrecer mejores sueldos, beneficios y condiciones de trabajo posibles	Información complementaria Beneficios sociales y medidas de conciliación (6.4 Beneficios sociales) Número total y tasa de nuevas contrataciones (10 Información complementaria) Número total y tasa de rotación de la plantilla (10 Información complementaria) Altos directivos procedentes de la comunidad local (10 Información complementaria) Plantilla por contrato (6.1 Plantilla) Permisos parentales (6.4 Beneficios sociales)
Proteger los derechos laborales básicos	Convenios Colectivos (6.5 Gestión de las relaciones sociales) Planes de igualdad (6.3 Igualdad)
Contribución a la creación de empleo en la comunidad	9. Transparencia fiscal



Convenios Colectivos
Beneficios sociales y medidas de conciliación
Diversidad e igualdad de oportunidades
Plan de Formación
Medidas de prevención de riesgos laborales
Valor social generado y distribuido
Eficiencia en el consumo de recursos

Meta 8.6 Reducir la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación

ACCIONES 2024	INDICADOR
Implementar programas de capacitación orientados al trabajo o colaborar con expertos en educación para incrementar la relevancia de la educación en los sistemas educativos actuales	Número y tasa de nuevas contrataciones (10 Información complementaria) Generación de conocimiento en el sector audiovisual y programas de becas o pasantías (6.2 Gestión del talento)

Meta 8.7 Erradicar el trabajo forzoso, las formas contemporáneas de esclavitud y eliminar el trabajo infantil

ACCIONES 2024	INDICADOR
Implementar mecanismos de cumplimiento para eliminar el trabajo forzoso, la esclavitud moderna y el trabajo infantil	Código Ético (5.6 Derechos humanos) Convenios Colectivos (6.5 Gestión de las relaciones sociales) Cláusulas en contratos con proveedores (8.1 Gestión de la cadena de suministro) Gestión de artistas menores de edad (2. Un modelo con propósito, 5. Modelo de gobierno) Control parental (2.7 Contenidos digitales)

Meta 8.8 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro para todos

ACCIONES 2024	INDICADOR
Implementar el compromiso con los derechos laborales, sin discriminación	Convenios Colectivos (6.5 Gestión de las relaciones sociales) Planes de igualdad (6.3 Igualdad) Porcentaje de trabajadores cubiertos convenios colectivos (6.5 Gestión de las relaciones sociales) Plazos mínimos de preaviso (10 Información complementaria)
Introducir sistemas de gestión de la salud y seguridad operacional	Comité de Seguridad y Salud (6.6 Salud y seguridad) ISO 45001 (5.2 Gestión integrada de riesgos) Tipos y tasas de accidentes y enfermedades profesionales (6.6 Salud y seguridad)



Meta 9.4 Modernizar la infraestructura y reconvertir las industrias para que sean sostenibles

ACCIONES 2024

INDICADOR

Transformación digital en emisión y difusión de contenidos
Creación de espacios de contenidos digitales propios
Iniciativas de eficiencia energética

Modernizar la infraestructura a través de la innovación y la inversión para que sean eficientes y sostenibles

8.1 Gestión de la cadena de suministro
Energías renovables (7.3 HCO y cambio climático)
Plataformas digitales para la difusión de contenidos (2.5 Gestión del negocio publicitario)



Meta 13.1 Fortalecer la resiliencia y capacidad de adaptación a los riesgos climáticos

ACCIONES 2024

INDICADOR

Gestión responsable de los recursos naturales
Inversión en eficiencia energética
Campañas e información ambiental difundida

Invertir en eficiencia energética en edificios

Iniciativas de eficiencia energética (7.3 HCO y cambio climático)

Reducir emisiones de GEI

Emisiones GEI alcance 1,2 y 3 (7.3 HCO y cambio climático)
Intensidad de emisiones de GEI (7.3 HCO y cambio climático)
Iniciativas para la reducción de emisiones (7.1 Gestión ambiental)
Consumo de energía y fuentes (7.4 Consumo de recursos)
Intensidad energética (7.2 Gestión energética)
Consumo total de combustibles (7.4 Consumo de recursos)

Meta 13.3 Mejorar la educación y sensibilización respecto de la mitigación del cambio climático

ACCIONES 2024

INDICADOR

Sensibilización y entendimiento sobre el cambio climático entre clientes, empleados, inversores, etc.

Campañas y programas sobre el medio ambiente (3.2 Contenidos sociales)

Estrategias de adaptación corporativa al riesgo climático

Eficiencia energética (7.2 Gestión energética)
Consumo de recursos y gestión de residuos (7.4 Consumo de recursos)

Colaboración con agentes para promover redes de conocimiento sobre cambio climático

4.1 Alianzas para la sostenibilidad



Reglamento del Consejo de Administración
Políticas corporativas, reglamentos y protocolos
Código ético
Código deontológico
Confianza online

Meta 16.1 Reducir significativamente toda forma de violencia

ACCIONES 2024	INDICADOR
Acceso a los contenidos y protección de la audiencia vulnerable	Horas de contenidos accesibles (3.1 Accesibilidad de los contenidos) Calificación de contenidos por edades (2.7 Gestión de los contenidos digitales) Navegación en entorno seguro (2.7 Gestión de los contenidos digitales)
Seguridad	Formación en materia de derechos humanos (5.6 Derechos humanos)
Violencia y acoso en el entorno laboral	Tolerancia cero ante el acoso laboral (6.3 Igualdad)

Meta 16.3 Promover la aplicación de la regulación y garantizar un acceso igualitario a la justicia

ACCIONES 2024	INDICADOR
Promover la gestión ética y conforme a la ley	Código ético (5. Modelo de gobierno) Políticas corporativas https://www.mediaset.es/corporativo/Políticas_Corporativas.html Buzón ético para comunicar cualquier posible práctica irregular (2. Un modelo con propósito, 5. Modelo de gobierno) Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, prácticas monopólicas o contra la libre competencia (5.3 Gobernanza ética) Acciones jurídicas relacionadas con casos de corrupción (5.3 Gobernanza ética) Promover la gestión ética y conforme a la ley (2.10 Relación con Instituciones) Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios (8.2 Salud y seguridad de la audiencia) Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing (8.2 Salud y seguridad de la audiencia) Casos de incumplimiento relacionados con los impactos de los productos y servicios en la salud y seguridad (8.2 Salud y seguridad de la audiencia) Casos de incumplimiento de la legislación o códigos voluntarios en materia ambiental, social o económica (7.1 Gestión ambiental, 8.2 Salud y seguridad de la audiencia)

Meta 16.5 Contribuir a la reducción sustancial de la corrupción y el soborno en todas sus formas

ACCIONES 2024	INDICADOR
	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción/ soborno (5.2 Gestión integrada de riesgos) Formación en materia de anticorrupción (5.2 Gestión integrada de riesgos)



Reglamento del Consejo de Administración
Políticas corporativas, reglamentos y protocolos
Código ético
Código deontológico
Confianza online

Meta 16.6 Desarrollo de instituciones efectivas, responsables y transparentes

ACCIONES 2024

Promover la gestión ética y conforme a la ley

INDICADOR

Composición del máximo órgano de gobierno y sus comisiones; su funcionamiento y obligaciones (5.1 Órganos de gobierno)
Gestión de conflictos de interés (5.1 Órganos de gobierno)

Meta 16.10 Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de acuerdo con la legislación nacional y los acuerdos internacionales

ACCIONES 2024

Libertad de expresión

Protección de la privacidad

INDICADOR

Mecanismos de interacción con la audiencia (2.7 Gestión de los contenidos digitales)
Reclamaciones fundadas relacionadas con brechas de seguridad en materia de protección de datos (5.4 Protección de datos)



Pacto Mundial
Cluster de Cambio Climático
Cluster de Transparencia, buen gobierno e integridad
Responsible Media Forum
Laboratorio de inversión socialmente responsable

Meta 17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces

ACCIONES 2024

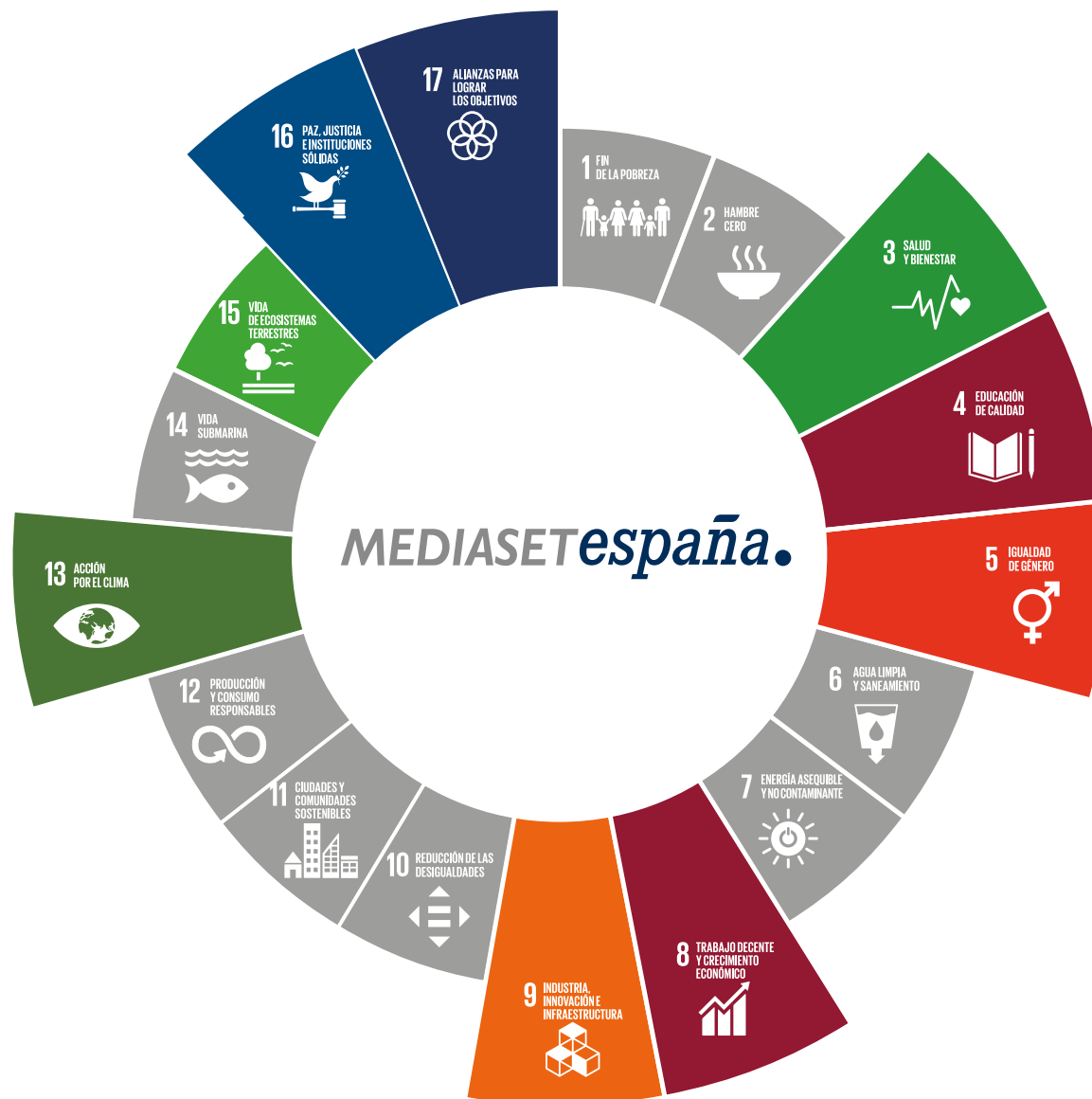
Asociación transparente y responsable con los gobiernos, la sociedad civil y los demás actores relevantes del desarrollo sostenible

INDICADOR

4.1 Alianzas para la sostenibilidad



LOS ODS Y NUESTRA PROGRAMACIÓN





			Cobertura horaria
Informativos		Informativos Telecinco	686h ¹
		Noticias Cuatro	525h ²
Programas de Actualidad Daytime y access		La Mirada Crítica	417h
		Vamos a Ver	818h ³
		Tardear	563h
		En Boca de Todos	551h ⁴
		Todo es Mentira	578h ⁵
		Horizonte	97h
Programas de Actualidad Prime time		Fuera de cobertura	4h
		El Punto de Mira	771h
		Fiesta	410h
Infotainment Daytime		Tiempo al Tiempo	120h

			Cobertura horaria
Infotainment Prime time		Demos. El Gran Sondeo	18h
		100% Únicos	6h
Docushow ⁶		Callejeros	63h
		En Guardia: Mujeres Contra el Crimen	8h
		Planeta Calleja	69h
		Volando Voy	282h
		Viajeros Cuatro	334h

1 Incluye las diferentes ediciones que se emiten de lunes a domingo: matinal sobremesa y prime time

2 No incluye 'Cuatro al día Fin de Semana'

3 Incluye 'Vamos a ver Más' 'Vamos a ver Verano' y 'Vamos a ver Más Verano'

4 Incluye 'En boca de todos: Especial'

5 Incluye 'Todo es mentira: bis' 'Todo es mentira: 5 años' 'Todo es mentira: XL' y 'Todo es mentira: El cisma de Belorado'

6 La cobertura horaria incluye programas de estreno y redifusiones.



				Cobertura horaria
Citas con Especialistas	5	El Desmarque Telecinco	5 16	46h
		Más que Coches	9	40h
	5	Enphorma	3	129h
		El Desmarque Cuatro	5 16	131h
		El Desmarque Madrugada		74h
		Mil Palabras y Más	4	0 33h
	d.	Conectamos Empleo	8	86h
Entertainment	5	Got Talent España	3 4 16	35h ⁷
		Él Pueblo	4 8 13	17h ⁸
		First Dates	5	430h ⁹

				Cobertura horaria
Redes Temáticas		Cine de todos los tiempos y todos los géneros	4 5	7.102h
		La Casa de los Retos	3 4 5 13	109h ¹⁰
		Cartoons		6.229h
	d.	La música un sello del canal	4	9h
	F.	Series nacionales e internacionales	4	7.292h
	E.			8.596h ¹¹

⁷ No incluye: 'Got Talent: All Stars' redifusiones de 'Got Talent' 'Got Talent: Momentazos' ni 'Got Talent: la batalla de los jueces'

⁸ Incluye episodios de estreno y redifusiones

⁹ Incluye los especiales de Nochebuena y Nochevieja y 'First Dates: Summer'

¹⁰ Incluye programas de estreno y redifusiones

¹¹ Energy: incluye series y cine

MODELO DE GOBIERNO

MEDIASETespaña.



ÓRGANOS DE GOBIERNO

La función principal del consejo de administración es definir la estrategia de la empresa, supervisar la gestión ejecutiva y asegurar que la empresa opere en el mejor interés de las partes interesadas. Esto incluye desde la supervisión financiera hasta la aprobación de planes estratégicos, pasando por la definición de políticas de gobierno y la supervisión del cumplimiento legal y ético. Además, el consejo tiene la responsabilidad de guiar a la empresa a través de los cambios regulatorios y de mercado que afectan al sector de medios de comunicación.

La labor de los consejeros y la evaluación de su desempeño es supervisada por el Consejo de Administración. Asimismo, la selección, nombramiento y aprobación de su remuneración se regula en los estatutos sociales y es aprobada por los órganos sociales de la compañía.

PRINCIPALES TEMAS ABORDADOS POR EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

- Supervisión de la trayectoria de la Compañía: la evolución de la facturación publicitaria y resultados de audiencia.
- Seguimiento de la gestión de la Compañía: Análisis de los estados financieros de la Compañía y su Grupo - Aprobación del Presupuesto del ejercicio 2025.
- Establecimiento de objetivos estratégicos para el ejercicio 2025.
- Remuneración de los consejeros. Aplica principios de equilibrio y moderación a la remuneración del Presidente, Consejero Delegado y vocales.
- Análisis de la situación política y modificaciones legislativas.
- Supervisión de la actividad de las diferentes áreas de la compañía.

COMPOSICIÓN CONSEJO DE ADMINISTRACION

- Cristina Garmendia Mendizabal – Presidente
- Alessandro Salem - Consejero delegado
- Massimo Musolino - Consejero delegado
- Fedele Confalonieri
- Stefano Sala
- Mario Rodriguez Valderas
- Marco Giordani
- Gina Nieri
- Niccoló Querci

RESUMEN DE LAS RETRIBUCIONES (MILES DE EUROS)

Nombre	Total ejercicio 2024
Cristina Garmendia Mendizabal	342
Fedele Confalonieri	120
Marco Giordani	120
Alessandro Salem	1.998
Stefano Sala	120
Massimo Musolino	1.107
Niccolo Querci	120
Gina Nieri	120
Mario Rodriguez Valderas	865
TOTAL	4.911

Nota: Se incluye la remuneración de los que miembros del consejo de administración a 31/12/2024, excluyéndose la de aquellos consejeros que han cesado durante el ejercicio.



GESTIÓN INTEGRADA DE RIESGOS

El Grupo Mediaset cuenta con el Sistema de Gestión Integral de Riesgos, basado en COSO II, que permite garantizar una gestión de riesgos integral y tiene como finalidad la identificación, control y gestión de los riesgos que puedan afectar al cumplimiento de los objetivos definidos.

SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN DE RIESGOS

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN	UNIDAD DE CUMPLIMIENTO Y PREVENCIÓN	COMITÉ DE ADQUISICIONES Y VENTAS	DIRECCIÓN DE REGLAMENTACIÓN INTERNA Y COMPLIANCE	UNIDAD DE GESTIÓN DE RIESGOS	COMITÉ DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y PRIVACIDAD	UNIDAD DE PROTECCIÓN DE DATOS
Máximo órgano de gobierno. Entre otros cometidos, tiene la aprobación y seguimiento de la política de control y gestión de riesgos financieros y no financieros, incluidos los fiscales, así como la supervisión de los sistemas internos de información y control.	Depende del Consejo de Administración. Entre sus cometidos tiene el de velar por la aplicación del Código Ético por parte de las sociedades del Grupo y evaluar su grado de cumplimiento, gestionar el buzón ético e investigaciones internas, establecer y actualizar los controles necesarios para la prevención y detección de conductas delictivas y fomentar una cultura de cumplimiento.	Depende de la Alta Dirección. Tiene el cometido de analizar la información económico-financiera de cualquier producción, compra de bienes o contratación de servicios cuyo importe sea superior a 20.000€ anuales, o ante la oportunidad de compra/venta de derechos u otro tipo de venta.	Depende de la Dirección General Corporativa. Entre sus principales funciones se encuentran la implementación del modelo de Compliance y el modelo de Privacidad, la gestión de riesgos locales de Mediaset España, la supervisión de la Política de Seguridad así como la definición de las políticas, protocolos y procedimientos vigentes en la compañía.	Es la unidad a través del cual se desempeñan las funciones ejecutivas de gestión de los riesgos en la operativa diaria de la compañía, aplicando el marco para la Gestión Integral de Riesgos de la Risk Office de MFE.	Depende de la Unidad de Gestión de Riesgos. Entre sus principales funciones se encuentran las de revisar, aprobar e impulsar la Política de Seguridad, así como realizar un seguimiento de las incidencias de seguridad críticas producidas en el Grupo, proponer y llevar a cabo los planes de seguridad y verificar las medidas de seguridad técnicas definidas en la Política.	Depende de la Dirección de Reglamentación Interna y Compliance. Tiene el cometido de establecer y mantener el Modelo de Privacidad sobre el tratamiento de los datos de carácter personal.
AUDITORÍA INTERNA DE MFE						

MARCO DE CONTROL

● SISTEMA DE COMPLIANCE FINANCIERO	● POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS	● CÓDIGO ÉTICO	● OTRAS POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS
● POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO	● POLÍTICA DE SEGURIDAD CORPORATIVA	● SISTEMA DE GESTIÓN DE COMPLIANCE PENAL	



POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

IDENTIFICACIÓN	EVALUACIÓN	MAPA DE RIESGO	PLAN DE ACCIÓN	SEGUIMIENTO
Los “propietarios” de los procesos de negocio de la cadena de valor de la compañía identifican los eventos que, en caso de materializarse, pueden llegar a afectar el desarrollo de los procesos y el cumplimiento de los objetivos de su Dirección.	Los “gestores” de los riesgos (los responsables de llevar a cabo las acciones que forman parte del proceso de negocio) evalúan los riesgos en función de su probabilidad de ocurrencia y su posible impacto en el negocio.	Los “gestores” de los riesgos, junto con la Dirección de Auditoría Interna, valoran la inclusión en el Mapa de Riesgos de la compañía, de aquellos eventos que supongan una amenaza potencial para la consecución de los objetivos de la Dirección.	Los “propietarios”/ “gestores” de riesgos definen las acciones requeridas como mecanismo de control específicos para cada riesgo identificado.	La Dirección de Reglamentación Interna y Compliance supervisa y monitoriza la ejecución de los controles definidos en el Plan de Acción. Actualiza anualmente el Mapa de Riesgos y lo revisa semestralmente.

La Política de Gestión Integral de Riesgos establece las directrices para la identificación y evaluación de los riesgos, las respuestas a los mismos, así como las actividades de control y supervisión. Bajo este marco, la compañía tiene mapeados todos los procesos que implican operaciones de negocio y de estructura, de forma que se identifican aquellos que son claves y críticos para la consecución de los objetivos estratégicos, sobre los cuales se realizan pruebas periódicas para validar su adecuado cumplimiento.

El Grupo Mediaset rechaza cualquier práctica de **corrupción, soborno, estafa o cualquier otro comportamiento tipificado como delito** por el Código Penal y está totalmente implicado en el estricto cumplimiento del ordenamiento jurídico. El Código Ético, junto con la Política de Cumplimiento Normativo y el Protocolo de Detección y Prevención de Delitos, establecen el marco de actuación para prevenir y evitar que se produzcan acciones que puedan ser consideradas prácticas de corrupción o cualquier comportamiento tipificado como delito por el Código Penal.

El Grupo Mediaset tiene definida una estructura de control del marco de gestión en materia de anticorrupción donde el Consejo de Administración es el órgano de control y supervisión del Sistema de Gestión del Compliance Penal y la Unidad de Cumplimiento y Prevención es el órgano responsable de la gestión y monitorización de dicho Sistema.

El Sistema de Gestión del Compliance Penal establece una serie de controles que ejecutan periódicamente las diferentes áreas de negocio, con la finalidad de mitigar dichos riesgos. Este proceso de control se realiza tanto para las empresas del Grupo como para aquellas que potencialmente puedan formar parte de éste. Para estas últimas, durante la fase de due diligence se solicitan y analizan todas las medidas que la empresa sometida a estudio tenga implementadas en materia de anticorrupción.

Dentro de sus funciones, la Unidad de Cumplimiento y Prevención asume la actualización anual del Mapa de riesgos penales, así como el establecimiento de controles para la prevención y detección de conductas delictivas y mitigación de los posibles riesgos relacionados.

PRINCIPIOS Y VALORES DEL CÓDIGO ÉTICO

- Cumplimiento de la legislación vigente
- Responsabilidad empresarial
- Libertad de información y opinión
- Igualdad de oportunidades y no discriminación

El Sistema de Gestión del Compliance Penal está sometido a dos verificaciones:

1. Auditoría externa anual, realizada por una empresa de reconocido prestigio.
2. Verificación por parte de AENOR para mantener la certificación de la UNE 19601 en materia de compliance penal.

Por último, el Grupo cuenta con un mecanismo de identificación de socios de negocio que puedan presentar un riesgo alto en materia de corrupción descrito en el Protocolo de Detección y Prevención de Delitos y en los procedimientos de diligencia debida establecidos a tales efectos. El sistema de alertas de gestión de Mediaset España tiene la finalidad de prevenir prácticas irregulares o detectar indicios de operaciones sospechosas. A su vez, cualquier empleado, directivo, administrador o colaborador del Grupo Mediaset que tenga fundadas sospechas de la existencia de prácticas contrarias a los principios y valores del Código Ético o a la ética y la buena fe en los negocios, puede comunicarlas a través del Buzón Ético.



En enero de 2023, se renovó por 3 años la certificación del Sistema de Cumplimiento Penal (UNE 19601:2017) emitida por Aenor.



Asociación Española de Compliance

Mediaset España es socio de ASCOM (Asociación Española de Compliance).



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

CONTROLES DEL GRUPO PARA MITIGAR LOS RIESGOS DE CORRUPCIÓN Y SOBORNO

- Matriz de poderes y política de uso Segregación de funciones
- Verificación de los cobros y pagos de las operaciones de ingresos y gastos
- Proceso de adquisición de derechos de emisión y / o derechos sobre formato
- Procedimiento de compras y adquisiciones
- Procedimiento de firma de contratos
- Procedimiento de operaciones vinculadas
- Comité de adquisiciones y ventas
- Protocolo de homologación de proveedores
- Procedimiento de dietas y gastos de desplazamiento
- Procedimiento de aceptación y entrega de regalos e invitaciones
- Protocolo de concesión de donaciones y gestión de sponsors
- Cláusulas contractuales relativas a la prevención de riesgos penales en contratos con terceros
- Órdenes de publicidad convencional asociadas a un acuerdo comercial
- Guía de actuación en materia de Compliance Penal en sociedades participadas (no sujetas a la gestión efectiva del Grupo)

El Código Ético y la Política de Cumplimiento Normativo de Mediaset España establecen los principios y valores fundamentales por los que se rige la compañía y al que se encuentran sujetos todos los empleados, directivos y miembros del Consejo de Administración, así como las sociedades dependientes y todas aquellas personas, físicas o jurídicas, que mantengan cualquier tipo de relación con Mediaset España en el desempeño de sus actividades profesionales o empresariales.

Por otra parte, el Código Ético establece los criterios y normas de actuación con el fin de evitar situaciones que puedan generar un conflicto de interés. Asimismo, el Grupo cuenta con una serie de procedimientos que mitigan el riesgo de existencia de conflictos de interés y estimulan la transparencia y la buena gestión. En este sentido, para evitar los potenciales conflictos de interés en la creación de contenido y/o su divulgación, todos los encargos de creación de contenidos son revisados, analizados y finalmente aprobados por el Comité de Adquisiciones del Grupo.

Con carácter general, las operaciones vinculadas que se propongan realizar la Sociedad y sus sociedades dependientes lo serán siempre en favor del interés social del Grupo, en condiciones de mercado, de forma transparente y sin ningún tipo de discriminación con respecto a terceros que se hallen en condiciones equivalentes.

BUZÓN ÉTICO

- La Unidad de Cumplimiento y Prevención recibe la información y valora su veracidad y credibilidad.
- Eleva las que estima fundadas a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, quien valora el inicio de la investigación
- Obligación de garantizar y asegurar la protección de la privacidad y confidencialidad de la información recibida y las personas implicadas
- Adecuación a la directiva UE 2019/1937 relativa a la protección de las personas que informen sobre infracciones del Derecho de la Unión
- Lanzamiento de video introductorio al programa formativo del Código Ético (grupo piloto).
- Plan de inducción para las nuevas incorporaciones.
- Programa Impulsa: concienciación sobre compliance, ciberseguridad y protección de datos para mandos intermedios.
- Monográfico canal de denuncias.

En cuanto a los cambios en la normativa interna con impacto en el Sistema de Gestión de Cumplimiento Penal, la Dirección de Reglamentación Interna y Compliance ha llevado a cabo la actualización de 30 procedimientos.

COMUNICACIÓN DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS ANTI-CORRUPCIÓN

- Al Consejo de Administración
- A los trabajadores
- A los socios de negocios con contratos formalizados con Mediaset España
- Código Ético disponible públicamente a todos los grupos de interés

La Unidad de Cumplimiento y Prevención de Delitos (UCPD) tiene la responsabilidad de establecer controles para la prevención y detección de conductas delictivas, tales como la corrupción en los negocios, el tráfico de influencias o la estafa, así como la actualización anual del Mapa de riesgos penales. Esta unidad es el canal de comunicación con el Consejo de Administración para cualquier preocupación o asuntos crítico planteado por un trabajador, proveedor u otro grupo de interés, y reporta directamente al Consejo de Administración.



La Unidad de Cumplimiento y Prevención de Delitos (UCPD) tiene la responsabilidad de establecer controles para la prevención y detección de conductas delictivas, tales como la corrupción en los negocios, el tráfico de influencias o la estafa, así como la actualización anual del Mapa de riesgos penales. Esta unidad es el canal de comunicación con el Consejo de Administración para cualquier preocupación o asuntos crítico planteado por un trabajador, proveedor u otro grupo de interés, y reporta directamente al Consejo de Administración.

El control de la aplicación efectiva de los procedimientos y códigos correspondientes, así como las diligencias ante cualquier situación de posible irregularidad, fraude o corrupción, es llevado a cabo por la Unidad de Cumplimiento y Prevención, quien deberá elevar el caso al Consejo de Administración. Dentro del Sistema de gestión de cumplimiento penal, se lleva a cabo el análisis de los riesgos relacionados con la corrupción u otros comportamientos delictivos en las líneas de actividad que mayor incidencia tienen en el Grupo.

En 2024, el Buzón Ético recibió 37 consultas que fueron gestionadas por las áreas responsables de la compañía, dando debida respuesta a los implicados. Una vez tramitadas, las consultas se cerraron, sin tener efectos materiales para la compañía. A su vez, se recibieron 18 denuncias que fueron analizadas por la Unidad de Cumplimiento dentro de los plazos establecidos, informando a los denunciantes que se procedía a activar el protocolo previsto en el Procedimiento de Utilización y Gestión del Buzón Ético Corporativo. Las denuncias fueron tramitadas según lo establecido en el Procedimiento, informando en plazo a los denunciantes. Todas las denuncias estaban relacionadas con cuestiones operativas o controversias sobre el contenido emitido, o dicho de otro modo, ninguna de las denuncias estaba relacionada con actos ilícitos, irregularidades o fraude.

Cualquier compra de bienes y servicios se encuentra regulada mediante los procedimientos de adquisiciones y de firma de contratos y es el Departamento de Compras el encargado de supervisar la gestión

CONTROLES DE GESTIÓN EN LA CADENA DE SUMINISTRO

- Comité de Adquisiciones y Ventas: aprobación de toda compra y contratación de servicios, producción, compraventa de derechos o cualquier otro tipo de venta superior a 20.000€.
- Firma de contrato: obligatoria para toda solicitud de contratación de servicios, y para la adquisición de bienes por importe superior a 150.000€.
- Protocolo de homologación de proveedores Previo a la contratación de bienes o servicios.
- Cláusula de Protección de los Datos de Carácter Personal en todos los contratos
- Valoración de la necesidad de contratación de seguros de Responsabilidad Civil y de daños.
- Cumplimiento de los requerimientos en materia de Prevención de Riesgos Laborales para los proveedores que prestan servicios dentro de las instalaciones del Grupo.
- Cláusulas para garantizar un comportamiento empresarial responsable.

CONTROLES PARA MITIGAR LOS RIESGOS DE CONDUCTAS ANTI-COMPETITIVAS, COMPETENCIA DESLEAL O PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS

- Código Ético
- Política de Cumplimiento Normativo
- Guía interna sobre la política comercial de Publiespaña

FORMACIÓN EN MATERIA DE PREVENCIÓN DE LA CORRUPCIÓN Y BLANQUEO DE CAPITALES POR CATEGORÍA LABORAL Y GÉNERO

	2024 (HORAS)		
	H	M	Total
Directivo	255	142	397
Jefe de Departamento	40	62	102
Periodistas	219	136	355
Empleados	731	548	1.279
Operarios	16	4	20
ETT	4	2	6
Total	1.265	894	2.159



Mapa de riesgos

El Mapa de Riesgos Corporativo, cuya aprobación anual compete al Comité de Riesgos de MFE-Mediaforeurope y que aborda potenciales riesgos financieros y no financieros del negocio, es revisado con periodicidad semestral, por el Comité de Riesgos, de cara a identificar cualquier factor de riesgo que pueda tener un impacto negativo en las operaciones o resultados del Grupo. Esta revisión que también se presenta ante el Consejo de Administración de Mediaset España. Semestralmente, la Unidad de Gestión de Riesgos de Gam revisa los KRIs.

Durante el proceso de revisión, se tienen en cuenta las expectativas que los principales responsables de áreas clave del negocio, inversores, reguladores, clientes y proveedores puedan tener de la compañía, así como hechos relevantes acontecidos interna o externamente que tengan potencial impacto sobre la actividad, novedades legislativas y recomendaciones de buenas prácticas que puedan ser de aplicación en la gestión del negocio.

El Mapa de Riesgos Penales contempla, además de los delitos cuya comisión puede generar una posible responsabilidad penal para el Grupo, otros delitos cuya comisión podría afectar a la compañía por las posibles consecuencias jurídicas contenidas en el Código Penal. En la revisión anual de riesgos penales se identifican y valoran riesgos vinculados a aspectos sociales, entre ellos:

- Delito contra los derechos de los trabajadores.
- Delitos relativos a la prostitución y corrupción de menores.
- Delitos contra los derechos de ciudadanos extranjeros.
- Delito de acoso sexual.

En la matriz de riesgos y controles penales de Mediaset España se encuentran determinados delitos vinculados a la buena gobernanza, para los que se han establecido controles cuyo objetivo es evitar que se materialicen los riesgos y prevenir que se produzcan los delitos tipificados en la normativa legal vigente aplicable, obteniendo un mapa de riesgos residual dentro del nivel de riesgo aceptable para el Grupo. Entre los delitos valorados se encuentran:

- Delito de corrupción en los negocios
- Delito contra el mercado y los consumidores
- Delito de tráfico de influencias
- Delito de estafa
- Delito de cohecho, etc.

En cuanto a los cambios legislativos el 1 de marzo de 2023 se publicó la *Ley Orgánica 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI* que, en lo relativo al ámbito laboral, establece algunas obligaciones para la igualdad y no discriminación LGTBI. Estas medidas entraron en vigor en marzo de 2024.

Durante este periodo se ha actualizado el Procedimiento para la gestión del riesgo psicosocial y el acoso en el entorno laboral incluyendo un protocolo de actuación para atender las situaciones de acoso o violencia contra las personas LGTBI. También se ha iniciado una campaña de comunicación a todo el personal para la concienciación por la diversidad y contra el acoso en Mediaset.

Durante el mes de mayo el Gobierno tramitó el Real Decreto para crear la Autoridad Independiente de Protección del Informante a través del procedimiento de urgencia. El trámite de presentación de observaciones finalizó el 21 de mayo de 2024. Aunque se esperaba la aprobación inmediata de la norma por el Consejo de Ministros, a la fecha de elaboración de este informe no se ha aprobado el Real Decreto ni se ha publicado en el BOE.

Los riesgos vinculados a la seguridad y salud en el entorno laboral se encuentran identificados en el Mapa de Riesgos Corporativo, así como en el Mapa de Riesgos Penales. Los convenios colectivos de las distintas empresas del Grupo garantizan el cumplimiento de estándares laborales de calidad y aseguran que cada trabajador cuenta con los medios técnicos, conocimientos y seguridad laboral para desempeñar las funciones de trabajo. A su vez, el Certificado ISO 45001:2018 sobre Gestión de la Seguridad y Salud Laboral revela el grado de compromiso de la organización con el cumplimiento de la normativa relativa a la prevención de riesgos laborales. Por tanto, dados los controles establecidos y operantes dichos riesgos no son considerados un riesgo relevante para la continuidad del negocio.

Los riesgos vinculados a la protección de menores están contemplados en el Mapa de Riesgos Corporativo y en el Mapa de Riesgos Penales. Teniendo en cuenta la actividad de emisión de contenidos que efectúa el Grupo tanto en sus canales de televisión, como en los digitales, la compañía está sometida a una calificación de los contenidos y unos horarios de protección del menor. Asimismo, en cuanto a la producción de contenidos, el Grupo cuenta con estrictos protocolos de actuación de cara a la participación de un menor en alguno de los programas.

La Unidad de Cumplimiento revisa anualmente el Mapa de Riesgos Penales; un experto independiente de reconocido prestigio realiza la auditoría interna del Sistema de Gestión del Compliance Penal, sistema que es certificado anualmente por AENOR. La valoración del riesgo residual de los riesgos penales en ningún caso es superior a bajo. El riesgo asociado a los posibles impactos derivados del cambio climático, tanto físico como de transición, existe y ha sido integrado en el Sistema de Gestión de Riesgos del Grupo Mediaset, si bien debido a los mecanismos de prevención y mitigación, no presenta un impacto estratégico o financiero significativo para el desarrollo del negocio audiovisual del Grupo, de acuerdo con la valoración de la Dirección. En este sentido, Mediaset España tiene establecido un protocolo de contingencias que establece las actuaciones necesarias en caso de fuerza mayor que pongan en peligro la emisión de los contenidos audiovisuales en TDT y digital y por tanto, se encuentra preparada para el mantenimiento de su operativa de negocio. Anualmente, el Grupo realiza pruebas del correcto funcionamiento de los planes de continuidad de negocio.



PRINCIPALES RIESGOS Y MECANISMOS DE GESTIÓN							
PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
INCUMPLIMIENTO DEL MARCO REGULATORIO	Cambios normativos significativos o cambios en las interpretaciones de la normativa existente en materia contable, fiscal, penal, laboral, competencia, protección de datos, así como la propia regulación del sector audiovisual y publicitario, que puedan afectar al desarrollo del negocio y el cumplimiento de los objetivos estratégicos.		Mediaset España tiene constituido un equipo de trabajo donde cualquier cambio regulatorio es analizado pormenorizadamente por la alta dirección, de forma que cualquier decisión imprevista pueda amortiguarse de manera inmediata y su impacto en la compañía sea el menor posible.	NO	Desde la Dirección General Corporativa se ha analizado el impacto de todas las modificaciones fiscales del periodo. Además, desde el área de Gobierno Corporativo se hace un seguimiento de todas las tendencias y mejores prácticas en materia de ESG.	1. Requerimientos CNMC; 2. Alineamiento con la normativa de compliance; 3. Novedades fiscales; 4. Tendencias ESG.	RÁPIDO
			A su vez, dada la continua vigilancia que el regulador ejerce sobre los contenidos emitidos por los canales, Mediaset España ha desarrollado los procesos e implementado las medidas cautelares oportunas a nivel de control editorial para que no se incumplan las restricciones de emisiones de contenidos en horarios de protección y se cataloguen debidamente los mismos con preaviso al telespectador.	Aplicación de la Ley Orgánica 4/2023, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI			
			No obstante, se debe tener en cuenta que el criterio de evaluación de emisión de los contenidos es totalmente subjetivo y, por tanto, resulta difícil eliminar este riesgo por completo.	Modificaciones de la legislación fiscal			
			Los sistemas de gestión de la publicidad tienen implementados controles para cumplir con las obligaciones legales en cuanto a los bloques publicitarios que se pueden programar en la parrilla.	Desarrollo de la legislación ESG			
PÉRDIDA DE COBERTURA DE LA TV Y UNA BAJADA DE CONSUMO POR OTRAS PLATAFORMAS	La ampliación de la oferta televisiva con la incorporación de plataformas OTT y Redes Sociales, junto con nuevos patrones de consumo más dirigido bajo demanda puede provocar un descenso en el consumo de TV y por consiguiente, una pérdida de cobertura y notoriedad de la televisión en abierto.		Mediaset España está aprovechando todas las oportunidades que el mercado audiovisual está ofreciendo en su transformación. Aparte de competir por el liderazgo en la televisión en abierto, la Compañía ha desarrollado una estrategia de consolidar sus plataformas web, creación de nuevos canales digitales, fortalecimiento de las redes sociales y alianzas con las principales plataformas OTT para distribución de algunos de sus contenidos.	SÍ	Mediaset España ha aumentado la inversión para poder ofrecer sus productos audiovisuales en otras plataformas de consumo y está implementando nuevas formas de distribución y producción de contenidos con la visión de tener un 360 en el entorno audiovisual.	1. Kantar Media: Consumo de TV en abierto. 2. GFK: Medición de audiencias digitales	RÁPIDO
ENTORNO POLÍTICO Y MACROECONÓMICO ADVERSO	El negocio de la televisión está directamente relacionado por la evolución económica y, por tanto, éste es un factor externo que tiene incidencia directa en el negocio. La guerra de Ucrania, el inicio de la guerra en Oriente Medio y la inestabilidad en la zona del mar Rojo han provocado mayor inestabilidad geopolítica. En 2024, la inflación se ha moderado y los tipos de interés parecen haber alcanzado su nivel más alto, observando a finales del ejercicio como empiezan a descender.		Mediaset España ha adoptado medidas dirigidas al control de costes, tanto de negocio como de estructura, que perduran en el tiempo dada la coyuntura económica vigente. Asimismo Mediaset España está apostando por una diversificación de la dependencia de sus ingresos por publicidad, véase por la venta de derechos de contenidos a plataformas OTT y nuevas líneas de ingresos digitales.	SÍ	Mediaset España ha aplicado su knowhow en gestión de costes para minimizar el impacto de este riesgo.	1. Evolución de la inversión publicitaria 2. Evolución del PIB	RÁPIDO



PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
COMPETIDORES Y CONDICIONES DE MERCADO	Fuerte competencia en el sector audiovisual donde la alta fragmentación se ve potenciada por la entrada de nuevos agentes en el mercado. Por tanto, no sólo se produce una mayor competencia por adquirir contenidos atractivos para los usuarios y en condiciones económicas interesantes para la compañía, sino que también surgen nuevos generadores y emisores de contenidos audiovisuales propios.	 	Mediaset España apuesta fuertemente por el fomento de todas las plataformas de difusión de contenidos, con la Televisión como plataforma principal. Además está haciendo iniciativas que tratan de hacer converger el contenido de tv con el entorno digital.	Sí	Mediaset España sigue apostando por la multimedia y para ello ha creado equipos específicos para el ámbito digital en las áreas de comercial y marketing. Continúa haciendo esfuerzos a nivel de inversión para el continuo desarrollo de sus plataformas multimedia.	1. Datos de audiencia en los canales TDT, online y HbbTV. 2. Ventas de productos de ficción y otros programas. 3. Evolución de la publicidad digital.	RÁPIDO
	A su vez, las nuevas plataformas de contenidos no se encuentran sometidas a las mismas obligaciones y límites respecto de los canales de televisión.		Mediaset España continua en la estrategia de potenciar sus productos con las compras de nuevos eventos así como fortalecer sus productos de entretenimiento y ficción para competir con éxito.		Adicionalmente, la Compañía se encuentra inmersa en un proceso de integración para obtener las sinergias comentadas anteriormente.		
	Estas nuevas plataformas provocan un cambio de habito de consumo del contenido que impacta en el consumo televisivo. Si bien hasta ahora la competencia con las plataformas internacionales de OTT era por la audiencia, la estrategia de introducción de publicidad por estos operadores, está originando una mayor rivalidad en el ámbito publicitario.		La operación de fusión con MFE provocará sinergias en contenido, tecnología y recursos que reforzará la posición competitiva de la Compañía en el sector audiovisual.				
PÉRDIDA DE LIDERAZGO	Amenaza de una posible pérdida de liderazgo en la cuota publicitaria y/o rentabilidad,de TV en favor del entorno digital derivado de un cambio en las formas de consumo de contenido.	 	Desde la perspectiva de liderazgo en rentabilidad, Mediaset España lleva a cabo un minucioso proceso de monitorización del estado del mercado publicitario, para lograr el mix adecuado facturación- costes - rentabilidad, sin que ello afecte su liderazgo en audiencia.	NO	En 2024, Mediaset España sigue siendo líder, dentro del sector audiovisual, en target comercial así como en rentabilidad. Mediaset España está desarrollando nuevos formatos y adquiriendo nuevo contenido que permita recuperar cuota de audiencia sin renunciar a la rentabilidad. También está acelerando el desarrollo de los canales digitales para ganar cuota publicitaria.	1. Valor de la cuota publicitaria conseguida por Mediaset España con respecto al total de inversión tanto en TV como en digital.	RÁPIDO
			Para ello, la compañía mantiene su esquema de operaciones emitiendo la mayor parte de su programación como producción propia, logrando una elevada capacidad de reacción en relación a la contención de costes.				
			Mediaset España intenta fortalecer su liderazgo en audiencia a través de sus productos y marcas.				
DAÑO REPUTACIONAL	Mediaset España es dueña de muchas marcas, tanto corporativas como de producto asociadas a sus programas, por lo que está expuesta a situaciones que pueden amenazar su imagen corporativa, la de los canales que emite y la de sus programas.		La Dirección de Comunicación se encarga de velar por la imagen corporativa, mediante la monitorización continua de cualquier noticia o actividad que pudiera causar una crisis que impactase en la imagen de Mediaset España. En coordinación con la Dirección Multiplataforma, también monitoriza cualquier novedad en las redes sociales.	NO	En septiembre de 2024, Mediaset España ha lanzado una nueva imagen corporativa que busca una mayor simplicidad, uniformidad, claridad y sencillez. Son las claves que vertebran la nueva línea gráfica de la cadena, que estará presente en antena y en los dispositivos móviles y aplicaciones digitales.	Nº de incidentes producidos que afectan a la reputación de Mediaset España.	MUY RÁPIDO
			Asimismo, la compañía ha perfeccionado la coordinación con las productoras de los programas con el fin de tener mayor rapidez reactiva.				
			En el mismo momento en que se detecta una situación de posible conflicto, la Dirección de Comunicación coordina, informa y asesora al Consejero Delegado para tomar las medidas necesarias a tales efectos. Mediaset España colabora a través de proyectos/ campañas por la igualdad, cuidado del medio ambiente, defensa de la salud, concienciación en materia de protección de datos y privacidad, apostando por la educación como medio para lograr una sociedad mejor.				





PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
FINANCIERO	La situación económica afecta al riesgo de liquidez, a la fluctuación del tipo de interés y tipo de cambio, así como a la cobrabilidad de las ventas realizadas.		Mediaset España monitoriza el riesgo de los clientes catalogando a los mismos en función del riesgo y solicitando garantías suficientes para que los impagos sean los menores posibles. La Compañía tiene contratados instrumentos de cobertura y seguros de cambio así como varias líneas de crédito con diferentes bancos de cara a mitigar cualquier contingencia o aprovechar oportunidades de negocio.	NO	Mediaset España tiene instrumentos contratados para cubrir todos los pagos en moneda extranjera de 2024.	1. Porcentaje de incobrables. 2. Evolución del tipo de cambio	RÁPIDO
TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA	La constante y cada vez más rápida evolución tecnológica tiene su impacto en la forma de consumir televisión. La falta de adecuación tanto de infraestructuras como de sistemas, aplicaciones y plataformas a esta evolución, puede tener un impacto negativo en la sostenibilidad del negocio.	 	Mediaset España monitoriza la evolución y el efecto que la transformación tecnológica puede tener en la televisión y lleva a cabo las inversiones adecuadas para el desarrollo de tecnologías adaptadas e infraestructuras.	SI	En 2023 Mediaset España continúa con las inversiones para la transformación digital en diferentes áreas de la compañía, así como por la apuesta firma en la tecnología hbbTV. Como se ha comentado anteriormente, el proceso de integración con MFE aportará oportunidades de mejoras tecnológicas.	Porcentaje de inversión aprobado y proyectos en curso o finalizados.	LENTO
PIRATERIA	El avance tecnológico y el declive en los costes asociados facilita el posible acceso no autorizado a contenidos musicales y audiovisuales y que éstos sean rápidamente compartidos por los usuarios de nuevas tecnologías, sin la autorización de los legítimos poseedores de los derechos y sin el pago de los correspondientes royalties.		Mediaset España tiene establecidos contratos sólidos con proveedores de primera línea para el alojamiento del archivo digital. A su vez, tiene definidos procedimientos de control del flujo de contenidos hacia las distintas plataformas y se llevan a cabo auditorías técnicas para la revisión de su correcta aplicación. Se está en continua supervisión del contenido que se publica en redes sociales sin autorización. En el caso de las películas, la compañía cuenta con un sistema contratado de monitorización mediante el cual se lucha contra el acceso ilegítimo a los contenidos producidos, durante el periodo de tiempo en el que la película se difunde en salas cinematográficas.	NO	Mediaset España monitoriza el contenido que se publica sin autorización y requiere la retirada inmediata a la plataforma correspondiente	Número de incidentes producidos por este riesgo.	RÁPIDO
CIBERATAQUES	Daños causados por terceros en las plataformas de servicios, que produzcan una interrupción en los servicios prestados a los clientes y/o una brecha en la protección de datos personales.	 	Mediaset España tiene definido un Mapa de Riesgos de Ciberseguridad de Mediaset España y los correspondientes controles y medidas de mitigación. Por otra parte, tiene establecidas revisiones periódicas, tanto de usuarios como de vulnerabilidades de los sistemas, así como auditorías internas y externas contratadas, y cuenta con procedimientos para el tratamiento adecuado de incidentes. Mediaset España cuenta con un servicio de mitigación de ataques mediante Denegación de Servicio (DOS)."	En 2024 no se han recibido incidentes de seguridad de carácter material	Mediaset España realiza un seguimiento continuo sobre las nuevas amenazas que van apareciendo.	Número de incidentes producidos por este riesgo.	MUY RÁPIDO





PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
LITIGIOS	Litigios y contenciosos que Mediaset España mantiene o pueda mantener con terceros en materia laboral, penal, fiscal, contencioso-administrativa o de jurisdicción civil y mercantil pendientes de resolución definitiva.	 	Mediaset España, a través de sus Administradores y asesores, evalúa el riesgo para todos los litigios y contenciosos y, en aquellos casos en los que el riesgo es probable y sus efectos económicos son cuantificables, dota las provisiones adecuadas.	Sí. Aunque el impacto que han tenido ha sido inmaterial.	Desde las áreas de Asesoría Jurídica y resto de áreas afectadas se realiza un seguimiento continuo de los litigios abiertos.	Nº de expedientes nuevos.	LENTO
PÉRDIDA DE INTERÉS EN LA OFERTA DE CONTENIDOS	Adquisición y/o producción de contenidos y/o decisiones de programación que no resulten de interés para la audiencia.		La Dirección de Programas tiene una unidad de Investigación de nuevos productos que esta continuamente mirando el mercado en la búsqueda de nuevos productos. Mediaset España utiliza a Cuatro como incubadora de programas nuevos. Mediaset España mantiene las marcas con mayor audiencia.	NO	Mediaset España está introduciendo cambios en sus contenidos para fortalecer la parrilla y lograr atraer audiencia, siguiendo el modelo de televisión transversal y de acompañamiento.	1. Número de nuevos estrenos en TV. 2. Número de nuevos formatos adquiridos.	RÁPIDO
INTERRUPCIÓN DEL NEGOCIO	Fallo en la operativa de los sistemas o infraestructuras clave del negocio que puede provocar la interrupción de la emisión en TV y/o digital, con el consiguiente impacto en la rentabilidad.		Mediaset España tiene definido un plan de continuidad del negocio que garantiza la disponibilidad inmediata del personal, sistemas y plataformas clave necesarios para continuar la emisión. Para ello, realiza la formación y lleva a cabo las inversiones en infraestructuras y tecnologías necesarias.	NO	Mantenimiento del plan de inversiones de Mediaset España, mejorado por la integración en MFE.	Numero de incidentes producidos	MUY RÁPIDO
BRECHA EN LA CONFIDENCIALIDAD	Filtración de información confidencial relevante (contenidos, datos financieros, política comercial u otra información sensible del negocio), que puede tener un impacto significativo en la capacidad de la compañía para lograr sus objetivos estratégicos.	 	Código Ético y Política de Seguridad Corporativa. Mediaset tiene definidos diferentes protocolos para asegurar la confidencialidad de la información. Además, la Compañía incluye un clausulado de privacidad en los contratos con sus proveedores.	NO	Seguimiento y comunicación a la organización de la necesidad del cumplimiento de los protocolos mencionados.	Número de incidentes producidos por filtración de información	MUY RÁPIDO
ADECUACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y DE LOS PROCESOS AL ESCENARIO COMPETITIVO Y AL MODELO DE GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD	Que los procesos definidos dentro de la organización no se adecuen al nuevo escenario competitivo, ya sea por las tareas definidas dentro de los mismos y/o por no tener el personal con el talento requerido o por no tener en cuenta los parámetros de sostenibilidad y gobierno.		Mediaset España tiene definido un plan de proyectos para adecuar los procesos. Asimismo desde el área de RRHH se realizan iniciativas para la gestión del talento y retención del personal, se cuenta con un convenio laboral y políticas retributivas. La seguridad del personal es un drive en todos los procesos. Asimismo, se han definido diferentes políticas para la gestión de residuos, consumos eléctricos y agua y uso del plástico. En los procesos de producción de contenido en el exterior se tiene en cuenta la normativa vigente en la zona en materia del medio ambiente La Compañía se encuentra en un proceso de integración de estructuras organizativas, procesos y actividades operativas.	Sí	Mediaset España se ha certificado a través de Aenor. Programa de motivación para mandos intermedios y directivos (denominado "impulso") Reducción del uso del plástico. Utilización de equipamiento/ iluminación de bajo consumo.	1. Proyectos en curso 2. Empleados que abandonan la compañía 3. Sanciones por incumplimiento de normativas medio ambiente.	LENTO

El riesgo asociado a los posibles impactos derivados del cambio climático, tanto físico como de transición, existe y ha sido integrado en el Sistema de Gestión de Riesgos de Mediaset España, si bien debido a los mecanismos de prevención y mitigación, no presenta un impacto estratégico o financiero significativo para el desarrollo del negocio audiovisual de Mediaset España, de acuerdo con la valoración de la Dirección.

En este sentido, Mediaset España tiene establecido un protocolo de contingencias que establece las actuaciones en caso de fuerza mayor que pongan en peligro la emisión de los contenidos audiovisuales en TDT y digital. En 2024 no se ha materializado ningún "cisne negro", aun así, Mediaset España se encuentra preparada para el mantenimiento de su operativa de negocio. Anualmente, Mediaset España realiza pruebas del correcto funcionamiento de los planes de continuidad de negocio.





GOBERNANZA ÉTICA

Anticorrupción, blanqueo de capitales y competencia desleal

Los mecanismos de gestión y políticas establecidas para **luchar contra la corrupción** se encuentran detalladas en el apartado previo sobre gestión integrada de riesgos. Además de la formación e información a la plantilla sobre éstas, el presidente de la Comisión de Auditoría informa al Consejo de Administración de las actividades de la Comisión. En ésta se abordan los procedimientos y políticas que enmarcan el desarrollo del negocio.

Mediaset España considera que sus socios de negocio son aquellos donde la compañía tiene incidencia en su gestión. En este contexto, los contratos que suscriben las productoras participadas con Mediaset España incluyen una cláusula mediante la cual se comprometen a cumplir y hacer cumplir a sus trabajadores y colaboradores, lo dispuesto en la legislación vigente en materia de blanqueo de capitales, financiación de terrorismo, estafa, corrupción en los negocios, tráfico de influencias y cohecho. En 2024 todas las productoras participadas que suscribieron contratos con Mediaset España han firmado la cláusula anticorrupción. Por otra parte, no se ha producido ningún incidente de corrupción en la plantilla reportado en 2024.

Las políticas y procedimientos anti-corrupción de la compañía han sido comunicadas a todos los miembros del Consejo y a toda la plantilla.

Asimismo, Mediaset España es compromisaria de los Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, asume el cumplimiento de las Líneas Directrices de la OCDE para empresas multinacionales y se adhiere al Código de Buenas Prácticas Tributarias de la Administración Pública.

A través de su Código Ético Mediaset España manifiesta su compromiso de cumplir estrictamente las leyes y normas contra el blanqueo de capitales y ha desarrollado procedimientos internos con la finalidad de establecer controles que mitiguen el riesgo de blanqueo de capitales.

Para garantizar que las **donaciones benéficas y los patrocinios** realizadas a otras organizaciones no enmascaran un soborno, existe un Protocolo de concesión de donaciones y gestión de sponsors con Fundaciones, Organizaciones no gubernamentales y Entidades sin ánimo de lucro, con el objetivo de prevenir y evitar actos que supongan la comisión de un posible delito penal. Dicho protocolo es aplicable a cualquier actividad o relación de negocio con Fundaciones, Organizaciones no gubernamentales y entidades sin fines lucrativos

Por otra parte, se cuenta con un **Procedimiento de entrega y aceptación de regalos e invitaciones**, para evitar la recepción u ofrecimiento de éstos, que pudieran suponer una contraprestación para favorecer indebidamente a uno mismo o a un tercero frente a otros en la adquisición o venta de mercancías, contratación de servicios o en las relaciones comerciales. A su vez, el Procedimiento para la Venta de Bienes de Ambientación, Escenografía y Vestuario establece los niveles de aprobación en caso de donación de forma gratuita.

CONTROLES PARA MITIGAR LOS RIESGOS DE BLANQUEO DE CAPITALS

- i. Sistema de Compliance Financiero
- ii. Política de Cumplimiento Normativo
- iii. Controles establecidos en el alta de clientes
- iv. Controles establecidos en el área financiera (entidad prestadora-contrato-factura-destino de los fondos)

Asimismo, existe una cadena de aprobación para la concesión de contratos, de forma que varias personas estén al corriente de la compra o solicitud de servicios, haya segregación de funciones y distintos niveles de autorización y se dispone de un Procedimiento de Firma de Contratos, de un cuadro de poderes oficial en el que se recogen los límites cuantitativos y cualitativos de las diferentes posiciones, así como de un Procedimiento de gestión de apoderamientos.

Mediaset España tiene establecido un marco de actuación para evitar que se produzcan **prácticas de competencia desleal, prácticas monopolísticas y/o contra la libre competencia** en el desempeño de las actividades de negocio. En este sentido, de acuerdo con el Código Ético de Mediaset España, todo el personal está obligado a tomar todas las medidas oportunas para cumplir la legislación vigente, estableciéndose que, ante cualquier duda que pueda plantear cualquier actuación, se deberá consultar con la Dirección General Corporativa de la compañía. Asimismo, se establece el deber de que las relaciones con todos los grupos de interés son claves de la reputación y el beneficio empresarial y deberán ser francas, honestas, leales, respetuosas y éticas.

Mediaset España cree firmemente en la libre y abierta competencia. De este modo, todos los precios se establecen en función de los costes de la actividad, las condiciones del mercado, referencias nacionales e internacionales y la libre competencia. Está prohibido cualquier tipo de acto que contravenga la normativa vigente en materia de defensa de la competencia y competencia desleal.

En 2024 no se ha iniciado ningún procedimiento contra Mediaset España por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia. Durante 2024 se han mantenido los procedimientos internos establecidos para supervisar y controlar el cumplimiento de las condiciones impuestas en la Resolución de la CNMC de 12 de noviembre de 2019.

Las donaciones a partidos políticos se encuentran prohibidas y las aportaciones, financieras o en especie, se encuentran reguladas en el Código Ético, requieren la aprobación del Consejero Delegado y el cumplimiento de la legislación vigente. No realiza contribuciones a partidos y/o representantes políticos -financieras o en especie- directa o indirectamente en nombre de Mediaset España.



PROTECCIÓN DE DATOS

Los datos de carácter personal constituyen un activo de gran valor para Mediaset España. Por ello, desde hace años se lleva a cabo una importante inversión en recursos técnicos para contar con capacidades de análisis y procesamiento de datos (personales y no personales), que permiten su explotación a la vez que se gestiona adecuadamente su protección.

Las formas de consumo de contenidos audiovisuales “cross-media” han impulsado la transformación digital de las operaciones y del producto publicitario convencional. El equipo de Marketing Data hace uso de la Ciencia de Datos para la construcción de segmentos de audiencia comercialmente atractivos para los anunciantes, lo que se traduce en un mayor valor añadido de los productos publicitarios de la compañía.

Desde el área de marketing se monetiza desde el punto de vista publicitario, el resultado del análisis del consumo de contenidos que hacen los visitantes de los Sites y Apps de Mediaset España, ya sean estos usuarios registrados o visitantes anónimos, previo consentimiento informado y explícito de éstos.

Todo el proceso de análisis de datos se lleva a cabo siempre desde la ética, responsabilidad y transparencia en la protección de los datos personales de los interesados, cumpliendo con la legalidad vigente en cada momento.

CONTENIDOS y DATOS

+ TECNOLOGÍA y ANÁLISIS

= USO INTELIGENTE DE
LOS DATOS

El interés de los usuarios por proteger su privacidad, la mayor presión regulatoria y cambios que afrontan las grandes empresas tecnológicas, otorgan una mayor importancia estratégica, si cabe, al dato propio de los Editores de los diferentes sitios web, lo que coloca en una posición de ventaja competitiva a quienes, como Mediaset España, disponen de este tipo de dato (First party data).

Para la adecuada gestión de los datos de carácter personal, Mediaset España tiene implantado un Modelo de Protección de Datos personales, con medidas específicas (técnicas, legales y organizativas) para garantizar la gestión óptima y responsable de la privacidad de los datos y cumplir con las normativas aplicables tanto a nivel nacional como europeo. El Modelo es un modelo proactivo, lo que conlleva la continua revisión de los procedimientos internos y de las medidas técnicas, organizativas y legales, para adaptarlos a las recomendaciones emitidas en las diferentes Guías publicadas por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y por el Comité Europeo de Protección de Datos (CEDP). La Data Protection Officer centraliza la gestión de la privacidad de los datos de todas las empresas, reportando directamente a la alta dirección y participando en todos los proyectos abordados para que, desde el diseño de los mismos, se tenga en cuenta la protección de los datos personales.

CONSOLIDACIÓN DE PRODUCTOS CON DATO EN TODOS LOS INVENTARIOS

En 2024 se han consolidado los productos con segmentaciones en todo el inventario de Mediaset, permitiéndonos adaptar la oferta a cualquier demanda de nuestros clientes. Esta consolidación ha sido gracias a los siguientes avances:

- Implantación del Customer Data Platform (CDP) en todo el inventario de CTV (Hbbtv y OTT SmartTv), de forma que se puede recoger y activar productos de dato en todo el inventario de Mediaset.
- Creación y uso del HouseHold ID, herramienta que nos permite crear el mismo segmento en los distintos inventarios y reconocer a cada dispositivo como perteneciente a un hogar.
- Evolución de los segmentos comerciales para estar presentes en todos los inventarios a la vez.
- Línea de productos adaptables a las necesidades de cada cliente, de forma que se puede activar cualquier combinación de inventarios buscando impactar al mismo target con objetivos de afinidad o cobertura.

NUEVAS LINEAS DE PRODUCTOS DE DATOS

La iniciativa de Google de acabar con las Third Party Cookies, dilatada en el tiempo pero no desaparecida, junto con la iniciativa de consolidación de productos de Media For Europe y la propia innovación del dpto de Marketing han espolado la creación de nuevas líneas de productos basadas en el dato:

- Colaboración con Data de agencias: Primera iniciativa en el mercado que ha permitido conectar el Data de nuestros clientes en TV conectada con el nuestro, permitiendo a nuestros clientes alcanzar a su target con su First Party Data en CTV.
- Meteo: Línea de productos publicitarios basados en la ocurrencia de fenómenos atmosféricos que se adaptan a necesidades de determinados sectores.
- Avances en medición: Atendiendo a las necesidades del mercado se han comenzado varias iniciativas de medición en entornos CTV e híbridos que se consolidarán durante el presente año y nos darán una ventaja competitiva.

PLANIFICACIÓN DE ECOSISTEMA SIN COOKIES DE TERCEROS EN EL FUTURO

El ecosistema sin cookies de terceros marcará un cambio significativo en el mercado publicitario digital puesto que desaparecerán este tipo de cookies en todos los navegadores. Este cambio afectará la capacidad de control de frecuencia de impacto, medición de campañas publicitarias y capacidades de “targetización”. Consciente de esta transformación, se ha trabajado en la elaboración de un plan director que establezca la hoja de ruta para la implementación de soluciones sin cookies.



El Reglamento (UE) 2024/1689, que establece normas armonizadas en materia de inteligencia artificial, entró en vigor el 1 de agosto de 2024, y será aplicable a partir del 2 de agosto de 2026. Por lo anterior y debido al auge de las herramientas que utilizan inteligencia artificial, se está definiendo el modelo para la gobernanza de dichas herramientas en el tratamiento de los datos personales.

MARCO DE CONTROL

Modelo de gobierno, funciones y organización de la privacidad	Registro de las actividades de tratamientos identificados	Procedimiento para el Tratamiento de los Datos personales. Privacidad por defecto y desde el diseño
Análisis de riesgos e impactos de la privacidad (Política de Gestión de Riesgos).	Comité de Seguridad y Privacidad Reuniones trimestrales de seguimiento.	Procedimientos de Control de Acceso a Aplicaciones
Gestión de incidentes y su notificación (Procedimiento de Gestión de Incidentes de Seguridad)	Planes de formación, sensibilización y concienciación continuada	Medidas de control técnicas, organizativas y legales y auditorías voluntarias dentro del marco de control proactivo
Capas informativas para la recogida de los datos	MARCO GENERAL PARA LA GESTIÓN DE LA PRIVACIDAD DE LOS DATOS PERSONALES	POLÍTICA DE DATOS PERSONALES
	PROCEDIMIENTO Y PROTOCOLOS	CÓDIGO ÉTICO

MARCO NORMATIVO Y GUÍAS DE ACTUACIÓN

Reglamento General de Protección de Datos	Ley Orgánica sobre la Protección de los Datos Personales y la Garantía de los Derechos Digitales	Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico
Marco de transparencia y consentimiento IAB Europe	Guía de Cookies, de la Agencia de Protección de Datos	Guía para la notificación de brechas de datos personales
Guía para la Gestión del Riesgo y Evaluación de Impacto en el tratamiento de datos personales	Guía para la protección de datos en las relaciones laborales	Reglamento que establece normas armonizadas en materia de inteligencia artificial (Reglamento (UE) 2024/1689)

UNIDAD DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

Data Protection Officer
Asesoría jurídica
Delegado de Protección de Datos
Seguridad informática (CISO)

MODELO DE PROTECCIÓN DE DATOS

Ciclo de control de 4 años:

- Auditoría anual externa los tres primeros años.
- Revisión de recomendaciones propuestas, en el cuarto año.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE INCIDENCIAS EN DATOS DE CARÁCTER PERSONAL



NOVEDADES 2024

Durante 2024 se ha implementado la actualización de la Guía de Cookies publicada por la Agencia Española de Protección de Datos. En este año, tras la aprobación del Reglamento (UE) 2024/1689 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por el que se establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial (Reglamento de Inteligencia Artificial), se ha comenzado a analizar como impacta este reglamento en el tratamiento de los datos personales que se utilicen en las iniciativas que lleven tecnología IA dentro del Grupo Mediaset España.

SESIONES FORMATIVAS

- Campañas de concienciación sobre la privacidad en el tratamiento de los datos personales.
- Campaña de concienciación sobre los datos personales incluidos en el contenido que se produce y emite cada día en los canales.
- Campañas de comunicación periódicas dirigidas a concienciar sobre determinados aspectos del tratamiento de datos personales.

Mediaset España se encuentra adherida al Pacto Digital para la Protección de las Personas, cuyo objetivo es concienciar a los ciudadanos sobre contenidos sensibles de internet y sus consecuencias. De este modo, Mediaset España adquiere un compromiso para prevenir la violencia digital y el compromiso con la privacidad en su modelo de negocio, compatibilizando el derecho a la protección de datos con la innovación, la ética y la competitividad empresarial.

En 2024 se han recibido y gestionado 449 peticiones de gestión de derechos de los interesados (acceso, rectificación, cancelación, oposición, portabilidad, supresión y limitación) relacionadas con el registro de usuarios en los canales digitales (plataformas webs, apps, etc.) y con la eliminación de imágenes publicadas en las páginas webs. Todas ellas han sido tramitadas en plazo, siguiendo el procedimiento definido dentro por Mediaset España.

Durante 2024 no se ha recibido ninguna reclamación fundamentada sobre la fuga de datos personales, ni tampoco se ha recibido ninguna reclamación por parte de la Autoridad de Control.

VÍAS DE RECEPCIÓN DE LAS RECLAMACIONES

- privacidad@mediaset.es
- Ctra. Fuencarral-Alcobendas 4. Madrid 28049
- Agencia de Protección de datos personales



CIBERSEGURIDAD

El creciente volumen de información que maneja la compañía, así como el uso cada vez mayor de las tecnologías, tanto para la gestión de la información como para el propio desarrollo del negocio, que avanza ininterrumpidamente en formatos digitales, requieren de un marco de seguridad que garantice la integridad, disponibilidad, confidencialidad y control de acceso de sus activos de información y de los servicios que presta Mediaset España.

La infraestructura que soporta y alberga los datos, tanto la virtualizada como el cloud computing, debidamente alineados a la Política y procedimientos de Seguridad Corporativa, proporcionan flexibilidad, ahorro de costes de operación y agilidad para dinamizar la transformación digital en todas sus facetas, así como el aseguramiento de la alta disponibilidad.

MARCO NORMATIVO Y GUÍAS DE ACTUACIÓN

ISO 27001 y 27002 (no certificado)	ISO 29134	Notificación al Comité de Seguridad
Cibersecurity Framework de NIST	Real Decreto 951/2015 por el que se regula el Esquema Nacional de Seguridad en el ámbito de la Administración Electrónica	Código de confianza online

PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE INCIDENCIAS DE SEGURIDAD INFORMÁTICA

Catalogación de una incidencia como incidencia de seguridad	Valoración de la misma por la subdirección de Seguridad Informática	Acciones mitigantes
En caso de incidente con afectación a datos:	CONVOCATORIA AL COMITÉ DE SEGURIDAD	

La ciberseguridad es un factor extremadamente relevante para obtener y mantener la confianza de los usuarios y clientes y es una función compartida y de creciente complejidad. Por ello, la División de Tecnologías, desde su Subdirección de Seguridad Informática, coordina y supervisa la actividad de los equipos de las distintas disciplinas involucradas en la seguridad de la gestión y operaciones de todos los ámbitos del negocio.

El marco de actuación está determinado por la Política de Seguridad, de aplicación a empleados y directivos. El comité de gestión de la seguridad informática tiene, entre otras funciones, la de revisar y mantener actualizada la Política de Seguridad, proponer y aprobar cambios en los planes aprobados en materia de seguridad, así como supervisar las actividades realizadas ante los incidentes de seguridad informática.

COMITÉ DE GESTIÓN DE SEGURIDAD

SUBDIRECCIÓN DE SEGURIDAD INFORMÁTICA	Dirección División de Tecnologías	Dirección de Reglamentación y Compliance	Representante de Asesoría Jurídica
Dirección Compras Corporativa	Delegada de Protección de Datos	Dirección de RRHH	Responsable de Seguridad Física



MARCO DE CONTROL

Alta disponibilidad y redundancia para los servicios y sistemas de información considerados críticos	Auditorías de seguridad específicas de los distintos entornos, redes y sistemas corporativos, expuestos o no a internet.	Auditorías de vulnerabilidad de los sistemas y aplicativos (periódicas y también ante puesta en producción de nuevos servicios)
Solución que reporta necesidades de actualización (sistema operativo y software) y opera y planifica su parcheado.	Procedimiento de Control de Acceso a aplicaciones, servicios e informes corporativos	Formación de los usuarios de los aplicativos y sistemas de la compañía
Limitación de la exposición a riesgo de proveedor	Procedimiento de Gestión de Aplicativos	Procedimiento de gestión de incidencias de seguridad
Inversión en seguridad, planificada y eficaz.	Procesos de recuperación ante desastres con alto grado de automatización	PROTOCOLOS Y MANUALES TÉCNICOS
	POLÍTICA DE SEGURIDAD	PLAN DE SEGURIDAD

El Grupo dispone de planes de continuidad de negocio (PCN) que garantizan la disponibilidad inmediata del personal, sistemas y arquitecturas clave necesarias para la continuidad d la actividad de la empresa. De este modo, el PCN de Emisiones como faceta principal de la compañía cuenta con sistemas redundados en la totalidad de la línea de producción televisiva, así como la disponibilidad permanente de un centro emisor alternativo. El entorno multiplataforma, que comprende la redacción y sistemas de los sites de Internet y de aplicaciones móviles, dispone también de un PCN. Estos planes son revisados y actualizados periódicamente.

OTRAS INICIATIVAS DE CONCIENCIACIÓN

- Campañas bimestrales de concienciación ante el Phishing para toda la plantilla del Grupo.
- Campaña para evaluar la exposición de la plantilla ante modalidades de ingeniería social de Media Droping, Vishing y Smishing.
- Píldoras emitidas a través de los equipos corporativos (equipos informáticos y dispositivos móviles), recordatorias del cumplimiento de medidas de seguridad, así como el envío de SMS advirtiendo de campañas en marcha sobre phishing y difusión de malware.
- Programa de formación en Ciberseguridad inmersiva, con el objetivo de concienciar y comprometer a los empleados y reducir el riesgo de ciberseguridad en la compañía.
- Campaña mensual dirigida a usuarios con contraseñas no robustas para su sustitución.

Mediaset España mantiene el acuerdo suscrito con INCIBE por el cual es receptor de servicios enfocados al impulso y fomento en general de la ciberseguridad y, de forma específica, aquellos dirigidos a la detección, prevención, protección, respuesta, mitigación, recuperación, concienciación, formación y capacitación, entrenamiento, mediciones de ciberseguridad, construcción de capacidades y cualquier otra actividad que soporte o ayude a la compañía en el ámbito de la seguridad informática.

Desde 2023 Mediaset España forma parte del Pacto por la Ciberseguridad Sostenible, decálogo en torno a la gestión sostenible de la ciberseguridad que sirve de referencia de buenas prácticas en materia de ciberseguridad. Este Pacto constituye la primera referencia en la Agenda 2030 en el sector de la ciberseguridad y contempla un esquema de cumplimiento de buenas prácticas certificable en el futuro. Los principios del Pacto contemplan aspectos de gobernanza, transparencia, eficiencia energética, economía circular, gestión responsable de residuos electrónicos, colaboración y divulgación, estándares sostenibles, y colaboración en la cadena de suministro.

PREVENIR O DETECTAR ATAQUES DE “CEO FRAUD O BUSINESS EMAIL COMPROMISE (BEC)”

Servicio de filtrado de correo que detecta y bloquea los intentos de Fraude de CEO gracias a la “Tecnología de Detección de Fraude” específicamente diseñada y desarrollada para ello.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

GESTIÓN DE INCIDENTES DE PROVEEDORES

- Procedimiento de Gestión de incidentes de Seguridad
- Evaluación de seguridad para la contratación de servicios SaaS
- Plataforma de gestión de accesos que evita entregar a los proveedores de servicios vías de conexión directa a nuestra infraestructura y credenciales de acceso a nuestro entorno, con grabación y minutado de las actividades realizadas.

RESILIENCIA FRENTE A LOS “USER-BASED ATTACKS”, TALES COMO PHISHING O RANSOMWARE

- Estrategias de parcheo y mantenimiento actualizado de los sistemas operativos
- Control de aplicaciones y plugins instalables en los equipos
- Revisión continua de la configuración de seguridad del equipamiento
- Cuentas de administración estratificadas y con protección invulnerable a phishing
- Uso generalizado de múltiple factor de autenticación en todos los accesos remotos
- Procesos de respaldo revisados y actualizados

Para el aseguramiento de las infraestructuras de información y comunicaciones, desde la División de Tecnologías de Mediaset se coordina la actividad de los equipos de las diferentes disciplinas involucradas en la gestión y operaciones de Seguridad de los distintos ámbitos del negocio

INFRAESTRUCTURAS RESILIENTES

- Estudio y selección de plataforma de respaldo específica para los entornos de System Manager y Mantenimiento Técnico.
- Revisión del Plan de Contingencia y de Planes de Pruebas
- Mejora de capacidades de proceso de respaldo (Sistema de Backup Inmutable)
- Scaleout de los Backup Cloud como simplificación de la gestión de los procesos de Respaldo
- Proceso de verificación del Marco de Control de los Procesos de Respaldo del Grupo

La inteligencia artificial (IA) puede transformar el negocio televisivo de diversas maneras, desde la propia creación de algunos contenidos, hasta la distribución, el consumo u otras facetas de la actividad televisiva. Su utilización va a representar grandes desafíos que pueden tener un impacto en la gestión de la ciberseguridad. Los sistemas de IA suelen ser complejos y requieren el acceso a una gran cantidad de datos para ser debidamente entrenados y poder desarrollar algoritmos útiles. En función de esos datos y su origen, los sistemas de IA pueden resultar vulnerables a los ataques cibernéticos. Paralelamente, la propia IA puede facilitar capacidades de defensa y mitigación de riesgo. Por ejemplo, en detección y prevención de amenazas, automatizando tareas y mejorando la eficiencia de los equipos de seguridad. De cara a integrar la IA en la gestión, Mediaset España está tomando las siguientes acciones:

- Rigurosidad en las condiciones de tratamiento de la información.
- Conocimiento anticipado de los riesgos derivados del uso de productos y tecnologías de terceros que utilicen o implementen IA.
- Estrategia de ciberseguridad sólida respecto de tecnologías de IA.
- Formación a la plantilla en cuestiones específicas y los riesgos asociados al uso de tecnología de IA.
- Auditoría de IA de forma periódica, a efectos de identificar y corregir las posibles vulnerabilidades de los sistemas.



DERECHOS HUMANOS

Mediaset España garantiza la no existencia de **trabajo forzoso** mediante la aplicación del Código Ético, los procedimientos y normativa interna, los convenios colectivos, así como por el estricto cumplimiento de la legislación vigente. Cualquier trabajador puede acudir a los canales puestos a disposición para denunciar cualquier situación de este tipo: a) vía administrativa, mediante denuncia ante la Inspección de Trabajo; b) vía judicial, previa reclamación de carácter administrativo ante el Servicio de Mediación, Conciliación y Arbitraje correspondiente).

Los procedimientos que garantizan el cumplimiento de los **derechos humanos** se encuentran plenamente implantados y garantizados por los mecanismos de gestión que atañan a cada ámbito: los contenidos, el equipo humano, la publicidad, la relación con los grupos de interés, etc. ampliamente desarrollados en este documento.

Canales a disposición de los trabajadores para plantear posibles incumplimientos en materia de derechos humanos

- i. Buzón ético
- ii. Comité de empresa
- iii. Vía administrativa
- iv. Vía judicial

Asimismo, existen implantadas medidas para minimizar el riesgo de que sus empleados cometan faltas o delitos de agresión. En este sentido, el personal de seguridad subcontratado por Mediaset España cuenta con la titulación oficial de Vigilante de Seguridad y todos los vigilantes cuentan con su Tarjeta de Identidad Profesional (T.I.P.), y por tanto, han recibido formación en materia de Derechos Humanos. Por su parte, las faltas o agresiones cometidas en el entorno laboral por cualquier trabajador están debidamente sancionadas por el Régimen Disciplinario de los Convenios Colectivos aplicables.

Asimismo, cuenta con procedimientos que garantizan la libertad sindical, la negociación colectiva, la igualdad de remuneraciones, previenen el trabajo forzoso, o establecen las garantías para luchar contra las peores formas de trabajo infantil.

Los trabajadores pueden plantear posibles incumplimientos en materia de derechos humanos y que éstos sean analizados y resueltos a través del Comité de empresa y los mecanismos formales que establecen los Convenios Colectivos, así como utilizando el Buzón Ético, la Dir. de Relaciones Laborales o el Servicio Médico.

Los procedimientos para la **identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes** son elaborados por el Servicio de Prevención Mancomunado (SPM) y posteriormente revisados por el Director de RRHH. Éstos son auditados anualmente, tanto interna como externamente. La investigación de accidentes se realiza siguiendo el procedimiento interno existente a tales efectos, con la participación del accidentado, su superior jerárquico, los miembros del CSS y miembros del SPM.

La comunicación por parte de cualquier trabajador de posibles peligros o sustancias peligrosas se canaliza a través de los Delegados de Prevención, dirigiéndose directamente a cualquier miembro del SPM así como utilizando el Buzón de sugerencias, tanto virtual como físico. La legislación faculta a los Delegados de Prevención para detener un proceso o actividad que consideren puede causar una daño o enfermedad a los empleados, con la salvaguarda legal necesaria para que no puedan adoptarse represalias hacia ellos de ningún tipo. Los incidentes en el ámbito de la seguridad y salud relacionados con la actividad laboral se investigan en cuanto son comunicados. La recopilación de datos se hace con los interesados, testigos y/o responsables de la actividad y a partir de ello se elabora un informe donde se refleja el análisis de las causas inmediatas que han podido provocarlo, y se proponen medidas correctoras al área responsable de ponerlas en marcha, llevando a cabo un seguimiento de las mismas por parte del Servicio de Prevención Mancomunado.

La **confidencialidad de la información** sobre la salud de los trabajadores aplicando rigurosamente el RGPD, cumpliendo la legislación vigente y se garantiza el juramento hipocrático médico de los profesionales que atienden el Servicio Médico.

Durante 2024 no se presentaron denuncias confirmadas en materia de vulneración de DDHH, discriminación ni acoso, a través del Buzón ético ni de ningún otro canal.

VALOR DEL EQUIPO HUMANO

MEDIASETespaña.



● VALOR DEL EQUIPO HUMANO

La cultura corporativa de Mediaset España se sustenta en la capacidad de adaptación constante al medio y la innovación como vía de evolución y crecimiento, tanto del negocio, como de los profesionales que forman parte de la compañía. Formar parte de la evolución del sector es el sello de identidad corporativo y todo ello bajo el estricto cumplimiento del código ético corporativo y en defensa de la declaración universal de los derechos humanos.

MARCO DE CONTROL

● Código ético	● Convenios colectivos	● Convenios fundamentales de la OIT ratificados por España
● Planes de Igualdad	● Estrategia de Employer Branding	● Planes de formación
● Sistema de Evaluación del Desempeño	● Plan de Prevención de Riesgos Laborales	

PROGRAMA CONECTADOS

Iniciativa dirigida a la plantilla, con entrevistas a invitados de referencia en sus disciplinas, en formato online.

CAMPAÑA MEDIASET

Consejos prácticos dirigidos a la plantilla, sobre la gestión eficaz del entorno de trabajo híbrido bajo el marco de las metodologías ágiles.





TOTAL PLANTILLA

1.677
100% ESPAÑA

MADRID

1.619

97%

BARCELONA

20

1%

SEVILLA

38

2%

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA A TIEMPO PARCIAL

		
Directivos	-	2
Jefe dpto	-	3
Periodistas	6	20
Empleados	14	63
Operarios	0	1
TOTAL	20	89

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR EDAD

		
<30	92	103
30-50	363	391
>50	395	333
TOTAL	850	827

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR CATEGORÍA LABORAL Y GÉNERO

		
Directivo	71	42
Jefe Dpto.	47	55
Periodistas	159	172
Empleados	563	555
Operarios	10	3
Total	850	827

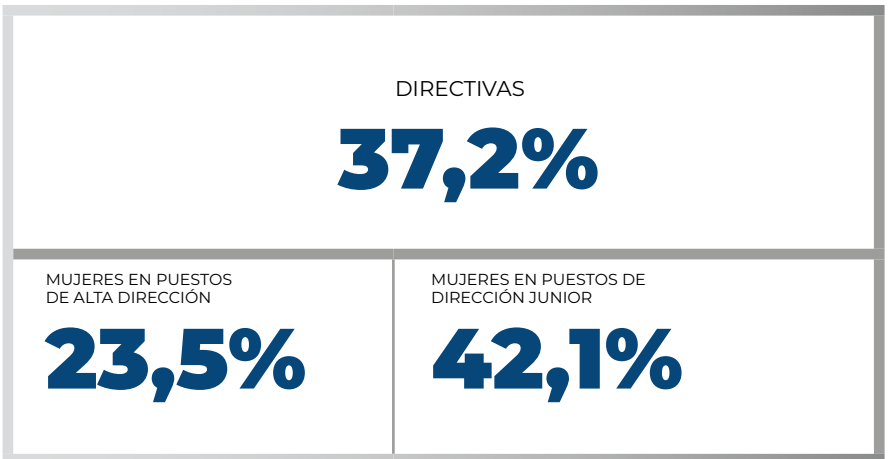
PLANTILLA CON REDUCCIÓN DE JORNADA



COLABORADORES EXTERNOS (1)

		
Becarios	75	129
Estudiantes en prácticas	29	30
Trabajadores por ETT	76	77
Total	180	236

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE CONTRATO



(1) Dato acumulado de personas físicas a lo largo del ejercicio.
No existen trabajadores localizados fuera de España. La información comparativa con años anteriores se encuentra disponible en el apartado "Información Complementaria" de este documento.



● GESTIÓN DEL TALENTO

EMPLEADOS FORMADOS

1.531

HORAS TOTALES DE FORMACIÓN

17.385

INVERSIÓN EN BECAS DE ESTUDIO

61.039€

INVERSIÓN EN FORMACIÓN

201.658€

Contar con el mejor talento del mercado ha sido siempre una prioridad máxima para el éxito del negocio y por ello, el Grupo centra su acción en tres pilares.

- **Atracción-** mediante el desarrollo de estrategias adecuadas para atraer a las personas que posean las aptitudes necesarias para desempeñar con éxito las actividades del negocio;
- **Formación-** a través de la actualización continua las competencias requeridas en los distintos puestos, como consecuencia de la evolución del mercado
- **Retención-** mediante la oferta de una propuesta de valor que permita retener el talento y garantizar su compromiso con los valores del Grupo.

ATRACCIÓN DE TALENTO

- Estrategia de Employer Branding (EB)
- Servicio recruiter de LinkedIn
- Portal de empleo Mediaset España
- Participación en ferias de empleo
- Acuerdos de colaboración con centros educativos
- Programa interno de becas y prácticas formativas

La captación de talento se canaliza a través de un Programa Talento que incluye un ambicioso programa de becas y prácticas. Este programa permite a Mediaset España colaborar con centros educativos de referencia en el ámbito nacional y acceder al mejor talento junior, participando activamente en su formación. También se potencia la imagen de Mediaset España como marca empleadora a través de la estrategia de Employer Branding (EB), lo que ayuda a atraer nuevo talento y mejorar el orgullo de pertenencia y el compromiso de la plantilla

actual. Nuestro portal de empleo es una herramienta esencial para atraer y fidelizar el mejor talento de mercado y esta herramienta, junto al estricto cumplimiento de nuestro proceso de selección, nos permite identificar a los mejores candidatos desde una etapa temprana alineados con nuestra cultura y valores.

La formación de la plantilla, fundamental para lograr el máximo desarrollo de las capacidades y del talento requerido para mantener el liderazgo, es gestionada por el Grupo a través de la definición anual de un Plan de formación establecido a partir de la estrategia definida por la dirección de la compañía y de las demandas generadas por la evolución de los puestos de trabajo, marcada por la necesaria transformación digital.

Nuestra propuesta de valor al empleado está diseñada para atender las diversas necesidades que surgen a lo largo de la vida profesional en Mediaset España. Se centra en tres grandes dimensiones, una dimensión emocional en la que la cultura y los valores son el eje central de todas nuestras acciones, promoviendo un entorno de trabajo inclusivo y respetuoso; una dimensión basada en la experiencia como empleado, en la que nos esforzamos por ofrecer una experiencia laboral enriquecedora, que fomente el desarrollo profesional y personal de nuestros empleados. Y una dimensión económica en la que buscamos ser competitivos y proporcionar a nuestros empleados una propuesta global que incluya beneficios económicos atractivos y equitativos.

La búsqueda de talento se lleva a cabo dando estricto cumplimiento a los procedimientos recogidos en la política interna de compliance, haciendo hincapié en la protección de datos personales y la confidencialidad de la información. Los procesos de selección para dar cobertura a los puestos vacantes se llevan a cabo con el ánimo de encontrar los mejores candidatos dando prioridad al talento formado a través del programa interno de becas y prácticas formativas y apostando por el desarrollo profesional dentro de la compañía.



ATRACCIÓN DE TALENTO

- V edición del Ciclo Formativo de Grado Superior Dual en Realización de Proyectos audiovisuales y espectáculos
- XIV edición del Máster en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales
- Acuerdos con Universidades (públicas y privadas)y Escuelas de Negocio
- Becas “Sumas Talento”
- Foro de empleo de la Universidad Autónoma de Madrid
- Feria de empleo “Marketing day” del IE University

El Plan de Formación de 2024 ha tenido como objetivos prioritarios impulsar la digitalización tecnológica de la compañía; la actualización de conocimientos técnicos; la especialización y normativa.

En 2024 se ha dado continuidad a la campaña de actualización en materia de ciberseguridad para toda la compañía, se ha continuado con la formación sobre los principios y valores de la compañía, así como sobre Prevención de Riesgos Laborales. Además, en 2024 se ha formado a toda la compañía en sostenibilidad. En definitiva, el 100% de la compañía ha recibido algún impacto de formación.

El programa de becas para empleados del Grupo, en el Máster en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales, no sólo les dota de un conocimiento multidisciplinar de la actividad del Grupo de la mano de un experimentado claustro, sino que, además, les ayuda a adquirir y desarrollar competencias y habilidades clave para su desarrollo profesional dentro del ámbito audiovisual.

Por otra parte, Mediaset España contribuye a la generación de conocimientos en el sector audiovisual a través del Master en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales, puesto en marcha en 2009 de forma conjunta con la Universidad Europea de Madrid; la Cátedra Mediaset-UEM (Universidad Europea de Madrid); el acuerdo con la Escuela Superior de Imagen y Sonido CES establecido en 2019, para que los alumnos de Ciclo Formativo de Realización se formen en las áreas importantes para la compañía y realicen prácticas en empresas del Grupo. Cada edición acoge en torno a 20 alumnos de diferentes perfiles, tanto académicos como profesionales, habiendo pasado por el programa hasta la fecha más de 300 alumnos. Gracias al programa interno de becados ya han realizado el máster 48 profesionales del grupo Mediaset España, adquiriendo así una visión 360 de las diferentes actividades involucradas en el desarrollo de nuestro negocio.

A su vez, los acuerdos de colaboración con Universidades Públicas y Privadas así como con Escuelas de Negocio, para la realización de prácticas de sus alumnos en la compañía, promueven la adquisición de competencias técnicas y humanas por parte de los jóvenes, que les capacitan para abrirse camino en el mercado laboral, a la vez que tienden los puentes

para la creación de una futura cantera de nuevos profesionales a los que la compañía puede acceder en el futuro para cubrir sus necesidades de nuevos talentos.

Durante 2024 han participado 144 alumnos de Universidad e Institutos de Formación profesional, el 35% de los cuales han sido contratados a través de Empresas de Trabajo Temporal (ETT).

En 2024 se ha dado continuidad al programa de becas “Sumas Talento” para el Diploma de actuación y creación audiovisual de la Madrid Audiovisual Drama School (MADS), a través del cual fueron becados por parte de Mediaset España, y de manera íntegra, cinco alumnos forman parte del programa durante los tres años que abarca el diploma.

El acceso a este tipo de formaciones está abierto a cualquier colectivo, contando con un proceso de acceso igualitario para todos los candidatos interesados en realizar dichos estudios.

Todos los programas formativos en los que colabora Mediaset España tienen como objetivo principal la integración en el mundo laboral de los futuros profesionales en el sector televisivo y audiovisual de una manera integral. El sector propone nuevos retos sobre el desarrollo de soluciones innovadoras a las demandas del público que, en gran medida, vienen dadas por la tecnología, incipientes plataformas y novedosos modos de consumo. En este sentido, cabe destacar la relevancia del Máster en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales, cuya formación, impartida en las aulas de la Universidad Europea y en las instalaciones de Mediaset España, proporciona al alumnado una serie de herramientas que le otorgan una ventaja competitiva en conocimientos y competencias frente a otros profesionales, para alcanzar el éxito en sus carreras.

FORMACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL Y GÉNERO

	2024			2023		
	H	M	Total	H	M	Total
Directivo	1.385	968	2.353	862	1.214	2.076
Jefe Dpto.	552	570	1.122	516	1.006	1.522
Periodistas	1.028	689	1.717	288	460	748
Empleados	5.826	5.881	11.707	2.876	4.283	7.159
Operarios	102	246	348	41	49	90
ETT	81	57	138			0
Total	8.974	8.411	17.385	4.583	7.012	11.595



IGUALDAD

La igualdad de oportunidades, la no discriminación y la prevención del acoso laboral se encuentran recogidos en el Código Ético de Mediaset España y su aplicación efectiva se garantiza mediante los convenios colectivos vigentes, así como a través de la implementación de los Planes de Igualdad de las distintas empresas y del Procedimiento para la Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso en el Entorno Laboral. Éstos se difunden a través de los canales de comunicación internos, principalmente la intranet corporativa y el Portal del Empleado.

El Código Ético establece como principios y valores la no discriminación por razón de raza, nacionalidad, origen étnico, género o discapacidad, entre otros motivos. Los Convenios Colectivos establecen el marco para garantizar un trato igualitario en las retribuciones de todos los trabajadores atendiendo a la categoría laboral, ya que recogen oficialmente las tablas salariales aplicables para cada una de las categorías profesionales y desarrollan el régimen retributivo aplicable, indicando los complementos salariales y sus condiciones. Excepcionalmente, algunos trabajadores tienen asignado un complemento denominado ad-personam que obedece a determinadas circunstancias personales o relativas a la situación de confianza del puesto que ocupan. De este modo, existe una asignación del salario base igualitaria entre hombres y mujeres y los complementos salariales y sus condiciones convencionales a la categoría correspondiente, independientemente del género. Anualmente, se elabora un informe de seguimiento de las retribuciones distinguiendo por género, que se aporta a la Comisión de Igualdad, no habiéndose detectado en los diagnósticos, situaciones que pudieran considerarse discriminatorias o constitutivas de una desigualdad retributiva en el ámbito laboral por razón de sexo. Adicionalmente, se lleva a cabo el registro salarial que se entrega con carácter anual a la representación legal de los trabajadores, de conformidad con la legalidad vigente, que contiene los valores medios y medianas de los salarios, complementos salariales y percepciones extra-salariales por género y distribuidos por grupos profesionales, especialidades profesionales. A su vez, las Comisiones de Igualdad de las distintas empresas del Grupo tienen el objetivo de velar por el cumplimiento en materia de igualdad, en todos los procesos de Recursos Humanos, cometido que ejercen desde que, en 2008, se constituyera la primera comisión.

Por su parte, los planes de igualdad establecen entre sus medidas para el fomento de la formación, el acceso a todo lo relativo al Plan de Formación a través del Portal del Empleado, tanto al catálogo de cursos ofertados, así como a su solicitud online, a la vez que se publica toda la información referente a las becas para la plantilla a través de los medios de comunicación interna. De este modo, Mediaset España pretende garantizar la igualdad de acceso a los programas de formación, pasantías y becas que ofrece. Por su parte, el Máster en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales está abierto a cualquier tipo de colectivo, contando con un proceso de acceso igualitario para todas las personas interesadas en realizarlo.

Para garantizar la igualdad de oportunidades de liderazgo y contrarrestar el denominado “techo de cristal”, desde 2014 se lleva a cabo un programa de desarrollo directivo dirigido exclusivamente a mujeres con potencial que ostentan cargos de responsabilidad en la compañía. Desde su lanzamiento han participado en dicho programa un total de 58 trabajadoras de diferentes sociedades, en 2024 han participado 3 trabajadoras. Hasta la fecha no ha sido necesario implementar prácticas de reclutamiento y retención de talento con enfoque de género, ya que se ha mantenido la equidad de género de manera natural en estos ámbitos.

Mediaset España declara una política de tolerancia cero respecto de cualquier comportamiento abusivo, humillante, ofensivo o que pueda ser calificado como acoso, tanto físico como psicológico, especialmente aquellos basados en motivos de raza, color, sexo, religión, origen étnico, nacionalidad, edad, situación personal y familiar, orientación sexual, discapacidad, estado físico o cualquier otro comportamiento prohibido por la Ley. En 2024 no se han producido incidentes por discriminación. Sin embargo, se recibieron 2 denuncias a través del Buzón Ético, en las que planteaban la posible existencia de acoso en el entorno laboral por parte de un superior jerárquico, situaciones que fueron investigadas y en consecuencia, se adoptaron medidas tendentes a resolver el conflicto, cambiando de área a la persona subordinada.

TOLERANCIA CERO AL ACOSO LABORAL

CÓDIGO ÉTICO	CANALES A DISPOSICIÓN DE LOS TRABAJADORES PARA DENUNCIAR CASOS DE ACOSO
GESTIÓN DE LOS RIESGOS PSICOSOCIALES Y SITUACIONES DE ACOSO EN EL ENTORNO LABORAL	Buzón Ético



BENEFICIOS SOCIALES Y REMUNERACIONES

Con el objetivo de facilitar la igualdad de género, mejorar la calidad de vida de los trabajadores, impulsar la salud y el bienestar de la plantilla y su entorno, a la vez que proporcionar una oferta de valor que resulte atractiva para mantener la fidelización de la plantilla, Mediaset España asume voluntariamente el compromiso de ofrecer a su plantilla una batería de beneficios sociales y medidas de conciliación. Beneficios vigentes durante en 2024:



Seguro de invalidez y fallecimiento
Toda la plantilla del Grupo.



Complemento incapacidad temporal
386 personas.



Complemento maternidad
5 persona.



Complemento paternidad
3 personas.



Semana adicional de permiso maternal
14 personas.



Lactancia acumulada
26 personas.



Flexibilidad horaria diaria (Mediaset España)
839 personas.



Anticipos especiales
11 personas.



Club del empleado/a
Toda la plantilla del Grupo.



Reserva aparcamiento embarazadas
6 personas.
motivos médicos
4 personas.



Excedencias por cuidado de hijo o familiares
7 personas.



Reducciones por guarda legal vigentes
104 personas.



Otras reducciones de jornada vigentes
11 personas.



Comedor de personal (Madrid) / Cheques gourmet (Delegaciones)

134.748 comidas personal grupo.
5244 delegaciones +
3651 cierre comedor Madrid.



Cesta de navidad
1.595 cestas entregadas.



Reparto de juguetes (Navidad)

Se repartieron **911** tarjetas regalos como sustituto de los juguetes de navidad



Aparcamiento centro de trabajo

Toda la plantilla de Madrid. 756 plazas: 646 en instalaciones propias de Fuencarral, 47 en instalaciones próximas y 63 en Villaviciosa



Seguro médico

295 personas se han beneficiado de un seguro médico personal abonado por la empresa. Se han abonado además **324** seguros médicos para cónyuge e hijos (hasta 25 años).



Gratificación excepcional

1.059 empleados de Mediaset España se beneficiaron de la gratificación excepcional.



Servicio de ruta

Aplicable al 100% de los trabajadores de las sedes en Madrid



Subvención gimnasio (colectivos necesarios)

10 personas.



Teletrabajo

Aplicable al 52,7% de los trabajadores del Grupo



GESTIÓN DE LAS RELACIONES SOCIALES

La negociación colectiva está ampliamente garantizada en las empresas del Grupo, reconociendo la relevancia que tiene el diálogo y el rol que desempeñan los representantes de los trabajadores. Prueba de ello son los Convenios Colectivos que se firman en Mediaset España desde 1992. Los Convenios Colectivos de aplicación regulan los derechos y obligaciones de los trabajadores y contribuyen a generar un clima laboral positivo, tanto para la empresa como para su plantilla y cada Convenio define su propio ámbito de aplicación, previendo la exclusión de determinados colectivos que por su singularidad tienen su propia regulación.

Tanto el ejercicio de la libertad de asociación como el de la libertad sindical son derechos fundamentales que han sido siempre reconocidos y respetados por la compañía y así se refleja en la representación unitaria y sindical con la que cuentan las plantillas, ejercida a través de los Comités de Empresa y en su caso, las Secciones Sindicales. En 2024 no se ha producido ninguna situación de riesgo en relación con el ejercicio de la libertad de asociación y la libertad sindical.

Con el objetivo de promover un plan de ayuda a la prejubilación, en los últimos años de dedicación profesional de las personas trabajadoras, se ha incluido en el Convenio Colectivo de Mediaset España el establecimiento de tres planes de medidas para los años 2024, 2025 y 2026, bajo los principios de voluntariedad, mutuo acuerdo, universalidad y no discriminación, y responsabilidad social. Constituyendo una comisión de seguimiento que vele por su aplicación.

MEDIDAS QUE GARANTIZAN LA APLICACIÓN DEL PROTOCOLO DE DESCONEXIÓN DIGITAL

Sistema de Control de Presencia y Gestión del Tiempo que permite controlar la jornada de trabajo de conformidad con la normativa legal y convencional en cada caso, y que puede efectuarse de forma presencial o en remoto.

CONVENIOS COLECTIVOS DE TRABAJADORES FIJOS Y TEMPORALES

MEDIASET ESPAÑA

I CONVENIO COLECTIVO
GRUPO AUDIOVISUAL
MEDIASET ESPAÑA
COMUNICACIÓN

01/04/2023 a 31/03/2026

91%

plantilla cubierta

MEDITERRÁNEO

CONVENIO COLECTIVO
DEL SECTOR DE OFICINAS
Y DESPACHOS DE LA
COMUNIDAD DE MADRID

Vigencia 2022-2024

70%

plantilla cubierta

SUPERSPORT

CONVENIO COLECTIVO
DE PRODUCTORAS
AUDIOVISUALES

(Vigencia 07/04/2024 a 31/12/2024)

98%

plantilla cubierta

RADICAL CHANGE CONTENTS

CONVENIO COLECTIVO DE PRODUCTORAS AUDIOVISUALES

(Vigencia 07/04/2024 a 31/12/2024)

100%

plantilla cubierta

PUBLIESPAÑA

CONVENIO COLECTIVO DEL
SECTOR PUBLICIDAD.

Vigencia 01/01/2016 a 31/12/2016
(prórroga automática de año en año)

100%

plantilla cubierta

TELECINCO CINEMA

CONVENIO COLECTIVO
DEL SECTOR DE OFICINAS
Y DESPACHOS DE LA
COMUNIDAD DE MADRID

Vigencia 2022-2024

50%

plantilla cubierta

EL DESMARQUE

CONVENIO COLECTIVO DEL
SECTOR DE LA PRENSA
DIARIA

(Vigencia 01/01/2023 a 31/12/2025)

98%

plantilla cubierta

CONECTA 5

CONVENIO COLECTIVO
DEL SECTOR DE OFICINAS
Y DESPACHOS DE LA
COMUNIDAD DE MADRID.

Vigencia 2022-2024

58%

plantilla cubierta

MEGAMEDIA

CONVENIO COLECTIVO
DEL SECTOR DE OFICINAS
Y DESPACHOS DE LA
COMUNIDAD DE MADRID.

Acuerdo Empresa Megamedia
(02/2022 a 02/2026)

100%

plantilla cubierta

BE A LION

CONVENIO COLECTIVO DEL
SECTOR PUBLICIDAD. .

(En vigor, prórroga de año en año, si
no media denuncia por cualquiera
de las partes)

100%

plantilla cubierta



SALUD Y SEGURIDAD

La Prevención de Riesgos Laborales, entendida como la protección frente a los riesgos y la defensa de la salud de los trabajadores, constituye un objetivo importante para las empresas del Grupo y es asumido por la Dirección con el liderazgo y el compromiso en el marco de la Política Preventiva y de Bienestar del Grupo Mediaset.

El Servicio de Prevención Mancomunado (en adelante, SPM) elabora anualmente la Planificación de la Actividad Preventiva a partir del Plan de Prevención 2023-2026 cuatrienal vigente. Tanto el Plan de Prevención como la Planificación Preventiva Anual están aprobados por la Dirección de RRHH y, se presentan a los Delegados de Prevención en el Comité de Seguridad y Salud. El actual sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales de la organización garantiza un entorno laboral seguro y saludable así como el cumplimiento de la legislación vigente y de los requisitos establecidos en la norma ISO 45.001.

La planificación se traduce en actividades a desarrollar durante el año, cuyo avance es supervisado de forma trimestral por el Comité de Seguridad y Salud (en adelante, CSS), órgano que representa a todo el personal de Mediaset España y también cuentan con tales comités Publiespaña y Megamedia. No obstante, la totalidad de la plantilla de las empresas de Mediaset España ve garantizada la adecuada protección de su seguridad y salud a través del SPM.

Este sistema de gestión de la Seguridad y Salud laboral está diseñado para que cualquier trabajador, personal de ETT, autónomo o becario, invitado, visita o público que se encuentre en las instalaciones esté cubierto por el mismo.

CANALES A DISPOSICION DE LOS TRABAJADORES PARA COMUNICAR SITUACIONES DE PELIGRO EN ENTORNO LABORAL

- Servicio de Prevención Mancomunado
- Comité de Seguridad y Salud
- Buzón de sugerencias (anónimo)

FORMACIÓN IMPARTIDA

LUCHA CONTRA INCENDIOS	PRIMEROS AUXILIOS	RIESGO ELÉCTRICO	TRABAJO EN OFICINAS
17 ASISTENTES	102 ASISTENTES	20 ASISTENTES	126 ASISTENTES
119 HORAS	102 HORAS	80 HORAS	252 HORAS

Los posibles riesgos vinculados a los puestos de trabajo son identificados en las evaluaciones llevadas a cabo por el SPM y queda constancia de ellos en las Fichas de Información al Trabajador y en las Fichas Técnicas de Prevención. A partir de los reconocimientos médicos periódicos, el Servicio Médico complementa el conocimiento sobre la aptitud del trabajador para el desempeño de las tareas y funciones.

El mapa de riesgos laborales está en continuo proceso de revisión por parte del SPM. En 2024 se han evaluado los nuevos programas y se han inspeccionado todos los estudios trimestralmente, y tras registrar todos los factores de riesgo se han planificado las medidas preventivas pertinentes. Así mismo, se han realizado reuniones de coordinación con varias empresas externas de continuidad y se han inspeccionado algunos de sus trabajos puntualmente.

No existe en ninguno de los centros de trabajo de Mediaset España, actualmente, ninguna actividad catalogada como peligrosa, así como tampoco existen, dentro de las distintas actividades del negocio, actividades laborales de alta incidencia o riesgo elevado de accidente o enfermedad profesional. Por tanto, todos los trabajadores cuentan con acceso a servicios de salud disponibles o pagados por la compañía, a causa de accidentes o enfermedades relacionados al trabajo.

Durante el año 2024 se han investigado 2 incidentes y 7 accidentes relacionados con la actividad laboral, de los cuales 3 se produjeron en personal propio, 1 en personas del público y 3 en personal de empresas externas (colaboradores, concursantes, otros).



La calidad de los Servicios de Salud Ocupacional se mide mediante una serie de controles periódicos por parte del Comité de Seguridad y Salud cada trimestre y anualmente mediante auditorías de calidad. Mediaset España llevó a cabo la correspondiente auditoría para mantener la certificación ISO 45.001 correspondiente a su centro de trabajo de Fuencarral, donde desarrolla su actividad el 94% de la plantilla total del Grupo, certificación que ha renovado hasta 2025. Asimismo, la alta dirección de la compañía recibe un informe anual de todo lo relacionado con la prevención y en paralelo, cuenta con información trimestral de los resultados obtenidos en materia preventiva, a través de una aplicación específica en la intranet.

Durante 2024, el SPM ha mantenido reuniones de coordinación para abordar los aspectos relevantes de salud y seguridad tanto con las áreas de la compañía, como con las empresas contratistas de continuidad. Asimismo, durante 2024 se realizaron 8 inspecciones de seguridad en los estudios de grabación de ambos centros.

Actuaciones del SPM si detecta algún riesgo relacionado con el trabajo en sus evaluaciones

ACTUACIONES DEL SPM SI DETECTA ALGÚN RIESGO RELACIONADO CON EL TRABAJO EN SUS EVALUACIONES

- Se forma a los trabajadores en aquellas tareas que así lo requieran por su riesgo o en aplicación de las medidas legales existentes
- Se adoptan las medidas necesarias para evitarlo o minimizar su frecuencia o consecuencias
- Se informa al personal de los riesgos existentes y de las medidas preventivas adoptadas en cada caso
- Se protege a los trabajadores con equipos adecuados si fuera el caso

Todas las personas que se desplazan a zonas en conflicto se les proporciona una formación adecuada y se les suministran un botiquín adecuado para la zona.

CAMPAÑAS 2024

CAMPAÑA DE DETECCIÓN PRECOZ DEL MELANOMA

272
PERSONAS

CAMPAÑA DE DONACIÓN DE SANGRE

71
PERSONAS DONANTES

CAMPAÑA DE VACUNACIÓN ANTIGRIPIAL

245
PERSONAS VACUNADAS

RECONOCIMIENTOS MÉDICOS, TANTO INICIALES COMO PERIÓDICOS Y DE PERSONAL ESPECIALMENTE SENSIBLE

845
PERSONAS

CAMPAÑA DE DETECCIÓN PRECOZ DEL GLAUCOMA

511
PERSONAS



SINIESTRALIDAD LABORAL

	ACCIDENTE LABORAL CON BAJA (ALCB)		ACCIDENTE LABORAL IN ITINERE (ALII)		ENFERMEDAD COMÚN (EC)		ACCIDENTE NO LABORAL (ANL)		TOTAL DÍAS PERDIDOS ⁽¹⁾		TOTAL DÍAS PERDIDOS EXCLUYENDO BAJA POR MATERNIDAD / PATERNIDAD	
2024	1	4	8	8	226	239	1	1	9.553	10.439	8.347	8.660
	5		16		465		2		19.992		17.007	
2023	2		12		382		3		13.627		10.311	
2022	2		10		494		4		13.275		10.328	

(1) Incluye datos correspondientes a ALCB, ALII, EC, ANL y también bajas por maternidad/paternidad.
Nota: En 2024 no se ha producido ninguna muerte por accidente laboral en la plantilla ni en los trabajadores contratados a través de ETT.

ÍNDICE DE ACCIDENTABILIDAD

ÍNDICE DE FRECUENCIA	ÍNDICE DE INCIDENCIA	ÍNDICE DE GRAVEDAD	TASA DE INCIDENCIA DE ENFERMEDADES PROFESIONALES (TIEP)	TASA DE LESIONES REGISTRABLES
2,79	5,02	0,05	0	10,55
2023: 3,99 2022: 1,41	2023: 7,19 2022: 2,55	2023: 0,1 2022: 0,02	2022: 0 2021: 0	2023: 7,55 2022: 5,22

SINIESTRALIDAD LABORAL POR GÉNERO

	I. FRECUENCIA		I. GRAVEDAD		I. INCIDENCIA	
2024	0,68	2,11	0,0	0,05	1,23	3,79
2023	1,3	2,69	0,06	0,04	2,35	4,84
2022	1,41	-	0,02	-	2,55	-

Alcance: Todas las sociedades por consolidación global salvo Aninpro Creative y Radical Change Contents
I. Frecuencia= nº ALCB x 1.000.000 / Horas trabajadas en el año por la plantilla media.
I. Incidencia = nº ALCB x 1.000 / plantilla media.
I Gravedad = Jornadas perdidas por ALCB x 1.000 / Horas trabajadas por la plantilla media en el año.
T.I.E.P= nº E.P. / plantilla media x 1
Tasa de lesiones registrables = nº ALCB + ALII x 1.000.000 / horas trabajadas en el año por la plantilla media.
Las horas trabajadas han sido estimadas a partir de las horas anuales del Convenio Colectivo de Mediaset España y el número medio de empleados.

Si bien la seguridad y salud de los trabajadores externos queda garantizada por medio del procedimiento de coordinación de actividades gestionado a través del Servicio de Prevención Mancomunado, quedan excluidos a efectos de los cálculos de siniestralidad. Los datos de siniestralidad en trabajadores contratados por ETT se encuentran en el apartado Información Complementaria- TRABAJADORES CONTRATADOS A TRAVÉS DE ETT.

VALOR DEL MEDIO AMBIENTE

MEDIASETespaña.



GESTIÓN AMBIENTAL

Si bien el sector audiovisual genera impactos ambientales directos poco significativos, en comparación con otras industrias, Mediaset España asume el compromiso de gestionar su huella ambiental de un modo sostenible e implementar las medidas necesarias que permitan reducirla.

El Consejo de Administración es el órgano responsable de evaluar y aprobar las medidas necesarias para la adecuada gestión de impactos, incluidos los vinculados con el cambio climático, siendo el Comité de Riesgos, el órgano encargado de la función ejecutiva de la gestión de riesgos. El Sistema Integrado de Gestión de Riesgos implantado en el Grupo desde 2007, garantiza la identificación, control y gestión de cualquier riesgo, incluidos los ambientales, que pueda afectar a la consecución de alguno de los objetivos estratégicos establecidos. Asimismo, existe una identificación dentro del Grupo de las diferentes áreas que son las responsables de la gestión de los riesgos medioambientales.

Los riesgos y oportunidades asociados a los posibles impactos derivados del cambio climático existen y han sido integrados en el Sistema de Gestión de Riesgos del Grupo Mediaset, si bien, dada la actividad desarrollada y la gestión realizada, se ha conseguido minimizar el impacto a nivel estratégico, operativo y financiero. Por su parte, el Grupo está plenamente atento a maximizar las oportunidades derivadas de una optimización en la gestión ambiental. Por lo anterior, se ofrece formación constante al equipo, como lo prueba el Curso de Sostenibilidad para la División de Tecnologías y Operaciones de ambas sedes, impartido durante 2024.

FORMACIÓN EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD POR CATEGORÍA LABORAL Y GÉNERO			
	HORAS 2024		
	H	M	Total
Directivo	94	54	148
Jefe de Departamento	88	98	186
Periodistas	202	198	400
Empleados	1.344	1.088	2.432
Operarios	26	8	34
ETT	8	2	10
Total	1.762	1.448	3.210

Consciente de la importancia de la acción climática, en 2021 Mediaset España inició el proceso de abordar su estrategia climática, para establecer una hoja de ruta que le permita implantar un plan de transición hacia el Cero Neto en 2050. En este sentido, el Grupo ha definido objetivos a medio y largo plazo que le conduzcan hacia la neutralidad climática, en línea con la ciencia climática más reciente, objetivos que han sido validados por parte de la iniciativa Science Based Target Initiative (SBTi).

Aplicando el principio de precaución ambiental recogido en la Declaración de Río de Janeiro de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y el Desarrollo de 1992, el Grupo centra su atención en gestionar su huella ambiental directa en lo que concierne a la energía, el agua, los residuos y los desplazamientos, con el objetivo principal de reducir el impacto de sus operaciones, allí donde tiene control operativo. A su vez, desde hace unos años ha abordado medidas que le permitan reducir el impacto indirecto provocado por la actividad del negocio tales como los desplazamientos de la plantilla o los viajes de negocio. A ello se suma el plan de acción derivado de la nueva estrategia climática, que abordará, entre otras, actuaciones a llevar a cabo de la mano de su cadena de suministro.

Las principales instalaciones de la compañía, donde se concentra el 96% de la plantilla y se llevan a cabo las actividades con mayor intensidad en el uso de recursos naturales, son las oficinas y estudios de Fuencarral y Villaviciosa, en Madrid. Las instalaciones se encuentran en polígonos industriales o zonas urbanas, alejadas de espacios naturales protegidos.

Al desarrollar sus actividades directas en zonas urbanas, no tiene impacto sobre espacios naturales, más allá de los posibles impactos producidos por las grabaciones de programas en entornos naturales. Éstos son gestionados teniendo en cuenta en todo momento su minimización, siguiendo el estricto cumplimiento de la legislación vigente y aplicando los protocolos adecuados para garantizar su conservación y no afectación.

Del mismo modo, dada la naturaleza de las actividades, no existe riesgo relevante de derrames de sustancias peligrosas, y no se tiene constancia en 2024 que haya ocurrido una situación de esas características, como tampoco ha sido objeto de ninguna reclamación, multa o sanción significativa por incumplimiento de la normativa medioambiental. No obstante, Mediaset dispone de un seguro de responsabilidad civil general, con cobertura de 12M€, en caso de contaminación ambiental súbita y accidental, derivada del proceso normal de almacenamiento, producción o trabajo propio de la actividad asegurada.

PRIORIDADES AMBIENTALES

MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA	REDUCIR LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO	REDUCIR EL USO DE RECURSOS NATURALES Y LA GENERACIÓN DE RESIDUOS
----------------------------------	--	--



● GESTIÓN ENERGÉTICA

El principal consumo energético proviene del consumo de electricidad de las instalaciones y corresponde a los equipos técnicos de estudios, incluyendo los de grabación, emisión y postproducción, así como los equipos informáticos y de climatización de salas informáticas. Mediaset España lleva a cabo acciones de gestión continua para optimizar el uso de la energía. Entre otras, establece medidas para la refrigeración equilibrada de sets de grabación, limitando los horarios de encendido y apagado del aire acondicionado en los estudios, controlando la temperatura de forma automatizada y regulando la iluminación en las pausas publicitarias durante los directos.

Otro aspecto relevante es la iluminación y por ello, desde hace más de un lustro, el Grupo cuenta con un plan de sustitución de luminaria y equipos de climatización más eficientes y de menor consumo. En este sentido, en 2023 se sustituyeron 424 luminarias y aparatos de iluminación por otros más eficientes y de menor consumo, tanto en decorados como en oficinas, y se instalaron 853 paneles solares y 68m² de láminas de protección solar. En conjunto, las inversiones realizadas en 2024 para mejorar la eficiencia energética de la compañía, desde el punto de vista del equipamiento y las instalaciones, han supuesto un ahorro energético estimado global de 343 GJ y un coste de más de 180.000€.

INTENSIDAD ENERGÉTICA

2,19

GJ/ HR GRABACIÓN

49.371,25 GJ (consumo eléctrico)
22.486 hr. grabación en estudios





● HUELLA DE CARBONO Y CAMBIO CLIMÁTICO

Mediaset España mide y gestiona las emisiones de gases de efecto invernadero producidas por el normal desarrollo de su actividad desde 2009, con el objetivo de identificar las principales fuentes que las generan y establecer un plan de acción para disminuirlas.

Entre las acciones promovidas por el Grupo para reducir su huella ambiental se encuentra la contratación de energía eléctrica con Garantía de Origen, por la cual se avala que toda la electricidad consumida durante el año en las instalaciones proviene exclusivamente de fuentes 100% renovables, que respetan el medio ambiente y evitan las emisiones de CO₂ y otros gases contaminantes. En este sentido, desde 2015, toda la energía eléctrica consumida en las instalaciones propias del Grupo proviene de fuentes renovables, instalaciones que se utilizan para actividades de oficina y el desarrollo de la actividad audiovisual y cuyos consumos representan el 85% de la energía total consumida por el Grupo. De este modo, el Grupo contribuye a luchar contra los gases de efecto invernadero y otras emisiones contaminantes a la atmósfera.

A su vez, la disposición de paneles solares en las instalaciones refuerza la apuesta por las energías limpias. En este sentido, la sede de Fuencarral cuenta con 48 paneles solares instalados, los que producen una energía estimada de 38.5 Mwh.

Por otra parte, el Grupo promueve la movilidad sostenible entre a sus trabajadores, ofreciendo en Madrid un servicio de autobuses que conecta las instalaciones de la compañía (Fuencarral y Villaviciosa) con estaciones de tren y metro, en un amplio abanico horario, como forma de incentivar un mayor uso del transporte público y contribuir, de ese modo, a limitar las emisiones de gases contaminantes derivadas del commuting. Este servicio se ofrece durante todo el año, para dar soporte a los trabajadores que deben desplazarse a las instalaciones del Grupo en Madrid. Asimismo, durante 2024 se realizó la instalación de puntos de recarga para vehículos eléctricos en la sede de Fuencarral.

Desde 2019, Mediaset España ha asumido el compromiso de compensar voluntariamente sus emisiones directas a través de proyectos que contribuyen a generar impactos positivos en el medio ambiente. Esta compensación voluntaria de emisiones directas no sustituye en ningún caso, los esfuerzos del Grupo por reducir sus emisiones cada año.

TAPONES PARA UNA NUEVA VIDA®

Mediaset España en colaboración con la Fundación Seur, puso en marcha en 2017 la iniciativa solidaria TAPONES PARA UNA NUEVA VIDA®, que consiste en la recogida y entrega de tapones de plástico a una planta de reciclaje, con el fin de ayudar a niños con graves problemas de salud. Esta iniciativa pretende, por un lado, recoger los residuos de tapas plásticas generados y facilitar su reciclado, evitando así que terminen en un vertedero y por otro, contribuir con el tratamiento médico de niños.

TAPONES RECICLADOS 2024

46.600

CO₂ EVITADO 2024 (KG)

174

En el 2024 Mediaset España ha contribuido a un conjunto de proyectos eólicos y solares en el estado indio de Karnataka con el objetivo de generar electricidad limpia que desempeñan un papel vital en el cambio de la India hacia una economía con bajas emisiones de carbono, contribuyendo en la sustitución de parte de carbón en el mix energético indio.

BENEFICIOS MEDIOAMBIENTALES

Este conjunto de proyectos contribuirá a:

- Generar energía renovable, que desplazará parte de la electricidad suministrada de otro modo por centrales eléctricas alimentadas con combustibles fósiles, con lo la consiguiente reducción de emisiones de GEI.
- Ayudar a las comunidades de toda la India a acceder a fuentes de electricidad renovables y sostenibles.
- Sensibilizar a las comunidades sobre los efectos del cambio climático y cómo mitigarlos.

BENEFICIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

- Generar formaciones y desarrollo de habilidades para las comunidades locales.
- Mejora de los medios de subsistencia de las familias empleadas en los proyectos.
- Mejora de la calidad del aire con la disminución de la extracción de carbón para generar electricidad.
- Este proyecto ofrecerá oportunidades de empleo para el desarrollo y mantenimiento de estos parques eólicos en la India, mejorando la economía local.





En el 2024 se puso en marcha un proyecto que calcula la huella de carbono de los Informativos de Mediaset España con el rigor que otorga la ISO, a través de una tecnología capaz de discriminar de manera automática la contaminación generada por cada espacio televisivo.

Tanto el cálculo de la huella como el proceso de recogida de la información ha sido verificada por un auditor externo.

Se trata de un avance del compromiso que Mediaset España mantiene con las prácticas sostenibles en todas las áreas de gestión de su actividad, que permite por un lado, estimar las emisiones de gases de efecto invernadero y ofrecer información de sostenibilidad a nuestros grupos de interés, y por otro, poner en marcha planes de detección de áreas de mejora, vinculadas a la eficiencia y eficacia de los procesos.

**LOS INFORMATIVOS DE-MEDIASET ESPAÑA
CALCULAN SU HUELLA DE CARBONO CON
GARANTÍA ISO VERIFICADO** por un auditor externo
tanto el cálculo de la huella como el proceso de
recogida de la información.



MEDIASET *españa.* © 2025

Los Informativos de Mediaset España calculan y verifican su huella de carbono con garantía ISO.



**VALOR
SOSTENIBLE**
MEDIASET *españa.*



Mediaset España reporta anualmente sus emisiones de gases de efecto invernadero, verificadas por auditor externo independiente .

ALCANCE 1: EMISIONES DIRECTAS

EQUIPOS PROPIOS O CONTROLADOS¹ 460,83 2023: 454,61 2022: 429,68	FLOTA DE VEHÍCULOS² 75,36 2023: 52,35 2022: 46,87	CLIMATIZACIÓN Y RECARGAS GASES REFRIGERANTES³ 470,28 2023: 221,41 2022: 196,21	MARKET BASED⁴ 0 2023: 0 2022: 0
TOTAL: 1.006,47 2023: 728,38 / 2022: 672,77			TOTAL: 0 2023: 0 / 2022: 0

(1) Factores de emisión utilizados: DEFRA Conversion Factors 2024

(2) Factores de emisión utilizados: DEFRA Conversion Factors 2024

(3) En función del gas refrigerante consumido, se han utilizado los siguientes factores de emisión: DEFRA Conversion Factors 2024, MITECO- Metodologías para la estimación de la reducción de emisiones de los proyectos clima y fichas técnicas de producto.

(4) Mediaset España no genera emisiones de alcance 2 ya que compra el 100% de su energía eléctrica con certificado de origen renovable.

ALCANCE 3: OTRAS EMISIONES INDIRECTAS¹

VIAJES DE NEGOCIOS EN TRANSPORTE AÉREO 811,69 2023: 583,59 2022: 170,18	VIAJES DE NEGOCIOS EN TRANSPORTE FERROVIARIO 24,02 2023: 21,61 2022: 8,83	VIAJES DE NEGOCIO TRANSPORTE TERRESTRE 316,73 2023: 337,85 2022: 294,67	DESPLAZAMIENTOS DE PLANTILLA IN-ITINERE 1.411,27 2023: 1.186,27 2022: 1.250,15	VIAJES DE NEGOCIO ESTANCIA EN HOTELES 28,82 2023: 16,58 2022: 11,33	OTRAS EMISIONES UPSTREAM² 26.225,75 2023: 31.095,44 2022: 41.183,26	EMISIONES DOWNSTREAM³ 34.524,61 2023: 38.473,91 2022: 39.459,45
TOTAL: 63.343 2023: 71.715 / 2022: 82.378						

(1) Para el cálculo de emisiones de alcance 3 se han tenido en cuenta todas las categorías consideradas relevantes (1 a 8; 11; 15).

(2) Incluye las emisiones aguas arriba (upstream) fuera de la organización, calculadas de acuerdo a las categorías de Alcance 3 del GHG Protocol. Se incluyen las emisiones asociadas a proveedores, adquisición de bienes capitales; emisiones energéticas no incorporadas en la huella de alcance 1 y 2; servicios de transporte pagados por la compañía; residuos de la organización; y activos arrendados por Mediaset. Las principales emisiones en 2023 han correspondido a las asociadas a las actividades de compra de bienes y servicios.

(3) Incluye las emisiones aguas abajo (downstream) fuera de la organización, calculadas de acuerdo a las categorías de Alcance 3 del GHG Protocol. Las principales emisiones han correspondido a las emisiones asociadas al uso de productos vendidos por Mediaset España y a las inversiones de la compañía en derechos audiovisuales y cine.

TOTAL ALCANCE 1+2+3: 64.350

2023: 72.444 / 2022: 83.051

Dado que durante los últimos dos años las emisiones de NOx, SOx, CO, COVNM y otras partículas a la atmósfera han sido inferiores a una tonelada en cada caso, se considera que éstas son muy poco significativas.

Nota: el inventario de emisiones generadas ha sido calculado utilizando The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard (Revised Edition).

INTENSIDAD EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

1,24

64.350 Tn emisiones CO₂e

51.823 HR programación en 2024



● CONSUMO DE RECURSOS Y ECONOMÍA CIRCULAR

Tanto el consumo de recursos como la generación de residuos vino dada por el transcurso normal de la actividad, tanto de la actividad de producción audiovisual, como por la actividad de oficina, o el comedor para sus empleados. Comprometidos con el consumo responsable, durante 2024 se renovaron las sillas de comedor, elaboradas con fibra de vidrio y plástico polipropileno 100% reciclados, -certificado por Green World Compounding- que provienen de cajas de fruta y verduras de la zona de Andalucía.

Desde 2015, toda la energía eléctrica consumida en las instalaciones propias de Mediaset España proviene de fuentes 100% renovables, con certificado de garantía de origen.

Todos los residuos generados se han gestionado adecuadamente, dando preferencia al reciclado en los casos en los que la normativa lo permite.

En cumplimiento de la normativa que regula los residuos peligrosos y no peligrosos, Mediaset España entrega los residuos en condiciones adecuadas a un gestor autorizado. En este sentido, los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos se gestionan a través del almacén técnico; todo el equipamiento técnico es adquirido bajo normativa RoHS, abonando en el momento de la compra el coste de su retirada al final de la vida útil, lo que garantiza la adecuada gestión de los residuos generados en el proceso de renovación por cuenta de la obsolescencia técnica prevista o sobrevenida. La mayoría de los residuos sólidos urbanos se generan en la zona de cafetería -comedor y es el personal de esta dependencia quien segrega los mismos según su destino (orgánicos, envases de plástico o vidrio). En el ámbito de las oficinas y despachos y demás instalaciones, los trabajadores segregan el papel, las pilas y baterías, las cintas y los envases mediante su depósito en contenedores específicos distribuidos por las instalaciones de la compañía.

RECURSOS CONSUMIDOS

AGUA (M³) 17.919 2023: 17.331	ELECTRICIDAD (GJ) 49.371 2023: 50.930	PILAS/BATERÍAS (KG) 331 2023: 284	GASES REFRIGERANTES (KG) 288,90 2023: 125,18
GASÓLEO (GJ) 1.596 2023: 1.070	GAS NATURAL (GJ) 7.043 2023: 8.868	PAPEL (KG) 8.684 2023: 9.658	TÓNERS (KG) 264 2023: 232,65

Mediaset España utiliza insumos de oficina que provienen de materiales reciclados, tales como papel reciclado o tóner, en aquellos equipos en los que sea posible.

Por su parte, Mediaset España tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que, tanto la captación como el vertido de agua, se realiza a través de la red urbana. Conscientes de la importancia de una adecuada gestión del agua, durante 2024 se desarrolló el proyecto de monitorización consumo, con objeto agilizar la respuesta ante posibles fugas o excesos de consumo, tanto en Fuencarral como en Villaviciosa, y se instalaron fuentes de agua en ambas sedes, con objeto de seguir reduciendo el consumo de agua embotellada, lo cual además impacta en la reducción de generación de residuos.



RESIDUOS GENERADOS

La principal actividad es la producción y emisión de contenidos audiovisuales, por ello, los residuos de materiales de embalaje se consideran no significativos. No obstante, cumple con sus responsabilidades como productor de residuos, a la vez que gestiona todos los residuos que se producen por los productos que se adquieren y se calculan las emisiones de CO₂ asociadas, tanto upstream como downstream.

En cumplimiento de la normativa que regula los residuos peligrosos y no peligrosos, Mediaset España entrega los residuos a un gestor autorizado para su disposición final. De acuerdo al conocimiento de la compañía, éstos tienen los siguientes destinos:

Tipo de residuo	Disposición final
Residuo biosanitario especial	Esterilización/ destrucción
Lámparas y luminarias	Reciclaje/ Valorización
Discos y cintas	Reciclaje
Pilas	Reciclaje
Papel	Reciclaje
RAEE:monitores, impresoras, scanners, mixed e-scrap	Reciclaje/ valorización
RSU- Código LER 200301	Eliminación en depósito controlado
Acero y hierro- Código LER 191202	Reciclaje/ valorización Disposición final según Anexo II de la Ley 22/2011- R12
Tóner	Reciclaje
Aceites y grasas comestibles	Reciclaje
Botes de pintura y disolventes	Reciclaje

RESIDUOS GENERADOS¹

RESIDUOS BIOSANITARIOS (KG)	RESIDUOS DE APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS (KG) ³	PILAS/BATERÍAS (KG)	TINTAS, DISOLVENTES Y PINTURAS (KG)
22,86 2023: 31	14.895 2023: 10.173	547 2023: 318	400 2023: 335
PAPEL (KG)	TÓNER (KG)	PINTURAS Y AEROSOLÉS (KG)	RESIDUOS VOLUMINOSOS (KG)
21.619 2023: 26.397	209 2023: 222	433 2023: 335	25.080 2023 ²
VIDRIO (KG)	CÁPSULAS DE CAFÉ (KG)	MADERA (KG)	METALES MEZCLADOS-HIERRO (KG)
2.087 2023 ²	270 2023 ²	5.825 2023 ²	15.120 2023 ²
DISCOS Y CINTAS (KG)	RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS - RSU (TN) ³	ACEITE DE COCINA (KG)	: RESIDUOS PELIGROSOS : RESIDUOS NO PELIGROSOS
3.872,9 2023: 31	111,26 2023: 2,81	150 2023: 135	

(1) Corresponde a las sedes de Fuencarral y Villaviciosa en Madrid, donde se concentra el 96% de la plantilla y se llevan a cabo todas las actividades vinculadas a la producción audiovisual.

(2) No se dispone de datos para el 2023

(3) Los datos de 2024 de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos así como los residuos sólidos urbanos engloban distintas categorías que en el 2023 se desglosaban



SOSTENIBILIDAD DE LAS PRODUCCIONES

SUPERVIVIENTES

Un año más, el programa se llevó a cabo en el archipiélago de Cayo Cochinos en Honduras, dentro de un área protegida, integrando el cuidado y el respeto ambiental y cumpliendo estrictamente las normas establecidas por el Gobierno de Honduras. La Fundación de los Cayos Cochinos, especializada en la protección de los entornos naturales, impartió una formación en materia al equipo. Este curso incluyó, entre otros, aspectos fundamentales como la sostenibilidad en la pesca y la protección de la barrera de coral, asegurando el respeto a las políticas locales.

LA ISLA DE LAS TENTACIONES

Las grabaciones realizadas en República Dominicana contaron con los permisos gubernamentales del Ministerio de Turismo y Medio Ambiente para su realización, cumpliendo con su protocolo de actuación en entornos naturales.

Tanto Supervivientes como La Isla de las Tentaciones, producciones de Banijay Group, fueron supervisadas por Banijay Green, iniciativa que busca garantizar el desarrollo de contenidos audiovisuales más sostenibles. Esta supervisión incluyó la implementación de prácticas ecológicas y la minimización del impacto ambiental en todas las etapas de producción.



PLANETA CALLEJA

El programa visitó varias zonas naturales protegidas (Parque Nacional de Durmitor, Montenegro; Parque Nacional Alberto de Agostini, Chile; Parque Nacional Cabo de Hornos, Chile; Parque Nacional del Vesuvio, Italia; Parque Nacional de Yala, Sri Lanka). Todas las visitas se realizaron en compañía de guardias forestales y/o guías especializados, responsables de realizar las indicaciones correspondientes al equipo para evitar impactos durante la grabación. Por otra parte, los equipos fueron muy reducidos, tanto en lo humano como en lo técnico, para minimizar el impacto.

VOLANDO VOY

Todos los episodios se grabaron en entornos naturales protegidos: Parque Natural de la Sierra Morena de Sevilla, La Axarquía de Málaga, Sierra de Gredos, entre otros. Siempre se contactó con la autoridad competente nacional o autonómica, y se siguieron sus instrucciones en todo momento, contando con los permisos y autorizaciones correspondientes y respetando la fauna y la flora. Se cumplieron escrupulosamente todos los requisitos que se solicitaron para las grabaciones, respetando la normativa de cada parque o espacio protegido. Con el helicóptero se llevó a cabo un protocolo de actuación que prohíbe la entrada en zonas donde haya animales anidando, no voló por debajo de los metros marcados y no cruzó zonas cerradas al tráfico aéreo.

Transmitir el mensaje de la necesidad de protección y conservación de esos entornos formó parte de los contenidos esenciales de cada episodio, sin excepción. Respecto a los posibles impactos generados, siempre hubo un equipo de producción pendiente de esas cuestiones, más allá de que cada miembro del programa asume su parte de responsabilidad en la protección de la naturaleza.

ADIVINA QUÉ HAGO, FACTOR X, MARTÍNEZ Y HERMANOS Y GOT TALENT ESPAÑA

Estas producciones contaron con el certificado Albert (BAFTA) de sostenibilidad.

NOCHEBUENA Y NOCHEVIEJA CONTIGO, DEMOS: EL GRAN SONDEO Y MARTÍNEZ HERMANOS

Se recopiló la información de sus emisiones a través del informe provisional Production Environmental Report (PER).



Asimismo, se implementaron las siguientes medidas de cara a lograr producciones más sostenibles:

- Energía
 - Oficina y salas de edición con consumo de energía 100% renovable.
 - El 90% de las pilas utilizadas fueron recargables.
 - El 60% de iluminación LED.
 - Alquiler de vehículos eléctricos o híbridos.

● Adiós al plástico

Se eliminó el uso de botellas de agua de plástico, apostando por:

- Botellas de agua de aluminio reutilizables para el equipo.
- Botellas de agua de cartón para los miembros de las producciones.
- Envases biodegradables para el catering.
- Política de compras de artículos más sostenibles.

● Adiós al papel

- Implementación de la firma digital en todos los documentos, gracias a lo cual se evitó el uso de 71.998 folios, equivalente a 249.395 kilos de papel.



¿QUIÉN QUIERE CASARSE CON MI HIJO?

Programa con mucho contenido en exteriores, por lo que la producción dispuso un plan de sostenibilidad de cara a la preservación de los espacios públicos y naturales en los que se llevó a cabo las grabaciones. El plan contempló las siguientes medidas:

- Instrucción a todos los equipos para manejo correcto de residuos.
- Reducción del consumo de plásticos, eliminando las botellas de agua y los elementos desechables en catering y grabaciones.
- Uso de vehículos híbridos o eléctricos, reduciendo así el uso de combustibles fósiles y las emisiones de CO₂.
- Viajes en coche y tren, salvo los estrictamente necesarios.
- Uso de atrezzo reciclado y/o alquilado. En los casos en los que fue necesaria la construcción de nuevos elementos, se garantizó que los materiales fueran sostenibles, siempre que fuera posible.

SOCIALITÉ

El equipo del programa realizó una formación de economía verde, medio ambiente y sostenibilidad. La producción cumplió con todas las recomendaciones vigentes en materia de sostenibilidad y cuidado de los recursos.

FIRST DATES HOTEL

Se grabó en un hotel cerrado exclusivamente para la grabación del programa, alejado de zonas protegidas o de alta diversidad. Aun así, en todas las grabaciones en exteriores se cuidó la gestión adecuada de residuos, se redujo el consumo de plásticos y se utilizaron coches híbridos o eléctricos. Por otra parte, se implantó una política de reducción de viajes aéreos y se usó atrezzo reciclado y/o alquilado.



CADENA DE VALOR

MEDIASETespaña.



GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

La gestión de la cadena de suministro forma parte de la gestión responsable y sostenible del Grupo MFE y del negocio de Mediaset España.

Por este motivo, la Dirección de Compras del Grupo Mediaset - MFE ha puesto en marcha recientemente el proyecto «Compras Responsables», en el que han participado inicialmente un total de 430 proveedores, de los cuales 118 son españoles, con el objetivo de obtener información detallada sobre su desempeño ESG (Environmental, Social and Governance).

Como herramienta de apoyo, MFE ha optado por utilizar Open-es, una plataforma que ofrece un sistema estructurado para recopilar y analizar datos sobre prácticas sostenibles («ESG Identity Card» del proveedor) y ofrecer acceso a una gran comunidad de empresas comprometidas con las prácticas ESG; la medición del desempeño en sostenibilidad de la cadena de suministro aumenta el conocimiento de MFE sobre sus proveedores, reduciendo el riesgo y ayudando a construir una cadena de suministro más resistente.

Desde el punto de vista del impacto en los procesos de compra, y empezando desde 2024, se aplicarán progresivamente criterios ESG a los proveedores, que se convertirán en un requisito adicional para la adquisición de bienes y servicios. En este contexto, en 2024 se organizaron 3 talleres de formación para proveedores.

El proyecto «Compras responsables» representa un paso importante hacia la adopción de las mejores prácticas en materia de sostenibilidad: mediante la participación de los proveedores y un enfoque estructurado, MFE pretende lograr resultados tangibles a largo plazo y demostrando un firme compromiso con la sostenibilidad.

Mediaset España introduce cláusulas en sus contratos que garantizan un comportamiento empresarial responsable en toda su cadena de valor, de manera que todas las empresas colaboradoras asumen el compromiso de actuar de forma ética y responsable.

Entre otros, se apela al respeto a los derechos laborales y sindicales de sus trabajadores, a no utilizar mano de obra infantil, a rechazar cualquier clase de trabajo forzoso, prohibir cualquier tipo de discriminación, cumplir con la legislación en materia de prevención de riesgos laborales, velar por la seguridad de sus trabajadores en el ejercicio de sus obligaciones profesionales o prohibir expresamente cualquier comportamiento que implique corrupción, soborno o extorsión. Además, se les solicita una declaración de respetar la legislación ambiental así como de fomentar el uso eficiente de los recursos naturales limitados.

Mediaset España suscribe, por un lado, acuerdos marcos que garantizan el cumplimiento de los derechos laborales de las personas de puesta a disposición, y por otro, los correspondientes contratos con los trabajadores freelance cumpliendo así con todas las obligaciones en la materia.

DERECHOS AUDIOVISUALES	PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES Y PUBLICIDAD	SEGUROS	SERVICIOS DE ASESORAMIENTO
50,37%	18%	0,09%	11,10%
SERVICIOS ESTRUCTURA ¹	SERVICIOS TÉCNICOS ¹	VARIOS	
2,34%	14,25%	3,85%	

(1) Los servicios técnicos contemplan principalmente los servicios de conexión técnica, mientras que los servicios de estructura están compuestos principalmente por los proveedores de material de oficina, consumos, servicios de mensajería, telefonía, viajes y estancias, restauración y suministros.

El principal gasto se concentró fundamentalmente en la adquisición de derechos audiovisuales y en la producción de contenidos audiovisuales y publicidad, ámbitos centrales del negocio.

INVERSIÓN EN DERECHOS AUDIOVISUALES

ESPAÑA	FUERA DE ESPAÑA
58,4%	41,6%

INVERSIONES TÉCNICAS

ESPAÑA	FUERA DE ESPAÑA
76%	24%

Los servicios técnicos contemplan principalmente los servicios de conexión técnica, mientras que los servicios de estructura están compuestos principalmente por los proveedores de material de oficina, consumos, servicios de mensajería, telefonía, viajes y estancias, restauración y suministros.

El principal gasto se concentró fundamentalmente en la adquisición de derechos audiovisuales y en la producción de contenidos audiovisuales y publicidad, ámbitos centrales del negocio.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

ESPAÑA	REINO UNIDO E IRLANDA	EE.UU.	ITALIA	PAÍSES BAJOS
94%	4%	0,6%	0,7%	0,1%
BÉLGICA	FRANCIA	MÉXICO	AUSTRIA	
0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	



SALUD Y SEGURIDAD DE LA AUDIENCIA

La evaluación de los posibles impactos sobre la salud y seguridad de la audiencia, de los productos o servicios ofrecidos (contenidos audiovisuales emitidos) viene dada por el cumplimiento por parte de la compañía, de todas las exigencias legales establecidas en este sentido y la aplicación de las guías de actuación referidas a la difusión de contenidos audiovisuales y publicitarios, tal y como se describe en los apartados El negocio audiovisual y El negocio publicitario de este documento (MODELO DE NEGOCIO).

En este sentido, en 2024 no se han producido incidentes que dieran lugar a multas o sanciones económicas, advertencias o incidentes de incumplimiento de códigos voluntarios sobre los impactos que los productos o servicios pudieran tener en la salud y la seguridad de la audiencia.

Los productos que comercializa la compañía están sujetos al cumplimiento de la legislación aplicable. Si durante el ejercicio 2024 algún producto o programa se hubiese encontrado en litigio y existieran motivos fundados, la compañía hubiera adoptado todas las medidas cautelares necesarias para la paralización de su comercialización, hasta la resolución del mismo.

Marketing y etiquetado

En el marco del desarrollo habitual de su negocio audiovisual, Mediaset España sigue un estricto marco para el etiquetado de sus productos o servicios audiovisuales, aplicando la legislación, códigos y acuerdos de autorregulación así como guías específicas del sector.

Del mismo modo, sigue un estricto cumplimiento de la normativa vigente y guías de autorregulación en materia de comunicación comercial audiovisual en relación a las distintas fórmulas publicitarias existentes.

En 2024, no ha habido ningún procedimiento contra Mediaset España por posible incumplimiento de la normativa publicitaria.





TRANSPARENCIA FISCAL

MEDIASETespaña.



● TRANSPARENCIA FISCAL

La Dirección Financiera es la responsable de la identificación y gestión de los riesgos fiscales en coordinación con la asesoría fiscal, dependiente de la Dirección General Corporativa. A su vez, los riesgos fiscales se integran en el sistema de gestión de riesgos corporativos de MFE y son objeto de seguimiento periódico por la Unidad de Gestión de Riesgos de Mediaset España.

El servicio de asesoría fiscal es prestado por dos empresas especializadas, de reconocido prestigio e independientes al auditor de cuentas de la compañía.

Mediaset España está comprometida con el cumplimiento de la normativa fiscal, la transparencia en la comunicación sobre el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y la colaboración con la Administración Tributaria basada en el cumplimiento fiel de la legislación, el diálogo, la reciprocidad y la buena fe. Mediaset España asume el cumplimiento de las "Líneas Directrices de la OCDE para empresas multinacionales" y está adherida al "Código de Buenas Prácticas Tributarias de la Administración Pública". Mediaset España comunica sus principales magnitudes fiscales a través de la publicación de la información sobre el pago de impuestos aplicables.

Por otra parte, a través de la Unidad de Cumplimiento y Prevención cualquier trabajador, proveedor u otro grupo de interés puede notificar cualquier inquietud relacionada con conductas que vinculadas a la integridad de la organización en relación con la fiscalidad. Esta Unidad reporta directamente al Consejo de Administración.

La estrategia fiscal se focaliza en la optimización del nivel de contribución tributaria bajo la premisa del estricto cumplimiento de la normativa fiscal y la eliminación de todo riesgo que pudiera derivarse de cualquier margen interpretativo de las normas fiscales.

La presencia en paraísos fiscales se encuentra cada vez más penalizada, incluso aunque se realicen actividades comerciales o industriales lícitas. Es por ello que Mediaset España presta especial atención a cualquier posible actividad que confluya en jurisdicciones o países que tengan la consideración de paraísos fiscales. Por tanto, Mediaset España entiende que el concepto de paraíso fiscal engloba la lista negra de jurisdicciones no cooperadoras a efectos fiscales, de la Unión Europea y la lista actualizada periódicamente por la AEAT en el territorio español.

PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN EN EL ÁMBITO FISCAL

- Cumplimiento estricto de la normativa tributaria aplicable
- Cumplimiento de la obligación de satisfacer los tributos correspondientes
- Colaboración con la Administración Tributaria
- Transparencia en la comunicación sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias aplicables.
- Compromiso de no implementar ni utilizar estructuras societarias opacas con fines tributarios,
- Aprobación por el Consejo de Administración de las operaciones con impacto tributario y/o que pudieran presentar especial riesgo fiscal
- Control y prevención del riesgo fiscal
- Cumplimiento de las "Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales"
- Adhesión al "Código de Buenas Prácticas Tributarias de la Administración Pública"



IMPUESTOS DEVENGADOS (EUROS)		
	2024	2023
Beneficios antes de impuestos	143.496.577	160.241.569
Tasa por Reserva del Dominio Público Radioeléctrico	729.575	729.575
Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI)	279.951	379.435
Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)	97.152	113.281
IRPF Rendimientos del Capital Mobiliario	148.712	266.720
Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)	57.165.935	65.628.726
I.G.I.C (Canarias)-I.P.S.I (Ceuta y Melilla)	41.476,13	48.852
Impuesto sobre la Renta de No Residentes	1.144.833	2.532.381
IRPF Rendimientos Procedentes de Arrendamientos	6.375	2.071
IRPF Rendimientos Trabajo, Actividades Económicas, Premios	31.069.275	31.228.228
Pagos a cuenta Impuesto sobre Sociedades	24.782.230	23.971.492
Tasa Residuos Sólidos Urbanos	43.812	43.275
Tasa Entrada Vehículos (Vados)	11.709	10.824
Aportación Financiación RTVE	17.842.347	17.918.847
Impuesto sobre determinados servicios digitales	1.000.135	1.096.127
Otros	13.570	8.715
TOTAL	134.377.088	139.100.021

IMPUESTOS SOPORTADOS ¹ (MILES DE EUROS)	IMPUESTOS RECAUDADOS ² (MILES DE EUROS)
44.800 33,34%	89.577 66,66%

CONCILIACIÓN ENTRE RESULTADO DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTOS E IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES (MILES DE EUROS)		
	2024	2023
Resultado Consolidado antes de Impuestos	143.497	160.242
Ajustes de consolidación	(38.711)	(20.981)
Compensación bases imponible negativas	(90)	(21)
Diferencias permanentes	18.279	10.417
Diferencias temporarias	9.556	(8.748)
Base imponible (resultado fiscal)	132.531	140.909
Impuesto sobre Sociedades (miles €)		
Base imponible	132.531	140.908
Cuota íntegra (25%)	33.133	35.227
Compensación bases imponible negativas	(23)	(5)
Deducciones y bonificaciones	(12.526)	(13.505)
Retenciones	(27.298)	(25.918)
Impuesto sobre Sociedades	(6.714)	(4.201)

SUBVENCIONES RECIBIDAS (MILES DE EUROS)	EXENCIÓN FISCAL SOBRE DIVIDENDOS (MILES DE EUROS)
97,13	66.794
AYUDAS DE ORGANISMOS PÚBLICOS ¹	EXENCIÓN EN BENEFICIOS POR VENTA DE SOCIEDADES (MILES DE EUROS)
0	0
AYUDAS RECIBIDAS DE FUENTES NO GUBERNAMENTALES	

DONACIONES (MILES DE EUROS)
411

(1) Los impuestos soportados, de acuerdo a criterios internos, son aquellos que se consideran un coste directo para la compañía. En este sentido, se han considerado como tales: Tasa por Reserva del Dominio Público Radioeléctrico; Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI); Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE); Impuesto sobre Sociedades; Tasa Residuos Sólidos Urbanos; Tasa Entrada Vehículos (Vados); Aportación Financiación RTVE; Impuesto sobre determinados servicios digitales y otros.

(2) Los impuestos recaudados, de acuerdo a criterios internos, son aquellos que no se consideran un coste directo para la compañía, sino que ésta los recauda de terceros, en nombre de otros, por ejemplo, del Gobierno. En este sentido, se han considerado como tales: IRPF Rendimientos del Capital Mobiliario; Impuesto sobre la Renta de No Residentes; IRPF Rendimientos procedentes de Arrendamientos; IRPF Rendimientos Trabajo, Actividades Económicas, Premios; Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), IGIC e IPSI.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

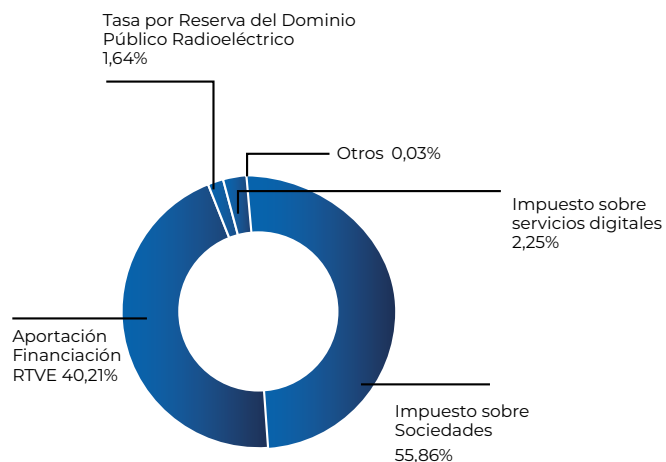
10

11

12

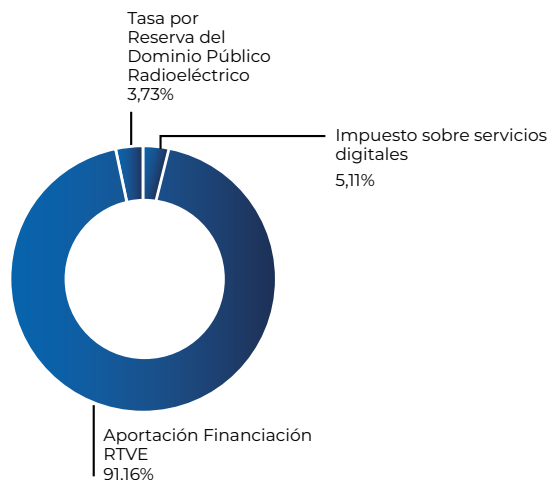
IMPUESTOS SOPORTADOS

Los impuestos soportados en 2024 ascendieron a más de 44 millones de euros, donde más del 55% correspondió al Impuesto sobre Sociedades y el 40% a la Aportación a la Financiación de Radio y Televisión Española (RTVE).



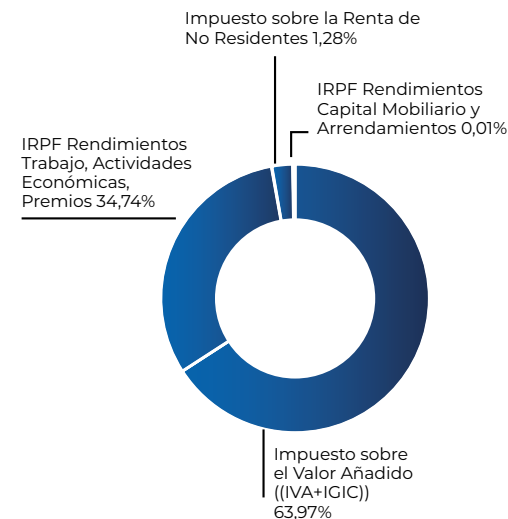
IMPUESTOS/TASAS ESPECÍFICAS DE LA ACTIVIDAD DE NEGOCIO

Las tasas o impuestos de actividades específicas soportadas en 2024 superaron los 19 millones de euros, donde más del 90% correspondió a la aportación a la financiación de RTVE.



IMPUESTOS RECAUDADOS

Los impuestos recaudados durante el ejercicio 2024 superaron los 89 millones de euros, donde más del 63% de la contribución tributaria correspondió al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y más del 34% al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas por Rendimientos del Trabajo, Actividades Económicas y Premios.



CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA RESPECTO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS 2024

El 17% de la cifra de negocio se destinó al pago de impuestos, de los cuales 5% correspondió a los impuestos soportados y 12% a impuestos recaudados.

RATIO DE CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA TOTAL 2024

El ratio de Contribución Tributaria Total ascendió al 25%. Es decir, del total de beneficio consolidado antes de impuestos, los impuestos soportados representaron el 25%.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

MEDIASETespaña.



PLANTILLA

Desglose de la plantilla por país y provincia

	a 31/12/2024		a 31/12/2023	
	Nº Empleados	% del Total	Nº Empleados	% del Total
Madrid	1.619	97%	1.556	96%
Barcelona	20	1%	19	1%
Sevilla	38	2%	44	3%
Bilbao	-	-	1	0%
Total España	1.677	100%	1.620	100%

Número de empleados por categoría profesional, género y edad

	a 31/12/2024						a 31/12/2023					
	H			M			H			M		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivo	23	48		13	29		25	49		15	28	
Jefe de Dpto.	15	32		19	36		14	31		17	36	
Periodistas	31	93	35	37	92	43	35	90	31	37	88	38
Empleados	61	227	275	66	265	224	43	224	272	55	269	209
Operarios	5	5		2	1		7	4	1	1	1	1
Total	92	363	395	103	391	333	78	360	387	93	390	312

Personal con discapacidad a cierre del ejercicio

	a 31/12/2024		a 31/12/2023	
	H	M	H	M
Directivo				
Jefe de Dpto.				
Periodistas	1	2	1	2
Empleados	4	4	5	5
Operarios				
Total	5	6	6	7

*Incluye el personal de estructura y coyuntural. No incluye a trabajadores contratados por ETT, becarios y alumnos en prácticas.

Modalidad de contratación por categoría profesional, género y edad

	a 31/12/2024				a 31/12/2023			
	Indefinido		Temporal		Indefinido		Temporal	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Directivo	71	42			74	43		
Jefe de Dpto.	47	55			45	53		
Periodistas	159	171		1	156	160		3
Empleados	557	548	6	7	532	524	7	9
Operarios	10	3			11	3		
Total	844	819	6	8	818	783	7	12

	a 31/12/2024				a 31/12/2023			
	Indefinido		Temporal		Indefinido		Temporal	
	H	M	H	M	H	M	H	M
<30	89	101	3	2	78	91		2
30-50	362	387	1	4	356	380	4	10
>50	393	331	2	2	384	312	3	
Total	844	819	6	8	818	783	7	12

Tipo de jornada por categoría profesional, género y edad

	a 31/12/2024				a 31/12/2023			
	Tiempo completo		Tiempo parcial		Tiempo completo		Tiempo parcial	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Directivo	71	40		2	74	41		2
Jefe de Dpto.	47	52		3	45	48		5
Periodistas	153	152	6	20	148	141	8	22
Empleados	549	492	14	63	525	461	14	72
Operarios	10	2		1	9	3	2	
Total	830	738	20	89	801	694	24	101

	a 31/12/2024				a 31/12/2023			
	Tiempo completo		Tiempo parcial		Tiempo completo		Tiempo parcial	
	H	M	H	M	H	M	H	M
<30	89	102	3	1	73	92	5	1
30-50	352	326	11	65	345	318	15	72
>50	389	310	6	23	383	284	4	28
Total	830	738	20	89	801	694	24	101



Promedio de contratos por modalidad de contratación, categoría profesional, género y edad

	a 31/12/2024				a 31/12/2023			
	Indefinido		Temporal		Indefinido		Temporal	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Directivo	73,08	42,92			75,92	41,58		
Jefe de Dpto.	45,67	54,33			45,25	52,58		
Periodistas	166,08	173,17		1,17	152,83	148,17	0,58	5,50
Empleados	565,58	548,25	6,00	6,33	517,67	512,67	4,83	5,42
Operarios	10,00	3,00			13,50	1,50		
Total	860,42	821,67	6,00	7,50	805,17	756,50	5,42	10,92

	a 31/12/2024				a 31/12/2023			
	Indefinido		Temporal		Indefinido		Temporal	
	H	M	H	M	H	M	H	M
<30	89,58	100,58	0,92	1,75	59,50	73,75	0,33	5,08
30-50	378,83	400,17	2,50	5,42	373,17	385,75	3,42	5,58
>50	392,00	320,92	2,58	0,33	372,50	297,00	1,67	0,25
Total	860,42	821,67	6,00	7,50	805,17	756,50	5,42	10,92

Promedio de contratos por tipo de jornada, categoría profesional, género y edad

	a 31/12/2024				a 31/12/2023			
	Tiempo completo		Tiempo parcial		Tiempo completo		Tiempo parcial	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Directivo	73,08	40,92		2,00	73,92	38,75	2,00	2,83
Jefe de Dpto.	45,67	50,50		3,83	45,25	48,50		4,08
Periodistas	159,25	153,50	6,83	20,83	136,92	126,67	16,50	27,00
Empleados	559,00	486,42	12,58	68,17	507,92	444,92	14,58	73,17
Operarios	8,75	2,00	1,25	1,00	11,50	0,50	2,00	1,00
Total	846	733	21	96	775	659	35	108

	a 31/12/2024				a 31/12/2023			
	Tiempo completo		Tiempo parcial		Tiempo completo		Tiempo parcial	
	H	M	H	M	H	M	H	M
<30	87,83	101,50	2,67	0,83	50,42	78,83	9,42	
30-50	368,08	337,42	13,25	68,17	356,00	308,75	20,58	82,58
>50	389,83	294,42	4,75	26,83	369,08	271,75	5,08	25,50
Total	845,75	733,33	20,67	95,83	775,50	659,33	35,08	108,08

Despidos por categoría profesional, género y edad

2024												
	Directivos		Jefe Dpto.		Periodistas		Empleados		Operarios		Totales	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
<30					2		5	1			7	1
30-50	1				5	2	2	6			8	8
>50	2	2		1			2	2			4	5
Total	3	2	0	1	7	2	9	9	0	0	19	14

2023												
	Directivos		Jefe Dpto.		Periodistas		Empleados		Operarios		Totales	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
<30							1				1	0
30-50	2	1		1		1	3	1			5	4
>50	4	3		1				1	1		5	5
Total	6	4	0	2	0	1	4	2	1	0	11	9



Distribución de la plantilla por empresas del grupo, categoría laboral y género

Personal De Estructura	Directivos		Jefe dpto.		Periodistas		Empleados		Operarios		Totales		T
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
Mediaset España	44	21	30	40	55	79	396	324	9	2	534	466	1.000
Grupo Editorial	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	0	3	3
Telecinco Cinema	2	1	-	1	-	-	1	1	-	-	3	3	6
Conecta 5	2	3	1	2	-	-	2	2	-	-	5	7	12
Avataria	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1	1	2
Mediterráneo	1	2	-	-	-	-	-	7	-	-	1	9	10
Publiespaña	16	13	9	10	-	-	39	112	1	-	65	135	200
Aninpro Creative	4	1	-	-	-	-	42	51	-	-	46	52	98
Megamedia	1	-	3	-	52	81	58	40	-	-	114	121	235
Supersport	1	-	2	1	22	7	9	4	-	-	34	12	46
El Desmarque	-	1	2	-	29	4	4	-	-	-	35	5	40
Radical Change Content	-	-	-	1	-	-	2	1	-	-	2	2	4
Total	71	42	47	55	158	171	554	546	10	2	840	816	1.656
Personal Coyuntural													
Mediaset España	-	-	-	-	-	-	4	7	-	-	4	7	11
Grupo Editorial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0
Telecinco Cinema	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0
Conecta 5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0
Avataria	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	0	1	1
Mediterráneo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0
Publiespaña	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	0	1
Aninpro Creative	-	-	-	-	-	1	3	2	-	-	3	3	6
Megamedia	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	2	0	2
Supersport	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0
El Desmarque	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0
Total	0	0	0	0	1	1	9	10	0	0	10	11	21

*Personal de estructura es aquel que tiene contrato indefinido o temporal y su puesto de trabajo es considerado como estructural; personal coyuntural es aquel con contrato por obra o de duración determinada.

	2024	2023	2022
Plantilla media ⁽¹⁾	1.665,18	1.568,58	1.575
Plantilla al final del periodo ⁽²⁾	1.677	1.620	1.537
Promedio de edad de la plantilla (años) ⁽³⁾	46	46,36	46,27
Proporción de empleo femenino	49,66%	48,90%	47,96%
Tasa de contratación	9,56	11,13%	6,63%
Plantilla con reducción de jornada	99 M; 23 H	101 M; 24 H	114 M; 38 H
Mujeres directivas	37,2%	36,8%	35%
Mujeres en puestos de alta dirección	23,53%	10%	17,39%
Mujeres en puestos de dirección junior	42,1%	42,3%	39,18%

(1) Incluye el personal de estructura y coyuntural medio anual 2023. No incluye a trabajadores contratados por ETT, becarios y alumnos en prácticas.
(2) Corresponde a la suma del personal de estructura y coyuntural a 31 de diciembre de 2024.
(3) Calculada a 31 de diciembre de 2024.

Altas de contratos indefinidos

Edad	2024			2023		
	H	M	Total	H	M	Total
<30	37	44	81	47	62	109
30-50	36	33	69	27	26	53
>50	4	4	8	6	4	10
Total	77	81	158	80	92	172

Nota: Se han considerado las altas con contrato indefinido producidas en el ejercicio, incluyendo aquellos empleados que se reincorporan tras una excedencia o suspensión de contrato.

Tasa de contratación por edad y género

Edad	2024			2023		
	H	M	Total	H	M	Total
<30	42,13%	44,56%	43,42%	80,46%	84,16%	82,52%
30-50	9,79%	8,45%	9,10%	7,40%	6,78%	7,08%
>50	1,03%	1,25%	1,13%	1,63%	1,35%	1,51%
Total	9,13%	10,01%	9,56%	10,11%	12,21%	11,13%

Nota: Calculado con respecto a la plantilla media con contrato indefinido.altas, las de los empleados que se incorporan tras una excedencia o suspensión de contrato.



Distribución de las bajas por edad y género

2024				2023		
Edad	H	M	Total	H	M	Total
<30	14	17	31	11	24	35
30-50	24	24	48	24	19	43
>50	18	8	26	9	6	15
Total	56	49	105	44	49	93

Nota: Bajas de trabajadores con contrato indefinido. Se consideran las bajas voluntarias, despidos, jubilaciones, defunciones, excedencias y suspensiones de contrato de empleados con contrato indefinido.

Rotación por grupo de edad y género

2024			2023			
Edad	H	M	Total	H	M	Total
<30	15,94%	17,22%	16,62%	18,83%	32,58%	26,50%
30-50	6,53%	6,15%	6,33%	6,58%	4,95%	5,75%
>50	4,64%	2,50%	3,67%	2,44%	2,03%	2,26%
Total	6,64%	6,06%	6,35%	5,56%	6,50%	6,02%

Nota: Calculado con respecto a la plantilla media con contrato indefinido. Para su cálculo se consideran las bajas voluntarias, despidos, jubilaciones, defunciones, excedencias y suspensiones de contrato de empleados con contrato indefinido.

Rotación deseada y no deseada

	2024				2023			
	ROTACIÓN DESEADA		ROTACIÓN NO DESEADA		ROTACIÓN DESEADA		ROTACIÓN NO DESEADA	
Edad	H	M	H	M	H	M	H	M
<30	10,25%	2,03%	5,69%	15,19%	17,12%	25,79%	1,71%	6,79%
30-50	2,72%	2,56%	3,81%	3,59%	4,39%	3,65%	2,19%	1,30%
>50	3,61%	2,19%	1,03%	0,31%	0,81%	0,34%	1,63%	1,69%
Total	3,91%	2,35%	2,73%	3,71%	3,66%	4,51%	1,90%	1,99%

Nota: Calculado con respecto a la plantilla media con contrato indefinido. Para el cálculo de la tasa de rotación no deseada se consideran las bajas voluntarias generadas por renuncias o excedencias de empleados con contrato indefinido; para la tasa de rotación deseada se consideran las bajas por despidos, jubilaciones, defunciones y suspensiones de contrato de empleados con contrato indefinido.

Colaboradores externos

	2024		2023	
	H	M	H	M
Becarios	75	129	82	125
Estudiantes en prácticas	29	30	24	29
Trabajadores por ETT	76	77	63	50
Total	180	236	169	204

Distribución de trabajadores ETT por categoría laboral

	2024	2023
Empleados	128	100
Periodistas	5	4
Operarios	20	9
Total	153	113



Trabajadores ETT por edad y género (criterio FTE)

	2024						2023					
	Hombres			Mujeres			Hombres			Mujeres		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
ANINPRO CREATIVE	0,5	0,7	0,0	2,0	0,0	0,0	1,3	0,7	0,0	2,0	0,0	0,0
CONECTA 5 TELECINCO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0
EL DESMARQUE PORTAL DEPORTIVO	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA	54,1	11,2	2,9	54,5	6,4	1,9	39,0	13,3	3,7	27,4	8,6	1,0
MEDITERRANEO SL	0,0	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0
MEGAMEDIA TELEVISION SL	2,6	1,0	0,0	4,4	0,4	0,0	1,8	0,3	0,0	4,4	0,6	0,0
PUBLIESPAÑA	1,3	0,0	0,0	2,5	1,3	0,0	2,0	0,0	0,0	2,6	0,4	0,0
RADICAL CHANGE CONTENT	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
SUPERSPORT TELEVISION SL	1,7	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,8	0,3	0,0
TELECINCO CINEMA S.A.U	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Suma total	60,5	12,8	2,9	66,4	8,9	1,9	45,1	14,2	3,7	39,2	9,8	1,0

Relación entre el salario de entrada establecido en Convenio Colectivo y el salario mínimo interprofesional de la plantilla

Conecta5 y Megamedia		Publiespaña, Be a Lion		Mediaset, Telecinco Cinema y Mediterráneo		Supersport		El Desmarque	
NIVEL 1	1,30	NIVEL 1	1,58	NIVEL 1-0	1,00	SP1	1,81	Grupo 1	1,85
NIVEL 2	1,25	NIVEL 2	1,41	NIVEL 2-0	1,16	SP2	1,54	Grupo 2	1,63
NIVEL 3	1,21	NIVEL 3	1,34	NIVEL 3-0	1,36	SP3	1,35	Grupo 3	1,43
NIVEL 4	1,16	NIVEL 4	1,33	NIVEL 3 base	1,70	SP4	1,21	Grupo 4	1,25
NIVEL 5	1,07	NIVEL 5	1,33	NIVEL 4-0	1,54	SP5	1,15	Grupo 5	1,06
NIVEL 6	1,03	NIVEL 6	1,24	NIVEL 5-0	1,72	SP6	1,08	Grupo 6	1,00
NIVEL 7	1,00	NIVEL 7	1,23	NIVEL 6-0	1,93	SP7	1,08		
NIVEL 8	0,99	NIVEL 8	1,14	NIVEL 7-0	2,16	SP8	1,06		
NIVEL 9	0,98	NIVEL 9	1,12	NIVEL 8-0	2,39	SP9	1,02		
NIVEL 10	-	NIVEL 10	1,11	NIVEL 9-0	2,63				
		NIVEL 11	1,05	NIVEL 10-0	3,09				



Salario medio por categoría profesional (miles de €)

	2024	2023
Directivo	198	191
Jefe de Dpto.	79	76
Periodistas	45	42
Empleados	49	47
Operarios	38	34

Brecha salarial por categoría profesional

	2024	2023
Directivos División	25,50%	20,53%
Resto Directivos	5,52%	5,00%
No Directivos	4,37%	2,88%

El cálculo de la brecha salarial 2023 se realizó para los empleados en plantilla a 31 de diciembre, exceptuando 4 coyunturales:
(Remuneración media hombre - remuneración media mujer)/Remuneración media hombre

Estadística de siniestralidad laboral
Absentismo

	2024			2023		
	H	M	TOTAL	H	M	TOTAL
Días perdidos	9.553	10.439	19.992	5.763	7.865	13.627
Días perdidos excluyendo baja por maternidad / paternidad	8.347	8.660	17.007	4.822	5.489	10.311

Incluye los días perdidos por motivos de enfermedad común, accidente no laboral, accidente laboral in itinere, accidente laboral con baja y bajas por permisos parentales.

Salario medio por género y edad (miles de €)

	2024		2023	
	H	M	H	M
<30	27,2	26,2	24,5	24,8
30-50	53,3	49,6	50,8	48,0
>50	86,2	69,1	84,3	65,7

Índices de siniestralidad

	Índice de frecuencia		Índice de gravedad		Índice de incidencia		Tasa de lesiones registrables	
	H	M	H	M	H	M	H	M
2024	0,68	2,11	0	0,05	1,23	3,79	5	5,55
2023	1,3	2,69	0,06	0,04	2,35	4,84	7,55	n/d

I. Frecuencia= nº ALCB x 1.000.000 / Horas trabajadas en el año por la plantilla media.
I. Incidencia = nº ALCB x 1.000 / plantilla media.
I Gravedad = Jornadas perdidas por ALCB x 1.000 / Horas trabajadas por la plantilla media en el año. T.I.E.P= nº E.P. / plantilla media x 1
Tasa de lesiones registrables = nº ALCB + ALII x 1.000.000 / horas trabajadas en el año por la plantilla media. Las horas trabajadas han sido estimadas a partir de las horas anuales del Convenio Colectivo de Mediaset España y el número medio de empleados.
laboral con baja y bajas por permisos parentales.

Al igual que en 2023, en 2024 no se presentaron enfermedades profesionales, y las siguientes enfermedades comunes:

	Enfermedad común		
	H	M	Total
2024	226	239	465
2023	164	218	382

	Accidente laboral con baja (ALCB)			Accidente laboral sin baja (ALSB)			Accidente mortal			Accidente no laboral (ANL)			Accidente laboral in itinere (ALII)		
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total
2024	1	4	5	1	1	2			0	1	1	2	8	8	16
2023		2	2			0			0	1	2	3	4	8	12

En 2024 no se registraron accidentes de alto impacto.



● OTROS TEMAS DE GESTIÓN DEL EQUIPO HUMANO

En cuanto a los colaboradores externos, Mediaset España considera que integran estas categorías las personas contratadas a través de ETT, los becarios y alumnos en prácticas. Respecto de los trabajadores autónomos, los sistemas de información actuales no permiten desagregar la información, si bien Mediaset España está trabajando para poder reportar esta información en próximos ejercicios.

En el marco de los procesos de selección de personal directivo, siguen produciéndose contrataciones y nombramientos de directivos de manera natural y en base a sus capacidades.

Con respecto a los cargos de Altos Ejecutivos/ Directivos provenientes de comunidades locales, no existe en la compañía una política específica para la contratación local de personal, diferente de su política general de contratación, ya que se considera que ello podría promover situaciones de discriminación.

Los plazos mínimos de preaviso que afectan a los trabajadores y los procedimientos ante cambios organizativos están definidos en el Estatuto de los Trabajadores, en los Convenios Colectivos vigentes o en cualquier otra norma que resulte de aplicación, garantizando su cumplimiento mediante la propia aplicación del convenio o norma que los contempla.

En el desarrollo normal de su actividad, Mediaset España gestiona la participación de artistas menores de edad en sus programas siguiendo estrictamente los criterios y procedimientos establecidos por la Consejería de Empleo de la Comunidad de Madrid, garantizando que no se vulneren sus derechos a la educación y al disfrute de su tiempo de ocio. A su vez, el Código Ético regula las conductas individuales para evitar actitudes que puedan calificarse como corrupción de menores. Por otra parte, Mediaset España lleva a cabo una constante revisión de sus actividades y de los escenarios donde trabajan los menores para garantizar su plena seguridad y el absoluto respeto de sus derechos.

COMUNIDAD LOCAL

Mediaset España no tiene implantado un sistema de información que permita obtener datos sobre las operaciones con participación de la comunidad local, sus evaluaciones del impacto y/o programas de desarrollo.

No obstante, teniendo presente la naturaleza de las actividades desarrolladas, que predominantemente se llevan a cabo en España, la participación de la comunidad local e interacción con su negocio audiovisual es notoria y el desarrollo de producciones audiovisuales va en línea con las inquietudes y gustos de su audiencia local, así como el apoyo a causas sociales responde a las necesidades locales identificadas por la compañía.

Dada la naturaleza de la actividad fundamental de la compañía, esto es el negocio audiovisual, los principales impactos positivos sobre las comunidades locales se producen a través de la generación de empleo directo e indirecto, el ocio e información de la audiencia y la colaboración con causas y organizaciones sociales.

Por su parte, los impactos negativos serían susceptibles de generarse a raíz de contenidos audiovisuales difundidos. En ese caso, la compañía tiene en marcha mecanismos de control que permiten gestionar los posibles impactos negativos, que se encuentran desarrollados ampliamente en el apartado El negocio audiovisual de este documento.



DIÁLOGO

La compañía pone su Informe a disposición de sus grupos de interés en formato digital navegable en Internet con tecnología responsive, a través de la página web corporativa, disponible en castellano e inglés.

[HTTPS://WWW.MEDIASET.ES/SOSTENIBILIDAD/](https://www.mediasset.es/sostenibilidad/)

Mediaset España valora y fomenta la participación de los grupos de interés poniendo a disposición de éstos un canal de comunicación específico para recoger sus comentarios, inquietudes y requerimientos de información, así como para obtener feedback de los asuntos abordados en este Informe, u otros que consideren relevantes desde una perspectiva de sostenibilidad. El canal al cual pueden dirigirse es:

DIRECCIÓN GENERAL CORPORATIVA

Carretera de Fuencarral a Alcobendas, 4
28049- Madrid
corporativo@mediasset.es

Directorio

MEDIASET ESPAÑA

Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4 28049 Madrid
Tel.: 91 396 63 00
www.mediasset.es

Dirección General Corporativa

Tel.: 91 396 61 88
Fax: 91 396 62 84
Email: corporativo@mediasset.es

Dirección General de Contenidos

Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 69 99

Dirección de Informativos

Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 64 56
Email: informativos@informativost5.com
Web: www.informativostelecinco.com
y www.cuatro.com/noticias/

Dirección de Comunicación y RR.EE.

Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 68 42
Email: gabinetedeprensa@mediasset.es

Dirección Ventas Audiovisuales

Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 395 93 24
Email: comercial@mediasset.es

Dirección Producción Externa

Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 61 82

Dirección Relación con Inversores

Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 66 92
Email: inversores@mediasset.es

PUBLIESPAÑA

Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4 28049 Madrid
Tel.: 91 395 90 00
Fax: 91 395 90 10
Web: www.publiesp.es

CONECTA 5

Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4 28049 Madrid
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 61 06

TELECINCO CINEMA

Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4 28049 Madrid
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 61 82
Web: www.telecinco.es/t5cinema/

MEDIACINCO CARTERA

Ctra. Fuencarral Alcobendas, 4 28049 Madrid
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 66 92

Verificación externa

Mediaset España somete a verificación externa independiente, el presente Informe. La información no financiera ha sido verificada por Deloitte de acuerdo a la norma ISAE 3000 (revisada), cuyo informe de verificación está disponible al final del presente Informe.

ACERCA DE ESTE INFORME
MEDIASETespaña.



● ALCANCE DEL INFORME

Desde 2005, Mediaset España publica la información relativa al desempeño económico, social, ambiental y ético, información que, desde 2009 verifica anualmente un auditor externo independiente.

El presente Informe de Sostenibilidad tiene el objetivo de informar de forma transparente, precisa, clara y consistente sobre la gestión integrada de los aspectos financieros y no financieros del negocio y su creación de valor en el corto, medio y largo plazo, para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024.

El alcance de este Informe se circunscribe a las sociedades que consolidan con Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, SAU por consolidación global, haciéndose referencia a éste como Mediaset España, la sociedad o la compañía indistintamente. En el caso de que la información tuviese un alcance distinto del citado, se explica el mismo mediante nota aclaratoria.

Se establece este alcance dado que es sobre dichas compañías sobre las que la compañía puede tener capacidad de control en la gestión y participar en la toma de decisiones que puedan afectar al desempeño de la organización y, por tanto, constituyen su esfera de control. Adicionalmente, a partir de nuestro conocimiento sobre las sociedades integradas por el método de participación y negocios conjuntos, no se han identificado aspectos de relevancia que pudieran afectar de manera significativa en ninguna de las informaciones reportadas.

En 2024 no se han producido cambios significativos en los criterios y bases para incluir la información reportada respecto de ejercicios anteriores.

A su vez, cualquier cambio en las fórmulas utilizadas para el cálculo de datos reportados se indica en el apartado que corresponda. En este sentido, cualquier cambio producido se debe a la mejora continua en el proceso de reporting que lleva a cabo la compañía, con el objetivo de presentar la información relevante de la manera más exacta posible.

El Consejo de Administración de Mediaset España es el órgano responsable de formular este informe, que forma parte del Informe de Gestión Consolidado 2024.

● ESTÁNDARES

Este documento ha sido elaborado teniendo en cuenta la regulación vigente, incluida la Ley 11/2018 sobre divulgación de información no financiera y diversidad, así como el Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de junio de 2020 y sus actos delegados.

A su vez, se han seguido los Estándares GRI para la presentación de informes de sostenibilidad (Estándares GRI) publicados por Global Sustainability Standards Board (GSSB). Mediaset España complementa la información de sostenibilidad que reporta aplicando el suplemento sectorial para medios Media Sector Disclosures document, elaborado en línea con la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de Global Reporting Initiative en su versión G4, en tanto no se desarrolle un nuevo suplemento sectorial específico. El grado de seguimiento y respuesta a cada uno de los contenidos definidos en estos estándares se detalla en el apartado “Índice de contenidos GRI” de este documento. De acuerdo con la autoevaluación realizada por Mediaset España y verificada externamente, el presente informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI.

También se ha seguido las recomendaciones del Marco Internacional de Reporting Integrado, del International Integrated Reporting Council (Marco Internacional <IR>). En este sentido, Mediaset España considera que su Informe de Sostenibilidad presenta de forma cohesionada su creación de valor a lo largo del tiempo. La capacidad de Mediaset España de crear valor está determinada por su entendimiento y respuesta al contexto de negocio (pág. XI), la identificación de las prioridades estratégicas y oportunidades (pág. 13-14) y la eficaz alineación del modelo de negocio (pág. 7), la conservadora gestión ante los principales riesgos del negocio (pág. 20-23), así como la capacidad de respuesta a los asuntos materiales de los principales grupos de interés (pág. 145-146).

Por otra parte, se han tenido en cuenta los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

- Regulación vigente
- Estándares GRI
- Suplemento sectorial Media GRI-G4
- Marco internacional <IR>
- Principios del Pacto Mundial



● PROCESO DE ELABORACIÓN

Los contenidos de este Informe responden a las obligaciones de información detalladas previamente. y la base para identificar los temas relevantes ha sido el análisis de materialidad llevado a cabo por la compañía en 2022, determinando su pertinencia dada la realidad actual.

El Informe ha sido elaborado por la Dirección General Corporativa a partir de la implicación y participación de todas las áreas de la organización y pretende abordar, con rigor y detalle, los impactos significativos generados por los temas relevantes a su negocio, su gestión y sus resultados, para la economía, el medio ambiente y las personas.

En la elaboración de este documento se han seguido los Estándares GRI para la presentación de informes de sostenibilidad (Estándares GRI), siguiendo los Estándares Universales: GRI 1, GRI 2 y GRI 3, así como los Estándares temáticos aplicables a los temas materiales identificados. Por tanto, da respuesta a los principios de elaboración de memorias de sostenibilidad definidos en el estándar en lo que respecta a determinar el contenido del informe (inclusión de grupos de interés, contexto de sostenibilidad, materialidad, exhaustividad) y la calidad de la información (equilibrio, comparabilidad, precisión, puntualidad, claridad y verificabilidad).

● ANÁLISIS DE DOBLE MATERIALIDAD

En 2022 Mediaset España llevó a cabo un análisis para identificar los impactos, reales o potenciales, positivos o negativos, más significativos de sus actividades y sus relaciones comerciales en la economía, el medio ambiente y las personas. En este proceso se contempló el principio de doble materialidad, considerando los asuntos relevantes desde la perspectiva de negocio y de los grupos de interés, identificando, por un lado, los principales asuntos ambientales, sociales y de buen gobierno (asuntos ESG) con el potencial de impactar la posición financiera y el desarrollo futuro, y por otro, los principales impactos del negocio sobre el medio ambiente, el clima y la sociedad.

A los asuntos materiales identificados en 2022, en 2023 se añadió el análisis de los requerimientos de información de analistas/ índices de inversión a los que responde habitualmente (MSCI, MOODYS, S&P, FTSE4Good), de las tendencias en materia de sostenibilidad definidas en los estándares de reporting de sostenibilidad (Estándares GRI; Sustainability Accounting Standard Board Standards) y de los asuntos planteados por los principales operadores audiovisuales internacionales, prestando especial atención al último análisis realizado por el Responsible Media Forum sobre los asuntos materiales en el ámbito de la sostenibilidad para el sector media. Todo ello dio lugar a la configuración de la batería de temas relevantes para los grupos de interés y Mediaset España.

Una vez definido este universo de temas relevantes, se evaluó la importancia de los impactos reales y potenciales, en virtud de su gravedad (escala, alcance y carácter irremediable) y probabilidad de ocurrencia.

A su vez, se llevó a cabo un análisis documental de la valoración que hace cada grupo de interés a cada uno de los estos temas y se complementó con la realización de una encuesta interna a los directivos, en la que valoraron el grado de relevancia de los temas planteados desde la doble perspectiva de materialidad.

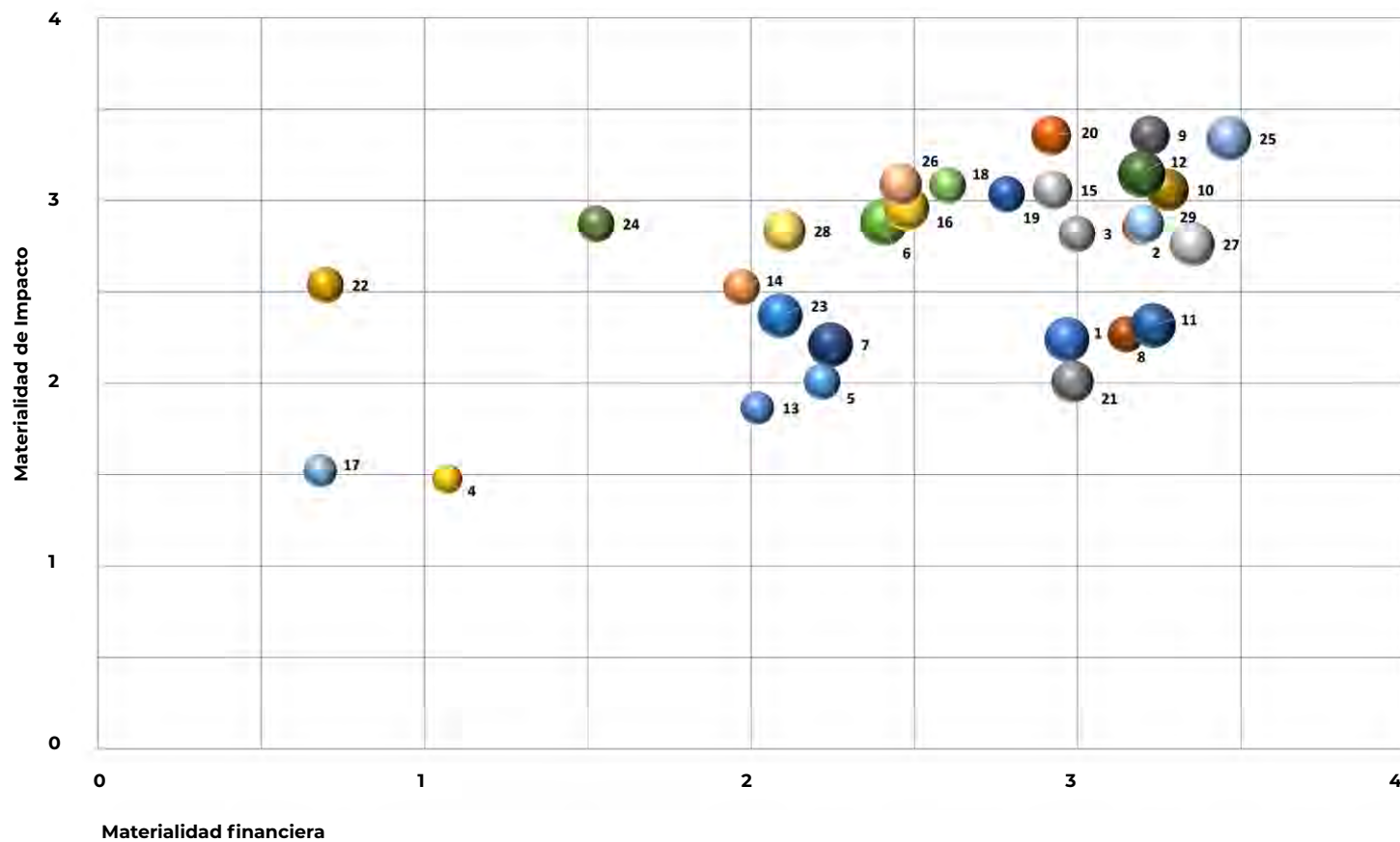
A partir del análisis del grado de importancia que tienen los distintos asuntos relevantes para los representantes de los principales grupos de interés y del análisis de las valoraciones de la encuesta interna a los directivos, se conformaron las perspectivas de materialidad financiera y materialidad de impacto.

En la materialidad financiera se integraron las valoraciones de los analistas e índices de inversión, estándares de reporting de sostenibilidad con enfoque financiero, la regulación y la valoración de la perspectiva financiera de la encuesta a los directivos.



Por su parte, en la materialidad de impacto se tomaron en cuenta los estándares de reporting de sostenibilidad con enfoque multistakeholder, los asuntos relevantes destacados por los principales operadores audiovisuales internacionales y la valoración de la perspectiva de impacto de la encuesta a los directivos.

La matriz que se presenta a continuación ha sido analizada durante el presente ejercicio y se ha determinado su pertinencia, reflejando la valoración de los 29 temas en función de la relevancia e impacto para la compañía y sus grupos de interés.



Gobernanza/ética

1. GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES
2. ANTICORRUPCIÓN E INTEGRIDAD EN LAS PRÁCTICAS DE NEGOCIO
3. LIBRE COMPETENCIA
4. LOBBY
5. RESPONSABILIDAD FISCAL
6. CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
7. CONTROL INTERNO Y COMPLIANCE
29. SOSTENIBILIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Negocio

8. PROPIEDAD INTELECTUAL/ DERECHOS DE AUTOR
9. LIBERTAD DE EXPRESIÓN, INDEPENDENCIA EDITORIAL Y PLURALISMO DE IDEAS
10. PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS
21. USO SEGURO DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES
27. CIBERSEGURIDAD
28. DIGITALIZACIÓN

Social

11. LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA
12. IGUALDAD, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN
13. DIÁLOGO SOCIAL
14. CAPTACIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO
15. SEGURIDAD SALUD Y BIENESTAR
16. DESARROLLO DE HABILIDADES
17. GESTIÓN DE TRABAJADORES FREELANCE
18. ACCESIBILIDAD DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES
19. CONTENIDOS
20. PUBLICIDAD
22. ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL
23. INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD
24. CONCIENCIACIÓN DE LA AUDIENCIA/USUARIOS

Ambiental

25. ESTRATEGIA AMBIENTAL
26. TRANSICIÓN HACIA UN MODELO BAJO EN CARBONO

Nada Importante	0	Importante	2
Poco Importante	1	Muy Importante	3



Top 10 materialidad financiera

- Contar con un marco de gestión que permita prevenir o remediar la exposición ante cualquier ciberataque;
- Aplicar mecanismos que permitan prevenir cualquier forma de corrupción en las operaciones (soborno, lavado de dinero, extorsión, malversación, fraude, etc.) y garanticen la integridad en sus prácticas de negocio.
- Garantizar la protección de los datos personales y el ejercicio de derechos de los interesados e informar adecuadamente sobre las finalidades de tratamiento de los datos personales en el momento de su recogida;
- Garantizar la libertad de expresión e independencia editorial, así como el pluralismo de ideas, en los contenidos informativos y audiovisuales;
- Garantizar el debido ejercicio de los derechos de propiedad intelectual;
- Contar con una estrategia ambiental que permita afrontar la regulación vigente y requerimientos próximos, así como la integración de los riesgos y oportunidades climáticas en la gestión del negocio;
- Aplicar mecanismos que prevengan cualquier actividad contraria a los principios de regulación de mercado y de la competencia.
- Garantizar la no discriminación por motivos de género, raza, etnia, religión, identidad sexual o capacidad funcional, en el entorno laboral, así como el acceso igualitario a las distintas categorías profesionales;
- Establecer las medidas necesarias para garantizar el ejercicio del derecho fundamental de libre asociación y negociación colectiva;
- Contar con un marco de gestión que evite la complicidad en cualquier violación de los derechos humanos por parte de su cadena de suministro y que promueva el compromiso de sus proveedores en materia de cambio climático.

Las expectativas de los inversores institucionales destacan fundamentalmente los siguientes temas principales:

- Transparencia en la composición y funcionamiento del Consejo de Administración y sobre su responsabilidad en la supervisión de los riesgos asociados a cualquier actividad;
- Contar con una estrategia ambiental que permita afrontar la regulación vigente y requerimientos próximos, así como la integración de los riesgos y oportunidades climáticas en la gestión del negocio;
- Garantizar la libertad de expresión e independencia editorial, así como el pluralismo de ideas, en los contenidos informativos y audiovisuales;
- Garantizar la protección de los datos personales y el ejercicio de derechos de los interesados e informar adecuadamente sobre las finalidades de tratamiento de los datos personales en el momento de su recogida;
- Garantizar la no discriminación por motivos de género, raza, etnia, religión, identidad sexual o capacidad funcional en el entorno laboral, así como el acceso igualitario a las distintas categorías profesionales;
- Contar con acuerdos marco establecidos con los representantes de los trabajadores de cara a abordar temas de reorganización del negocio.

Top 10 materialidad de impacto ESG

- Garantizar la libertad de expresión e independencia editorial, así como el pluralismo de ideas, en los contenidos informativos y audiovisuales;
- Garantizar la no discriminación por motivos de género, raza, etnia, religión, identidad sexual o capacidad funcional, en el entorno laboral, así como el acceso igualitario a las distintas categorías profesionales;
- Garantizar la seguridad, salud y bienestar, tanto física como mental, en el entorno laboral;
- Facilitar que los contenidos esenciales emitidos sean accesibles para las personas con discapacidad;
- Garantizar la protección de los datos personales y el ejercicio de derechos de los interesados e informar adecuadamente sobre las finalidades de tratamiento de los datos personales en el momento de su recogida;
- Garantizar el cumplimiento de la regulación y autorregulación en la publicidad emitida en todo momento y en todas las ventanas.
- Contar con una estrategia ambiental que permita afrontar la regulación vigente y requerimientos próximos, así como la integración de los riesgos y oportunidades climáticas en la gestión del negocio;
- Adoptar un marco de gestión que contemple la transición del modelo de negocio hacia una economía con bajo nivel de emisiones de carbono;
- Integrar la diversidad en los contenidos emitidos, para que sean un reflejo de la sociedad;
- Garantizar la inversión en la formación de los trabajadores, tanto en el ámbito técnico como en la creación de contenidos y digitalización.

Por su parte, los directivos destacaron entre los principales asuntos con el potencial de impactar la posición financiera y el desarrollo futuro de la compañía:

- Transparencia e integridad en las prácticas fiscales realizadas
- Prevenir cualquier forma de corrupción;
- Aplicar mecanismos que prevengan cualquier actividad contraria a los principios de regulación de mercado y de la competencia;
- Garantizar el debido ejercicio de los derechos de propiedad intelectual;
- Contar con un marco de gestión que permita prevenir o remediar la exposición ante cualquier ciberataque;
- Establecer las condiciones laborales que permitan atraer y retener el talento clave para el éxito del negocio y propiciar las condiciones necesarias para que se desarrolle;
- Acelerar la adaptación de la operativa y procesos de negocio para responder a la creciente demanda de digitalización.

ANEXOS
MEDIASETespaña.



ANEXO I- ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Índice de contenidos exigidos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código Mercantil, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio de Auditoría de Cuentas en materia de información no financiera y diversidad.

Información solicitada por la Ley 11/2018	Vinculación con indicadores GRI	Apartado
Descripción del modelo de negocio, entorno empresarial, organización y estructura	2-1, 2-6	2 Un modelo con propósito
Mercados en los que opera: ubicación sede y ubicación operaciones	2-6	2.3 Mediaset en el mundo
Objetivos y estrategias de la organización	2-23	1.1 Carta del Consejero Delegado, 2.1 ¿Qué hacemos y cómo lo hacemos?, 2.2 Una estrategia sólida
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	2-1; 2-6	5.2 Gestión integrada de riesgos
Materialidad	3-1, 3-2, 3-3	11.4 Análisis de Doble Materialidad
Descripción de las políticas, incluidos los procedimientos de debida diligencia y los procedimientos de verificación y control, incluidas las medidas que se han adoptado	2-23	5 Modelo de gobierno
Los resultados de estas políticas y los KPI asociados (estos KPI deberían permitir la evaluación del progreso y la comparabilidad entre empresas y sectores, de acuerdo con los marcos de referencia nacionales, europeos o internacionales utilizados para cada área)	2-24	2 Modelo con propósito, 5 Modelo de gobierno,
Principales riesgos identificados, modelo de Gestión de Riesgos y materialización de riesgos	3-3	5.2 Gestión integrada de riesgos
Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	2-23; 3-3	5.2 Gestión integrada de riesgos, 7 Valor del medio ambiente
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	2-23; 3-3	7.1 Gestión ambiental
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	2-23; 3-3	7.1 Gestión ambiental
Aplicación del principio de precaución	2-23; 3-3	7.1 Gestión ambiental
Cantidad de provisiones y garantías por riesgos ambientales	2-27; 3-3	7.1 Gestión ambiental
Descripción de medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de la actividad (Indicar las emisiones distintas a las de CO _{2eq} , es decir, contaminación acústica, contaminación lumínica, olores, vibraciones, partículas, NO _x , SO _x , CO, COV, etc.) ¹	3-3	7.3 Huella de carbono y cambio climático
Descripción de medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	3-3, 306-3, 306-4, 306-5	7.4 Consumo de recursos y economía circular, 7.5 Sostenibilidad de las producciones
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	3-3, 306-2	No se considera que la compañía genere un impacto significativo en materia de desperdicio alimentario.
Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	3-3, 303-3	7.4 Consumo de recursos y economía circular
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	3-3, 301-1	7.4 Consumo de recursos y economía circular
Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y uso de energías renovables	3-3, 302-1, 302-2, 302-4	7.2 Gestión energética, 7.4 Consumo de recursos y economía circular
Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	305-1, 305-2, 305-5	7.3 Huella de carbono y cambio climático



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

Información solicitada por la Ley 11/2018	Vinculación con indicadores GRI	Apartado
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	3-3	7.1 Gestión ambiental, 7.2 Gestión energética, 7.3 Huella de carbono y cambio climático
Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	3-3	7.1 Gestión ambiental
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	3-3	7.1 Gestión ambiental
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	304-2	7.1 Gestión ambiental
Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional	2-7, 405-1	10 Información complementaria
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	2-7	10 Información complementaria
Número promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	2-7	10 Información complementaria
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	401-1	10 Información complementaria
Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	3-3	6.4 Beneficios sociales y remuneraciones
Brecha salarial, la remuneración puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	3-3, 405-2	6.4 Beneficios sociales y remuneraciones
La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago de los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	3-3	5.1 Órganos de gobierno
Implantación de políticas de desconexión laboral	3-3	6.5 Gestión de las relaciones sociales
Empleados con discapacidad	405-1	10 Información complementaria
Descripción de la organización del tiempo de trabajo (turnos, gestión de horas extra, flexibilidad en la jornada laboral, etc.)	3-3	6 Valor del equipo humano
Descripción de medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	3-3	6.4 Beneficios sociales y remuneraciones
Número de horas de absentismo	3-3	6.6 Salud y seguridad
Descripción de las condiciones de salud y seguridad en el trabajo	3-3, 403-1	6.6 Salud y seguridad
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo	403-9, 403-10	6.6 Salud y seguridad
Descripción de la organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	3-3	6.5 Gestión de las relaciones sociales
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	2-30	6.5 Gestión de las relaciones sociales
Descripción del balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	3-3, 2-30	6.5 Gestión de las relaciones sociales, 6.6 Salud y seguridad
Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación	2-29	6.2 Gestión del talento, 6.3 Igualdad, 6.4 Beneficios sociales y remuneraciones, 6.5 Gestión de las relaciones sociales
Descripción de las políticas implementadas en el campo de la formación	3-3, 404-2	6.2 Gestión del talento
Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	3-3, 404-1	6.2 Gestión del talento
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	3-3	6.3 Igualdad
Descripción de medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	3-3	6.3 Igualdad
Descripción de planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	2-23, 3-3	6.3 Igualdad
Medidas adoptadas para promover la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	3-3	6.3 Igualdad
Descripción de la política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	2-23, 3-3	5.2 Gestión integrada de riesgos



Información solicitada por la Ley 11/2018	Vinculación con indicadores GRI	Apartado
Descripción de la aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	2-26, 3-3, 414-2	5.6 Derechos Humanos
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	2-23, 2-26, 3-3, 414-2	5.6 Derechos Humanos
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	406-1	5.6 Derechos Humanos
Descripción de las medidas implementadas para la promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	2-23, 3-3	6 Valor del equipo humano
Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil	2-23, 3-3	2.4 Gestión del negocio audiovisual, 2.5 Gestión del negocio publicitario, 2.10 Relación con instituciones, 5.2 Gestión integrada de riesgos, 5.6 Derechos Humanos, 6 Valor del equipo humano, 8.1 Gestión de la cadena de suministro
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	2-23, 2-25, 2-26, 205-2, 205-3	5 Modelo de gobierno
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	2-23, 2-26	5.2 Gestión integrada de riesgos, 5.3 Gobernanza ética
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	201-1, 3-3	9. Transparencia fiscal
Descripción del impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local (por ejemplo, gasto en proveedores, gasto en proveedores locales)	3-3	8.1 Gestión de la cadena de suministro, 10 Información complementaria
Descripción del impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	3-3	2.9 Relación con los Grupos de Interés, 3.5 Valor generado y distribuido, 10 Información complementaria
Descripción de las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	2-29, 3-3	2.9 Relación con los Grupos de Interés, 2.10 Relación con instituciones
Información sobre las acciones de asociación o patrocinio	2-28, 3-3	4.1 Alianzas para la sostenibilidad
Información sobre la inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	2-24, 2-6, 3-3	8.1 Gestión de la cadena de suministro
Descripción sobre cómo se considera la responsabilidad social y ambiental de los proveedores en sus relaciones con estos	2-24, 2-6, 3-3	8.1 Gestión de la cadena de suministro
Descripción de los sistemas de supervisión y auditorías a proveedores y resultados de las mismas	2-24, 2-6, 3-3	8.1 Gestión de la cadena de suministro
Descripción de las medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	2-16, 3-3	8.2 Salud y seguridad de la audiencia
Descripción de los sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	2-25, 3-3	2.4 Gestión del negocio audiovisual, 2.5 Gestión del negocio publicitario, 2.7 Gestión de los contenidos digitales, 2.10 Relación con instituciones, 8.2 Salud y seguridad de la audiencia
Los beneficios obtenidos por país	207-4	9 Transparencia fiscal
Los impuestos sobre beneficios pagados (no devengados)	207-4	9 Transparencia fiscal
Las subvenciones públicas recibida	201-4	9 Transparencia fiscal

**Grupo Audiovisual
Mediaset España
Comunicación, S.A.
(Sociedad Unipersonal) y
Sociedades Dependientes**

Informe de verificación independiente
del Estado de Información No Financiera
correspondiente al ejercicio finalizado al
31 de diciembre de 2024



Deloitte Auditores, S.L.
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
Torre Picasso
28020 Madrid
España
Tel: +34 91 5 14 50 00
www.deloitte.es

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO DE GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. (SOCIEDAD UNIPERSONAL) Y SOCIEDADES DEPENDIENTES DEL EJERCICIO 2024

Al accionista único de Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A. (Sociedad Unipersonal) y Sociedades Dependientes:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Informe de Sostenibilidad 2024 adjunto (en adelante IS) que contiene el Estado de Información no Financiera Consolidado correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2024, de Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A. (Sociedad Unipersonal) (la Sociedad Dominante) y sociedades dependientes (el Grupo) que forma parte del Informe de Gestión Consolidado del ejercicio 2024 del Grupo.

El contenido del IS incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera y por los estándares Global Reporting Initiative (estándares GRI), que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en la tabla “Anexo I - Índice de contenidos GRI” incluida en el IS adjunto.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del IS incluido en el Informe de Gestión consolidado del Grupo, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de la Sociedad Dominante. El IS se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla “Anexo I - Índice de contenidos GRI” del IS.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el IS esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de Grupo Audiovisual Mediaset son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del IS.

Nuestra independencia y gestión de la calidad

Hemos cumplido los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluyendo las normas internacionales sobre independencia) emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (Código del IESBA por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Gestión de la Calidad (NIGC) 1, que requiere que la firma diseñe, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad que incluye políticas o procedimientos relativos al cumplimiento de los requerimientos de ética, normas profesionales y requerimientos legales y reglamentarios aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada)) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades del Grupo que han participado en la elaboración del IS, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el IS y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del Grupo para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el IS del ejercicio 2024 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo y descrito en el apartado "Acerca de este informe", considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IS del ejercicio 2024.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el IS del ejercicio 2024.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el IS del ejercicio 2024 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.

- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que:

- La información no financiera identificada en la tabla "Anexo I - Índice de contenidos GRI" incluida en el IS correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2024 no ha sido preparada, en todos sus aspectos significativos, conforme a los estándares GRI.
- El IS de Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A. (Sociedad Unipersonal) y Sociedades Dependientes correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2024 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla "Anexo I - Índice de contenidos GRI" del IS.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

DELOITTE AUDITORES, S.L.

Ignacio Esteban Villagrán

5 de marzo de 2025

INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

DELOITTE
AUDITORES, S.L.

2025 Núm. 01/25/01864
30,00 EUR

Sello derivativo de otras actuaciones

